

从“潘币”事件到组团网上卖房,再到变为“门神”……

潘石屹任志强上演地产界最佳“双簧记”

■ 本报记者 静安

2011年,是房地产界不稳定的一年,当然也是话题最多的一年。而地产大佬任志强和潘石屹这对微博上的“活宝”,从“潘币”事件到组团网上卖房,为互联网制造了源源不断的谈资。

日前,潘石屹和任志强又被设计成两尊门神,摆放在即将开展的中国国际房地产与建筑科技展览会(以下简称“住交会”)场馆门口。

地产界的娱乐明星

提起潘石屹,有人羡慕他与张欣夫妻档搭配的默契,也有人尊重其作为“万通六君子”之一打下房产江湖,更有人佩服他在微博领域的率性真实、自我调侃。

“潘币”事件让他陷入尴尬境地,他却又反转局面化解危机。他关心温州借贷,关心空气质量,也关心校车事故。有业界人士戏称,潘石屹更像个房产界的娱乐明星,总能时不时给大家曝出些“意外”。

营销高手,最牛的不是专做营销的营销人或策划人,而是懂得营销的老板。他们有敏锐的嗅觉,不仅能够把握商机,更善于捕捉一切机会推销自己的产品、服务或品牌。

潘石屹绝对是话题营销王子,其个人言论、形象、表演和作秀技巧在地产领域称得上是无人能及了。他的一举一动就是广告,他自己就是公司代言人。所以,别的地方搞销售,请明星,Soho则会放上一张老潘的大头像,这是明星脸,而且只代表Soho。虽然在2011年中国房地产开发企业500强中Soho排名17位,但在很多民众心中,它绝对是印象中位于前5位的品牌。

目前,潘石屹的微博粉丝已经达790多万,火爆程度可见一斑。时不时来个Soho的动态,其广告效用也相当了得。仔细观察潘石屹的微博,热点评

论较多、与任志强的相互调侃较多、个人动态较多。几乎可以断定,此人达到了人生的两种状态:微博上,微博下,对于潘石屹而言,房产大佬的称谓算不上贴切,因为他自称“已放手”,基本不再管理公司具体事务,然而,他在业界的影响力又难以被忽视,时不时抛出“房价”新论便能引起舆论哗然。

“潘币”遭讽 反赚吆喝

今年10月,受无数人爱戴的乔布斯结束了他传奇的一生,纪念乔布斯成为当时的热点。潘石屹也多次更新微博,向乔布斯致敬。但总体来说,前几条微博没有兴起太大风浪。老潘不满足,决定再试。这种热点如果不搞出点创意来,那就不是潘石屹了。

于是乎,一向语不惊人死不休的他在微博上称,“‘苹果’董事会应该马上做一决定:大量生产1000元人民币以下一部的iPhone手机和iPad,让更多(人)用上‘苹果’,这是对乔布斯最好的纪念。”此言一出,顿时遭遇苹果粉丝的板砖。21分钟后,就有网友评论说,“潘总哪天要也去世了,也请贵公司推出1000元一平方米的房子吧,十几亿人民都会纪念您。”此言一出,网友纷纷转发予以支持,一时间评论无数,潘石屹也被网友戏称为“潘一千”。之后,各大新闻媒体都对该事件进行了报道。很多媒体也都把宝贵的时间给了老潘,老潘没有花一分钱,赚了大把的版面和优质时间段活体广告。

与任志强微博公开斗法

潘石屹和任志强被称作北京地产界最佳“双簧配”,两人关系紧密,却是经常打打嘴仗的一对“欢喜冤家”。前不久,俩人又开始在“理想”这个话题上公开斗法。

潘石屹曾发布一条微博称自己的理想是“在城市里挣钱,挣够了钱,在老家村子东山上放一圈羊,

整天在山上跑,冬天晒太阳,秋天吃在山野的烤毛豆和酸枣。”

此微薄发布两个小时后,被任志强发现,并称潘石屹“侮辱了‘理想’这个词”。但是,潘石屹显然也不是“软柿子”,立即回复道“任总的理想是共产主义,我的理想是放羊,这就是我们俩的差距。一个是天上一个是地上”。任志强当然不会示弱,质疑道“想放羊还进城去挣钱,欺骗大众吧”。对此,潘石屹没有直接回应,却调侃任志强是位不让人想不让人说的“独裁者”。任志强则毫不留情回应道“允许批评是让人充分说的前提”。

在两位地产大佬吵得不亦乐乎的时候,两人的粉丝也加入了战斗的阵营。但是事实上,这早已经不是两位大佬第一次公开斗嘴了。

2010年,任志强失手大望京村一号地的拍卖后,潘石屹调侃任志强是“不是花钱买地,真是花钱买丢人”,任志强则回应说,至少他还在参与,而潘石屹已怕得连参与都不敢了。

尽管两位地产明星经常吵嘴,但是有分析认为两人的屡次争吵不过是情侣间的斗嘴,两人都是地产行业的代言人,利益趋于一致,只是处事方式不同而已。任志强性格耿直、语言犀利,素有“任大炮”之称。民企SOHO老总潘石屹要“狡猾”得多。

“门神”风波疑是二人唱双簧

潘石屹与任志强的斗嘴似乎总有新话题,在微博里,二人的斗嘴给网友们带来了不少欢乐。不久前传出二人组团网上卖房,如今,潘石屹和任志强又被设计成两尊门神,摆放在即将开展的住交会场馆门口。

据了解,住交会在其官方微博上传了两张照片,一张是任志强的门神造型,不过他没有拿潘币,而是扛着一个大炮筒,另一张是两位门神在住交会门口相视而望的远景照。现场图片被发布到微博以后,引来众多网友围观,在短时间内就被转

发了600余次。不少网友表示,这一设计很有创意,噱头十足。有网友称,“任志强经常口出狂言爱放炮,人称任大炮,拿着大炮筒很形象;也有不少网友调侃称,潘石屹富贵的模样不似门神,更像财神。而潘石屹最近设计潘币开自己的玩笑,手持潘币的造型可谓亮瞎了眼,可见设计方是费了心思的。”

如果仅仅是借住交会举行之机拿潘石屹和任志强开个玩笑,还并不能产生如此轰动效果,关键在于住交会的微博发布以后,潘石屹和任志强都在第一时间对此事进行了回复。当天,任志强转发了该微博,并且佯装“一本正经”地说:“已让律师准备起诉状了,并已口头当面正式通知了单大伟(中国住交会秘书长)。”

见此情景,近几个月在网络“口水”中培养出娱乐精神的潘石屹赶紧“劝架”,他回复道:“挺好的,告什么状呢?”没想到,任志强没给这位好友面子,紧接着回复称:“你不要脸了,咱可还想要啊。”一时语塞的潘石屹并没有就此罢休,在当晚7点左右,潘石屹发布了一张任志强卡通门神造型的住交会海报,并称:“谁在欺负任总?”任志强的回复很内涵:“不知道是哪个流氓,大概是与小潘勾结的吧。”

尽管,此次门神风波仍在持续,但记者获悉,其实早在11月30日,潘石屹和任志强的门神造型就已经在微博中曝光了。当时发布微博的网友是一位知名电视台的主持人,他在微博中贴出了两张还未形成的设计图,同时,他还@了任志强和潘石屹,并且得到两人的回复。

设计图被剧透的事,得到了住交会视觉总监赵悦的确认。据此,有不少网友认为潘石屹和任志强其实是在微博里演双簧联合炒作。业内人士透露:任志强和潘石屹总是在微博里演相声忽悠大家,住交会出门神,其实他们早就知道了,住交会也和他们通过气,现在,住交会在举办前一天发这样的微博,炒作痕迹太明显。

39位华商新生代企业家来华研修中国经济

■ 本报记者 毛雯

日前,由中国国务院侨办和中国海外交流协会主办的第十一期华裔新生代企业家中国经济高级研修班在广州暨南大学开班,39名来自18个国家和地区的海外著名侨领、知名企业家的子女,以及希望来华寻求经贸合作的华裔新生代企业家在广州与北京两地进行了为期10天的课程学习。

“中国现在经济发展形势良好,充满机遇,给海外华商提供了广阔的发展空间,越来越多的华裔新生代企业家选择去中国投资兴业。”西班牙东方旅行社总经理徐振海近日对媒体表示。

徐振海告诉记者,目前,西班牙整体经济形势不佳,绝大多数旅西华商的生意也受到一定影响,面对中国良好的经济发展形势,华商投资逐渐向中国转移。“但是如果缺乏对中国政策和文化的了解,很难在竞争中出头,所以,对于长年在海外接受教育的新生代企业家来说,还是应当先对中国市场进行调研。”

此次“研修班”的班长徐氏集团董事长徐仁正来自美国,其家族在美国的主要经营项目涉及商业地产、餐饮、教育、新能源开发等多个领域。“中国的房地产、农业还有清洁能源等方面都很值得企业家关注。大多海外华侨华人企业家倾向于在北京、上海和广州等发达地区投资,但我觉得如今中国的二三线城市发展机会也是非常大的。”据徐仁正介绍,徐氏集团已有一些房地产和风力发电项目落户中国江苏省。

澳大利亚 DEONEHOLDINGS 董事孙华仰

岱则认为,未来的10年里,中国应该是全球企业家最关注的国家之一。“中国有很多资源,包括人力资源、能源等。另外,中国的消费市场巨大,特别是高级奢侈品和保健品等,中国人的消费能力正在不断提高。”

中国国务院侨办经济科技司副司长于晓表示,华裔新生代与中国有文化、血缘上的联系,把目光投向中国是很自然的事情。“中国这些年的发展是整个世界上的一道亮丽的风景线,海外侨胞大多从商,华裔新生代企业家也在寻找商机。如今,中国经济一枝独秀的情况必然对他们有更大的吸引力。”

其实,近年来,不光是华裔新生代企业家回到中国寻找商机,据日本新华侨报网报道,随着中国GDP超过日本,跃居世界第二位,越来越焕发生机和活力的中国经济受到了全世界的关注。中国的人才也成为外国企业争相雇佣的对象,特别是近年来前往中国投资的日本企业,对中国的年轻精英学子尤其青睐。

日本当地媒体报道,很多日本企业都希望能借助中国经济的东风来发展自己,尤其是在人才方面表现突出。很多日企都在积极录用优秀中国大学生。

日本大型商社丰田通商与中国当地企业合资经营的丰田汽车销售店坐落在北京郊外。担任经理的钟迪就是丰田通商8年前在北京录取的人才。3年前,其因表现突出被任命为经理,担负这一4S店的经营工作。

日企的这种选拔录用优秀人才战略不仅仅体现在“即时作战能力”上。在日本利库鲁特公司组织的日企面试会上,一群穿着朴实套装的年

轻人格外引人注目。他们都是来自中国著名大学的应届毕业生。据悉,自2010年开始,日本利库鲁特公司就开始组织这种招聘活动。2011年,有44家日本企业参加招聘活动,这些公司的人事负责人亲自来到中国,对这些学生进行面试。学生们通过重重选拔被录用后,将会前往日本直接进入公司总部任职。

丰田通商也参加了这一活动。面试中,来自北京第二外国语学院日语系的4年级学生黄河表示:“虽然到海外工作可能会比较辛苦,但是人就是要体验各种艰苦环境并学会克服,这样才能让自己更加强大。希望自己能够通过赴日工作获得更好的成长。”

根据统计,2011年参加招聘会的企业数是去年的两倍,而招聘会上录用的人数预计可达到150人。利库鲁特公司海外法人、首席运营官伊藤纯一表示:“全球化人才是企业的共同需要。在应届生中选拔优秀人才是一个很好的途径。今后,这样的趋势将会进一步加强。”

面试结束后,进入确定内定人员的选拔考核阶段。近藤总代表表示,“只在中国和日本进行面试后就确定人选,总觉得不够充分。真应该让应聘的学生在世界各地好好表现表现。”尽管如此,最终还是确定了两名学生。

丰田通商相关负责人将公司的决定告诉了黄河:“我们已经决定录用您,希望您可以入职。”而黄河则表示:“我会更加努力成为国际化人才。感谢贵公司的认可。”从这次招聘会可见,日本企业灵活录用外国人才已经走上正轨。