



以至于有些原本不打牌的也开始苦练牌技，因为公关需要陪领导打“业务牌”，间接送礼刚刚好。

一些本来不喝酒的也练起了“肝量”，58度白酒一口闷，饭局之后KTV、酒吧耍起接着喝，实在难受大不了事后打吊针上能量药保肝护肝。

衡阳得天独厚的吃喝玩乐资源，为商界土豪们进行关系运作提供了方便快捷、就地取材的“工作站”。

跟土豪朋友打交道要有耐心，很多时候这头电话打过去，那头要么“歌声飞湘江”，要么“麻将声连天”，然后就是“喂喂喂”的断了。

遇上有心的老板。会发个小信息过来：

“正在陪领导，忙完再联系。不好意思。”

如此这番往往要错过几回才能碰上面，虽然大家是朋友，但谁让自己不是领导呢，可以理解。

经年累月，长此以往，土豪老板们有多少不是自己把自己的肚子搞大，甚至严重到“三高一低”的？

徐特立老先生说：

“身体是革命的本钱”。

同理，身体也是创业的第一本钱，为了关系“舍命陪君子”，拿身体来换。

如果把眼光放长远一点，这到底是赚了还是亏了？

02

二是盲目跟风缺乏远见卓识。

无论是“直销”、“跨界”、“民间金融”、“互联网金融”还是“大众创业，万众创新”、“互联网+”“直播电商”等新事物吹到雁城的时候，很多衡阳老板和老百姓都把持不住，不分实际情况的盲目跟风上马，结果很多都成了炮灰。

君不见2014年前后，衡阳一夜之间呼啦啦冒出不下100家小额贷款或过桥资金服务的民间金融机构，一些隐藏在暗处的曾经的“高利贷”也开始披着“民间金融”的外衣合法化了。

但如今，还有多少家是存活下来不关门大吉的？



脑洗多了，就容易“发烧”，看不起自己原来所擅长的行业或领域。

动不动就说跨界、资本运作和新三板，好大喜功，鸡血膨胀，本末倒置，全然不顾企业的实际情况和已经暴露的危机。

这很危险。

03

四是品牌竞争意识淡漠依旧。

在衡阳，跟某些老板说品牌，就像说“天书”“弹琴”。

时至今日，很多企业都不注重品牌建设，即使有，也只是形式上的“装饰”。

老刀有朋友在北上深广杭做品牌策划设计做得风生水起的，单个标志起家都在数万以上，VI全套则通常在几十万左右。

问其为何不到衡阳等三线城市来开分公司或加盟？

答案是否定的。

诸如衡阳这样的内陆地区级城市，从来不缺有钱的土豪，但鲜有人对品牌高价买单。

因为在他们眼里，“关系就是一切”，什么品牌不品牌的，不管品牌为何物也照样赚钱。

虽然，衡阳也不乏对品牌有深刻见解和与之相配的创意能力的专业人士，但几乎没有人能在本土打开一片天地，有几把刷子又无羁绊的，大都去一线城市发展了。

因为价格低，坚持留下来的也很难为了客户全力以赴拿出最高质量的作品，在“价格战”中“吃不饱，饿不死”维持现状，实为本土知识成果贬值与智业创意人无效折腾之双重悲哀。

“管中窥豹，一叶知秋”，本土智业人的最直接的服务对象就是土豪老板，所以智业服务也是一面镜子，从很大程度上折射出土豪朋友们与真正的企业家之间还隔着一层厚厚的品牌障碍。



这样的典型例子在衡阳的各行各业几乎都或多或少的存在，“黔之驴”式的企业不是不倒，而是时候未到。

也许有人说，企业倒闭了，土豪老板私人肯定赚到了。

未必，资不抵债、跳楼逃跑，甚至被政府带走的还少吗？

企业倒闭或苟延残喘，个人“中饱私囊”还能安全落地的当然也有，但这样的企业

对衡阳商界生态环境自杀式的破坏、对衡阳政治生态环境推波助澜式的腐败、对八九零后、00后创业者的负面样板影响有多大，你知道吗？

这样的企业和土豪越多，“工农商贸科”就越被其拖后腿，城市经济良性发展就越没有希望，腐败与作秀就会再次大行其道，人们“务实、向善、求真、扬正、树美”的风气就会消失殆尽，那将是这个社会的悲哀。

所以，一味务虚的企业，再回头时，恐怕已找不到来时的路，更是有毒的“示范”。

05

其次是衡阳的投资兴业的生态大环境还有待大大改善，这是外因。

早在上世纪80年代前后，曾有不少粤商来衡阳投资兴业，算是改革开放以来衡阳招商引资的第一批外商，就连老雁城宾馆和璇宫的早茶也因粤商的光顾火爆雁城。

但那时的“雁过拔毛”不是一般的流行，财大气粗、不善“政商”运作的粤商大多高高兴兴的来，毛秃秃的铩羽而归。

此种拔毛行为，当时对衡阳的负面影响比更早的“火车好坐，衡阳难过”有过之而无不及，很可惜。

粤商在衡阳几乎以“牺牲”的代价消失了，衡阳投资环境才开始在一定程度上得到整治和改善，后来也才有了浙商、温商、闽商、徽商和苏商等外商的到来。

