# 揭秘

来源：网络 作者：落霞与孤鹜齐 更新时间：2025-03-01

*第一篇：揭秘揭秘“落马”中小学校长敛财伎俩：采购大收回扣26人参与 17评论从目前情况看，吕静锋在电教系统采购、教师入编等领域或环节，涉嫌收受好处费高达数百万元。调查原因：广东省深圳市第二职业技术学校原校长吕静锋因涉嫌受贿，近日被提起公诉...*

**第一篇：揭秘**

揭秘“落马”中小学校长敛财伎俩：采购大收回扣

26人参与 17评论

从目前情况看，吕静锋在电教系统采购、教师入编等领域或环节，涉嫌收受好处费高达数百万元。

调查原因：广东省深圳市第二职业技术学校原校长吕静锋因涉嫌受贿，近日被提起公诉。调查发现：学校大都实行校长负责制，一些名师“教而优则仕”，作为校长同时兼任学校的党支部书记，是名副其实的“一把手”，加上各项权力统揽在手中，任期又较长，于是就成了学校里说一不二的权威。校长手中的权力和资源一旦没有监管和把控好，在校园这个相对独立的王国里，也就容易导致权欲膨胀、权钱交易。

记者今天从广东省深圳市人民检察院获悉，由该院立案侦查的深圳市第二职业技术学校原校长吕静锋涉嫌受贿一案，近日被移送审查起诉。

作为深圳的知名校长，且拥有着博士头衔的吕静锋，从教近三十年期间，曾荣获“全国教育改革创新杰出校长”等多项荣誉。2025年7月1日，深圳市检察院对吕静锋立案侦查；7月17日，吕静锋被逮捕。

吕静锋的落马一度让很多人感到震惊。记者获悉，从目前情况看，吕静锋在电教系统采购、教师入编等领域或环节，涉嫌收受好处费高达数百万元。吕静锋案，成了深圳市近年来中小学校长“落马”的典型案例之一。

深圳多名中小学校长“落马”

记者获悉，从深圳市检察机关立案查处的情况看，从2025年7月起，在一年多时间里，深圳市已有7名中小学校长先后“落马”：

2025年7月，龙岗区平安里学校(九年一贯制公立学校)原校长、党支部书记王某，因涉嫌单位受贿罪被龙岗区人民检察院立案查处。2025年11月，法院一审以受贿罪判处王某有期徒刑3年；

2025年10月，龙岗区南湾学校原校长、党总支书记李化春，因涉嫌受贿罪被龙岗区人民检察院立案查处。2025年4月，法院一审以受贿罪判处李化春有期徒刑10年； 2025年3月，宝安区松岗第二小学原校长、党支部书记黄某，因涉嫌受贿罪被宝安区人民检察院立案查处。2025年10月，法院一审以受贿罪判处黄某有期徒刑两年3个月，缓刑3年；

2025年7月，深圳市第二职业技术学校(职业高中)原校长、党总支书记吕某，因涉嫌受贿罪被深圳市人民检察院立案查处，目前该案已侦查终结移送审查起诉；

2025年7月，深圳市第一职业技术学校(职业高中)原校长、党总支书记裘某，因涉嫌受贿罪被深圳市人民检察院立案查处，目前该案已侦查终结正在审查起诉之中。

2025年9月，龙岗区实验学校(九年一贯制公立学校)原校长、党支部书记果某，因涉嫌受贿罪、贪污罪被龙岗区人民检察院立案查处，目前该案已侦查终结正在审查起诉之中。

2025年10月，福田区华富小学原校长、党支部书记芮某，因涉嫌受贿罪被福田区人民检察院立案查处，目前此案正在进一步侦查中。

除了以上这些中小学的“一把手”，同期被检察机关立案查处的中小学其他人员还有：龙岗区龙城初级中学原副校长廖某(案发时为龙岗区教育局信息中心主任)、莲花中学原教务员黄某、第二职业技术学校原办公室副主任张某、福田区华富小学原总务处主任王某等人。

若仅统计中小学“一把手”，再往前统计，近年来被深圳检察机关立案查处的中小学校长还有罗湖某学校原校长邓某、龙岗某中学原校长练某、龙岗某学校原校长李某、南山某学校原校长杜某、龙岗某小学原校长周某等人。

中小学校长手中有哪些权力

深圳市一线办案检察官告诉记者，从近年来深圳市检察机关查处的中小学校长案件来看，在案件来源方面，既有纪检部门的线索移送，也有检察机关根据群众举报后的摸查成案。“从调查的情况看，校长们手中的权力范围很广，稍加动用便兑换成物质利益”。

这些被查处中小学校长的权力范围涉及哪些方面？

“一是电教系统采购。多名中小学校长就是在智能化基础建设、教学设备采购、网络工程改造等领域收受回扣，甚至让招投标流于形式。”办案检察官说。

据介绍，南湾学校在采购相关教学设备时，某公司老板找到南湾学校原校长李化春。李化春即安排该老板和学校一起制作设计方案和招标书，由于该老板在这一过程中掌握了相关项目的参数、规格等核心信息，因此“顺利中标”。2025年10月的一天，李化春“提醒”这名老板说：“我要去美国，手头较紧。”这名老板一听就明白了，第二天就赶到李化春的办公室奉上5万元人民币。经查，李化春收受这名老板的好处费共21万元人民币。

“中小学校长手中可运用的权力还有招生。”办案检察官说，如龙岗区实验学校原校长果某，涉嫌帮助多名不符合入学条件的学生入读实验学校，同时收受了数十万元的财物。罗湖某学校原校长邓某，违规办理了13名学生入读该学校的手续，并收取了社会中介的好处费。而龙岗某学校原校长李某，则更直接，在招生过程中直接收取学生家长的贿赂而帮忙搞定学位。

据介绍，由于中小学校长在学位安排上拥有决定权，有时教育主管部门的工作人员都要请这些校长帮忙并送上好处费。2025年，南山区教育局工作人员吴某打电话给南山某学校校长杜某，请求帮忙解决其亲戚在该学校初中一年级的学位问题，杜某予以应允，并坦然收下了吴某送来的好处费人民币1万元。

中小学校长手中的权力，还包括看似不起眼的食材配送。据办案检察官介绍，龙岗区平安里学校原校长王某，在私设“小金库”后，与送菜公司相关人员商议，以虚构购菜数量的方法，将学校伙食费专用账户内的钱通过送菜公司套取出来，以现金形式交给学校纳入“小金库”，王某本人也收受了该送菜公司先后送来的好处费3.5万元。

“工程基建虽已大都剥离出校长的权力范围，但从案件来看，有的校长作为工程筹建负责人之

一、有的则因‘项目的工程款结算需要我签字划账’等原因，仍然在工程基建环节具有一定话语权。”办案检察官说，如龙岗某学校原校长李某，利用20万元以下校园工程可由学校内部简易招标的权限，帮人承揽了体育馆场地、足球场地、办公室改造等多项工程，并收受好处。

“公款报销也是一些中小学校长可以利用的权力。”办案检察官举例说，如龙岗区某小学原校长周某，通过暑假组织教师出外旅游的机会，以报销的名义，通过报大旅游人数的方式骗取公款11万余元，这笔款项被周某个人据为己有。龙岗实验学校原校长果某，也涉嫌多次将私人的一些费用指使他人纳入公款报销等。“另外，目前还发现一些中小学校长在决定公务车定点维修、教师入编等环节利用职权收受好处费”。

如何给中小学校长权力“减负”

记者采访发现，在“落马”的中小学校长中，不乏名师、“优秀校长”，甚至有些人还顶着一些国家级的荣誉。那么，是什么原因导致这些教书育人、为人师表的校长们涉贪“落马”呢？ 深圳市一位办案检察官告诉记者：“与密集的人口相比，深圳的教育资源相对短缺，特别是学位。近些年一直是中小学教育的扩张期，一方面，学校在教学设备、网络改造、功能房建设等方面有资金投入，甚至是大规模的扩建；另一方面还创办了一些新学校如平安里学校、南湾学校等。这样，在招生、扩建、行政管理等环节，校长手中自然就集中了不少的资源与权力。”

“学校大都实行校长负责制，一些名师‘教而优则仕’,作为校长同时兼任学校的党支部书记，是名副其实的‘一把手’,加上各项权力统揽在手中，任期又较长，于是就成了学校里说一不二的权威，甚至带有‘家长’作风。有的校长更是作为学校的创建者或首任校长，一直任职到‘出事’,时间一长，其手中的权力和资源一旦没有监管和把控好，在这个相对独立的王国里，也就容易导致权欲膨胀、权钱交易。”

这名检察官还谈到：“对于社会公众而言，可能更关心的是中小学的学位问题，但由于学位问题较分散且很隐蔽，更多的是‘一个愿打一个愿挨’,事成之后家长还会心存感激与庆幸，作为‘受益者’不愿意站出来，甚至有一些职业‘掮客’在其中游走，客观上存在发现难与查处难。”

“该给中小学校长的权力‘减减负’,现在中小学校长们权力范围太广，承办的部分工作如工程、采购、物业管理、公车维修、学校饭堂的肉菜配送等，可以由主管部门剥离，而将校长们的工作重心移到教学及管理上来。给校长们权力‘减减负’,既利于净化学校的工作氛围，也是对校长们的一种保护。毕竟，权力永远都是把双刃剑。”办案检察官说，“防止校长的权欲膨胀，需要权力‘减负’,也需要监督制约。内部的制约，外部的监督，二者应同步进行且必不可少。”

办案检察官对此建议，学校应规范管理机制，不能在封闭的小圈子里由一个人说了算，要通过分权与制衡、校长和教师的轮岗与交流机制等，防止校长“家长”制的形成。在规范学校管理的同时，外部的监督更要能同步跟上，并强化监督的力度、拓宽监督的途径，形成一个责任明晰、监督到位的良性运行体系。(本报记者游春亮 本报通讯员汪林丰)（法制日报）

**第二篇：揭秘《傲慢与偏见》**

揭秘《傲慢与偏见》

有钱的单身汉总要娶位太太，这是一条举世公认的真理。”这句话堪称文学史上最有名的开篇之一。虽历经200年，英国女作家简·奥斯汀于1813年完成的《傲慢与偏见》依然是全世界读者最喜欢的小说之一，要知道，直到现在，该书每年在英国仍保持约5万册的销量。今年，英国各地将陆续开展活动，庆祝这部伟大作品的200岁生日。而我们也将在此为你解开这本书的魅力之谜。

流传200年的爱情故事 小说讲述作者自己的情感

《傲慢与偏见》是简·奥斯汀最早完成的作品，她在1796年年仅20岁时开始动笔，取名为《最初的印象》，1797年8月完成。她的父亲看后很感动，特意拿给汤玛·卡士德尔，请他出版，但被一口回绝。后来，她重写了《最初的印象》，并改名为《傲慢与偏见》于1813年1月出版。

与其说《傲慢与偏见》是使简·奥斯汀一夜成名的文学作品，倒不如说是她对自己真实情感生活的写照和对爱情的无限眷恋和遗憾。在奥斯汀笔下，达西就是勒弗罗伊的原型，而自己就是伊丽莎白·班内特，不同的是自己因为与勒弗罗伊的初恋失败而终身未嫁，但是小说中的伊丽莎白·班内特和达西却有情人终成眷属！

1796年，20岁的奥斯汀遇到勒弗罗伊。情窦初开的她对这个聪明狡黠的爱尔兰年轻律师一见钟情。然而，奥斯汀的牧师家庭希望未来女婿拥有经济实力，而偏偏那时的勒弗罗伊还是个穷小子。拥有6个孩子的勒弗罗伊家也执意与富贵之家联姻，因此要求勒弗罗伊返回爱尔兰。从此两人便再没有相见。

初恋以被迫分手告终，奥斯汀选择终身不嫁，但这段恋情却激励她成为英国历史上最受欢迎的女作家之一。是勒弗罗伊告诉她，她拥有才华。是他鼓励她在写作中追随自己的思想。另一方面，奥斯汀和勒弗罗伊第一次相遇的房子也行情看涨。这座名为“迪恩小屋”的房子坐落在英国汉普郡，充满浓郁的英式特点，典雅而舒适。悠久历史、建筑价值再加上凄美爱情故事，目前这座小屋已经被开出1000万英镑的高价。

风靡200年的爱情宝典 读者跨越闺房和战场

据英国南部汉普郡简·奥斯汀博物馆的馆长路易斯·威斯特说：“小说受到了好评，而且获得了收入，但是在奥斯汀的有生之年，这本书没有大量畅销。”1817年，在小说出版4年后，《傲慢与偏见》开始成为畅销书，之前默默无闻的奥斯汀也成了很多女性的偶像，疯狂的“简迷”从19世纪就已经存在。随着《傲慢与偏见》的流传，它的读者从女性闺房走了出来。在第一次世界大战中，它甚至被指定为士兵的读物，帮助士兵从炮弹休克症中清醒过来。因为“爱情和幸福”是每个人想追求的美好事物。奥斯汀也是一位现代小说家。有人说《傲慢与偏见》格局太小，看不到那个时代大英帝国的光辉图景，看到的只是那些有着太多浪漫的小细节。用现在的话说，《傲慢与偏见》是一部“小清新”小说，可是它却能让读者反复阅读多遍。小说的全部奥妙在于奥斯汀对人性刻画的精确和真实性，而更重要的是它的喜剧性。《傲慢与偏见》看上去简单、普通，可实际上，这是一部简单与复杂纵横交错的小说。《傲慢与偏见》之所以能得到一代代年轻人的共鸣，还有一点原因就是，财富在爱情婚姻中的位置始终让人纠结。这就回到了小说的第一句话：“有钱的单身汉总要娶位太太，这是一条举世公认的真理。”婚姻在某种程度上可能就是一个自由市场，但在《傲慢与偏见》里，伊丽莎白等到了她的精神和物质上的“白马王子”。

运转200年的印钞机 先后九次被改编成影视作品

像所有伟大的文学作品一样，《傲慢与偏见》也成了许多影视剧编剧眼中可以任意发挥和尽情改造的文学经典。而伊丽莎白和达西这对情侣的关系被延伸出许多文学影视作品。200年来，《傲慢与偏见》一次次地被改编成电影、电视剧、戏剧、文学作品。虽然被无数次地改头换面，但是读者没有丝毫的厌倦，每一种形式、每一个版本的《傲慢与偏见》一经问世，都会受到书迷们的疯狂追捧，也都会让改编它的人赚得盆满钵满。

从1938年到2025年，《傲慢与偏见》已先后九次被改编成影视作品，第一个版本出现在1938年。最成功的版本是1940年版，主演是葛丽亚·嘉逊和劳伦斯·奥利弗，这是奥斯汀小说的第一部电影版。为纪念奥斯汀逝世150周年，1967年英国广播公司再次制作了《傲慢与偏见》，六集共3个小时，这是第一部彩色版《傲慢与偏见》，也是第一部有外景镜头的电视版。1980年版的《傲慢与偏见》被认为是最忠实原著的版本，大卫·瑞托饰演的达西一直被视为“达西先生”，一直到15年后科林·费斯的出现。除了《傲慢与偏见》，奥斯汀的其他5部长篇小说也在反复被翻拍。奥斯汀成了影视产业取之不尽的商品。《傲慢与偏见》成了一个完整的产业：从图书出版到好莱坞电影，从英国戏剧到作家的著作，即便岁月走过了两个世纪，但简·奥斯汀和《傲慢与偏见》依旧受到年轻一代读者喜欢。

传承200年的浪漫预言 钻石王老五终能抱得美人归

那么书迷们内心的真实想法到底是什么呢？美国《时代周刊》专栏作家莎伦·欧瑞吉在自己的博客中写道，“200年之后，我依旧不能充分地吸取简·奥斯汀的《傲慢与偏见》中的知识养分和精神实质，每次我读《傲慢与偏见》时，感觉犹如初见，这部小说问世于1813年，那是一个什么样的时代？那是一个女性如果想出版她们的文学作品只能靠匿名或者使用男性化的假名的时代。今年1月28日，奥斯汀的粉丝们为了庆祝她的作品问世200周年，邀我一起加入庆祝，我选择重读她的《傲慢与偏见》，太神奇了，当我也不知道多少次翻开书的封面后，突然发现好似我从来不知道那本书的内容。毫无疑问，我知道有很多人和我有一样的感觉，对这位女性的著作永远不会厌倦。我认为《傲慢与偏见》应该称得上世界文学史上阅读率最高的爱情小说。”

莎伦·欧瑞吉表示，“地球人都知道一个有钱的钻石王老五必定需要一位娇妻。直到现在，许多男性奋力拼搏，当他们功成名就时，他们考虑的下一个问题肯定是找一个可以帮助他们打理财富的妻子，而且他们最终一定会找到一位——正如《傲慢与偏见》中描述的那样”。

本报记者张伟编译

**第三篇：揭秘雷锋**

大名鼎鼎的雷锋，本名雷正兴，从小是个孤儿，但这并不影响他对于时尚的憧憬和追求。

说雷锋是个赶时髦的人，主要体现在两个方面：择业、生活。

一、择业

雷锋由于上学晚，所以小学毕业时就接近了就业年龄。雷锋先后有过三大择业愿景，在当时都是既时尚又实惠的职业，最终都梦想成真了：

1、小学毕业的雷锋，托门路找熟人把自己推荐给了望城县的县委书记，在机关门卫工作，编制县机关公务员，月收入达到三十多块钱。

图片是1956年10月，雷锋和县委机关部分同志的合影，右一为雷锋

2、随着端有铁饭碗的“工人阶级”的社会地位越来越高，到了1958年秋天，雷锋又跑去鞍钢当上了工人，月收入将近四十块钱；没想到中国人民的梦寐以求的好事情怎么都让雷锋一个人遇上了？

（1959年初，雷锋在鞍钢化工总厂当教师时的留影）3、60年代前后，军人不再是个危险职业，也变得比任何一个职业都时髦，多少年轻人梦寐以求，雷锋非但如愿以偿，而且成了陆军里最实惠最风光的汽车驾驶兵！

关于雷锋的这张照片在文革中是被作为反动照片禁止张贴的，为此我曾经发表过一篇《一张暗藏蒋介石头像的雷锋像》，就是指的这张照片，全文如下：

1966年文革爆发后首先是破四旧，红卫兵成群结队挨家挨户的搜查四旧物品，有一天，几个红卫兵闯进我家，先是寻找各种书籍，然后把墙上张贴的许多年画全部撕下来，当他们正在撕一张雷锋当汽车兵时的照片画像时，我感到奇怪：“怎么连雷锋像也成了四旧了？”，一个红卫兵指着画像说：“你还不知道吧？这个雷锋像里暗藏有蒋介石的头像！你如果不相信那就让你看看就知道了！”，说着话就把那张雷锋像旋转180度放在太阳光下让我仔细观看，在那位红卫兵的指点下，我果然从画像中的汽车头上清清楚楚的看到了蒋介石的头像，什么鼻子、眼睛、眉毛、耳朵一一俱在，即使到了几十年后的现在，如果把那张雷锋的画像照样旋转180度，然后放在太阳光下仔细观看，仍然能清清楚楚的看到蒋介石的头像。

特别值得一提的就是，雷锋虽然出生于农村，但他唯一没有正式选择和从事过的职业，就是“无工资、无医保、无养老金”的中国农民。

二、生活

了解雷锋后你会发现，雷锋是一个人见人爱的小伙子，非但注重打扮、懂得享受，更懂得追求时髦。、雷锋爱搞发型：那时圆圆脸的雷锋在自己的额头留下了长长的流海，显得很时尚，带帽子的时候，为了不把流海被帽子压得变型，他总是要把帽檐翘得高高的，非常惹眼。

2、雷锋爱下舞厅：当时中苏关系尚未决裂，中国不少东西都学苏联，跳舞就是其中的业余活动。雷锋工作单位鞍钢有个总厂俱乐部，尽管雷锋个子矮，但“慢三”、“快四”等旋律的舞姿都很标准，很多女青年都愿意和他跳舞；

3、雷锋戴名表：沉阳军区雷锋纪念馆陈列有雷锋曾戴过的瑞士名表“英纳格”，工作人员说，新增加的这幅照片上雷锋戴的就是这块手表。

那个时代的普通百姓，如果能够拥有一块上海产的“上海牌、宝石花牌”的手表，不亚于现在拥有一辆家庭轿车！更何况雷锋一出手购置的就是世界名表。

4、雷锋爱穿时装：1959年新年前的一个休息日，雷锋来鞍钢后第一次进城，就为自己添置了皮夹克、毛料裤、黑皮鞋等全套高档行头，把自己装扮一新。

中天津公私合营华光皮件厂出品的“光荣花”牌皮夹克，定价竟然高达44元人民币！别说50年代，就算到了90年代初，皮夹克对于普通老百姓来讲都是奢侈品。毛料裤在当年往往是普通百姓为结婚而添置的行头；至于皮鞋，对那个年头来讲同样是奢侈品。

5、雷锋爱美容：80年代前，中国妇女的美容护肤产品基本就是蛤蜊油，雷锋非但不甘心落后于妇女同志，更使用的是名牌雪花膏，牌子是大名鼎鼎的“友谊牌”。

当年的“友谊牌”雪花膏的知名度，绝不亚于现在的欧莱雅和SK-II。

6、姐弟恋：雷锋的初恋女友叫王佩玲，1958年他们搞拍拖的时候，雷锋稚气未脱，才18岁，而王佩玲20岁，比雷锋大2岁，属于“姐弟恋”。

年轻时代的王佩玲

人到中年的王佩玲

7、雷锋爱拍照：直到上世纪80年代初，拍照留影，对于绝大多数中国人而言都是一件十分奢侈的事情。

可是雷锋在其短短的一生中，仅仅有桉可查的照片就高达三百多张！这是不是达到全中国乃至世界之最？而且他对于拍照留影是很讲究的，擅长使用各种道具：手握一卷图纸啦、把白衬衫领子翻到外衣领口外啦、胸口插一支钢笔啦、时髦拎包啦、骑摩托车啦等等。

50年代的雷锋居然会骑摩托车？

雷锋当年的穿着和几十年后的今天差不多，哪里有一点艰苦朴素的影子。

到了部队，最爱赶时髦的雷锋非但保持了这个习惯，更是与时俱进了：手榴弹啦、步枪啦、甚至洗脸盆等等，都成了他的拍照道具。

雷锋在部队里最常用的道具就是当年红极一时的《毛泽东选集》，让摄影记者从各种角度拍下了各种“学习毛选的造型”。

雷锋招呼自己班里的战友围着自己摆造型。

和战友合影摆造型

和战友合影摆造型

雷锋又挤进驾驶室里摆造型（很佩服那个拿相机的人），按照一般生活常识，任何书都不是两个人抱着一块看的。

这张照片最最雷人！雷锋在大天白竟然借来个手电筒，装模作样摆出“熄灯后，在被子里面刻苦学习毛选”的造型！

单独摆造型、装模作样摆表情，看这些味同嚼蜡的东西比看文学名着还津津有味。另外，在文革中出版的雷锋日记中说，雷锋早在1960年就开始批判封资修的黑货色了，他痛斥戏剧《白蛇传》是牛鬼蛇神群妖乱舞。

雷锋手上戴着“英纳格”国际名牌手表却还有一个大名鼎鼎的夸张道具——一双千针万线、补了又补的烂袜子。

最后几张照片让大家恍然大悟：

雷锋做好事从来不留名！留的是照片。说明雷锋有专门为他一个人服务的摄影记者。

雷锋当辅导员的造型照片

雷锋新年放假不休息，每天捡600斤大粪，宣传雷锋有点顾头不顾尾，此照片只能极其愚蠢的说明雷锋所在的这个城市的卫生状况实在太差劲了，就像一座大茅坑一样！

雷锋正在为战友洗被子的造型照片

雷锋正在为战友缝被子的造型照片，姿势是多么的标准

在部队里，为雷锋生前拍下这些照片的，是当年沉阳军区的宣传干事张峻。

雷锋做好事从来不留名！留的是照片。说明雷锋做这些好事的时候，屁股后面专门跟着一名摄影记者

**第四篇：西点揭秘**

西点揭秘：如何打造领导力

2025年05月06日来源：经济观察报作者：赖瑞·杜尼松

西点校园中心有一片大“平原”，是学生集合的地方，在它的周围有六座塑像，最中间的是乔治·华盛顿。你也许会因此认为是华盛顿创建了这座学校。但事实并非如此。华盛顿总统确实曾经有意建一座军事学院，但他的国务卿托马斯·杰斐逊竭力反对，因为这是违背宪法精神的，所以华盛顿并没有继续推进此事。但为什么是华盛顿的雕像站在西点军校的广场中央？这和他在美国独立战争中的角色有关。迫切想要摆脱英国殖民统治的人们请求华盛顿带领军队来帮助他们争取自由和独立。想想，如果失败，他会失去财富、名誉，甚至生命。虽然他知道对方船坚炮利，军队实力比殖民地强大得多，从哪个角度看，这场战争都很难取胜。但他还是接受了，因为他相信，这项使命值得为之付出一切。

他为这个角色服务了八年，将军队团结在一起，靠的主要是他的决心和顽强。他取得了两次决定性的胜利，正是这两场战役决定了整个战争的胜利。其中一场战役的指挥官，曾被认为是华盛顿大陆军中最有军事才华的将领：本尼迪克特·阿诺德。1780年华盛顿委任阿诺德为西点司令——在独立战争中，因为位置险要，西点曾是重要的战场。但阿诺德作风骄悍，生活奢侈，和华盛顿不同，他为了自己的利益，妄图把西点出卖给英国人，以求换得金钱和英国海军的官职。计划被揭穿后，阿诺德逃上一艘英国船，最终客死伦敦，并没有得到对方许诺的任命与钱。

品格是领导力的基础

本尼迪克特·阿诺德和华盛顿同时出现在西点的校园里，这是美国唯一陈列了阿诺德纪念碑的地方，但他的名字被划掉了，这意味着他已经从这个国家的荣誉榜上被抹去了。在美国，他的名字已经同“叛国者”等同，如果某人被称作“阿诺德”，那就是意味着这个人不值得信任。

我们来对比一下这二人，从技术角度看，阿诺德的军事才能可能胜于华盛顿，但为什么一个被人唾弃，另一个则名垂青史？二者的区别就是品格（Character）。在英语里，这个词的内涵很丰富。但在这里，我使用品格一词，是指一个人在一生中都表现出这样一种性格特征：乐意服务他人。对于华盛顿来说，是如何利用自身能力长期为殖民地人民争取利益，而如果你管理着一家公司，则是如何用领导力来服务于客户、员工、国家和社会。我认为，这是西点一直努力践行的一种积极品格，这也是为什么华盛顿的塑像会被放在校园的中央。

品格是高效领导力的真正基础，事实上，这也是西点军校得以建立的原因。我们已经知道，并不是乔治·华盛顿建立了西点，那么是谁呢？答案就是托马斯·杰斐逊。他在做国务卿时曾竭力反对建校，但这位美国建国以来的第三位总统一上任就签署通过了建立军事学院的文件。为什么？历史学家们对此一直争论不休，一种比较有说服力的观点认为，杰斐逊不相信当时的军队高层，所以大量裁军，遣散军队官员。问题随之而来，如何安置这些军官？他想到了建立一所军校，让这些经历了独立战争和建国的英雄、爱国者们去传授乔治·华盛顿所代表的那种领导力，培养值得信任的、能用所掌军事权力服务大众而不是个人私利的军人。

那么，什么是品格？25年里我一直在思考如何定义。从价值中性的角度，剔除道德的因素，品格就是一套习惯的集合。我们每个人都有习惯，习惯让生活变得更轻松，你不用为早餐吃什么而费心，习惯会提醒我们一般应该做什么，它意味着我们会重复地做同样的决策。但在这里，用来定义品格的“习惯”，则决定了任何给定环境下人们最可能做出的第一反应。当然，我们是人，有着自由意志，可以为自己的选择负责，所以，我们有能力改变习惯，进而改变品格。品格可以变得更好，也可以变得更坏。

而通常我们提到一个人的品格，常常具有道德内涵。那么领导力中的道德品格是指什么？我认为，就是指一个领导者所具有的习惯，决定了在一种环境中，怎么样做在道德上是正确的。

既然这样，我该如何决策才是道德正确的，换句话说，决策的基础是什么？哲学家们对此已经讨论了2500年，他们不断地回到三个最基本的问题：

第一，一项决策或行动对别人有何影响？首先要确保能够帮助而不是伤害别人，对那些我负有特殊责任的人，则应尽力使他们收益更多。

第二，分析决策或行动本身，是否遵守或破坏了某些道德原则，比如诚实、守信、公正、尊重他人权利等，这些原则是必须遵守的，不管结果如何。

第三，决策或行动能反映出决策者自己的品格吗？行动代表了一个个体是他自己而不是别人，那么这些行动能够反映出你的美德和品格吗？

这是一种非常简单但很有效的方式来衡量在某种特定情境中你的选择是否正确。其中，第三个问题尤为重要，因为前两个有时会发生冲突。很可能一个人的决策惠及到了大多数人，但却违背了某些行为原则，而一个遵循了道德原则作出的决策，也可能会损害到他人。这样的矛盾在生活中时常发生，而第三个问题则可以在这种情况出现时帮你作出决策。

我们为什么一定要遵守道德？我想介绍哈佛教授科尔伯格的研究，他研究的是道德发展心理学

（psycholo-gy moral development），他发现遵守道德的观念和习惯是伴随着人们的生命周期而逐渐成熟的。最初，人们遵守道德是因为这样可以帮他们远离麻烦，让生活变得更容易。比如，我到西点报到那天，我并没有遵守规则的意识，但校长告诉我们不能偷窃，不能说慌，否则会被送回家，那天起我要求自己连说假话的想法都不要有，因为我不想受到被送回家的惩罚。所以首先，人们遵守道德是出于自身需要。上了三年级，我实际上已经进入了第二个层面。在西点，宿舍管理员每天晚上都要检查学生是否都在房间里，他会敲敲门问是否每个人都在，如果房间里有人回答是，他就会认为所有人都在。一天晚上，管理员只是站在楼梯上大声喊：1号房间，2号房间，3号房间……人全了么？在短短45秒钟，他检查到了四层楼的所有64个房间，看，当你相信别人都说真话的情形下，生活变得更有效率。从西点毕业的时候，我还是决定做一个说真话的人，不管别人怎么做，我会为自己负责，不是因为别人要求你，遵守道德成为自动自发的行为，这是第三个层面。

何谓“领导力”

关于领导者的品格我们讲了很多，现在来看看领导力。领导力就像品格，也很难用一个定义来描述。有人说领导力就是“让别人为你做事”，关于领导力我们甚至可以找到200多个定义，但这些定义都具备两个关键要素，目标和人。领导者利用自己的影响力把二者结合在一起，这样，人完成了目标，这个过程中，人的需要也得到了满足。

那么如何培养领导力？西点军校的四年，大部分时间都会教授学生成为一个领导者所必需的知识和技能等。但这还不够，如果只传授技能，那我们只能得到本尼迪克特·阿诺德，他可能用这些技能来做好事，也可能利用它来做坏事，而如果我们把培养品格放在最核心的位置，那么我们将得到乔治·华盛顿这样的领导者，能够为了别人而不是自己的私利来使用这些技能。

在“领导力光谱”上，一些规模上千亿的公司的CEO，因为追逐金钱而触犯法律，最终被送进监狱。另外一些人确实是很好的领导者材料，但他们热衷出名，他们更喜欢做名人而不是公司的领导者。最后，就是那些被吉姆·柯林斯称为“伟大”公司的CEO们，无一例外，这些领导者都具有非凡的领导力，他们不仅有管理天赋，而且都有极强的意志和高尚的人格，有宗教信仰，他们把建设一个伟大的公司放在第一位，很少考虑个人。他们把源源不断的能量用来服务客户、员工和社会。人们信任他们，公司开始蒸蒸日上。而且，我们有实验性的证据表明，那些致力于服务他人的道德领导者，比那些自利导向的领导者，往往能够带来更高的产出，所得个人回报也更多。

领导力的四个阶段

让我们看看一位西点新生的经历。到达西点的第一天，他将由高年级的学生带领，被告知严格服从上级或师长的领导，宣誓履行对国家的责任和义务。他要参加很多体育活动、军事训练，每学年还要参加领袖训练。学术课程要求他多提问题，着重训练分析和解决问题能力，知道何时服从、何时问正确的问题、何时批判。此外，宗教也是军事学校生活里很重要的一部分。到第三年新人变老人，就可以带新生了。在大四，他将担任更高级别的领导角色，带领更大规模的训练。毕业典礼那天，同样要宣誓：忠诚服务这个国家。

西点的领导力培养要经过四个阶段：新生只需对自己负责，服从命令；第二年，他们中的一些将变成一些小组的领导者；第三年，他们有可能会去领导那些组长；到了大四，表现优秀的人将领导更大的团体。实际上，这样的四个阶段，适用于任何一个组织，政府、公司、大学等。最初，你只是一个个人贡献者(inpidual contributor)，也叫跟随者（follower）,做最基础性的工作，生产产品等。你也许会问，跟随者和领导力有什么关系？成为跟随者那么重要吗？引用罗伯特·李将军的话，我无法相信一个连自己都管不好的人能够指挥好别人，所以成为好的领导者先要成为一个好的追随者，先学会管理和领导自己。如果做得好，你将有机会成为一个基层领导者，你需要和那些最底层的跟随者们进行面对面的沟通，这是领导力发展的第二阶段——面对面的领导者（face to face leadership）。接着，你将被提升为间接领导者（indirectly leadership）, 你不再直接管理那些个人贡献者，而是管理面对面的领导者。最后，如果表现足够出色，你将被提拔为高级领导者（senior leadership）。

我们首先来看看跟随者。一些人曾经对跟随者进行研究，使用两个维度来考察这个群体：积极度和独立性。积极的跟随者会在这个角色上行动积极，消极跟随者则相反。独立性则是看跟随者是否能够独立进行思考。一些跟随者两个指标都很低，他们既不关心自己应该做什么，也不会积极主动去做。那些主动性高却不会独立思考的人需要别人告诉他们应该做什么，这种人很积极，所以我们要当心他们把事情做错，但只要进行足够的指导，他们将非常有用。第三种跟随者可能是数量最少的一种类型，他们会独立思考，知道组织目前的状况，应该做些什么，但他们不够主动，往往只是抱怨，而不会行动。最后一种，既有独立思考能力又积极主动的跟随者，是成为领导者的最好人选。在一个组织内部，我们可以根据以上两个维度来发现和培养高效率的第四种跟随者，在招聘遴选阶段，也可以设置相应的工具来努力挖掘这种跟随者。有趣的是，如果我们将一个好的跟随者和一个好的领导者进行比较，会在他们身上发现很多相同点，甚至找不出什么大的区别。虽然角色不同，但他们都能够很好地完成组织的目标。所以，研究跟随者和面对面的领导者之间的转化就非常有价值，这可以帮助我们弄清楚，是什么特质——包括认知、实践层面——决定了最理想的领导力。

就每一种职业生涯来说，我们都要经过从跟随者到高级领导者这四个阶段。在一个组织成员从一种角色向高一级别的角色转换时，如果组织能够为他提供足够多的培训，让他意识到现在正在做的事情和以往都不同，而不仅仅是靠他自己经历挫折而汲取经验教训，那么，他在未来角色上的成功几率就会大大提高。接下来让我们看看做面对面领导者时需要注意的原则。在西点，我们有面对面领导者的15条原则，帮助晋级为小组领导者的学生领导他的小团队。其中的一条是这样的：领导者从下属那里得到的不仅仅是顺从。要赞赏他们拥有的知识、主动性、技巧、理解力和判断力，引导他们发挥上述能力，推进任务的执行。我们确实需要学习团队合作，但我认为真正的团队建设大师是那些能够洞悉人类弱点的人，因为不好的行为会腐蚀整个团队，助长政治争斗，所以必须克服那些影响整个团队运行的人性弱点。比如说人的本性中天然的自我保护倾向会导致人和人之间的不信任：如果你利用我的诚实和信任反过来伤害我怎么办？人们不会开诚布公地争论如何作出决策，采取什么行动来完成组织目标，整个组织就会变成一盘散沙，成员也不会再尽职尽责。所以，只有战胜这样的人性弱点，发挥每个人的才能，团队协作才能真正成为组织最核心的竞争力。

对于间接领导者来说，这是他第一次领导那些本身也是领导者的人，意味着什么？你需要改变管理方式，你不可能再走到人群中和他们直接进行交流，你需要借助别人来进行管理。其次，你需要授权，如果仍然把大量精力用来做那些作为面对面的领导者应该做的事情，就会错过作为一个更高级别领导者需要关注的更重要的事情。而且，此时，你第一次处于组织架构的中间级别，你不仅要向上级负责，还要向你所管理的下属负责，当不能两全时，冲突就会产生。

如何处理冲突呢？有时，人们会对矛盾视而不见，以维持一种表面上的和谐，长此以往，矛盾会越积越大以至于无法解决。我们需要学会处理人际矛盾，区分建设性的行为和破坏性的行为，面对冲突，努力解决，并提升解决冲突的技巧，理想目标是通过冲突的解决来巩固而不是削弱成员之间的关系。

最后让我们来看看高级领导者。高级领导者需要做的事情是做决策。在一个组织内部，可以有很多决策者，但最难的决策需要由那些最高的领导者来做。如何做决策，和下属一起还是自己做决策？有四种选择：不需要下属参与；向个别下属咨询，自己决策；向下属集体咨询，自己决定；让下属集体决定。具体选择哪一种，要根据具体情况而定。例如，时间紧迫，必须马上决策，那么无疑应选择第一种，医生在做手术的时候不需要和谁商量，只需要下达指令由别人来执行。如果某一决策对公司前途影响巨大，那么我建议用第三种方式，原因有两个：第一，通过与成员进行头脑风暴，可以充分考虑到每一种可能，而且能够强化你的领导者角色；第二，成员通过交流而达成一致，领导者不必独自承担决策的后果。还有一种情形，如果你只是需要某些信息，决策本身并不重要，那么使用第二种方式，找到某个下属，获得你需要的信息，然后回到办公室，自己做决策即可。最后一种情形，你需要每个人都清楚当前的形势，了解下一步应该采取的步骤，需要他们支持决策、齐心合力来努力完成目标，那么选择利用集体决定，让成员自己做决策。

我们还会遇到危机中的决策问题。对于一个组织来说，会因各种各样的原因而遭遇危机：自然灾害，市场波动、产品危机、技术故障、管理层剧变等等，危机中的领导力应该是什么样子？我很喜欢讲谢克顿（Emest Shackleton)爵士到南极探险的故事。在船被冰面卡住不能前行、又不知道自己所在位置的情况下，他带领自己的船员乘救生船在冰冷的海面上继续前行800英里，终于在暴风雪来临前找到有补给的小岛，挽救了整船人的生命，并最终完成穿越南极的探险。船长谢克顿在面对危机时，首先坦诚地将真实信息（危机）告诉全体船员，但作为一个领导者，他的使命是保护每个人的生命，他要求所有人都要严格听从他的指挥，因为在这种情况下，团结是最重要的，然后，他听取有经验的船员的意见并自己做决定，由自己承担决策的后果。可见，他使用了第三种决策方式。

需要注意的是，有些情况下，危机往往也是机遇。我们可以看看牙签鸟和鳄鱼的例子，鳄鱼为了将嘴里的食物残渣清理干净，常常张开嘴，让牙签鸟来吃塞在它牙缝里的肉丝。对于牙签鸟来说，这并不是危机，而是机会。很多优秀的公司在危机中主动进行改革，调整新的方向，一些人则去创立新的公司来利用危机提供的机会，将不利变成有利。

总之，西点领导力强调，领导力是一个结合个人与目标的过程，成功做到此的人一定要有足够的知识和技能，同时具有内在的品格和很强的道德标准，愿意服务别人，这样的人会得到别人的信任，一呼百应，吸引优秀的追随者，他们为前者所激励，共同致力于某个伟大目标。这样的领导力改变了西点、美国甚至整个西方社会，希望我们所有人都拥护这样的领导力。

**第五篇：揭秘海景房**

揭秘海景房

揭秘山东海景房

从这个从事了五六年的海景房行业里走了出来，心里的感受不是不舍，而是一种解脱。为什么这么说呢？因为这个是从良心上的一种释放。也可能是我不配做商人吧，因为我做不到无奸不商。

海景房，真的是一种暴利。别的地方的海景房我不知道，我只知道我从事的山东海景房。我希望大家能慢慢的听我去解说这个神奇的海景房。对于将要或者打算买山东海景房的人来说是一种非常大的帮助和参考。毕竟我在这个行业里从事了五六年。知道太多太多的内幕。

刚才从事海景房的销售的时候，面对很多老头老太太大多数是不忍心，可是后来想，我不骗他们，他们也得被别人骗。还不如让我赚点钱。唯一心里平衡点的是，我能帮他们找一些准成些的房源，多照顾照顾他们。毕竟在这个社会上我需要钱，需要生存。

无论是威海，还是烟台的，青岛的，其实里边的内幕都差不多。听我一个个跟你们分析。在跟你们说说我们是怎么一步步引导客户去消费买房子的。最后在跟你们说说里边的利润空间有多么的大。多少客户会多花多少万冤枉钱。

首先说下银滩和海阳的房子。银滩和海阳是胶东半岛以南的房子。在销售的时候都会给美化的很好很完美。可是没人去告诉你夏天它会很潮很潮，冬天没有供暖。每个卖房子的都说这有供暖那有供暖，等你真的住上的时候就会发现，有供暖设施，但是没人会给你供暖，因为入住率根本就达不到。比如说一到了晚上银滩就成了一片死城，漆黑一片。而且很多的楼盘都是骗人的，下不来产权，楼房质量不过关。或者迟迟不交房。比如说最近有个海洋国际项目，当初卖的时候说11年交房，可是到现在海洋国际还没交房。在那住一定要经受的起购物的不方便，因为你买个东西需要跑几公里或者几十公里外去买，经受的起寂寞，因为住的人太少太少。不要听销售的说多少人住，那都是骗人的，都是为了你买房子，等你买完之后就不会在乎你了。

在说下龙口，龙口是胶东半岛以北的房子。要说起来缺点真的很多，污染，龙口的工厂很多，南山铝业我想都听说过了，在东海旅游度假区附近就有一个，这个我想任何一个售楼员都不会告诉你，也不会承认的。你可以出了东海旅游度假区沿着沿海观光大道往东走，你就会看到铝厂了。有的时候龙口下雨下的都是泥点子。还有就是风大，特别冬天，吹的北风，无遮挡，非常之冷。沙滩也是人工的。不要相信他们说的颗粒细沙，那是人工的，人工的！龙口冬天还下雪呢，你说能不冷吗？从大海上吹来的北风，你说能不冷吗？龙口最牛逼的不是警察，是保卫

处，特别东海旅游度假区里，保卫处就是天，谁也惹不了。要不外边都在传XX集团黑社会呢。还有龙口的房子也有问题，建筑质量上有的偷工减料。有的干脆就交不上房子。比如说怡天海景城项目，09年销售的房子，到现在还没交房呢。你敢买吗？最主要的还有填海项目，以前的一线房子前边被填海了就变成二线了。比如说金域蓝湾，就是典型的填海造楼。在龙口就不要指望一线海景房了。

山东海景房无论南北都用一个通病，就是冬天根本就没人。商店很多都关门了。

为什么每年都有很多人从事海景房，铺天盖地的宣传单页。就是因为它暴利！暴利！我先给你们算一下他们从宣传到销售的成本啊，按一周来算，一个小的售楼处（大的售楼处成本更高），最低需要20万张宣传单页，单页有B5的A3的A4的等等几种，价钱从四分到一毛三不等。多少钱你们自己算吧，这个只是宣传费用。发大巴车，55座大巴车的费用不同地方价钱不同，但是包车去山东来回两天，一辆车一趟费用最低最低还得8000元（每次发团还不止一辆）。你们也可以自己打听车价。每个人宾馆住宿，两个人一个房间。150元一个房间。中途还需要负责吃饭。费用是不是非常之高啊，但这个还没算售楼处员工开支和售楼处房租呢。但我告诉你，这一辆大巴车上只要有一个人买房子了就稳赚不赔！

说到这我就告诉你们这里边的利润空间吧。其实在外销售海景房的不用听他们说他们是开发商，他们都是骗你的。其实都是代理商，他们给你领到的楼盘都是他们代理销售的，或者是包盘销售的。跟现场都通好气串通好了，保证把戏演的滴水不漏。开发商放给代理商的点位能达到15%-30%个点（总房款的百分比），中间还有可能有溢价，知道什么是溢价吗？比如说300溢价，就是你6300一平买的房子，开发实际就按6000一平和代理商结算，然后那三百就按三百一平全给了代理商。销售人员的提成也非常的高，不要相信他们没有提成或者提成低，普通的业务员提成能拿到千分之五到百分之二呢！如果你要买房子不要相信不能讲价这一说，无论他们说的多逼真多么干脆。你直接找带你看房子的讲价，不讲下四五百就不要买了，就是你讲下来四五百他们还赚很多很多。如果你厉害有的盘你能讲下一千。如果你买的商铺那能讲的更多了，就比如说龙口的龙族御景项目，商铺卖15000一平，你花七千买，他还赚一千呢！其实有些开发商，在招代理商销售的时候一般都会先放出15个点和100到300的溢价，不过这还有的谈的空间，这就看实力了，有的能拿到20个点，25个点，甚至30个点。

当你上了看房的大巴车时，就已经进入了他们的洗脑时间，他们会在一路上给你洗脑，给你讲述海景房多么多么的好。下服务区休息的时候也会探听你的意向，然后针对性的给你介绍房源，专门往你喜欢上的说。而且还会监视你，怕你跟别人沟通，因为一怕你让不买房的客户影响了，二怕你影响买房的客户，三怕你被别的卖房子撬跑了，四怕你跟当地人沟通知道这的不好就不买了，五怕你看到周边的二手房信息不买这新房了„„记得08年销售湖畔人家的时候，一路上所说的所有的话都是在位卖这个小区的房子做铺垫，最后顺理成章的销售。那个时候也不会跟你们说离海近好了，反而会说离海远好，不潮，不说离海近的好处，挖掘离海远的好处，侧片排斥别的方位和楼盘。最后成交该楼盘

如果你真的很想很想买海景房，那么我建议你自己多走走多看看，问下当地人，或者你在那住一阶段在决定买不买，要不你真的会很后悔的。否则你那几十万或者几百万真的就飞了。更不建议你在那买商铺，人真的很少啊！

如果你有钱，我真的不建议你去买这种二三线城市的海景房，在山东如果你要买海景房，我给你们个建议就是去买威海市里和青岛市里的房子。那还物有所值。否则像银滩、龙口、海阳这样的房子，干脆就别买！我希望以后买海景房的人千万千万不要冲动，否则你会后悔死的！真的很喜欢，很想买，那你就多考察考察，千万别买错盘，不要听售楼员说的，她们说的一点参考价值都没有！

哈尔滨已经成为越来越多的海景房销售必不可少的主打市场。越来越多的海景房销售点，已经成为海景房销售的必然选择。设立一个销售点，雇佣大量下岗妇女派发宣传单，这种经营模式越来越落后，已经让哈埠购房者厌烦，而且派发宣传单的效果逐年下降。如何突破这种困境？是所有海景房代售商的难题。

把海景房打造成优势品牌，是很多的售楼代理公司孜孜以求的战略目标，但要想真正实现这一愿望，却也不是一件轻而易举的事情，因为海景房从一般品牌到优势品牌的转变，是一个楼盘从量变到质变的过程。有理由相信，建筑不仅是物质的，也是精神的。无论是住宅、办公还是商业与服务空间，她凝结了这个时代的科技、人文、社会与文化等因素，也携带了特定的传统因素与地方文化符号，同时她还代表了这个年代流行的时尚与对未来的向往；她不仅是个人财富与身份的标志，还是一个社会繁荣与国力强盛的象征。

为助楼盘实现这一战略目标，给予在哈埠销售的海景房从以下五个方面改变建议。

第一方面：集群化产品

海景房向优势品牌过渡

，一定要有自己的优势所在。

这里所说的优势，就是表现在产品的丰富化、集群化上，通过产品的集群化，可以满足哈埠各个购房者不同的需求，能够彰显自己独特的核心竞争优势。构建强大的产品区隔及防护壁垒，从而使竞品无从下手和大规模冲击。

例如：威海银滩重磅推出了高、中、低档价位的楼盘，从而丰富了各类楼盘集群，使各个层次的购房者都能挑选到自己合适的房子，有力地满足了这些需求不同的购房者。通过产品集群化，威海银滩构筑了强大的市场防御堡垒，从而更加稳固了自己的市场地位，使自己在竞争中立于不败之地。但威海银滩的售楼处多不胜数，它们代理的楼盘各不相同，每次只看一家，很多楼盘的雷同，让购房者无从选择，总是对真正买房犹豫。所以看的多，购买的成交率不高。

海景房打造成优势品牌，产品的优化与集群化必不可少，它至少可以给售楼带来如下好处：

1、充分地满足了房产销售市场的需要，而满足了市场需要，就无形当中给自己带来诸多的竞争优势，使自己在竞品的冲击下无懈可击。)

2、可以明晰产品的定位与定性，优化楼盘品牌特点，赋予各楼盘集群不同的市场与区域使命，从而使自己在市场角逐中，有的放矢、游刃有余，而更好地参与市场竞争。

3、楼盘的集群化可以增强产品的核心竞争力，从而可以集中优势，重拳出击，实现从海景房到优势品牌的重大转变。

第二方面：集约化成本

优势品牌的一个突出特征就是运作成本的集约化，我们在此只是强调销售的集约化，它表现在

1、市场运营成本的集约化。

2、管理成本的集约化。

通过运作成本的集约化，从而彰显海景房到优势品牌的有机转化。海南海景房能够异军突起，其实就是其各项成本的集约化。通过不断推出海南海景房宣传，对哈埠市民灌输海南的优势，规模分摊了成本，市场销量的飞速提升，从而降低了市场运作成本；多个楼盘统一推出，又降低了整体的管理成本；通过以上措施的实施，海南海景房达到了集约的最大化，因此，海南海景房销售量快速扩张，进入哈埠多年，依然横刀立马于行业的前列。

海景房要从默默无名到优势品牌，其突出的表现便是成本的集约化优势，通过集约化经营，楼盘可以实现：

1、运营成本的最低化，规模分摊成本，通过统一宣传、人员精细化管理等多种形式，代理商可以达到低成本运作目的。

2、集约化是楼盘代理商增强自己运作能力的关键一环，通过集约化经营，代理商可以增大操作空间，避免市场操作的脆弱，为自己销售市场增

加免疫力。

3、通过集约化经营，楼盘可以真正实现海景房从无人闻听到优势品牌的过渡，因为成本优势是楼盘成为优势品牌最显著的特征。

第三方面：多样化策略

优势品牌区别于普通海景房的一个显要特征就是表现在营销策略的多样化上。海景房，更多地体现的是产品优势，而优势品牌，则浓墨重彩于营销策略的多元化上。海景房向优势品牌转化，营销模式的创新必不可少。

例如：营口海景房能够短期内在哈埠攻占市场，其实就是多元化策略的成功。通过短期内大量推出营口城市宣传，对哈埠市民灌输营口的优势；同时推出了专家学者的讲座，使哈埠购房者对营口楼盘，增加购买信心，使市场销量短期飞速提升。但其劣势是无法长期延续，没有足够的后劲进行市场强势运营，之后进入哈埠海景房销售的惯性模式。

旅游地产---海景房，作为中国新兴的房地产概念，从海南开始，10余年间席卷了中国东南沿海的大部分二三线城市，以海景为主题的房地产营销被冠以“旅游地产”的名义大肆宣传。胶东半岛的海景房也是在这种背景下，加入了中国“旅游地产”的序列。经过十余年的发展以及“蚂蚁搬家”式的分销方式，正面的也好、负面的也罢，影响力已经做得足够。

中国改革开放三十年，第一批淘到金的人已经到了养老的年龄，威海、烟台等作为世界人居城市，优良的空气、优美的景观、低节奏的生活深受这部分人群的青睐。但是可以说，经过这么多年的发展，胶东的“旅游地产”仍然在中低端市场徘徊。既得利益的驱使让旅游地产开发业态几乎全部是旅游住宅产品，虽然土地低成本运作让开发企业的利润空间足够，但是高额的分销成本以及几无底线的议价空间使开发企业对景观资源的打造、配套设施的建设无限压缩。海景房地产市场随着快速的发展，深层次问题已经逐渐显露。

一、产品属性、开发模式单一

客观的讲，旅游地产由于缺乏足够的理论支持，还是一个比较宽泛的概念。而胶东的海景房（青岛黄岛、烟台的龙口、蓬莱、海阳、莱阳以及威海的荣成、文登、乳山）所谓的旅游地产几乎是“旅游+房产”的开发模式，利用“海”这个无限大的主题来销售楼盘在很长一段时间里成为胶东半岛房地产开发的“主旋律”。开发企业充分利用每年几千万的游客招揽购房者，利用一个个“概念”来引导着冲动性消费。

开发商由于前期快速发展带来的心理优势，旅游地产开发企业尤其是中小企业过分逐利，在产品和旅游地产应该具有的属性和建筑理念上并没有跟得上市场发展步伐

，旅游地产核心价值中最重要的配套更是困扰胶东部分区域海景房的重要因素。

二、销售模式让威海海景房廉价的“虚高”

“我们的房价属于价格洼地、房价没有泡沫、升值空间巨大”几乎成为了开发企业对未来涨价预期的统一口径。关于城市价值与房地产价格的关系，用三线城市的房价与一二线房价相比本身就是没有意义。而在胶东半岛旅游地产销售尤其是周边海景概念楼盘的销售中，大量分销式“层层剥皮”的销售模式每年拿走这些企业8%——25%甚至更高的利润。房地产代理商“绑架”开发商已经是既成事实，而纯外销楼盘几乎都成为“被绑架者”。尽管这些区域的房地产企业有所警觉，但是既得利益的驱使以及营销方式的匮乏，让这些企业必须“随波逐流”。某楼盘销售总监就表示该区域的楼盘“提点”(即开发企业给代理机构的佣金)已经“没有底限”，迫于代理商“谁家给的点高就往谁家带客户”的压力，“大家在佣金问题上已经开始恶意竞争”。

这种恶性循环带来的负面影响是不可估量的，从销售层面上来讲，第一、开发企业高额的代理佣金导致成本提升，只能通过提高价格的手段来保证利润；第二、中国的房地产代理机构，尤其是中小型代理机构良莠不齐，在高额利润的趋势下，销售手段上利用虚假宣传、夸大区域环境和投资价值、回避区域或项目的不足，倾力让大量“不明真相的围观者”进入市场。所有这些，最终损害的永远都是消费者的利益，近几年媒体曝光的海景房负面事件大多是由这些因素导致。

大量以快速回报为目的的房地产企业参与，必然让长期持续回报的旅游地产项目无处容身。低土地成本运作却不能实现高成本的配套，空置率不能得到很好的利用，让威海的部分海景房炒作比较“火”的区域成为“空城”、“鬼城”。而没有足够人气支撑的服务业和旅游业也不能得到良性发展。

如此恶性循环的局面，让了解胶东这些区域的房地产开发企业更加清楚，力求长期现金流和持续的人气积累几无可能，所以快进快出成为了最好的运作方式。于是，遍及全国的销售网络，蚂蚁搬家式的销售模式备受青睐，在北京、上海、南京、哈尔滨、沈阳全国各地城市看到，胶东半岛好多周边区域很多的房地产开发企业在各个城市里都配备销售团队，而且多数以中小中介为依托，传单为手段售卖自己的楼盘。

综上所述，胶东半岛周边区域太多的海景楼盘并不属于所谓的价格洼地，实际上属于低廉的“虚高”，说白了，就是看着很低，其实可以更低„„

三、相对改观但并不

成熟的城市配套

说到“海景房”发展的瓶颈，必须提到这“该死的配套”，在cctv对威海某区域海景房的报道里，配套成为了主要抨击的对象。可以说，除了青岛、烟台、威海的市区有较为成熟的城市配套，炒作较为火爆的区域（龙口、银滩„„）的配套并不成熟，尽管我们的政府多年来一直高喊加大城市配套建设，但是作为城市末梢部分或者非重点发展区域，配套设施建设相对匮乏。即使好多省级旅游度假区，很多楼盘步行10分钟内只有一条公交线路，并且要相隔一个小时一班。

资源和配套才是旅游地产真正的核心价值，海滨城市旅游资源重点源于海，海滨城市对于内陆城市来讲可以说步步是景，旅游资源并不匮乏，但是胶东的旅游资源并没有得到“旅游地产”的充分利用，如何在不破坏资源的情况下进行旅游景观深度打造，形成长期的、可持续发展的景观、物业和旅游产品配套，可以说旅游地产还有很长的路要走。

最后的忠告：海景房，只是一个概念炒作，一个噱头，您真正的选房要求是居住舒适方便为前提，可以肯定的和您说凡是做海景房推广的地方看海景、吃海鲜都不是问题，好多人都是一时冲动买的海景房，结果住起来才发现根本不是那么回事。

人们想买海景房，最早都是去三亚旅游感受南国的风光：大海，沙滩、椰树、海鲜，但是这些都是建立在成熟的市政配套之上，城市的繁华和海景，缺一不可，没有城市的繁华就没有人气，没法正常生活！大家都说丽江好，风景好，环境好，但是没有人愿意在那儿常住，而三亚就有人住，因为三亚是一个城市。

我们都是都市人，习惯了城市的繁华和便捷，如果让你只是单一的回到原生态的环境，谁也受了，您说对吧！！

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！