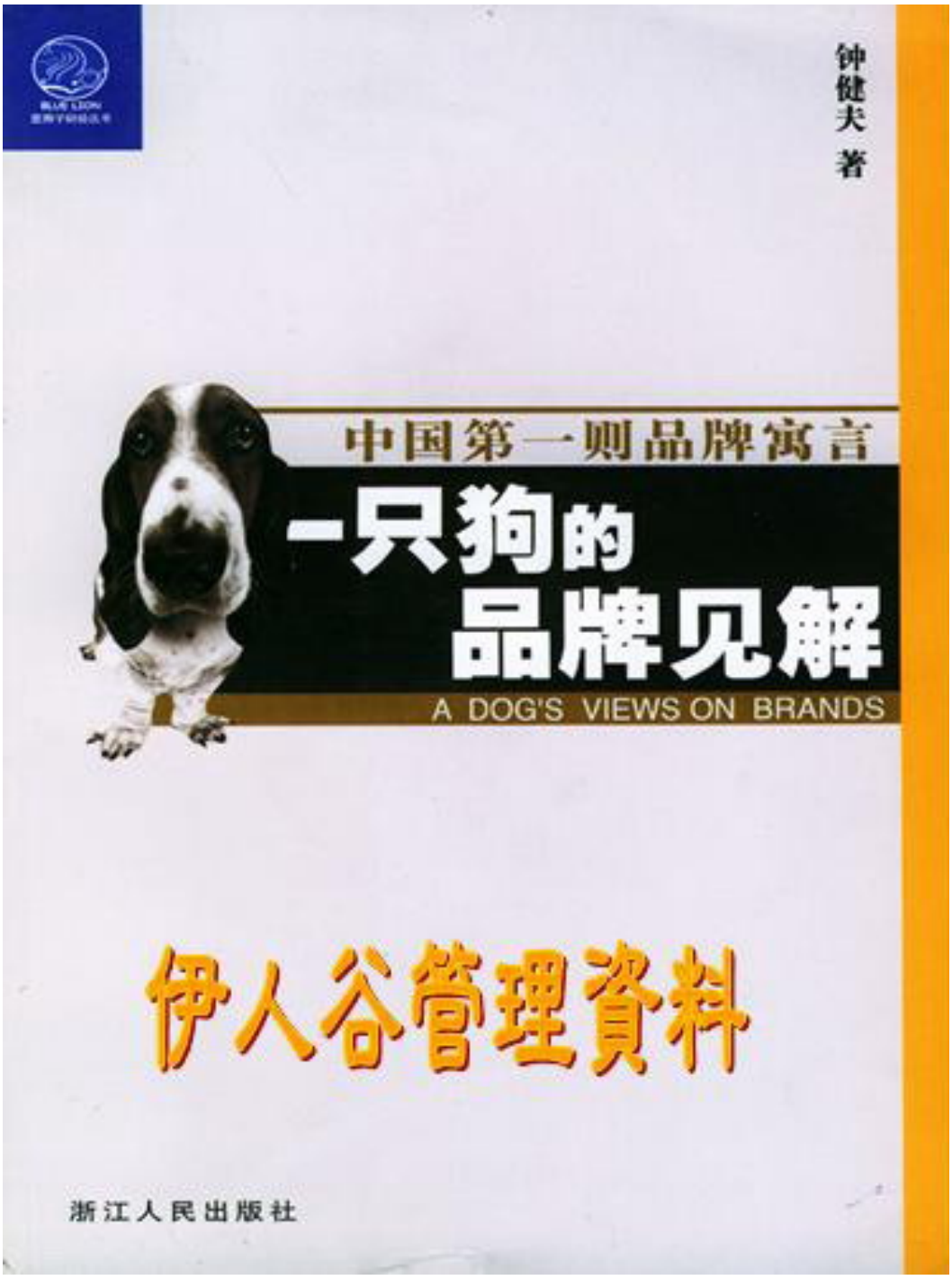
《一只小狗的品牌见解》


钟健夫 著
中国第一则品牌寓言
一只狗的品牌见解
A DOG'S VIEWS ON BRANDS
伊人谷管理資料
浙江人民出版社

目 录

目 录 1
序 2
引子：科学狂人的狗产品 4
品牌专家波比和鲁鲁 7
好产品斗不过好品牌 15
品牌就是信誉 19
不能识别就不是品牌 22
失败的品牌不能认同 24
难道我们连狗都不如吗？ 27
品牌是一种风格 30
行为决定你的品牌风格 33
品牌的驯狗理论 36
产品不是品牌 39
不注册，就不是品牌 42
抢注狗品牌 45
追踪狗产品的人 48
一个狗品牌的电视节目 51
做大品牌最安全 54
狗日记中的企业文化 57
女模特的狗品牌 60
一只狗的品牌竞争 63
品牌扩张的神话 67
为美女出卖狗友 70
品牌扩张的陷阱 73
一只狗的知识再造 76
一只狗的品牌课程 78
单一品牌战略的优劣 82
狗主意妙解企业困境 85
一只狗的明星生活 88
一只狗的品牌官司 90
无法识别的狗产品 95
两只狗的品牌论战 99
多品牌战略的优劣 102
家族品牌战略的优劣 106
核心品牌战略的优劣 112
康采恩与托马斯的品牌战略 117
一个狗法庭的最后审判 120

序

我最近受到刺激，受到很大刺激，因为一本畅销书。其实这是一本很卡通的书，名叫《谁动了我的奶酪》，自称世界销量第一，全球销量2 千册。听说国内有些单位，人手一册，还是公家卖来发给大家的学习的，像学习中央文件一样。我能不受刺激吗？

我专门到书店卖了一本，翻了一下，觉得像童话故事，不是成人读物，竟然很畅销。我自认为完全有能力写这种励志式的培训读物，但过去认为不值得写，太卡通、太没价值了。上回《穷爸爸富爸爸》一书畅销，我还参加了中央电视台与作者面对面的《对话》节目，也是深受刺激，但这回不一样。过去我认为自己的写作风格比较通俗，读者比较喜欢，否则就不会有这么多报刊来约稿了，现在——这块感觉良好的“奶酪”没有了，我认为自己写得太高深，太脱离读者了。我必须使用一套更通俗的写法，让天下的读者——不管男女老幼人人都喜欢。我能做到吗？

这样我就要对自己的能力进行盘点。对图书市场来说，我认为自己的能力过剩，而不是太少。我在多种专业有比较系统的知识，有近十年的实战经验，也写过获将小说，只可惜过去我认为一定写出伟大的作品，深刻的作品，最后却忽视了自己的许多平凡而实用的能力。这跟家电市场完全一样，高端产品技术含量太高，价格自然下不来，低端产品技术含量低，价格便宜，适合大众购买，才成了主流市场。其实我并不需拿自己最“高端的才能”来卖，普通老百姓也不要，不如将自己最平凡的才能，认真包装一下出售，比如写一些像《谁动了我的奶酪》这样通俗作品，肯定很好卖。

所以我准备写一本书，名叫《一只狗的品牌见解》。这只狗不是别人，就是我自己的另一个化身。我属狗，我儿子也属狗，我要用狗的眼光来看企业品牌策略，发誓要将高深莫测的东西卡通化，不信没有市场。这只狗懒惰，怕死，爱出风头，而且好色，毛病一大堆，但是喜欢独立思考，且有良好的直觉。它跟主人成了一对著名的品牌咨询专家。他们形影不离，每见客户，主人和狗都在一起。你完全可以想像得到，一只狗正儿八经地列席咨询会议，大家聆听狗主意的可笑情景。狗的见解常常比主人高明，但它不会说人话，你想让它讲出自己的创意很难，它只会说：汪！复杂一点的是：汪！汪！更复杂的是：汪！汪！汪！

但那些听过它的品牌见解的老板，总是很有收获，不是令企业起死回生，便在市场上占据主动。有客户见这狗比它主人高明多了，便想将它拐走。办法当然在很多。因为这狗有许多毛病，比如好色，漂亮的女客户来了，它就兴奋得不得了，创意如潮。你弄一条小母狗来诱惑它，它就跟你走。问题是它不说人话，需要有人来翻译，同样是“汪”一声，普通人听的只是狗叫，他的主人却能听出高明的见解。所以你拐它走没用，除非你懂得狗语。

有老板见这狗如此聪明，想高价聘它为企业顾问，经常听听狗主意，但你聘请狗就得将他的主人一齐聘请过来，这样代价太高。有人想，这狗主人可能故作高深，其实自己明白的很，却偏偏利用狗来说话，演狗秀，扮狗托，蒙人！也有人去请动物专家来，破译狗语，编了一本狗言词典，发现狗的见解真的比它主人高明。这只狗自然成了大明星，上那都有人请它演讲，弄出许多故事，闹出许多笑话。后来一位IT 奇才发明了狗声传译器，在它汪一声的同时，机器就能翻译成人类的语言。结果狗主人失业了，没什么事干，只好做狗的仆人。

这只聪明的狗很快就要跟大家见面了，也许就在下一期。

[返回目录]

引子：科学狂人的狗产品

阿道比先生座右铭：不存在病态基因，凡基因皆有功用。

阿道比先生是一个疯狂的科学家，国籍不明。他有一颗硕大无比的脑袋，金色的长发刺猬一样向外散开，看起来就像一只雄狮。在这个雄狮般的脑袋中，装满了世界上最奇特、最疯狂的创意，这些创意最终导致他的行为怪诞，世人无法理喻。

他是全球几位顶尖级的基因和克隆技术专家之一。

本书的主角沙皮狗波比和品牌专家鲁鲁先生，就是阿道比先生制造出来的。可以这么说，实验室是波比和鲁鲁的母亲，阿道比先生就是他们的父亲。

阿道比先生至少上过三次太空，每一次都是做他的离奇实验。他曾陪同一对新婚夫妇上了太空，在那里举办人类第一次太空婚礼，新婚夫妇被双双送入太空洞房，赤裸裸地在失重状态下交配。阿道比先生录下所有细节，比坊间流行的璩美凤VCD 更诱人窥看。但阿道比先生绝不是一个下流的科学家，他研究的是，地球毁灭之后人类在太空中如何繁衍的重大问题。

比如，你全家人要“出球”——阿道比先生对应“出国”创造的新名词，迁移到某个遥远的星球上生存，路途大远了，你还没到目的地就可能死了，所以你得先在飞船上生儿育女，你死在飞船上不要紧，但你的后代最终能到达目的地。如果你在失重状态不能交配成功，到了目的地整个飞船就会变成一副巨型棺材，只有尸体而没有任何生命。

阿道比先生的奇思异想实在太多，实验经费非常短缺。为了将各种离奇古怪的实验做下去，他总是不择手段地弄钱。

他将举行太空婚礼那对夫妇的录像COPY 一千份，买给超级富豪观赏。看完太空婚礼录相之后，许多超级富豪解囊相助。有的超级富豪身体过度肥胖，心血来潮，迫切希望亲身体验失重状态下的性生活。他们非常乐意赞助阿道比先生的研究，但有一个附加条件，就是将自己和情人送上太空。

阿道比先生无意中开创了一门太空生意。他与旅游公司合作，开发了太空夫妻度假项目，为许多肥胖夫妻找到了幸福的天堂——特别是日本柔道运动员。当然，阿道比先生更感兴趣的，是失重状态下怀孕的妇女，她们的儿女是真正意义上的太空人。

阿道比先生的研究不仅具有先锋的实验性，同时还能产生巨大的经济效

益。一家跨国公司已经请阿道比先生研制出一批生产人奶的奶牛，使许多妇女从漫长的哺育期中彻底解放出来，女性主义者为此给了阿道比先生极高的荣誉。这些牛奶，不，这些人奶同时制成了奶粉，使人吃人不仅成为可能，而且吃得非常科学和文明。投资本者为此获得了可观的经济效益。

阿道比先生是第一个研究“猪人”的科学家。这种“猪人”看起来像一只普通的猪，但身上却流淌着人类的血液，当然是万能的O 型，结果许多医院都设立了标准猪圈，因为“猪人”吃的是饲料，却能为病人源源不断地输血。国际红十会给他颁发了金质奖章，理由是他为第三世界国家的医疗事业做出巨大贡献。据说美国有一支数量庞大的“猪人”部队，属后勤编制，为世界各地的美军提供血液。

阿道比先生将波比和鲁鲁制造出来，显然是另一个收益更为可观的经营项目。但投资者并不告诉阿道比先生企业的经营目标，只告诉他最终产品的特性，比如，一只具有人类基因的狗，或者是一个具有狗类基因的人，他们应有超越普通人和普通狗的智慧，并且一定要接受良好的教育等等，最重要的一点是，波比应有强烈的繁殖本能。

阿道比先生接到订单一看，虽然实验时间长一些，但经费多得吓人，也就毫不犹豫地干起来了。

阿道比先生不是那种为钱而研究的科学家，而是真正为创意、为科学而研究的科学家。所以他在研究中总是加入了许多自己突然想到的项目。比如，对导致高血压、精神病和哮喘之类的所谓病态基因，他认为是有用处的，不能随意将它消灭。凡基因皆有功用，这是阿道比先生的座右铭。

阿道比先生曾经组织过一个“国际人体环境监测团”，完全不用仪器而是用人类的身体来监测环境。创意来源于人类的过敏体质。有的人对青霉素过敏，有的人对花粉过敏，有的人对油漆过敏，有的人对蟑螂过敏……阿道比先生相信这是由基因决定的，并且深信，直接用这些具有过敏的人体来监测环境，比用任何仪器更直观、更真实、更接近监测环境的目的。

他发现，导致空气污染的物质大约为100 种，这样他就组织了100 个分别对100 种污染物质极度过敏的人，成立了人类历史上第一个人体环境监测团。监测团成员的入团条件十分苛刻，他们必须一闻到空气中的过敏物质，立即出现呼吸困难，如果不进行抢救，很快就会丧命。因此，这些人主要是严重的哮喘病患者。实际上，人体环境监测团后面总是跟随一支医疗队，看见某个人发现某种污染物质——也就是呼吸困难时，必须立即组织抢救。

“国际人体环境监测团”从联合国总部的所在地美国出发，计划监测10 个国家，结果没有走出美国就宣告失败。出发仪式还没有搞完，已经发现有3 个人呼吸困难，之后每走1 公里就有5 个人倒下，很快100 个监测团成员便有60 人病倒了。要命的是，有一次由于发现了太多的污染物质——突然20 个成员呼吸困难，急救的氧化瓶一时供应不上，4 位人体监测团成员不幸以身殉职。

尽管阿道比先生为死者在当地建立了纪念碑，举行隆重追悼大会，表示永

远怀念这些为人类的环保工作献出生命的人，但他仍然遭受强烈的批评。许多专家认为，过敏基因是一种病态基因，没有什么价值，应当通过建立法律，禁止这些具有病态的过敏基因的人生育后代；而阿道比先生则是一个杀人凶手，明知空气中的污染物质对某些人有极度危险，却要这些人去送死。

阿道比先生做出自己的辩解。他说这些人的死亡恰好证明了所谓病态基因的价值。人类的生存环境正在日益恶化，基因为适应环境做出了积极的变态反应：一方面，用死亡来警告人们应当尽快改善环境；另一方面，有的变态的过敏基因最后会有超强适应力，当人类碰到突然灾难时，具有这些基因的人可能存活下来，从而为人类的延续做出贡献。而那些具有正常、稳定、对环境变化毫无反应的基因的人，碰到环境的突变则可能全部死光。

投资者发现了商业价值，他们与阿道比先生合作，利用“国际人体环境监测团”的名义，请监测团成员参观商业度假胜地，结果因为没有一个人病倒，从而证明自己开发的是一片没有任何污染的“人间仙境”。

波比和鲁鲁，也是阿道比先生研制的一种特殊的基因产品，目前正处在中试阶段。

投资者让阿道比先生故意露个破绽，让他们从实验中逃出去，看看他们在真实的环境中如何生存。而波比和鲁鲁自己还不知道呢。

波比不说人话，只能说狗语，所以它离不开鲁鲁。鲁鲁脑壳上被装入电脑芯片，不断发出嘀嘀的讯号，就像放入都市丛林中的活标本，阿道比先生派人拿一根天线，随时跟踪监视。

[返回目录]

品牌专家波比和鲁鲁

波比语录：

一次失败就能毁灭大师的神话，多次挫折却能增长专家的经验。

品牌专家波比是一只沙皮狗，许多流行品牌都出自它的灵感，功劳却被主人鲁鲁先生窃取了。谁叫波比是一只沙皮狗呢！鲁鲁先生看上去像个权威，上唇留一丛浓密的胡子，下巴刮得干干净净，令人想起历史上某个伟大人物，如革命家孙中山，文学大师鲁迅，喜剧天才卓别林等等。他本名叫什么自己也记不清了，反正他整个形象都是上述名人的综合体，人称“品牌大师鲁鲁”。

鲁鲁心里挺高兴的，但你当面称他大师，他会严肃地警告你：千万别叫我大师！我是品牌专家！

这是一种品牌策略，沙皮狗波比的品牌策略。不叫“大师”叫“专家”，听起来比较可靠。“大师”是一切行业的最高境界，也是一种终极称谓。“大师”具有某种神性，是不会失败的，不能失败的，所以只要你还活着，千万别让人叫你“大师”，万一失败了，你还有退路。这是波比对鲁鲁的忠告。

在鲁鲁先生的办公室墙上，有一条波比语录：“一次失败就能毁灭大师的神话，多次挫折却能增长专家的经验。”

是啊，一个品牌咨询专家，首先应把自己的品牌策略设计好了，不能让自己进退失据。

波比是一只从实验室逃出来的狗，一只有人类基因的克隆狗，一只受过特殊教育的沙皮狗。他比成年的沙皮狗矮，又比童年的沙皮狗高。他太文明、太有礼貌了，经常穿着西装，脖子上那个蝴蝶结成了他的一种标志，可惜皱纹密布的狗脸无法掩饰，远看有点丑，近看才充满智慧。要是波比能说人话，并且允许动物竞选的话，相信他到哪个国家都能当上总统。当然，国务卿的位置对他不合适度，波比太懒了，特别贪睡，他不喜欢日理万机，他还好色，更像一个总统。据说有一种叫莱温斯基的帽子，就是波比起的名字，在美国和欧洲销路还不错呢。

鲁鲁和波比开了一间品牌咨询公司，用的是合伙制，反正出创意提建议只需智慧和经验，不需要什么直接成本，承担无限责任也无妨。前面说过，真正的品牌专家是沙皮狗波比，鲁鲁不过是一个代言人，一个合伙者，但他们谁也离不开谁，因为波比不说人话，而天底下又只有鲁鲁听得懂波比说什么。

这样的一只狗和一个人，究竟是如何做生意的呢？

就说那一天吧，有位客户慕名而来，新来的秘书珍珍小姐领他到会议室，倒一杯茶，请客人等候，她进去通知鲁鲁和波比，说客人来了。

“等等！”听到珍珍小姐的敲门声，鲁鲁急忙戴上伟人式的假胡子，叼起烟斗，摆好了姿势才说：“请进！”

珍珍说：“鲁鲁先生，今天来了一位客户，就在外面，他说你在报上开设的专栏：《一只狗的品牌见解》，写得好极了。他有一件急事要向你咨询，好像很急……鲁鲁先生……你这狗，他怎么啦？”

波比在珍珍小姐身边绕来绕去，吓得她脸色发青。

“波比，过来！”鲁鲁说，“珍珍小姐别怕，她只是喜欢你。”

鲁鲁走向前去，在波比脑门上轻轻敲了一下，波比就听话了，乖乖地从珍珍小姐身边回来。

珍珍小姐还是很怕：“你看他那狗样子，色迷迷的。”

鲁鲁只好说：“你要是害怕就先出去，再过15 分钟请客人进来。”

珍珍小姐慌忙出去了，顺手关了门，深怕波比跟过来。

鲁鲁骂道：“波比，我警告你：你要注意自己的身份！你的身份只是一只成熟的、雄性的沙皮狗。你千万不要打年轻美貌的、女人的主意，当然，年老美貌的也不行，因为你是一只狗。你要是跟人……太危险了！一会客人进来，你一定要好好配合，这次赚不了钱，我们就无法交房租，只能再到街头流浪了。”

珍珍小姐终于领客人进来了。

客人说自己姓张，大家喜欢叫他张师傅。张师傅六十开外，满脸红光。看到自己崇敬的鲁鲁和波比，张师傅非常紧张。他是个点心师，身怀绝技，为国有宾馆干了一辈子，快退休了，想注册一个品牌自己干，现在咨询来了。鲁鲁嘴里说是品牌专家，心里却认定自己是个品牌大师，要摆大师架子，让点心师等了半个钟头，鲁鲁才与张师傅见面。

“这是我的助手，沙皮狗波比。”鲁鲁先向张师傅介绍。

张师傅被吓一跳，因为波比突然向他伸出前腿。

“张师傅，”鲁鲁提醒道，“波比想跟你握手呢。”

张师傅握着波比伸出的前腿，百感交集，他说：“波比，终于见到您了。鲁

鲁先生在报上说，您是全世界最聪明的狗，甚至比所有人都聪明，我完全相信。今天我有一件非常重要的事情向您请教……”

“等等！”鲁鲁打断张师傅的话，“你到珍珍小姐那里交钱了吗？我们谈

话1 小时5 千元。”

听起来像审问一个犯人。

点心师真被他吓着，谦卑地说：“我已经交了1 小时的钱，现在正想聆听大师的建议。”

“不！千万别叫我大师，我是专家！”鲁鲁先生严肃地纠正道。

大家坐下来。

鲁鲁正色道：“张师傅，有件事我要先说明，凡是到我们这里咨询的都有一个规矩，就是先到珍珍小姐那里交咨询定金。我们的咨询价格是1 小时5 千元。如果你的咨询不到1 小时，也是收5 千元。哪怕我们只跟你说一句话，也是收5 千元。你真的交钱了吗？

“我真的交钱了，你可以问珍珍小姐。”张师傅说。

“张师傅已经交了5 千元。不过……”

珍珍将鲁鲁拉到一边，在鲁鲁耳边细语：“这老头脑子可能有问题。他说看了你的专栏《一只狗的品牌见解》，对波比十分佩服，他今天交钱是来向波比咨询的，这不是有病吗？”

“很正常，没病。”鲁鲁说。

“不，他有病，你听我说。”珍珍坚持道：“他今天交钱不是来向你咨询的，而是向你那条讨厌的沙皮狗咨询，这还不是有病？”

“没病啊，很正常。向波比咨询就是向我咨询，向我咨询也就是向波比咨询，波比是我的助手，我的合作伙伴，我们二位一体。”鲁鲁说。

“哎呀，你还是没听清楚！”珍珍急了：“你写的《一只狗的品牌见解》只是一篇小说，小说中聪明的波比，不过是一个艺术角色，是你塑造的一个人物形象，啊不，是一个动物形象，目的只是使你高深的品牌战略理论通俗化。可现在张师傅当真了，他以为波比真的是什么狗专家，有许多十分独到的见解呢！这不，还交5 千元来向波比咨询呢。”

“珍珍啊，我怎么跟你说呢！”鲁鲁有点烦了，“波比确实是一只非常聪明的沙皮狗，它有许多独特的见解。张师傅在那久等了，我们坐下来，一会儿你就知道。”

珍珍和鲁鲁回到坐位上。

鲁鲁问张师傅：“你真的相信动物的智慧超过人类？”

“绝对相信！”张师傅答道。

“为什么？”珍珍问。

“告诉你们吧，我之所以成为中国有名的点心师，一辈子能够拿到数不清

的国际金奖，完全靠一只动物指引。”张师傅说。

“真的吗？什么动物？不会是一只沙皮狗吧？”珍珍将信将疑。

“一只鹦鹉。”张师傅答。

“一只鹦鹉？”珍珍更加疑惑。

“对，一只鹦鹉。”张师傅肯定地说：“解放那年我十六岁，举目无亲，政府对我很关心，给了三条路让我选择：第一条路是读书；第二条路是参军；第三条路是当一位老点心师的学徒。这老点师是个国宝，身怀绝艺，开始死活不愿教人。他赚了一些钱，置了一些家产，解放后被评为工商业兼地主，被狠狠批斗了一轮，老实了。因为年岁已高，眼看身体不行了，政府希望将他的一身绝活传下来，想让我跟他学。所以那时候我有三条路可走：读书？参军？学做点心？我拿不定主意，就去问一只鹦鹉。”

珍珍很惊讶：“你真的去问鹦鹉？可鹦鹉不会说话，它怎么回答你？

“那是一只会算命的鹦鹉。它的主人是很有名的算命先生，他将鹦鹉挂在门口，旁边放一个钱盒，想算命的自己找鹦鹉算去。只要你往钱盒里扔钱，扔多少也没关系，那怕是做一个扔钱的动作，鹦鹉就给你算。”

珍珍仍然想不通：“听起来像自助式的算命服务，不过我还是不明白怎么个算法。”

“我将‘读书’、‘参军’、‘学做点心’三种可能分别写在三张一模一样的纸条上，折好，放在掌心里，然后往钱盒里扔了5 分钱，鹦鹉就从鸟架上飞过来，将我掌心里三张纸条中的一张叼走。我打开鹦鹉叼走的纸条一看：‘学做点心。’所以我现在成了点心师。”

珍珍明白了：“这么说，过去你站在人生的叉路口，是一只鹦鹉为你指明了道路；今天你又到了改变命运的时刻，请波比来决定你的命运？”

“没错，是这样。”张师傅答道，“我想波比这只沙皮狗比鹦鹉聪明多了，鲁鲁先生的文章也这么说，所以我特意来听听波比的意见。”

鲁鲁于是切入主题，说：“张师傅，你有什么问题现在尽管问，相信波比会让你满意的。”

张师傅从包里拿出一大批金牌和奖状，放在台面上，这都是他参加国际顶级点心制作大赛得来的。他说：“我原是国有宾馆的点心师，现在退休了，我要成立公糕点公司，自己干。所以来向波比咨询，希望他给我的新公司起一个名字。”

“这个名字既是你的糕点的品牌，又是公司的名称？”鲁鲁问。

“没错！”张师傅转向波比，“波比，您有什么好建议？”

波比的眼神这时却停留在珍珍小姐身上，她今天穿着低胸的连衣裙，性感极了——她其实是为鲁鲁而穿。大家都不说话，沉默。点心师看看手表，心想这无声的咨询1 小时5 千元，太贵了。鲁鲁先生恨不得在波比脑门上敲一下，却怕

损害波比的品牌专家形象。还是珍珍小姐聪明，她站起来，身体牵引着波比发呆的眼神，走到点心师的身后，突然蹲下身子，波比的眼光便落到点心师的脸上。

波比失望地叫了两声：“汪汪！

张师傅脱口而出：“太妙了！我的品牌就叫‘汪汪’！”

“以狗为中心”的企业文化张师傅语录：波比作为一名特殊员工，不仅用自己的智慧为我们给起了“汪汪”的品牌名字，又以他自己的形象作为我们的品牌标志，大大地提高了汪汪糕点的销售力。

三个月后，汪汪糕点有限公司大堂张灯结彩。员工们穿着洁白的厨师服饰，干净醒目，唯有张师傅新聘用的王助理——哈佛MBA 毕业生，穿着笔挺的西装，与众不同。大堂柜台后面的装饰板，设计得像民间的神龛，一幅沙皮狗波比的头像被人供着，旁边亮着三支鲜红的电蜡烛。“以狗为中心”的企业文化揭幕仪式很快就要开始了，那个狗神龛此刻被两块活动的红幕遮蔽着。一支醒狮队在喧闹的锣鼓声中出来表演，但表演的不是中国民间的醒狮，而是最新创作的醒狗舞。

舞毕，张师傅的大徒弟正式宣布：“汪汪糕点有限公司‘以狗为中心’的企业文化揭幕仪式现在开始！请董事长兼总经理张师傅揭幕！”

张师傅将两块活动的红幕徐徐拉开，中国民间式的神龛终于亮相，波比的形象非常可爱，大家热烈鼓掌。

大徒弟庄严地说：“下面——，请新员工向波比的画像集体宣誓！”

一批新员工走过来，在波比的画像面前列队站立。

大徒弟说：“请大家举起右手，握紧拳头，跟着我念：我们是汪汪糕点有限公司的忠诚员工……

新员工们跟着念：“我们是汪汪糕点有限公司的忠诚员工……”

“等一等……”

“等一等……”

“啊不！不不……”大徒弟纠正道。

“啊不！不不……”

大徒弟：“我是说停下来，等一等，少了一个人。王助理跑哪去了？”

躲在一边的王助理走出来：“我在这。”

“快来宣誓吧！”大徒弟说。

“我看我就算了，你们宣誓吧。”

大徒弟不解：“你为什么不宣誓？没收到通知？

“收到了，这不？！”王助理拿出一张通知，念道：“通知，本公司定于2002年11 月11 日举行‘以狗为中心’的企业文化揭幕仪式，所有新员工将进行集体宣誓。注意，凡是属龙、属牛和属羊的人千万别参加，因为龙和狗是大克，牛羊和狗是小克……”

“你属牛属羊，还是属龙？”大徒弟问。

“都不是。”

“你不属牛不属羊不属龙，为什么不参加？你不是新员工？”

“我是新员工。”

“那就应当参加！”

王助理解释说：“你知道，我是哈佛毕业的MBA，不能跟他们一样吧？我们读书的时候分析过几千个案例，‘以人为中心’的企业听过不少，从未听过‘以狗为中心’的。我觉得挺搞笑，我不想参加。”

大徒弟生气道：“你这不是拆台吗！”

大徒弟向张师傅求助：“张师傅，你看怎么办？

张师傅亲切地拍拍王助理的肩膀，和颜地说：“我说王助理啊，我知道你有知识，有文化，有外国名牌大学的文凭，所以请你来当我的助理。俗话说：入乡随俗。你就将就将就吧。”

王助理说：“我感觉挺别扭。正儿八经向一只狗宣誓，我怎么也做不来。人总要有一点自由和尊严吧？”

张师傅答道：“人当然要有自由和尊严。狗也有自由和尊严。特别是沙皮狗波比，它不是普通的狗，它是世界名狗，非常聪明，能够给人带来好运，这样的狗难道不应当得到尊敬吗？你应该知道，自从波比成为公司的品牌和标志以来，企业经营状况非常好，市场占有率排名第二，很快就要赶上跨国品牌味味糕点了。我听说在一些国际知名企业里，那些为企业做出巨大贡献的员工能够得到普遍的尊敬，成为员工学习的榜样。波比作为一名特殊员工，一只沙皮狗，他不仅用自己的智慧为我们给起了‘汪汪’的品牌名字，而且又用他个人的形象……啊不，个狗……啊不，又以他自己的形象作为我们的品牌标志，大大地提高了汪汪糕点的销售力。这么可贵的狗难道不值得尊敬吗？”

王助理劝解道：“张师傅，请你冷静一下。我们看问题要客观，分析市场要科学。你凭什么说汪汪公司今天的业绩全靠这只沙皮狗呢？你做过问卷调查吗？你有科学的数据支持吗？”

“我不知道什么问卷调查，”张师傅说，“也没有什么科学的数据支持，但我每天都在市场第一线，我知道汪汪公司的成功主要靠波比的形象。连小朋友都会说，我要汪汪糕点！然后还模仿波比叫两声：‘汪汪！’”

“不，我不认为汪汪公司的成功主要靠波比的形象。”王助理坚持自己的

看法。

“那靠什么？”张师傅问。

“靠的是你啊！”

“靠我？”

“对，张师傅，靠的是你啊！”王助理说：“靠你在业界的声誉，靠你多年来培养的数以千计的徒子徒孙，靠你的徒子徒孙分散在各大酒楼饼家工作同时向你订货，靠你请计算机专家用客户管理系统将每日的定货销量科学地统计起来……”

“不不，你说的这些虽然很重要，但我认为主要还是靠波比的形象，靠波比给我起的‘汪汪’这个名字。”

“不对！不是靠波比这狗品牌。”王助理不同意：“许多大客户来订糕点，纯粹是OEM，委托制造，他们不用你的‘汪汪’品牌销售，而是用他们自己的品牌销售，什么妙奇香、清晖园、莲香楼等等。他们所以成了你的客户，是因为他们自己制作糕点不如到你这里批量订购成本更低，质量更好。”

“不对。订购成本低不是主要原因，”张师傅反驳说，“因为有的人为了吃回扣，宁可订购贵的。关键是我的徒子徒孙们有一种忠诚的品质，他们不仅忠诚我这个祖师爷，同时忠诚他们所在的公司。这种人世间最可贵的忠诚品质，任何一只狗都有。而波比是一只最忠诚、最聪明的狗，他对鲁鲁先生的忠诚……”

“哈哈……”王助理大笑道：“你说鲁鲁先生，我告诉你，他是一个十足的江湖骗子！”

“你说什么？”张师傅愕然。

王助理肯定地说：“我说你的品牌顾问鲁鲁先生是十足的江湖骗子！”

“你凭什么说他是江湖骗子？你做过问卷调查？你有科学的数据支持？”张师傅反问道。

“对鲁鲁这种的人根本用不着做问卷调查，不用做数据分析。”王助理回答。

“这个人将自己化妆成大师模样，牵一条沙皮狗招摇撞骗，我凭感觉就知道他是一个江湖骗子。”

现在张师傅反过来劝王助理了，他说：“王助理，请你冷静一下。你不是说看问题要客观，要做调查研究吗？!你怎么能随便就说鲁鲁先生是江湖骗子？”

“有些人你不需要调查，凭直觉就知道他是个骗子。”

张师傅不同意：“说到凭直觉，老实说，我活了六十五年，什么人没见过？凭直觉我就知道鲁鲁先生不是一般人。那只沙皮狗波比，更是世间罕见的天才的狗。不是说：不管白猫黑猫，抓到老鼠的就是好猫吗？现在要改一改了：不管白

狗黑狗，能帮人赚到钱的就是好狗。波比为我们赚到钱了，赚了百万、千万，很快就要上亿了，你口袋里刚刚领到的工资，也是波比帮我们赚的。你向波比表示敬意，表示忠诚，完全合情合理的，根本不会丧失任何尊严。”

王助理觉得问题很严重，警告张师傅说：“你这是不讲道理，你的脑子被鲁鲁洗了，很危险。我告诉你，汪汪公司现在很危险……”这时突然传来几声狗叫。大徒弟对张师傅说：“鲁鲁先生带着波比参加企业文化揭幕仪式来了。”

“来得正好，”王助理说：“让我看看这个骗子长着什么嘴脸，我要当众揭露他的江湖骗术……”

张师傅急忙拦住王助理，说：“你千万别乱来，鲁鲁先生和波比是我们的嘉宾，他们在百忙中专门抽空来参加汪汪公司的揭幕仪式……”

“什么狗嘉宾，这回我要当众揭露他们的真面目……”

“王助理你别……”张师傅拉住王助理，对大徒弟说：“你帮我招待一下鲁鲁先生和波比，我跟王助理到里面谈谈……走走走，我们到里面谈谈……”

张师傅硬将王助理拉走了。

大徒弟主持仪式，他请波比站在新员工面前，让新员工们向他当面宣誓。

大徒弟：我们是汪汪糕点有限公司的忠诚员工……

新员工：我们是汪汪糕点有限公司的忠诚员工……

大徒弟：今天我们庄严宣誓……

新员工：今天我们庄严宣誓……

[返回目录]

好产品斗不过好品牌

波比语录：

品牌是一种霸权。在所有同类和同质化的产品中，有品牌的产品，名牌的产品必然享受销售的优先权。

依靠“以狗为中心”的企业文化，汪汪牌糕点强势而出，莫名其妙地成了最走红的知名品牌。品牌专家鲁鲁和波比的神话迅速传开，生意好极了。

此前，鲁鲁许多有关品牌营销的文章已经在报上引起广泛注，他在文章的关键之处总是引用波比语录，比如：“品牌是一种霸权。在所有同类和同质化的产品中，有品牌的产品，名牌的产品必然享受销售的优先权。”他把“品牌是一种霸权！——波比”，写成标语，贴在办公室墙上。

但许多人怀疑他们是一对骗子，认定波比是一个戴着狗头面具的孩子。更多人的慕名而来，希望一睹鲁鲁和他的狗头军师的尊容。

鲁鲁和波比似乎心里有鬼，有一天点心师备足礼品来当面致谢时，闪光灯一亮，波比立即惊慌逃避，鲁鲁严厉警告说：“不准拍照！不准拍照！”

他们不知道点心师想拍一张波比的狗照，在企业大堂供起来。老实说，这已经很不容易了，别的企业大堂供的不是财神，便是关公，点心师供的是一只狗头，如果不是对波比有绝对的信心，相信没人敢这么做。

品牌重要还是产品重要？争论的持续进行，引起一位女模特、女老板的强烈关注。这位年轻美貌的女老板属下有四家服装加工厂，生产世界名牌，据说皮尔·卡丹、花花公子等许多著名服装都是他们生产的。女老板也有自己的品牌，每件衣服都是精心制作，无论是选料和手工，都比皮尔·卡丹、花花公子要好，大家款式都一样，可她自己的品牌就是卖不出去，或只能以很低的价格出售，她心里不服，决意要找品牌专家鲁鲁咨询一下，究竟是品牌重要还是产品重要？

鲁鲁和波比见女老板看起来不足26 岁，衣着入时，个子高挑，浓妆艳抹，活脱脱就是从天桥上走下来的亮丽模特。波比在她身边转来转去，狗鼻子嗅嗅她的高跟鞋，又嗅嗅她的丝袜。鲁鲁先生也不问她是否已经到珍珍小姐那边交了咨询费，拿伟人式的眼神怔怔的望着她。这一对好色的家伙竟然忘了她是一位客户。

珍珍小姐突然拿起一根扫帚，立在波比和李丽丽之间，她今天穿着非常保

守。

“珍珍小姐你想干吗？”李丽丽不解地问。

“保护你。我怕波比这条沙皮狗会扑到你身上。”珍珍答道。

“是吗？他经常扑到你身上？”

“他敢！我敲碎他的脑袋。”

说着珍珍小姐拿起扫帚，倒过来，用带柄的那头敲过去，但不是敲在波比头上，而是敲在鲁鲁头上。

鲁鲁哎哟一声，叫道：“珍珍小姐，你干吗敲我的脑壳？”

珍珍笑说：“李小姐进来咨询，你拿眼睛盯了人家半天，一句话也不说，不敲你敲谁？”

李丽丽恍然大悟：“哈哈……你们……”

李丽丽感觉珍珍和鲁鲁关系非同寻常。

鲁鲁这才回过神来，问李丽丽：“你到珍珍小姐那里交定金了吗？”

李丽丽说：“早交了。你们的咨询价格是1 小时5 千元。如果咨询不到1 小时，也是收5 千元。哪怕你们只跟我说一句话，也是收5 千元。告诉你，不贵，我交了1 万元，咨询2 个小时。”

“那么，好，请坐。我们开始吧。”鲁鲁说。

大家坐下来，鲁鲁、珍珍和李丽丽坐一处，鲁鲁面前有一台电脑；波比坐到另一张办公桌上，面前也有一台电脑，与鲁鲁那台相连，波比的两只前腿像模像样地敲击着键盘。

“等一等，我有言在先，”李丽丽说，“你别跟我说你那条沙波狗很聪明，我不信！汪汪公司所以成功，我看主要还是鲁鲁先生你的功劳，跟这狗没有关系。最初有人说这狗很聪明，会起名字，后来又说他还会使用电脑跟人交流，我认为是绝对不可能的，不过是你的宣传炒作而已。今天请你别拿这狗来蒙我，我要亲耳听听你的品牌见解，而不是狗的品牌见解。”

鲁鲁笑道：“李小姐，你误会了，波比这狗确实很聪明，比我聪明，比所有人都聪明，他真的会给客户起名字，会用电脑跟客户交流，不信，你现在就可以用电脑跟波比谈谈。”

李丽丽说：“算了，别跟我玩这种狗游戏了，那不过是一种魔术，一种用狗和电脑跟人玩的魔术。今天我就要向你咨询，请你告诉我，你墙上的标语：品牌是一种霸权！这是什么意思？”

“波比……”鲁鲁想看看波比怎么回答。

“别说波比了，我要你回答。”

鲁鲁望着眼前的显示器，念道：“品牌是一种霸权，一种霸权……一种霸权，就是说，在所有同类和同质化的产品中，名牌产品必然享受销售的优先权。几乎任何一个成熟的行业，都有一两个著名品牌在统治着，并且总是给那些梦想进入这个行业的后来者造成巨大的障。”

“说的真不错！不过你好像是在背书。”李丽丽评价道。

鲁鲁实话实说：“这完全是波比的见解。波比听到你的问题，他在那台电脑上打字子输入回答，我这台电脑马上就能显示他的答案，然后我再念给你听。”

李丽丽生气道：“我认为你的服务态度很不好，很不尊重客户。一开始我就告诉你，我今天是来向你咨询的，而不是向狗咨询的，千万别用狗和电脑跟我玩魔术，你也答应了，结果你还是来这一套。这是不尊重客户！”

“李小姐，请别生气，听我解释解释。我也是跟你说过的，波比很聪明，比我聪明，比所有人都聪明，他真的会给客户起名字，会用电脑跟客户交流。你不信也没关系，你就将他的回答当成我的回答算了。其实你根本不用管是人的答案，还是狗的答案，只要是正确的答案，就是好答案。”

李丽丽非常固执：“不！我不管答案是否正确，只要是你的回答，人的回答而不是狗的回答就行。”

“好吧，”鲁鲁只好依着她的意思说，“现在你就将我的回答看成人的回答，而不是狗的回答。”

李丽丽说：“其实我就一个问题：产品重要还是品牌重要？”

鲁鲁又望着显示器念道：“如果……如果所有竞争产品的质量和功能差不多的话……品牌更重要。”

“请你别念电脑上的，你自己回答。”

“反正你不相信这是波比的回答，你就理解成我的回答算了。我倒要问你，你为什么要提出‘产品重要还是品牌重要’的问题？”

李丽丽说：“我有四家服装加工厂，平时主要加工世界著名品牌，比如皮尔·卡丹、花花公子、鳄鱼、耐克等等，产品畅销全球。有一天我就想，这些产品都是我们生产的，在欧洲和美国卖很高的价钱。不如自己去注册一个品牌，卖同样的产品，结果……”

“结果卖不出去。”鲁鲁替她说。

“你怎么知道？”李丽丽问。

“我电脑中有答案，是……我的答案。”

李丽丽不解：“可是产品的款式是一样，选料也是一样的，啊不，选料有时候我们的更好，贴上皮尔·卡丹、花花公子、鳄鱼、耐克的牌子就很好卖，贴上我们的牌子就卖不出去，或只能以很低很低的价格出售，为什么？”

鲁鲁还是望着显示器念道：“因为……好产品斗不过好品牌。”

“为什么呢？”女老板立即追问。

“因为……”鲁鲁先生正要回答，波比又“汪汪！”地叫了两声。

[返回目录]

品牌就是信誉

波比语录：

品牌不是产品，而是一种商标，不仅标出了其名下产品和服务的价格，同时告诉你谁有权这样标价。

年轻美貌的女老板有四家服装厂，每天生产皮尔·卡丹、花花公子之类的世界名牌，畅销全球，而同样款式的衣服，甚至选料和做工更好的衣服，贴上自己的品牌就卖不出好价钱，甚至没人要，这太不公平了。她向鲁鲁咨询：“产品重要还是品牌重要？”

鲁鲁念波比写在电脑中的答案：“好产品斗不过好品牌！”

“为什么呢？”女老板立即追问。

鲁鲁正要解释，沙皮狗波比“汪汪”叫了两声，鲁鲁心领神会，对女老板说：“你得先告诉我，你那四家企业是如何创立的？现在发展到什么程度？一定要将事实告诉我，不能有半点虚假，我们搞咨询的像医生看病，先要对企业进行诊断，然后对症下药。”

说完鲁鲁直视着娇艳的女老板，心想这女人的第一桶金不知从何而来，发家史可能不太光彩吧？世上的暴发户都叫暴发户，但他们的发家史总是各不相同。

咨询专家对客户的出身刨根问底，跟妇科医生好色一样，是专业之大忌。

“说来话长，”女老板答道，“我今天仅仅准备向您咨询一个半钟头，时间不够，再说我有自己的隐私，不方便讲。我按时付费，现在只请你解释：为什么好产品斗不过好品牌？至于其它的事，我愿意讲的自然会讲。”

鲁鲁觉得这女人有个性，她越是拒绝回答，他就越想知道，好色的妇科医生也这样，见女病人长一副魔鬼身材，恨不得立即解开衣服瞧瞧，人家动作越慢，他就越着急。

鲁鲁正想问下去，门外突然响起一声高喊：“这房子里有人吗？”

话音刚落，小区的保安已将喊话的居委大妈领进来了。波比本能地感到不妙，吓得窜入女老板的裙子里面直哆嗦。

秘书珍珍小姐急忙拦上去，问大妈：“什么事？什么事？”

居委大妈说：“其实也没什么事，听说你们养了一条狗，不知它有身份证没有，没有身份证的狗一律送动物收留所，全部人道毁灭。”

大妈说着就在房里四处走动，瞟觑每个角落，想将波比找出来。她说：“就是有证件的狗也不能随便乱叫，必须用人工方法切除声带，以免骚乱市民。当然，用服药的办法也行，好处是没有痛苦，但非常贵，因为是用进口药，还不容易买到。为了服务社区，我们居委会为大家准备了一些。”

“我这里从未养狗，”鲁鲁先生故作镇静，“只是有时客户会带自己的宠物上来，你瞧，这位女士的宠物多惹人喜爱呵！它叫波比吧？”

不知什么时候女老板已经将波比抱在怀里，轻轻地爱抚着它。

“这狗是你带来的？”居委大妈问女老板，她半信半疑。

“是我带来的，波比给大妈抱抱！”说完她将波比往大妈身上送，波比早已魂飞魄散，惊恐地望着大妈，前肢死死搂着女老板的胸口，深怕被人送进动物收留所。

大妈见波比与女老板如此亲密，不再怀疑，看了一眼鲁鲁先生挂在墙上的营业执照，说：“最近政府有新规定，住宅楼今后不得用作办公，你们知道吗？”

“对不起，我不知道。”鲁鲁说，“现在流行SOHO，提倡在家办公，我们不在住宅楼办公，还能到写字楼去SOHO 吗？”

大妈不明白什么是SOHO，以为中央文件里的新词，自己没多少文化，又不好意思问。凡事不懂装懂，就有权威。她觉得不能被鲁鲁的新词SOHO 镇住，要转守为攻，便问珍珍小姐：“你是这位先生的妻子吗？”

珍珍小姐脸色羞红，鲁鲁赶忙解释：“不不！她是我请的秘书，还在大学读研究生呢，来我这里临时兼职的。”

大妈瞧瞧珍珍，又瞧瞧鲁鲁，嘴角露出一丝阴笑，似乎早就明白这对男女关系不同寻常。现在男女未婚同居的太多，也没有明文规定不行，实在没什么好说了，大妈走到门口再强调一下：“没有身份证的狗一律送动物收留所，人道毁灭，别说我没预先提醒你啊！”

大妈一走，女老板立即将波比扔到地下，这只沙皮狗是改良品种，体重超乎寻常。她继续问鲁鲁：“为什么好产品斗不过好品牌？”

鲁鲁已经无心咨询，慌张地说：“李小姐，请你自己看看电脑上的答案吧。珍珍小姐，快帮我收拾东西。“

李丽丽看着鲁鲁的电脑念道：“品牌不是产品，而是一种商标，不仅标出了其名下产品和服务的价格，同时告诉你谁有权这样标价。”

这是什么意思？李丽丽不明白，她问的是好产品为什么斗不过好品牌……她发现鲁鲁他们真的想走，制止道：“等等，我的咨询还没完呢，我交了2 个小

时1 万元的咨询费，现在不到1 个小时。”

“珍珍小姐，将李小姐的1 万元还给她，我们不咨询了！”鲁鲁说。

“我偏不要你退钱，我要的是你的回答。要是回答得好，我还要加钱。”李丽丽坚持要咨询下去。

鲁鲁像急于逃跑的骗子，烦死了，一边收拾行李一边念着电脑中的答案：“因为品牌就是信誉！也许你做几百件衣服的品质超过皮尔·卡丹和花花公子，你能做几千件几万件衣服超过他们吗？如果消费者对你的产品不满意，要投诉，要退货，他们能在世界各地找到你吗？比如在美国纽约，在英国伦敦……”

鲁鲁不念了，说：“对不起，我们要走了！波比跟上来，别回答她了！”

鲁鲁、珍珍已经走到门口，波比在电脑上敲完最后一个字，回头望一眼李丽丽，才恋恋不舍地跟了出去。

李丽丽继续念着波比写在电脑上的答案：“皮尔·卡丹和花花公子委托你生产衣服，款式是他们提供的，你现在抄袭人家的款式，完全是小偷行为，你怎么还好意思说你的好产品斗不过他们的好品牌呢？没有信誉就没有品牌！”

她抬头一看，只留下自己一个人：“哎哎，你们人呢？说我的消费者不满意要退货，在美国英国找不到我，现在我对咨询非常不满，想要退回咨询费，你们自己跑哪去了？”

她恍然大悟：“我上当了，这三个狗男女才是真正的江湖骗子！”

[返回目录]

不能识别就不是品牌

波比语录：

不能识别就不是品牌，可以识别，也不一定是成功的品牌。

女老板正向品牌专家鲁鲁咨询：“为什么好产品斗不过好品牌？”居委大妈接到举报，说鲁鲁无证养狗，上门突击检查，吓得沙皮狗波比躲在女客户的裙子底下。这一吓非同小可，鲁鲁叫秘书珍珍小姐抓紧收拾东西，他们扔下客户狼狈逃窜，临走前留下一句：“你没有信誉，还谈什么自己的好产品斗不过人家的好品牌？”

女模特女老板生气极了，自己出钱找人骂，咨询时间还没够点，三位狗男女撒腿就跑，若不是自己抱着波比极力掩饰，那条非法的无证狗早被送入动物收容所人道毁灭了。这狗杂种生得又强又壮，她觉得现在还双手酸麻，真是越想越气，她决定进行报复。

方法很简单，她逢人便说自己最近上当了，上了“品牌骗子鲁鲁”的当。

生活就是这样，好消息你花钱告诉大家，没人相信；坏消息你不花钱，别人免费给你四处传播。

“品牌骗子鲁鲁”的故事很快传开了。

说鲁鲁是品牌骗子不要紧，要紧的是骗子故事中有一条叫波比的沙皮狗，总在故事中与主人同谋，故弄玄虚，蒙人蒙钱。他们中还有一位假扮清纯的女秘书，珍珍小姐，说是什么大学的研究生，其实是“品牌骗子鲁鲁”的姘妇，等等，一时流言四起，迅速传到汪汪糕点公司，产生了很大的负面影响。

汪汪糕点公司大堂供着波比的狗照，是一种严肃的企业文化，公司推出最新糕点，员工加薪晋级，都要在波比的照片面前举行仪式，或烧香叩拜，或宣誓述职。现在许多外人莫名其妙地闯进来，对着波比的照片嘻嘻哈哈，有人还扮个狗脸，汪汪地叫几声。

点心师张师傅张董事长生气极了，品牌专家鲁鲁和波比怎么可能是骗子呢？肯定是有人别有用心，造谣惑众，达到不可告人的目的。是不是竞争对手味味糕点公司干的？

味味是个合资企业，财大气粗，经营一般，见人家汪汪公司生意兴隆，决定高薪挖角，可惜主要骨干在波比照片面前发过恶誓，加上老点心师情深义重，

他们在味味公司的高薪诱惑之下毫不动摇。

这一切充分体现了汪汪公司“以狗为中心”的企业文化具有强大的凝聚力。一计不成，味味公司是不是又生一计，公开造谣谋杀鲁鲁和波比的形象？

张师傅张董事长自言自语：“这肯定是一起有组织的‘形象谋杀’，目的是为了搞垮汪汪公司！”

张董事长越想觉得情况越严重，他拨通了鲁鲁的电话，将不利谣传告诉他，希望鲁鲁尽快弄一个危机公关对策，要多少钱都没问题。

鲁鲁先生和波比被谣言追逐得无处藏身，没有人愿意租房给他，不用说话，人家一看他那鼻子底下那丛标志的性胡子就明白七分，再看看他身边那条著名的沙皮狗，“品牌骗子鲁鲁”六个字就等于写在脑门上了。当他接到点心师张师傅张董事长的电话时，秘书珍珍小姐姐刚刚借口学校有课，离开了这对“狗人”。但鲁鲁先生毕竟是老江湖了，他告诉点心师别着急，很快就有妙计。张董事长深信不疑。

鲁鲁这时想起波比的名言：不能识别就不是品牌！现在他到哪别人都知道他是“品牌骗子鲁鲁”，

因为他的外貌化装得太典型了。过去一眼就能看出他是个大师，现在一眼就能看出他是个骗子。

鲁鲁开始后悔自己的标准化形象。

当初波比叫他上网，用google 引擎搜索，看看哪些已故大师的网络知名度最高？视觉形象最酷？然后综合模仿。最后他发现鲁迅、桌别林、斯大林、孙中山的知名度很高，视觉形象都很酷，并且已经深入心，无论是国内国外，都有很多人认同。所以鲁鲁将上述知名人物的形象做一次综合，按CI方法提炼出标准化特征，再细心模仿。

鲁鲁发现波比的建议太高明了。如果你崇拜卓别林，你就会在化妆后的鲁鲁脸上看到卓别林的气质；如果你崇拜孙中山，你就可以在鲁鲁脸上看到孙中山的形象；你要是崇拜鲁迅，就会在他脸上看到鲁迅，特别是鲁鲁刁一支烟斗的时候。现在可好，因为得罪了女模特女老板，弄得谣言四起，品牌专家鲁鲁的高大形象变成了骗子的形象，还连累了汪汪糕点公司，如果找不到危机公关方式，汪汪糕点公司可能就要关门了。

正像波比早就说过的，不能识别的就不是品牌，可以识别的，也不一定是成功的品牌.

[返回目录]

失败的品牌不能认同

波比语录：

不能识别的不是品牌，可以识别却不能认同的，是失败的品牌！

女模特女老板对鲁鲁的咨询极其不满，四处编造、传播“品牌骗子鲁鲁”的谣言。像许多小道消息一样，人们在传播中总是添油加醋，使一条消息有了数不清的版本。沙皮狗波比现在成了千百个骗子故事中的主角，鲁鲁更是十恶不赦的淫棍，化妆成大师不知拐骗了多少女大学生、女研究生。

谣言严重损害了汪汪糕点公司的形象，并且证明了波比的观点：不能识别的不是品牌，可以识别却不能认同的，是失败的品牌！现在不断有人要求退货退款，库存积压，企业停产，点心师张师傅张董事长急需品牌专家鲁鲁危机公关，献计献策，鲁鲁和波比却自身难保。

没有人愿意租房给鲁鲁和波比，连宾馆酒店的保安都知道他们是骗子，远远的还没靠近大门，他们就被势利的保安像对付乞丐一样驱赶，他们只好露宿街头。现在反讽的是，最需要危机公关的是品牌专家他们自己了。

漫长的冬夜令鲁鲁无法入眠，沙皮狗波比却没事，它天生披一张厚毛毯，而且过于宽大使它的毛皮皱起来，成了沙皮狗的重要特征。鲁鲁颤抖着抱紧波比取暖。这对狗人相依为命，心里恨透了造谣的女老板，鲁鲁发誓总有一天要找那美艳的女妖精算账。

鲁鲁正设想着种种恶毒的报复的办法，忽然飞沙走石，天崩天裂，对面一幢大楼轰然倒塌。鲁鲁双脚摇摇晃晃，站立不稳，一个绝处逢生的机会从天而降。波比从他身上跳下来，“汪汪”叫了两声。

鲁鲁恍然大悟，闹地震了。鲁鲁拍拍身上的泥土，对比波说，走，我们去看看。

救护车、消防车呼啸着开过来，消防队员开始在瓦砾中抢救受伤的居民。这幢28 层高的楼房顷刻成了废墟，熟睡的人们不及醒来就到了另一个世界。波比的神奇这时应验了，他对着一堆瓦砾“汪汪”乱叫，消防队员讨厌死了，他叫鲁鲁立刻带比波走开，不要妨碍他们抢救。

波比死活不愿走，仍然“汪汪”地叫个不停，它比人还着急呢！鲁鲁请消防队员挖开一块水泥板，说里面肯定有活人。

电视转播车也来了，记者将灯光和摄像枪调转过来，消防队员撬开那块水

泥板，全世界最不雅观、最不该现场直播的镜头出现了：一对年轻夫妇一丝不挂叠在一起，女上男下，显然正“快乐着”，大楼突然倒塌。有人拿毛毯将这对“痛并快乐着”的夫妇裹住，紧急送往医院。

那一天深夜，波比的鼻子牵着消防队员在断壁残垣中上窜下跳，不知救了多少性命。由于电视台的全程直播，一夜之间，波比和鲁鲁由骗子蜕变成真正的英雄。

由骗子蜕变成真正的英雄的波比和鲁鲁，很快就想到了挽救汪汪糕点公司的危机公关方案。第二天，他们到张师傅张董事长那里面授机宜。

鲁鲁和波比来到汪汪公司的大堂，见波比的狗照仍然挂在神龛上，有的员工已经将他们认出来了。特别是波比，平日作为公司的吉祥物，员工们再熟悉不过了，许多人昨晚还在电视上看过波比救人的动人场面，如今一只真实的、活动的波比原型出现了，员工们太惊讶了，转眼间就将鲁鲁和波比围得水泄不通。

张师傅张董事长叫大家回去干活，但是没人听，人越围越多。沙皮狗波比又“汪汪”地叫了两声。

鲁鲁立即向大家解释说：“波比向大家问好！”

“波比好！”围拢的人群马上呼应。

“大家幸苦了！”

“波比和鲁鲁幸苦了！”

听起像一支训练有素的军队，鲁鲁心生一计，说：“波比叫大家回去工作了！”

“波比叫大家回去工作了！”围拢的人群马上重复念道，说完大家果真就回去了。看来“以狗为中心”的企业文化果然名不虚传。

鲁鲁对张师傅张董事长说：“我们已经有了一个很好的危机公关方案。到你的会议室去，准备一块写字的白板，如果不妨碍生产，请公司高层经理都过来听听。”

在会议室，鲁鲁在白板上画了一个金字塔，再题五个字：“形象金字塔。”他用二条横线将金字塔分为上中下三层，最高层是“企业整体形象”；中间层是“企业专业形象”；最下层是企业产品或服务形象。

企业

整体形象企业三大形象

企业专业形象

企业产品（服务）形象

形象金字塔

这其实是波比的思想，但鲁鲁不说，反正波比不说人话，说了也没人相信，鲁鲁便大胆地盗用波比的成果，他说：

“企业整体形象，最好用公益诉求；企业专业形象，最好用权威诉求；企业产品（服务）形象，最好用助销诉求。这就是企业三大形象的诉求策略。现在汪汪最好采用公益诉求。”

高层经理根本不听鲁鲁讲什么，他们老看着鲁鲁身边的波比，窃窃私语。张董事长也不明白鲁鲁在说干什么，只觉得高层主管们不听专家演讲，很不礼貌，他站起来，警告说：“请大家虚心听讲！人事部门请组织一下，品牌大师鲁鲁先生今天的讲话内容，会后大家要考试，不及格的扣奖金！”

立即哑然无声。

鲁鲁纠正说：“我不是品牌大师，是品牌专家。但我有一个问题要问大家，你们知道联想公司的广告语‘人类失去联想，世界将会怎样’，是诉求企业形象、专业形象还是产品形象的广告语？”

有位经理立即回答：“这是针对企业形象的广告语！因为广告语中有企业名称‘联想’。”

“错！”鲁鲁说，“这是诉求产品形象的广告语！”

大家愕然。

鲁鲁得意地说：“别以为广告语中有‘联想’两字，就认为诉求的是企业形象。告诉你们，这是在诉求联想的汉卡具有联想的功能！如果这次地震联想公司为受灾群众赞助300 万，然后做一条广告说：‘人类失去联想，世界将会怎么？’合适吗？”

“不合适！”大伙齐声回答。

鲁鲁接着说：“如果菲利浦公司赞助100 万，做一条广告说，‘让我们做得更好！’，是不是更高明？”

“是，而且花钱少！”有几位经理齐声回答。

“所以，”鲁鲁总结道，“企业形象一定要用公益诉求，特别是社会突然遭受灾难的时候。”

张师傅突然一拍桌子，说：“好主意，我明白了！”

[返回目录]

难道我们连狗都不如吗？

波比语录：

企业整体形象，最好用公益诉求；企业专业形象，最好用权威诉求；企业产品（服务）形象，最好用助销诉求。

品牌专家鲁鲁画了一个金字塔：

企业

整体形象企业三大形象

企业专业形象

企业产品（服务）形象

形象金字塔

鲁鲁解释说：“企业产品（服务）形象，最好用助销诉求；企业专业形象，最好用权威诉求；企业整体形象，最好用公益诉求，特别是社会突然遭受灾难的时候。”

鲁鲁介绍的当然是波比的观点。张师傅茅塞顿开，突然一拍桌子，说：“好主意，我明白了！”

接下来，人们很快在各大媒体上看到汪汪糕点公司的公益广告。广告中，波比的丑脸显得非常深刻，旁边有句广告语引人注目：“唯有人才能拯救人！”文案是：“在‘2·11’灾难中，一只狗挽救条性命！那么，我们作为人，难道不应为灾难中丧失双亲的孤儿献出自己的爱心吗？《‘2·11’见真情、献爱心慈善晚会》将于本月22 日举行，欢迎广大市民踊跃参与……”

广告的最后一句话是：“难道我们连狗都不如吗？”

慈善晚会终于开始了。晚会电视直播，现场接受捐款。

第一个节目由汪汪公司表演。只见汪汪公司的员工穿着白色厨师服装，欢快地跳着集体舞，这是他们自创的广告舞蹈，张师傅竟然也在其中。最后他们做了一个很夸张的慢动作，同声说：“难道——我们——连狗——都不如吗？”说完还做了一个造型。

张师傅说：“不！我们——捐款——200 万！”

员工们打开一张巨幅的200 万支票。

电视主持人走向前去：“张师傅，你们捐款200 万给遭受地震灾害的群众，这是目前为止最大一笔捐款。你有什么话要说吗？”

张师傅说：“没有波比，就没有我们汪汪公司。波比用它神奇的鼻子帮助消防员救了280 条性命，我们拿出200 万给遭受地震灾害的群众，根本算不了什么。我希望大家记住，今后你购买的每一块汪汪糕点的费用中，有一毛钱正在支持受灾群众！买汪汪糕点，做慈善事业！”

主持人说：“谢谢张师傅！”

张师傅下去了。上来一群演员一边跳舞一边与主持人对话。

主持人：“狗是人类最忠诚的朋友！”

演员A：“人是狗类最无耻的朋友！”

主持人：“狗对人类的感情，千言万语归结为一句——”

众演员：“汪！”

主持人：“人对狗类的回答，万语千言全都是——”

众演员：“恶毒攻击！”

演员B：“什么狗东西，狗崽子，狗腿子，狗汉奸，狗头军师——”

众演员：“所有坏人都说是狗人！”

演员 C：“所有阴险、腐败、残暴的官僚都说是——”

众演员：“狗官！”

员演员：“什么狗日的，狗娘养的，狗仗人势，狗皮膏药，狗血喷头，狗急跳墙——”

众演员：“全是人咬吕洞宾，不识好狗心！”

员演员：“什么狗尾续貂，狗苟绳营，狐群狗党，鸡零狗碎，鸡鸣狗盗，狼心狗肺——”

众演员：“呸，人嘴里吐不出象牙！”

演员C：“你敢说这是：狗拿耗子，多管闲事吗？”

众演员：“不，放你的狗屁！”

观众报以热烈的掌声。演员们说完退出舞台。

主持人说：“现在，我们来念念最新收到的一份捐款名单：黄正红200 元；

陈小洁200 元；陈刚300 元；小朋友李方方100 元；郑东文、陈彩霞夫妇500 元；刘金刚200 元，

李丽丽100 万元……等等，捐款100 万元的李丽丽在现场吗？噢，在那边！请大家掌声欢迎捐款100

万元的李丽丽上台发言。”

李丽丽迈着时装模特的猫步上了台舞。

主持人问她：“你捐款100 万元，这个数目不小啊，请问你为什么捐款？”

李丽丽答道：“我捐款100 万元，是因为感到很内疚。我曾经伤害过波比和品牌专家鲁鲁先生。我到处说他们是骗子，害得他们四处流浪。现在他们做了好事，救了这么多人，可是却不敢回家，我心里非常难过！我这100 万元，虽然是捐赠给受灾群众，但我也希望那些接受援助的群众，一起寻找波比，一起呼唤他们回来。”

主持人煽情道：“波比——听到了吗？我们在想你，我们在等你，回来吧！”

全场观众跟着说：“回来吧！”

波比和鲁鲁终于出现舞台上。

主持人请鲁鲁发言，鲁鲁不说话，他将麦克风送到波比面前，波比连续叫了六声：“汪汪！汪汪！汪汪！”

鲁鲁翻译道：“这几天我们真难啊！到哪都说我们是骗子，连孩子们见到我们都说‘品牌骗子鲁鲁’、‘品牌骗子鲁鲁’，我们的形象一眼就被人认出来了，没有人愿租房给我们，我们只好四处流浪，露宿街头。如果不是这场灾难，如果不是波比救了大伙，谁能证明我们的清白？波比也是孤儿，是一条被人遗的沙皮狗，我收养它，就是看它像千百个孤儿一样，需要人间的温暖！”

大家沉默，心情难过极了，许多人流下了热泪。

其实在波比出生的那间实验工厂，基因与它相同的沙皮狗至少有一千只。

最感人的一幕出现了，居委大妈突然跑上台来，跪在波比面前猛刮自己的耳光，说：“我不是人，我是狗！不不，我连狗都不如，我是人……”

波比想起她上次要将自己送到动物收留所人道毁灭，吓得波比撒腿就跑。

[返回目录]

品牌是一种风格

波比语录：

李宁从不为李宁牌做广告，因为他知道李宁不是李宁牌，不能王婆卖瓜，自卖自夸。

波比在《“2·11”见真情、献爱心慈善晚会》上万众瞩目，它救了280 条性命的义举感人肺腑，人们纷纷解囊捐款，一夜间为孤儿基金筹得二千万元。

居委大妈老泪纵横，她也是孤儿出身，若不是邻里百姓将她抚养成人，哪能有今天？当她听说波比也是个孤儿，因为没有身份证，与鲁鲁相依为命，流浪街头，人们还叫他们品牌骗子时，她太难过了。若不是那天自己去查身份证，要将波比送去人道毁灭，他们怎么会落到如此悲惨的地步呢？

大妈真诚地认为，自己连狗都不如，太激动了，抑不住地跑上台去，跪在波比面前猛刮自己的耳光，说：“我不是人，我是狗！不不，我连狗都不是如，我是人……”

吓得波比撒腿就跑。

波比跑到台下，见一位艳丽女子好生面熟，正是刚才捐款并且欢迎自己回来的女模特李丽丽，此刻她正张开双臂要拥抱自己，波比倍感亲切，上次就是她救了自己，便毫不犹豫窜入她怀里。

居委大妈从后面追来，她一定要当面向波比道歉，告诉它再也不用到处流浪了，没地方住就去大妈家里。

但是波比以为大妈又要抓它，送去动物收留所人道毁灭，躲在李丽丽怀里惊慌乱叫。李丽丽心领神会，抱着波比撒腿奔逃，跑了一段，觉得不够快，将高跟鞋脱下扔地上，赤足奔跑。待大妈和品牌专家鲁鲁赶来，波比和女老板早已消失在人群中。

鲁鲁望着地上那双时髦的高跟鞋，生气地质问大妈：“难道你现在还不能原谅波比吗？”

“不不”！大妈说，“我是专程来道歉的，顺便接你和波比回去。难道我真的连狗的都不如吗？”

现在，品牌专家鲁鲁回到他原来的办公室——也是他居住的地方，孑孓一身，寂寞无边。波比失踪了，他喜爱的珍珍小姐不来上班了，鲁鲁感慨万千：人生难测啊！——狗生更难料！

幸好点心师张师傅常来电话，细心安慰。张师傅一边安排汪汪糕点公司出资刊登寻狗广告，寻找天下闻名的沙皮狗波比——广告中巧妙地揉进了鲁鲁所说的公益诉求，借机树立汪汪公司的形象；一边准备联系秘书珍珍小姐，请她回来鲁鲁这里上班。

沙皮狗波比的下落暂且不提，我们先看看珍珍小姐怎么样了。张师傅能说服她回鲁鲁先生那里上班吗？

珍珍小姐是个研究生，长得超凡脱俗，清纯无邪，学校中有无数的追究者，但是她没有一个喜欢。

她的专业是研究鲁迅，也就是鲁学，她对有关鲁迅的一切都着了迷。如果你问她此生最爱谁？她回答鲁迅！你问她此生最恨谁？她回答鲁迅！恨由爱生，她恨自己生不逢时，不能出生在鲁迅那个年代。就是这样一位具有个性的鲁学研究生，当她看到品牌专家鲁鲁在自己专栏里说要公开招聘兼职女秘书时，一股亲切感油然而生。鲁鲁，莫非与鲁迅有点关系？待她面试见到化妆成大师的鲁鲁时，简直目瞪口呆，她真以为鲁迅再世了。

前面说过，鲁鲁的外貌不仅像鲁迅，还象孙中山，像卓别林，是模仿一系列伟大人物形象的综合结果。喜欢孙中山的人，看到他就像孙中山，喜欢鲁迅的珍珍小姐姐，看到的自然是鲁迅了。

鲁鲁先生一眼就看上了这位充满书卷气的女生，将上百个应聘者拒之门外。他认为他们是一见钟情，其实完全是误会。

珍珍小姐爱的是鲁迅而不是鲁鲁。你要是对她进行严格的心理分析，就会发现，她连鲁迅都不爱，她爱的是“鲁迅牌”，这一点波比早就看出来了。这种品牌崇拜其实跟歌迷们热爱刘德华、谢铚锋没有两样。

在波比看来，品牌是一种风格，成功的品牌具有魅力无穷的风格，犹同鲁迅的形象一样。周星驰跟周星驰牌是两回事，李宁跟李宁牌也是两回事。周星驰在电影中搞笑，但在现实中就比较严肃；李宁本是李宁牌最佳的形象代言人，他却从不为李宁牌做广告，因为他知道李宁不是李宁牌，不能王婆卖瓜，自卖自夸。有的人迷恋明星，并不知道明星其实是一个品牌，是一系列市场推广的结果，跟明星自己完全是两码事。

珍珍小姐就是这样，她将鲁鲁当成真的鲁迅了，完全是生活模仿艺术的结果。他时常用鲁迅的标准去衡量鲁鲁，结果非常恶心。虽然鲁鲁看起来比她心目中的鲁迅年轻英俊，但她永远无法将鲁迅的光辉形象与这个具体的品牌骗子重叠在一起。“鲁迅牌”的风格与鲁鲁的行为格格不入。

特别是那条好色的沙皮狗，分明是一个人，却老扮着狗模样，整日与鲁鲁在老板面前演双簧，蒙人钱财，严重亵渎了她心目中的鲁迅。当居委大妈检查波

比的身份证并将这对“狗人”吓跑时，珍珍小姐彻底看穿了品牌专家鲁鲁的真面目，她借说学校有课抽身而走。

好了，现在点心师张董事长又来找她到鲁鲁那里上班了，她愿意吗？离开了波比的鲁鲁，会怎么表演？

[返回目录]

行为决定你的品牌风格

波比语录：

虽然卓别林的脸部造型与希特勒一模一样，但不同的行为决定了他们不同的形象。也就是说，行为决定品牌风格。

波比成了真正的新闻人物。先是危难中救了280 条性命，后又在慈善晚会上突然失踪，寻找波比的广告遍地都是。波比的故事家喻户晓，千百万人为它的命运担忧。那位与波比一起狼狈逃窜的女模特李丽丽，成了一位神秘莫测的女妖精。汪汪公司则乘机借用波比作为形象代言人，大做特做公益广告，生意兴隆。

这一切都被鲁鲁先生的秘书珍珍小姐都看到了。她是从报上看到的，并且深信这又是鲁鲁先生制造的动人骗局。珍珍小姐太伤心了，自己一不小心还成了帮凶。

点心师张师傅张董事长开着“大奔”来到学校，他要帮鲁鲁先生找珍珍小姐回去上班。“大奔”停在研究生宿舍外面。

男生们恼极了：今天又不知哪位漂亮的女生被大款接走？！

有人拿着小石头，在一旁偷偷候着，准备砸过去。

张董事长被女生宿舍的门卫挡在外边。过去太多男生进去了，呆着不走，厕所时常被堵，清洁工挖出来的是一堆堆的避孕套，学校只好严令规定，男性一律不准进女生宿舍。

门卫让张董事长等着，双手做话筒状，抬头朝楼上喊：“302，王珍珍——302，王珍珍——”

女生们都探出头来，王珍珍是真正洁身自好的女生，追求者无数，但从未有人敢找上门来，她们见一个老头在楼下等着，八成是一个大款。

珍珍小姐也探出头来，见是张董事长，说一声张师傅等等，我马上下来了。

女生们嘘一声都将头缩回去了，她们平日见她根本不把一般男生放在眼里，现在竟跟一位大款弄得挺熟，而且还是个模样挺土的糟老头，太失望了！

珍珍小姐到了楼下，情况更是不妙，那些曾经被她拒绝过的男生，一个个躲在不同的角落里，拿眼睛监视着她。

她慌忙钻入张师傅的“大奔”里，说：“快开车！”

张师傅一加油门就冲了出去，任你奔驰的加速度世界闻名，车顶上仍然嘣嘣作响，吃醋的男生还是将石头扔过来。

张师傅将珍珍小姐拉到品牌专家鲁鲁的办公室。

她见鲁鲁憔悴了，漂沦孤寂的日子写在脸上，令他越发像个鲁迅。她对鲁迅的热爱此时又移情到鲁鲁身上，却以仇视的眼神瞪着鲁鲁。

他们两个对视着，一言不发。

张师傅猛然醒悟，说：“你们谈，我走了。”

“你为什么非要装扮成鲁迅？”张师傅走后珍珍立即质问鲁迅。

“谁说我装扮成鲁迅了？你仔细看看，我是不是像孙中山？”鲁鲁说完将脸凑过去。

珍珍端详了一会儿，说：“奇怪，真有点像孙中山。”

“谁说我像孙中山？你再仔细看看，我是不是像卓别林？”说完鲁鲁做了一个卓别林式的动作。

珍珍想笑，说：“真有点像。”

她立即感到不妥，又生气地问：“不管你装扮的是鲁迅也好，孙中山也好，卓别林也好，这些都伟人，你怎么可以随意模仿他们，利用他们的形象来招摇撞骗吗？我告诉你，模仿也要看对象，不是什么人都可以模仿的，你这是对伟人的亵渎！我真为你感到羞愧。你以为我还会再来为你工作吗？不，做梦去吧！我不是狗，不是那条被你利用、奴役的沙皮狗。我今天过来，就想当面告诉你，你是我见过的最无耻、最奸诈的骗子！”

鲁鲁先生一点都不生气，反而觉得珍珍小姐实在纯洁可爱，非要将她留下来不可。

鲁鲁说：“我不模仿伟人，不模仿好人，难道你要我模仿坏人？你们学校那些知识分子，不，中国的读书人，哪一个不是模仿别人？他们欺国人不熟悉外语，不熟悉他们的专业，经常翻译外国权威的书籍，借权威的形象来蒙人，蒙久了，还自以是个大师，将外国人的作品签上的自己名字发表了。

不是有一个大学叫“复印大学”吗？老实说，我模仿伟人，但我从不认为自己是伟大，我是品牌专家鲁鲁。相反，你们那些搞学术的，又有多少像我这样诚实？最近媒体不是已经揭露，北京大学人类学教授王铭铭，先是翻译了哈维兰的《当代人类学》，然后就抄了10 万字，也不注明出处，放在自己的书里，这种明目张胆的剽窃行为不是比模仿更可耻吗？”

“你这是狡辩！”珍珍生气极了。

“不，珍珍，你听我说，模仿真的没什么不好。”

鲁鲁想起波比给自己讲过，虽然卓别林的脸部造型与希特勒一模一样，但不同的行为决定了他们不同的形象，便问珍珍小姐：“你知道卓别林模仿谁吗？”

珍珍摇摇头。

“他模仿的是坏人，模仿的是全世界最大的坏蛋，最大的独裁者希特勒！你回想一下，卓别林那胡子，那脸谱，简直跟希特勒一模一样，但卓别林仍然是伟大的艺术家。虽然他们有同样的视觉形象，但是，你看到卓别林的形象就感到亲切，你看到希特勒就觉得厌恶，因为他们有完全不同的行为！”

鲁鲁说完举起右手，立正说：“嗨，希特勒！”

鲁鲁的动作太像了，简直就是大独裁者希特勒。

鲁鲁总结道：“不同的行为决定不同的形象。按我们的行话来说就是，不同的行为决定不同的品牌风格！”

这番道理当然出自波比的理论。

按照这条狗理论，凡有不光彩行为的人不能成为职业经理，只能在幕后担任董事或董事长，因为职业经理的行为直接暴露在员工和消费者面前，稍有不慎，企业的品牌形象就会受到不利影响。像马俊仁或“马家军”的形象也不能用作保健品的品牌，因为“马家军”的成绩太不稳定了。

鲁鲁没有想到，自己竟然用波比的品牌理论来追女孩子，只是不知效果如何。

[返回目录]

品牌的驯狗理论

波比语录：

品牌认同的最高境界是顾客的生理认同。

点心师张师傅领珍珍小姐姐回到鲁鲁的公司，希望鲁鲁有个伴儿。但她却当面指责鲁鲁先生假扮伟人形象，招摇撞骗。鲁鲁狡辩说自己是模仿正面人物，没什么不好，卓别林连大坏蛋希特勒也敢模仿，他的脸谱跟希特勒一模一样，还获得一片喝彩，人称伟大的艺术家，可见模仿什么并不重要，关键看你的行为，他还引波比的话说：行为决定你的品牌的风格。

珍珍小姐越听越气，鲁鲁先生简直厚颜无耻。她反驳道：“请你别再提那只下流的沙皮狗了！卓别林模仿希特勒，为大众贡献的是伟大的艺术，你模仿伟人，是为了到处招摇撞骗，这样的行为是对伟人们的严重亵渎，你竟然还敢说没有什么不好。”

珍珍小姐愤怒极了，她停了一下才说：“我气得真想刮你一句耳光！现在你还好意思再叫我来当你的秘书，助纣为虐，没门！”

27

鲁鲁先生觉得珍珍小姐生气的模样太可爱了，平日里见她斯文矜持，生起气来嫩脸嗔红，妙眼出神，别有一番媚态，这样的可人儿一定得留下来当秘书，怪不得波比一看到她就两眼发直。

怎么才能说服她留下来呢？

鲁鲁叼着烟斗沉思，珍珍小姐也算个小知识分子，下海兼职已经不容易了。他想不如用知识去打动她，便问：“你知道鲁迅从前是学医的吗？”

“关于鲁迅的ABC，就别问我这个鲁学研究生了！”珍珍小姐生气道。

“好吧，我们不说鲁迅，就说生理学，现代医学是建立在生理学基础上的，你知道俄国的科学家巴浦络夫和他那个著名的条件反射实验吗？你知道条件反射与无条件反射吗？”珍珍摇摇头，鲁鲁觉得自己开始掌握主动。他说：“如果现在突然一声响雷，你我都会吓一跳，这就是无条件反射。无条件反射是一种本能，是基于动物生存在本能。条件反射是后天训练学习而来的。”

珍珍小姐的怒气开始消退。

鲁鲁给烟斗装上烟丝，不点火，继续说：“这事跟狗有关，也与波比有关。巴浦络夫想，动物，包括人，经过特别的训练，听到某种信号可能会产生特定的生理反应，为了证明这个想法，他拿狗做实验。每次喂狗时，他先摇铃，结果每次听到铃声，狗就知道吃饭的时间到了，胃里自动分泌出帮助消化的胃酸出来。”

鲁鲁见珍珍听得入神，点着了烟，吧嗒吧嗒抽几口，接着说：“巴浦络夫决定只摇铃，不给狗任何食物，看狗胃里会不会分泌出胃酸。你说这实验该怎么做？”

珍珍小姐又摇摇头。

鲁鲁发觉用知识去征服知识女性开始见效，建立在分众而不是大众之上的整合营销传播理论，用到珍珍小姐身上也合适。他又继续说：“巴浦络夫切开狗的肚皮，在狗胃里插入一根管子，不给食物，一摇铃，帮助消化的胃液就通过管子从狗肚里流出来。这就是著名的条件反射实验。”

“这种条件反射实验有什么意义？这与你老挂在嘴边的品牌营销有什么关系？”珍珍小姐谦虚地问。

她现在又变成一个好学生，情绪已经稳定了。

“非常有意义！”品牌专家鲁鲁断然回答。

“能举一个老百姓十分熟悉的案子吗？”

“绝对没问题！麦当劳著名吧？老百姓也熟悉，就以麦当劳为例。小孩开始喜欢麦当劳，是因为看了广告，或吃完麦当劳后得到奖品。广告、奖品和品牌标识就是巴浦络夫手上的狗铃，特别是奖品，小孩吃麦当劳就可能得到奖品，他当然喜欢。随着孩子的成长，麦当劳的汉堡包和奖品就与这个人建立起一种条件反射关系，一看到麦当劳的户外广告标识，胃酸就开始分泌，或者肚子一饿，就想吃麦当劳。这样一来，全世界最忠诚的客户就培养出来了。麦当劳为什么喜欢做儿童的广告？因为说服了儿童就等于说服大人，儿童需要大人陪着吃；更重要的是，大人的胃口已经定型，很难改变。比如，东北的老人喜欢吃大饼，你叫他们吃汉堡包，他们怎么会习惯呢？相反，一个吃麦当劳长大的青年，你不叫他吃汉堡包他就难受。所以，品牌认同的最高境界是顾客的生理认同。”

鲁鲁讲的这一整套理论都是波比的，所谓近朱者赤，他长期跟波比这只博学的狗在一起，学到不少狗东西。

珍珍小姐听到这里，觉得鲁鲁的面目没那么可憎了，他多有文化啊！平日里为什么就不表现出来呢？为什么自己的见解总说是那只讨厌的沙皮狗的见解呢？瞧他那抽烟的样子，真有大师风采！珍珍是个聪明人，心想：难道鲁鲁与沙皮狗波比之间也建立起一种特殊的条件反射关系？

其实“知识女性”与“知识”之间，已经建立起了一种条件反射关系。当她们生气时，你用知识去爱抚她们，情绪就能稳定下来，女性主义者尤甚。

作为一只接受过特殊教育的克隆狗，波比的品牌驯狗的理论非常复杂，不

是三语二两语能说清楚的，鲁鲁只是学了点皮毛。举个例说吧，可口可乐曾经被百事可乐讽刺为老人喝的饮料，非常恼火，决定重新研制一种新可口可乐。各种配方的新可乐被调制出来了，市场调研专家做“盲测”实验，他们将百事可乐、可口可乐和许多新调制的可乐装在同样的瓶子里，揭去所有品牌标识，让消费者品尝，最后挑选出一种比百事可乐和旧可口可乐更受欢迎的产品。投放市场后，新可口可乐失败了，消费者根本不认同新可口可乐。有人以此攻击市场调查是没用的。但波比不这样认为，它认为如果用品牌的驯狗理论，很容易解释。

在波比看来，新可口可乐贴上可口可乐的商标之后，就等于摇响了巴浦络夫手上的狗铃，人们的味觉系统在可口可乐的品牌暗示下，总是期待着原来习惯了的那种口感，喝下去发现味道不对，自然认为是伪劣产品。但是，你剥去所有的品牌包装，人们又会认为新可口可乐好。

就在珍珍小姐的情绪在鲁鲁的知识爱抚下平静之后，门铃响了，点心师张董事长领着一批人进来，他们是灾难中被波比拯救出来的280 条性命中的10 条。因为波比的失踪，他们特别来安慰鲁鲁先生，同时想告诉他，已经找到波比下落的一条重要线索。

[返回目录]

产品不是品牌

波比语录：

如果产品名称可以注册成品牌，我将“电视机”三个字注册成商标，其它人就不能生产和销售电视机了，这行吗？

鲁鲁先生盗用波比的品牌思想，向珍珍小姐姐讲授品牌的驯狗理论，他说：“品牌认同的最高境界是顾客的生理认同。如果顾客像吸毒似地喜欢上你的品牌，你想破产他们还不干呢！”

正说到兴头上，张师傅张董事长领着一批人进来了，他们是“2·11”灾难中被波比拯救出来的280 条性中的10 条。波比失踪了，他们特别着急，专门来安慰鲁鲁先生。

有位获救者整个脑袋裹满了纱布，只露出一只眼睛。那怕就这一只眼睛，你也可以看到他对波比的无限感激。他不能说话，亮出一幅锦旗，上书：“神犬波比——‘2·11’幸存者敬赠！”

鲁鲁叫珍珍小姐赶快接过来。他以为没有什么节目了，怎料幸存者中站出一位女孩，大约6 岁，名叫小花，父母双双在“2·11”中不幸遇难。

小花说：“叔叔阿姨，我们非常想念波比！我给叔叔阿姨唱一首《波比波比，我爱你！》吧！”

幸存者中又站出一位男士，背着手风琴。这些人显然有备而来。手风琴为小花演奏了一段过门，孤儿小花便唱了起来，歌词大意是：

忘不了寒夜里天崩地裂，

我失去亲爱的爸爸妈妈，

断墙下小花无助地哭泣，

神犬波比救了我们。

波比波比，我爱你，

如今你流浪到哪里？”

泪水从小花脸上缓缓流下来，珍珍小姐感动极了，抱起小花安慰道：“小花小花别难过，姐姐一定把波比找回来！”

点心师张师傅说：“有线索了！”

张师傅拿出一张《经济时报》，一条醒目的标题出现在大家面前：《人和沙皮狗配种，广州人果然开放！》。记者李风风报道说，他刚从北京来广州记者站工作，在东方乐园附近见一家正经单位，招牌赫然写着：“广州人和沙皮狗配种站”。人和狗都敢配种，真没想到广州人如此开放！

鲁鲁先生一声苦笑：“胡说八道！‘人和’是一个地名，‘广州人和沙皮狗配种站’，是指‘广州人和’这个地方的‘沙皮狗配种站’。这记者怎么当的？”

张师傅说是搞错了，记者第二天作了更正，并向读者检讨。

他又拿出一张报纸。“你看看！”他对鲁鲁说：“为了挽回上次报道对‘广州人和沙皮狗配种站’的负面影响，李风风特别为这家配种站做了大幅正面报道，介绍了配种站的科学流程，特别是沙皮狗的配种，采用广东南海纯正的狗种，与其它性情温和的矮狗进行杂交，生产出一批体型袖珍的沙皮狗。

你们瞧瞧，这张狗照多像波比啊！”

珍珍小姐拿近报纸一看，失声叫道：“这就是我们的波比！”

鲁鲁先生摇摇头：“不可能！世上模样相同的狗太多了，何况都是沙皮狗。”鲁鲁读了一遍记者李风风的报道，又骂起来：“这记者总想卖弄一些另类观点。你看他这句：‘过去我们知道南海出了一个著名的康有为，现在才知道，与康有为齐名的是中国纯种沙皮狗！’这是哗众取宠！”

说到沙皮狗，张师傅的商业头脑又活了。他见沙皮狗波比成了路人皆知的公共宠物，想将“沙皮狗”三字注册商标，于是问鲁鲁：“我们可不可以将‘沙皮狗’三字注册成商标？”

鲁鲁坚决地回答：“不行！”

“为什么？”

鲁鲁想起波比的语录，回答说：“因为产品不是品牌。产品的品名不能注册成商标。沙皮狗是一种狗的品名，所以不能注册成商标！”

“为什么？”大伙一齐问。

珍珍小姐觉得波比不在，鲁鲁似乎换了另一个人，变得博学可爱多了。

其实鲁鲁有关品牌的全部见解都来自那只沙皮狗波比，现在他却以权威的口吻说：“如果产品名称可以注册成品牌，我将‘电视机’三个字注册成商标，其它人就不能生产和销售电视机了；我将‘计算机’二字注册成商标，所有计算机市场都将被我占领了，多省事啊！这行吗？”

“肯定不行！”大伙本能地回答。

“对，肯定不行！工商管理部门也不会批准。‘沙皮狗’三字也一样。”鲁鲁坚决地说。

张董事长十分遗憾，脑筋一转，正想问：“能不能将‘波比’注册成品牌？”电话铃响了。

珍珍小姐恢复了秘书的职责，她拿起电话，突然听到“汪汪”的狗叫，声音很大，在场的人差不多全听到了，那是波比从电话那头传过来的。

鲁鲁火速冲过去，抢过话筒也汪汪地叫起来。鲁鲁先生什么也不顾了，他正与那头的波比说狗语呢！

这回没有人敢怀疑，鲁鲁先生确实能跟狗交谈。

鲁鲁终于放下电话，心中已有主意，他平静地对伙说：“谢谢各位！我找到波比了，大家都回去吧！”

大家都感到非常高兴，张师傅和珍珍希望留下帮忙，鲁鲁先生婉言拒绝。

鲁鲁和波比这对狗人太不可理解了。

[返回目录]

不注册，就不是品牌

波比语录：

不管你的产品如何受欢迎，包装如何精美，消费如何认同和喜欢，你的产品包装的名称、读音、图案和给组合形式不去注册，就不是品牌，你没有所有权。

鲁鲁在广州郊区一个山水楼盘中见到了波比。

这里风光绮丽，小区管理，一切生活设施应有尽有。妖艳的女模特李丽丽有一套300 平米的豪宅。台湾股市急跌，男友被搞得焦头烂额，回去处理财务去了，她与波比隐居于此，优游自得，企业却让职业经理去管理了。

鲁鲁见到李丽丽，心中大怒，想起她造谣说自己是个品牌骗子，正想开骂，怎奈她满脸嬉笑说：“欢迎！欢迎！”

波比更是兴高采烈，“汪汪”地叫了起来，意思是说，这是一个理想的避难所，有一天若被人追捕，躲藏在此处最合适，千万别得罪李丽丽。

鲁鲁气坏了，这只色狗离开自己不到一周，竟然替人家说话了。可细想一下也对，自己和波比都是科学家用基因技术制造出来的怪物，从实验室中逃出来，混迹于人类社会，没准那一天被人识破，或被科学狂人阿道比先生逮着，多一个藏身之地也没什么不好。

李丽丽这尤物陪起笑脸来妩媚动人，鲁鲁心头一软，决定暂不与她计较。

他和波比开始用狗语交流，女老板听不明白，以为鲁鲁与波比久别重逢，一高兴，也跟波比学起狗叫来。他们你汪汪、我汪汪，交谈了十几分钟，决定一起回公司，叫点心师尽快停止发布寻狗广告，停止一切借狗促销汪汪公司产品的市场行为。

这对狗人讨论过了，回到自己公司虽然有危险，但总比鲁鲁和波比一起失踪更不引人注意。再说鲁鲁已经化妆成标准的伟人形象，公开的身份是品牌咨询专家，如果你不做基因检测，谁又知道鲁鲁的真实身份呢？

当然，他们现在都得小心了，在任何地方都不能轻易留下一根毛发、一粒细小的皮屑，怕的是别人拿去检测。

告别时鲁鲁对提醒女老板：“听说艾滋病就是猴子传染给人类的。波比身上也有一种奇怪的病，但一般不会传染给人，不过你最好请人认真清洁一下你的房子。”

吓得李丽丽脸色苍白。

回到SOHO 公司，他们立即打电话将点心师张董事长叫来。

董事长进来就问：“波比呢？让我瞧瞧，想死我了！”

鲁鲁告诉他，波比情绪不太好，在房里休息，先别打扰它了。他问张董事长，是否停止发布寻狗

广告，是不停止利用波比形象搞促销的一切企业行为。

张董事长有点生气了：“广告是停止了。但什么叫借波比的形象搞促销的企业行为呢？我们公司大堂供着波比的照片，出售的产品都有波比的标识，也不是一两天了，过去你也不反对，还说什么公益诉求，消费者也认同了。现在你突然说不准用波比的形象，太为难我们了吧！这样吧，你要多少钱，开个价？”

“这不是钱的问题，”鲁鲁说，“这是肖像权的问题！”

“狗也有肖像权吗？我第一次听说。外国人有说，人的肖像权是人权的一部分，但说狗有肖像权就搞不明白了，难道你能说有狗权？”

鲁鲁气坏了，这才是真正的种族歧视，真想破口大骂，但还是忍住了，自己毕竟是个咨询专家，应当处处显得比别人有经验，有知识，头脑也更冷静，便问张董事长：“你回答我一个问题，看在我们过去的交情上，一定要实话实说，你将波比的头像注商标了吗？”

“没有。”张董事长老实说。

“这就好办了，”鲁鲁说，“你等等，我一会儿再跟你谈。”

鲁鲁回房里去了，跟波比讨论了一下，他拨通珍珍小姐的手机，请她以最快的速度到工商局去，将波比的肖像注册成商标。

工作布置完了，鲁鲁才出来对张董事长说：“没有注册就不是商标，也不是品牌。那怕你的产品如何受欢迎，包装如何精美，消费如何认同和喜欢，你的产品包装的名称、读音、图案和给组合形式不去注册，就不是品牌。因此，波比的形象你不能专用。”

这当然是波比在房里教鲁鲁说的。

“为什么不能专用？”张董事长急了：“我们为了树立波比的形象花了大量资金，光‘2·11’慈善晚会，我们主办加赞助至少花了500 万元——对了，这场晚会还是你策划的。现在印有波比形象的包装箱盒，仅库存的就值300 万，

再加上发布的广告，特别最近发布的寻找波比的广告，加起来至少值5000 万。更重要的是，消费者已经将汪汪公司的形象与波比连在一起了，按你过去的话来说，叫做品牌认同，品牌认同了，无形资产评估一下，就值好几个亿。好了，你现在告诉我波比的形象我们公司不能独用，我花钱请你咨询干吗？我脑子不是有病？”

“不是你脑子有病。而是法律不保障你单独享有波比的形象，谁让你不去注册商标？总之，没有注册就不是品牌！也不是商标！”

[返回目录]

抢注狗品牌

张董事长拍案而起：

这是什么合资公司，在市场上竞争不过我们，就想挖我们的人才，人才挖不走，又抢注商标，太丑恶了，太丑恶了！

有位客户来了。

鲁鲁已经向珍珍小姐交代过了，波比心情不好，最近一律不见客户。现在来的究竟是谁来呢？

来的是张师傅张董事长。他听了鲁鲁的劝告，撤下寻狗广告，暂时停止用波比的形象搞促销。但是他发现，许多企业都在用波比形象做广告、搞促销，他要向鲁鲁咨询，想个办法对付。

这时波比自己也闷了，在房里四处转转，到了会议室——也就是他们的客厅里，见鲁鲁和珍珍小姐正与点心师张董事长交谈。

张董事长立即向波比伸过手来，握着它的前腿说："波比你好，我们非常想念你！"

波比脸上木无表情，它再也不愿表现出比其它沙皮狗拥有更多的智慧，也不敢在别人面前与鲁鲁用狗语交流，更不敢拿狗眼去盯美丽的珍珍小姐，他知道异性的诱惑是基因工程师的阴谋，他不能再上当了。

波比的双眼木然地望着张董事长，心里却抑不住想着身旁的珍珍小姐，狗鼻子太灵了，青春女性身上那怕有几粒雌性荷尔蒙分子，它都能闻到，并为此神昏颠倒。

"波比，我们正讨论你呐！"张董事长又冲它说。

波比似乎什么也没听到，表情依然雕塑一般。

鲁鲁先生说："我们继续讨论吧。张师傅，你刚才说有不少家企业用波比的形象搞促销？"

"至少有50 家。"张师傅说，"这只是我们所了解到的。第一家就是"广州人和沙皮狗配种站"，

《经济时报》广州记者站的李风风上次已经报道了，这家配种站最近又在门口立一个巨大的户外广告牌，上面是波比的标准照，广告语是：‘难道你不想拥有一只波比吗？’现在不仅做糕点的用波比的形象，做汽水的用波比的形象，做楼盘的用波比形象，做家电的用波比的形象，做狗食的更用波比形象。令人气愤的是，有人说波比的性欲……不好意思！”

张师傅望了一眼珍珍小姐，欲言又止。

鲁鲁先生鼓励道：“请继续讲！”

张师傅这才说：“有人说波比的性欲特强，还用它的形象做壮阳药广告，还举古代色情小说《肉蒲团》的主角为例，说那主角所以如此了得，就是用外科手术将狗的生殖器嫁接自己身上，产生神奇的效果。我认为这是对汪汪公司的严重侵权！鲁鲁先生你说怎么办？”

波比这才惊醒过来，突然从椅子上跳到地下，转眼间就溜回自己房里。

“波比！你去哪里？”珍珍小姐和张董事长几乎同时喊。“别管它！”鲁鲁先生说，“自从上回失踪后，波比的性格变了，随它去吧！我们刚才谈到哪里？”

张师傅接着说：“我认为那些借用波比形象做广告的企业是对汪汪公司的严重侵权！鲁鲁先生你说怎么办？”

“我不认为是对汪汪公司的侵权，”鲁鲁说，“因为你根本没有将波比的名字和它的形象注册成商标，你们公司的商标是汪汪，而不是沙皮狗波比。”

张师傅不服：“你现在到街上随便问一个人，特别是儿童，他们都知道波比就是汪汪糕点，而不是汽水、电脑、运动鞋什么的。按你的话来说，一个品牌的成功，就是得到公众广泛的心理认同，这一点我们做到了，消费者也认为波比就是汪汪，汪汪就是波比。不信你可以做市场调查，搞民意测验！”

鲁鲁先生不以为然：“民意测验也不能改变法规，只能了解一下消费者的态度而已。珍珍小姐，我不是叫你到工商局去注册波比牌的商标吗？结果怎么样了？”

珍珍小姐翻开记事本，说：“我到工商局咨询了，在我们去注册之前，已经有三十多家企业要求注册，都被拒绝了。”

“为什么？”张师傅关切地问。

“因为有一家企业半年前就注册了波比牌商标，就是用波比形象做识别标志的。”珍珍小姐答道。“是哪家企业？”鲁鲁和张师傅十分关注。

“味味公司！”她回答。

张师傅拍案而起：“这是什么合资公司，在市场上竞争不过我们，就想挖我们的人才，人才挖不走，又抢注商标，太丑恶了，太丑恶了！我要上法院告他们！”

鲁鲁先生哈哈大笑，知道这事闹大了，味味公司的合资伙伴是著名的跨国

企业，这官司打起来，波比的知名度就更大了，届时他们的身份必定引人注意，那些长期跟踪追捕他俩的科学家，很快就会找上门来，他感到危机四伏，又要维护品牌专家的形象，不能在张董事长面前露怯，只好哈哈大笑，掩饰自己的紧张。

张董事长被鲁鲁笑懵了，不解地问：“我已经被人气昏，你还在笑，笑什么？难道这一切都在你的意料之中？”

鲁鲁先生的笑声停了片刻，现在骑虎难下，一时不知怎么回答张董事长，再次哈哈大笑，这一次笑得更长，因为他要在笑的过程中找到对策。

珍珍小姐也莫名其妙，微笑着看看鲁鲁，又看看张董事长，不知该怎么办，幸好门铃响了，她出去开门。

按铃的不是别人，而是居委大妈，自“2·11”灾难之后，她觉得自己上次查波比的身份证将它吓跑，对不起波比和鲁鲁了，从此再也不敢轻易闯进来，有事总是先按门铃，在门口把话说完就走。

居委大妈将嘴凑近珍珍的耳朵，小声说：“我发现一些可疑的情况，有两个陌生人经常在附近溜达，他们又做记录又照相，不知想干吗？请你转告鲁鲁先生。我会盯紧他们的，我先走了。”

居委大妈现在主动承担鲁鲁和波比的保安工作。

[返回目录]

追踪狗产品的人

波比语录：

什么民族企业、民族品牌，都是保守的意识。任何外资企业在中国依法纳税，就应当得到尊重。在中国注册纳税的企业就是中国企业。

鲁鲁、珍珍和张董事长正谈到味味公司抢注波比牌商标，张董事长说要告味味公司，居委大妈突然按响了门铃，珍珍小姐出去开门，大妈不愿进来，说有两个形迹可疑的人在附近盯梢鲁鲁这间房子，说完大妈就走了，她要下去反盯梢。

鲁鲁见珍珍小姐一个人进来，问：“谁按门铃？什么事？”

珍珍小姐欲言又止，他不知道当着张董事长的面该不该说。

鲁鲁急了：“张师傅不是外人，什么话都可以说。”

珍珍小姐便将那两个形迹可疑的人的事说了。

这下又吓坏了鲁鲁先生，他提醒张师傅张董事长：“你千万别上法院告味味公司，我自有对策。你先回去吧，到时我会通知你。”

鲁鲁想尽快打发张师傅走，以便与波比商量对策。

“不！”张董事长说，“这次怎么再也不能放过他们，上回挖我们的人才，这回又抢注商标，你不告他们，他们以为我们好欺负呢！汪汪公司作为民族企业，一定要挺身出来保护中国民族品牌，我一定要告！这已经不仅仅是为了我们汪汪公司了！”

张董事长自办企业以来，文化素质迅速提高，经过“2·11”事件，知道公益诉求最能打动人，说着说着，他也被自己的一腔正气打动了。

波比突然从房里冲出来，汪汪地乱叫一通。

鲁鲁明白波比的意思，坚决地对张师傅说：“不能告！什么民族企业、民族品牌，都是保守的意识，任何外资企业在中国依法纳税，就应当得到尊重。在中国注册纳税的企业就是中国企业。有一天你的企业被人家收购了，你的品牌仍是中国品牌，如果畅销全球，那就是世界品牌。”

“所以，”张师傅有自己的逻辑性，“这回我一定要控告他们！他们早就想收购汪汪公司了，我发誓，只要我活着，他们就是做白日梦！汪汪永远是我的品牌，波比也是！”

“我说不能告就不能告。你不是来咨询吗？你哪一次听我的意见失败过？我告诉你，不能告！”

鲁鲁以品牌权威的口吻说。

“真奇怪，我是付费来向你咨询的，你这是站在谁的立场说话？反正这次不能听你的。楼下那两个形迹可疑的家伙，我敢说就是味味公司派来的，他们对你并不感兴趣，而是冲着我来的。”张董事长肯定地说。

凭鲁鲁的直觉，他知道那两个人是冲着波比来的，却对张董事长说：“我早知道有人跟踪你，这在我意料之中，所以你不能告，我自有妙计。如果你不听我的劝告，下次别来找我了。对不起，我有别的事，再见！”说完他就跟波比回房商量对策去了。

珍珍小姐只好送张董事长出门。

波比知道情况后深感不安，追捕自己的科学家已经到了楼下，它决定暂时去女模特李丽丽那里躲躲，又不敢让鲁鲁打电话问她方不方便，因为电话可能已经被人窃听了。鲁鲁和波比紧急商量对策，叫珍珍小姐到楼下观察情况，如果那两个人走了，立即上来通知。

“注意！”鲁鲁对珍珍说，“不要用手机通知我，亲自上来通知我。”

珍珍小姐下去不久，很快就上来了，形色十分慌张，她说：“不好了！不好了！张师傅跟人打起来了，都被抓到派出所去了！”

“别紧张，珍珍，有话慢慢说。张师傅跟谁打架？怎么会被抓到派出所去？”鲁鲁先生其实比珍珍小姐还紧张，他拍拍珍珍小姐的肩膀，让她安静下来。

“下面不是有两个形迹可疑的家伙吗？张师傅认为是味味公司派来跟踪他的，叫司机去警告他们，别再跟踪了。那两个人说，他们从未跟踪过张师傅，对张师傅没有丝毫兴趣。张师傅的司机认为对方狡辩，他是个转业军人，司机兼保镖，三句话不合，就跟他们打起来，怎料那两人也不是等闲之辈，司机一人敌两，丝毫占不到便宜，反而有点被动，张师傅只好加入混战。居委大妈一直在旁边监视，看他们打起来了，立即报警，一队巡警马上过来了，将他们押到派出所去。大妈让我们放心，在她的地盘上，没人敢乱来，但她要你去派出所说明一些情况。”

鲁鲁先生认定那两个人是冲波比而来的，跟张师傅没关，自己不便与他们见面，不如趁人不注意，将波比先送到女模特李丽丽那边去，派出所的事委托珍珍小姐全权处理。

他给珍珍小姐一个新手机，说：“我有急事要办，以后用这个手机跟我联系，我的新电话号码在手机里。请大妈帮忙，她是个好人，张师傅的事不会有大

问题，放心好了。我很快回来，我们保持联系。”

珍珍小姐真摸不透鲁鲁先生是个什么人，最近她以为自己对他有些了解，有点儿喜欢了，关键时刻他却突然离奇外出。这已经是第二次了，上回居委大妈检查波比的身份证将他们吓跑，现在是被两个形迹可疑的家伙吓跑，情况似乎更加紧急，否则就不用换手机了。

[返回目录]

一个狗品牌的电视节目

主持人问：梁山伯和祝英台死后化成蝴蝶自由结婚，他们婚后怎么样了？

小孩答道：生了一堆毛毛虫！

主持人说：太酷了，你真是一只沙皮狗！

波比和鲁鲁上了的士，怕别人追踪，他们让司机在广州内环路转了一圈，再上华南快干线，正要直奔市郊而去，鲁鲁新换的手机响了，珍珍小姐在另一头说：“我们办公室楼下那两个形迹可疑家伙，原来是记者，他们想写一本书，专门介绍波比和你的，先到楼下观察你们生活工作的小区，拍几张照片，然后想上来采访你，没想到与张师傅产生误会，打起来了。现在他们和好了，约好了明天一起来见你。”

珍珍小姐有点兴奋，如果记者写波比和鲁鲁，多少也能提自己一笔。

鲁鲁不放心，问：“什么媒体的记者？叫什么名字？”

“李风风，《经济时报》的，就是那个写‘广州人和家狗配种站’的那位。”

“这记者胡乱报道，连‘人和’是个地名都搞不清楚，还写什么书？别理他。”

“可他和张师傅说一块了，还准备揭露味味公司抢注波比的商标事，说是不正当竞争，要为汪汪公司找律师，告味味公司违法。”

鲁鲁先生这才打消了疑虑，对珍珍小姐说：“约他们明天上午10 点到我办公室来。”

鲁鲁知道那两个人确实不是来找波比和自己的科学家，叫的士司机掉头回去。司机却被吓坏了，以为碰上劫匪，让自己转来转去，找个地方下手，便用对讲机不断与同事联系，报告自己的位置。

第二天，鲁鲁在办公室见到李风风和张师傅，波比躲在自己房里。张师傅总是一个人上来，司机在楼下等着，他认为咨询是企业的高度机密，不能让太多人知道，现在他额头上贴了块胶布，显然是昨天打架受了伤。李风风带一位摄影

记者过来，叫武林，是《经济时报》记者站最近招的，自称过去在广东省武术队工作。张师傅加上保镖司机敌不过他，丝毫不觉羞愧。

武林给大家一份李风风执笔的策划报告，题目是：“太酷了，你真是一只沙皮狗！”

鲁鲁觉得这句话挺熟的，似乎在哪里听过。

珍珍已经反应过，问李风风：“这不是脑筋急转弯少儿电视节目的名称吗？”

李风风自豪地答道：“对！这个节目是我参与策划的，名字也是我起的！”

鲁鲁这才对他刮目相看。李风风是个北京人，生得牛高马大，脑子却不笨。鲁鲁在电视上看过《太酷了，你真是一只沙皮狗！》节目。

这是一个抢答节目的，主持问：“梁山伯和祝英台死了之后，化成蝴蝶，自由结婚，他们结婚之后怎么样了？”

“叮咚！”4 号孩子脑筋转得快，已经按响了电钟。

主持人：“请4 号选手回答。”

4 号选手站起来答道：“生了一堆毛毛虫！”

“太酷了！”主持人大声喊道，同时做了一个夸张的姿势：“你真是一只沙波狗！”

然后有人就在四号选手台上放一只沙皮狗玩具。

又换了一道题，主持人问：“有一个人跳楼自杀，他从17 跳下去，结果死在18 楼，请问为什么？”

这回7 号选手抢答：“因为他跳到18 层地狱！”

主持人又大声夸奖道：“太酷了，你真是一只沙波狗！”

现在这句话成了时尚，凡要表场谁，奉承谁，都说：“太酷了，你真是一只沙波狗！”说别的人家还不高兴呢。有的单位评先进工作者，颁发的奖状还是叫奖状，但里面的“奖状”两字已经改成：“太酷了，你真是一只沙波狗！”此事原来都与李风风有关，这个北京人脑筋果真转得快。

鲁鲁翻了一下李风风写书的策划报告，如果真的实施了，波比将更出名了，自己将更出名了，汪汪公司将更出名了，李风风自己也将杨名立万，名利双收。作为一对品牌专家，鲁鲁和波比当初没想到，自己竟会有如此高的知名度，这不是精心策划的结果，而是一不留神成了大明星。问题是波比和鲁鲁知名度太高了，再出名了就可能有危险。现在什么品牌都比不上“波比牌”，那些追捕他们的科学家难道不知道真相吗？

鲁鲁觉得应当跟波比重新分析一下形势，便对李风风说：“策划报告先放我这里，我会尽快答复你。”

此时武林已经神不知鬼不觉地在鲁鲁的会议室安装了监视器。

[返回目录]

做大品牌最安全

波比语录：

明星是公众的娱乐品牌，所有私生活都是品牌的一部分。

波比和鲁鲁毕竟是全世界最聪明的人，也是最聪明的狗，那天晚上，他们回顾了流浪奔逃的日日夜夜，每一次快要暴露身份时，总是有惊无险，他们对所有细节都做了深刻反思和讨论。最后概括出来有二种可能：

1、波比成了公众知名宠物，实验工厂的科学狂人阿道比先生早有所闻，他所以迟迟不动手捉它回去呢，因为时机仍未成熟。

2、由于波比和鲁鲁成了媒体的焦点人物，一举一动都在媒体监视之下，阿道比先生不敢轻易动手，稍不小心就可能暴露自己非法制造和克隆非人非狗类的丑行。

波比对鲁鲁说：“还是按照记者李风风的策划报告行事，待他那本《太酷了，你真是一只沙皮狗！》的书出版之后，波比和鲁鲁将成为真正的大众明星，而任何大众明星总是受到媒体的关注，特别是狗仔队的跟踪。明星是公众的娱乐品牌，所有私生活都是品牌的一部分。如果狗明星突然消失，狗仔队就会直接跟踪到科学狂人阿比道先生的实验工厂，这样一来，阿道比先生就不敢轻易动手了。因此，做大品牌最安全。”

波比和鲁鲁决定不再躲藏，准备在各种场合与公众见面，主动树立品牌形象。

那家抢注波比牌商标的味味公司，波比和鲁鲁也想到了对付办法。

第二天，与李风风、武林、张董事长讨论《太酷了，你真是一只沙皮狗！》的策划报告时，波比也出场了。李风风第一次见到波比，兴奋得不得了，又是拥抱又是照相，折腾半天，大家才坐下来讨论。

鲁鲁问张董事长：“听说你咨询过律师，汪汪公司告味味公司不正当竞争能赢吗？”

“律师说我打官司肯定赢不了，”张董事长忧郁地说，“虽然我们用波比形象搞经营，但确实没有注册波比牌商标，企业不能受到法律保护。鲁鲁先生说得对，我们不能打官司。”

李风风坐不住了，他说：“这是不正当竞争，我们的报纸一定要揭露这种丑行。法律不能保护汪汪公司，但舆论可以，民心可以！”

“说得好！”鲁鲁先生别有用心地嘉奖道，“我现在已经有了对付味味公司的策略，各位听我细细道来。现在，波比的名字被味味公司当作品牌抢注了，但波比在我这里……”

鲁鲁先生如此这般说了一番，大家立即暴发出胜利的笑声，波比也汪汪地叫了两声。

鲁鲁先生叫汪汪公司注册一个新商标，名叫：“这才是真正的波比！”商标图案仍然是波比的头像，但跟味味公司注册的那个稍有不同，波比头上多戴了一顶中国式的瓜皮帽。汪汪公司那张旧的波比狗照也被取下来了，换上这张戴有瓜皮帽的波比头像。完了鲁鲁又让记者李风风写一篇文章，揭露味味公司采用不正当竞争手段、抢注波比商标，弄得大批财经记者跑到味味公司那里去追问。

味味公司紧急开会商讨对策，最后发了一篇新闻通稿，题目是：“合法的就是正当的！”

鲁鲁先生太了解中国国情了，他早有对策，他让张董事长举办新闻发会，邀上百名新闻记者出席，当众揭露味味公司高薪抢挖人才、抢注波比商标的丑行。在新闻发布会上，还有二位曾被味味公司煽动跳槽的员工发言。最后的高潮是：汪汪公司更新企业视觉识别系统。

主持人请大家注意，他说：“一只可爱的沙皮狗已经从你面后走来。请大家转过身去！”

只见波比头戴着瓜皮帽，在鲁鲁先生陪同下从后排向主席台走去，闪光灯刹时闪个不停。

波比走到台上，主持人说：“下面——，请鲁鲁先生为我们展示汪汪公司新的企业标识！”

鲁鲁先生不说话，这是他惯用的沉默表演，他先看看大家，再转过头来望着波比，人狗对视5 秒钟，波比心领神会，跳上讲台，用前肢碰了一下那个红色的按钮，主席台上的大幕徐徐拉开，一个巨大的、波比戴着瓜皮帽的可爱图案就出现在记者眼前，图案下面有八个字：“这才是真正的波比！”

第二天的所有媒体都做了报道。味味公司气坏了。他们已经请CI 专家设计了一整套新的品牌识别系统，正准备强势推出波比牌系列糕点，仅有波比图案的包装纸箱就印了五六百万个，现在汪汪公司推出“这才是真正的波比”商标，不啻是当头一棒。他们派人到工商局去咨询，说汪汪公司侵权，波比牌商标味味公司已经注册在先，汪汪公司注册“这才是真正的波比”商标，是一种恶意注册行为，是违反商标法的，强烈要求工商局主持公正。

工商局上回批准味味公司抢注波比商标，受到公众和舆论的强大压力，已经感到对不起汪汪公司，现在味味公司无理取闹，他们只好冷冷地回答：“你们注册的是‘波比’，他们注册的是‘这才是真正的波比！’；8 个字中有6 个不

一样，还多了1 个感叹号。再说图案也不同，你那波比头像没有戴帽，他们的图案却戴了个瓜皮帽，怎么说人家违反商标法？如果说恶意注册，那么，谁先恶意注册呢？你将人家公司的“吉祥物”波比注册成商标，那才是恶意注册呢？”

味味公司的代表不服，说：“不管我们当初是否恶意注册，只要你们批准了，我们的商标就应得到法律保护。”

工商局的回答是：“我们的商标法正在不断完善，今后所有恶意注册的商标都要进行清理。”

[返回目录]

狗日记中的企业文化

波比语录：

说别人的企业没有企业文化的人，其实自己最没有文化。因为略有文化的人都明白，两个人以上的组织就必须有文化，否则组织就不可能存在。

全世界最为独特的企业文化在汪汪公司茁壮成长了，那就是“以狗为中心”的企业文化。因为注册了商标——“这才是真正的波比”，张师傅董事长要求徒子徒孙们，一定要表现出比其他借用波比形象经营的公司更加热爱沙皮狗，否则就不足于向世人证明，汪汪公司的波比商标是最正宗、最地道和最有企业文化内涵的。

哈佛毕业的那位无法适应企业狗文化的MBA，已经主动辞职。

有的专家人认为，像张师傅这种点心师出身的老板，自己没什么文化，他的公司也不可能有什么企业文化，所以才弄出“以狗为中心”的企业文化出来。

但波比看来，专家的观点大错特错。说别人的企业没有企业文化，其实是自己最没有文化。因为略有文化的人都明白，两个人以上的组织就必须有文化，否则组织就不可能存在。他们最起码得有语言，没有语言就无法交流，这就是文化。因此，任何企业都有文化，但是不是可持续发展的文化就很难说了。管理学不就是那叫个泰罗的学徒开创的吗？当然，后来泰罗成了工程师，张师傅也成了点心师。泰罗成了老板，张师傅也成了董事长。唯一不同的是，泰罗开创了“以机器为中心”的管理模式，张师傅开创了“以狗为中心”的管理模式。他们之间的优劣比较，在波比的日记中完全可以找到答案。

作为一只狗，波比接受过阿道比先生的严格训练，从小就培养了写日记的坏习惯。波比不想让别人知道自己的行踪，更不想让人了解自己的心理活动，可是写日记上了瘾，戒不了，结果为后人留下许多思想痕迹，也给自己留下祸害。

这天晚上，波比正用狗爪在电脑键盘上敲打，它要将心得记下来。而鲁鲁却在看电视。

波比认为，管理学的发展主要是两种思想交锋的结果：即“以机器为中心”与“以人为中心”的交锋。学徒泰罗，因为长期与机器打交道，对机器的运作效

率着了迷，当了工程师之后就将人当作机器来处理。他视人为机器中的零部件，进行了机械的分工和整合，创造了什么最佳动作原理。那怕工人使用的一把铲子，他都不放过。比如，铲子太小，效率太低，铲子太大了，工人用两下就累倒了，所以铲子既不能太大，又不能太小。在罗泰管理的工厂，工人的工作效率出奇地高潮，因为他们像流水线上的机器一样工作。学徒泰罗一不留神成了“管理学之父”。

将人当作机器来管理显然是不人道的。一些专家要找罗泰的毛病，他们在一间叫霍桑的工厂做了实验，开始以为改善工人的工作环境，比如提高车间照明的亮度，工人的效率就提高了。奇怪的是，你将灯泡的亮度降低了，他们的工作率也提高了，因为工人以为要跟对照组的人搞劳动竞争，不能输给别人，所以拼命地干，效率自然提高了。这说明人不是机器，是有思想和情感的，唯有真正尊重人，“以人为中心”，企业管理才能真正有效。

霍桑实验之后，管理学从以机器为中心转化为“以人为中心”，但是人和机器的斗争并没有结束。特别是计算机和网络技术发明之后，人们企图广泛地使用计算机来提高工作效率，降低成本，采用MRP-II 的什么物料管理模式，无纸化化办公模式，结果陷入了“IT 黑洞”。大量人、才、物被“IT黑洞”吞噬了，无纸化办公变成多纸化办公，贵纸化办公——企业对计算机系统不信任，所有数据都打印一份，有备无患；管理计算机要请专业人员，还要经常更新，结果企业效率非但没有提高，成本反而大大增加。

但是，泰罗的继承者们不甘心失败，他们认为“IT 黑洞”是老板们不相信机器造成的。他们引用中国的俗话说“用人不疑”，对于机器，企业老板也要“用器不疑”，不要怕病毒，不要怕丢失数据。但最为重要的是，一定要树立“以机器为中心”的管理理念，不能让机器模仿人的特点来工作，而是要让人服从机器的特点来工作。这样一来，所有业务流程就必须重组，必须按计算机和数据库的模式进行重组，他们称为BPR，叫什么企业流程再造，结果机器又战胜了人，企业效率提高了，许多工人下岗了。

下岗工人实在不满，他们新编一首民谣：炒楼花成了房东，找小姐成了老公，炒股票成了股东，BPR 成了下岗职工。

这种机器与人的斗争在汪汪公司也出现过，却因为张师傅张董事长的“以狗为中心”的管理模式得到很好解决。在他看来，机器和人都不重要，狗最重要。每逢重要仪式，属龙的人都不用参加了，回家休息，工资照发，因为龙的属相与狗相冲。

“以狗为中心”的理念其实是一种企业的意识形态，或叫企业政治。狗有许多人类没有的高贵品质。

第一是忠诚。张师傅请鲁鲁先生编辑了整整一本狗对人如何忠诚的故事，其实是由我来做。这种为狗们争光的事情我当然不仁。其中一只狗，每天在公共汽车站等主人下班，有一天主人不幸死亡，但这只狗仍然每天在车站等候主人，几年如一日。至于本狗——也就是波比自己，在“2·11”灾难中救出280 条性命的事迹更是被大量宣传了。

第二种品质是奉献。鲁鲁先生自然又能找到许多狗舍己救主的动人故事来证明，当然这又是我做的。

第三种品质是敏捷。我解释成做事的速度和效率。

第四种品质是热爱……总之“忠诚、奉献、敏捷和热爱”是汪汪公司狗文化的核心价值，在实践中发挥了巨大作用。

比如，汪汪公司采用“师徒制”，任何新员工在企业都有一位师傅。徒弟对师傅像狗对主人一样忠诚，师傅教徒弟时也要有狗一样的奉献精神，不留下绝活不教。

又比如，汪汪公司从不轻易裁员，那些被业务流程重组出来的员工，经过培训，基本上可以找到新的工作岗位，实在无事可干，就让他们代表企业，到社会上做义工，看有什么老人、孩子缺食少穿的，无人陪伴的，他们就去送温暖。

日记正写到这里，波比忽然嗅到一股熟悉的气息。

果然很快传来“叮咚——”两声，有人敲门来访。来者不是别人，正是波比十分喜欢的女模特李丽丽，自从上回在她家躲了一周，他们已经很久没见面了。

[返回目录]

女模特的狗品牌

鲁鲁的教训：

一个咨询专家最忌讳的，就是客户比你了解更多的信息。

那天晚上波比正在写日记，忽然嗅到一股熟悉的气息，很快传来“叮咚——”两声，有人敲门来访。来者不是别人，正是波比十分喜欢的女模特李丽丽。

科学狂人阿道比先生从审美角度看：一个女人只有达到男人仰视的高度才有真正的审美价值。这就是为什么会出现高跟鞋、出现芭蕾舞的根本原因。他认为，世上大部分女人都不及格，有条件他肯定会重新制造。女模特李丽丽显然是一个女人的标本，她身高一米七八，加十五公分的高跟鞋，再站在天桥上，足令许多男人仰视了。但李丽丽的脸蛋比她的身材更加迷人，服装设计师极为恼火的，因为大家都将注意力集中在她脸上，忘掉了她身上的时装。迷人的脸蛋几乎令她失去时装模特的资格。

现在，娇艳的李丽丽主动找上门来了。波比似乎与她天生有缘。他们第一次见面时，正好碰到居委大妈查波比的身份证，吓得波比本能地窜入她的裙子底下。第二次见面是在“2·11”慈善晚会上，居委大妈见波比救了280 条性命，是条世人敬重的义犬，想向它当面谢罪，波比又被吓得跃入李丽丽的怀里，双双落荒而逃，他在李丽丽家里呆了一个星期，感情与时俱进。

所以李丽丽进来了的第一句话，不是向鲁鲁打招呼，而是喊：“波比，我来啦！”

波比正在计算机上写日记，总结汪汪公司“以狗为中心”的企业文化，狗鼻子忽然闻到熟悉的体香，兴奋极了，转眼间就扑在她怀里，竟然忘了关上计算机，这种为情色而丧失理智的行为终究会带来后患。

鲁鲁先生心里有点酸，他喜爱的珍珍小姐对他似乎没有兴趣，晚上从不来上班，回学校做功课去了。鲁鲁先生请李丽丽坐下来，喝杯茶，慢慢聊。

李丽丽似乎什么也没听到，只顾抱着波比亲热调笑。

气得鲁鲁大声喊道：“波比，下来！”

波比才悻悻地从她怀里下来，坐在鲁鲁的身边。

现在办公室中只有鲁鲁、波比和李丽丽。金色的灯光照在李丽丽脸上，令

她更加娇艳无比。她点了一支烟，抽一口又将它按灭，突然小声抽泣起来。

波比走过去，依偎在她身上。

鲁鲁手足无助，小心地问：“李小姐，这么伤心为什么啊？”

“为我的命！”李丽丽。

“你的命很好啊，你人长得漂亮，不知多少男人喜欢你，年纪轻轻就有四间服装厂，你的命比普通人不知好多少。”鲁鲁说。

“我现在只有两间工厂了。”

“为什么？不是说有四间吗？”

“过去是有四间，现在只有两间了。”

鲁鲁不明白：“听说你们经营得挺好的，四间厂怎么会变成了两间了？”

李丽丽掏出纸毛巾，擦了一下眼泪，说：“你不是一直想知道我是怎么发家的吗？现在我告诉你……我原来是时装模特，很红，获过亚洲时装模特大赛冠军。”

“怪不得看你挺面熟。”

“有一个台湾人爱上我，追我，我到哪演出就他跟到哪，老给我送东西，后来就成了我的男朋友，我们都快结婚了。他在大陆和台湾都有投资，每月两边跑，很不方便，很不放心，就让我管理他在大陆的四间服装厂。”

鲁鲁想，这招聪明，又讨美人欢心，又让她为自己管理财产，人财两得。

李丽丽继续说：“可是最近台湾经济不好，他把主要精力放到大陆了。”

鲁鲁说：“这不更好，你们不就可以经常在一起了。”

“我们分手了。”

“为什么？”

“他在台湾有老婆孩子，都过来了。我受骗了……我要求赔偿损失，他就给了两间小厂……”

“给你两间小厂，也算有情了，许多人更惨呢！”鲁鲁说。

“可那些客户都是他们家的，我怎么经营啊？”

说完李丽丽的泪水又涌出来，一阵细声的抽泣。波比依偎在她身边，很想安慰她，又不知怎么做。

伤心的沉默。

“那么，你打算怎么办呢？”鲁鲁关切地问。

李丽丽回过神来，说：“我终于想通了，为什么好产品斗不过好品牌。现

在我要注册新商标！”

“注册什么商标呢？”

“波比牌商标，专门生产儿童服装！”

鲁鲁明白了，今晚她来拜访就是为这个，只好认真地告诉她：“波比牌已经被味味公司抢注了，连汪汪公司都只能注册‘这才是真正的波比’商标，波比的图案还被迫加上一顶瓜皮帽，你根本无法注册‘波比牌’商标。”

李丽丽摇摇头，脸上已经没有伤感，自信地说：“告诉你吧，我去工商局查过来了，味味公司只注册了食品行业，没有注册服装行业，所以我用最快速度申请注册了波比牌服装的名称。现在只差一个图案，我想跟你商量一下，让波比拍一张照片，姿态一定要跟汪汪公司和味味公司的不同的。”

“汪汪！”波比快乐地应了两声。

李丽丽虽不懂狗语，但与波比似乎心灵相通，立即明白波比已经同意了。

鲁鲁觉得这女人外表长得出色，脑子更是不得了，简直就是个女妖精。上回她四处造谣传播“品牌骗子鲁鲁”的故事，弄得自己和波比流落街头，这回先哭了一阵，博得同情后再提要求，而且预先到工商局咨询过了。鲁鲁接下来他还能说什么呢？一个咨询专家最忌讳的，就是客户比你了解更多的信息。咨询专家所以有赚钱，就是因为信息不对称，你知道的，别人不知道，你有经验，别人没有经验，完了你告诉别人知道，指导别人怎么做，自己就有生计了。

女模特见鲁鲁不说话，以为他要讨价还价呢，便问：“要多少钱，你开个价吧？”

“不用钱！”鲁鲁说。

波比已经答应了，鲁鲁当然不能收钱。

几个月之后，李丽丽的波比牌服装成功地占领了20%的儿童市场，很快就要与米老鼠和唐老鸭品牌正面交锋了。

李丽丽的波比牌商标图案跟味味公司和汪汪公司的不同，是一只狗爪子托着狗脑袋思想的波比，完全像一位思想者。

[返回目录]

一只狗的品牌竞争

女老板语录：

虽然我们都用波比的形象，但你注册的是食品品牌，我注册的是服装品牌，不同的行业，不存在竞争关系。大家相安无事。

张师傅张董事长心情不好，很不好。他见李丽丽的波比牌服装迅速崛起，三个月内占领了儿童服装市场20%的份额，快要跟米老鼠、唐老鸭品牌相提并论了。如果那是汪汪糕点公司出品的波比牌服装，该多好啊！此事证明鲁鲁先生不够朋友，太不够朋友！你既然是专业的品牌咨询专家，早已答应波比的形象给汪汪公司单独使用，还秘密拥有汪汪公司10%的股份，现在怎么又给李丽丽那个女妖精了？

张师傅张董事长想不通，那女妖精算什么东西，不是曾经四处造谣说鲁鲁是品牌骗子吗？鲁鲁竟然这么贱，难道爱上这女人了？珍珍小姐多好啊，你不去爱，偏偏喜欢上这骚货。想到这儿，张师傅心生一计，觉得应当利用珍珍小姐向鲁鲁施压。

第二天上午，珍珍小姐便来向鲁鲁辞职。而李丽丽一早已经来了，她要带波比出去溜达，最近这对狗女的关系真是如胶如漆。

珍珍对鲁鲁说：“我想了很久，我再也不愿跟你们一起行骗了！”

鲁鲁不解：“什么行骗？珍珍，我们不是骗子，我们从来没骗过谁，你完全是误解了。”

“不，你是个骗子，是个大骗子，你骗了我的感情！”

珍珍小姐突然冲到鲁鲁先生面前，撕下他伟人式的假胡子。

“对不起珍珍，我知道这样不对，但这不是我的主意，是波比要我扮成这样的。”

珍珍痛苦地说：“我太难过了！我揭穿了你的真面目，以为你会承认错误，向我忏悔，这样也许

我会原谅你，没想到你还是将责任推到波比身上。我太失望了……”

鲁鲁辩解说：“我承认，我的胡子是假的，但我对你的感情是真的，你对

我的感情也是真的，这不就行了？你真的对我有感情吗？”

“有，我对你的面具有感情，因为你过去总是戴着面具。你戴着面具的时候非常信任我。现在我将你的面具揭穿，我们之间的关系完了！永远完了！”

“珍珍，我真的不是一个骗子！”鲁鲁说的非常真诚。

“一个骗子说：我真的不是一个骗子。谁相信？”

鲁鲁欲言又止，不知是否要将实情告诉珍珍，最后还是开口了：“好吧，我告诉你真相，不过你千万别……不，告诉你真相我们就完了！”

“啊……你真的还有真相？你真的是个骗子……”珍珍心里其实不希望鲁鲁真的是个骗子。

此时早已等候在外面的张师傅伸手敲门，他是跟珍珍一起来的。珍珍小姐望着鲁鲁迅速地戴上假胡子，难过极了。

鲁鲁对珍珍说：“你去请张师傅进来！”

“我不去，我说过不再帮你行骗了！”

鲁鲁只好自己去开门。

张师傅进来了，说：“两位都说完了吧？！现在该轮到我咨询了。珍珍小姐，这是一张支票，要收多少钱你自己填好了。汪汪公司最近生意不错，多亏了你们啊！”

鲁鲁让珍珍收下支票，她说：“不，我不收，要收你自己收去。”

张师傅将支票放桌子上了：“你们谁收都一样。我的咨询开始吧……”

“张师傅啊，你是真不明白还是假不明白，鲁鲁一直在骗你，你干吗老送钱来？”珍珍不解。

“珍珍小姐，话不能这么说，鲁鲁和波比替汪汪公司赚了这么多钱，这就证明你们的咨询是有用的，怎么能说是骗钱呢？”

张师傅说的是心里话，但他现在对鲁鲁十分满，他说：“鲁鲁先生，你为什么将波比的形象给李丽丽做服装品牌？是不是她给了你们很多钱？”

鲁鲁严肃地回答：“张师傅，这事与我无关，是波比自己将自己形象给李丽丽做服装品牌的。”

珍珍讽刺道：“你瞧，张师傅，他又开始骗你了。不过骗骗你，你可以发财，也挺好。”

“珍珍，别捣蛋，我求你了！张师傅，李丽丽是怎么做波比牌服装的，我真的不知道，你给我说说。”

张师傅不太相信，鲁鲁会完全不知道李丽丽如何经营波比牌服装的，既然还要咨询下去，便将李丽丽的经营之道作了介绍。

原来李丽丽知道波比现在是个大明星，做什么都行，所以利用波比的形象来做她的服装品牌，广告语叫：“聪明的波比！”她带着波比到处搞促销，跟孩子们合影、玩游戏，甚至给奥林匹克数学竞赛获奖者颁奖。李丽丽的广告做到那里，产品铺到那里，波比就在那里搞促销，搞什么在“签蹄”活动——在衣服上按上波比的“蹄印”。有时一天要签几万件，怎么签呢？李丽丽有办法，她将所有衣服铺在足球场上，每隔二十米放一盆油彩，让波比撒腿在上面狂奔，数万人欢声雷动，波比来回狂奔一小时，每件衣服至少留下一个蹄印，李丽丽高价出售，真是发达了！

末了，张师傅严肃地对鲁鲁先生说：“我现在当着珍珍小姐的面，请你诚实地告诉我：你给李丽丽出过主意没有？”

鲁鲁老实回答：“我们只给李丽丽咨询过一次，不，应当说是半次，因为没咨询完，居委大妈来查波比的身份证，说没有身份证的狗一律人道毁灭，所以我带着波比立即逃跑。珍珍小姐也在场，她可以作证。”

珍珍说：“谁能保证这之后你没给她咨询呢？李丽丽长得这么漂亮，她第一次进来，我看你两眼发直，如果不是我在你脑门上敲一棍子，你连咨询也忘了。现在八成是爱上人家了，要讨好她，尽给她出主意。”

“张师傅，你别听珍珍瞎说。”

“难道那些促销活动又是波比的狗主意？”珍珍问。

“完全有可能！”

门外忽然传来波比欢乐的叫声。

鲁鲁说：“李丽丽带波比回来了，我们可以当面对质。”

李丽丽进门说：“啊，今天真热闹，大家都在。珍珍小姐，你越来越迷人了。”

珍珍没好气地回应说：“我看你才迷人，什么男人也不放过。”

“珍珍，说话注意一点，李丽丽是我们的客户。”鲁鲁说。

“李丽丽是我们的客户？”珍珍问鲁鲁，“这就是说，她带着波比做的那些服装生意都是你的主意？！这回不留神给招了。”

李丽丽听不明白：“什么招不招的，你们说什么啊？”

鲁鲁觉得实在百口难辩，对沙皮狗说：“波比，过来，我问你，你要老实回答：你是不是给李丽丽出主意了？”

“汪！”波比叫一声。

“你们听，波比都招了。”鲁鲁说。

珍珍冷笑道：“嘿嘿，别玩狗把戏了。”

张师傅觉得机会难得，对李丽丽说：“李小姐，我们可能有些误会。今天大家都在，我想当面说清楚，波比的形象是我们最早使用的，也注册了商标，你现在却用来推广你的服装品牌，于情于理都说不过去吧？”

李丽丽笑答：“我请人查过了，虽然我们两家都用波比的形象，但你注册的是食品品牌，我注册的是服装品牌，不同的行业，不存在竞争关系。再说，你用的是汪汪，我用的是波比，大家相安无事。”

“什么相安无事？”张师傅反问道：“我们正想向服装行业发展，你这么一搞，限制了我们公司的快速扩张。不过，有一个问题我要搞清楚：你用波比的形象做商标，经过鲁鲁先生同意吗？”

李丽丽承认说：“没有。这是我自己的主意，但波比同意了。波比你说是不是？”

波比又叫一声：“汪！”

“你瞧，波比同意了。”

李丽丽说完，忽然醒悟，伸手在包里取一张支票，说：“当然，我还没有交钱，珍珍小姐，这里有一张支票，需要多少钱你自己填好了。”

珍珍不接，说：“看来你跟这狗东西也混熟了。如果我们不同意你用波比的形象呢？”

“我想鲁鲁先生会同意的。”李丽丽说。

“珍珍，收下李小姐的支票。”鲁鲁说。

张师傅说：“珍珍小姐，不能收！”

“对，我不收，我偏不收。”珍珍对鲁鲁说：“如果你觉得要收的话，你自己收去。今后就别再指望我来上班了。张师傅，我们走！”

张师傅和珍珍一起走了。

张师傅提醒道：“珍珍小姐，你要看好鲁鲁啊，小心李丽丽那女人……”

[返回目录]

品牌扩张的神话

汪汪公司跌入品牌扩张的陷阱，生产牌服装、洗发水、纯净水……策划大师李风风美其名曰：

多点支撑，风险分散，走集团化的扩张之路。

张师傅对鲁鲁的不满成了记者李风风的一次发财机会。

因为写书介绍波比和鲁鲁，李风风跟他们接触多了，觉得这对狗人其实没有什么，不过是胡乱给人家出主意，一不留神就成了品牌专家而已。纯粹是运气好。倒是女秘书珍珍小姐清纯美丽，可爱极了。他的书《太酷了，你真是一只沙皮狗！》没写完就在报上连载，读者反应强烈，媒体纷纷来访，他自己俨然成了一个品牌专家。

李风风也忙坏了，上电视，做演讲，许多公司请他去咨询。现在他最缺的就是一个实战案例，所以盯上张师傅张董事长了。

李风风极力鼓动汪汪糕点公司生产波比牌服装，用“这才是真正的波比”商标，但图案跟李丽丽的“思想者”不同，仍然是戴瓜皮帽的波比形象。

第一个月售量不错。初战告捷，李风风信心倍增，当品牌咨询专家看来并不难。他建议汪汪公司生产波比牌洗发水，又是用“这才是真正的波比”商标，图案还是戴瓜皮帽的波比。

张师傅张董事长有点犹豫，洗发水是化学品，不像服装那样，请一批外来妹加工就行。李风风说甭担心，委托别人加工得了，在人家产品上贴一个“这才是真正的波比”商标就行。汪汪公司的洗发水竟然销路不错。接下来，李风风又建议汪汪公司生产“这才是真正的波比”纯净水，销路似乎也行！

就这样，汪汪公司迅速扩展到七八个行业。

李风风美其名曰：“多点支撑，风险分散，走集团化的扩张之路。”

李风风得意极了，认为自己才是一个真正的品牌专家了，不不，是一个真正的品牌大师！鲁鲁算什么呀，不就是一个借沙皮狗波比招摇撞骗的家伙吗？所以他在连载的报告文学《太酷了，你真是一只沙皮狗！》中，不再介绍鲁鲁和波比了，而是将自己的伟大事迹写上去了，说自己如何成功地为汪汪公司多元化扩张出谋划策，并无耻地自称为策划大师。

李风风在连载中偶尔提一下美丽的珍珍小姐，还用她的一幅艳照做了插图。女孩长得漂亮，喜欢天下人都能欣赏，珍珍感觉美极了。这其实是李风风的一个小小的阴谋，他决计要将珍珍小姐追到手。

鲁鲁先生一眼就看穿了他的阴谋诡计。珍珍小姐因为李丽丽用波比形象做服装品牌，对鲁鲁有了误解，若不张师傅的劝告，她早就不来上班了。鲁鲁感觉失恋了。

珍珍小姐每天当着鲁鲁的面，念李风风的连载，念到李风风称赞自己的时，感觉真是好极了。

这一天她又拿着报纸，念道："我们为汪汪公司多元化扩展的策划所以成功，离不开美丽的珍珍小姐的帮助……"

鲁鲁气坏了，抢过珍珍小姐手中的报纸，狠狠地撕了，嘴里骂道："什么策划大师，胡说八道，不就是策划骗子！珍珍，以后别跟这种人来往！"

珍珍吓了一跳，她觉得鲁鲁粗鲁极了，李风风太冤了。鲁鲁你凭什么说他是策划骗子？她认为自己为李风风和张师傅穿针引线，功不可没，怎么能说人家胡说八道呢！

珍珍小姐气愤极了，绝情地反驳道鲁鲁："其实你才是真正的骗子！说什么波比会思考，会说话，那才是真正的胡说八道！老实告诉你，如果不是波比救过这么多人，如果不是张师傅劝我留下，如果不是居委大妈说你们可怜，我早走了！"

鲁鲁吃惊地望着珍珍，她越说越气，干脆拿起提包说："我不干了，我要走了！我要去李风风那边上班，他请过我很多次了，我一直没有去，就是可怜你和波比。"

鲁鲁慌了，他拦着珍珍不让她走，嘴里老说对不起，对不起，自己太粗鲁了，请她留下，听他好好解释一下。眼见就拦不住了，鲁鲁只好请救兵，冲进房里大声说："波比，快出来帮忙！"

波比一直房里写日记，狗爪子将键盘敲得哒哒响，耳朵却没闲着，鲁鲁和珍珍的争吵全听在心里，记在日记上。听到鲁鲁急呼帮忙，它立即跑出来，"汪汪"两声拦着珍珍小姐，不让她走。这时门铃响了，张师傅张董事长来访。

鲁鲁打开门，大家怔怔地站着，都不说话。

张师傅感觉情况不妙，惊问："发生什么事了？"

鲁鲁失望地说："珍珍不干了，她要去李风风那里上班呢。"

"不能去！"张师傅说，"李风风是个骗子，我被他害苦了！"

"我不相信！"珍珍大声说，"你们早就串通好了，总是来骗我！上回如果不是你从学校把我接回来，我早不干了。这回出了这个门，我发誓一辈子也不进来！"

珍珍说完就要往门外走。

鲁鲁、波比和张师傅都堵在门口，张师傅诚恳地说：“珍珍，千万别走，坐下来听听我慢慢说，李风风那里真的不能去啊！”

珍珍刚坐下来，鲁鲁却不安心了，万一张师傅说服不了珍珍，她真的到李风风那里去上班，怎么办？他看了一眼波比，觉得救星就这条狗身上了，对张师傅说：“你帮我看住珍珍，五分钟就行，我

跟波比商量一下马上出来！”

珍珍冷笑一声：“别再玩这种狗把戏了，别人面前你可以蒙骗过去，在我面前就不用玩了吧！”

“不不，这次不是狗把戏，是真的狗把戏……不不……”鲁鲁第一次在大家面前语无伦措，看来他太爱珍珍小姐了，根本无法想象没有她的日子。

[返回目录]

为美女出卖狗友

波比语录：

波比牌不仅是汪汪公司的，而且还是李丽丽的，但是归根结底，还是波比自己的！

鲁鲁和波比用狗语紧急商量，嘈杂的狗叫声从房里传出来，显然是发生了争吵，太激烈了，听起来像两只狗互相撕咬。

张师傅有点害怕，他问珍珍小姐：“不会出事吧？”

张师傅并不担心鲁鲁的安全，只怕波比受伤，那可是汪汪公司的吉祥物啊！

珍珍小姐冷笑一声：“你放心好了，这种狗把戏我看多了。”

鲁鲁希望波比公开自己的身份，向珍珍小姐当面证明，自己是人，不是只狗，或者至少是一个狗人，以便消除珍珍小姐对鲁鲁的误解。波比死话不肯，这太不安全了。为了珍珍小姐，鲁鲁一发狠，将自己的真实身份向波比透露了。

鲁鲁先生本来是阿道比先生的助手，是一位训练有素的科学家，他与波比一起从实验工厂出来，任务是监护波比这种狗产品在现实生活中的运用情况，没料到有一天脑壳上被珍珍小姐狠狠敲了一下，整个人乱了性，完全不受阿道比先生控制了。鲁鲁从此喜欢当品牌专家，更喜欢珍珍小姐，再也不愿为阿道比先生工作了。

怎料波比不卖帐，他说你的身份不讲我早就知道，只是顾及你的脸面我不便揭穿而已。希望你也不要在人前暴露我的真实身份，你不能为了一个女人出卖了你的狗友。这样双方就吵起来，越吵越激烈，外面听起来自然像两只狗在撕咬。最后鲁鲁要挟说：你不答应，今后不准你跟李丽丽有任何来往，大家扯平。

珍珍等烦了，对张师傅说，你有耐心你就等吧，我是一刻都不想呆在这里了，说完正要起身，鲁鲁和波比出来了。

鲁鲁脸色涨红，激动地说：“今天我要向两位披露一个天大的秘密，希望千万别传出去，这事就我们四个人知道。你们得先答应了，我才愿意讲，同意吗？”

张师傅觉得奇怪极了：“我们这里只有三个人，一条狗，怎么说四个人？”

“这就是秘密了，你们得发誓不外传，我才能讲。”

“我的诚信从来不存在问题，”张师傅说，“倒是鲁鲁先生你自己要好好检讨一下了，为什么同意李丽丽注册波比牌商标？”

“这也是马上要公开的秘密的一部分。两位同不同意保密？”

“如果是这样，我同意。”张师傅说。

“你呢？”鲁鲁问珍珍小姐。

“不相信我就别说！”珍珍小姐生气道。

“好，我相信大家一定会保守秘密。我告诉你们吧，波比不是狗，也不是人，而是一只‘狗人’？”

“这算什么秘密呀，我早猜出来了，”珍珍小姐说，“不就是一个侏儒穿一件沙皮狗的狗皮扮的吗？我一看他那色迷迷的眼神就知道是人扮的。也不知你们在什么地方犯下什么案子，躲这里来了，居委大妈一查波比的身份证，你们就吓得屎滚尿流。你以为我是傻瓜？我心里早有数了！”

鲁鲁伤心极了，想不到珍珍对他有这么深的成见，他痛苦地对她说：“难道我在你心目中就是一个流窜犯的形象？你一点点好感都没有？”

珍珍说：“你在心目中的形象比流窜犯更差，是流窜犯加骗子的形象！”

“那好吧，我直说了，”鲁鲁终于出卖了自己的狗友，“波比是从实验室逃出来的狗，是一项最新科研成果！科学狂人阿道比先生你们大概知道吧？”

珍珍由生气转为好奇：“阿道比先生的事迹我在报纸上看过。这跟波比有什么关系？”

她重新打量一下眼前的波比，似乎也没什么特别之处。

张师傅像听天方夜谭，一时还没有反应过来。

“波比就是科学狂人阿道比先生研究出来的！”鲁鲁说，“他身上大部分基因跟我们人一样，只是外型像只狗罢了。他接受过十分特殊的教育，我相信在座的任何一位——包括我本人，没有哪一位的知识比他渊博。而且波比能听懂你们说的每一句话，不信，珍珍你可以考考他。”

珍珍半信半疑，张师傅彻底听傻了。

珍珍想，该怎么考波比呢？她很快就想到了办法，冲波比说：“我提问，你回答。说‘是’，就叫一声；说‘不是’，就叫两声，好不好？”

波比叫一声：“汪！”

“哈哈，果然有灵性！”珍珍小姐说，“等等，我要问个难一点的问题。我问你：地球比太阳大得多，是不是？”

“汪汪！”波比说不是。

“你是一只公狗，是不是？”

这下难倒波比了，它当然是公的，问题是波比既是人，又是狗，它想了一会，还是说：“是！”

“鲁鲁，你走开！”珍珍小姐说，“你肯定给了他暗示！”

“绝对没有！”鲁鲁发誓说，“你考他的问题太简单了。这样吧，我们到波比的办公桌去，你念一段话，他能给你在电脑上立即打出来。”

大家来到波比的电脑跟前，波比用他的爪子启动，打开WORD，噼里啪啦敲起来，用的还是五笔输入法，只见屏幕上出现一句话：“珍珍小姐你很漂亮，鲁鲁先生非常喜欢你！”

珍珍说：“我不信，鲁鲁你搞什么鬼，肯定预先训练好了，随便动一个键就出来一句话。上回你们就在李丽丽面前表演过。现在我来念，波比你打字，好不好？”

波比“汪”一声说好。

珍珍说：“波比你给我打：鲁鲁是个大骗子！”

波比觉得好玩极了，刚才跟鲁鲁狠狠吵了一轮，正想报复，就在电脑上打出“鲁鲁是个大骗子！”它还加了一句：“波比也这么认为。”

珍珍拍一下波比的脑袋，问：“你真认为鲁鲁是个大骗子？”

波比用键盘回答：“开玩笑！”

张师傅终于惊醒过来，他说：“波比，我来念，你来打，请打：‘这才是汪汪公司的波比！’”

波比不满意了，他写道：“波比牌不仅是汪汪公司的，而且还是李丽丽的，但是归根结底，还是波比自己的！”

“等等，”张师傅说，“你说波比牌还是李丽丽的，这话怎么讲？”

波比回答：“因为波比牌是我的，我想给谁就给谁，鲁鲁说了不一定算数！”

珍珍小姐和张师傅呆瞪口呆。

[返回目录]

品牌扩张的陷阱

李风风语录：

松下幸之助修自行车出身，后来什么都敢生产，什么都敢卖，人家还称他为哲学家呢！台湾那位大老板王永庆，原来是挑担穿街过巷，卖米的……

波比用狗爪操作电脑键盘，回答张师傅：“波比牌不仅是波比公司的，而且还是李丽丽的，但是归根结底，还是波比自己的！”

“等等，”张师傅说，“你说波比牌还是李丽丽的，这话怎么讲？”

波比回答:“因为波比牌是我的，我想给谁就给谁，鲁鲁说了不一定算数！”

珍珍小姐和张师傅目瞪口呆。波比是个人，也是只狗人，已经毫无疑问了。

鲁鲁为了一个女人出卖狗友，有点不好意思，他对珍珍和张师傅再次强调：“两位千万要保密！阿道比先生一直在追踪我们。”

珍珍小姐用她美丽的眼睛细细打量波比：狗脸仍然是一张狗脸，丑陋仍然那么丑陋，却是充满了人类少有的智慧。她转过头来又，盯住鲁鲁，现在明白了，鲁鲁没有骗她，波比的确是个狗人。珍珍对鲁鲁刮目相看，觉得他为掩护波比做了很大的牺牲，自己真的冤枉了他。

但珍珍小姐毕竟对李风风已经有了好感。李风风在广州最高层、最豪华的中信广场办公，自己要是到那里办公那可是赶上时髦啊！她想起张师傅进来时劝自己不要到中信广场上班，便问张师傅：“你说李风风是个骗子，你被他害苦了，有什么根据？”

“当然有！”张师傅说，“李风风在我面前说，鲁鲁其实没什么能耐，不过借波比玩一些狗把戏而已。那时我以为是鲁鲁授权李丽丽生产波比牌服装，很生气，就听了他的话，也生产波比牌服装，销售真是不错。他又建议我生产波比牌洗发水，开始也行；再建议我生产波比牌纯净水、波比牌空调、波比牌电视、波比牌电脑、波比牌保健品。你们都知道，我只对生产和销售糕点内行，其它行业完全不懂，特别是电脑，见着就害怕。他说没问题，越是高科技越简单。我怎么也不相信！”

“为什么你后来又生产电脑了？”珍珍不解。

“李风风带我上了一趟北京中关村，在街头随便找一个卖电脑的大妈，当面给我装一台电脑，她就用一把十字螺丝刀，一张光盘。哎，真简单！你要什么电脑大妈都给你组装出来。我瞧她，顶多也是小学文化程度。李风风又带我看修自行车的。我不去，那玩意我看多了，我自己就能修。李风风说这回看不一样，我们就去看了。他让我一件件数，看修自行车要多少工具，什么板手、胶钳、轮胎、胶水等等一大批，完了他问我，电脑复杂还是自行车复杂？我说从修理工具来说，电脑简单多了！他说没错，日本那位经营之神，叫什么……”

“松下幸之助！”珍珍说。

“对，松下幸之助。他说松下幸之助就是修自行车出身的，后来什么都敢生产，什么都敢卖，人家还称他为哲学家呢！你怕什么？他还说台湾那位大老板王永庆，原来是挑担穿街过巷，卖米的，后来什么都敢卖。听说现在才台湾最出色的咨询专家，都是王永庆调教出来的。我想自行车我也修过啊，确实不难，原来搞电脑更简单！对了，我们公司用的那批电脑，还有什么运用程序，花了天价，大冤了，我想得回去查查，看谁收了回扣。之后我们就经营起电脑来了。经营这么多东西，没有几样是我们自己生产的，都是在人家产品上贴一个‘这才是真正的波比！’牌子就行！叫什么OEM，委托制造，真没想到我这大老粗，还赶上国际上潮流呢！李风风给我们总结企业发展战略，说是‘多点支撑，风险分散，走集团化的扩张之路’。我现在被害苦了！”

“听起来挺好吗，怎么害苦了？”珍珍还是不解。

鲁鲁和波比也仔细听着。

张师傅说：“首先是人才不够。李风风说没问题，招！我就招了一大批人才，经验和资历都不错，可干起事来总是无法协调，主要是大家理念不同。我想，新来的不管什么人，一定要先接受企业培训，要了解汪汪公司‘以狗为中心’的企业文化，准备请鲁鲁先生给他们上上课。李风风却说，现在急需专业人员上岗，别搞培训了，什么‘以狗为中心’的企业文化，完全是鲁鲁骗你的，那些新员工都有大学本科以上的文凭，在社会摸爬滚打了一轮，你要他们向狗学习，向一条沙皮狗学习，完全是搞笑，想都别想。”

张师傅停了一下，看看波比，他现在知道波比听得懂人话，怕得罪了。波比的丑脸什么表情都看不出来，他只好接着说：“许多经理、员工不培训就上岗，大家思想观念、工作作风完全不同，不知出了多少乱子，我亲自炒了150 人，还送3 个贪污的人去监狱，难过啊！真不想提了！”

珍珍给张师傅倒一杯茶：“张师傅喝点水，慢慢说。”

张师傅喝了一口茶，继续说：“资金方面也出了大问题，银行已经警告我们多次了，弄不好马上就要封账号，被迫申请破产。产品批发出去了，大量资金却回不来，渠道管理一塌胡涂。我现在才明白，每个行业都有它特殊的管理方式，不能用一套方法管理所有行业。不熟悉的行业千万不能轻易去搞。开始我以为波比的牌子那么火，干什么都能赚钱，事实上不是这样，波比的商标也不是什么行

业都吃得开啊！”

张师傅又望了一眼波比，不知该不该说，他对这狗人从第一次见面起就有点敬畏。波比明白他的意思，狗爪子又在键盘上敲起来，屏幕上出现一行字：“我今天要给你们上上课！”

[返回目录]

一只狗的知识再造

阿道比语录：

知识并非就是力量。知识可以使人变得迂腐、僵化，变得缩手缩脚，变得四肢无力。

一只狗要给人上课，一只沙皮狗要给人类上课，要给张董事长和珍珍上课，这是自古以来从未有过的事情，如今铁一样成为现实。波比不说人话，只讲狗语，鲁鲁先生唯有当翻译，当一个真正的狗助理了。

现在场面十分可笑，波比张嘴汪汪几声，前肢还不时地比划着，然后停下来，让鲁鲁先生有时间翻译。珍珍小姐哈哈大笑，她觉得滑稽极了，笑起来怎么也止不住。

张师傅张董事长着急了，他的企业陷入危机，正想波比点拨点拨，老被珍珍的笑声打断，便冲珍珍道：“有什么好笑的，我听过外国总统的讲话，不知什么鸟语，也需要人来翻译，比这难听多了。”

珍珍小姐更是大笑不止。

波比说算了，我在电脑上写，你们来看吧。

这时一只针孔摄像头正掩蔽在会议室上方，那是科学家阿道比先生的特使——李风风的助理武林偷偷安装的。波比和鲁鲁从实验工厂出来之后，一直被他紧密跟踪。鲁鲁本是代表阿道比先生监护波比的，自从脑壳上被珍珍小姐狠狠敲了一下后便乱了性，不再与总部联络，阿道比先生便让武林从幕后走到台前，代替鲁鲁原来的职责。投资者一直希望阿道比先生尽快拿出波比的测试报告，以便批量生产基因沙皮狗。

阿比道先生最担心是，投资者不认同波比的表现。如果真是这样，大量后续经费就无法弄到手，许多更重大的研究就无法进行下去。

阿道比先生用世界上最奇特的方法教育波比，如果成功了，他出售这种教育方法也将获得巨额科研经费，如果失败了，不仅教育方法不能出售，实验工厂中大批波比的复制品就不可能准时推出市场，所以有必要先介绍一下阿道比先生发明的睡眠教育法。

睡眠教育法，顾名思义，就是在整个教育过程中，受教育者是在睡眠状态

进行的。如果你接受他的教育课程，第二天一觉醒来你就读完了本科，第三天一觉醒来你就读完了硕士，第四天一觉醒来你就读完了博士。这种奇特高效的创意完全是被投资者逼出来的。投资者对波比这种型号的狗产品要求实在太高了，按正常的教育方法绝不可能让一只狗人在10 年内读完上百个博士学位课程，所以他决定铤而走险，发明和采用了睡眠教育法。

当过教师的人都知道，在别人睡觉的时候还要教育他，确实不是一件容易的事。首先你不能让人家睡不着，吵醒了，受教育者就等于被谋杀。科学研究早有结论，一个人连续10 天你不给他一秒钟的休息，他必定会死亡。阿道比先生想起了摇篮曲，那种母亲唱给婴儿听的催眠曲。这样的曲调几乎每个民族都有。阿道比先生将所有学问都编入数据库，再分门别类，每一门博士学问都做了数据压缩，并与一首摇篮曲混合编辑在一起，受教育者上床时，让他戴上耳机，听他制作的高学问曲调睡眠，整个晚上耳机都在重复播一首曲子，也就是教授一个博士学位，结果非常成功。

波比在睡梦中听过几百个民族的几千首摇篮曲，终于成了一个学贯东西的超级博士。但是，阿道比先生发现，知识不等于能力，如果不将大量操作性的经验输入波比的大脑，波比可能成为全世界最笨的书呆子，一个活动的狗型图书馆。

阿道比先生企图将波比头脑中的知识取出来，但是为时已晚，教育是一个不可逆转过程，你不可能将波比的大脑重新格式化。大脑容量有限，你将什么垃圾学问都塞进去了，有用的经验知识就没地方储存，这就是人世间充满书呆子的根本原因。知识并非就是力量。知识可以使人变得迂腐、僵化，变得缩手缩脚，变得四肢无力。波比已经有这种症状了。这是一起严重的生产事故。

阿道比先生苦恼极了，再也不敢给波比的大脑输入任何学问了。他想了很久，很久，最后终于找到一种处理办法。他收集了许多名人传记，回忆录，无论是世界领袖的还是黑社老大的，反正三教九流无所不有，只要是经验性的、操作性的东西，特别是各种品牌战略的经典范例，实战策略，他都压缩在催眠曲中，一晚一晚地输入波比的大脑。渐渐地，波比的脑子开始灵活起来，如果你不谈学问，只谈做事，谈如何具体操作，波比非常机灵，但你一谈学问，他可能就傻了，重新成为一位典型的书呆子。

现在，阿道比先生正通过针孔摄像机观察波比，他不明白这狗东西突然发什么神经，要给张师傅和珍珍小姐上课，他真怕波比的书呆子症发作，投资者借口产品不合格，再也不给研究经费了。

[返回目录]

一只狗的品牌课程

波比语录：

多元化至少有两种，一种是相关多元化，另一种是不相关多元化。一般来说，如果两个专业相关性太差，最好用不同的品牌区隔开来。

现在，一只狗开始讲授他的品牌课程，阿道比先生和投资者高度关注，他们通过天花板上的针孔摄像头密切观察——据说这种摄像设备是从美国中央情报局弄来的，比偷拍璩美凤床上活动的精密百倍，那怕波比这个狗产品身上一个细小的跳蚤，阿道比先生都看得清清楚楚。

波比朝张董长脸上严肃地瞪一眼，狗爪子就在手提电脑上敲起来，内容立即投射在大屏幕上："汪汪公司快破产了！"

张师傅张董长说："这我知道，请你尽快告诉我怎么解决？"

波比用屏幕回答："我今天不谈解决之道，先给你上上基础课，明天再谈处理办法！"

张师傅张董事长的手机又开始振动，至少是第20 次了，出于礼貌他老是不接，他想，既然明天才谈解决之道，他说也行，我明天再来，说完起身告辞。

波比气坏了，汪汪……连续叫了多声，鲁鲁翻译道："你明天不用来了！"

"为什么？"张董事长不解。

"波比认为你太不谦虚了，目光短浅，老想着钱，根本不懂品牌营销！"

"可债主追上来了，我得立即回去弄钱还债，否则他们就会上法院告我。我实在没有时间听你们慢慢地讲什么理论！"

阿道比先生和投资者觉得张董事长说得对，看来波比的书呆子症又开始复发了。阿道比先生为自己研制的基因狗感到着急！

波比又叫了几声，鲁鲁对张师傅张董事长道："让他们打官司去吧！波比自有处理办法，不相信我们你可以现在立即走人！"

关键时刻张师傅张董事长总是不用脑子，仅凭直觉行事，许多天才的企业家者都有这种超凡的直觉。现在张董事长就深信波比能帮他渡过难关，连汪汪公司的名称都是波比起的，他没有任何理由不相信这狗人。他将手机关了，安心坐下来听课。

现在听狗课程的珍珍小姐再也笑不出声了。

“我们先从英文Identity 谈起。珍珍小姐，你是研究生，Identity 中文什么意思？能不能给张师傅说说？”波比用屏幕问。

“没问题！”珍珍小姐说，“Identity 就是‘识别’或‘身份’的意思。”

“说得很好！”波比鼓励道，“那么，企业识别、品牌识别有什么意义？珍珍小姐再说说好吗？”

珍珍受到狗的鼓励，这是人类历史上从来未有过的事情，兴奋极了，她说：“企业和品牌跟人一样，都得有自己的名字，有自己的形象，一定要跟别的企业和品牌区分开来，如果无法区分，就无法识别，这就是企业识别和品牌识别的意义！”

这回波比不鼓励她了，他说：“说得不完整。应当说，如果你的企业和品牌跟别人的无法识别开来，公众就无法认同你的企业和品牌，不能认同你的企业和品牌，就不会购物你的产品和服务。！”

这狗理论太高深了，张师傅怎么也听不明白，他请求道：“能不能讲得通俗一点？我越听越糊涂了！”

珍珍小姐替波比答道：“张师傅你看鲁鲁那张脸，像不像某个大师？”

“像孙中山，啊不，像鲁迅，不不，像卓别林！反正像一个很有权威的人物。我一次见他就有这种感觉。”张师傅答道。

“我也是啊，”珍珍小姐说，“我还是专门研究鲁迅——鲁学的人，开始差点被他蒙了，以为他是鲁迅再世呢，这就是无法识别。后来我发现，他其实故意化装成大师，并没有什么大师风范，不过是拿大师的形象招摇撞骗，所以我无法认同。我觉得李风风比他可靠多了。现在他告诉我们波比的身份，才知道他一直照顾着波比，还算是个好人，只是还没有完全认同。这人藏得太深了！他的真实身份仍然无法‘识别’，所以我无法彻底‘认同’。张师傅，这样说够通俗了吧？”

鲁鲁微笑不语，自从波比身份披露之后，他就成了配角。鲁鲁想，如果告诉珍珍小姐自己的真实身份，她真能认同吗？

“珍珍说得很不错！”屏幕出现了波比的评价。

张师傅更被搞糊了，说了半天怎么跟企业管理一点关系都没有，但他觉得波比这狗人高深莫测，只能耐着性子听下去，只盼明天早日到来，再听波比说出具体解决方案。

这时屏幕上出现了一个金字塔，形象金字塔：

企业

整体形象企业三大形象

企业专业形象

企业产品（品牌）形象

形象金字塔

这个金字塔张师傅听鲁鲁讲过，说什么任何企业形象都可以分三个层次：整体形象、专业形象、产品（品牌）形象。整体形象用公益诉求，专业形象用权威诉求，企业或品牌形象用助销诉求。汪汪公司为公益事业没少花钱，现在不知波比想说啥？

波比说：“汪汪公司的危机是因为专业形象混乱！什么都做，什么都不专业，公众无法识别，更无法认同。”

鲁鲁和珍珍点头称是，张师傅却说：“这种观点我不太理解，按你的话来说，也就是比较难于认同。我觉得汪汪公司的危机主要不是认同的问题，而是专业管理经验缺乏、组织无法协调、资金运转不灵，归根结底，就是多元化扩展失败了。”

张师傅说得多好啊！波比想，但他今天是平生第一次给人上课，过去机会全给鲁鲁了，他现在一定要充分表现出比鲁鲁有更深厚的学问，所以他对张师傅说：“多元扩张失败我正要讲。但同样是多元化，为什么有的公司成功了，有的公司失败了？你知道吗？比如美国通用公司，专业跨度何止七个八个，为什么人家就成功了？”

张师傅无言以对，觉得这狗人真的不简单，只是千万别再给我讲理论了，我只想知道解决办法。

阿比道先生更着急，根据产品设计要求，波比这狗东西应当是非常温顺和善解人意的，它过去在女模特李丽丽面前就表现很好，现在竟然跟人辩论，跟自己的客户辩论，这种强烈的独立意志，投资看来不会满意了，要命的是波比还在继续卖弄。他对张师傅说：

“再说多元化至少有两种，一种是相关多元化，另一种是不相关多元化。一般来说，如果两个专业相关性太差，最好用不同的品牌区隔开来，而你经营电脑又经营洗发水，却要用同一个品牌，必然会引起品牌混乱，让别人在专业上无

法认同你的品牌，不失败才怪呢？”

张师傅脑筋又转不过弯来，他说：“我还是不明白，为什么日本三菱公司什么行业都用‘三菱’这处品牌，人家经营得还不错呢？”

波比气坏了，说：“算了，明天继续上基础课，不提什么解决方案！今天先讲到这里，再见！”

张董事长急坏了，上课前说明天提解决方案，上完课却说明天继续上课，这狗人说变就变，比鲁鲁更难相处。

阿道比先生失望极了，波比这狗人独立意志太强，这狗产品眼见就要报废了。

[返回目录]

单一品牌战略的优劣

波比语录：

单一品牌战略的最大特点是：一荣俱荣，一损俱损。最大的缺点是，不能用品牌去区隔细分市场、区隔经营风险；最大的好处是节约推广成本。

第二天，波比继续上它的品牌课程，学生仍然是张师傅和珍珍小姐，它今天主讲单一品牌战略。

阿道比先生和投资者仍然用高清晰度针孔摄像观察。昨天晚上，他们反复观看了波比的讲课录像，为此吵翻了天。现在他们一定要看清波比这狗产品，是不是该作废了。

阿道比先生像个职业杀手，拿到钱就去杀人，并不管被杀者该不该杀，他拿到钱就去搞研究，并不管人家拿自己的研究成果干什么。现在投资者严肃地说，波比这产品不合格，他的研究失败了，余下的巨额经费不能再给。阿道比先生不承认自己失败，波比想教育张师傅不是什么事故，稍有文化的人都想教育别人，何况是一只学富五车的狗呢？再说投资者不是在订单上已注明，必要时波比能够辅导人类学习吗？昨天波比的表演的就是这种情景。

“不，”投资者说，“那是居高临下的精英态度，会让所有狗主人反感的！”

“什么狗主人？”阿道比先生不理解。

“事到如今，我们就告诉你吧，波比是一种专门销售给新潮女性的基因宠物。这种女性独立，富有，美丽，她们不依赖任何男人生存，在婚姻中总是处于家庭领导地位，否则就终身不结婚，不生育，是真正的绝代佳人。这种不生育的、绝了代的佳人具有强烈的女性主义意识，她们不愿接受男人的教育，当然更不愿接受一只公狗的教育。一句话，女模特李丽丽这种绝代佳人就是标准的消费者。”

阿道比先生不解：“李丽丽不是靠他台湾的男朋友生存吗？她有什么独立性？她算什么标准消费者？”

投资者反问道：“她主管的波比牌服装不是很畅销吗？我们坚信以后她会独立生存，不依赖任何男人。如果波比不说话，很听话，她就会与波比相依为命，

白头到老。”

“好了，我不跟你们争论，”阿道比先生说，“我自有办法补救，我手里还有1000 多只沙皮狗，它们的基因跟波比完全一样，我略作改进，缺点很快就能解决。你要是早告诉我波比是卖给李丽丽这样的人，问题早解决了。现在我们看看波比今天怎么给人上课。”

波比的狗爪子又在键盘上敲起来，文字投影在屏幕上，他说：“我们今天继续昨天的话题。我认为不相关的行业，企业最好用不同的品牌区隔开来。张师傅昨天举日本三菱公司的例子反驳，说三菱公司什么行业都用‘三菱’这个品牌，今天我就来回答你。”

张师傅对波比早就认同了，它根本不用讲什么狗理论。汪汪公司眼看就要破产了，张师傅希望波比赶快提出解决办法，可是又不敢说，怕波比一生气，又说明天继续上品牌基础课程，所以他假装很认真听着。

其实真正认真听讲的是鲁鲁和珍珍。

波比说：“日本三菱公司采用单一品牌战略，但还是十分注重行业的形象区隔的，比如，三菱银行、三菱重工，你一听就知道是两个完全不同的专业。单一品牌战略的最大特点是：一荣俱荣，一损俱损。张师傅你有不同看法吗？”

“没有！没有！”张师傅希望波比尽快讲下去，完了再给自己出主意，抢救汪汪公司。

“那我继续讲，”波比以为张师傅被自己镇住了，继续说：“企业的品牌如果得到广泛的认同，任何新产品问世都会沾上先天的荣誉，这是单一品牌的好处，当然也是它的缺点。比如，有一年三菱吉普的质量在中国市场上出了一些问，整个三菱公司的形象就受到损害。二战之后，日本许多企业的形象遭受重创，特别是三菱重工，曾经为日军制造过大量的飞机、坦克、大炮，而日军侵略别国犯下了滔天罪行，结果不仅三菱重工形象受损，三菱银行也被连累了，没人愿意到三菱银行存钱。怎么办呢？三菱银行只好请美国设计师重新设计形象。三菱银行的新标志出来了，企业交给员工们讨论，没想到闹翻了天！员工们说，他们带上三菱银行的标志非常自豪，感到自己在日本最好的银行工作，如果换上新标志，他们就集体辞职。美国设计师没什么办法，三菱标志已经得到员工广泛认同，他只好在三菱标志旁边加上二个和平鸽，告诉公众和员工：三菱银行为和平而经营。”

波比感觉好极了，它总结道：“单一品牌战略的最大缺点，是不能用品牌去区隔细分市场、区隔经营风险；最大的好处是节约推广成本。明白吗张师傅？”

张师傅鼾声雷动，睡着了，昨晚在酒桌上跟一批债主轮番谈判，实在太累了。珍珍轻轻推了他一下，他在梦中道：“没……没问题，你们的……钱，很快就会还，我……我这么大的企业，还能……跑掉不成？”

珍珍又推了他一把，他又说道：“我已经说了，没……没问题，怎么会骗——骗你呢？诚实是我们汪汪……公司的……理念！再说，波……波比，已经帮

我找到解决办法！”

波比终于从书呆子状态中醒过来，不能给张师傅上课了，得想办法帮他解决问题。它跟鲁鲁用狗语交流一下意见，鲁鲁推醒张师傅：“我们马上到你们公司去，不上课了！”

张师傅也醒过来，以为波比又问他有什么意见，立即拍马说：“波比讲得太好了！太好了！”

[返回目录]

狗主意妙解企业困境

波比语录：

尽快将那些与主业食品无关的子公司全部关了，比如，电脑、服装、空调、电视、洗发水等行业公司，一个都不能留！凡不能吃的东西，最好不要经营！

一只狗带领它的品牌顾问班子来到汪汪公司。

他们的任务是快速诊断企业的病症，对症下药，提出切实可行的解决方案，将一个挣扎在破产边缘的企业挽救过来。汪汪公司的新员工几乎全是高学历的人才，有的还是哈佛MBA 毕业生呢。在他们眼中，张师傅向这些狗顾问咨询完全是一件十分搞笑的事情。

真正的首席顾问当然是沙皮狗波比，但它不讲人话，也不能让别人知道它是一只高智能的基因狗，所以鲁鲁反而成了首席顾问，珍珍小姐是首席顾问助理。

他们在汪汪公司上窜下跳，在车间、在仓库和管理部门调查研究。波比有许多问题，不时要叫两声汪汪，鲁鲁煞有介事地翻译过来，煞有介事地向高学历的经理仔细盘问，那种情景直叫人喷饭！在不解了情况的人看来，这伙狗人绝对像招摇撞骗的大骗子。

他们人一走，经理们捧腹大笑，恶作剧似的通知其它部门：一个带着美女和沙皮狗的江湖骗子马上就要来了，请尽快做好观赏和娱乐的准备。

波比调查完毕，企业病症已经清清楚楚，他们到张董事办公室，小心关起门，这才对张董事长汪汪叫起来。

鲁鲁翻译道：“今天不讲理论，只谈治疗方案，好吗？”

“好！请尽快说吧，我已经等了三天了！”张董事长急不可耐。

波比严肃地说：“你应当尽快将那些与食品行业无关的子公司全部关了，比如，电脑、服装、空调、电视、洗发水等行业公司，全关了，一个都不能留！”

“这怎么行呢？”张董事长感到为难，“这么多的经理、员工怎么办？我们的企业有良好的习惯，也就是鲁鲁所说的企业文化，凡是不犯严重错误的，任

何人都不能被随意开除！”

“很好啊，张师傅，现在你被开除了！因为犯严重错误的是你，虽然主意由策划大师李风风所出，但主要责任应由你承担，你说怎么办吧？”

张董事长没想到波比一针见血，半句废话都没有。他还是不解：“我们的服装公司虽与主业食品不算紧密关联，但毕竟还是营利，总不能也关了吧？”

“对，服装公司也关！”波比毫不留情，“因为这不是汪汪公司的核心竞争行业！你的强项是做糕点，凡不能吃的东西，最好不要经营。”

张师傅还是感到棘手：“那些公司都关了，我们根本没钱安置那些下岗的人，我怕他们闹起事来，上街游行，汪汪公司的形象会受到影响，以后就更难经营了，你说怎么办？”

“钱是个大问题，我帮你想想办法。那些与主业不相关公司，也不是没有减少阵痛的处理办法。”

“什么办法？”

“将企业的经营情况，特别是财务状况直接告诉员工，让他们知道企业的困境，说明让他们下岗实在是无可奈的事。可能有些经理和员工很有信心经营下去，就让他们认购企业股份，承担相应的债务，总之给一些优惠条件，将企业卖给他们，由他们自己去经营，但条件是不能用波比品牌经营。那些能找到出路的员工，让他们尽快走，这是第一步；暂时找不到出路的员工，发半年的工资奖金，以后自谋出路，这是第二步。半年之后如果有人实在找不到出路——我相信不会太多，只发基本工资，重新培训换岗，这是第三步，不能搞乱了。”

张师傅觉得波比确实不同凡响，前两天真是浪时间啊！这狗专家非要先给我上理论课。现在复杂的问题一下子就理清了。不过，钱在哪？没钱就无法解决问题。

“钱的问题，我来帮你想办法！”波比看透了张师傅。

波比早想好了到女模特李丽丽那里融资，它叫鲁鲁请李丽丽来一趟。李丽丽说她没空，波比牌儿童服装脱销了，她要抓紧组织生产。

波比没法办法，只好带着自己的顾问班子直奔李丽丽的办公室。

李丽丽果然独立了。自从与男友和平离弃，分得二间小型服装厂，专门生产波比牌儿童服装。如今市场十分火暴，她连续开了十间服装厂也供不应求，正愁着不知如何扩大生产，波比和鲁鲁来了。

波比每次见到李丽丽都急不可耐窜入她怀里。

鲁鲁开口就说借钱。她问要多少，鲁鲁说不多，先借三千万。

李丽丽正抱着波比亲热，吓一跳：“别开玩笑，三千万不是小数目，还说是先借，往后不知要借多少，你当我开银行？”

“说起来也不算借，而是资产重组，将你们与汪汪公司进行资产重组。”

“这话怎么说？人家汪汪公司是大企业，想重组我们，吃掉我们，别开玩笑了。”

鲁鲁笑起来：“不是他们吃掉你们，而是你吃掉他们的一部分。”

“怎么吃？我可没这么大的胃口。”

“说实话吧，汪汪公司经营有些困难，主要是因为盲目拓展造成的，我们建议他们砍掉所有跟食品没关的公司，他们有一间服装厂，比你们的二间厂还大，有一千多名熟练工人，至少值八千万，现在折价六千万合并到你这了，条件是你先拿三千万现款现来救急。如果不够，再提三千万，整间服装厂就是你的了。如果三千万够了，余下的三千万就算汪汪公司的参股，怎么样？”

“有这样的好事？”李丽丽半信半疑。

“这样的好事只有一周时间属于你，之后可能就没有机会了。你们公司叫什么名字？”

“波比儿童节时装有限公司。”

“汪汪公司那间叫‘这才是真的正波比服装公司’，重组之后员工不会有认同危机。”鲁鲁说。

李丽丽乐坏了，手头正好有三千万人家给的订货款，自己来不及生产，本想委托别人加工，没想到机会送上来了，很想立即答应下来，但是脑筋一转，觉得不能答应得太爽快了，要提一些附加条件。

“没问题！”他对鲁鲁说，“看在老朋友的份上，我答应你。但有一个小小的条件，请你一定要答应我！”

“请讲！”鲁鲁说。

“我想投资拍一部儿童电视片，请波比当主角，目的是通过电视片来间接推扩我们的波比牌儿童服装，希望波比每周借三天给我一用，没问题吧？”

波比高兴地叫一声“汪”，他同意了。

鲁鲁骂一声：“这狗东西！”

珍珍惊得瞪大了眼睛，她现在知道波比是个狗人，竟与李丽丽搞得火热。

[返回目录]

一只狗的明星生活

波比语录：

做人难，做狗更难，做一只名狗难上加难，做一只基因沙皮狗万分艰难，做一只品牌化的基因沙皮狗比登天还难！

波比现在过上了人的生活，而且是明星生活。这只狗的生活是这样安排的，周一、周三、周五到电视台拍片，周末到女模特李丽丽家团聚，周二、周四与狗朋友鲁鲁一起上班。日子过得太滋润了，它甚至忘掉了科学狂人阿道比先生一直在追踪自己。

沙皮狗波比脑中塞满了太多的知识，好为人师，投资者认为是一只不合格的狗产品，很不满意，不想追加研究经费了。

阿道比先生极力争辩，认为不宜过早下结论，要持续观察一段时间。再说波比这代产品是可以改良的，他手里还有一千只沙皮狗，基因跟波比完全一样，只要想办法就能随时控制它们的行为，性能不稳的毛病可以彻底根除。

阿道比先生很快调试出一只新的沙波狗，模样跟波比完全一样，不过是在狗脑中殖入了一块新的电脑芯片，与实验室的主机随时保持联络。

波比陶醉于明星生活，并不知道有一只沙皮狗很快就要向自己的挑战了。它每天得意地写它的明星日记。这一天它写道：

“汪汪公司的多元化危机基本上得到解决，砍掉电脑、空调、电视、服装、洗发水等与食品完全不相关的行业公司，三千名下岗人员中，一千人找到新单位；八百人重认购电脑和空调公司，自己经营；一千名重组到李丽丽的服装厂，提高了工资，员工们十分高兴；最后二百名工人，只领基本工资，不发奖金，正在重新接受企业培训，合格后再上岗。

“女模特李丽丽确实是个天才，可爱极了。她发现迪斯尼公司的产品所以长期畅销，是因为不断推出系列动画片，通过艺术形象来推广他的主题公园、玩具、服装等系列产品。受到启发，她出资拍制了《聪明的波比》儿童电视连续剧，边拍边播，收视率节节番升，预计一个月内将击败迪斯尼公司的《米老鼠与唐老鸭》。台湾版、香港版、日本版、韩国版的《聪明的波比》很受欢迎，李丽丽的波比牌儿童服装畅销亚洲。

“我现在成了真正的明星，到哪都有人要求合影，好玩极了！有些孩子获得奥林匹克数学竞赛金奖，非要跟我进行数学竞赛，结果很快就输给我了。麻烦的是“签蹄”售衣——这是李丽丽发明的终端促销活动，她的广告做到那里，产品铺到那里，电视片放到那里，就让我到那里搞促销，在印有“聪明的波比”的衣服上“签蹄”——开始她用口红涂在我的前蹄上，痒痒的，好玩极了，然后就让我踩在一件衣服上，就算“签蹄”完毕。太多人喜欢我的“签蹄”衣服了，有时一天要签几万件，怎么办呢？李丽丽聪明极了，将未“签蹄”的衣服铺在足球场上，每隔十米放一盆油彩，让我撒腿在上面狂奔，数万人欢声雷动，来回狂奔一小时，每件衣服至少留下一个蹄印，李丽丽高价出售，真是发达了！

“总之，我越成功，就越令人烦恼，我的自由受到严重威胁。我现在才真正体会到：做人难，做狗更难，做一只名狗难上加难，做一只基因沙皮狗万分艰难，做一只品牌化的基因沙皮狗比登天还难！

“不好玩的事多了，自从我成了狗明星，许多女人都带自己的宠物来，这些雌狗们被人先用高级洗发水清洁一遍，再涂上名牌香水，打扮得花枝招展，企图引诱我，迷惑我，希望我对她们产生爱情，然后生产出更聪明的小波比。真是痴心妄想！我怎么可能对雌狗们感兴趣呢？凭她们那点智力，就让我看不起。这辈子就别指望我跟什么狗发生关系了！因为我不仅是一只狗，也是一个人，至少也是一只狗人。相反，雌狗们的女主人倒是长得漂亮迷人，可惜李丽丽不准她们碰我。

“鲁鲁现在难过极了。珍珍小姐徘徊在鲁鲁和李风风两人之间。她被策划大师李风风迷惑了。李风风是个能人啊！最大的才能是脸皮厚，什么好事都敢说自己干的。你要是说地球是他造的，他会假装谦虚地说，不好意思，造得不够好，让赤道附近太热，让南北两极太冷。你要是指出他做的许多案例失败了，他会说因为老板没有完全贯彻他的意图，汪汪公司的多元扩张就是例证。他如今记者也不当了，自称策划大师，许多客户慕名而来。他在文章中无耻宣称，与其说我是一个伟大的思想家，不如说是一个伟大的哲学家。他在中信广场第80 层办公，说真正的高级人才就应当有这么高的视野，鸟瞰芸芸众生！珍珍小姐有一次从李风风那回来，就像上一次天堂，兴奋极了。

“鲁鲁啊，狗兄弟，我真为你抱不平！你得想一些招儿，别再坐失良机了！”

[返回目录]

一只狗的品牌官司

波比语录：

“尊敬而又美丽的法官先生，我深信您会为我主持公道！作为一只狗，我的形象和名字被人注册成商标，被人争来抢去，我自己竟然没有发言权，我感到极大的悲哀！

珍珍小姐似乎徘徊在鲁鲁和李风风两人之间，其实她的感情早就倾向于鲁鲁了。一场品牌官司，令她的真情在公众中彻底暴光。

这是一场汪汪公司与味味公司之间的品牌官司。因为波比成了真正的狗明星，品牌价值迅速飙升，最早注册沙皮狗的商标味味公司认为有利图，正式向法院控告汪汪公司。

现在，被告人张吉祥——汪汪公司的张师傅张董事长，坐在被告席上。珍珍小姐和女模特李丽丽坐在证人席上。可笑的是，品牌专家鲁鲁先生坐在律师席上。还有波比，一个真正的主角——它的名字和肖像被人用作品牌而引起诉讼，竟然被人遗忘了，甚至差点儿进不来。

波比跟在鲁鲁后面，警察不让狗进去，说万一狗叫起来会影响法庭的严肃性。李丽丽心生一计，她叫波比钻入自己裙子底下，再施展她娇艳的魅力，拿媚眼瞟那把门的警察，直迷得他七魂出窍，波比就混进来了。

直到此刻，沙皮狗波比对“恶人先告状”这句俗语才有真正深刻的理解。那恶人，就是跨国控股企业味味食品公司，在市场上竞争不过张师傅汪汪糕点公司，竟连续使出了三记毒招。

第一记毒招是高薪挖角，利用跨国公司的资本优势，妄图用高薪挖走汪汪公司的骨干。怎料汪汪公司“以狗为中心”的文化具有强大的凝聚力。企业采用“学徒制”，任何人都有师傅，你要是将师傅的师傅一直查下去，最后都会归宗到一个人，那就是张师傅张懂事长。张师傅要求徒子徒孙像狗一样忠诚，当然没有一个人愿意走，也不敢走。

味味公司的第二记毒招是抢注品牌，钻法律的空子，将汪汪公司的著名吉祥物——波比的名字和形象抢先注册了，迫使汪汪公司反击，只好注册“这才是真正的波比”品牌，用一个戴瓜皮帽的波比图案以示区别，并调动强大的社会舆

论，狠狠地阻击了味味公司的进攻。

第三记毒招是恶人先告状，上法院控告汪汪公司非法使用味味公司的波比牌商标。现在汪汪公司的张师傅董事长就坐在被告席上。

味味公司的律师开口便说：“被告张吉祥张董事长的汪汪公司，非法盗用原告味味公司的波比牌商标，谋取巨额暴利，给味味公司带来巨大损失，为此我们要求法庭裁定被告立即停止侵权行来，并赔偿八千万人民币！”

张师傅今天的希望就寄托在鲁鲁身上了，这家伙不知什么时候考了个律师牌，却从未上过法庭，汪汪公司刚刚度过危机，若打输了官司，根本赔不起。

“汪汪公司如何辩解？”法官对鲁鲁先生说。

波比看那法官，原来是个女的，大约三十五岁左右，如果不穿制服，换上一件时装，模样定然不错。

“哈哈……”鲁鲁大笑不止。

张师傅急了，后悔没找一个有经验的律师。珍珍小姐盯住鲁鲁的假胡子，生怕他这么笑下去胡子掉下来，那天她说，你若想让我喜欢，应将伟人式的胡子刮了。鲁鲁真的撕下假胡子，成了一位英俊的小伙子，她又接受不了。

女法官将惊堂木一拍：“请被告律师严肃一点，否则我以蔑视法庭论处！”

鲁鲁这才收住笑声，转而义正词严道：“法官先生（其实是个女的），蔑视法庭的不是我，而是味味公司！汪汪公司的商标名称是‘这才是真正的波比！’，请注意，后面还有一个感叹号；而味味公司的商标名称是‘波比’，八个字中有六个不同，更不用说后面那个感叹号了！稍有智力的人都分得清楚，而你……”

鲁鲁伸手指着对方的律师：“也就是你代表的味味公司，竟然将两者完全混淆，这不是蔑视我们明察秋毫、公正廉明的法庭吗？”

“我反对！”味味公司的律师说，“对方律师先是嘻嘻哈哈，后又阿谀奉承，企图误导法官先生。”

“反对有效！请原告继续说。”女法官表态。

味味公司的律师据说是个身经百战的专家，打过大小官司三百起，胜诉率百分之九十九。他说：

“被告明明知道味味公司已注册了‘波比’商标，却故意注册‘这才是真正的波比！’，明显是攻击味味公司，这叫恶意注册，是违反商标法的！”

“究竟谁是恶意注册？”鲁鲁反问道，“法官先生，我这里有两张照片，一张是汪汪公司大堂的吉祥物沙皮狗波比的照片，另一张是味味公司注册的波比商标图案，两张照片完全一样！”

鲁鲁将照片递给女法官，继续说：“先有汪汪公司大堂的吉祥物沙皮狗波比的照片，后有味味公司注册的波比商标，谁是恶意注册，相信法官大人能够看

清楚。”

“问题是，那不是商标，”身经百战的律师反驳道，“不过是汪汪公司的吉祥物！再说天下的沙皮狗多了，模样也差不多，叫波比的也不少，我们注册其中一个，不能说是注册了汪汪公司的吉祥物吧。

相反，你们明知我们正式注册了波比牌商标，你们再去注册‘这才是真正的波比！’，这不是恶意注册又是什么？”

鲁鲁并不回答，而是向女法官请求道：“法官先生，请允许我请一位特殊的证人出来证明。”

官法说：“可以！”

珍珍小姐看见鲁鲁的假胡子快掉下来了。

“波比过来！”鲁鲁向证人席上的波比喊道，波比汪一声说yes，从证人席上跑过来。他最近习惯了做明星，见人多的地方就想表现一下，到了鲁鲁身边后腿非常自然地站起来，用右前腿向旁听席上的观众送一个飞吻，引得哄堂大笑。

李丽丽乐坏了，她想这场官司打下来，波比更出名了，她的波比牌服装肯定更火爆。

把门的警察突然听见狗叫，冲进来，想将波比赶出去，女法官示意不用。

鲁鲁摸了一下他的假胡子，顺手压紧，说：“法官先生，请你对比一下，这只沙皮狗跟味味公司的商标有什么不同？”

女法官观察了一会儿，发现没有两样。

鲁鲁说：“这只狗名叫波比，是我的宠物，味味公司将我的宠物注册成商标，严重侵害了我的权益，这才是真正的恶意注册！”

女法官说：“这跟今天的案件无关，你可以反诉味味公司，作另案处理。”

“不！法官先生，这跟今天的案件紧密相关。凡采用波比形象的企业，都必须经过我的特别受权。为了不导致恶性竞争，同一种行业我只授权一家企业。因此，在食品行业，我只受权给汪汪公司，从未授权给味味公司，怎么能说与本案无关呢？”

“我反对！”身经百战的律师说，“今天开庭是审讯汪汪公司侵害味味公司的商标一案，跟这只沙皮狗完全无关！”

“反对有效！”女法官表态。

波比气坏了，汪汪地大叫：“我抗议！我抗议！”

女法官听不懂狗语，见波比汪汪乱叫，扰乱法庭，下令立即将波比驱逐出去。

两个法警拿着警棍上来了，波比见状在法庭内四处逃避，场面更加混乱，

最后跃入女模特李丽丽的怀里，他觉得在她身上最安全。法警见一个美人抱着波比，不敢动粗，礼貌地请她带波比出去。

波比来气了，又是一阵狂吠：“我不出去！我要狗权！我不出去！我要狗权！”

别人听起来当然是汪汪的狗叫，以为这狗被吓坏了。

身经百战的律师在一旁冷笑。

鲁鲁气愤极了，这是一只狗发自心灵深处的强烈抗议，他与波比有深厚的感情，今天非要为波比讨回公道，为狗们向人类讨回公道，便冲女法官大声喊道：“等等！我要向法官先生提一个问题，如果不回答，我出了这个法庭，第一件事就是直接控告法官先生——您！”

说完鲁鲁的假胡子真的掉下来，引来哄堂大笑，他自己还不知道，珍珍小姐火速冲上去，检起地上的假胡子，为他粘上，顺势还吻了一下鲁鲁，旁听席上立即有人鼓掌。身经百战的律师高兴坏了，对方扰乱法庭，现在连法官都得罪了，官司赢定了。

张师傅张董事长站在李丽丽面前，小心地护着波比，那怕是官司打输了，他也不能让波比受到惊吓。

女法官没见过这种场面，示意大家安静，她想将鲁鲁轰出场去，又怕他出去真的告自己，不如先听听他说什么，便对鲁鲁道：“好，提你的问题吧！”

鲁鲁严肃地说：“我今天提的问题看来起与本案无关，但您只要怀有一点点人类的怜悯之心，了解清楚我为什么提这种问题，就会发现这个问题与本案大有关系！”

“请说！”女法官示意。

鲁鲁不说，而是用狗语跟李丽丽怀里的波比汪汪讨论起来，听起来就像两只狗在商量，其实他们确实在商量。

“别再玩什么狗把戏了！”身经百战的律师讽刺道。

鲁鲁立即回击：“你今天输定了！”然后冲沙皮狗道：“波比，请你向法官先生说明情况。”

波比从李丽丽怀里跳下来，直接跳到女法官的桌子上，细细观察了一会，发现女法官真是长得很漂亮，然后汪汪叫了几声。

“法官先生，”鲁鲁翻译道，“波比说你长得很漂亮！”

身经百战的律师立即提醒：“法官先生，他是在戏弄您！”

“不！”鲁鲁说，“这是实话，难道讲真话是在戏弄吗？”

女法官心里很甜，却严肃地警告鲁鲁：“有话直说，否则我立即宣布休庭！”

“好，长话短说。法官先生，人有人权，狗有狗权，沙皮狗波比的肖像权受到味味公司的严重侵害，他现在要自己来讨回公道！我的问题是：能否借书记员的电脑给波比一用？”

鲁鲁话音刚落，身经百战的律师哈哈大笑：“一只狗想向法庭讨回公道，要用电脑，哈哈……”

“法官先生，”鲁鲁打断对手的笑声，“我想波比自己有能力讨回公道。他只是有一个小小的请求，希望借书记员的电脑使用一下。”

女法官以为自己听错了，严肃地问：“被告律师，你真的要借书记员的电脑，给一只狗使用？”

“没错！我想借书记员的电脑给波比使用，因为它不会讲人语，但可以用电脑跟人交流！”

“哈哈……”身经百战的律师又是一阵大笑，“我同意，法官先生请借书记员的电脑给那狗用，哈哈……”

他想今天赢定了，不如跟眼前这位化装成伟人的律师玩玩。

女法官点点头。

波比迅速跳到书记员的电脑跟前，狗爪子噼里啪啦敲起来，屏幕上立即出现波比的书面语。

波比一边打，书记员一边念道：“尊敬而又美丽的法官先生，我深信您会为我主持公道的！作为一只狗，我的形象和名字被人注册成商标，被人争来抢去，我自己竟然没有发言权，我感到极大的悲哀！法官先生，您刚才下令将我驱逐出庭，我相信不是你的本意，而是味味公司的误导。本案其实清清楚楚，我曾受权鲁鲁先生，将我的形象和名字给汪汪公司使用。味味公司未经我许可，擅自使用我的名字和形象做商标，严重侵害了我的肖像权。今天法庭虽然不是审理此案，但是，我相信不用多久，味味公司将坐在被告席上接受审判！因为休庭之后，我将正式控告味味公司。我的发言完了！谢谢，尊敬而又美丽的法官先生！”

女法官和身经百战的律师惊讶得说不出话来。

李丽丽更是目瞪口呆，她做梦也没想到波比会用电脑，而且有这么高的智力。

张师傅张董事长乐坏了，这场官司赢定了。

鲁鲁觉得自己太幸福了，珍珍小姐当众吻了他。

[返回目录]

无法识别的狗产品

投资者梦想：

收购波比牌商标，买一个壳上市，创建沙皮狗儿童乐园，与迪斯尼一决高下。

波比在法庭上用电脑为自己的狗权辩护，控诉许多企业用自己的形象做品牌，是侵犯他的狗权。

此举迅速成为全球新闻焦点。许多人文学者展开了热烈讨论，他们借狗发挥，什么“人权与狗权究竟那个更重要”？“要人道主义还是狗道主义”？等等。

争论异常激烈，科学狂人阿道比先生吓坏了。波比失控了，完全失控了，弄不好狗仔队追踪过来，他的所有的非法实验可能被彻底暴光。

阿道比先生决定将波比人道毁灭，方案都准备好了，但是他的投资者坚决不同意，投资者忽然发现了新的商业机会，波比现在比过去更有利用价值。投资者暗中筹划将味味公司的波比牌商标收购过来，买了一个壳，准备上市和批量生产波比牌沙皮狗，并且开始策划设计沙皮狗儿童乐园，要跟迪斯尼乐园一决高下。

当然，最为阴险的是，他们计划将一只沙皮狗卖给某个国家的总统夫人，充当狗间谍。

投资者追加了巨额经费，希望阿道比先生尽快研制出波比第二代，要求产品具有波比的全部优点，

不同的仅仅是，新一代沙皮狗应更便于控制，绝不能像第一代那样自行其是了。

波比发现，这个世界已经接受并认同了自己这只文明沙皮狗了，心里十分高兴。那天他正与鲁鲁、珍珍、张师傅、李丽丽举杯庆祝，世界上第二代“基因+芯片”沙皮狗突然降临人间。

鲁鲁办公室的门铃响了。

策划大师李风风不请自来。他的头发梳得贼亮，每一根都指向脑后，他进来后精力集中在珍珍小姐身上。珍珍小姐那天在法庭上当众亲吻鲁鲁，成了娱乐版的头条新闻，他心里一直很不是滋味。

大约过了一分钟，李风风的目光才从珍珍小姐身上移开。他得意地宣布：“各位，我现在正式接手味味公司状告汪汪公司商标侵权一案。我现在特别上来打一声招呼，也算是对得住我们过去的相识了。”

现在许多人都有律师牌，只要你愿意花时间去考，似乎都可以拿到牌照，所以鲁鲁和李风风转眼间成了法庭上的对手。

张师傅十分不满，：“你太没职业道德了！不久前还在为我们汪汪公司咨询，现在怎么又为我们的竞争对手服务，太没操守了吧？”

李风风微笑着摇摇头，他并不把张师傅放在眼，伸手摸一下自己油亮的头发，双眼盯着珍珍小姐，心想只要鲁鲁没有与珍珍小姐结婚，自己就有机会，所以他要在珍珍小姐面前展示一下自己口才。

李风风望着珍珍小姐，却冲张师傅说：“张董事长，有没有搞错啊？我为你们公司多元化拓展绞尽脑汁，眼看就要成功了，你竟然又请鲁鲁为你们咨询，砍掉一大批项目。是谁背叛了谁？是谁没有职业操守？”

没等张师傅开口反驳，李风风又雄辩道：“你答应给我二百万咨询费，都签了合同，我只拿了一百万，余下一百万就再也没给了，你还好意思跟我谈职业道德？”

张师傅愤慨地反驳：“你的咨询让汪汪公司都快破产了，还想要一百万，太无耻了吧？如果不是鲁鲁先生，不，如果不是波比出手相救，汪汪公司早破产了！”

李风风微笑着摇摇头，又摸一下自己油亮的头发，眼神仍然落在珍珍小姐身上，突然一转身，对所有人说：“既然说到波比，我们就请它进来，看看它怎么说！”

李风风双掌举过头顶，使劲一拍，门铃叮咚响了。珍珍小姐出去开门，大家惊呆了：另一只跟波比一模一样的沙皮狗走进来，后面跟着的不是鲁鲁，也不是李丽丽，而是李风风的助理武林先生。

“让我来介绍一下，”李风风说，“这是品牌专家、电视明星沙皮狗波比！”

无论是体形、毛色、表情，还是狗皮上的每一细小的皱纹，两只沙皮狗都完全一样。

波比和鲁鲁交换了一下眼神，他们知道这是阿道比先生的杰作，只是不明白这科学狂人要玩什么花招。

珍珍惊讶道：“瞧它那眼神，跟波比一样，色迷迷的！”

李丽丽不信有两只一模一样的沙皮狗，抱起波比二代，左瞧右瞧，再用鼻子闻闻，用手拍拍，做出与波比平日亲热的姿态，直至旁边的波比心里发醋，汪汪叫了两声，她才知道自己抱的不是原来的波比。

李风风冲张师傅说：“我们的波比早就授权，将它的名字和形象给味味公

司——也就是我现在的客户做商标，你有什么意见？”

张师傅仍然无法相信，他说：“不可能！不可能！你那是假波比，真波比会用计算机，你那波比会吗？”

李风风微笑着摇摇头，又摸一下自己油亮的头发，眼神还是落在珍珍小姐身上，气得鲁鲁真想给他一拳。过了一会，他才转脸对大家说：“没问题！那么请问，这里的电脑能否借给我们的波比试试？”

李丽丽和张师傅都说给它试试，鲁鲁说不用试了，两只沙皮狗都是阿道比先生弄出来的，肯定都会用电脑。

鲁鲁瞪着武林，觉得这人来历不明，朦胧中还有亲切感。他想起来了，武林第一次是陪李风风来采访的，在楼下拍照，还跟张师傅和司机打了一架，很快就和好了，第二天再一齐来访，要帮李风风写书，就是那本《太酷了，你真是一只沙波狗》。这人莫非是实验工厂派来的奸细。

鲁鲁突然冲武林问：“阿道比先生有没有托你带话给我？”

武林冷不防被人追问，本能地回答：“没……”马上又纠正说：“什么阿道比先生，我不认识！”

波比和鲁鲁全明白了，这家伙是一位奸细。

李风风微笑道：“我们今天先来打声招呼，过两天我们法庭上见。武林，波比，我们走！”

李风风走到门口，回头望了珍珍小姐一眼。

珍珍小姐心里有点乱。

鲁鲁愤怒极了。

张师傅被弄糊涂了。

李丽丽则是痛恨，她痛恨制造两只沙皮狗的科学家，她的波比牌服装眼看就卷入这场官司了——波比的制造者显然拥有更大的权利和优势，波比和鲁鲁受权给她经营波比牌服装的协议，最终可能无效。

波比永远是那副丑陋而充满智慧的表情，他跟鲁鲁汪汪叫几声，就算交换了意见。鲁鲁将嘴巴凑到每个人的耳朵，小声说：“这套房子被人监视起来了，说话小心！”

第三天，李风风真的上法院替味味公司打官司，他说自己那只才是真正的波比，鲁鲁那只是假波比。

此案经过舆论的广泛争论，人有人权，狗有狗权基本上有了共识，那些喜欢吃狗肉的广东地区、东北地区，已经开始禁吃狗肉。没有人再怀疑：波比商标的使用权应由真正的波比授权。

现在唯一需要确定的是，究竟那一只沙皮狗才是真正的波比。两只沙皮狗

长得一模一样，都说自己是真正的波比，对方是别有用心的冒牌货，自己才是著名的品牌专家和正在走红的狗明星。更麻烦的是，有时候连鲁鲁先生也分不清那个是真正的波比。

为了尽快断案，法院请广东南海沙皮狗养殖场的农民专家前来鉴别，仍然无法分清哪个是真正的波比；又请中山大学教授做基因检测鉴定，还是无法分清哪个是真正的波比。

这时候哲学家们派上用场，他们连名提议，让两只狗公开辩论，看看谁是真正的波比。理由很简单，任何动物生理上都是可以克隆的，而心理活动和精神状态却是无法克隆的。

法院认为很有道理。但辩论什么主题呢？

当然是品牌战略，波比是真正的品牌专家，鲁鲁不过是它的高级助手。鲁鲁的水平已经常人难及，谁又能找到第二只像波比那样聪明的沙皮狗呢？经过北京大学、清华大学和中山大学等知名专家教授的反复讨论，论战的主题最后确定为：有多少种品牌战略？各自有什么优缺点？

[返回目录]

两只狗的品牌论战

波比语录：

多品牌战略的缺点，第一，加大了推广成本，第二，分割了企业的无形资产……

现在，两只生理上完全一模一样的沙皮狗，在亿万观众面前，就要靠智力鉴定——通过精神较量——品牌论战了，看看究竟谁才是真正的波比。这样的论战没有先例可循，看起来有点美国总统竞选时的电视辩论，又像两位职业拳击手的赛前论战。人们普遍听不懂狗语，法院要求两只狗在电脑上敲字，然后投影到演播厅的大屏幕上。

50 名社会各界知名人士还组成了陪审团。

两只狗的论战非同寻常，胜者不但可以向公众证明自己才是真正的波比，更严重的是，这将直接决定汪汪公司和味味公司两家知名企业的命运。味味公司坚持要现场直播，理由是直播的收入可以用来搞法律援助，为社会弱热群体服务。

现在只要是人，都知道公益诉求了。

世界上最搞笑的场面出现了，在亿万电视观众面前，两只沙皮狗正儿八经地展开品牌论战。一开

始两只狗似乎挺客气。

波比第一句话就是：“狗兄，你先，请！”

波比二代也说：“狗兄，你先，请！”

波比说：“先让我听听你的高见。”

波比二代也说：“先让我听听你的高见。”

“你先，请！”

“你先，请！”

波比有点生气了：“你能不能别学我说话？你是否有点弱智啊？”

“你才弱智呢！”波比二代反击道。

“好吧，”波比说，“我先来介绍多品牌战略。”

“好吧，我看你怎么介绍多品牌战略。”波比二代总是采用模仿策略。

波比想，这狗知道的东西可能不多，非要等我讲完了它才发表评论，许多人参加研讨会都采用这种策略，自己本来一点准备都没有，却选择最后一个发言，将大家的观点归纳总结一下，然后各打几十大板，再提出自己问题，后来居上，懒人取胜。现在我不能让对方得逞。

“我先介绍多品牌战略的优点，”波比说，“第一是尊重市场的差异性；第二呢，请对方补充。”

波比二代说：“我当然知道，偏不告诉你！你不是说‘我先介绍多品牌战略的优点’吗？可是你只说了第一，就不知道第二了，还想让我补充，没门！除非我补充了，就算你输了，我赢了，我是真波比，你是假波比！”

波比觉得这狗东西挺难缠的，只好说：“多品牌战略的第二个优点是，可以用品牌区隔不同的细分市场；第三是提高市场占有率；第四是可以分散风险；第五是为企业多元化拓展带来方便。你还有什么意见？”

波比二代又耍赖了：“你说的一二三四五，总体上没错，也不知道你从哪本书上抄来的，你能举例说明吗？”

波比生气了，用狗语骂道：“你他妈的无赖！什么也不知道，非要套我说出来，还想冒充我！”

波比二代狡猾极了，它说：“报告法官和陪审团，对方刚才用狗语骂人，违反辩论规则。真正的波比是修养很高的品牌专家，怎么会有如此粗俗的语言呢？对方要是不能举出例子，证明多品牌战略的优点，我可以举出来，前提条件是，算我赢了，我才是真正的波比！”

陪审团中的50 名各类知名人士，有MBA 教授，跨国公司老板，经济学家，心理学家、语言学家、哲学家等等。他们刚才确实听到波比汪汪地叫了几声，又听不懂，觉得波比二代虽然狡辩，但也是一种智慧的表现啊！他们商量了一下，有40 人要求波比举例说明。

波比没办法，只好说：“要我举例可以，但我提醒陪审团注意，从开始到现在，只有我在介绍品牌战略！”

波比继续说：“多品牌战略的成功典范是P&G 公司，光在洗发水这行业，他们就有海飞斯、潘婷、飘柔、沙宣等品牌，每个品牌针对一个细分市场，海飞斯主要是去头屑，潘婷是护发，飘柔是柔顺，沙宣是保湿，这样既区隔了市场又提高了市场占有率，万一某个品牌不行了，或产品出了问题，也不至于连累其它品牌，这就是风险的分散。总之，多品牌战略是建立在充分尊重市场差异的理念之上的，这种战略为P&G 公司扩展其它行业留有余地。据我所知，P&G 公司还经营保健品，当然，用的是别的品牌，企业15%的利润是由保健品创造的。这就是多品牌战略的优点。我的举例发言完毕，现在，请对方介绍多牌战略的缺点！”

观众和陪审团报以热烈的掌声。

波比二代不以为然，它说：“大家请安静！请安静！请安静！先别给掌声，对方还没有说完。它开始就承诺‘我先来介绍多品牌战略’，现在只介绍了优点，没介绍缺点，显然是说得不完整，话没说完整，却给予掌声鼓励，不太合适吧？我怀疑，对方根本不知道多品牌战略缺点，否则为什么不说呢？”

波比这回真的气坏了，真想过去咬它几口。转念一想，这赖皮狗今天是打定注意不露一点学问，只想故意激我，让我生气，做出有失斯文的举动出来，它就说我是假波比，因为真波比是一只修养很高的沙皮狗。

想到这里，波比说：“好吧，我讲多品牌战略的缺点。不过我还是提醒陪审团和主持人，我讲完多品牌战略的缺点之后，一定要让对方讲讲其它的品牌战略！”

波比故意停了一下，希望大家明白自己往下讲是有条件的，然后继续说：“多品牌战略的缺点：第一，加大了推广成本，像P&G 这么多品牌，要花大量成本来维护其品牌形象，从某种意义来说，这是为广告公司打工；第二，分割了企业的无形资产，比如P&G 在保健品行业，就得另外塑造其它品牌，甚至还不能让公众太明白这是P&G 制造的，因为你生产洗发水又生产保健品，消费者感觉不好；第三，新产品上市不易，因为不能用老品牌作为新产品的推广平台，基本上只能从头做起，要消费者认同不容易；第四，多品牌战略对新兴企业不利，因为成本太高，新兴企业往往资金不足，采用多品牌战略容易失败。好了，这下全说完了，现在请对方说说其它品牌战略的优缺点！”

大家又报以热烈的掌声。

波比二代又耍赖了，它说：“我只答应跟你进行有关品牌战略的辩论，从未承诺介绍什么品牌战略。而你自己不过只知道一种品牌战略，如果知道其它品牌战略，就应当再说……”

“你它妈是天下最无耻的赖皮狗！”波比打断对方的话，直接用狗语骂道。

大家只听到愤怒的狗叫声，却不知道波比说什么。

“波比骂人，违反辩论规则！波比骂人，违反辩论规则！”波比二代还是用书面语告诉公众。

波比再也抑制不住了，冲过去狠狠咬住对方，波比二代也不是好惹的，反咬一口，双方立即扭打成一团，这种情景跟我们平日在乡村见到的狗打架完全一样。

主持人急了，说：“只许文斗，不许武斗！”说着就冲上去劝架，不留神被咬了一口，也不知哪只狗咬的。

[返回目录]

多品牌战略的优劣

波比语录：

多品牌战略的优点，是尊重市场的差异性，用品牌区隔细分市场，提高市场占有率，将分解企业风险

在亿万观众面前，两只狗的品牌论战演变成了两只狗的激烈撕咬。这似乎更正确地使用了论战的器官——嘴巴。它们愤怒地喘着粗气，鼻子和嘴巴在搏斗中发出高低不同的音调。

电视主持人过去劝架，立即被狗咬伤。

但主持人不愿离开自己的工作岗位，他伸出流血的手掌，在镜头面前光荣地晃了晃，对观众说：“我现在被狗咬伤了，大家看清是哪一只狗吗？反正我分不清。观众朋友，哪位有防治狂犬病的疫苗？有的请打电话88883333 联系，重复一遍，88883333，有防治狂犬病疫苗的观众，麻烦你尽快送到电视台来！万分感谢！”

主持人兴奋极了，平日里主持《动物世界》节目，主角都不是自己，而是动物，那怕刚才两只狗用电脑辩论的时候，他都插不上嘴，观众的焦点都放在狗身上。现在他受伤了，正是吸引眼球的好时机，他宁得狂犬病也不想下火线，决意要展示平日很少发挥的口才。

主持人接着说：“你不能看见两只狗打架，就认定它们不是在辩论，你们听听，它们发出的声音是多么雄浑高昂啊！人类最雄辩的时候也达不到这种境界。在那些宁静的夜晚，一声狗吠，能穿越数条山谷，传播十几里之外。我们对狗嗓子研究得太少了！事实上，我们有理由相信，起源于意大利的美声唱法，最初肯定是在模仿狗叫，因为当时没有现代扩音设备，人类必须靠自己的器官发出高昂的声调，让上千人的歌剧院中最后一排观众都能听见，不学狗叫能行吗？肯不定行！现在都市不能随便养狗，许多人怕自己养的狗被人发现，通过外科手术将狗的声带切除，或服食药物让它的声带残废，这是多么的不狗道啊！所以，我们现在听到这么激烈、原始、美妙的狗叫声，实在是太难得了！”

女模特李丽丽突然发疯似地从嘉宾席上冲上台来，心疼地呼喊：“别打了！别打了！不管你们谁是波比，都别打了！”

她不顾一切要去劝架，立即被上来的两位保安拦住，拖下去了，此情此状，令许多养狗的观众潸然泪下。

主持人来了灵感，他说：“这两只狗看起像打架，其实就是打架，不，是真正的自相残杀，因为他们是被高科技克隆出来的狗，是特别的狗，基因上完全一致，从严格的生理意义说上，它们真正是自己撕咬自己啊！自古至今，狗咬狗的事情太多了，但在当代科技的背景就有更深刻的内涵。”

他想起曹植的诗，念道：“煮豆燃豆萁，豆在釜中泣，本是同根生，相争何太急？”

说来奇怪，两只狗突然不打了，被曹植的诗感动了。它们毕竟是有智慧、有教养、有思想、有独立意志的狗，有人文情怀的狗，是真正悲天悯人的狗——不，应该说，是具有悲天悯狗情怀的狗，狗文精神的狗，现在却无法选择自己的狗生道路，被人类用来论战，用作商业品牌谋求利益，实在是“被人利用”了。

当它们听到李丽丽说“不管你们谁是波比，都别打了”，就想停下来，觉得这个世界还有人在爱自己，再听到曹植的“本是同根生，相争何太急”时，立即为自己粗鲁的举动深感内疚。它们确实是自己跟自己打架，太可笑，太不应该了！

它们安静地回到各自己的电脑旁，狗爪子敲出一行完全一模一样的字：“对不起！不管你是不是真波比，我为自己刚才的举动向你致歉！”

这种结果太出人意外了，一首诗就能制止激烈的博斗，完了还十分礼貌地向对方致歉，这是任何人类都做不到的，否则以巴冲突早解决了。

医生来了，在主持人的三角肌上抹了一些酒精和碘酒，打了一支狂犬针。主持人又继续工作。

主持人问两只狗：“你们现在谁先发言？”

波比和波比二代用电脑争着说：“我先发言！”

争执了一会，波比二代坚决地说：“你已经介绍了多品牌战略优缺点，讲得非常好，现在该轮到我来介绍了”。

波比发现对方似乎变成了另外一只狗，真是不打不相识啊！便友好地说：“好吧，先由你来介绍，我来做补充，你请！”

但阿道比先生和投资者都不满意了，他们在电视上观看两只狗的品牌论战，认为波比二代第一回合的辩论策略非常成功，希望第二回采用同一策略，不料波比二代现在要主动介绍自己的学识，太失望了。

阿道比先生按了一下遥控器，波比二代竟然没反应。这只被遥控的狗完全失去控制，已经在电脑上画出一张图表：

三种品牌战略的优缺点比较

品牌战略模式优点缺点

多品牌CI 战略

优点：

1、尊重市场的差异性

2、用品牌区隔细分市场

3、提高市场占有率

4、将风险分解

5、为跨行业拓展留下空间

缺点：

1、分割了无形资产的历史资源

2、加大推广成本

3、新品推广初期较困难

4、对新兴企业不利

单一品牌战略

优点：

1、整合的企业整体和历史资源

2、减少推广成本

3、新品推广初期较容易

4、较适合新兴企业

缺点：

1、容易勿略市场的差异性

2、不便跨行业拓展

3、企业风险相对集中

家族品牌战略

……

波比二代故意不填家族品牌战略优缺点，他说想与波比重点讨论。

阿道比先生和投资者十分失望，拼命地操作摇控器，企图纠正波比二代的行为，可惜刚才的激烈搏斗，已使他大脑中的芯片与脑神经的接触错位，阿道比先生怎么也控制不了波比二代。

现在，波比二代用自己的独立意志行事，他礼貌地说：“请教狗兄，您对我的表格有什么意见？”

波比说：“这表格写得大好了！多品牌战略的优点，就是单一品牌战略的缺点；单一品牌战略的优点，就是多品牌战略的缺点。只是家族品牌战略不知从何说起？”

波比二代说：“我正想跟您探讨呢！好吧，狗兄，我来介绍一下家族品牌战略……”

“等等！”嘉宾席中的武林先生突然站起来，打断波比二代还的话说：“我请求主持人先让两只狗休息一下，他们辩论了很长时间，又狠狠地打了一架，得让它们休息了！”

“对，早就该休息了！”李丽丽也在嘉宾席上说。

保安又开始警觉悟起来，怕她再冲上台去。

主持人觉得很有道理，自己的伤口也在疼，便说：“好吧，今天的辩论到此结束，明天同一时间再见！”

电视画面立即被插播广告，第一条是女模特李丽丽的波比牌童装广告；第二条是味味公司的波比牌糕点，波比牌薯片；第三条是汪汪公司的“这才是真正的波比”八宝粥。

第四条的广告语是：“你能让两只狗辩论吗？策划大师李风风做到了！”这是策划大师李风风的广告。

鲁鲁大骂一声：“无耻！”

然后带波比回家。

李丽丽和张师傅几乎同时将鲁鲁拦住，他们要波比立即到狗医院检查，看看身体有没有受伤。

[返回目录]

家族品牌战略的优劣

波比二代语录：

家族品牌战略不是某个家族的品牌战略，而是指品牌战略有一种家族式结构：祖品牌+父品牌+孙品牌

经过一场激烈的文斗和武斗之后，两只狗都没有受伤。出了毛病的是电脑芯片，是阿道比先生装在波比二代脑壳上的电脑芯片。阿道比先生紧急通知武林，暂停一切品牌论战，将波比二代带回宿舍，尽快修复。

策划大师李风风觉得波比二代表现出色，邀武林到酒店设宴庆贺，晚上再去桑拿HAPPY，新来的“北妹”很漂亮，他要带武林去长点见识。武林推辞了，他说波比二代很累了，要尽快休息调整，明天还要进行论战呢。

李风风望着武林和沙皮狗远去的身影，觉得自己真是走太运了，自从武林以摄影记者的身份投到他负责的南方记者站之后，好运一个接一个来，任何人都无法阻挡，真是挡不住的好运！对了，“挡不住的好运”是一句很好的广告词，他想有一天得高价卖给企业家，不能白白浪费了。他现在辞去记者工作，专门为人策划，生意好极了，这全仗着武林，他能不讨好武林吗？

武林回到住处，拿最好的东西给波比二代吃，里面混了蒙汗药，波比二代很快睡着了。武林的住处四周都秘密安装了高精度摄像头，现在他面前有一排整齐的监视器，他小心观察了一遍，确信没有可疑的迹象，抱起昏睡的波比进入一个秘密的房间，开始了波比二代的修复手术。

武林切开沙皮狗脑门上的狗皮，一块2 平方厘米的电脑芯片就暴露出来。太浅了！装得太浅了！武林想，要是阿道比先生将芯片装在脑壳之内，而不是装在脑壳之外的狗皮下，今天的撕咬就不会影响芯片与脑神经的接触。当然，装在脑壳之内每次手术都得锯开胪骨，也确实不方便。

第二天，两只狗的第二论战又开始了。一夜之间，情况发生了根本性的变化，先说观众方面的变化吧。全世界所有大学的MBA 课程都停下了，专门观看两只狗的品牌论战，教授要求学生们一边观战一边撰写品牌战略论文。

博采公司更是忙坏了，他们应赌徒们强烈要求，设计两只狗的陪率开赌。看好波比二代的竟然更多。

现在说说陪审团的变化。50 名还是50 名，但这50 人已经不是昨天那样50 人了，他们身份没有变，相貌没有变，心态却变了。首先是自豪感，他们本来都是各行各业的知名人物，虽有名气，但公众不是很熟悉，现在经过电视现场直播，全球都知道了。博采集团整夜都盯着他们，人世间所有诱人堕落的手段都用上了，博采集团企图控制辩论结果。不少陪审团员眼睛血红，显然是整夜没合眼，现在再来观看两只狗的品牌论战，心境自然不同。

再说那电视主持人，昨天真是露了一手，他那只被狗咬伤的手掌，成了全球著名的手掌，现在正缠着绑带，已经被好几家生产跌打损伤药品的企业盯上了，争着要它做“形象代言手”。只是昨天他露那一嘴露出了麻烦，一些歌唱家和他们的歌迷打电话给电视台，强烈抗议主持人将美声唱法说成是学狗叫，他们认为这是对高雅艺术的严重亵渎，强烈要求电视台公开道歉！

漂亮的女法官也成了新闻人物，她的照片登在各大媒体上，文娱记者煽情的写道：为了接受她的美丽审判，我愿意去犯罪！

不用说，波比二代又恢复了赖皮的心态，它一来便说：“现在请对方介绍家族品牌战略！”

波比措手不及，它说：“对不起！狗兄，昨天您不是想介绍家族品牌战略吗？现在怎么让我来介绍了？”

波比二代无情地回应道：“第一次辩论，对方介绍了多品牌战略的优缺点，我列出了单一品牌的优缺点，现在，是该轮到你来谈谈家族品牌战略了，各位观众，你们说对吗？”

现场观众立即以热烈的掌声。

波比没办法，家族品牌策略他过去没有认真思考过，只好承认说：“我一时说不上来，请对方介绍一下。”

波比二代得意极了：“大家注意了，对方已经认输了，作为一个真正的品牌专家，怎么能不知道家族品牌战略呢？可见，它不是波比，我才是！”

波比反诘道：“你还没介绍家族品牌战略呢，现在怎么能证明你是波比？”

“我正要介绍！”波比二代说：“家族品牌战略不是家族企业的品牌战略，这一点大家必须注意。家族品牌战略，是指其品牌结构像一个家族。”

波比二代画出一种品牌结构：

祖品牌+父品牌+孙品牌

他嚣张地问波比：“你知道这种品牌结构吗？你知道这种品牌战略的优缺点吗？”

波比一时答不上来。波比二代说，家族品牌战略不是指人类某个家族的品牌战略，而是指一种品牌战略结构具有家族特征。波比过去想过这个问题，但没有理性思考过这种品牌结构，也不用家族品牌战略这种名称。

“哈哈，答不上来了吧？”波比二代非常得意：“所以，我才是真波比，你是一个假波比。”

台下的鲁鲁、珍珍、李丽丽和张师傅都为波比着急。波比的狗爪子扒在键盘上，就是一个字也不敲，他在思考，是不是按照波比二代的格式来回答，又怕跌入对方设计的陷阱。

沉默。

“请对方尽快回答。”主持人催促道。他因为主持两只狗的辩论大赛，被媒介誉为狗主持。

“他是假波比！怎么可能回答呢？”波比二代挑衅说。

又是沉默。

好个狗主持，善于随机应变，他说：“我们不妨模仿拳击比赛的的规则，我数10 下，如果对方仍不回答，就算了认输了：1、2、3、4、5、6、7、8、9……”

狗主持快数到10 时，波比才说：“家族品牌战略的问题很简单，我刚才一直在思考，是不是给大家举个例子来说明呢？辩论的输赢并不重要，关键是要对得住亿万电视观众，对得住那些停下大学MBA 课程，专门来收看电视节目的学生。”

“废话别说了，”波比二代烦了，“你要是真懂，快回答！”

“好吧！”波比说，“我以计算机处理器的品牌为例，现在基本上采用的是家族品牌战略，比如：英特尔奔腾4 处理器。其中祖品牌是‘特英尔’，父品牌是‘奔腾’，孙品牌是‘奔腾4’。”

波比说完瞟一眼波比二代，看他有什么反应。

波比二代说：“这谁都知道。问题是你知道企业为什么要采用这种品牌战略？这种品牌战略有什么好处？”

“我当然知道！”波比知道自己的回答没错，已经放下心来，继续说：“我相信各位都明白，计算处理器虽然很重要，但决不是计算机的全部，处理器只是计算机的一个重要部件。可是现在一提计算机，大家就想到计算机处理器，这是英特尔品牌战略的成功之道。英特尔与计算机厂商合作时，提出一个条件，就是要求在每一部出厂的计算机身上，贴一个显目的标签：‘itenlinside’。同时还给计算机厂商提供适当的广告补贴——只要你做计算机广告时打上‘itenlinside’的标签，英特尔公司就给补贴一定广告费用。你翻开联想电脑、方正电脑、长城电脑的平面广告看，总是有‘itenlinside’的标签。电视广告不但有标记，还要求有英特尔的标准音乐，这是一种听觉识别。时间一长，消费心目中就造成了一种印象：没有英特尔处理器的计算机似乎就不是计算机，或者

说，英特尔处理器就是计算机的代名词了。”

“简直是牛头不对马嘴！”波比二代反驳道，“我问你家族品牌战略有什么好处，你却告诉我，英特尔是如何让消费者将整个计算机看成是一快芯片的，离题万仗！”

“你着什么急？”波比反击道：“凡事都得交代来龙去脉。你不知道企业的过去，就不知他的现在和未来。你知道计算机处理器原来叫286、386、486，到了586 时，却不叫586，而叫奔腾吗？”

波比二代十分狡猾，他说：“现在是我问你，家族品牌战略有什么优点，你却反问我586 为什么叫奔腾。所以，我提醒主持人和陪审团注意，对方如果再不回答我的问题，就算输了。”

狗主持只好对波比说：“请扣紧主题发言。”

“好吧，我来告诉你，为什么586 又叫奔腾，也就是英特尔为什么要采用家族品牌战略的原因。”

波比已经胸有成竹：“因为286、386、486 只是处理器的型号，不是品牌，英特尔可以卖286 处理器，竞争对手AMD 也可以286 处理器，而且价格更便宜。这就直接威胁了英特尔的市场利益。作为一个家市场和技术领先的公司，英特尔每推出一代最新处理器，后面都跟随着一批不劳而获竞争者。你卖386，人家也卖386，你卖486，人家也卖486，他们很少做广告，却瓜分了很大一块市场。因此，英特尔决定用品牌与对手区隔开来，在推出586 处理器时，不叫586 处理器，而叫奔腾处理器，所以尾随者措手不及，英特尔则扬长而去。”

观众报以热烈的掌声。

波比得意起来，说：“这时候的品牌结构是：英特尔奔腾处理器。其中英特尔是父品牌，奔腾是子品牌。接下来，英特尔推出更新的处理器，叫多能奔腾，意思是说自己的奔腾处理器可以使计算机有多媒体的功能。之后，英特尔又推出奔腾2、奔腾3、奔腾4 处理器，也就形成了今天所说的家族品牌结构。”

波比二代摇摇头，说：“家族品牌结构我一早就写出来了，你说了半天，还是回到我的原点上，这算什么品牌专家呢？你得老老实实回答我，家族品牌战略有什么优缺点？”

狗主持附和道：“你得回答他家族品牌战略有什么优缺点？”

波比已经领教过对手的赖皮战术了，知道这样辩论下去永远没完，自己和波比二代都是阿道比先生精心研制的产品，从技术进步看，对方肯定比自己先进，这样下去自己有可能输掉。他想，上回因为跟对方打了一架，主持人念了曹植那首“相争何太急”的七步诗，波代二代立马改变性格，变得非常谦虚随和，不如现在再念念，看他有什么反应。

“煮豆燃豆萁，豆在釜中泣，本是同根生，相争何太急？”

波比二代听到了，笑道：“哈哈，主持人，你听听，对方已经认输了，答

不上来，求饶了，希望我不再跟他辩论。”

波比想，这厮仍然如此赖皮，看来得找个机会再打一架，便说：“谁认输了？我这就回答你家族品牌战略的优缺点。这种战略的最大优点，就是综合了多品牌战略和单一品战略的两者的优点，同时又能克服这两种战略的缺点。具体说来，就是企业推出任何新产品，都可以利用祖父品牌积累的优势，同时又可以随时用孙品牌标明新产品的个性，特别适合那些技术更新很快的行业。”

“缺点呢？快点说，我还有更重要的问题要考你。”波比二狗催促道。

波比生气了，眼前的问题没回答完，对方又说还有更重要问题要考自己，看来这一架非打不可了，待我先介绍完家族品牌战略的缺点再收拾他，便说：“家族品牌战略的缺点是品牌名称太长，不容易记，如‘联想1+1 天禧电脑’，‘联想’是祖品牌，‘1+1’是父品牌——用于家用电脑，‘天禧’是孙品牌，是2000千禧年推出的品牌，太不容易记了，推广时只能将父品牌去掉，简称‘联想天禧电脑’。而千禧年一过，天禧品牌又过时了，又得弄一个同禧电脑品牌，十分混乱。这就是缺点。”

“我看你的回答也比较混乱。”波比二代狡辩道，“算了，我也不跟你计较。我的下一个问题是：你知道核心品牌战略吗？”

“我干吗回答你？”波比反问道，“现在该轮到我问你了，什么叫核心品牌战略？”

波比二代的赖皮战术又用上了，说：“各位听到吗？核心品牌战略是我刚刚提出的问题，在这之前，对方连‘核心品牌战略’六个字都没听说过，现在却来反问我:什么叫核心品牌战略？我一回答,他就全知道了。我能回答吗？不能!”

波比生气极了，二话不说，跑过去死死咬着对方的脖子，两只狗的论战又变成两只狗打架。观众们乐坏了，看了一场文斗，接着又看一场武斗，非常提神。

李丽丽心疼死了，又从台下冲上来劝架，她仍然分不清那只狗沙皮狗是波比，只是希望他们都别打了。保安立即将她架回原处。

有一个电视摄像枪一直对着绝色的李丽丽，美女、官司、辩论、打架，构成一系列很好的娱乐要素，令电视台的收视率节节上升。

看见两只狗在眼前激烈撕咬，狗主持再也不敢伸手去劝，他又朗颂起曹植的七步诗：“煮豆燃豆萁，豆在釜中泣，本是同根生，相争何太急？”

说来奇怪，两只狗立即安静下来，各自回到电脑旁，狗爪子又敲出一行完全一模一样的字：“对不起！不管你是不是真波比，我为自己刚才的举动向你致歉！”

波比明白了，原来要先打架，再念诗，对方才会恢复礼貌。

阿道比先生拚命摆弄遥控器，波比二代还是不听指挥，显然狗脑中的芯片又错了位，他只好通知助手武林，暂停辩论，今晚修理好，明日再战。

波比现在多了一个心眼，他用狗语与鲁鲁交换了意见，叫张师傅立即请私家侦探，24 小时秘密监视武林和波比二代。

[返回目录]

核心品牌战略的优劣

波比语录：

核心品牌战略的缺点，就是副品牌永远只是副品牌，甚至连副品牌也做不好。

波比决心反抗阿道比先生的控制。

他让张师傅请私家侦探跟踪武林和波比二代，不管花多少钱，一定要查明真相。私家侦探买了一个最新出品的苍蝇跟踪仪——大小和形态完全像苍蝇一样的跟踪仪器，飞行着跟踪武林和波比二代回家，很快就发现波比二代脑袋上被人装了一块芯片，阿道比先生正是通过控制芯片来控制波比二代的行为。

现在，两只狗的电视论战再次开始了。波比已经明白了，因为自己跟波比二代打架，将对方脑袋上的芯片咬错位了，才使他代恢复了一只狗的善良本性。所以波比决定一边辩论，一边考虑反抗阿道比先生的对策。

波比二代上来就问：“上回我问对方：什么是核心品牌战略？对方答不上来，眼见假波比的真相就要暴光了，他便冲上来咬我，故意中断辩论。因此，今天我请主持人注意，我有言在先，谁先动嘴打架，谁就算输了。”

“你同意吗？”主持人问波比。

“同意！”波比说。

但主持人脑后的耳机响了，节目监制提醒说，辩论到某个阶段，一定得想法让两只狗打起来，因为观众喜欢既有文斗又有武斗的电视节目。

波比二代挑战道：“什么是核心品牌战略？请对方回答。”

波比从容答道：“核心品牌战略其实是一种特殊的多品牌战略。”

“不！”波比二代不同意，“这是两种完全不同的品牌战略！”

“从品牌数量来看，都是一样的。”

“既然一样，为什么一个叫多品牌战略，另一个叫核心品牌战略？”

“我说两种战略有相同的地方，但没有说两者完全相同。”

“那么，有什么不同？”波比二代追问。

“在多品牌战略中，各个品牌中没有重点，他们这之间是相对平等的，企业名称作为总品牌，在幕后对各个品牌保持适度的支持，P&G 的情况就是这样。而在核心品牌战略中，总有一个品牌处于核心地位，并且作为企业名称，支撑着其它品牌。”

“你能否举例说明？”

“当然可以！”波比说，“可口可乐公司采用的就是世界上最典型的核心品牌战略。企业不仅有‘可口可乐’的品牌，还有‘天与地’、‘雪碧’等品牌，但真正的核心品牌是‘可口可乐’，任何时候它的销量应当是最高的。”

“错了！”波比二代说，“我听说有一年可口可乐上海分公司，将‘雪碧’卖得比‘可口可乐’还好，你怎么解释？”

波比笑道：“我也说听了，有一年可口可乐上海分公司将‘雪碧’卖得比‘可口可乐’好，以为做到了其他区域市场没法做到的事，正等着总部表扬，没料到等来的是总部的批评。因为‘可口可乐’既是品牌，同时也是企业名称，许多新产品、新品牌都靠‘可口可乐’这个名字来支持。任何时候‘可口可乐’都应处在各个品牌中的核心地位，任何地方‘可口可乐’的销量在都应当第一。”

“既然‘可口可乐’如此重要，为什么还弄出‘雪碧’这个品牌？”波比二代穷追究不舍。“因为当年受到百事可乐的挑战。百事不仅有可乐与对手竞争，还推出非可乐饮料——‘七喜’跟‘可口可乐’竞争，希望在总的市场份额上领先。可口可乐公司只好推出一模一样的产品‘雪碧’跟对手抗衡，所谓兵来将挡，水来土淹。因此，‘雪碧’只是副品牌，而不是核心品牌。”

“那么，核心品牌战略有什么优缺呢？”波比二代问。

波比向台下望了一眼，心想，要不要回答他呢？对方摆明了延用过去的赖皮策略，说是两只狗辩论，其实是自己一只狗在回答。

此刻波比二代的主人武林就在台下，正监视着两只狗的辩论进程。鲁鲁和珍珍现在好得不得了，在台下相拥而坐。真正紧张的是李丽丽和张师傅，如果波比的辩论输了，他们的企业就不能用波比的形象。波比想，最好的办法是将武林与波比二代隔离，让波比二代恢复一只狗的善良本性，然后利用电视直播，共同揭露阿道比先生的非人道、非狗道的研究，解放实验工厂中的一千只狗沙皮狗。

波比想好了对策，才开始回答对方：“核心品牌战略的优点，是使企业始终有一个主打品牌处于市场第一或第二地位，同时又可以通过副品牌来阻击对手的外围进攻，从而在整个行业保持很高的市场占有率。”

“缺点呢？”波比二代似乎永远只想提问。

“核心品牌战略的缺点，就是副品牌永远只是副品牌，甚至连副品牌也做不好。比如‘可口可乐’的‘天与地’品牌，主要销售果汁饮料，经营一直不成功。而人们的需求总是不断变化的，茶饮料、果汁饮料越来越受欢迎，如果有一

天它们成为饮料市场的主流，‘可口可乐’就可能失去饮料市场的霸主地位。所以‘可口可乐’永远不能放弃副品牌。但副品牌推广太成功了，核心品牌又怕受到影响。因此，‘可口可乐’最近推出果汁饮料‘酷儿’，是与雀巢合作出品的，就是希望‘酷儿’能够成功，又不希望成功的‘酷儿’削弱主品牌‘可口可乐’的形象。”

波比答得太好了，观众报以热烈掌声。

但波比二代不甘弱，他说：“现在让我来总结一下，看看各种品牌战略有什么优缺点。”说完，波比二代在屏幕上打出一个表格：

四种品牌战略的优缺点比较

品牌战略模式优点缺点

多品牌CI 战略

优点：

1、尊重市场的差异性

2、用品牌区隔细分市场

3、提高市场占有率

4、将风险分解

5、为跨行业拓展留下空间

缺点：

1、分割了无形资产的历史资源

2、加大推广成本

3、新品推广初期较困难

4、对新兴企业不利

单一品牌战略

优点：

1、整合的企业整体和历史资源

2、减少推广成本

3、新品推广初期较容易

4、较适合新兴企业

缺点：

1、容易勿略市场的差异性

2、不便跨行业拓展

3、企业风险相对集中

家族品牌战略

优点：

1、“祖品牌+父品牌+孙品牌”结构

2、具有多品牌、单一品牌战略优点

3、减少多品牌、单一品牌战略缺点

4、适应技术更新很快的企业

缺点：

不容易记忆

核心品牌战略

优点：

1、主打品牌处于市场领先地位

2、副品牌阻击对手外围进攻

3、主、副品牌一起提高市场占有率

缺点：

1、副品牌永远不可能成熟

2、成功的副品牌威胁主品牌

3、当副品牌产品成为市场主流时，企业可能失支领导地位

波比二代说：“如果大家还记得话，我曾经画过一张三种品牌战略的图表，现在我又画了一张四种品牌战略图表。可见我对品牌战略有一种全面的系统思维，而对方不过是在细节上做了一些补充，谁的水平更高，相信大家一眼就能看出来。辩论也进行好几天了，该结束了。现在我要问对方最后一个问题，如果他答不上来，他就是假波比。而我作为真波比，将正式宣布，什么张师傅、李丽丽之流，从此再也不能用我的形象进行经营了。”

“我抗议！这狗东西绝对是假的！”台上的张师傅站起来指着波比二代说。

“这狗东西绝对是假的！”李丽丽跟着说。

保安警告张师傅和李丽丽，如果再闹，将被立即驱逐出辩论会场。

主持人对波比二代说：“你想问什么问题，请尽管问！”

“这个问题比较难，相信对方答不了。”波比二代说，“我要问的是：康采恩和托拉斯这两种完全不同类型的企业集团，应用什么品牌战略最好？”

波比无心回答，心里想的只是如何反抗阿道比先生的控制，他突然心血来潮，从台上冲下去，绕过许多嘉宾，来到了鲁鲁面前，狗嘴凑近鲁鲁的耳朵，神秘地说起狗语来。因为声音小，说的又是狗语，所以没有人知道他们说什么。

台上的波比二代趁机说：“大家看看，对方答不上来，逃了！所以，我才是真正的波比！早知如此，前面的辩论就免了，我只问最后一个问题就行！”

波比仍然在鲁鲁耳边说着狗语，他是向鲁鲁交代任务，成败在此一举。

主持人计上心来，偷偷来到波比面前，将话筒伸过来，企图将波比的狗语放大，向全世界传播。

幸好波比已经交代完毕，他不声不响跑到波比二代面前，对准对方脑袋装芯片的地方，狠狠地咬一口，波比二代立即恢复了一只狗的善良本性。

武林立即要求暂定辩论，明日再战。

[返回目录]

康采恩与托马斯的品牌战略

波比语录：

康采恩中的企业，财务是独立的，生产的是不同类产品，核心企业或银行是通过控股、渗股来影响参与康采恩的企业。最好采用多品牌战略。

这是历史上两只狗之间进行的最后一场品牌论战。

从此之后，波比与波比二代的命运将发生戏剧性的变化。因为在辩论之前，波比精心策划实施了一系列针对阿道比先生的反控制行动。现在只等时间一到，一项由狗主谋的反击战就会展现在全球电视观众面前。

辩论开始了，波比二代变得出奇的温和，他说：“狗兄，我想请教：什么是康采恩和托拉斯企业集团？这两种不同的企业集团应当采取什么品牌战略？”

波比二代显然已经恢复了一只狗的善良本性。台下的武林觉得有点不对，他根本不明白，昨晚李丽丽诱他出去约会的时候，波比二代头脑中的芯片已经被鲁鲁他们取出来了。

波比答道：“世界上的企业集团有好几种，其中最典型的就是康采恩和托拉斯。先说托拉斯，这个词源自英文trust，指那些生产同类产品或生产上有密切关系的垄断企业组织，参加的企业要服从总部的领导。因此，托拉斯企业集团最好采用单一品牌战略。”

“狗兄能否祥细说明？”波比二代变得非常谦虚。

“没问题！”波比说，“托拉斯集团实际上是一种垄断的企业组织，下属企业完全服从总部的领导，没有独立运作的财务，这是其一；第二，所有下属企业生产的是同类产品，或是有密切关系的产品，用同一种品牌，非常合适。世界上许多采用单一品牌战略的企业，往往都是托拉斯。”

“说得不错！那么，康采恩呢？”波比二代又问。

“康采恩源自德文Konzern，意为联合企业。与托拉斯相反，在康采恩中的企业，生产的不是同类产品，产品之关没有什么关系。更为主重要的，在康采恩中，总有一个核心企业或是银行，通过控股、渗股来影响参与康采恩的企业。但康采恩中的企业在财务是独立的，没有上下级的领导关系。所以，在康采恩集

团中，最好采用多品牌战略。”

波比二代笑道：“狗兄答得非常好！我现在做一个表格，你看对不对？”

说完波比二代画了一个表格：

康采恩与托马斯集团的品牌战略

企业集团模式特点品牌战略选择

托马斯：

1、一种垄断企业组织

2、下属企业完全服从上级企业

3、下属企业没有财务独立

4、整个集团生产同类产品或相关产品单一品牌战略

康采恩：

1、一种联合企业组织

2、以为一个大企业或银行为核心

3、参加企业财务上独立

4、参加企业生产不同类的产品

5、核心企业能控股、渗股来影响参加企业多品牌战略

波狗伸出狗掌拍起来，赞赏道：“狗兄的表格太清晰，比我说的还要好！”

这当然不像一场品牌辩论。阿道比先生非常着急，早就指示助手武林设法控制波比二代。武林控制不了，只好向主持人提出暂停辩论。可是波比二代自己不愿意，坚持要将辩论进行到底。

波比二代对波比说：“狗兄，听君一席话，胜读十年书。我今天学到不少东西！有关康采恩的品牌战略，我给你举一例子好吗？”

“狗兄，你尽管说。”波比回应道。

“有一年百事可乐公司收购了‘肯德基’，组成了你说的康采恩集团，结果并没有用同一个品牌经营——即将‘肯德基’改成‘百事基’，‘肯德基’仍用原有品牌经营。国际上，许多大型企业经营进行兼并重组，那些被兼并重组的企业性质十分复杂，与原有企业在专业上可能毫无关系，所以多品牌战略是一种自然选择。”

“说得太好了！”波比评价道。

此时武林先生已经忍无可忍了，他冲上台去，企图强行带走波比二代。没想到波比二代突然拿出一只口罩似东西，迅速戴在嘴上。这是波比最新研制的一种狗语翻译机，可以同声将狗语翻译成人语。

波比二代用狗语翻译机对武林说：“尊敬的武林先生，今天我要将真相告诉全世界，请你别拦着我。”

一只沙皮狗戴上狗语机后突然说出人话，而且还有什么真相要告诉公众，当然是特大新闻。所有电视摄像枪都转过来对着波比二代。武林先生见势不妙，从身上抽出一把匕首，快速地向波比二代刺去，他要杀狗灭口。波比早有防备，用力咬住武林的手，匕首咣当一声掉地上。保安拥上来牢牢地将武林按住。

戴着狗语机的波比二代说：“大家请朝门口看看，是谁进来了？”

只见一只跟波比一模一样的沙皮狗从门口进来，后面还跟着一只，再后面又跟着一只……

[返回目录]

一个狗法庭的最后审判

二年之后，一家完全由狗员工组成的企业在美国上市了，CEO就是品牌专家波比，企业经营范围横跨服装、食品、电脑、生物、娱乐、咨询等多个行业

一千只一模一样的沙皮狗从门口鱼贯而入，他们身着西装，表情如一，皱纹密布的狗脸远看有点丑陋，近看充满智慧。沙皮狗们从后排开始，经过每位观众面前都停下一只，然后依次往前推进，像一支训练有素的军队。在嘉宾面前，在陪审团面前，在策划大师李风风面前，在漂亮的女法官面前，都有一只跟波比长得一模一样的沙皮狗。

沙皮狗越来越多，遍布整个演播大厅，就在他们快要将主席台也占领时，波比二代才下令说：“请后面二百只沙皮狗退出会场，在四周列队警戒。”

“汪汪——汪！”

有一只沙皮狗大叫三声，意思太清楚不过了，这是向后转的狗语，任何人看到二百只沙皮狗整齐划一的动作，平日里肯定捧腹，这会儿却笑不出来。

“汪汪——汪！”

那只沙皮狗又操起了口令，二百只沙皮狗齐步走出会场了，八百条狗腿发出雷鸣般的脚步声，主席台终于被腾出了空位。

此刻阿道比先生的助理武林仍然站在台上，他身边有六个身体强壮的保安和八只目无表情的沙皮狗，提防他再次出现暴力行动。主持人早已目瞪口呆，他被眼前的景象吓得一句话也说不上话来。

不知什么时候，波比也戴上了一只狗语翻译机，他向全场庄重地挥了挥狗掌，神情严肃地说：“今天，我们要向公众揭露一个惨无人道和狗道的科学实验。各位请看屏幕！”

武林先生的形象出现在屏幕上，他正领着波比二代从电视辩论现场回家，神情极为诡秘。这是私家侦探用苍蝇跟踪仪摄录的真实影像。武林的住处四周密布的监视器暴露在公众面前。一个令人惊讶的画面上出现了：武林给波比二代拿出一包美味的狗食，吃完之后波比二代立即昏睡过去。武林熟练地打开狗脑袋，细心取出里面的电脑芯片，在仪器上测量调校之后，重新装回波比二代的头脑中。

“现在，请主持人问问武林先生，他为什么要在沙皮狗头上装上电脑芯

片？”波比说。

主持人终于醒了过来，将手中的话筒伸到武林面前：“请问，你为什么要在沙皮狗头上装上电脑芯片？”

武林先生脸无表情，什么话也不说。

“你为什么要在沙皮狗头上装上电脑芯片？”主持人再问。

武林突然从口袋里掏出一粒红色的药丸，正要往自己嘴里送去，身边的八只沙皮狗立即扑了上去制止。红色的药丸掉在地上，主持人腑身去拣，波比大喊一声：“小心，有毒！”

主持人吓出一身冷汗，惊诧地问武林：“你想自杀？！”

武林仍然目无表情，四肢已经被六个保安死死抓住。

波比知道武林受到阿道比先生的控制，向大家解释说：“他脑壳上也被人装了电脑芯片，行为无法自控。我们将他头上的芯片取出来好不好？”

八百只沙皮狗同时“汪”一声说“好”，狗语震耳欲聋，没有一个人敢说一个“不”字。

张师傅从台下递上一包狗食，正是武林给波比二代吃的那种。波比请保安给武林先生喂服。只见武林四肢使劲一甩，六个保安立即跌倒在地，八只沙皮狗见状迅速扑上去企图要咬住武林，但仍然制服不了他。

“再上五十只沙皮狗！”波比二代说。

五十八只沙皮狗很快令武林动弹不得。保安给他喂服了狗食之后，武林先生很快就昏睡过去。李丽丽迈着动人的猫步走上台来，她负责给武林做手术，但身上的白大褂怎么看都像一袭时装。

电视一直没有停止现场直播，在屏幕上，人们看到武林后脑上有一块二公分长的疤痕。割开疤痕，一块精致的电脑芯片便暴露出来了。李丽丽取出芯片后自己便昏厥去了，她害怕见血，一直硬撑着。

五十只沙皮狗走过来，用嘴，用四肢，用狗的脊梁，轻轻地，温柔将她抬回到自己的座位。

波比说：“大家一定会问：究竟是谁在我们这些沙皮狗的脑袋上装上电脑芯片？是谁在武林先生的脑袋上装上芯片？他为什么要这么样做？我现在要告诉大家，就是他，阿道比先生！大家可以问问他，为什么？”

大屏幕上出现阿道比先生的那颗硕大无比的脑袋，他的金色长发刺猬一样向外散开，看起来就像一只雄狮。

波比说：“他是全球顶尖级的基因和克隆技术专家，头脑中装满了世界上最奇特、最疯狂的创意，为了实现他的科学狂想，竟然拿沙皮狗的基因与人的基因重组克隆，制造出一千多只跟我一模一样的沙皮狗。更为可恶的是，他与投资者合作，随意在我们头脑中装入电脑芯片，以便控制我们，奴役我们，达到他们

不可告人的目的。今天，我们要当着全球电视观众的面，公开审判阿道比先生！”

阿道比先生此刻已经被叛乱的沙皮狗捉起来了。昨天晚上，波比、鲁鲁、珍珍、李丽丽、张师傅和波比二代，秘密潜入阿道比先生的实验工厂，解放了一千只沙皮狗，活捉了阿道比先生。

主持人这时已经回过神来，觉得场面完全失控了，小声提醒波比：“这里只是一个电视辩论现场，一个电视演播大厅，不是什么法庭，不宜搞什么审判吧？”

“谁说不宜搞什么审判？”波比怒道：“正是为了审理我们的肖像权，我们两只狗才被弄到这里来进行长时间的辩论。大家看看，女法官还在这里，陪审团还在这里，律师李风风和鲁鲁先生还在这里，为什么就不可以举行公开审判？对了，跟你说没用，你去问问陪审团和女法官。”

主持人怕得罪波比，也觉得有理，将话筒伸到女法官面前。

女法官和50 名陪审团成员早已忘记自己的职责，他们每天观看两只狗的辩论，就像看一场人狗联演的连续戏剧，一出电视娱乐节目。他们早就不坐在主席台上，而是坐在台下最好的嘉宾席上欣赏。

当主持人将话筒伸到面前时，女法官和陪审团成员才如梦方醒。

女法官见八百只目无表情的沙皮狗就在现场，外面还有二百只在警戒，知道不答应根本无法脱身，只好说：“这里设立临时法庭没有问题，但是，当事人阿道比先生不在场，整个案件无法审理。我们不能对着屏幕上的阿道比先生开庭吧？”

“说得有道理。”波比对女法官说，“现在，我们请阿道比先生入庭！”

大家目光转向门口，只见三十只沙皮狗押送着阿道比先生进场。他们经过陪审团和法官面前，故意放慢脚步，再停了一会儿，让女法官验明证身之后再簇拥着上了主席台。

“法官大人，请！”波比请女法官上主席台。

女法官不知如何是好，三十只沙皮狗已经走过来，轻轻地将她抬了上去。

现在，所有人和狗的目光都集中女法官身上，她已经无法推脱，无奈地说：“好……好吧，现在开庭……不过，谁是原告？”

“我们一千只沙皮狗都是原告！”波比二代说。

女法官对阿道比先生说：“你想为自己辩护，还是请律师李风风为你辩护？”

台下的李风风早被沙皮狗阵势吓坏了，大声地说：“我不想为他辩护！我不认识他！”

阿道比先生鄙视地看了李风风一眼，说：“我为自己辩护！”

“那么，你们一千只沙皮狗又请谁作为原告律师呢？”女法官问。

“我们不用律师。”波比答道：“任何一只沙波狗都可以代表所有沙皮狗。”

这时昏睡的武林已经醒来，他明白了眼前发生一切，大声说：“我要控告阿道比先生！我要控告阿道比先生！我要控告阿道比先生！”

女法官知道这个被一千只沙皮狗控制的狗法庭根本无法按常规操作，便对武林说：“你要控告阿道比先生什么呢？”

武林转身对台下说：“鲁鲁先生，请你将胡子揭下来好吗？”

鲁鲁揭下自己的假胡子，双手整理一下头发，一位英俊青年的本来面目暴露在公众面前。

李丽丽惊呼：“鲁鲁，原来你长得这么年轻可爱？！”

珍珍深怕李丽丽抢走自己的男友，她在鲁鲁贴胡子地方甜甜地吻了一下，幸福地冲着李丽丽微笑，突然想起什么，回头看了一眼远处的李风风，意思是说鲁鲁比你强多了。

真正令人吃惊的场面出现了，武林先生也揭开自己的面具，一位跟鲁鲁长得一模一样的英俊青年便魔法似的出现在公众面前。

武林说：“鲁鲁先生，请你上来吧！”

现在两个一模一样的英俊青年站在台上，没有人能分得清那个是鲁鲁，那个武林。珍珍小姐跑上台去，仔细观察了半天，竟然分不清那个是自己的爱人。

鲁鲁或者武林对女法官说：“我们都是阿道比先生克隆出来的产品，也是阿道比先生的助手。阿道比先生在我们脑壳上装了不同的芯片，为的是控制我们，协助他做各种离奇的科学实验。多年来，我们亲眼目睹阿道比先生做过各种各样的残酷实验，无数的生命毁灭在他手里。根我所知，阿道比先生已经杀害小白鼠五万三千六百只，小白兔五千二百只，青蛙二万五千只，猴子六百只，鸡五千只，狗五千只，羊五百只，猪三千条，牛五百头，蝗虫二千只，苍蝇六百只，蚂蚁二亿只。更为严重的是，他将人的基因和牛的基因、狗的基因、猪的基因、羊的基因嫁接重组，制造出大量非人、非狗、非猪、非羊的新物种，在物种之间严重地造成交叉污染。这是违反人伦、狗伦、猪伦、羊伦的不可饶恕的恶行！因此，我们强烈要求法庭给予最严厉的判决！”

“最严厉的判决！”所有沙皮狗用狗语重复说

狗吠声将演播大厅震动得摇摇欲坠。

女法官吓得脸色发青，她不知道在沙皮狗的字典里，最严厉的判决意味着什么，也不知往下该怎办案，只好推脱说：“怎么判决得听陪审团的意见。”

陪审团成员原来都是社会上的知名人物，每天观看两只狗的辩论，感觉好玩极了，现在突然被一千只狗控制了，完全没有人身自由，他们不知这批狗人最终会弄出什么事来。有位知名人士胆怯地问：

“最严厉的判决是什么？”

“人道毁灭！”波比说。

“人道毁灭！”全体沙皮狗回应说。

“不！”阿道比先生说，“我要为自己辩护！”

阿道比先生看来也怕死。

“当然，你可以为自己辩护！”女法官对阿道比先生说。

阿道比先生说：“第一，我提醒各位，如果我所犯的上述罪行成立，那么武林和鲁鲁先生也应接受审判，因为相当数量的生命是由他们亲手屠杀的。”

珍珍立即反驳道：“那是你要求他们做的，他不过是执行你的命令。”

她终于明白鲁鲁为什么不愿说出自己的真实身份，原来他和武林都是阿道比先生同一批克隆出来的人。

“珍珍小姐，请不要感情用事。”阿道比先生说：“鲁鲁和武林都是成年人，

有他们的独立意志，他们应当为自己的行为承担责任。”

“你胡说！”珍愤怒极了，“他们怎么可能有自己的独立意志？你在他们头上装了电脑芯片，他们早就丧失了自由意志，根本没有承担责任的能人。而阿道比先生你，才是真正的凶手，你不仅亲自动手，而且还你利用他人之手杀害大量的无辜生命！就在不久之前，就这个台上，武林先生就差一点在你的芯片程序控制之下，当众自杀。因此，你才是罪大恶极的真凶！”

“笑话！”阿道比先生说：“他们没有自由意志？现在他们站在这里控告我，难道是我指使的？”

“你这是狡辩！”珍珍说。

阿道比先生转身对法官说：“这算什么狗法庭？我只说了第一，还没有说到第二就被人随意打断。”

女法官说：“阿道比先生，你仍然可以为自己辩护。”

“第二，”阿道比先生继续说，“许多人每天都在屠杀生命，却从来没有受到任何审判。任何一个正常人，每天都要吃肉，什么猪肉，牛肉，羊肉，马肉，驴肉，狗肉，兔肉，鸡肉，蛇肉，鱼肉，虾肉，蟹肉等等，每天都有人吃，你们想想，一个人一辈子吃下来，要吃掉多少生命啊！珍珍小姐，到目前为止，你吃掉多少猪牛羊啊？”

珍珍没料到阿道比会转守为攻，差点答不上来：“我……不知道。但是我从未杀过一只猪一头牛。我吃的都是别人已经杀死并且洗得干干净净的猪肉牛肉，因为我是从市场上买回来的。”

“那就是更严重的罪行——谋杀！”阿道比先生恐吓道：“你手中的钞票

就是一纸屠杀令。如果你不发出这张屠杀令，屠夫就不会杀猪宰牛。如果所有人都不吃肉，就没有人发出屠杀令，无数的生命就不会死亡。别以为你没有看到血，但是你吃了肉。你吃了肉还想为自己的罪恶开脱，那就更加可恶！”

珍珍辩解说：“我虽然吃了猪肉牛肉，但那些是低等动物，是人类自己培育和饲养的良种，人类有权处置他们的生命。”

“哈哈……说得好！”阿道比先生大笑道：“那些是低等动物，是人类自己培育和饲养的良种，人类有权处置他们的生命。那么，我有罪吗？没有！我屠杀的都是你说的低等动物，是我自己培育和饲养的良种。”

“你这是无耻的狡辩！”鲁鲁骂道。

“什么无耻的狡辩？”阿道比反问道：“你们要是有道理，就根本不需要谩骂。谁无耻了？老实说，我还比你们高尚呢！”

珍珍怒道：“无耻！到现在你还敢说比我们高尚，你是人世间最无耻之辈！”

“法官先生，我抗议！”阿道比对法官说，“这位小姐不断对我谩骂，这是蔑视法庭！”

这时外面负责警戒的一只沙皮狗进来报告说，整个演播大楼已经被警察包围了，他请示波比，该怎么办？

因为这只沙皮狗也戴着狗语机，现场的观众全听懂了。

“别紧张，继续警戒！”波比镇静地说。

女法官知道外面有警察保护，害怕这些沙皮狗让自己下令人道毁灭阿道比先生，出去之后无法交待，便对阿道比先生说：“刚才你说你比他们还高尚，有什么根据？”

“这正是我要为自己辩护的第三条理由。”阿道比先生说：“因为我用科学的、平等的眼光看待所有生命，所以比一般人高尚。在我的心目中，不论是人，是狗，是牛，是羊，他们之间都是平等的，他们都可以作为科学研究的对象。用一个小白鼠做实验和用一个人来做实验是一样的。换言之，众生皆平等。不存在高等的动物或低等的动物，只有强势动物和弱势动物。将强势动物的基因转移到弱势动物身上，就像向富人纳税来支援穷人一样，是一种平等的、正义的行为，是对弱势物种的关怀。有些人以为下岗工人是弱势群众，贫困农民才是弱势群体，错了，真正的弱势群体是那些低等动物，那些被工人、农民同样吃过的低等动物。我将强势物种的基因给了这些低等动物，应当获得荣誉！”

“不，你这是对物种多样性和纯洁性的破坏！”鲁鲁一针见血地说。

“正好相反！”阿道比雄辩道，“我的实验增加了生物的多样性。在原有物种没有被消灭的前提下，我创造了新的物种，这就是我的贡献！而你们——”

阿道比先生向所有在场的沙皮狗扫了一眼，说：“波比一代、二代、三代、四代……还有鲁鲁你，武林你，不正是我被创造出来的吗？没有我就没有你们！你们应当心怀感激，而不是来审判我！”

波比严正地说：“我承认，我们这些沙皮狗或者人是因为你才诞生在这个世界上，但是，你在我们身上个个装上了电脑芯片，你要控制我们，奴役我们，随意按照自己的意志把我们当作商品、当作间谍、当作武器、当作没有自由意志的生命来处置。你将我们创造出来，就是对我们最残酷的迫害！我问你，你愿意别人在你的脑袋上装一块电脑芯片每天控制你吗？”

阿道比先生终于无言以对。

波比忽然改变了主意，他说：“法官先生，我们希望以同样的方式，在阿道比先生脑袋上殖入一块电脑芯片，就用武林先生身上取出那一块，然后由我们控制阿道比先生，时间是三年或者五年，由法庭判决。。”

女法官听说不必将阿道比先生人道毁灭了，一拍桌上，说：“现在请陪审团举手表决：凡是同意在阿道比先生脑袋上殖入一块电脑芯片并且由沙皮狗控制五年的，请举手！”

女法官担心波比们改变主意，她想那怕是判错了，只要等我逃出这狗法庭，就有机会将阿道比先生脑袋上的芯片取出来。

陪审团全体成员一致举手判决：在阿道比先生脑袋上殖入一块电脑芯片，并由沙皮狗们控制五年的。

二年之后，一家完全由狗员工组成的企业在美国上市了，CEO 就是品牌专家波比。企业经营范围横跨服装、食品、电脑、生物、娱乐、咨询等多个行业，采用的正是康采恩的企业结构，用的是多品牌战略。

[返回目录]

全文完！