

随思录

水至清，真的无鱼吗？

罗浩声

“水至清则无鱼”，出自《大戴礼记·子张问入官》，《汉书·东方朔传》也有同样的表述，与之对应的是“人至察则无徒”，意思是说水太清了，则没有鱼；人过于明察秋毫，就没有朋友。

国人自古崇尚“中庸”之道，若以是观之，“水至清则无鱼”似乎有些道理，但以现实的视角来衡量，却未必经得起推敲。

笔者在甬南邹家河畔住了十余年，十多年前，这里还是庄稼成片，蛙声齐鸣的田园风光，河边常见钓鱼者。后来随着城市扩张，这里变成了闹市区，河道周边住宅、饭馆、商铺、洗车行林立，人为排放的加剧，使河水变得乌黑浑浊，鱼虾也基本绝迹，自然也见不到抓鱼人了。观察身边的变化，让笔者得出一个结论——水至污

则无鱼。

“五水共治”改变了邹家河的面貌。这两年，属地政府又是清淤又是截污纳管，在水中种植改善水体的植物，可谓想尽办法。这样一来，河水虽不及十多年前那样清澈，但水质在慢慢好转。不久前，笔者从河边经过，看到一位老先生在此独散，觉得有些不可思议。晚间散步碰到熟识的邻居，还把它当笑话分享。没想到又过了些时日，对面的河岸居然来了一溜垂钓者。原来，邹家河有鱼的消息已经不胫而走。

这让笔者想起了宁海凫溪香鱼“重生”的报道。凫溪香鱼，民间称为“贵妃香鱼”，清代曾被作为朝廷贡品。大概从上世纪六十年代始，因生态环境改变和工业污染影响，凫溪香鱼几近绝迹。得益于近些年不间断的治理，这一稀缺物种又重新“游

回了人们的视野，“游”回到人们的餐桌之上。

事实证明，导致无鱼的，不仅仅因为“水至清”，更因为“水至污”。要想有鱼，我们就要改变生产、生活方式，减少对自然生态环境的破坏，还鱼儿一个更加清澈、健康的水体，这也是今天强调“绿水青山就是金山银山”的意义所在。满足人民群众对美好生活的向往，我们就不能陷入“水至清则无鱼”的误区，放弃、放松对水环境的关注和治理。

“水至清则无鱼”这一观点流传了千百年，对社会的影响是全方位的。现实生活中，有人秉持“遇事潇洒一点，看世事糊涂一点”的处世哲学，对歪风邪气和不文明现象，睁只眼闭只眼；也有人不管大事、小事，只讲变通、不讲原则，只看利害、不看是非，还美其名曰“人情留一

线，日后好相见”。再如，过去一些地方，执纪监督失之于宽、失之于软，公职人员“吃一点、喝一点、拿一点、卡一点、要一点”成了一种习惯。有的领导怕得罪人，发现这样那样的问题，也听之任之、不管不问，私下坦言“风气如此，水至清则无鱼”嘛！

中央八项规定出台后，更是有人叫屈、报怨：“机关单位之间不能互相请吃，人情往来没了，以后工作怎么协调啊”“上面不跑不送，项目没法报批了”“不能接受企业宴请，不利于政商关系和谐啊”“灰色收入没有了，将会挫伤干部的工作积极性”，等等。有人甚至担忧，这样下去，干部队伍士气要被“整垮”，经济建设要被“搞垮”。种种论调，表达的是同一个意思——水至清则无鱼，凡事不要太较真，差不多就行了。

那么，制度的笼子越织越密、执纪监督越来越严之后，真的“水至清则无鱼”了吗？现在看来，这种担心是多余的。正风反腐的高压态势下，人际关系、干群关系、政企关系、上下级机关的关系并未因此受影响。相反，“打虎除蝇”之后，政治生态改善了，公务人员更加守规矩了；老百姓到机关办事，不仅“门好进、脸好看”了，办事效率也更高了；连那些过去主要依靠公款生存的饭店酒楼，也主动放下身段、降低价格、改善服务，变得更亲民了。

水至清则有鱼，走进新时代，鱼儿们需要水清岸绿的自然生态，水至清是鱼儿的幸事；人民群众需要风清气正的政治生态，政至清是百姓的幸事。一些人就不要再抱着“老皇历”，说什么“水至清则无鱼”了。

说法

孔子思想过时了吗？有一部分确实如此，因为没有人可以不受时间空间的局限。假如你今天读《论语》，你看到一句话：“子曰：男女平等”，你会吓一跳，以为自己买到盗版书了，孔子那时候能讲男女平等吗？所以，四大圣哲思想中时代的局限性是必然存在的，但这并不妨碍他们谈到“人”的那一方面所展现出来的普遍真理，这才是重要的。孔子有一句话叫作“己所不欲，勿施于人”。孔子家的马厩失火，而孔子回家问人是否受伤？虽然这些人是佣人、工人，但都是孔子认识的人，所以他称之为“人”而不是“民”。这就是孔子的人文主义和人道精神。“人”和“民”不一样，孔子口中的“民”可能已经过时，但重视“人”的孔子思想，却永远不会过时。

——学者傅佩荣

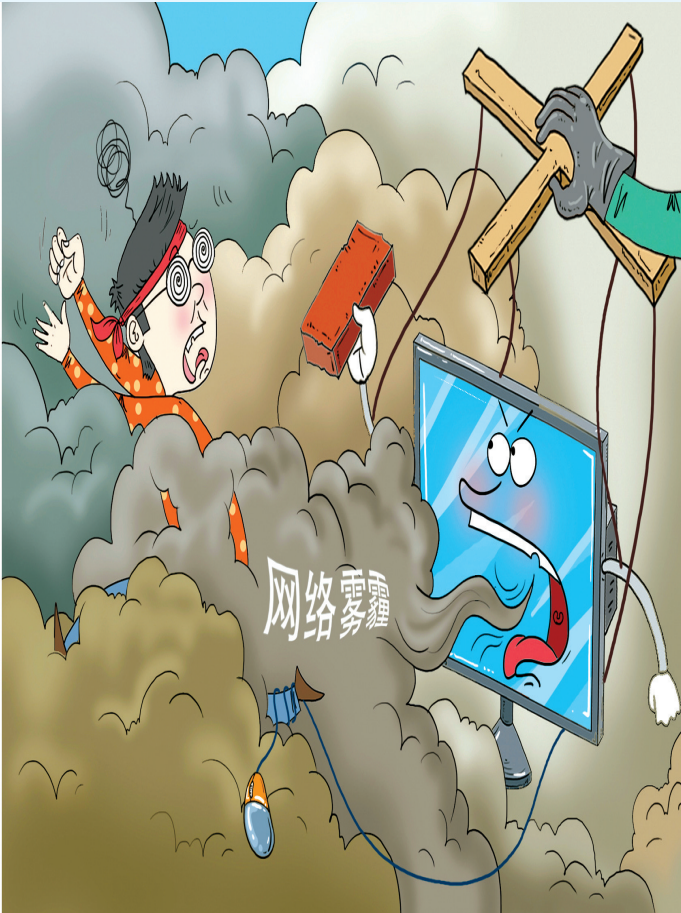
我们中国人自己的精神家园，自己当然要守护，我们得想辙。实际上，帕瓦罗蒂等三大歌王不是也得放下架子联手，做浓缩版，像我们的折子戏那样。歌王们轮流唱，而观众只买一张票就能“压缩”欣赏歌剧经典片段。以京剧为代表的中国戏曲的复兴，更应该是多音符多渠道的。传统与现代，应该是对立的统一，而不是永远的对立，京剧的历史就是不断去粗取精，不断完善不断吸取的发展历史。我们是要对得起祖宗，可传统的形式如果照搬照演，一概要求原汁原味而失掉了青年人的青睐，捧得再高也只能进博物馆吧？我们只拿《四郎探母》《玉堂春》这些老戏去与别人竞争？中国的戏如果连中国的观众特别是青年观众都影响不了，也许就只能拱手叫他们拜倒在《猫》《西贡小姐》的脚下了。这便是我们面对的现实，挺残酷的。

——京剧表演艺术家尚长荣

阳光是最好的消毒剂，现在很多企业连隐私政策都没有，用户怎么可能放心使用你的产品？如果你让用户知道会采集他的哪些信息、怎样使用这些信息、将用于哪些合理的目的，用户就会理解企业的逻辑。如果一个手电筒APP还要采集人像和读取短信，这显然是不必要、不合理的。有人觉得隐私政策就像皇帝的新衣，都知道没用，但还要强调。我认为不是没用，而是首先企业要摆正姿态，起码要让用户有机会去了解；之后的重点在于如何使用和对外披露，要让用户更强烈地感知自己拥有的权利。

——蚂蚁金服首席隐私官聂正军

漫画角



网络雾霾

谭希光 绘

老话新聊

桂晓燕

2018年伊始，生肖鸡还没下班，生肖狗已经迫不及待想要接班了。这不，元旦期间，人们在微信群里互致节日问候，已经出现“狗年吉祥”；商家早瞄准商机，正大打“狗年牌”。其实，现在还未到货真价实的狗年呢，要等2月16日农历正月初一，也就是春节那天，才是生肖狗正式上岗的日子。

大家知道，“元”意为“首”，“旦”意为“日”，“元旦”即“首日”，也就是新年第一天。现在我们所说的元旦，是指公历的岁首第一天（1月1日）；而在中国古代，是将农历的岁首第一天（正月初一）定为元旦，从2000多年前的汉武帝时期起，一直沿用到清末。1911年辛亥革命推翻了清朝，皇帝年号寿终正寝，民国改用国际通用的公元纪年法，将公元1月1日定为元旦。中华人民共和国成立后，继续采用公元纪年法，1月1日仍为元旦，农历正月初一则改称为春节。

公元纪年法的采用，是中国和国际接轨的一个重要内容。现在世界上绝大多数国家，都采用公元纪年法，1月1日元旦，已成为全世界人民欢庆新年的共同节日。与此同时，中国的春节，也正以其独特的魅力，引起世界上

先生名叫“密司脱”

越来越多人的兴趣。除了自古以来深受中国文化影响的韩国和越南、印尼、新加坡等东南亚诸国，一直保留着正月初一过大年的习俗外，近年来，一些西方国家，也会在中国春节到来时，在自己的本土举行各种富有中国传统特色的喜庆活动，和华裔华侨共度佳节。2002年，美国纽约市还将中国春节纳入公共节假日，使中国春节成为这个国际大都市历史上第一个被法律承认的亚裔节日。

中国和国际接轨的另一个重要内容，是阿拉伯数字的应用。阿拉伯数字笔画简单、书写方便、进位科学、演算快捷，早已成为国际通用数字。设想一下，如果我们不懂阿拉伯数字，会怎么样啊？想必是处处麻烦、事事疙瘩，一个头胀成两个大！另外，阿拉伯数字“1、2、3、4、5、6、7”，还被老外演绎成了音乐简谱的“哆、咪、发、唆、啦、西”，爱唱歌的人，更离不开它。

需要说明的是，所谓阿拉伯数字，其实并非阿拉伯人原创。最初系古印度人发明，后来经阿拉伯人传入欧洲，被欧洲人误称为阿拉伯数字，可不是阿拉伯人故意“盗版”哦。在这个传播过程中，中国的造纸术起到了重要的推动作用。

窥一斑而知全豹。从上述两

个例子中，我们已然体会到：世界是多元的，文化也是多元的，而且随着时代的发展和人类活动的频繁，各种文化经常处于相互碰撞、相互吸收、相互融合的过程中。

拿我们宁波来说，早在唐宋时期，就是海上丝绸之路的起点之一，近代也是中国最早开放的城市之一。包括上林湖越窑青瓷在内的中国巧夺天工的瓷器、精美绝伦的丝绸、妙不可言的茶叶，令无数东洋人、西洋人纷纷折腰；而层出不穷的进口物资，也随着丝路上的驼铃或海上的风帆，源源不断地来到明州。

这从番茄、胡椒、洋葱、羌饼等等不胜枚举的“涉外”物名，也可推知其来历；而“先生名叫密司脱，手里拿根司的克”这句宁波老话，则简洁生动地描绘出宁波开埠后，中西文化交融的景象。“密司脱”是先生，“司的克”是手杖，“司必灵”是门锁，“盖士林”是汽油……都是当时流行的“洋泾浜”英语。

时至今日，作为有自信的大国，更应该气度恢宏、开放包容、博采众长、与时俱进；作为有自尊的国民，也应该心胸开阔、言行文明，正确对待外来文化、同时努力做好自己的事情，为中华民族的伟大复兴添砖加瓦，这才是现代公民应有的爱国情怀。

如何成为价值型企业

经济周期都不一样，最核心的原因就是美国出现了企业家群体。

为什么这30年中国可以撬动世界，就是因为改革开放使中国出现了企业家群体，大家做对了四件事情：第一，用学习换到了机遇。中国企业家群体的学习能力非常强。第二，成本能力。中国企业在全球竞争中拥有了成本能力，在市场上有了机会。第三，通过创新换取了我们在全世界的认同。第四，用速度换资本。这30年最重要的是我们用了速度，30年走完了别人可能要一百年才能走完的路。有一次全球最大的农牧企业与我交流，他问我为什么中国企业30年就可以和他们120年的企业在全世界并驾齐驱？我就告诉他，我们不是用30年，我们其实也用了一百年，因为我们所有人的工作时间超过16小时。我们内心一定要非常清楚，速度来源于我们的努力和付出。

这四件事让我们在过去30年撬动了世界，但不足以支撑我们再撬动未来。未来可能需要成为一个价值型的企业。

价值型的企业应该长什么样子？我为什么会提出来价值型企业模型？因为我认为企业的持续发展一定要基于两个最主要的驱动力：一是要顺应环境。就像今天你要不要做互联网，要不要拥有智能技术等等，已经不需要

犹豫，因为这已经是一个环境的基本趋势；二是你内在驱动力不够，也就是你企业自己追求的动力到底够不够？

价值型企业模型的核心是企业整体运行所必需的三个最主要部分：战略、执行、文化。什么是价值型企业的战略，就是你需要认真讨论的底层逻辑，你的基本假设到底是什么。价值型企业最重要的能力要具备如下四个最重要的特征：第一是价值观，这是企业之间既抽象又具体的核心差距。我坚持认为企业之间的差距不是技术、不是资金、不是市场，而是价值观，是精神追求。第二是对未来整体的洞察力，我称之为战略洞察力。第三是计划控制力，就是能不能真正让你的目标和你的资源很好地不偏离。最后一个是你的组织和创新能力能不能与时俱进地与环境互动。具备这四个能力的企业，我称之为价值型企业。

价值型企业做战略判断最重要的就是看这个战略能不能支撑你走得更远。所以其关键是企业要具有战略思维而不是管理理念，战略思维的核心是选择做什么。一个可以持久的企业战略，需要拥有三个内涵：价值驱动增长、突破边界、回到终端。

集中市场占有率强调两个最重要的东西，第一，你一定要有区域的市场。第二，真正理解领

先的内涵。领先不是规模，规模不是领先的要素。规模有一个最可惜的地方就是它与顾客没关系。年营收一千亿的公司，未必能得到一个顾客的欢心。顾客永远只关心你给他的产品有什么价值。真正让你领先的是什么呢？是你不能够聚集顾客，让顾客喜欢你。

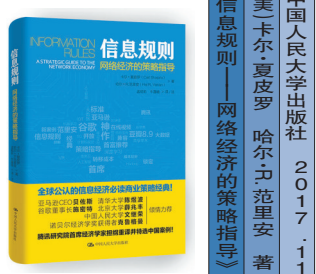
集中资源是希望大家融合一些新要素。在新的要素中，第一是创新，你一定要聚焦创新，一定要开拓、集中和聚焦创新的资源；第二是资本，你一定要跟资本组合。这在之前也许不太需要，但今后不能这样，资本是非常重要的商业驱动力；第三是品牌。没有品牌的力量，你没有办法跟顾客做连接。

价值型企业有了这些还不够，最后还需要一个文化支撑。如果没有这个文化支撑，也就没有办法去完成整个的改变。在文化支撑层面，我们要关注两件事情。一是我们是不是真的理解全球化，是不是真的具有全球思维，比如说系统性、创造性、打破边界和价值追求，而不是简单地讲规模、逻辑、成本和质量。二是理念和习惯上一定要从竞争转向融合，不能还是总去想你的对手是谁，而是要多想你的伙伴是谁。

（作者为北京大学国家发展研究院教授、BIMBA商学院院长，摘自本书）



本书从宏观经济走势、农业、工业、财政、税收、金融、对外贸易、商品市场等方面，对中国的宏观形势做了预测，具有重要价值和指导意义。



哈尔·R·范里安，谷歌首席经济学家；卡尔·夏皮罗，加州大学伯克利分校哈斯商学院讲席教授；本书指出，你在“新经济时代”并不需要全新的经济学，你只需要见识一些真正出色的东西、一些你在学习时没有学到的知识。（图书信息由宁波市新华书店提供）

社科书架



《改革的方向2：中国需要什么样的企业和社会》
林毅夫 周其仁 张维迎 姚洋 黄益平 等著
中信出版社
2018年1月

陈春花

过去30年，中国企业做到了一件事情：在世界市场立足。2016年，中国成为推动世界经济增长的最强引擎，这是不争的事实。这个事实背后是过去30年，中国诞生了一群新人，即德鲁克所定义的“企业家”。德鲁克当初分析美国经济为什么可以有一个很长的周期，与经济学家预测的

数字

50亿人次

——统计数据显示，2017年全年国内旅游达50亿人次，同比增长近13%，人均出游达3.6次，而全年中国公民的出境游达到1.28亿人次，规模几近日本人口总和。

千亿级

——数据显示，全球人工智能产业将高速发展，仅在国内，到2018年，广义的人工智能产业将达到千亿级人民币的市场规模。在全球市场上，到2025年，市场规模将高达368亿美元，行业前景可期。

93%

——2017年的统计数据显示，积极预防的健康理念深入人心，在被问及哪个因素对健康更为重要时，93%的受访者都选择了“积极的健康管理方案”，而选择“更先进的医疗技术、设备、治疗方案”的仅为6.8%。