

## ChaseDream GMAT 作文寂静整理 (2018-10-15 起)

整理菌: qv0518

最新版地址: <https://forum.chasedream.com/thread-1329975-1-1.html>

### 2018-10-15 起寂静整理汇总

【原始汇总】 10/15 起原始狗汇总 by Cinderella 灰

<https://forum.chasedream.com/thread-1329978-1-1.html>

【数学】 10/15 起数学寂静原始稿 by qv0518

<https://forum.chasedream.com/thread-1329974-1-1.html>

【数学讨论稿 1-100】 10/15 起数学讨论稿 by 茺君

<https://forum.chasedream.com/thread-1329997-1-1.html>

【逻辑】 10/15 起逻辑寂静整理 by gin.gins

<https://forum.chasedream.com/thread-1329863-1-1.html>

【阅读】 10/15 起阅读整理 by huajiananhai

<https://forum.chasedream.com/thread-1329981-1-1.html>

【语法】 10/15 起愈发寂静整理 by lalalyouyou

<https://forum.chasedream.com/thread-1329998-1-1.html>

【作文】 10/15 起作文寂静整理 by qv0518

<https://forum.chasedream.com/thread-1329975-1-1.html>

更新日志:

10/17 06:35, 更新到 6 题, 感谢 ninihsu0918, yyh5044, 相信自己 Yo!

10/16 07:15, 更新到 3 题, 感谢 LillianZhang10!

10/15 20:55, 更新到 2 题, 感谢 cuhkfinally, 曼神是我本命喵!

10/15 换裤日 ([换裤时间统计](#))

### 作文寂静目录

01. 明星代言 (Alpha cologne) .....	3
02. Spicy Pita Sandwich 店扩张.....	6
03. 医药公司削减招待费 (entertainment expenses) (2 次) .....	9
04. 高档化妆品 (luxury cosmetic) .....	12
05. 豪华车口碑营销 (Fernando Auto Service) .....	15
06. 投资房产.....	18



## 01. 明星代言 (Alpha cologne)

### 【本月寂静】

一个 ceo 在一封信说, 公司 4 年前请了体育明星代言后, 销售上涨 30%, 但这几年一直平稳。公司主要购买客户是中老年, CEO 想 target 更多年轻人, 于是计划请更适合年轻人的流行歌手一类来代言, 希望能打开青少年市场。写出 plan 不足的地方。(by [cuhkfinally](#))

### 【考古】

V1: 一个公司的 Marketing director 说: 在过去的四年, 我们公司的 Alpha (他们公司的一个产品) 的 sales 一直 increase, 但在最近两年 Alpha 的 sales 却 remained, 经过调查我们发现我们公司的 Alpha 产品的 Spokesperson 是一个什么什么人 (我记不住了), 然后这个人在 middle-aged 和 older man 的群体里很受欢迎, 于是我们的 Alpha 产品主要的 consumer 是 middle-aged 和 older man。于是这个 Marketing director 又说: 现在我们应该换掉我们 Alpha 的 Spokesman, 换成一个什么 pop 流行歌手 (名字忘了。), 这样我们的 Alpha 就能打开 youth 的市场, 进而继续 increase Alpha 的 sales。(这篇作文我记得很清楚, 应该就是这样。)(by [Labmem009](#))

V2: 一个公司叫 Alpha 貌似, 它开展了一个 advertising campaign "I'm Alpha Man" 的广告行销, 让一些运动员给它们代言。在其开始的四年里, 有力激活了中老年男性的运动产品市场, 从而达成销售 30% 的高速增长。但是在过去两年里, 公司的销售额 remain at the same level。一个 research 表明, 这个公司的顾客主要是中老年人。该总监宣称: 再次形成高速增长的最佳方案就是在年轻男性的产品领域加大广告行销力度, 并且聘请摇滚艺人 (一个年轻人的偶像, 具体叫什么忘了) 担任形象代言, 高调展示时尚、新潮的品牌形象, 将目标客户从中老年人转换到年轻人, 以求获的年轻男性消费者的追捧, 从而再次创造销售猛增的业绩。(by [cyrann](#))

V3: Alpha cologne 这个项目的 Marketing Manager 一些提高销售量的建议:

Alpha 这个项目 在过去 4 年里享受了 30% 的销售增长, 其广告靠的是运动员代言人。市场调查现实其消费群体主要是中年人及老年人, 但在过去两年销售额没有明显的提升。为了提升销售额, 应该扩大消费群体至年轻人。市场部经理提议应该雇佣流行音乐巨星 D...Cleaver 作为 Alpha 这个项目新的代言人, 并把目标群体从传统的中老年变为新潮的年轻人。这样销售额可能就会增长了, 因为每一个角落的年轻人都会知道这个项目。

V4: Company's cologne has experienced significant sales increase of 30% annually in the first four years of its launch. The company uses advertising campaign with professional sports stars and research found that most customers are middle-aged men. Cologne sale slowed down in recent years and CEO believes that they need to get younger people to use the cologne and he will hire Justin Bieber as their new spokesperson to achieve this.

V5: 说的是有个什么 A 开头的 Cologne 的公司。说近两年来 sales 一直不涨。然后说是因为目标群体的问题。之前的顾客大多都是中老年的 group。然后说现在能提高 sales 的 best 方式就是把顾客群转移到青少年。这样就可以提高 sales 之类的。反正大概就是这个意思。挺好写的。比如说 best 太绝对了。或者说有其他的方法提高 sale。或者说可能 market 本身就比较惨, 不是公司的问题之类的。(by [287127556](#))

V6: Alpha Male Grooming Product Market director 给 CEO 提议：公司利润持续三年不长 但是上一次增长是在四年前 当我们 hire 运动员 给我们做广告 我们的主要客户群是中年人。现在 为了提高销量 我们应该 把销售对象转向年轻人 所以我们应该 hire 一个年轻的 teen pop star 来做代言 相信 增长。(by [getgoodie](#))

V7: 一家叫 Aphal 的公司的 marketing manager 写给 CEO 说：他们的产品 Aphal(好像是这么写)以前一直保持 30% 的增长趋势，是因为 advertising campaign specialized 在中老年人，请专业运动员来做 spokespeople。但是这个产品的销量这两年不再增长了，所以应该更换 marketing strategy. 新的 strategy 应该更改目标消费群体，并请一个叫 D 什么的 pop musician 来做新的 spokesperson，就能够将消费者群体从保守的中老年人改成活泼的年轻人，从而让这个产品的销量继续增长。(by [Syona](#))

V8: the managing director of Algae Men's products (全名不太记得了，algae 肯定是对的) write to the CEO:

For 4 years after our first 'I am algae man' advertising campaign, where we used famous athletes as spokesman, our sales were increasing, and our consumers are middle-aged and older men. for the last 2 years, the sales remained at the same level. I propose to hire Dustin Xxx, who is the teen pop star, as our spokesman, to open the youth market. It will increase our sales. (by [tobbyqin](#))

V9: 写作考的是，marketing director 给 ceo 的建议，说公司的产品“Alpha Congene 啥的”，销售增长了 30%，因为 the first four years of “一句广告词”的 advertising 活动请了运动员做 spokespeople，一个调查显示产品主要受众是中年人。但是 in the last two years, sales remained at the same level。最好的方式，是关注到 untapped potential target-- youth customer。推荐请一个 the latest teen pop 歌手 DC 来代言，从中年受众到年轻受众，这样就能 increase sales。(by [黄昏的盛宴 G](#))

### 参考思路

1. 因果关系：代言人和销量上升。销量不变可能是其他很多原因造成的，比如 economic recession 等等。
2. 时地全等：过去用代言人这招管用，不代表将来还是有用，也许其他很多竞争者都用这招了，last two years 销量不变不代表以后销量也不变。
3. 无根据假设：歌星一定能吸引年轻人。没有证据支持这种说法，年轻的明星并不代表就能吸引到年轻男人，比如可能一般男生关注明星比较少，或者在男生中其实运动员更受欢迎，换了还不如不换。

参考思路：(by [cyrann](#))

- 1) 假设错误：谁说找了那个 teen pop star 当代言人销量就一定会上去？可能那个 star 有不良行为，像抽烟酗酒，这样就不会起到宣传效果。而且会损害公司形象，因为 the reputation of the company is tightly linked to its spokesperson.
- 2) 错误归因：近几年销量平平，不全是 advertising campaign 的错，可能是竞争对手设计了 more innovative 的产品或进行了其他促销活动，或者是市场和经济环境的变化，导致顾客

认为 alpha 家的东西有点像 luxury 而不是 necessity. 毕竟文章里也没说 alpha 家的产品是什么。

- 3) 错误类比: 中老年人有财力, 有自由的购买行为。年轻人花钱得经过爸妈同意, 还没钱。而且中老年人一般比年轻人更 loyal, 因为他们已经形成了自己的生活风格和气质, 用什么都讲究, 而且他们一般也懒得换。

构筑提供的思路: (by [小泡 Filo](#))

- 1) 雇佣 pop singer 不一定能增大年轻人的市场
- 2) 过去四年 sales 的增加也不一定是运动员的作用
- 3) 就算是运动员让 sales 增加, pop singer 也是错误类比

构筑提供的思路: (by [xinnnyang](#))

- 1) sales 没变是因为其他原因的存在, 没有买的人也许是因为产品价格或质量问题, 这样即使换了代言人也没用
- 2) 青少年不在乎代言人是谁, 他们有其他主要考虑因素, 也许只是想跟朋友用一样的产品或听从别人的实际使用经验或建议, 所以换了小鲜肉当代言人也不管用

构筑思路: (by [dokey960324](#))

- 1) Casual Oversimplification: sales 不增加不一定是因为 target customer 不对啊, 有可能是经济萧条, 有竞争者, 或者服务态度不好、产品质量有问题、广告宣传不够
- 2) Hasty Assumption: 换了目标市场难道就能提高 sales 吗? 你对于 youth market 又不熟悉, 还要重新调查、重新制定产品生产线、重新培训员工, 而且新在市场没有竞争力, 能占到的市场份额又很少, 可能 sales 还会很低
- 3) Cost-benefit Analysis: 转变市场可能会带来很多潜在损失, 比如老顾客流失、随意更改定位使得顾客对品牌丧失信心, 比如重新调查、培训员工的费用, 重新宣传的费用, pop star 代言费更高

构筑提供的思路: (by [tobbyqin](#))

- 1) youth 不一定有买这个产品的需要, 就算找了流行明星也不代表产品有人买。有可能公司的这个 algae cxx 的产品就是针对中老年人的产品
- 2) 影响销量的有可能是其他因素, 并不是因为代言人的问题, 比如说整体市场都不好, 其他竞争公司的销量也可能下降了呢。又或者是 sales 的 service 不够好, 或者四年后用户发现公司产品没什么作用 决定不买了。换代言人也起不到作用
- 3) 就算产品没问题, 也针对所有年龄层, 但并没有证据表明这个 POP STAR 可以 lead to increased sales, 缺乏具体数据证明, 也是站不住脚的

构筑提供的思路: (by [塔罗](#))

- 1) 认为 spokesperson 和 target customer 是影响 sales 的唯一因素
- 2) younger men 的购买力不一定有中老年人高
- 3) market survey 是根据前两年的数据说目标顾客是中老年, 现在的 trend 不一定和以前一样

## 02. Spicy Pita Sandwich 店扩张

### 【本月寂静】

有一个开在类似大学城地方的小餐馆，过去两年里这个餐馆的 spicy pita 销量火爆，然后店主想在 nearby towns and cities 再开三家分店，并打算让三个老员工当三家新店的 managers。结论是开三家新店能使 profit 翻三倍。(by [曼神是我本命喵](#))

构筑提供的思路：(by [曼神是我本命喵](#))

- 1) 不能保证 spicy pita 的人气在未来不会下降
- 2) 大学城地理位置佳，nearby towns 难以媲美
- 3) 提拔老员工还不如雇佣对当地市场情况熟悉的新人

### 【考古】

V1: 是说 George Polous 这个人两年前在 Sallon 这个小镇开了一个餐馆。这个小镇是个大学城的样子，有一所（好像是）规模比较大的大学（拥有上千名学生）。经过他两年的经营和管理，公司的销售蒸蒸日上，一种 spicy sandwiches 卖得很好，应该是说 sales dramatically increased。然后他就想在 three nearby towns and cities 再开三家分店，让三个从一开始就跟着他开第一家店的伙计分别去管理。然后他估计这样一来利润（收入？）will be able to triple his current profits. (by [FigoLee](#))

V2: AWA: George 这个人，在 town Sallon 开了一个 spicy sandwich 的餐厅，然后 Sallon 是一个大学城一样的感觉。George 的餐厅在两年前开，到现在赚很多。所以 George 想再在别的 town 开三家一样的餐厅，由自己去 train 现在这家的 employee 然后让这个 employee 去当新的餐厅的 manager。George 认为这样的话，他的 current profit 会 triple. (by [Kaii\\_R](#))

V3: George 是一家餐厅的创始人，他的餐厅卖 Spicy pita sandwiches 获得了巨大成功，这家原始餐厅开在 small town，这家 town 有一所大学。George 准备开三家连锁店，在附近的 town 或者 city，他觉得自己能成功；这三家连锁店的店长他会启用创业期就跟着他的三个员工，所以他认为自己的 profit 会 triple. (by [ky\\_yang](#))

V4: The argument was about a paragraph from a restaurant business newsletter about small franchise restaurants:

A small restaurant owner, George, opened a pita Emporium in a college town Sallon. His restaurant has been quite successful for the last 2 years. So he decided to open another 3 restaurants in nearby cities and towns. He also plans to promote his 3 employees who have been trained under him to be the managers of the new restaurants. He expects his profits will triple after all restaurants are opened. (by GhostaNdrop)

V5: 作文：考了 pita 店扩张，我遇见的题是说他们发现 spicy pita sandwich sales rise dramatically over the past few years, so he decides to open another 3 restaurants. 所以我觉得另一个可以攻击的

点是只有 spicy pita sandwich 的 sales increase 了, 也许对整个 restaurant 的 profit 影响并不大, 仅供参考, 看见这道题的时候可以仔细看一下到底说的是什么 increase 了。(by [pupu77](#))

V6: 是一个 George Poulos 的人, 两年前开了家 Pita 什么的店, 开在大学城附近有 thousands of students, 卖 spicy pita sandwiches, 然后他发现这家店的利润在两年间持续 increase, 因此他决定在 nearby 的地方再开三家分店, 并培养第一家店里三个员工成为三家新店的 manager, 然后他觉得他能获得三倍利润。(by [小小西 P](#))

V7: The argument was about a paragraph from a restaurant business newsletter about small franchise restaurants. A small restaurant owner, George, opened a pita restaurant in a college town Sallon. His restaurant has been quite successful for the last 2 years. So he decided to open another 3 restaurants in nearby cities and towns. He also plans to promote his 3 employees who have been trained under him to be the managers of the new restaurants. He expects his profits will triple after all restaurants are opened (by [AAlias](#))

V8: The argument was about a paragraph from a restaurant business newsletter about small franchise restaurants.

A small restaurant owner, George, opened a pita restaurant in a college town Sallon. His restaurant has been quite successful for the last 2 years. So he decided to open another 3 restaurants in nearby cities and towns. He also plans to promote his 3 employees who have been trained under him to be the managers of the new restaurants. He expects his profits will triple after all restaurants are opened (by [jxcathy716](#))

#### 参考思路:

1. 因果关系: 多开餐馆和利润上升之间无必然关系。很可能现在有很多类似的竞争对手, 快餐店的食物、服务和卫生也必要考虑的因素。利润涨三倍, 明显缺乏数据和分析, 盲目乐观 oversimplify。
2. 错误比较: 在这卖的好其他地方不一定地点变化, 是不是可以保证新开每家店会不会取得以往相同的利润。注意, 学校这个关键因素, 学校可以保证一个地方充足的客源, 但是其他地方没有信息说明该地方有类似的客源。因为大学生的生活作息, 可能偏爱这种快餐便捷又平价的小吃店, 周边城市人口组成会不一样。比如以老年人为主, 或者富人居住区, 就会少有顾客来吃 pita。
3. 无根据假设: 三个老员工未必能做经理, 他们可能是很好的厨师或是收银员, 但完全没有管理经验, 很可能管理失误, 犯下大错, 然后赔本关门, 甚至把老店也赔进去。

构筑提供的思路: (by [Monkey1992](#))

- 1) 老店火爆是因为附近有个大学, 师生基数摆在那里有足够的 demands, 开在其他三个地方, 有那么大需求量? 没这天时地利人和, 还真不好说。
- 2) 在其他地方开店, 而且还是附近, 很可能瓜分掉老店的一部分市场和利润, 达不到 triple。
- 3) 挑选三个优秀员工作为 manager, 不一定像 George 你一样很会管理很可能管不好。再者, 万一他们上手了, 自己再开个类似的店成为你的竞争对手和你抢生意怎么办?

构筑提供的思路: (by [FigoLee](#))

- 1) 餐馆成功的原因可能不仅仅是那种三明治
- 2) 附近的城镇情况和这个大学城很可能是不同的
- 3) 在店里打工和管理一个店也不是一回事
- 4) 大致是这样。有点不太自信, 因为感觉套七宗罪的话有点生硬。

构筑提供的思路: (by [freesialu](#))

- 1) 其他 town 可能没有学生或者类似的客户群
- 2) spicy sandwiches 可能被其他人认为不健康, 并且没提到其他产品的销量
- 3) 跟在他后面的三个老员工可能不具备 management skills
- 4) 需要考虑到租金设备等成本问题

构筑提供的思路: (by [qifannnnnnnn](#))

- 1) 错误类比, Sallon 和其他的小镇不一样, 其他小镇没有像 Sallon 一样的学生消费者基础,
- 2) 他因: 可能 Sallon 的水土不一样? 有独特的原材料? 所以能做出好吃又受欢迎的 Sandwiches
- 3) 员工不一定是一个好的管理者, 可能在 Sallon 的成功是因为 George 的管理方式

构筑提供的思路: (by [小小西 P](#))

- 1) 过去不等于将来: 过去两年卖得好不代表将来卖的好;
- 2) 错误类比: 三家新店的地理位置、客源与第一家店不相同, 无法判断。

构筑的攻击点: (by [April0919](#))

- 1) 现在的店生意好可能是 location 缘故, 换到其他地方未必也生意好
- 2) 这三个 employee 不一定能胜任新店店长, 可能缺乏管理经验
- 3) 开三家新店和利润 triple 没有必然联系, 利润也受成本等因素的影响

构筑提供的思路: (by [AAlias](#))

- 1) 销售额增长不等于利润增长;
- 2) 临近城市所以客人基本是教职工, 其他城市没有学校, 客流量会变小;
- 3) 可能临近城市的人不爱吃;
- 4) 开店成本高, triple profits 也不一定能 cover

构筑提供的思路: (by [jxcathy716](#))

- 1) 2 年前的成功不能直接推出以后也会成功
- 2) 在大学城开店的成功不代表在附近的其他地方也会成功, 因为人口构成不同导致对食物的偏好可能不同
- 3) 老员工不一定可以胜任店铺经理的角色, 文中没有提到是否会对这些员工进行额外培训
- 4) 开新店会有额外 fixed cost, 开三家新店不代表利润会翻三倍

### 03. 医药公司削减招待费 (entertainment expenses) (2 次)

【本月寂静】

sales 部门的 director 先夸奖了 sales forces, 公司今年 profit 的增加有他们的功劳。然后 director 说但是 sales forces 的 entertainment expenditure 比其他同行业公司多, 想要减少 sales forces 的 entertainment expenditure。说这样通过减少 entertainment expenditure, 公司 profit 可以更增加 (这个考古里肯定有) (by [LillianZhang10](#))

**整理菌注:** entertainment expenses (招待费) An expense incurred by an employee while he/she is entertaining a business client for business purposes. Entertainment expenses may include taking a client to dinner, to a theater show, or to a sporting event.

【考古】

V1: Beta Medical 公司的 director 写了一封 e-mail 给公司的领导, 说去年公司 profit growth rate 7% 是整个 Medical Industry 里面盈利最多的公司, 说明 sales force 劳苦功高。但是我们仍然有可以提高 profits 的可能, 因为根据我们 in-house 的调查, 发现我们公司 costs of entertainment 比其他公司多 25% (meta medical 的 entertainnt cost is 23% higher than its competitors)。所以, 如果我们可以减少这些花费的话, 那么我们今后就可以收获大于 7% 的 profits, 从而 maintain leadership in the industry. (by [Labmem009](#))

V2: a director of the sales department of Beta Medical writes a letter to the team, which directly markets to medical professionals:

Our team is a leading figure in the industry. Last year, we had a 7% increase in profit. But based on an in-house research, we found that we have 25% higher expense on entertainment, such as dining, than our competitors. Thus, we are going to cut the expense in entertainment. Limit costs on dining and other entertainment costs. We believed that after we cut the expense in entertainment to the average expense in the industry, we will have more than 7% increase in profit. (by [aril\\_norran](#))

V2: Beta Medical 去年 profit 增长了 7%。但管理层层说还有 room for improvement。根据某个 in-house survey, 公司销售团队的 expense on entertainment 高于同行 20%。因此管理层提出削减 entertainment cost 至行业平均水平, 通过 cost saving on entertainment, 就可以使 Increase 明年 rate of profit, thus allowing us to maintain the leadership in the industry.

V3: 作文是说, 一家作为龙头老大的医药公司 (the Beta Medical is the leader of industry), 的销售部头头 (the director of sales) 说, 他们公司去年的销售利润 (还是 revenue 来着) 增加了 7%, 根据一个 in-door research, Beta 公司和它的 competitor 比, B 公司花在 dining 和 entertainment 的 cost 要比竞争对手多 25%, 所以他说, 如果他们能够把这两项 cost 都减少到 average industry level 他们今年的利润会比 7% 更高, 而且还可以 remain the leader in the industry. (by [RachelChan1018](#))

V4: 说一个公司的药还是什么的去年 profit 增长 7%, industry 行业领先, 很大依靠 sales forces, 但 entertainment 的 expenses 太多了比 competitors 都要多, 说要 introducing strict limitation 还是什么的, 这样可以更加增长 profits 保持领先。(by [杜陵夜](#))

V5: 某公司 Beta Medical, profit growth 为 7%, 行业最高。但是 in-house research 告诉我们 sales force 的 dining and entertainment fee higher than industry average at 25%. Sales Director 希望通过削减这方面的费用来达到行业平均水平, 从而控制 cost, 提升 profit, 继续 maintain leader 地位。(by [lucylazycat](#))

V6: A 公司销售经理就去年年度不俗的销售表现发表论述: 公司强劲的销售增长很大原因归咎于公司强大的销售团队。但去年团队在 dining 和 entertainment 的花销非常高。于是, 为了降低成本和提高利润, 决定明年把这方面的花销降低到行业水平。他确信, 这个决定能使明年销售增长不低于今年的增长额。也能保证公司一直出于行业领先地位。(by [suk1yan](#))

V7: 作文考得是一个 CFO 说 our profit/growth rate last year was 7% and the highest in the industry. The sales force contributes a lot to this success. However, our entertainment expense is 25% higher than our competitors. So we need to cut entertainment cost and restrict the expense. This will help increase our growth rate and further increase the profit. (by [snowwyy](#))

V8: B 公司的 director (也是公司 leader) 给他们公司销售部门负责人的角色写了一封邮件: “B 公司 last year profit 增长 7%, 这都要得益于 sale force (销售人员) 的努力, 为了争取更大的利益, 我们要减少 cost。根据一个行业调查 demonstrate, 我们的销售团队的 entertainment 开支比竞争对手要高 20% (数字不确定, 好像是 20), 所以我们要从这方面着手, 通过 limit 餐标啊, 团队娱乐费用阿这些减少这方面的支出, 使得”售团队的 entertainment cost 达到 industry averages。如果实现 cost reduction, 那么可以预见我们 profit 还会继续增加。” (by [domifan](#))

构筑提供的思路: 3 个削弱方向 (by [Suty](#))

- 1) 1.7%不代表增长高, 因为没给基数;
- 2) 减少花销不代表利润高, 因为不知道 revenue, 而且娱乐少了员工不满 productivity 也会降
- 3) profit 增长不代表 maintain leadership。

构筑思路: (by [kerrfan](#))

- 1) 这个 in-house 的 research 到底可不可靠, 适用否? 如果这个行业其他公司利润不增长或者负增长的话, 这样也没啥可比性吧?
- 2) reduce entertainment costs 会不会影响收入? 万一公司很大依赖于 entertaining activities 的话, reduce 会导致收入降低, 从而利润也会降低
- 3) 如果 entertainment costs 降低的话, 为了推广产品, 会不会采取其他方式, 比如广告, 这样成本也不会降低。

构筑提供的思路: (by [小倩猪](#))

- 1) 无端假设: 利润由收入和费用同时决定, 减少了费用, 收入也可能减少啊, 因为正是 entertainment 带来的客户啊

- 2) 调查不靠谱啊, 关于 reserch 的任何信息都没有说啊, 百分比不代表 amount 啊
- 3) 情况会变啊, 去年增长, 今年一定还会么? 万一今年宏观环境改变呢? 那不就 GG 了。  
(商科女总是最在意这个宏观态势, 哈哈)

构筑提供的思路: (by [taotao3160](#))

- 1) 该公司与他的竞争者没有可比性, 比如地理位置不一样, 消费水平不一样。
- 2) in-house research 值得怀疑
- 3) 错误假设, 减少娱乐费不会使利润上升, 可能下降。因为员工积极性不高, 不愿意干活儿, 公司留不住人。

构筑提供的思路: (by [aril\\_norran](#))

- 1) Wrong analogy
- 2) Inadequate research
- 3) Oversimplification

构筑提供的思路: (by [forever 宇](#))

- 1) In house research 的调查可信度, 没说怎么 research 的谁 research 的, 而且为什么是用我们的 entertainment cost 和 competitor 的 sales force cost 比较
- 2) 最后调整建议是减少我们的 entertainment cost 到 industry average, 这错误类比, 为什么 industry average 一定是更好的
- 3) 无端假设说减少了 entertainment cost 就能增加 profit, 可是万一正式因为好的 entertainment benefit 才使得 sales force 表现出色呢?

构筑提供的思路: (by [balomichelle123](#))

- 1) sales force 在太生意时, 外出谈生意 dining 和 entertainment cost 太高。
- 2) 企业的 sales force 之所以效率高, 是因为企业内部的 entertainment 活动多, 员工的生产力和创造力被激发。
- 3) 影响企业利润的因素很多, 没有证据表明 entertainment costs 是最大的因素。

构筑提供的思路: (by [snowwyy](#))

- 1) the author didn't examine the root cause of the entertainment expense. Do we know if the entertainment expense contributed to the success of our business? our sales team brought clients out for business dinners and therefore built strong relationships with our clients. These client relationship building activities could lead to business opportunities and sales deals.
- 2) the author didn't examine the negative impacts of cost cutting. how the cost cutting will impact the employee moral?
- 3) no concrete evidence to prove that the cost cutting will contribute to growth and profit.

构筑提供的思路: (by [zhaozhaozhaozha](#))

- 1) 吃饭娱乐有助于销售团队与客户建立良好关系, 缩减这个开支会影响 sales

- 2) 销售额增长越多，往后越难保持同样增长率，因为基数更大了，同时今后的行业环境和去年的可能会有变化

构筑提供的思路： (by [domifan](#))

感觉这段话应该归类为方案推理，目标就是增加 profit，方案是减少 sale force 的 entertainment cost，支撑的理由是竞争对手和行业水平这方面开支比我们低，方案推理的论证方向可以有：

- 1) 方案可行性——适用，就是说这个手段不能达到目的
- 2) 方案可操作性——没什么好说的
- 3) 方案的否定性副作用——适用

但是楼主无能，一发现没什么强因果，准备好的各种罪名都套不到它身上去急死了，硬着头皮写了两点【谨慎参考】：

1. author assum 行业水平是合理的【其实他也没有很 assum，只是说降低成本就能提高利润，所以这点我写得很心虚】，但是他没有提供这反面的信息/证据来说明，指不定竞争对手的这个指标就是不合理的，指不定 B 公司全年利润提高的原因是它。缺乏对去年成功的研究，没有排除这些可能性，argument 还是 dubious 的。
2. 方案的否定性副作用，【接上文可以来个转折，even 行业水平是合理的】作者没有考虑和评估实施这个方案可能带来的后果，有可能实施后会起员工极大不满，降低他们积极性，从而影响利润 negatively。作者需要增加更多这方面的考虑和信息才能做出这种决定。

## 04. 高档化妆品 (luxury cosmetic)

【本月寂静】

Kalloni 化妆品想进军美国 (by [ninihsu0918](#))

【考古】

V1: A letter from the CEO of a British luxury cosmetic brand Kanolli who produces luxury cosmetic with environmental-friendly features:

Our luxury brand has been well known and successful in Europe but we have experienced difficulty in sales in United States. Therefore, we are considering partnering with Mega Beauty Brand Inc, a major US domestic cosmetics discount distributor. It has represented 20 discount cosmetic brands and have 1200 stores nationwide. We could get access to the wide distribution network to help our sales. Partnering with Mega Beauty will ensure our long-term growth and profitability. 问怎么反驳? (by [2spring](#))

V2: A letter from CEO of Kalloni's: Our luxury, environmental friendly cosmetic products are well known and successful in Europe, but we hardly sell in the US market. I recommend partnering with Mega Beauty, a major distributor of 20 national discount brands in over 1500 discount stores in US.

With its network, I believe that it can provide best prospects for Kalloni's long-term prospects and profitability. (by [Gabrelle\\_G](#))

V3: The letter of the CEO of a British company who produces luxury cosmetic with environment-friendly features...“虽然我们在国内（英国）的销售一直不错，但在美国市场的销售量很低。我认为我们应该 partner with a US domestic discount distributor, the Mega-Beauty company, which accounts for 20% of the US market and its discount stores are all over the nation. 这样的话我们的销售量和利润都会 long-term 上升”【我认为的重点用蓝色 highlight】 (by [josslyngogo](#))

V4: Kanoli 的 CEO 写给 Board of director 的一封信，大意是 Kanoli 卖的产品是 luxury, environmentally friendly 的 cosmetics，但在 us market 的销量不好。所以公司应该和 meaga-beauty parter 起来，meaga-beauty 是一个专注于 discount brand 的公司，有超过 20 个 discount brand 以及在北美有超过 150 个 discount store，所以 ceo 认为和 mb 的合作可以 get access to its distribution network，因此这个 partering agreement provides the best prospects for Kanoli's long-term growth and profitability (by [lyra1123](#))

构筑提供的攻击点 (by [Gabrelle\\_G](#))

1. Mega Beauty 代理的是 discount 品牌，而且都是在低廉的打折商铺。Kalloni 是主打 luxury 的化妆品品牌，所以用 Mega Beauty 作代理商不但不一定会 Boost sales 因为去打折商铺的 customers 不会 willing to pay premiums for luxury cosmetics，而且会从此降低 Kalloni's 的形象（从高档化妆品 perceived as cheap one）— 没有完全用七宗罪里面的套，但是从商科的角度看，第一反应就是这点错得最明显。
2. No comprehensive analysis of the fundamental reasons why Kalloni's did not sell well previously. 如果是其他因素导致了 poor sales performance, 例如美国的 law 对 some ingredients in their products 有 restriction, 或者美国的顾客现在主要 preference 不在 luxury, environmental friendly 的产品，那么 partnership 也不会有 expected result
3. No causal link between partnership and future profitability: 未来的 external 市场情况还有公司 internal operation 可能有问题，even if partnership 是正确的 strategy, 这些因素还是会 jeopardize 公司长远盈利能力。所以 premature to conclude that...

构筑提供的思路： (by [bdeerie](#))

- 1) logical leap : 一个 high-end 的化妆品牌子在折扣店里卖会影响 brand value, 并且让欧洲顾客觉得很困惑，说好的 luxury 呢，你给美国人卖这么便宜，我们也要降价！
- 2) weak assumption: distribution 不是唯一 一个会影响 sales 的呀因素呀，advertisement, promotion schemes, price 。。(欧洲人和美国人也肤质不一样？哈哈我瞎扯的)
- 3) overall marketing strategy 应该和公司的发展方向吻合，也可以做 survey 调查清楚美国的市场情况，饱和了没有，等等等等。。。

**参考思路：**

1. 无理由假设：奢侈化妆品和低端化妆品的受众不同，销售渠道及方法也不同，不能简单认为两者的合作可以促进高端化妆品的销售。有可能的结果是高端化妆品与低端产品合作之后，影响高端产品在消费者心目中的形象，从而负面影响销售量。
2. 时地全等：从现在的发展情况无法推出未来的发展趋势，所以说两者的合作会对公司长期发展有帮助的说法是错误的。
3. 因果关系——忽略它因：影响利润的因素很多，还包括生产成本，与 mega beauty 合作的成本等，不能简单认为两者合作就一定对未来的利润有帮助。

构筑提供的思路： (by [狻猊比比多味豆](#))

- 1) 他因。也许不是因为价格高卖不出去，而是因为美国消费者不喜欢外国品牌的化妆品。比如他们认为会过敏
- 2) 方案无法到达结果。即使是因为价格，虽然低价能提高销售量，但是边际利润也降低了
- 3) 方案副作用。也许一旦开始大量卖出，或许会违背这个品牌的文化，就不环境友好了，大家就会质疑他。其他地区的销售量反而会降低（老顾客跑了）

构筑提供的思路： (by [天下重火](#))

- 1) 两者的目标市场不一致；
- 2) 破坏品牌形象损害长期利益；
- 3) 合作也一定盈利，可能费用高昂弊大于利。

构筑提供的思路： (by [说话慢的小鱼](#))

- 1) 数据不足，20 家和 1500 家不一定就说明 mega 很成功，需要和总体数据及其竞争者的数据进行对比
- 2) 2. K 是奢侈品，mega 是 discount，不合适
- 3) 3. 入不敷出，合作要花钱，需要 weigh revenue against expenses

构筑提供的思路： (by [Sevenzerozero](#))

- 1) Kalloni 和 Mega Beauty 很明显针对的客户群不一样。。。一个是高端，一个是平价
- 2) Kalloni 在美国混不下去，不一定是销售网的问题，可能人家美国客户就是不喜欢你们的产品！你们的东西不好闻，不好抹~等等等等
- 3) 像 MB Inc. 这么 niubility 的公司，说不定人家收你很多中间费呢？收着收着，你卖再多不还是不赚钱？

构筑提供的思路： (by [Wang.](#))

- 1) 面对的消费不同，discount stuff 和 Luxuty comestic 不是一个类型的
- 2) 无因果联系，store 的数量，不能说明这家公司好
- 3) insfficient suvery 没有对比其他 US market 的经销商，可能有更好的选择。

构筑提供的思路： (by [wewe19850816](#))

- 1) 1 real root cuase for low sales in the US

- 2) 2 adverse impact if partner with the MBB
- 3) 3 questionable outlook of long term growth and profitability

构筑提供的思路: (by [queenie\\_q](#))

- 1) 1、1500 和 20 没有 benchmark, 万一全美有超过五千家美妆店, 根本起不到提高品牌知名度的作用。
- 2) 2、K 品牌和 MB 的销售定位不同, 一个贵妇级, 一个走平价路线, 提高不了销量
- 3) 3、如果 K 品牌进驻 MB, 意味着也必须以 discount 的价格出售, 而本来采用天然原料的 cost 就比较高, 很可能 profit cover 不了一些加盟费和广告费之类的, 盈利不了。

构筑提供的思路: (by [骆驼 2018](#))

- 1) 没有 profit 可能不是 network 问题, 而是美国人不在乎环保产品, 或者竞争对手太多。
- 2) MegaBeauty 可能马上过气了。
- 3) discount store 要降低价格, profit 并不多。

## 05. 豪华车口碑营销 (Fernando Auto Service)

【本月寂静】

一个 auto service 公司, 原来主要做 TV, radio 广告, 花费较高。然后公司有人提议说现在公司的主要客户都是靠朋友介绍来选择商品的。应该用网络的方式去宣传产品, 从而有更大的知名度。一是便宜, 二是公司正好也有网站, 可以在网站上放一些来店选择自己商品的客户对产品的评价, 吸引更多的人。结论是以后都靠这个做广告, 不选择 TV\ radio, 会带来更多销量 (by [yjh5044](#))

【考古】

V1: 说 Fernand's Luxury Auto Service, 以往都通过 traditional advertising 的渠道 (像 TV, Radio, 杂志之类) 来吸引顾客, 花费很高。最近它的 owner 给 marketing manager 留言说, 现在网络超发达, 考虑到许多 customer 更注重从朋友和 acquaintance (熟人) 那里听来的建议 (word of mouth/mouth-to-mouth recommendations), 我们应该做 Internet based 的推广, 这样省钱又有效。于是决定在车行里放摄像头, 对一些感到满意的顾客进行采访, 拍成视频。而且这个 Auto Service 有自己的网站, 把视频 post 到网站上很方便, 而且 inexpensive。可以定期频繁地 update 网站, 这样顾客就可以通过网站得到关于产品的信息和其他顾客的真实评价等信息。这些做法, 最终提升 customer base。这种方式会更 effective, 所以减少 (还是取消?) traditional ad. (by [PapaDoc01](#))

V2: 一个叫做 Fernando Luxury autoserviceXXX 的 Automobile 公司的市场部门提出的建议大意: Since last few years we have already spent a lot of money on traditional advertising such as tv and radio but customers prefer word-of-mouth recommendations from friends and acquaintances. So we should set up digital cameras in our shops, interviewing those satisfied customers. We can then update the videos on the website frequently. Since the company has a website already, updating the videos online

is an inexpensive way of advertising. ..As a result, every time when people seeking recommendations online, they will see people in the videos talking about of the excellent automobiles of our service shop. So the proposal will increase our customer base and bring more sales than traditional advertising methods. (by [vincy613](#))

V3: Fernando auto service 公司, 原来主要通过 TV、radio (traditional advertising) 做广告, 花费较高。然后公司有人提议说现在公司的主要客户都是靠朋友介绍来选择商品的, 应该用网络的方式去宣传产品, 从而有更大的知名度。一是便宜, 二是公司正好也有网站, 通过录制视频采访来他们公司的顾客, 并选取一些好的评价放在网上, 那么顾客会因为看到这些评价去体验他们的服务, 从而达到增加顾客的目的。这样既简单又有效, 比传统的广告方式更有效。结论是以后都靠这个做广告, 不选择 TV\ radio, 会带来更多销量? 大概是这样。。 (by [奥迪 girl](#))

V4: a memo that the owner of a luxury automobile told the marketing manager the word-of-mouth strategy that people prefer recommendations from their friends and acquaintances to advertisements. in order to have more customers, they can interview some in-store customers to make videos and put the videos on their own website. (by [hahouhei](#))

V5: 一个 luxury car company 在广告上的花费一直很多, 觉得 traditional advertising based on TV, radio, etc. 不是那么 effective, 因为现在的 customer prefer word-to-mouth recommendations and friends acquiesce. 所以决定 interview satisfied customers and put the video on the website. 这样顾客就可以浏览网上其他顾客的 interview, 从而增加 customer base。 (by [Hazel2023](#))

V6: 作文考的是一个 luxury auto service 的 owner 给 marketing manager 写信, 说在传统广告上的预算太多了, 列举了一下传统广告有电视, 收音机之类。然后这个 owner 认为 word-to-mouth recommendation 口耳相传这种方式比较好, 建议把广告重心放在 internet 上。接下来就提出了一个方案, 说在店里装 digital camera 采访顾客, 把采访的视频放到他们本来就有的 website 上, 顾客想要了解的时候就能看到真实的其他顾客的反应, 觉得这样能够提高 customer base。 (by [谢亦清](#))

构筑提供的几个点: (by [ojiujiuo](#))

- 1) 大家都相信口口相传没根据
- 2) 老的广告 (radio, TV) 不能吸引客户也没根据
- 3) 自己公司的网站不一定有人浏览不知道啊, 或者并不是潜在客户购买前参考的对象
- 4) 看了宣传后也不一行相信啊, 谁能证实买家不是找来的虚假宣传这样呢。

构筑提供的攻击点: (by [Blannnk](#))

- 1) oversimplified assumption: 有网站, 但不一定顾客都愿意或者有兴趣去看
- 2) other reasons: 影响 customer base 有更多的因素, 因此也有更多的方法, 比如 quality, brand name, after sale service
- 3) doubtful survey: 愿意录视频的人本来对产品满意

构筑的观点: (by [淇水汤汤的汤](#))

- 1) 他们没有证据表明电视收音机等 traditional advertising 没有网络好;
- 2) 还有熟人和网上买家不一样, 顾客不一定相信;
- 3) 还有一个想提高销量不一定从广告入手, 因为可能顾客看到了广告, 因为产品本身的原因没买, 这个不知道对不对, 构筑作文不好, 分数还没出, 大家还是看机经更靠谱~

构筑提供的思路: (by [Jaxhuang](#))

- 1) 人们不一定相信陌生人的口碑
- 2) 很多老顾客不常上网并且上网不上这个破官网都刷微博 facebook
- 3) 很多顾客不想上镜被采访 那样方案就很难实施了

构筑提供的思路: (by [Airkoala](#))

- 1) research 针对的 mechanic piece 是不是包含 luxury car。因为 car 本身就比较特殊, luxury car 更是特殊。这不是买个吸尘器电视机, 人们购买豪车的时候要考虑的东西多很多。
- 2) luxury car 不仅是汽车, 更是一种身份的象征。所以人们买它的时候不是为了 follow popular trends, 而是为了 show extinction。所以他们才不会听朋友的意见都买一样的东西呢。
- 3) 传统 radio 和 advertising 的渠道比较有针对性, 比如看 GQ 的男士都有一定的社会地位, 在这里做广告他们会觉得这个产品也很 premium, 符合他们的身份。而网站上的东西只有能人们产生了一定兴趣, 做 target search 的时候才有可能对消费者有用, 否则人家谁辣么闲要来看你网站啊。
- 4) 传统 radio 和 advertising 只用发一些文章或者一些图片, 这个是公司现有 marketing 部门可以做出来的, 但是如果要在网站上发很多 fancy video 的话, 公司需要专门成立一个负责 video 拍摄和制作的部门, 后期成本很高。

构筑提供的思路: (by [vincy613](#))

- 1) 作者没有证据支持 word-of-mouth-recommendation 会比传统广告方式好
- 2) 视频里的满意顾客并不是看广告的人的朋友或者熟人, 他们的推荐可能会被当作是广告, 算不上所谓的 word-of-mouth advertisement
- 3) Setting up digital cameras and hiring people to update the videos online can bring extra cost to the company. 所以 inexpensive 不成立
- 4) The assumption that the website is easily accessible to everyone is dubious. 有可能对手花钱把自己的 video 放在搜索引擎 top list, 或者这个网站不是很有名很难被搜索到。

构筑提供的思路: (by [raincover](#))

- 1) 因果(改变营销方式并不一定可以扩大客户基数, 还有其他的因素要考虑)
- 2) Either-or fallacy (干嘛非二选一, 可以一起用)
- 3) cost-benefit analysis/hasty generalization etc

构筑提供的思路: (by [Joycetan](#))

- 1) 无关对比, 网络广告不见得适合豪车的销售

- 2) 无理假设: 客户不见得愿意录视频并放到网上给公司做广告
- 3) 因果错误: 网络广告也会比传统的电视广告更费钱。

构筑提供的思路: (by [itqitq](#))

- 1) 没有证据表明网上广告花钱少又高效;
- 2) 提车之前就录视频, 还没拿着车呢, 你让他们说啥?
- 3) 你网页浏览量多吗? 有足够的人来看你网站上的视频吗? 再说了, 点进你网站的人本来就对你感兴趣了, 没必要再用视频强调你的好了吧

构筑提供的思路: (by [Bwbj2017](#))

- 1) 说 word-of-mouth from friends and acquaintances 比 traditional advertising 好没有根据
- 2) 在网上 post video 不能达到 word of mouth 的效果因为都是陌生人
- 3) 会去他们网站的已经知道他们公司了, 不能帮他们达到 increase customer 的目的

构筑提供的思路: (by [xfnlll](#))

- 1) 新方法也有成本
- 2) 去网页的人本身就是这个品牌客户, 数量有限
- 3) 可能会有差评, 如果放到网上, 不会起到正面效果, 如果不放, 这些被采访的人知道了会到处说, 更不利于公司形象。

## 06. 投资房产

【本月寂静】

房地产公司卖房子, 说这两年的房价增长 double, 还说什么 stock 的事情。就劝人们买房子作为投资。还说了, 买房子的话, 不仅能自己住 enjoy, 而且房子也能升值赚钱。(by [相信自己 Yo](#))

【考古】

V1: In real estate agent brochure, a real estate agent mentioned the below:

Now is the perfect time to buy a house in our city. Over the past five years, average home prices in our region have nearly doubled. But average stock prices in the national stock market have actually declined over the same period. So homeowners have seen an increase in value for their housing investment during the last five years that far exceeds what they could have made by investing in the stock market. Our city's resident can surely achieve a similar profit over the next five years. Furthermore, if residents invest in a home, they can enjoy the use of the home while its value increases, whereas money invested in stocks would not contribute to their quality of life in the same way that owning a home would. Therefore, all the residents of our city should invest their money in a home. (by [smile7564](#))

V1: 考到了投资房地产。作者观点是在某个地区, 人们应该投资房地产, 因为: 1) 过去 5 年房价 double (所以之后 5 年房价会继续上涨); 2) 而与此同时, average stock price in national (此处

可反驳) stock market declined; 3) 人们买房子后生活质量 (quality of life) 提高。 (by [eatingwang](#))

V2: 先是一个大的 region 说 average housing price 在过去五年一直在上涨, 而 stock price 一直在下降, 所以得出结论是对房产的投资要比对 stock 的投资收益更大。第二点是这个 city 的人跳出来说, 既然我们这个 region 都是这么好的形式了, 那我们 city 的居民们未来五年投资房市的话也一定会有很大的回报啦。第三点证据是说房子买了还能住, 有实际效益, 还能看它升值, 还不买? (by [kogumanana](#))

V3: 一个地产经纪的 brochure, a real estate agent mentioned the below:

"Over the last five years, the housing prices in our city have doubled. During the same time, the stock market has fallen. So now it is a good time for the city residents to buy houses as an investment. In addition, home owners can also live in the houses they bought and that can improve one's quality of life, whereas there is no such similar benefit if one buys stocks. (by [zz68](#))

构筑提供思路: (by [kogumanana](#) & [Suzy0000](#) & [priscilla\\_yao](#) & [eatingwang](#))

- 1) false analogy: 错误的把 region 发生的情况套在了整个 city 上;
- 2) 过去 5 年房价上涨, 并不意味着今后五年一定继续 greatly 增长; 过去的的数据不能 indicate future trend
- 3) 过去 5 年股票下跌, 并不意味着今后还会下跌;
- 4) 虽然过去五年中房价一直都在涨, 而股价一直下跌, 这个趋势不一定会一直持续下去;
- 5) 平均股价下跌并不意味着所有股票投资者都亏钱;
- 6) 房价涨而股价跌并不意味着房市收益>股市收益;
- 7) 即使未来房价继续增长, stock 可能增长得更快;
- 8) 投资房产的 owner 并不一定会 enjoy the use, 投资房市的人很可能已经有自己的房子了, 不是买来住的;
- 9) 买房子需要贷款, 贷款需要付息, 反而会降低生活质量;
- 10) 房产投资投入很大而且提现不灵活;
- 11) 人们不一定只有房地产和股票两种投资方式, 也可以选择其他更合适自己的投资方式。可以买外币、黄金啊

构筑提供的思路: (by [Rigina](#))

- 1) 证据有效性: 整体不代表特例, 这个城市的平均房价和股价的走势不一定随大流, 有可能反过来 (房价跌, 股票涨)
- 2) 他因削弱: 不是专业人士可能在购房和卖方的过程中产生额外的成本, 这个成本有时候高到能够 cover 所有利润甚至还要倒贴, 因此不一定更赚钱
- 3) 反驳 premise2: 买股票也可以提高生活质量 (比如拿股票赚的钱去旅游什么的)
- 4) 建议: 要使得结论成立, 作者还需要: (1) 具体说明该城市的房价和股价走势是不是随大流; (2) 考虑其他可能的因素例如买卖房的成本等, 排除其他因素的干扰。

构筑提供的思路: (by [Rigina](#))

- 1) 证据有效性: 整体不代表特例, 这个城市的平均房价和股价的走势不一定随大流, 有可能反过来 (房价跌, 股票涨)
- 2) 他因削弱: 不是专业人士可能在购房和卖方的过程中产生额外的成本, 这个成本有时候高到能够 cover 所有利润甚至还要倒贴, 因此不一定更赚钱
- 3) 反驳 premise2: 买股票也可以提高生活质量 (比如拿股票赚的钱去旅游什么的)
- 4) 建议: 要使得结论成立, 作者还需要: (1) 具体说明该城市的房价和股价走势是不是随大流; (2) 考虑其他可能的因素例如买卖房的成本等, 排除其他因素的干扰。

构筑提供的思路: (by [gerolt416](#))

- 1) stock 是 liquidity 很强的, real estate 则很差。这点上投资 stock 比 real estate 好, 且股市不好不代表赚不到钱。如果钱在股市里就很灵活, 如果在房地产上套牢就很难。
- 2) 历史价格在涨并不代表预期收益也会涨, 因此用过去 5 年的价格直接就预测未来的价格也会涨是绝对 flaw 的。。。虽然在国内确实如此, 一直会涨 T T
- 3) 作者没有去考虑其他的投资渠道和 insurance policy, 盲目鼓励投资单一资产本身是不对的。

构筑提供的思路: (by [jerrysorry](#))

- 1) Argument 中提到该 REGION (而非该 city) 过去五年 house 的 AVERAGE PRICE 翻番---不代表该市的 price 也翻番, 且 past 不等于 future。
- 2) 过去 5 年 stock market 下降了---股票不就该低买高卖么。。。
- 3) 买 house 可以让你在投资的同时居住它, 提高生活质量---万一买错了住的不称心, 处置不动产反而麻烦, 降低生活质量。但我要租房子的话换一套就好了嘛。

构筑提供的思路: (by [ppap](#))

- 1) 以偏概全 average region home price is not equal to our city home price, 我们城市的房价可能是极端值, 特别低
- 2) all things are equal: 过去 5 年房价上涨不代表未来会持续上涨
- 3) 过度简单化: 买房可以享受使用房子的乐趣, 背负房贷不能好好享受

构筑提供的思路: (by [fks0205](#))

- 1) 数据的权威性
- 2) 时地全等
- 3) 股票可以卖了再买房, 投资房一般不住人, 所以不能 enjoy

构筑提供的思路: 问题可多了随便挑几个写就行 (by [HuskyPP](#))

- 1) 比如说过去五年跟未来五年不一定趋势一样啊
- 2) 本地房地产市场跟全国股市没法比啊
- 3) 本地人大家都有房了再投资新的房产所谓的额外好处用不上啊
- 4) 还有投资房产是有额外成本的比如每年的折旧率, 养护费还有税, 股票就没这些。

构筑提供的思路: (by [gaoyifu](#))

- 1) 房子市场未来不一定涨，供求关系可能会变。
- 2) 就算房子涨，但是也许有比除了房子和股票以外收益更好的投资方式，例如保险，债券等其他理财。
- 3) 驳最后一点。