

生涯

孙正平



27.我仍然清晰地记得那一激动人心的时刻——中国女排的逆转之战——雅典奥运会上的女排决赛,是我整个解说生涯中最荡气回肠的比赛之一。在雅典的和平友谊体育馆,中国女排面对高大的俄罗斯女排,展现出了超水平的技术和能量,她们先失两局,然后连扳三局,以3比2夺取了中国奥运代表团的第31枚金牌,这也是中国女排在1984年洛杉矶奥运会夺冠以来第二次摘取奥运会女排的金牌。

直到现在,我仍然清晰地记得那一激动人心的时刻。那场比赛在北京的深夜进行,但仍然吸引了数以亿计的观众观看。这场比赛是一场经典战役的比赛——波折、困难、坚持、逆转,直至最终的胜利,充分展现了人们记忆之中女排姑娘的顽强和坚韧不屈。

中国女排输掉前两局,第一局是28比30,第二局是25比27,都在毫厘之间。这本来非常影响情绪,但中国女排却表现得更加坚韧,她们以25比20、25比13连扳两局,最后在决胜局中15比12取胜。最后一球,张越红在四号位一记重扣得分,身穿红衣的姑娘们在球场上高举双臂,开心地奔跑,犹如昨日重现,成为了我和所有观众心目中永远不会抹去的记忆。

那场比赛,我特别邀请了中国女排历史上最伟大的明星,也是中国女排的前任主教练郎平来到我们在雅典的演播室,做我的解说顾问。赛前我给郎平打电话,邀请她来新闻中心和我一起做转播时,郎平本来有些犹豫,她开玩笑说:“孙老师,你总不能剥夺了我在现场见证中国女排重夺奥运冠军的权利啊。”我说:“你在现场见证我们重夺奥运冠军当然很重要,但在这样的比赛当中,让全国观众能够听到你精辟的分析和精彩的讲解,让他们和你一起回忆当初中国女排五连冠的岁月和见证今天的辉煌,我觉得也许更重要。希望你能接受我们的邀请。”听了这番话,郎平略一思虑,慨然应允,第二天下午,她应约出现在IBC。这一仗的影像和声

音将被永远留存,其中也包括郎平精辟的评说。

胜利之后,郎平也感慨唏嘘,又想起了当年自己率队赢得奥运会冠军的动人时刻。我也很感慨,不但感慨中国女排20年一轮回,重夺奥运冠军,更感慨我从2002年世界锦标赛起见证中国女排从谷底到峰顶这两年经历的艰难。中国女排在这两年中的轨迹和成就,是世界体育历史上罕见的大逆转。

故事得从2002年在德国的世锦赛说起。当时中国女排的实力足以冲击前三,但为了在淘汰赛中避开强大的俄罗斯队,主教练陈忠和最后和教练组研究作出决定,在对希腊和韩国队的比赛中连续派出所有替补球员出场,结果分别以1比3和0比3失利,导致荷兰队和俄罗斯队相遇。在德国赛场上,中国女排的让球事件造成了极坏的影响。很多人本来对东方女孩印象很好,但在那之后,中国女排招致了众怒,包括在比赛中裁判员的判罚上,也都开始不利于中国女排。最终我们败给意大利队,没能拿到任何一块奖牌,意大利队最终夺取了冠军。

在中国国内,让球也激起了巨大风波。陈忠和与中国女排所做的一切,本来是合理地利用规则,但问题在于,中国女排始终是中国体育的一面旗帜,是很多人年少时的梦想,是一个时代的国家偶像。她们的形象如此光辉,因此必须在所有的比赛中团结奋战,众志成城。但她们却在国际大赛中故意输球,违反了体育精神,也扭曲了人们心中对中国女排的认知。

在当时的环境下,所有媒体都在言辞激烈地批评中国女排。在德国世界杯的转播中,我的解说顾问是中央人民广播电台的记者王延辉。他对我说:“孙正,我有点想法,想在转播中说一说。”我仍然秉承着我一贯遵循的原则,明确地告诉他:“不行,你想说的都是你个人的想法。你可能有道理,但在中央电视台的转播中这么说,你就会起到放大器的作用。也许你在电台的节目里可以这么说,但在这儿不可以,否则咱们就没有办法合作了。”

自德国归来,中国女排遭遇领导的严厉批评,整个排球管理中心压力极大,主教练陈忠和几乎下课。

11.死者是个外国人

邓伟在院子角落里招呼方木:“这边。”还没走近,方木就闻到了一股刺鼻的气味,这是一个用碎砖、木板和树皮搭成的猪圈。猪圈里的情形一览无余:里面的烂泥足有半尺厚,到处散落着猪食。尽管看起来卧在烂泥里的那个家伙纹丝不动、浑身黑乎乎

的,方木还是肯定那是一个人。方木抬起手,声音低哑地问:“那是……谁?”邓伟没有回答他,而是递给方木一个物证袋,里面有一个沾满污泥的、打开的证件。右上角,一个金发碧眼的白人男性咧着嘴笑着。托马斯·吉尔,美国国籍,青大公共外语部。

死者是个外国人,就像邓伟说的,事情大了。方木猛地抬起头,四处环视,似乎在寻找着什么。邓伟知道他在找什么,又递过一个物证袋,里面是一块手表,同样污秽不堪,时间正好停在下午5时5分5秒上。

两个穿着雨靴的警察跳进猪圈,费力地把尸体抬出来,放在院子中央的一块塑料布上。死者身高1.75米左右,全身糊满烂泥。法医一边戴上手套,一边皱着眉头说,“邓伟,你先忙你的,这个样子,”他指指尸体,“估计得验一阵子。”邓伟点点头,带着方木走进了屋子。穿过乱七八糟的摆放着炊具和农具的堂屋,他们进了里屋。里屋同样灯火通明。一个干瘦的农民模样的人老实实在地坐在屋角的小板凳上。两个警察坐在炕沿上,中间的小炕桌上摆着询问笔录。

见邓伟进来,两个警察停止了询问,站了起来,屋角的农民也赶忙站了起来。邓伟伸手拿起了笔录,翻了几页,对仍然紧张地站着的农民说:“把你刚才的话,再说一遍。”报案人说:“我那个败家媳妇昨天下午跟我干了一仗,回了娘家。我在小卖店打了一下午扑克,傍晚5点多钟热了一锅猪食。喂猪的时候,我寻思省电,就没开灯,可是我查来查去觉得不对,我家只有4头猪啊,圈里怎么有5头?我拿棍子捅捅它,也不动弹。后来我拿手电一照,我的妈啊,那是个人啊!我就报警了。”

方木突然灵光一闪,转头面向邓伟,急

切地说:“上起案件中,那具尸体听的那张CD呢?”邓伟很自然地回答:“在局里。怎么了?”话音未落,方木已经抬脚往外走了:“回去,拿那张CD!”

邓伟一路拉着警笛,风驰电掣般地赶回市局。半小时后,那台CD机摆在了方木和邓伟面前。方木打开CD机,戴好耳机,一声不吭地听音乐。邓伟点燃一根烟,坐在方木面前静静地看着他。方木一首一首地听,不时在纸上记录着什么。终于,他在一首歌上停了很长时间,反复听了几遍后,他在纸上飞快地写了一行字,然后在那行字上重重地画了个圈。邓伟忙凑过去:Helter Skelter。

“惊慌失措?什么意思?”邓伟不解地问。方木慢慢地摘下耳机,邓伟注意到他的手在微微地颤抖。“查理·梅森。”方木的声音低哑。这个名字邓伟似乎听过,而且隐约记得是个什么邪教组织的头领。他与这起杀人案有什么关系呢?

“查理·梅森是美国20世纪60年代末著名的邪教组织‘梅森之家’的头子,他宣称自己受到一首披头士歌曲《Helter Skelter》的启发,发动了一场末日战争。目的是杀死白人,然后引发黑人与白人之间的阶级战争。第一批受害者就是犹太裔导演波兰斯基的家人,除了波兰斯基之外,他的老婆和另外4个人都被杀了。这首歌,”方木指指那台CD机,“就是专辑《Revolution9》中的一首单曲《Helter Skelter》。”

邓伟目瞪口呆地听着,好半天才开口问道:“你的意思是,凶手在模仿查理·梅森的犯罪?”“是的。”方木低声说,“因为历史上有好多连环杀手都曾经在杀死被害人后,采取某种方式来羞辱被害人,最典型的就是查理·梅森。而且我隐约记得他的罪行缘于一首摇滚乐。所以,我推测第四起案件中的CD里一定有这首歌。”方木疲惫地靠在椅子上,“果真没错。”邓伟沉吟了一下:“那前几起案件,会不会也是模仿其他人的作案手法呢?”“有这种可能。不过我不能确定。”方木站了起来,“我得回去查查资料,你也赶快回现场,所有的异常特征都要记录下来。也许,会有第六起案件的预示。”



心理罪

雷米

2007年盘点之价格篇

金海马：将平价精品进行到底

2007年,你做了些什么?对于每个市场中求生存、求发展的企业来说,这是一份不容回避的试卷。在这份试卷里,你能得多少分?

2007年是宏观调控的一年,是房地产陷入低迷的一年,是家具业受影响冲击的一年。然而,金海马在2007年的表现,却引起极大关注。

保持竞争力内核,坚持时尚、优质、平价的大众化消费理念;先进的管理体系带动整体服务质量的提升;新一轮发展战略巩固庞大的市场网络。——三大战略,保证了金海马2007年续写辉煌。

2007年终盘点,让我们一起回眸。

平价 切中百姓需要

虽然宏观调控产生了巨大的冲击,但楼市依然保持着高价位,普通工薪族倾其一生积蓄,勉强购得一套新房,还要花上不菲的代价用于装修和买家具,确实是件难以企及的事情。追求高品位生活是每个人梦寐以求的,谁不想在新家中拥有品质好、款式新、品牌响的好家具呢?金海马熟谙其中道理,为符合大众化消费水平和市场环境,满足广大普通消费者的需求,始终保持走平价精品路线。进沪十三年时间内,金海马取得了巨大的成功,创造了一个又一个的行业奇迹,受到广大消费者异乎寻常的热烈欢迎,“金海马现象”也成为业内人士所津津乐道的一个热门话题。在今天的上海家具业市场,不管是普通民众或者是业内人士,几乎没有不知道金海马“平价实惠,产品大众”销售策略的。

精品 提升质量品位

“平价,也能买精品”,这是金海马

大力倡导的口号。在金海马家具的营业厅中,您会看到各类家具产品一应俱全,不乏许多知名品牌的家具,红苹果、斯林百兰、卡兰蒂诺、思乐、欧亚……一个个人们耳熟能详的名称,带来爱不释手的最新款家具。这些好家具背后的平价价格使消费者更加动心。同样的品牌,同样的款式,只要花上更少的钱就可享用。

由于今年房产市场的低迷给家具市场造成较大影响,不少企业面对危机或偷工减料、或猛砸广告。面对这样的竞争态势,金海马在坚持平价的同时,强调“品质决胜”,推出行业洗牌战略,将不良企业挤出市场,杜绝不良的市场行为,还消费者一个干净的市场。他们深深懂得,家具的最广大消费者是老百姓,让老百姓“买得开心,用得放心”方是成功之道。

平价,也能买到精品,这在其他地方似乎很难做到,金海马不仅做到了,而且

做得越来越出色,成为其核心竞争力。

优惠 源于成本控制

金海马之所以能够推出众多平价产品,并不是降低其品位档次或者生产质量,而是在通过严格控制成本来取得的。首先是采购成本的控制。在采购成本上,金海马确定了每年都要降低成本的目标,办法很简单,就是不断扩大采购量。金海马集团现在的合作供应商达3000多家,深入供应商企业内部,帮助供应商改善采购和生产流程。通过这些简单有效的办法,金海马把握住低价的重要平衡点——规模效益,并步入大规模平价销售的良性循环。

其次是运营成本的控制。金海马采用ERP系统,对库存、分销、物流、财务、人力资源等进行了统一规划,随时了解各环节

真实情况,从而控制并降低运营成本。

最后,便是营销成本的控制,为减少送货成本和保证质量,金海马建立了统一配货中心,利用整体的配货中心队伍进行集中统一送货。

此外,金海马仓储式的经营模式,也是其可以做到全场平价的重要原因。将商场装修的费用留作对消费者的让利空间,但经营的产品却在质量和品位上一点都不比装修豪华的商场逊色。

多元 “静中求变” 应挑战

金海马今年的发展,用“静中求变”一词来形容恰当不过。所谓“静”,那就是他的价格一直都是面向“大众化”,以平抑市场价格为己任是金海马的一个宗旨,也是其成功的重要因素。然而在新时期,新的发展阶段,随着城市化发展速度提高,现代都市消费人群结构和偏好发生巨大的变化,金海马的“大众化”整体市场定位也相应扩大内涵,赋予新的内容。

新世纪,年轻化的都市白领将成为家具消费市场的主力。2007年,金海马果断地做出调整,将更多的注意力投入这部分市场,引进更多中、高档次家具品牌,提供更多时尚和个性化产品。为坚持多元化、差异化的市场定位,完善产品结构、丰富产品品种,金海马的骨干精英们作了大量的工作,皇朝家私、红苹果等多家高档品牌家具生产商已经与金海马展开积极合作。

在新的发展阶段,金海马传统的平价优势仍将延续。在金海马,不仅可以用平价买到个性化的产品,还可以享受多层次的服务。金海马希望消费者不仅知道它是价格的强手,同时也是时尚和个性化的先驱。

