第一图书网, tushu007.com

<<商道门徒①>>

图书基本信息

书名：<<商道门徒①>>

13位ISBN编号：9787501194117

10位ISBN编号：7501194114

出版时间：2010-11

出版时间：新华

作者：吴淑平

页数：236

字数：156000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

内容概要

吴淑平职场小说“《商道门徒》系列”是一部“后深圳时代”的职场历史画卷。
故事以深圳为大环境，时间跨度长，从上世纪末写起。
前两部的时间跨越八、九年，整个系列小说的时间跨度长达几十年，是一部见证深圳发展的职场史。
《商道门徒1》和《商道门徒2》以房地产业为背景，兼顾其他行业。
故事描写吴孤鹤等年轻才俊在深圳、北京房地产行业的奋斗经历和创业经历。
主人公的职场沉浮、商战博弈、纯美爱情和创业经历，充满励志、谋略和哲学，体现当代人的职场之争、职场之道、职场人的人性特点，是一部真实、残酷的现实主义长篇系列小说。

作者简介

吴淑平，著名作家，中国作协会员，现任某时尚杂志总编。
生于福建，定居深圳。
著有《商道门徒1》、《商道门徒2》、《连锁风云》、《商情水浒》、《中国单身女性调查》等10余部畅销书。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

自序第一章第二章第三章第四章第五章第六章第七章第八章后记

章节摘录

大多数楼盘一封顶就销售，以前有的房子一动工就销售。
在未入住前，房子的真实面积对业主来说，绝对是个未知数。
这也就给我们发展商创造了发财的机会，这其实在行内已成公开的“秘密”。
打面积的主意，还有其他方法和技巧。
这个楼盘，尚总在公布面积的时候，就找过我和大汉、望月、销售部经理、策划部经理商量秘密。
尚总告诉策划部经理和销售部经理，在对外宣传和接到客户的时候，要先夸大建筑面积，然后再“按套内面积计价”。
具体做法是，利用格式合同中某些不太严谨的“漏洞”，在销售过程中以建筑面积作宣传，销售作价时故意“胀大”房子的建筑面积，以便压低“单价”吸引买家，而到签订合同时，又以“套内面积作价”，提高单价。
到办房产证实测面积时，建筑面积出现大误差，便对“缩水”的“建筑面积”“按合同约定”，按规定，不必赔偿业主损失。
尚总还交代他们，对大户型要故意“先缩小再膨胀”。
对一些大面积户型，在销售时故意将面积说小一些，降低整套价格吸引买家。
等到实测时，再把面积还原。
当然，这个面积差额必须巧妙地控制在国家有关法律规定的3%误差内。
一套250平方米的房子为例，买家到最后就得多掏六七平方米的钱，是个不小的数目。
既然签合同了，百分之百的买家都会掏这笔钱。
有一个绝对隐私，我们做得很巧妙，几乎所有的买家都忽略了：楼盘宣传资料上，每个户型都列有建筑面积和实用面积，销售人员以均价“每平方米多少元起”作宣传，吸引买家，内部认购时签的认购书也列明了每套房子的建筑面积和总价。
但到签合同的时候，售楼员就告诉“准业主”说，所有房子一律“按套计价”，以合同价格为每套的最终价格，不管日后实测面积有没有出入，发展商不退不赔也不会要求业主多交钱。
这看起来似乎是一个避免日后面积纠纷麻烦的约定，实质上注定发展商赢的一场赌博。
因为一方在明处，一方在暗处。
其实，更巧妙的是，我们还可以在“公摊面积”上做文章。
就是按“建筑面积作价”的房子，在面积上能做的文章也不少。
通常商品房面积都由两部分组成，一是“套内面积”，二是“公摊面积”。

媒体关注与评论

吴淑平的《商道门徒》系列小说，整体看大气而沧桑，细节看又细腻而深刻。它反映的是改革开放中期以来的“后深圳时代”的职场现状，既有传统的小说审美艺术，又有独特的“实用主义”手法——他开创了小说除语言艺术与故事趣味外，还融入了能让读者学到的知识：职场管理、商战谋略和情场艺术。

小说描写深圳一群年轻人的奋斗经历与创业经历，他们的磨练、沉浮与博弈，读起来逼真得如林临境，很有质感。

——虹影写于北京

编辑推荐

吴淑平职场小说“商道系列”第一部。
你若渴了，水就是天堂　　你若痛了，麻醉就是天堂　　你若爱了，生和死都是天堂

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com