

随思录

## 简单是一种美德

罗浩声

简单是一种美德，这句名言出自不久前离世的瑞典宜家家居创始人英格瓦·坎普拉德。这位致力于“以低廉价格生产精心设计的功能性产品”的全球最大家具商，毕生都在追求这种美德，践行这一理念。

坎普拉德17岁创办宜家，经过一生打拼，身家高达587亿美元，曾列全球富豪榜第八位，被誉为“20世纪最伟大的企业家之一”。可这位有钱人，生活极为俭朴。他的沃尔沃老爷车开了20多年，衣服多是跳蚤市场买的二手货，就餐最喜欢自家的宜家餐厅。在公司，坎普拉德严格要求员工离开办公室前必须关灯，纸张必须用两面。他所推崇的简约理念，深刻影响了宜家的企业文化。

与坎普拉德一样，比尔·盖茨也是位推崇简单生活的富人，在常人看来甚至有些抠门：这位前世界首富没有自己的私人司机，公务旅

行不坐飞机头等舱而坐经济舱，衣着也不讲究名牌，还对打折商品颇感兴趣，甚至不愿为泊车多花几美元。

甘于简单生活，折射出一个人的品行和境界。对自己吝啬的坎普拉德，在慈善事业上出手阔绰：上世纪70年代，坎普拉德就成立了慈善基金会，通过联合国难民署进行慈善捐助，仅2016年就捐资30亿美元。比尔·盖茨也一直热衷慈善，他宣布将在有生之年捐出95%的个人资产。“我只是财富的看管人，我需要找到最合适的方式来使用它”，“如果你已经习惯了过分享受，你将不能再像普通人那样生活”，他们的这些话，以及背后的精神境界，令人肃然起敬。

简单生活，其实并不简单。著名学者梁漱溟认为，人一生要处理好三种关系，而且顺序不能颠倒，即“人与物”“人与人”“人与内心”的关系。这三种关系好比是人生的三次考验、三次飞跃、三重境界。我们很多人，终其一生都未能

跳出“人与物”这个阶段，一辈子都在为物质而拼搏和奔波，不知不觉成了物欲的奴隶，对物的欲望和需求像枷锁一样戴在了颈项之上。可到头来呢？良田千顷不过一日三餐，广厦万间只睡卧榻三尺，人的基本需求，其实就是这么简单。

没钱的时候节俭、简单一些，这个人人能做到；有钱、有条件享受的时候，依然选择简单生活，却不是谁都能够做得到。现实生活中，有的人对物质充满贪婪，以疯狂占有、掠夺为乐趣，如柳宗元笔下的蝮蛇一般，“行遇物，辄持取，叩其首负之。背愈重，虽困穷不止也。”有的人信奉“人生在世，吃穿二字”，生活讲排场，消费讲档次，交往摆阔气。有的为满足个人畸形的物欲，甚至不惜以身试法，最后弄得鸡飞蛋打、家破人亡。

简单是一种美德，生活还是简单点好。司马光在《训俭示康》中说：“众人皆以奢靡为荣，吾心独以俭素为美。古人以俭为美德，今人乃以俭相诟病。一俭，德之共也；侈，

恶之大也。俭则寡欲，寡欲可以直道而行；奢则多欲，多欲则居官必贿，居乡必盗。”这真是洞穿历史的金玉良言。如果都能谨记“由俭入奢易，由奢入俭难”的古训，又怎会有那么多人落入万劫不复的深渊呢？

大道至简。纵观世事，大凡至善至美的东西，皆是简单的。土地质朴无华，但能承载万物；水与世无争，却滋养生命、孕育万物；《老子》被誉为哲学中的哲学，却有五千言；阿拉伯数字只有10个，却能算尽人间的全部数量关系；音符只有7个，却可以演绎出世上的悲欢离合；英文字母只有26个，却能表达人类丰富的思想。这一切，正如甘地所说，简单是宇宙的精髓。

简单是一种修养，是一种境界。人的痛苦，大多来自复杂；人的快乐，往往源于简单。我们平常之人，不太可能像坎普拉德和比尔·盖茨那样，拥有那么多财富，但我们可以学习他们的生活态度，淡泊物欲，崇尚简单。

世象管见

## 恶俗，得群起而攻之

吴启钱

在互联网舆论越来越开放、多元化的今天，很少有公共话题能够“意见一致”。但最近江苏盐城“闹公公”等恶俗的讨论，却出现了舆论一边倒的局面：几乎所有人认为，对于恶俗，当群起而攻之。

“爬灰”等乱伦行为，平时作为“黄段子”讲讲都令人恶心，公公在婚礼上“强吻”儿媳，不仅使人恶心，更让人不齿了。尽管当事人事后发表律师声明，说明是依照当地婚礼习俗进行的“假吻”。网友认为，就算真的是“假吻”，大庭广众之下也是伤风败俗的行为。

结婚是人生大事，把婚礼搞得热闹浪漫一些，可以理解。我国民间传统婚庆中的很多仪式和习俗，都是“闹”在其中，目的主要就是营造祥和喜庆的气氛。但是类似“闹公公”这样的婚闹则完全走向了反面，从风俗变成了恶俗。恶俗之所以恶，在于其背离人性、违反人情、污辱人格。人重人格，人知底线，人有人伦。虽然早已经不再是“男女授受不亲”的年代了，但在家庭成员中公公和儿媳、大伯和兄弟媳妇等，仍然是值得注意和必须避嫌的关系。这不是尊卑有序，而是少长有别，长辈应该有长辈的样子。极个别地方婚俗开放，也不允许乱伦，这是人区别于畜生的一条界线。最近网上还有一段视频，新娘因被人掐住脖子强按在地上向长辈磕头而被激怒，起身对掐她的男子就是一耳光。网友纷纷点赞：打得好！因为这污辱了新娘的人格。

婚闹上会有很多未成年人，若成人举止不雅，或者婚闹过分，容易给围观的孩子带来心理伤害和行为误导，严重的会败坏社会风气。一些婚闹恶俗还涉嫌违法，司法实践中

已有不少案例，像最近贵州遵义的新郎夏先生，就在婚礼上被“闹”成了10级伤残，婚闹方要负起法律责任。

恶俗之所以产生并流行，源自愚昧无知。有人认为婚礼上再怎么闹，都有“免罪金牌”；有人对公开侮辱或侵犯女性（新娘、伴娘），不以为耻反以为荣，更不认为是犯罪。“闹公公”事件后，就有人强调这是风俗，即便闹一闹是风俗，也是极个别地方很久之前的事，新中国实行婚姻自由都快70年了，早已废除了买卖婚姻，即便闹一闹是风俗，类似公公与儿媳在婚礼现场有不雅肢体接触行为的风俗，也该移风易俗，让文明的春风荡涤恶俗的丑陋。

恶俗难改的背后，是长期以来强权对弱势群体、对女性的不尊重甚至任意侵犯的遗毒。尽管男女平等的观念有很大进步，但在个别领域、特定场合，女性依然处在被支配地位，或被“潜规则”，或被侮辱，不被尊重，缺乏平等。

在一些婚闹现场，只见粗俗，不见祝福。参加婚礼的部分人，充满低级趣味，总希望在婚礼上搞点闹新娘、闹伴娘、闹公婆的花样，“迎合亲朋的期待心理”，“营造气氛”。如果能把新娘和公公一起请上台“做点文章”，就会很开心。这样把审丑当审美、把胡闹作热闹的“看客心理”，需要好好改改。

恶俗是文明的敌人，对恶俗，当以强大舆论群起而攻之。法治是恶俗的克星，对无节制闹新娘、伴娘等恶俗，特别是对猥亵、污辱妇女的行为，要依法严惩。对恶俗婚闹，当事人当坚决抵制，尤其对受害者来说，用法律保护自己是则是最直接最有效的手段。尽管婚闹纯属私权利范畴，婚闹也多是游戏，但是，一旦闹剧触碰到法律高压线，公权力应该及时介入。

漫画角



枯竭

朱丞 绘

从“有什么买什么”到“多元并存”  
未来的零售业会变成什么样？

朱晨凯

无论是商场、超市、便利店，还是网购、代购、微商，甚至在路边自动售卖机随手买杯饮料，我们每个人的生活都离不开零售的场景。可以说，零售业是最接近我们生活的实体经济。零售业经过了哪些发展变化，未来的零售业又是何种形态？本书围绕商品、成本、效率、用户体验与大数据，重构人、货、场，向相关企业提供了打造新零售的新方法、新路径，也为读者提供了一些新思考。

本书对零售业的发展阶段进行了系统梳理，认为零售业大致走过了四个时代，每个时代都有鲜明的烙印。在1.0时代，零售仅是买与卖的代名词。较为正规的零售商用三尺柜台隔开消费者与营业员，双方有距离地交流，营业员不冷不热，消费者也没有太大热情，完成简单的交易后，零售商的使命基本结束。



社科书架

《重构零售：新零售时代企业生存法则与经营实践》  
王晓锋 著  
浙江大学出版社  
2018年3月

2.0时代，零售商不再单枪匹马，而是树立了集团化战略策略，零售发展呈现连锁化的态势。零售商凭借自身的资源优势，迅速掌握了渠道的话语权。

渠道为王，生产商除了传统渠道之外并没有另外的渠道可以销售，这真是传统零售商的“黄金时代”。

【精彩书摘】

●各大零售商的业态探索有相同之处，也有不同之处。相同之处是，所有零售商顾及了消费者的跨渠道体验，将线上与线下融为一体，实现了线上线下、线下快速配送。线上与线下的连接成为一项必备技能，如果缺失，根本无法与消费者达成共识；所有零售商不约而同地强调了配送的及时性，承诺在配送范围内可

以快速到达。3公里商圈客户，成为线上与线下争夺的重点。这些大品牌零售商开出的小业态都把商圈压缩到触手可及的范围。商圈的缩小，让目标消费者更为集中，同时还能把零售商的运营效率发挥到极致。

不同之处在于，每个零售商的新业态都极具想象力，这考验的是零售商的智慧，他们都在尽量地避

免与竞争对手重合。这些新推出的实体店业态，每家零售商都有独家秘籍，这表明他们不甘心与他人雷同，残酷的竞争也不允许他们与别人雷同。

●业态探索最终探索的是效率与成本，缓行的零售商可能因为一时的迟疑而错过最佳的发展机会。在发展的紧要关头，机会

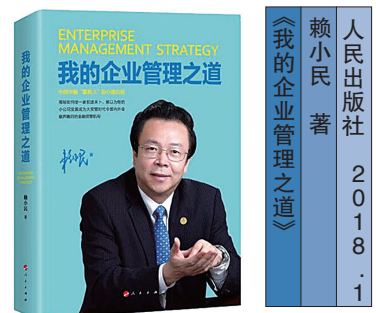
的错失将无法弥补。柯达在由胶卷成像到数码相机的转变进程中，因为迟疑而把最好的机会拱手让人，从而走向了破产的命运；诺基亚自1996年开始，连续14年保持了手机行业的市场份额第一，但面对智能手机崛起，诺基亚未作出及时的转变，终被苹果和三星超越，最后不得不把手手机业务卖给微软，从此退出手机

市场。行业的转变带来机会的同时，也暗潮涌动。与风浪同行的人可能会获得机会，但远离风浪的人最终交出的必然是竞争资格，如果资格都失去了，还谈什么竞争？现实如此残酷，这也让各大零售商不敢停下脚步，就算付出资金成本和时间成本，也要坚持探索；就算是一个试错过程，也要不惜代价，坚持前行。

电商的兴起，意味着3.0时代的到来。初上网需要借助电脑等固定设备，这为购买带来一定障碍，PC时代的网购还没有现在那么疯狂。传统零售商在电商的PC时代并未作出回击之势，只是像对待普通的新事物那样，不屑、好奇，还有些无动于衷，未把消费者购物习惯潜移默化的转变太当回事，从而错过了研究消费者习惯转变的最佳时期。渐渐地，消费者的购物范围开始扩大，传统零售商此时发现，他们的独有优势正在消失。

4.0时代，则是零售的未来，意味着开放与包容、多元与个性并存。消费者已然不是昨天的消费者，不再具有传统零售模式下的消费习性。他们更善于使用工具，也更善于通过不同渠道满足自己的购买欲望，消费者成为真正意义上的中心。互联网时代的来临，消费的主动权又交还给了消费者，电商在拼命地争取流

【关联图书】



本书是华融资产管理股份有限公司党委书记、董事长赖小民集数十年企业管理经验，在华融经营历程中总结、整理出的管理经验和企业发展之道。主要内容包括企业发展战略、战术、治理、经营、创新、用人、文化、责任、处事、梦想十个部分，系统阐述了国有金融企业的发展壮大之路和新一代国有企业家的经营和管理思想。



本书以近年的宏观经济运行作为线索，围绕金融发展、人民币汇率、去杠杆、结构性改革、互联网经济、世界经济新格局等中国经济转型期的突出现象和热点问题展开讨论，解析国家大政方针，从宏观经济中洞察微观体系，把握中国经济脉络。

(图书信息由宁波市新华书店提供)