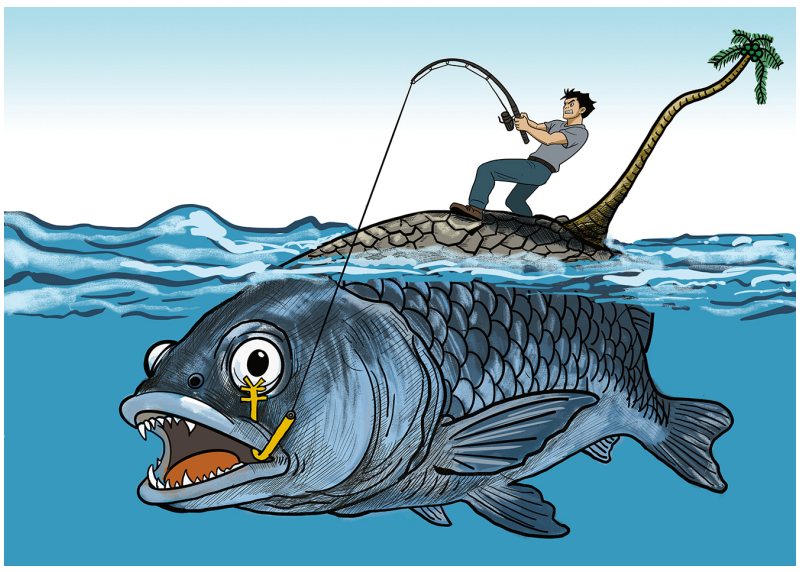
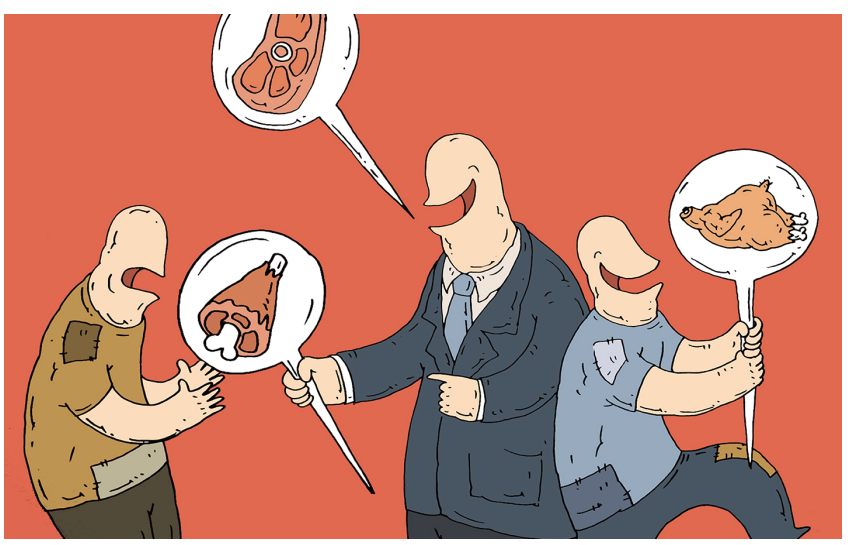


▲无题　吴慧君



▶循环孤岛　彭晓光



◀分享　苏永胜

彼得的“硬核”营销

根据乔凯凯同名文章编绘
武　灯

形式的热闹常掩盖本质的荒芜。当人们沉浸于符号化的仪式，真正的症结反而会被悬置。即便高喊激昂的口号，也只能带来精致的自我感动。想要清醒回归，需要开始对幻觉有所察觉。

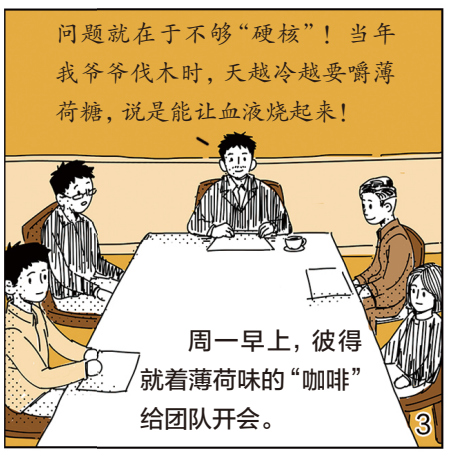




身为户外用品公司的产品经理，彼得正为新款冬季睡袋的销量发愁。 1



为了给团队“破冰”，彼得搞来一箱“冰原爆珠”，据说是极地探险队用来提神的薄荷糖。 2

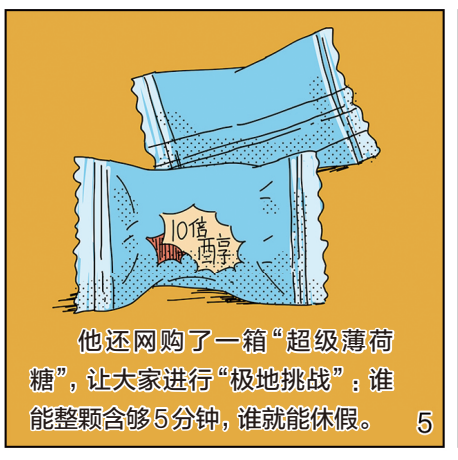


问题就在于不够“硬核”！当年我爷爷伐木时，天越冷越要嚼薄荷糖，说是能让血液烧起来！

周一早上，彼得就着薄荷味的“咖啡”给团队开会。 3



他规定，以后开会前每人必须含3颗薄荷糖，先吐掉者负责给大家冲一周咖啡。 4



他还网购了一箱“超级薄荷糖”，让大家进行“极地挑战”：谁能整颗含够5分钟，谁就能休假。 5



实习生马库斯为了这假，硬是把脸憋成了青紫色，可惜他设计的宣传海报还是被驳回了。 6



这天，经理英格丽端着一杯肉桂热红酒找到彼得。 7



彼得含着半颗薄荷糖，说话都冒着白气。 8



9



英格丽指着彼得桌上快空了的糖罐，表情很无奈。 10