

潘金莲的职场情话 经济学的妖艳读本

精彩演绎现代版《金瓶梅词话》

# 爱情经济学

成君忆◎著

本土财经畅销书作者成君忆转型之作



中信出版社  
CHINA CITIC PRESS

# 爱情经济学

成君忆◎著

中信出版社  
CHINA CITIC PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

爱情经济学 / 成君忆著. —北京: 中信出版社, 2008.10

ISBN 978-7-5086-1247-8

I. 爱… II. 成… III. 企业管理: 质量管理—通俗读物 IV. F273.2-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 100392 号

爱情经济学

AIQING JINGJIXUE

---

著 者: 成君忆

插 图: 郑 菊 华 攀

策 划 者: 中信出版社策划中心

出 版 者: 中信出版股份有限公司 (北京市朝阳区和平街十三区 35 号煤炭大厦 邮编 100013)

经 销 者: 中信联合发行有限责任公司

承 印 者: 北京诚信伟业印刷有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16 印 张: 12.75 字 数: 180 千字

版 次: 2008 年 10 月第 1 版 印 次: 2008 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5086-1247-8/F·1399

定 价: 28.00 元

---

版权所有 · 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。

服务热线: 010-84264000

<http://www.publish.citic.com>

服务传真: 010-84264033

E-mail: [sales@citicpub.com](mailto:sales@citicpub.com)

[author@citicpub.com](mailto:author@citicpub.com)

# 代序

---

听成君忆先生讲课是一件很享受的事情。他是一位有着作家气质的学者，也是一位有着学者风格的作家，这样的双重身份使得他比其他的学者更懂人性，也比其他的作家更务实。在引人入胜的讲学中，他对于文化、对于历史、对于管理学的那些思想，像烛火一样闪烁着，令人为之惊动而生反省之心。在管理咨询与培训行业，他无疑是一个独特的存在。尽管人们并不一定认同他，却很愿意带着自己的耳朵，跟随他度过一段意犹未尽的学习时光。

有人形容成君忆先生的治学特点是左手人文、右手财经。问于成君忆先生，他却自称是一位文学青年。但他这位文学青年，却在我们这个经济学社会里开创了一个流派，名之为“管理文学”。所谓“管理文学”，包括两个定义：第一，用文学的方式研究管理；第二，用文学的方式诠释管理。比起他的讲学，他的写作似乎更有成就。在中国，在海外，在管理学领域，他的那些富有文学才情的作品已经引起了人们广泛的注意。

他的一系列“管理文学”作品包括：

1. 《水煮三国》：第一次以大话式的语言风格，开创了管理文学的写作流派。
2. 《孙悟空是个好员工》：第一次全新解读中国古典文学名著《西游记》所描述的四种人物性格，展现了《西游记》科学而又富有人文色彩的管理心理学体系。
3. 《渔夫与管理学》：第一次以解读小说（海明威的《老人与海》）中的人物命运为主线，深刻揭示了人性与管理学之间的隐秘关系。
4. 《像园丁那样管理》：第一次以超越经济学的文化视野，旗帜鲜明地表白了

作者的管理主张。

5.《管理三国志》：第一次以文化比较研究的方式解析备受争议的历史案例，提出了一系列贴有成君忆标签的管理学理念，标志着他在管理思想上的成熟。

6.《爱情经济学》：第一次以文学性的故事结构，精彩纷呈地演绎了美女潘金莲在我们这个经济学社会所遭遇的诸多人生与管理难题，令人为之观止，为之感叹。

在这些作品中，《水煮三国》是用文学的方式诠释管理的开山之作。那种大话式的语言文字，一经推出，立即风靡国内外，形成一种有趣的“水煮”现象。直到现在，《水煮三国》已经“高烧不退”地畅销了5个年头，成了中国本土经管类图书的经典。

比起《水煮三国》，成君忆先生似乎更喜欢他的《管理三国志》。这是一部用文学的方式研究管理的著作。事实上，《管理三国志》最初是成君忆先生系列讲座的题目，而后根据讲学的课件和录音资料整理成书，读者可以从字里行间看到他紧皱的眉头、沉思的神态和舒心的微笑。我与成君忆先生的情谊，也得自于那一段陪伴他讲学的经历。我甚至以为，《管理三国志》称得上是一次管理学的革命，因为它改变了以往人们从经济学的路径研究管理的惯例。

《管理三国志》是一个很受欢迎的讲座，但它成书以后，却没有形成《水煮三国》当年那样的热潮。追究其中的原委，大约是因为两部作品的风格差异所致吧？《水煮三国》是一种轻松的调侃，《管理三国志》却是一种严肃的说教，相比较而言，后者显然不如前者那样讨好读者。感叹之余，成君忆先生的脸上又重新浮现出当年那种颇具嘲弄意味的微笑，于是就有了眼前这部《爱情经济学》。

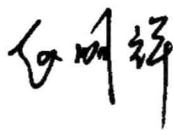
《爱情经济学》脱胎于中国古典文学名著《金瓶梅词话》，书中的人物故事，也能与《金瓶梅词话》一一对应起来。农家少女潘彩妮化身为白领丽人潘金莲，天宝医药保健品公司的老板廖天宝自比为西门庆，从杜春梅身上可以看到庞春梅的性格，从吴玥身上可以发现吴月娘的影子，从何田田身上也能找到李瓶儿的印象……成君忆先生通过一种魔鬼附身的写作方式，让明朝万历年间的那些《金瓶梅词话》人物，在400年之后的现代社会又重新活跃起来。

我以为，《爱情经济学》兼有《水煮三国》与《管理三国志》的妙处，既有《水煮三国》的阅读快感，也暗含着《管理三国志》的批判精神。它的语言甚至比《水煮三国》更辛辣、更幽默、更具有文学的美感，以至于可以当做段子，通

过手机短信发送的方式与朋友们分享。它的故事情节也比《水煮三国》更完整、更精彩、更具有可读性，使得我们这些商场中人、职场中人、情场中人，有一种身临其境的幻觉。尤其是以美女潘金莲（农家少女潘彩妮）为第一人称的叙述，简直让人如啖美味，回味悠长。而作者的用意，只是为了告诉人们：经济学里面只有智商，却没有爱情、忠诚与信义。直到故事讲完，在作品的后记部分，成君忆先生这才收起他那半是悲悯、半是嘲弄的微笑，重新露出了《管理三国志》的机锋。

和成君忆先生一样，我也在管理咨询与培训行业里浸染多年。成君忆先生之所见，亦是我之所闻。但成君忆先生的见识与创造力，却令我敬佩不已。经由成君忆先生的讲学与写作，一些跟人性有关的真相，正在被他说明。

成君忆先生对读者们说过，他需要的不是粉丝，而是朋友。作为成君忆先生的朋友，我很高兴在这里为他作序，并衷心祝愿他拥有更多的知音级的朋友。



赵明辉，经理人管理顾问有限公司总经理

2008年3月2日于深圳

# 目 录

---

## 代序 /VII

### 第一章 我的个人品牌 /1

在这个商业社会，无论男女，只要你想要出人头地，你就需要一个吸引人们眼球的品牌。

### 第二章 知名度与美誉度 /9

潘金莲之所以臭名昭著，是因为她的品牌美誉度过低造成的。我现在要做的，就是要设法将她的低美誉度转化成高美誉度。

### 第三章 商业时代的包装艺术 /19

我走在人群中，像一条美人鱼似的被男人们的目光垂钓，也像芳香四溢的鱼饵似的垂钓着男人们的目光。

### 第四章 品牌与情色文化 /29

所谓品牌，其实就是一种情色文化。所谓市场营销，其实就是以品牌之色，动顾客之情。品牌之色越是炫目，就越是能够感动顾客的情怀。顾客的情怀越是感动，就越是愿意为购买品牌付出代价。

### 第五章 选择目标顾客 /39

我终于想通了，世上既然有了潘金莲，就应该出现一个西门庆。原来爱情也是一场市场营销，那个风流而多财的西门大官人，却正是潘金莲的目标顾客。

### 第六章 爱情经济学 /49

所谓“窈窕淑女，君子好逑”，窈窕指的是品牌的形象，淑女指的是品牌的质量，若非“窈窕淑女”，哪里来得“君子好逑”？所以说，爱情也是市场经济，执行的是优胜劣汰的交易原则。

### 第七章 挨光计 /59

我像饥渴已久的禾苗一样遭遇到爱情的甘霖。在意乱情迷之中，廖天宝开始了他的前戏。他很懂得爱抚女人……我只觉得“轰”的一声，浑身像烟火一样飞了起来……

### 第八章 人性本能 /69

廖天宝说：“人之初，性本能。作为商人，我的任务就是研究人性的本能，并且利用这些人性的本能来赚钱。”

### 第九章 爱情证书 /79

我忽然发现公司里很多女人都有廖天宝的爱情证书。在附近一所大学的校园商店里，也有空白的爱情证书出售。这些爱情证书的文字与格式，显然都是来自我的创意。

### 第十章 职场跳槽定律 /89

跳槽是一种理想，职场是一种现实。正如爱情是一种理想，婚姻是一种现实。

## 第十一章 从美人鱼到美女蛇 /99

对于女人而言，蛇也是一位邪恶的老师。所以，女人与蛇，似乎是一种青出于蓝而胜于蓝的师生关系。以至于有人怀疑，女人很可能是由蛇类进化而来的。

## 第十二章 荤段子与广告艺术 /107

如果说品牌是一位盛装的美女，那么广告就是她抛的媚眼。

## 第十三章 点石成金的品牌魔法 /119

人性最大的弱点就在于人们需要爱。当我们用爱的名义去“娱乐”他们的时候，他们就会傻乎乎地奉献出自己的钱袋。

## 第十四章 领导力的奥秘 /131

“什么是领导力呢？”羊凤城说，“所谓领导力，就是领导者忽悠员工的能力。”

## 第十五章 忽悠决定成败 /141

谈到市场营销，有人说品牌决定成败，有人说渠道决定成败，也有人说质量决定成败。现在我终于明白了，决定成败的真正因素其实是忽悠的能力。从品牌到渠道，从员工到顾客，每一个细节都应该充满令人感动的忽悠。而我现在所指挥的，就是这样一场忽悠大战。

## 第十六章 贵妃醉酒的故事 /151

酒这个东西，看起来像杯清水，喝起来有点辣嘴，晕起来感觉挺美，走起来迈不开腿，吐起来像个脏鬼，睡醒了直叫后悔。但现在我要的就是感觉挺美，不管以后是否后悔。

## 第十七章 值得与不值得 /161

杜春梅说：“在恋爱中，你的愚蠢指数与爱情成正比。正如在职场上，你的愚蠢指数与职业道德成正比。”是啊，是啊，我的智商并不差，为什么要心甘情愿地做一个愚蠢的女人呢？

## 第十八章 那是一种时尚的妖媚 /173

我像一个自欺欺人的女巫，一面自圆其说地玩弄着爱情经济学的诡计，一面却迷茫于神秘莫测的命运。

## 后记 /185

## 第一章 我的个人品牌

在这个商业社会，无论男女，只要你想要出人头地，你就需要一个吸引人们眼球的品牌。

李树说：“当某人说他是一个男人时，那就意味着他与世界之间有了麻烦。

当某人说她是一个女人时，那就意味着她与男人之间有了麻烦。”

不幸的是，我恰好就是这样一个女人。

李树是一个很有观察力的人。他常常奇怪地看着我，警告我说：“你为什么总是强调自己是个女人，而且是一个美丽的女人呢？你的这种性别意识和身份意识会让你走向厄运的。”

我莫名其妙地反问他：“为什么啊？”

李树回答说：“你读过唐朝诗人白居易的《长恨歌》吗？诗人极言杨贵妃之美，说她是‘天生丽质难自弃’。可是，杨贵妃的命运却是那样令人感叹。你难道就没有一点触动吗？”

我不是很有学问，但白居易的《长恨歌》我还是读过的。“天生丽质难自弃”的意思，大约是说，杨贵妃是一位天造的佳人，太漂亮了，漂亮得不好意思了，想让给别人，可惜让不出去。“天生丽质难自弃”，可谓是形容美女之美的绝妙好句。

李树就不这么理解。他解释说，“天生丽质难自弃”，是说杨贵妃把自己的美貌看做是一种资本，既然天生丽质，就舍不得让它浪费，她要用它换取更大的利益。所以，杨贵妃“天生丽质难自弃”的用心，其实是为了实现“一朝选在君王侧”的目的——她的美貌深深地打动了唐明皇，换来了一场举世瞩目的爱情。

我觉得李树的解释也很有道理。几年以前，我曾经在一家房地产公司做文员，经常听老板王可留先生谈到“以人为本”的管理学理念。王老板说，所谓“以人为本”，就是“以人为资本”。如果你有才华，你的才华就是资本。如果你年轻，你的时间就是资本。如果你健康，你的身体就是资本。每个人都在用他自

己做资本，去换取他梦寐以求的成功。对于一个老板而言，他和他所占有的员工都是用来换取成功的资本。邮递员经常给王老板送来一本人力资源管理的专业杂志，刊名就是《人力资本》。我想，既然“以人为资本”的观念如此风行，那么，杨贵妃以美貌为资本去换取她与一位皇帝的爱情，就不应该是什么遭人非议的事情。

可是，一丝嘲笑浮现在李树的嘴角，说：“你也是这样一个天生丽质难自弃的女人！”

我感到颇有些愤怒，回答他说：“天生丽质难自弃难道错了吗？天生丽质是上天对我的眷顾，既然上天给了我这样美丽的容颜，我为什么要浪费它呢？”

李树冷笑着反唇相讥：“天生丽质诚然是上天对美女们的眷顾，红颜薄命不也是上天对美女们的眷顾吗？请注意，杨贵妃天生丽质难自弃的结局，不是‘一朝选在君王侧’，而是‘宛转蛾眉马前死’；不是华清池的温柔缱绻，而是马嵬坡的血泪横流。”

我弄不懂天生丽质与红颜薄命之间有怎样的因果关系，但我却非常羡慕杨贵妃与唐明皇之间那种“在天愿作比翼鸟，在地愿为连理枝”的爱情。作为另一个女人，作为另一个美艳不可方物的女人，我的唐明皇又在哪里呢？

男人好色，女人爱美。像杨贵妃这样天生丽质的女人，不仅为男人们津津乐道，也为女人们艳羡不已。所谓“女为悦己者容”，为了吸引男人们的眼球，那些资质平庸的女人只好疯狂地爱上了化妆和美容。

喔，化妆！喔，美容！那些都是一个女人的必修课。包装自己，让自己变得漂亮起来，就像商场里的高档商品一样璀璨夺目。

“包装自己，让自己成为一个品牌。”在一本杂志上，一个名叫玛莎的女人如是说。她说得太好了！毫无疑问，我就应该成为这样的品牌女人！

什么是品牌呢？据说，品牌一词来源于古挪威语“brandr”，意思是“烙印”，它非常形象地表达了品牌的含义——如何在消费者心目中留下烙印。

所有的女人都争奇斗艳，但只有像杨贵妃这样漂亮而有个性女人，才能在男人心目中留下烙印。不仅要漂亮，而且要漂亮得有个性，才能成为一个有品牌的女人，才能成为男人们爱慕、女人们羡慕的品牌女人。

岂止是女人需要品牌，在这个商业社会，无论男女，只要你想要出人头地，

你就需要一个吸引人们眼球的品牌。所以，亲爱的读者，请不要像李树那样笑话我。对于职场上的你而言，你与老板之间的关系，就像女人与男人之间的关系一样复杂。

从身体构造上看，你是一个男人。可是，当你去人才市场求职，你就会像女人一样明眸善睐，为的就是博取那些招聘主管的好感。等到有一天，你进入公司，也会像女人一样搔首弄姿，为的就是赢得同事们的喝彩和老板的注意。因此，如何打造自己的个人品牌，就成了你追求职场成功的关键问题。

你愿意默默无闻地活着吗？如果不愿意，那么对于在职场上奋斗的你而言，建立个人品牌是一件具有战略意义的举措。职场犹如情场，情场犹如商场，商场犹如战场，一旦你成功地建立了自己的个人品牌，你就会像情场上那些名媛淑女一样流光溢彩，像商场里那些高档商品一样璀璨夺目，受到上司的青睐，在职场上平步青云。

你需要个人品牌，而不仅仅是工作能力。每年都会有那么多经验丰富的员工失去他们的工作，为什么？因为他们缺乏个人品牌，使得他们的名字无法在职场上闪光。

对于那些职业经理人而言，他们的个人品牌甚至可以像霓虹灯一样美化公司的公众形象。中国人常常会谈到杰克·韦尔奇，因为他的光芒，通用电气公司的股票就能够获得投资者的追捧；也会谈到郭思达，因为他的光芒，可口可乐公司的股票就能够实现持续性的升值。

如果你不愿意上班，想成为一个创业者，那么你就得像那些璀璨夺目的商品一样去讨好你的市场。如果你没有足够的资本，那么你还得像那些名媛淑女一样去吸引别人给你的风险投资。作为一个创业者，你就是公司，公司就是你的个人品牌。

在难以捉摸的市场面前，无论你的真实性别如何，其实你都是一个女人，你得把自己打扮得漂亮一些，然后把自己嫁出去。

作为一个女人，我深深地知道，建立个人品牌是一门赢得喜爱的艺术。就像女人们是男人的市场一样，男人们也是女人的市场。在这个红男绿女、色彩斑斓、人声鼎沸、变化万千的市场里面，如何赢得那种一见钟情的喜爱，已经是非常困难的事情。想要保持那种一如既往的喜爱，则更是难上加难。所以，你必须

利用自己的个人品牌，在市场的喧嚣声中脱颖而出。

如何建立自己的个人品牌呢？首先你要理解自己的价值和潜在价值，评估这些价值和潜在价值在市场上的各种机会，然后在市场上给自己一个定位——在那个位置上，去设计你的品牌标志，去展示你的品牌个性。

是的，你应该有自己的品牌个性。没有个性的品牌是平庸的品牌，而所谓品牌个性，则意味着某种无与伦比的价值。你所应该做的，就是在市场上给自己一个定位，然后通过你的品牌标志，让自己的品牌个性闪闪发光。

我也要让让自己的品牌个性闪闪发光。那么，我的品牌价值又在哪里呢？我是一个女人，一个漂亮而又性感的女人。漂亮、性感，就是我的品牌个性，这些品牌个性让我能够轻而易举地赢得男人的喜爱。我现在需要的，是一个让品牌个性闪闪发光的标志系统——人们通常把它们叫做 VI（Visual Identity，企业视觉设计）。

喔，我的 VI！我要开始设计我的 VI！我的人生将从此焕发出全新的色彩！

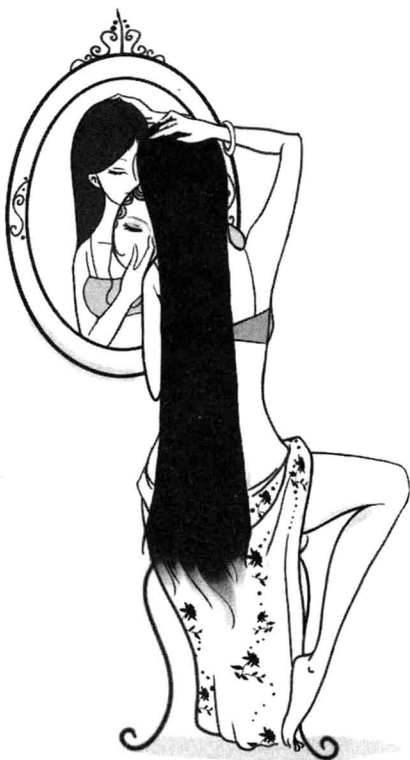
MBA 的教科书上说，品牌标志由品牌名称、产品外形和包装艺术构成。对于一个女人来说，所谓品牌名称，就是她的芳名；所谓产品外形，就是她的身材；所谓包装艺术，就是她的穿着打扮。

忘了告诉你，我的名字叫潘彩妮，听上去像一个喜欢幻想的乡下丫头。既然我要开始设计我的 VI，那么我就需要一个新的名字作为我的品牌名称，一个好听的品牌名称，一个与品牌个性相匹配的品牌名称。简单地说，我要重新取一个名字，为了实施一个女人的品牌战略。

中国历史上出现过很多有品牌的男人，却很少出现有品牌的女人。算来算去，大约也只有被称为四大古典美女的西施、王昭君、貂蝉和杨贵妃。谈到西施，人们就会想起她在江南采莲，在水边浣纱的情景；谈到王昭君，人们就会想起她抱着琵琶出塞的神情和漫天飞舞的白雪；谈到貂蝉，人们就会想起她的美人计；谈到杨贵妃，人们则会想起国画中的贵妃出浴与京剧中的贵妃醉酒。西施的品牌个性是伶俐可爱，王昭君的品牌个性是庄重典雅，貂蝉的品牌个性是深沉而有智慧，杨贵妃的品牌个性则是漂亮和性感。我以为，在她们中间只有杨贵妃才算得上真正有女人味的女人。

除了她们之外，还有谁？

我要利用潘金莲的品牌效应，  
借壳上市。



潘金莲！

潘金莲——另一种类型的漂亮！另一种类型的性感！与杨贵妃的丰满有所不同，潘金莲的漂亮、性感似乎是从她的骨子里散发出来的气质。因为一部《水浒传》，因为一部《金瓶梅词话》（以下行文方便简称《金瓶梅》），她被人们骂成荡妇。可是，无论人们怎样骂她，她的漂亮和性感，依然像郁金香的芬芳一样，让男人们魂牵梦绕，无法忘怀。

是的，我把潘金莲比喻成郁金香。如果说四大古典美女是中国国产的花卉，那么，潘金莲似乎是一个特别的花卉品种。好像郁金香一样，我怀疑她是一种外来的花卉。她与中国那种温文尔雅的传统文化无关，她不是一个陈旧的历史碎片，她好像就生活在我们中间，生活在这个多姿多彩的商业社会。

因为潘金莲，我特意去研究过郁金香。郁金香原产于土耳其，16世纪传入欧洲，被人们看做是植物中的钻石，非常珍贵，只有贵族才能消费得起。更有甚者，它曾经引发了荷兰历史上郁金香交易的狂潮，并因此将荷兰拖入财政危机。直到今天，在世界上许多地方，郁金香都被看做是爱情的宣言，是一种为完美爱情所奉献的礼物。

不同颜色的郁金香象征着不同的爱情意义。红色郁金香象征着难以拒绝的爱情。紫色郁金香象征着爱情的忠贞与高贵。黄色郁金香则象征着对爱情的绝望。还有杂色的郁金香，象征着美丽的眼睛。专家们说，郁金香有很好的保健功效，既可以解除眼睛的疲劳，又能够消除情绪的烦躁。但专家们同时又警告说，郁金香的芬芳中含有毒碱，不可以久闻。

潘金莲，不就是这样一株艳丽迷人的郁金香吗？

忽然，我有了一个灵感，我要使用潘金莲的名字，利用潘金莲的品牌效应，“借壳上市”。

我把我的决定告诉了李树，简直把他吓坏了。他正在喝茶，吓得他一口茶水从鼻子中喷了出来。然后，他瞪大了双眼看着我，叫了起来：“你怎么可以这样！你怎么可以这样！当你使用潘金莲这个名字的时候，不仅是在给自己的名声抹黑，也表示你从此将会像那个荡妇一样，变得恬不知耻。还有你的丈夫，还有我，你把我们都当成什么人啦？”

说实在话，李树是一个好人。无论他怎么骂我，我都愿意接受。但是，他并不理解我，他和我的价值观存在着太大的差异。我们经常在一起谈话，可总是谈