

够级传入泰安40多年,好多人习惯饭前饭后打几把

扑克牌里斗智谋泰安够级真带劲

本报记者 王世腾 通讯员 鲍德心



日前,2014年首届山东省够级大奖赛落下帷幕,代表泰安参赛的8支队伍,5支进入决赛并包揽前四名。其实从2005年以来,泰安就逐渐在全省够级比赛中崭露头角。

泰安够级人为什么这么出彩?原来够级这项娱乐活动在泰安已有40多年历史,不但有能代表全省顶尖水平的队伍,也有广泛的群众基础。

公园里凑局打够级 上不了台也看热闹

8日下午,虽然天气有些凉意,但东湖公园的长凳上,挤满了围坐一起打够级的牌友,男女老少皆有。

“退休了,老伴不在了,儿女又都上班,没人陪,我就出来打扑克,大伙一块乐呵乐呵,老年生活也不寂寞!”市民李先生说。他们几个牌友都是附近小区的居民,每天吃完早饭都来公园切磋一把,年纪最大的78岁,最小的也已66岁。

“今天早上来晚了几分钟,就没挨上号!”市民于先生没挨上号,一边搓手一边看其他人打牌。“身上穿多点,一打扑克,一吆喝就暖和了。”于先生说。他们几个打的是憋三,普通玩法,需要“开点”,有“点”“烧”“清”“落”等说法。

王先生在岱岳区范镇,是个地道的“扑克迷”。每年夏天,一到晚上,他就会召集一帮牌友到路灯底下,借着光亮打够级。“打起扑克来,吆喝得都很大声,像要打架一样。要是有人出错牌了,同帮也会大声训斥对方。不过虽然听

着吵得很厉害,可大家谁都不会真动气。这也是一种生活乐趣。”王先生笑着说。

在岱宗大街一家饭店里,一帮牌友正在进行复式够级比赛,12个人分两个房间三打三。“我们是一把牌打两遍,这边打完后,把牌再挑出来,牌型不变给另一房间的6个人打。最后一块计分。”饭店老板燕波说。他们打的是最简单也是最经典的够级打法,不憋三,不开点。“憋三的话一般都能算出最后的牌,不憋三的话变化更大。”燕波说。他打够级已有30多年了。

打法起源于青岛 泰安牌友挺多

众所周知,够级起源于青岛,那泰安够级是什么时候兴起的?泰山够级运动协会担任主席高峰已经打了20多年够级,他介绍,泰安够级起源于上世纪70年代,传说原大河棉纺厂是打够级比较早的地方之一。

当时原青岛国棉三厂的工人来原大河棉纺厂支援建设,闲来无事就在厂里打够级,泰安本地人就跟着他们慢慢学会了。与此同时,泰安原拖拉机修理厂、水泵



13日,几名牌友在一块打够级。 本报记者 王世腾 摄

厂、生建摩托车厂、汽车厂等单位也踊跃参与够级活动,并涌现出一大批高手,部分高手被称为“四大名旦”“八大金刚”,代表了泰安上世纪80年代够级水平和辉煌。后来,泰安更多群众慢慢学会了打够级。在1988年、1989年的时候,当时大河棉纺厂的厂内比赛,参赛的就有1000多人。可见泰安够级的群众基础,在当时已相当深厚。

上世纪80年代初的时候,泰安够级爱好者们一般都在岱庙的汉柏院打牌。当时进岱庙不要钱,汉柏院里正好有长椅长凳,牌友们就在汉柏院打牌,一打就是一整天。到了上世纪80年代末时,岱庙开始要钱,牌友们又转战到东湖。那时候东湖也是个小公园,也有石桌石凳,牌友们就在一块玩玩。等到了上世纪90年代末,牌友们又转战到林校操场、岱宗坊花园等地。现在各公园、小区差不多都有打够级的人,真的成了“全民运动”。

专业打法挺“别扭” 不开点也不憋三

够级源于青岛能在泰安盛行,自有一套约定俗成的法则,也可叫做“玩法”。记者了解到,目前网络上流行的“够级大纲”有十多个版本,大方向都是相同的,比如四副牌,六个人,够级牌等等,只是在细节上有一些变动,比如有的地方“3”只能最后出,联邦,无论牌多少都不能看牌等等。而这

些“大纲”基本上都是山东各地的牌友们自成的。

“我们牌友平常打的都是最干净、最本色的玩法,不憋三,联邦的牌不能看,不能有任何的言语、表情、手势等,切忌传递信息之嫌。有人说这叫‘沉默是金’,也有人说是‘君子打法’”。泰安市够级运动协会担任主席郑茂文说,有时一把牌输了,三个人能坐在一块聊一晚上,反复地印证研究。

从2005年起,泰安够级运动员就在全省各大赛事上佳绩连连,先后获得2005年山东省“豪门杯”够级复式比赛冠军、2009年山东省齐鲁够级大赛B组团体第一名、2010年山东省十七地市电视够级精英邀请赛冠军等。

值得一提的是,今年2月份,在山东省首届够级大奖赛上,泰安共有青藤队、齐鲁棋院队、福星队、梦之队、小黑羊队、盛禾队、阳光队、快乐队八支参赛队,在全省17个地市60支代表队中,青藤队(泰山队代表队)奋勇夺冠,齐鲁棋院队力取榜眼,福星队抢下探花,梦之队摘得四强,小黑羊队名列第六。

“三对三”团队战 比运气更比智谋

凡是在民间有旺盛生命力的娱乐项目,一定有它独特之处。那为什么够级在泰安老百姓中备受推崇呢?高峰介绍说,看似简单的一把牌和6个人,其实就是一场比赛

对三的“战争”,而此时的“三”也不仅仅是一个简单的数字,而是一个紧密的团队。

既然是“战争”,那么就必须有战争的智慧和谋略,所以在民间的牌迷里面渐渐出现了很多经典的牌局和计策,兵家宝典《孙子兵法》也能在够级的每一局里面得到充分运用。如何暗度陈仓,如何围魏救赵,什么情况下金蝉脱壳,什么情况下声东击西,什么形势下集中优势兵力,所有的智慧、陷阱、包袱等等谋略,在小小的牌桌之上都能体现得淋漓尽致。也正是因为这样的斗智斗勇和各种的不确定性,甚至是对性格的判断等等,造就了够级的无穷魅力。

相关链接

泰山区够级大赛 今日举行

泰山区体育局工作人员介绍,作为2014年泰山区全民健身运动会的一项重要活动,泰山区够级大赛将于14日在泰山区泰前街道办事处科大社区打响。“泰山区七个处镇都会派出代表队参赛,一天时间里决出前三名。”工作人员说,泰山区七个处镇,每个单位会出6到10名选手,目前已报名69人。在一天时间内,泰山区够级大赛将决出团体奖三名,个体奖6名。

碧桂园稳中求进 今年目标1280亿

3月12日下午,碧桂园集团在香港发布2013年全年业绩:碧桂园2013年度总收入为人民币626.8亿元,同比上升约49.6%,确认收入建筑面积约为924万平方米,同比增加50%。

2013年集团合同销售突飞猛进,成功进入千亿军团,全年合同销售金额约达人民币1060亿元,合同销售面积约1593万平方米,同比增长分别约123%及109%,合同销售均价约为每平方米6656元人民币,较2012年水平上升约7%。土地增值税拨备后毛利率约27.7%,同比收窄3.5%。至于利润方面,2013年净利润约为人民币85.1亿元,同比上升约24.2%,净利润率为13.6%,同比收窄2.8%。

高性价比产品撬动市场

公告称:碧桂园年内一如既往地积极配合国家政策,应对市场变化,适时调整开发及销售计划,推出高性价比的房源契合以自用为主的市场需求。2013年共有37个新盘开盘,主要在长三角地带,江苏和浙江就一共有9个新盘推出。此外,除了马来西亚以外,碧桂园去年也首次在福建、江西、甘肃、四川和贵州等省份开盘,均获得良好的销售成绩。新盘的开盘销售贡献共约288亿元,占总体约27%。

莫斌表示:面对不断变化的市场情况,集团一方面不断完善项目环境与配套,提升产品质量;另一方面采取

灵活多样的销售策略及推广活动,在促进销售的同时,也有利于集团持续性的长远发展。

在碧桂园的大本营广东省,多个楼盘取得了卓越的销售成绩,如增城的成熟大盘碧桂园凤凰城和碧桂园·豪园,去年共销售约47亿元,东莞塘厦的碧桂园·天麓山花园及碧桂园·豪园共销售44亿元,滨海大盘碧桂园·十里银滩也继续获客户追捧,去年录得近29亿元合同销售。另外位于广州南沙的碧桂园·山湖湾又名碧桂园·天玺湾,也录得超过27亿元合同销售。

对于毛利率和净利率都收窄的问题,莫斌认为“这跟我们的产品类型比例变化有关,比如说现在的高层房产户型占了65%,原来别墅户型占得比较多,毛利润相对高一些,洋房的毛利润本身就比较低,这是最核心的影响因素”。

另外,碧桂园多年来坚持“建老百姓买得起的好房子”,连续三年的销售均价维持在六千多元,为全国十强开发商最低,真正把“让利给消费者”落到实处,现场有记者表示:“利润率的相关数据就是最好的注解。”

广东省外销售占比首次过半

数据显示:碧桂园2013年共有37个全新项目开盘,大部分位于广东省外(当中广东省内新盘仅7个)。在维持集团的“大本营”广东省健康增

长之同时,碧桂园的品牌认知度也在广东省外区域持续提升。2013年广东省以外项目(包括海外)的合同销售金额占集团合同销售总额的比例,从2008年的约24%提升至2013年的约56%,印证了碧桂园模式的复制性。

现场资料显示:广东省外的不少项目在当地市场已成为旗舰项目。碧桂园·银河城继续荣膺沈阳市楼盘销售金额、套数及面积的三冠王,全年录得超过50亿元合同销售;南京东市郊大盘碧桂园·凤凰城去年销售依旧亮丽,全年录得近33亿元合同销售;位于武汉的碧桂园·生态城去年也录得约29亿元合同销售。去年10月开盘的碧桂园·兰州新城在开盘首两天已录得近50亿元认购销售,成为去年全国开盘冠军。

莫斌表示:碧桂园集团去年超过60个项目荣获当地市场年度或开盘销售冠军,在广州、东莞、梅州、茂名、沈阳、镇江、海南等地的多个项目也成为当地的销售冠军,反映碧桂园的品牌在全国各地甚至海外也深受客户的拥戴。

试水海外项目获空前成功

在国内稳步发展的同时,碧桂园去年首度试水海外,也取得了重大成功。位于马来西亚新山,毗邻新加坡的碧桂园金海湾,作为集团首个开盘的

海外项目,得到马来西亚、新加坡及中国各地买家热烈追捧,去年全年合同销售金额近人民币70亿元等值,成为集团去年最大的合同销售贡献者。

而马来西亚第二个开盘的项目是吉隆坡的钻石城,2013年10月30日开盘推货4.8亿左右,一个月之内基本上全部卖掉了。吉隆坡南还有一个项目,也计划今年下半年推出。

莫斌表示:碧桂园金海湾的成功,给予集团宝贵的经验以及更大的信心去进一步拓展海外业务。集团首个亚洲以外的项目,位于悉尼市郊的碧桂园莱德花园,也将计划在不久的将来开盘。集团有信心在澳大利亚也创造优越的销售成绩,也相信海外业务能够为集团带来非常理想的回报。

1280亿目标被指“乐观”

发布会上,香港的媒体问莫斌:“内地的房地产一直说调控会持续的,为什么你们预计销售金额目标比今年再多20%,会不会过分乐观?”

莫斌答道:“总理的政府工作报告中专门对房地产有一段话,其中最重要的词语是分类调控。政府会根据不同的市场,不同的产品,尤其是对房地产的产品需求有分类的指导,它的目的是保证房地产业持续健康的发展,从字里行间可以读懂房地产以及今年的房地产市场是属于平稳的状态。在这样

的情况下,以碧桂园目前管理的能力和品牌的效应和产品的性价比,还有对市场的判断和了解,数字是经过我们详细的测算,根据我们现有的货量和土地储备和市场需求,我们确定有20%的增长。”最后,莫斌笑着说:“你说我是乐观的,也有人说我是保守的。”

而数据显示:至二月底碧桂园的合约销售达人民币253.4亿元,已完成全年目标的20%;合同销售建筑面积约395万平方米,2014年上半年计划推出2个新盘。连同旧盘新推及存货,全年可售资源达3800万平方米。

同时,莫斌也透露了2014年的工作重点,包括将继续积极并审慎地在国内外拓展新的优质土地,严格控制投资风险的同时,确保土地投资拓展带来良好的回报。继续强化产品的标准化工作,在保证成本与速度竞争力的同时,灵活地做好适销对路的产品。进一步加强项目开发全过程的成本与费用控制,同时要求加强资金周转的速度和灵活性,有利抵御风险,增加效益。努力进一步提升物业管理服务水平,完善客户服务体系,提高客户满意度,为集团的长远发展巩固客户基础。强化管理要求,确保工程速度和质量。

最后,莫斌强调:“我们将密切关注市场环境及政策变化,对达致2014年全年销售目标充满信心!”