

随思录

# 为“失败”而歌

方石

里约奥运会落下帷幕，作为竞技体育，各国决出了名次和胜负。但就体育精神而言，只要努力和付出过，就没有失败者。

有些运动项目，就经常以“失败”而告终。如跳高、举重等，随着不断升高的横杆和不断加重的杠铃，运动员会一次次发起冲击。当运动员已经确定夺得金牌时，如果还有最后一跳、最后一举，又会向新的纪录发起冲击。宁波的奥运健儿石智勇，就是这样做的，他的对手是不断加重的杠铃，挑战的是自己。当运动员最终被无情的横杆截住，在沉重的杠铃前止步，人们决不会对其投以“失败者”的目光，因为那是对人类极限的挑战。

孙杨因为感冒，在1500米自

由泳项目中未能晋级决赛，而他本人是这个项目的世界纪录保持者。他能抱病坚持，就已战胜了自我，许多人为孙杨点赞：“你已经坚持游完了，你就是1500米之王。”奥运奖牌毕竟有限，运动员也不是“金牌机器”，对大多数运动员来说，注定与奖牌无缘，只要赛出自己的最好成绩，就是“超越自我”的胜者。

很多运动员则选择见好就收，功成而退，在个人巅峰期为运动生涯划上句号。对此，笔者表示理解，也更欣赏那些“见好就收，不如搏到最后”的运动员，因为一个运动员并不能完全准确地判断自己的极限在什么时候出现。像1988年“体操王子”李宁兵败汉城，如果李宁之前选择离开赛场，会给人们留下一个

“永远的胜利者”的形象，岂不更好？但李宁选择了坚持，虽然失败了，赛后他仍然微笑着向观众致意。有人讥以“输成这样，还有脸笑？”笔者对此撰写《为“以失败而告终”者喝彩》的评论，载于当时的《宁波日报》。笔者认为李宁的坚持是理性的，他认为自己作为一个高水平运动员，既然还有希望冲击更高的目标，为什么不试一试呢？至少不会留下遗憾。

北京奥运会，我们获得金牌数第一，而刘翔因伤退赛，留给我们的是离去时忧伤的背影。但这种背影是前行者的姿态，就像一名出征的战士，留给我们的同样是远去的背影。刘翔是深深懂得奥运精神的，本来凭着过去的纪录，世人也会铭记刘翔。但他要挑战自我，挑战极限，还作出一个大胆改变：栏

间改八步为七步。须知，之前刘翔八步上栏已坚持了12年，早已形成条件反射，突然的改变，有把握吗？而他以0.146秒的第一反应速度，在2011年6月2日国际田联钻石联赛中，以12秒87的成绩夺冠，平了世界纪录。久疏战阵的他，带着一颗勇敢的心，让我们又一次惊喜地看到那个飞翔的刘翔。虽然由于当时风速超过每秒2米的上限速度，纪录不被认可，但我们发自内心的认可的，是远在成绩之上的东西。

有句话说得好，“祝你碰壁、碰壁再碰壁，直到破壁而出；祝你挫折、挫折再挫折，直到挫而不折”，不以成败论英雄，岂止在赛场。一部科学史、一部创新创业史，无不充满了失败。首届全国科技奖获得者王选说，“一个人的成就动机，主要来源于工作难度带来的巨大吸引

力”，“失败是常态，成功是偶然”。科学探索与创新的难度，不亚于奥运夺金牌，所以，真正的探索者从不讳言失败。失败既是一种结果，也是一笔财富。今天的失败，是明天成功的起点；自己的失败，是别人成功的起点。人的智力开发程度，往往取决于失败，一次记忆深刻的失败，胜于多次平庸的成功。对失败有感情，成功时才会泪流满面。

再优秀的运动员、再伟大的科学家，都有最后的极限。正因为这样，人类至今还有许多未被征服的高峰，等待着我们去超越。笔者欣赏一位诗人的“走路哲学”：“路是人走出来的，人也是路走出来的。”前面的路，有笔直有曲折，有平坦有坎坷、有顺利有反复……正是这样的路，造就了许多寻梦者，让他们登上一座座高峰。

说法

电影应该是电影艺术家对当前社会批判的表达，电影是最现代的，也应当是最高贵的，对她必须有敬畏心理，因为她是要面对亿万观众、永远存在的社会符号，她会影响一代人。电影是有永恒审美价值的，是“表达人性最高贵品质的艺术品”，而电影好不好，关键看导演的思想与情趣，这便有了高尚与低俗之分。

——中国第四代电影导演 丁荫楠

我觉得中国排球要加大力度地去普及，包括校园排球，不一定说打排球就是为了去国家队，其实也是一种全民的普及，包括现在气排球也是很火热的，也能让我们的孩子们有一种团队精神，因为很多家里就是一棵独苗，他要学会分享，要包容，要有承受力。所以，我希望体育能给我们的孩子带来更多的体能上的一些锻炼和身心上健康的正能量。在这个基础上，全民普及高了，一定会人才辈出的。

——中国女排教练郎平

心理治疗必须要有神经科学的依据，要使用科学的思维方法。但如果只有科学不讲艺术，就会变成匠人，就会把病人看成机器。要想使病人的内心发生积极的改变，过程必须因人而异，量体裁衣，不轻易给病人贴上标签，开几粒药物或说几句话就匆匆打发病人。看病要像绣花，要和病人探讨细致的内心体验和生活历程，全面判断病人的人格特点、并发现及社会功能关系等，用耐心，怀着同理心去理解病人、帮助病人，而不是讲大道理，也不是居高临下地唬人，更不是充当施舍的角色。

——同济大学精神医学教授赵旭东

文艺创作一方面要不断传递好消息，给人以鼓舞，这很重要；同时也需要有一些反思现实的作品，一些对现实和未来提出警示的作品。后一类作品好比“台风警报”，就好像天气预报，有好消息，也有警报，这样丰富多彩的文艺创作将对社会进步产生深远意义。

——茅盾文学奖获得者、小说家阿来

数字

56%

——据农业部消息，今年我国农业科技进步贡献率有望超过56%，共有33项农业科技成果获得了国家奖。2015年因单产提高增产粮食约221亿斤，对粮食增产的贡献率为76.9%，农作物良种覆盖率已稳定在96%以上。

25强

——2016年全球创新指数报告显示，中国首次跻身世界创新前25强，在82项具体评估指标中，中国在高科技出口评估、知识型员工、15岁青少年能力（阅读、数学与科学）评估、公司培训等指标中全球居首。

381人

——今年1月至6月，中国共从40多个国家和地区追回外逃人员381人，其中国家工作人员57人，追回赃款12.4亿元；截至7月15日，“百名红通人员”归案15人。

不到1/7

——国家卫计委近日公布的数据显示，在4万亿元的医疗服务市场中，公立医院仍占绝对优势。2015年，公立医院床位占80.6%，诊疗人次达27.1亿人次，占医院诊疗人次总数的88%。民营医院床位占19.4%，诊疗人次3.7亿人次，占医院诊疗人次总数的12%。去民营医院看病的人次不到公立医院的1/7。

(朱晨凯 整理)

漫画角



名不副实

丁安 绘

老话新聊

## 宁波对象并排走

桂晓燕

上了年纪的老宁波看到这则标题，一定会会心一笑。这句老话前后还各有一句，连起来就是这样三句：“上海对象挽手走，宁波对象并排走，乡下对象排队走。”

说的是老底子年轻人找对象、谈恋爱，都挺怕难为情，循规蹈矩，非礼勿动，不敢有什么亲昵的举动。上海人算是最开放、最浪漫了，也不过挽挽手臂而已；宁波人没有这么大胆，于是两人并排走；乡下青年更加拘谨，一般是男的在前面走，女的在后面跟，所以叫做排队走。

为什么都在走呢？因为那时候没有什么交际娱乐场所，人们的交往方式比较简单，年轻人谈恋爱，除了看场电影、吃支棒冰以外，“走”就是一种常态了。或荡马路，或逛公园，农村里也有逛机耕路，两人一面走，一面谈，走着走着，谈得投机，下一步水到渠成，喜结良缘；反之则“游客止步”，分道扬镳。

这样的谈恋爱，才叫做真正的谈恋爱。从交往开始到谈婚论嫁，有谈一两年的，有谈三四载的，最起码也要谈上半年数月才有眉目。

从来没见过有谁以迅雷不及掩耳之势“闪婚”的，更没见过有谁还未领证就暗渡鹊桥的。

现在时代变了，风气开放了，异性交往当然可以更坦然、更大方些；但是，老宁波对待婚姻的这种谨慎负责的态度，以及通过深入交往体现出来的相互了解和尊重，无疑仍是必须坚持的；而且越是在复杂的环境中，在浮躁的氛围中，越是不能失去初心。因为这关系到双方的终身幸福，怎能不慎之又慎！

毋庸讳言，在拜金主义之风无孔不入的态势下，如今一些人在寻找另一半时，有“躺枪”的，有“爬杆”的，也有“演小丑”的，怪事层出不穷。例如未加细察，砸钱抱得美人归，谁知美人另有所爱，结果赔了夫人又折兵；又如有些女孩为出人头地，不但可以嫁大叔、嫁大爷，甚至连爷爷辈的人都照嫁不误……

近日微信上盛传一则笑话，就是对这种拜金心态的讽刺。大意如下：英国一帅小伙参加中国电视相亲节目。女孩问：“有房吗？”答曰：“有，百年的老房子，产权是我奶奶的。”（数盏灯灭）又问：“婚后跟谁住？”答曰：“跟爷爷、奶奶、爸爸、后妈，还有哥哥、嫂

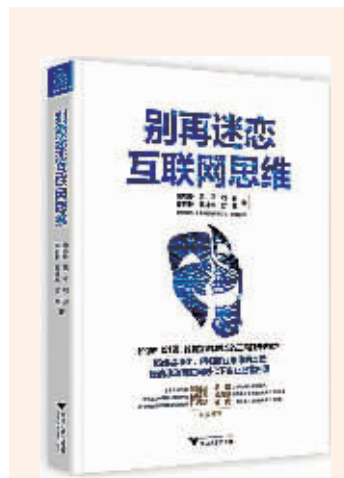
嫂一起住。”（又数盏灯灭）“你干什么工作？”“当兵。”（剩最后一盏灯）“结婚可有宝马作婚车？”“没有宝马，只有马车。”女孩嗤之以鼻：“我宁可坐在宝马车里哭，也不愿坐在马车上笑！”（灯全灭）第二天，英国《泰晤士报》惊叹：“我王室哈里王子，参加中国电视相亲节目，首轮即遭淘汰！”

其实，这则微信不是新东西，它的原版几年前就出现过，不过当时的男主角是哈里的哥哥威廉王子，那时威廉还没结婚，是英国头号钻石王老五。我想，倘若这种拜金之风不削弱，只怕哈里王子成家后，中国的网友要让威廉王子的儿子乔治小王子来相亲了。

但愿这样的相亲连续剧不要演下去。其实，婚姻的幸福与否，与丈夫是否有钱，或者妻子是否漂亮，并无必然联系。全世界都知道，乔治小王子的爷爷、威廉和哈里的老爸查尔斯王子，硬是和美艳的戴安娜王妃离了婚，娶了个相貌平平的老女人卡米拉，倒挺满意。这不正说明，婚姻是以两人相爱为第一要素吗？只要两人相爱，那么，相信“宁波对象”或者说“宁波夫妻”们，都能够牵手“并排走”，一直走到天老地荒。

社科书架

## 互联网思维只是商业思维的一种



《别再迷恋互联网思维》  
陶骏 陈平 刘羽 著  
浙江大学出版社  
2016年6月

这是一个人人热议互联网思维的时代，但目前流传的互联网思维无疑过于片面，使许多人知其然不知其所以然。互联网思维到底是什么？本书从多方面加以剖析，帮助读者寻找答案。

“互联网思维”是2014年—2015年非常火热的一个词汇。在百度上搜索“互联网思维”，约有133万个词条，而搜“北京雾霾”却只有127万条。看来大家对互联网思维比对呼吸更关心。

这个词的火热，绝对和互联网大佬们的推波助澜有关系，而且在传统媒体和网络空间上都引发了激烈的讨论。随着讨论气氛的进一步热烈，黄太吉、雕爷牛腩、马佳佳都被媒体作为互联网思维的新实践者广为传播。卖情趣用品的马佳佳给万科上起了房地产营销课。还有那个号称第二年要拿出1亿元奖励团队的青年企业家，都引起了媒体和大众的极大关注。不过有趣的是，情趣用品现在好像卖不下去了，1亿元最终也没有拿出来。其他很多被推崇为互联网思维的案例，很少能像小米手机那样风光无限。

现在，的确有不少人将互联网思维奉若神明。他们坚信唯互联网思维必胜，似乎互联网思维会颠覆一切旧思想，打倒一切旧商业。也有不少人开始对互联网思维嗤之以鼻，因为被打上互联网思维标签的很多神话案例破灭

了。不管是互联网大神的互联网思维，还是传统大佬柳传志和张瑞敏的解读，都是基于他们自身的成功经历。但是这并不能说明传统的、经典的企业战略理论和营销管理理论都过时了。相反，几乎所有的“互联网思维”都可以用传统经典来解读。很大程度上，互联网思维只是在用互联网时代的语言重新诠释商业和营销的本质。

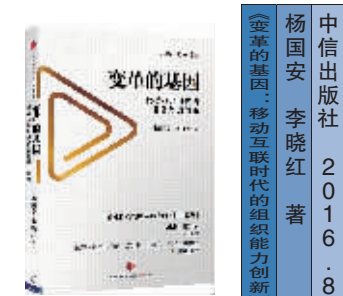
互联网并不神秘，不需膜拜，但要利用。作为商人、营销人，必须紧跟技术发展的步伐，才能跟上时代的发展。正如在18、19世纪蒸汽机的兴起，20世纪电话、电报的普及一样，每一次技术发展的大潮都会催生新的想法和做法。当代人确实需要了解和充分利用互联网。当然，现在我们会说“蒸汽机思维”“电力化思维”。科学技术就是生产力，所以顺应技术的发展来调整生产、管理和营销的思维，是理所当然的。这是每个时代的商人都必须具备的能力。

现在有个网说法叫“吓尿指数”，说的是如果一个过去的人穿越去未来，会在多大程度上被当时的新技术“吓尿”。对比

起来，一个古代人穿越去观看二战和一个二战时代的人穿越到现在，哪个人更会被“吓尿”呢？这基本能够对比出时代进步的幅度。人力、畜力相比蒸汽动力和电力，通信基本靠喊相比电报电话，有天壤之别。而手机、电脑、互联网，本来就是20世纪科幻小说的主要题材。互联网还只是通信和信息科技领域中的一小部分。过分夸大互联网在社会发展和商业中的地位，会让人忽视其他重要领域的新科技成就，而那些成就也同样是在这个辉煌时代的基石。

比如：从易趣到淘宝，电商的发展不仅仅伴随着互联网技术的进步，物流和运输行业、金融行业的发展也是居功至伟。又比如：移动互联网的兴起，直接的基础就是无线通信技术发展到了第三代，数据通信可以通过无线传播实现了，接下来才有智能手机兴起的过程。互联网是一种连接的应用。第三次科技浪潮确实存在，但不能将其神化和膜拜。我们应该好好利用，而不是抱着“信互联网成土豪”的心态。

(摘自《别再迷恋互联网思维》序言)



《变革的基因：移动互联网时代的组织能力创新》  
杨国安 李晓红 著  
中信出版社  
2016.8

互联网曾有著名的“风口论”，但是站在了“风口”，猪就真的能飞起来吗？那么多前赴后继“倒下”的企业，是因为没有找到“风口”，还是找到了“风口”，却没能坚持飞在天上？本书的观点是，战略和商业模式容易复制，组织能力却是打赢持久战的关键。



《社群商业》  
王旭川 著  
机械工业出版社  
2016.8

社群是社会发展的必然产物，人与人的快速连接、时时连接、处处连接，形成各种类型的社群。社群是否能够健康发展，由诸多因素决定，如果社群不能商业变现，社群的持续发展必然会受到冲击。

(图书信息由宁波市新华书店提供)