

富二代更愿被称“企业家二代”

中国高校传媒联盟学生记者近日走访了数所高校，走近大学生“富二代”，发现他们在人前的光鲜背后，却有不被人理解的压力和无奈。

“我们有被父母规划好的人生”

就读于北京一所高校的王鑫外表很普通，说话也很低调，只是不经意间抬手露出的劳力士手表暴露了他的“富二代”身份。王鑫的父亲是家族企业继承人，总资产大约有6000万元，母亲则在一家公司当销售总监。

对于社会给“富二代”贴的众多标签，王鑫表示并不认同。在王鑫看来，“富二代”有太多的苦衷：

“我家家教很严，成绩要好，修养要好，还要跟着爸妈去各种场合应酬，深夜回家来赶作业。我已经帮我爸打理很多事情了，今天下午没课，别人都在打游戏、睡觉、跟女朋

友玩，可是我再过半个小时就要回公司看文件。”

不只王鑫，南京理工大学的刘欢欢对“富二代”的苦衷同样深有感触。

王鑫的父亲希望王鑫今后能够接管自己的企业。对于这种安排，王鑫感到无能为力，同时还透露出对普通人的羡慕。

“富二代”家长对孩子的人生规划，从教育一直延续到事业。

出于自我保护，大多数校园里的“富二代”对待感情有颇多顾虑。

在北京一所高校就读的刘思是典型的“富二代”，他穿着高中校服一样的运动服，架着一副厚厚的眼镜，看起来比校园里最普通的人还普通。

“花钱谈恋爱”的阴影在刘思心里挥之不去，害怕“根本感受不到正常的感情”。在生活上，住宿舍，吃食堂，每个月的开销就1000元左右。

对于更多“富二代”来说，家庭的压力使他们在感情问题上身不由己。

但并不是所有的“富二代”都难以找到自己想要的感情。南京某高校大三学生赵一在感情问题上比较

自去年以来，被称为“衔着金汤匙出生”的“富二代”们伴随着质疑进入了公众视野。“不求上进”、“追求享受”、“炫富”等标签一时间似乎成了“富二代”的同义词。

今年两会期间，全国政协委员张茵的一句“不要歧视富二代”将公众的视线再一次拉到“富二代”这一特殊群体。

幸运。在女朋友婷婷看来，他除了比较大方，和普通人并没有什么区别。

“我们更希望被称为企业家二代”

赵一去年与两名同班男生合伙，在江阴注册了一家传媒公司，注

册资金共10万元，他出1.5万元，其他两个人分别出5万元和3.5万元。

公司主要经营项目是校园广告。目前，所有的方案都已准备就绪，只需要校方点头，他们就可以立即操作。“我们目前在跟校方谈判，交换条件是为他们免费登载校园信息。”赵一说这些话的时候显得很成熟，俨然一个“生意人”。

赵一强调，其他两人的钱都是向父母要的，而他的钱，有5000元是自己的“私房钱”，另1万元“是向妈妈借的”，并且在今年初把赚了钱的股票抛出去，还给母亲了。

入股这家传媒公司，赵一则是看准了这次实践的机会。创业是他的人生规划，他打算毕业以后先去银行，熟悉银行内部的金融体系，全面地了解创业环境和经济形势，打通人脉。这阶段的创业是今后的铺垫。

“我知道，现在社会上的很多人都感觉‘富二代’是不思进取的一代，包括我父亲也这么说。”说这话的时候，他的表情严肃起来，“我经常会反驳他。时势造英雄，我相信，当社会需要的时候，当责任和使命



落到我们肩上的时候，总会有人站出来，创造自己的价值。”

在担负社会责任的道路上，赵一似乎真的并不是独行者。

“社会不应该对我们有偏见。我们无法选择地出生在这样的家庭，我们也像优秀的同龄人那样，懂得自己努力进取。与其叫我们‘富二代’，不如叫我们‘企业家二代’，我们继承的不仅仅是金钱，更是家族企业的责任。”刘思说。

（摘自《中国青年报》）



尽管谷歌（Google）想低调处理退出中国内地一事，但谷歌中国业务发展和团队稳定性还是不可避免地受到了巨大影响。

近日，百度方面对《第一财经日报》证实，谷歌原中国工程研究院副院长王劲已加盟百度，担任技术副总裁。而猎头公司范德招聘首席人力分析师赵成龙近日则表示，目前谷歌中国的员工还处在一个相对稳

研发高管跳槽百度 代理商悄然易帜 谷歌“退出中国”效应放大

定的状况，销售和市场人员基本变动不大，但一些美国公司和国内顶尖互联网企业还是将挖角目光对准了谷歌中国研发人员。

“比如 Facebook 就积极从谷歌中国挖人，在谷歌宣布退出中国的消息后，就有五六名研发人员已经离职或正在办离职手续。”赵成龙说。

其实谷歌中国业务所面临的尴尬并不只是人员流失，更大问题来自于市场份额的直线下滑。

中国行业网站战略联盟秘书长

苏道德指出，目前国内中小网站来自谷歌的流量份额基本维持在15%左右，在1、2月份时，这一数字还是35%。相反，百度的搜索流量份额却飙升至75%，相比之前50%的占有率增长不少。

谷歌中国搜索流量份额的迅速下滑，也直接影响了谷歌在中国的广告代理商的信心。“新增谷歌客户收入同比已下滑两成，这两个月基本都维持在这一水平。”一家谷歌中国代理商透露，目前中国互联网搜索市场还是呈现“大者恒大”的局

面，腾讯搜搜的份额和收入虽然有所增长，但增速并不快。

上述代理商同时表示，自从谷歌宣布退出中国内地后，就没有进一步的消息，估计谷歌想淡化这一举动对市场的影响。但实际上，谷歌这一想法可能很难如愿以偿。在宣布退出中国内地后，谷歌中国的合作伙伴中有的马上停止了与其合作，有的则计划停止合作。

中国移动、中国联通、阿里巴巴、新浪、天涯、TOM 在线等都是谷歌在中国的重要合作伙伴。其中

中国联通立即停止了与谷歌的合作，而有媒体称，新浪和天涯也已决定终止与谷歌的合作。TOM 在线母公司 TOM 集团也发表声明，在合约期满后，已从门户网站上移除了谷歌的搜索服务。

“来自合作伙伴的流量占谷歌中国总流量近四成。”易观国际分析师李智指出，谷歌最近下滑的流量主要就是这一部分，而流量变化将直接影响谷歌在华的收入，其中影响最大的应是中小企业推广收入。

（摘自《第一财经日报》孙燕颢

A 组：凤姐、芙蓉姐姐、天仙 MM、最美清洁工、最美售楼小姐……

B 组：逍遥宝贝、五粮液、索爱手机、王老吉、长丰汽车……

在一个很“牛”的网络营销策划眼中，A、B 两组词汇，可以风马牛不相及，亦可心心相印、相知恨晚。

正当网络上刮起“信凤姐，得自信”的旋风时，突然有网络推手宣称对凤姐负责。

凤姐背后的产业链

网络推手，也称网络营销策划师，隶属网络营销界。他们的工作是通过互联网对目标个人、企业或产品进行网络营销推广。

凤姐的网络推手，自称“首席网络营销策划机构”。

2007 年 9 月，孙建业、冯瑞等人成立首席，其网站宣称客户包括中国移动、淘宝网等知名企业。

冯瑞告诉记者：“首席服务过的机构数量已经过百，每单业务收费都在五位数，主要是客户直接洽谈业务，也包括传统公关公司的外包业务。”

中移动、淘宝网这些巨擘怎么和凤姐“消费到一块了呢”？原来，网络营销公司遵循一个共同的成长流

程。在创业初期，几个网络推手会设计一个争议事件或人物，通过集中策划、网络发布，使之知名度蹿升成为热门网络话题，进而嫁接客户品牌、产品宣传，最后再宣称对此负责推广公司知名度。随着公司成长，个人炒作业务将逐渐减少，企业业务将逐渐增多，最终发展到成熟期，即纯企业业务层面的网络公关公司。

首席貌似正是一家从创业初期到成熟期过渡的网络营销公司。事实上，成功的个人炒作不仅能给网络营销公司带来知名度，也能带来不菲收益。冯瑞表示，个人炒作业务按照个人资质收取相关费用，诸如凤姐这样的资质，起步价 50 万元。

不过，凤姐是没有钱的。那么，

凤姐征婚又是为了什么？

2009 年末的一天，罗玉凤通过首席网站联系上孙建业，希望炒作出名。孙看中罗身上具有的“弱势群体”、“相貌平平”等要素，如果配合“高调自信”加以炒作，其威力绝不亚于业内已经声名显赫的芙蓉姐姐。于是，孙等人为罗量身打造了前述的高调征婚。

为了让故事更加可信，首席以 1~2 万元/人的代价雇佣了三名演员，分别扮演罗玉凤的“闺蜜”、“前男友”、“现男友”，上演一出“三角恋”，很快就诱骗来了江苏电视台《人间》剧组……冯瑞表示，《人间》起初是不明真相的，但是后来大家都不希望这是假的了。

传统媒体需要高关注度获得企业广告主青睐，而凤姐征婚恰恰能够吸引关注。同时，随着网络几何级传播，凤姐身价也将以几何级增长。

冯瑞说，凤姐的出场费现在已经高达 10 万元，与首席五五分成——这绝对不是一个普通收银员的收益。更重要的是，凤姐很快获得某快消品企业注意，邀请其代言，但中间发生纰漏，他们与凤姐也分道扬镳。不过，从互联网上留下的痕迹来看，凤姐依然拿到了企业代言。

凤姐征婚让首席着实火了一把。不过，孙等人还仅仅是网络营销界的“徒弟辈”，而且，凤姐征婚的商业解读似乎还有另外一个版本。

（摘自《商界》陆斌 / 文）



《经理日报·财富情报文摘》征订通知

开启商业智慧与商业操手的传媒高地 获取创富信息与创富精典的全新平台

该《文摘》周刊是目前国内单独邮发，唯一一张集财经焦点、财富聚典、商业精典、创富名典、理财智典，融百姓经济生活化、知识化、趣味性和实用性于一体的财富文摘总汇。

报纸为对开 12 版。本周刊宗旨：关注百姓创业、理财、创富故事；关注百姓创业、致富、理财之道。内容包括有头版焦点、精典观察、环球商道、车市生活、理财智典、收藏精典、股市风云、楼市投资、财富聚典、古今商趣、商业精典、创富智典等版面。

咨询电话：028—87369123 87319500 13980425008

《经理日报·财富情报文摘》编辑部 2010 年 4 月 24 日

“房产税新政”宜尽速决断

如何用税收政策平抑房价，在“物业税”、“住房保有税”和“住房特别消费税”之间，最有可能的就是“房产特别消费税”。

除了严厉的信贷政策之外，国务院 10 号文的另一大亮点，是指令财政部和税务总局“加快研究制订引导个人合理住房消费和调节个人房产收益的税收政策”。

如何用税收政策平抑房价，目前最具代表性的有三个版本：一是认为将试点“物业税”；二是认为会是“住房保有税”，最近关于京、沪、深、渝四个城市将试点房产税的传闻就是明证；三是“住房特别消费税”，近日，有媒体报道：“个人住宅消费税试点正式批复，重庆上海成首批试点。”

其实，就当下而言，房产税不管以什么形式来征收，其使命主要是“灭火”的功能远大于完善整个房产税收体系。也就是说，无论出台任何房产税收政策，眼下首先是能够抑制投机。

循此逻辑，首先可以肯定的是，热炒数年的物业税出台的可能性不大。目前要出台物业税，一是针对性不强，并不能打击投机，二是征收的条件并不具备，三是如何处理物业税与土地出让金的关系，现在仍然没有定论。在这种情况下，物业税并非明智选择。

最有可能的就是重庆的“房产特别消费税”了。这个税，虽然也需要对消费税条例进行修改，但修改的权限在国务院，无需通过人大等法律程序；而且，之前有“燃油税”改革的经验，直接通过增设征收项目和提高税率即可，就程序而言，是最简单易行的。而且，从目前重庆“房产特别消费税”的要点看：一是对价格高、面积大的高档住宅进行征收；二是对购买二套以上住房的行为征收。既可以抑制住房的高消费，打击投机，又可以引导开发商调整商品房供应结构，似能起到一石二鸟的作用。

要强调的是，对于房产税和特别消费税的征收，无需采用试点的方式，就目前来看，不仅一线城市房地产泡沫严重，就是二线三线城市，都开始蔓延，只在一个城市试点，一方面起不到打击投机的作用，因为资金可以流动到其他城市去，另一方面，试点给了高房价继续上涨的时间和空间，有可能使政策的威力大打折扣。

所以应尽快出台全国性的房产税和特别消费税方案，各个地方可以选择，只征其一，针对二套以上住房和高档住宅进行征收，并根据全国征收的效果决定最终选哪个税种，这无疑安全而又有效的选择。

（摘自《新京报》马光远 / 文）

国内外公开发行
国内统一刊号：CN51——0098
邮发代号：61——85
第 105 期 总第 6531 期
2010 年 4 月 24 日 星期六
庚寅年 三月十一

【一个阶层的「声音」】

