有限投资

无限价值

宝安风 279 2017 03

宝安风

经营智慧　管理人生

创刊于1994年　2017年第3期　总第279期



分享经济时代

中国宝安集团 出品

中国宝安集团
CHINA BAOAN GROUP



小事大作

文/本刊编辑部

在一次记者招待会上，一位外国记者问彼得·冯·西门子：“为什么一个8000万人口的德国，竟然会有2300多个世界名牌呢？”这位西门子公司的总裁是这样回答他的：“这靠的是德国人的工作态度，是对每个生产技术细节的重视，既承担着生产一流产品的义务，又提供良好售后服务的义务。”当时那位记者反问他：“企业的最终目标不就是利润的最大化吗？管它什么义务呢？”西门子总裁回答道，“德国人的经济学就追求两点：一、生产过程的和谐与安全；二、高科技产品的实用性。这才是企业生产的灵魂，而不是什么利润的最大化。”

西门子仅是德国制造的代表之一。事实上，说起德国制造，奔驰、宝马、拜耳、汉高、阿迪达斯等品牌都同样如雷贯耳。对很多中国人来说，Made in Germany毫无疑问就是品质与工匠精神的象征，而在全球范围，“德国制造”同样备受青睐。统计网站Statista与市场研究公司达利亚咨询有限公司对52个国家43000名消费者进行“2017年全球商品生产地认可度”的调研表明，“德国制造”不负众望在消费者心中的喜爱度位居第一，其中，德国产品的普遍标签为“质量”与“安全”。

整个世界认可的背后，其实是对整个德国工业的尊敬。曾有人说，在工业制造上德国人，人人都是“处女座”，很多企业一直秉承“小事大作，小企大业”的精神，在瞬息万变的世界里珍藏着将一件事情做到极致的工匠之心。

然而许多人也许并不了解，“德国制造”并非一直是优质、顶级象征，也曾是“劣质产品”的代表。实际上，“德国制造”这个词，最初来源于1887年8月，英国议会通过的侮辱性的商标法条款，规定所有从德国进口的商品必须标注“德国制造”字样，以此将价廉质劣的德国货与优质的英国产品区分开来。然而120年后的今天，德国人用自己的双手，用精益求精的实用主义精神，努力改进产品和工艺，提高科技水平，使“德国制造”摇身变为“高品质、高性能、高工艺”的制造业最高标准代名词。

德国制造百年身份的变迁，难以一言以蔽之。但其专注、执着、精益求精确是共识。事实上，构建“德国制造”形象的既有声名远播的大众、奥迪、宝马、奔驰、西门子等巨头，也有一大批被称为Mittelstand的中小企业，它们占到了德国企业总数的99%以上。

今天的中国，正从制造大国迈向制造强国，国家也正在推动“中国制造2025”与德国“工业4.0”的深入对接，吸收德国制造的精华，融入中国企业的勤劳与智慧，定将绽放出中国制造的品质与荣耀！

中国宝安集团 CHINA BAOAN GROUP　股票代码：000009



理性投资　共创蓝天



http://www.chinabaoan.com

宝安风

经营智慧 管理人生

创刊于1994年　2017年第3期　总第279期

出品方

中国宝安集团 CHINA BAOAN GROUP

总编：李志红

主编：兰惠

编辑：杨红波　郭亮

视觉：陈大胜

发行：洪嘉莉

特约撰稿人：

尔东　北东　老莫　唐学鹏　苏小和
许峰　薛兆丰　李天军　李颖　王鹏　郝晓彤
曾敏儿　贺莉丹　李弘　张逊　潘宏飞
马小虎　夏有章　孔东亮　冯至亚

《宝安风》杂志社

深圳市笋岗东路1002号宝安广场B座28楼

内部资料 免费交流

登记号：粤B第10224号

电话：0755-25170041

传真：0755-25170300

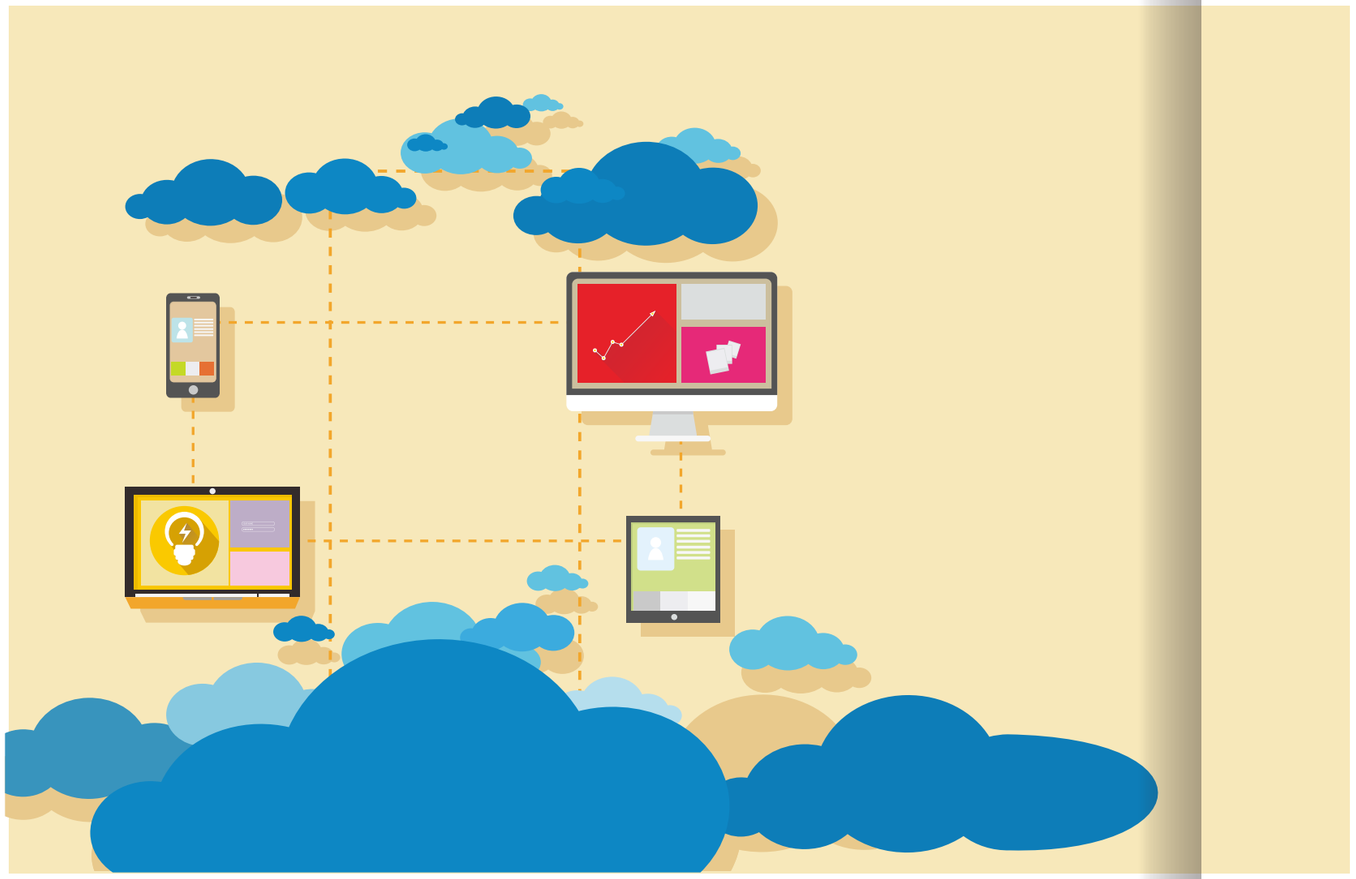
E-mail:baoanbaf@126.com

http：//www.chinabaoan.com

《宝安风》公众号

所刊文章观点为作者观点，不代表本刊立场。如需转载，请与本刊编辑部或作者联系。
部分文章未联系上作者，请见刊后与编辑部联系。

CONTENTS 目录



分享经济时代 / 12

12 T **TOPIC · 专题**

分享经济兴起的逻辑 /14
中国分享经济的发展与趋势 /18
传统企业如何在分享经济中获取新的竞争优势 /22
读懂分享经济的7个正确姿势 /26
热闹背后的冷思考 /28
分享经济没有告诉你的事 /32
一个MIT教授与他的分享社区 /36

P 01

PREFACE · 卷首

01/ 小事大作

I 06

INFORMATION · 资讯

06/ 集团荣膺“中国500最具价值品牌”百强 宝安动态
08/ 中国宝安：深圳投资史的见证者 媒体扫描
10/ 国常会：鼓励险资兴办养老机构 行业动态

C 40

CAPITAL · 资本

40/ 全球性的改变源自微小的事务 资本家
46/ 合作共赢是未来财富管理行业方向 资本眼光
50/ 休闲农业进入IP时代 资本主意
54/ 松花湖冰雪小镇炼成之道

M 58

MANAGE · 管理

58/ 花费的任何精力和时间都是一种投资 思筹之路
62/ 王汉成：做中药文化的传承者 管理实践
64/ 从人性的角度探讨企业管理 经营智慧

C 70

CULTURE · 文化

70/ 吴清友：诚品书店的初心 明心见性
75/ 没有小龙虾的夏天是不完整的
78/ 别总抱怨，有本事成为自己世界规则的制定者 微言小义
80/ 人是最高的山 艺苑

征稿启事

《宝安风》是中国宝安集团主办的财经管理类内部刊物，多年来坚持“经营智慧 管理人生”的定位，形成了以企业人的视角洞察社会，以社会人的立场剖析企业的风格，并得到了读者的广泛认同，为了更好地提高期刊质量和水平，《宝安风》杂志现向集团内外读者诚征稿件，要求文章要有创新性、实用性或思想性，内容范围需符合以上杂志栏目定位要求。

投稿邮箱:baoanbaf@126.com
联系电话：0755-25170041。
稿件一经采用，即付稿酬。

《宝安风》编辑部

INFORMATION
资讯

宝安动态



集团荣膺“中国500最具价值品牌” 百强

6月22日，世界品牌实验室(World Brand Lab)在北京举行第十四届“世界品牌大会”，会上发布了2017年《中国500最具价值品牌》排行榜。在这份基于财务数据、品牌强度和消费者行为分析的年度报告中，近年转型发展以新材料为主的高科技产业集团而被市场关注的中国宝安集团以510.26亿的品牌价值，名列全国百强第68位，在广东地区的入选企业中排名第12位。



集团召开2016年度股东大会

6月22日，集团2016年度股东大会在集团总部29楼会议室召开，参与投票的股东（代理人）共 141人，会议以现场投票和网络投票相结合的方式表决审议并通过了公司《2016 年年度报告》、公司《2016 年度董事局工作报告》、《2016 年度监事会工作报告》、公司《2016 年度利润分配预案》等八个议案。



集团党委举行纪念中国共产党成立96周年系列活动

为纪念中国共产党成立96周年，集团党委在2017年5—6月围绕“两学一做”组织开展了一系列自查、评议、学习、纪念活动，并于6月28日在总部29楼大会议室召开2016-2017年度表彰大会，集团党委委员和各支部党员出席了本次会议。会议由集团党委副书记兼纪委书记骆文明同志主持，集团党委书记贺德华同志总结了过去一年党委的主要工作，并宣读了表彰决定，集团党委委员为优秀党支部、优秀共产党员和优秀党务工作者颁发了锦旗、荣誉证书和纪念品。

会后，集团党委组织党员进行学习，观看央视专题纪录片《一带一路》，对“一带一路”这一国家级顶层战略的出台背景，重大意义，框架思路，基本内容，发展历程和前景进行了全面了解。



集团羽毛球队参加市非公党委“党建杯”羽毛球赛

6月25日，集团党委代表队参加了由深圳市非公有制经济组织党委（市非公党委）主办，深圳市个体私营企业协会党委承办的庆祝建党96 周年“党建杯”羽毛球邀请赛。在由总共48支队伍参加的比赛中，集团党委代表队以小组第一的成绩出线，并最终获得第九名的好成绩。

《宝安风》受邀与《特区监狱》杂志交流学习

6月29日，《宝安风》与深圳出版行业协会一同受邀前往深圳监狱与《特区监狱》杂志进行业务交流学习，大家交流、沟通，拓宽工作思路，共同探讨提高企业办报办刊业务水平和企业文化宣传工作。



集团2017年中期工作会议结束

7月11日，集团2017年中期工作会议在深圳集团总部结束，集团所属企业及集团总部各职能部门参加了会议。会议总结了2017年上半年的工作情况，对下半年的工作做了部署。集团董事局主席陈政立和其他领导出席了会议。

在所属公司中期工作总结会上，各企业就上半年的工作和遇到的问题进行了汇报，对遇到的主要问题提出了解决思路，总结了上半年工作中的经验和教训，并部署了下半年的工作目标和落实措施。中期工作会议期间还举行了各行业会议等专题研讨活动。

集团举行第三十二期高中层训练营



7月9日，由集团人力资源部组织的中国宝安集团第三十二期高中层训练营举行，参加本次培训的包括集团领导，总部中层管理人员和部分骨干员工，以及所属企业董事长、总经理。

本次培训的主题为《冠军运营系统》，课程内容是以年初集团董事局陈政立主席《赢在效率》重要讲话精神为指引，围绕“建立高效运营系统”和“提升领导力”展开，旨在帮助各级管理人员认识组织运营系统对企业经营管理的重要性，了解高效运营系统的特点、实施原则和建设方法，同时掌握有效提升自身领导力的要领，不断改善企业运营效率和管理效率，为增强企业核心竞争力打下基础。

通过本次培训，各级管理人员对“冠军组织模型”有了系统认识，掌握了运用模型从战略、文化、绩效、流程、人员等方面对企业运营系统进行分析诊断的方法，既拓展了管理知识，也增进了相互之间的交流。

媒体扫描



中国宝安：深圳投资史的见证者

宝安日报

2017年6月30日

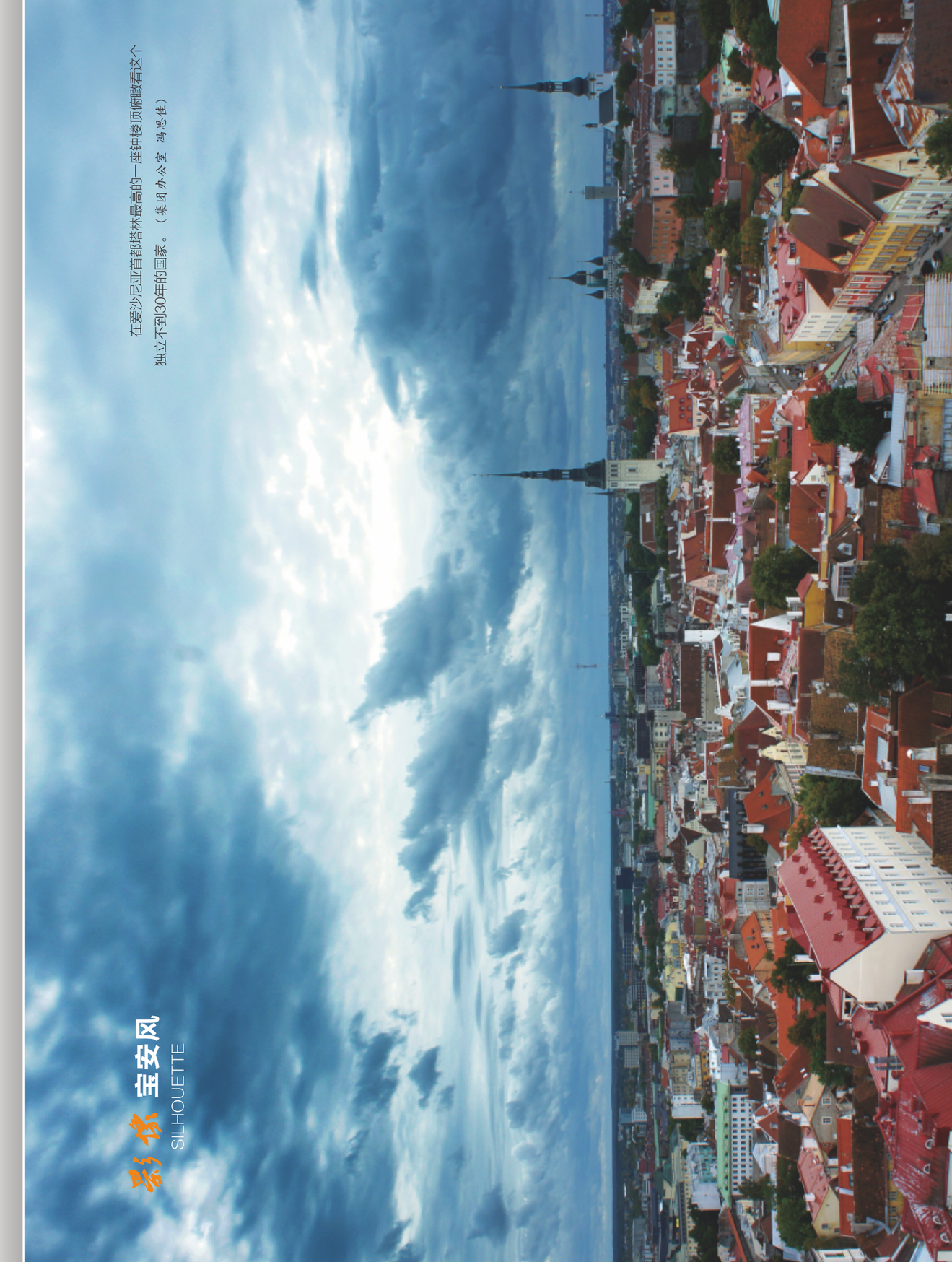
1983年，中国宝安集团前身宝安县联合投资公司成立，以向社会公开招股的方式组建了新中国第一家股份制企业，同年发行了新中国第一张股票。2017年，经过三十多年的发展，中国宝安集团从成立之初的二十万元发展为资产数百亿的产业集团，已经成长为一个坚持实业经营、资本经营、虚拟经营相结合的大型国际高科技产业集团。

……

深港通带来了新的机遇与发展

纵观中国宝安集团的发展历史，可以很清楚的看到一条贯穿始终的主线，那就是无论处于顺境中，还是逆境中，都一直在求变。2016年12月5日，深港通正式启动，大大有利于投资者更好地共享两地经济发展成果。中国宝安集团相关负责人认为，深港通有助于推动国内资本市场的成长。同时为外资投资中国市场打开又一个通道，A股资金水平可能会提高。“长远来讲，这是个利好，意味着机会更多，内地投资者也有了新的投资渠道。深港通采用的互联互通模式给两地投资者带来便捷自由进出对方市场的机会，流动又十分可控，实现资本市场双向开放，为两地市场创造共赢。”中国宝安相关负责人表示，长远来看，深港通应会给两地市场带来深远的影响。

2016年开始，中国宝安集团全资子公司要约收购了港交所上市的公司国际精密，截止2017年4月13日，中国宝安集团全资子公司宝安科技有限公司持有国际精密集团有限公司的股份，占其总股本50.48%。未来，中国宝安也将根据新时期的市场的实际变化，积极应对，为打造一个以新材料为主的高科技产业集团而努力。



INDUSTRY TRENDS NEWS

行业动态



国常会：鼓励险资兴办养老机构】李克强主持召开国务院常务会议，部署促进商业养老保险发展的措施，鼓励商业养老保险资金兴办养老机构；部署促进分享经济发展的措施，鼓励探索和大力发展分享经济。

工信部：将制定新材料产业发展若干政策】工信部原材料工业司副司长潘爱华表示，接下来政府部门在新材料发展方面将做十项重点工作，包括：制定新材料产业若干政策、聚焦新材料产业发展重点、启动重点新材料研发及应用重大工程、论证研究设立中国制造2025基金支持新材料等产业发展、做好新材料创新中心建设、解决新材料推广应用的问题、搞好新材料军民融合发展、推进平台建设、加强新材料人才培育、营造产业发展良好环境。

工信部：推进中国制造2025要优先发展两个核心基础产业】工信部规划司司长罗文：继续推进《中国制造2025》要优先发展两个核心基础产业，新一代信息技术产业要重点突出软件、集成电路、人工智能与智能硬件等战略性、先导性产业，新材料产业要着力突破一批重点应用领域急需的先进钢铁材料、石化材料等先进基础材料。

国防科工局：扩大军工投资的渠道和来源】国防科工局印发2017年军民融合专项行动计划，积极引导各类社会投资主体参与国防科技工业投资建设，扩大军工投资的渠道和来源。深入推进军工企业混合所有制改革，组织3家首批试点单位实施混合所有制改革。

工信部将推进新能源车顶层设计】工信部部长苗圩19日在参观青海省西宁市南川工业园区时表示，未来将进一步推进新能源汽车顶层设计，推进新能源汽车在技术、产业规模、市场化以及模式创新等方面的发展。同时，进一步完善汽车节能、环保等领域强制性标准，不断拓展新能源汽车的市场应用。

央企新能源汽车推广及充电设施建设联合办公室成立】中国普天牵头，联合中国一汽、东风汽车、长安汽车、中国中车、国机集团等6家中央企业组成央企新能源汽车推广及充电设施建设联合办公室，全面负责中央企业在京单位新能源汽车推广及充电设施建设项目的落实及推进工作。

严格控制新增传统燃油汽车产能】发改委、工信部发布完善汽车投资项目管理的意见，提出严格控制新增传统燃油汽车产能，健全行业退出机制。支持社会资本进入新能源汽车及关键零部件生产领域；加快国有汽车企业改革步伐，鼓励企业兼并重组和战略合作，提升产业集中度。

车联网产业体系建设指南征求意见】工信部就《国家车联网产业体系建设指南（智能网联汽车）（2017年）》征求意见，提出到2020年，初步建立能支撑驾驶辅助及低级别自动驾驶的智能网联汽车标准体系，制定30项以上智能网联汽车重点标准；建立标准立项、制定和发布实施绿色通道。

全国首个“变电站+充电站”站点投运】全国首个“变电站+充电站”站点——深圳莲花山充电站正式投运。未来南方电网公司还将探索在变电站楼顶和地下建设充电设施。



中国首款大型太阳能无人机完成高空飞行试验】近日，我国自主研发的新型彩虹太阳能无人机圆满完成临近空间飞行试验。太阳能无人机具备超长航时特点，未来留空时间可长达数月至数年。此次试验成功，标志着我国已成为继美、英之后第三个掌握该技术的国家。

石墨烯防腐应用推进工作组正式成立】小组由中国工程院薛群基院士为组长，干勇等5名院士为顾问，组员涵盖中石化、中石油、中海油、巨化集团、圣泉集团等30多家涉及防腐涂料研发、生产和工程应用单位。近年来，已实现了石墨烯重防腐涂料在国家电网、沿海风力发电、临海原油储罐、航天装备以及海洋多功能平台等领域的示范工程。

浙江大学发布新“石墨烯膜”材料】在新一期《先进材料》杂志上，浙江大学高分子系高超教授团队发布一种新型“石墨烯膜”材料，它解决了宏观材料高导热和高柔性不能兼顾的世界性难题，有望在新一代柔性电子器件、航空航天等领域获得重要应用。

分享经济时代

从交通出行到住宿，从网约车到单车、充电宝……分享经济正以各种形式蔓延渗透到我们衣食住行各个方面，也在改变着我们的生活。根据《中国分享经济发展报告2016》显示，我国参与分享经济活动总人数目前已超5亿人，越来越多的人成为了分享经济的受益者、参与者和推动者。

马化腾在《分享经济：供给侧改革的新经济方案》一书中提出：分享经济不是一阵风，而是经济发展周期中的一个新阶段。随着中产阶级消费升级，闲置物品增多是趋势，分享经济也是未来大趋势。与此同时，有学者甚至断言，“未来经济是共享的。”

据国家信息中心分享经济研究中心、中国互联网协会分享经济工作委员会联合发布的《中国分享经济发展报告2017》显示，2016年中国分享经济市场交易额约为34520亿元，比上年增长103%，未来则有望保持年均40%的高速增长。

在分享经济迅猛发展的同时，国家将分享经济列入国家发展战略，是落实“以人为本，创建和谐社会”号召的需要，是调整经济发展方向的必然举措。分享经济在国家的支持下必将迎来高速发展时期，会为社会创造更多价值。

与此同时，分享经济快速发展也将给传统行业带来前所未有的冲击，而面对分享经济的冲击，传统企业又该如何面对？分享经济未来的发展趋势如何？本期专题将与您共同探讨这些问题。



分享经济兴起的逻辑

文/陈驰（小猪短租联合创始人兼CEO）

分享经济，在四年前是很多人不知道的词汇，小猪开始做分享的时候受到很多质疑，从我身边的朋友、亲属，到接触的VC、PE都认为走不通。中国人不可能做分享，中国人不可能把自己的房子打开让陌生人住进来。

四年以后，我们发现很大的变化，从概念上大家都知道，出行、住宿、家厨，还有58的二手闲置分享，渗透领域逐渐变多。投资逐渐变成热点，很多大的基金，包括PE、VC都在这个领域做布局，而且投资金额也不小。

这和四年前形成非常鲜明的对比，四年前的逻辑和四年以后的逻辑不一样。中间发生了什么样的变化，本质的逻辑是什么。我给大家做三点分享，分享经济从这四年的变化过程里，哪些底层逻辑支撑了今天的变化。

分享经济为什么出现

分享经济为什么出现？物质基础是什么？

当然是大量的剩余物质，无论是车、房，还是二手物品，可以分享是因为二手物资有冗余。我九几年在医学院，一些综合性的疾病，高血压、糖尿病造成的综合性疾病相对少见，但是也逐渐出现。我们学医学的时候，像内分泌科都是一些小的科室。中国在70年代、80年代，都是在物质短缺中成长起来的。放到人类整个历史上基因的进化，都是在物质匮乏中进化出来的，高血压、糖尿病这些病在人类的进化历史上是很晚出现的。

另外，我们小时候政治课上学的一句话：社会主义的初级阶段的主要矛盾是人民的需求和生产力严重不匹配，或者是生产力不能满足人民群众日益增长的物质文化需求。

人类历史上大多数时候都是一个物质短缺的状态，但是大家没有意识到随着中国近30年的后发优势、快速规划，在进程即将结束的时候，从人类历史上第一次从短缺经济到富饶经济。

我们面临供给侧改革，去产能、去促进、去杠杆，这是人类历史上从来没出现的。这个大背景是分享经济出现的主要逻辑，特别是个人有了剩余的资产和资本进行分享。当然因为生产力、生产效率的提高，大量的劳动时间也会被释放出来。

我们老一辈的父母工作时长都很长，无论是在工厂，还是在事业机关，很少有多余的时间进行再生产，或者所谓的分享。在过去的20年，家庭的车辆从很稀缺到每个家庭有1-2辆车，房子也是这样。从1995年住房改革以后，近20年的私有住房发展非常快，甚至住房是过剩的，中国据统计也有2000-4000万的房子电表都是不转的，这是很大的反差。

分享经济为什么能成

第一，因为全人类从长的历史来看，第一次从所谓的短缺经济进入到富饶经济，我们有剩余的资本可以进行分享，这是一个前提。

第二，我们受到最大质疑的只有一个：无论是投资人还是个人，VC都认为分享或者是房子的分享很难解决信用和安全的问题。他没有看到过去十几年互联网的出现，其中一个典型的特征是连续消除所谓的“信息不对称”。

以前买二手物品没有形成闭环的时候，信息没有解决不对称，买的床垫有很大的咖喱味，会出现道德风险、信用选择的问题。但是在互联网领域会把遮蔽的信息和行为通过闭环的系统逐渐披露出来，或者是帮用户做筛选，或者通过闭环的信息向双方发出更多的信息，让交易变得更加安全。

58、赶集以前做短租房的时候，道德风险非常明显，房东在分类信息上发了房子短租，照片很漂亮，但是有可能房子的照片是假的。交易很可能是通过电话进行，房东很有可能让你先打定金，定金打过去后发现房东和房源完全不存在。通过闭环解决道德风险和信息不对称的问题。

房子需不需要核实信息？早期会。因为是闭环，可以做担保，能把道德空间消除掉。所有交易基于现在的实名制和信用体系做闭环的时候，身份是可以锁扣的。本质上做分享的时候不是匿名进行，是在实名下进行。每个人都以实名的身份发布房子、预定房子，每个交易都有实名做锁扣。

当然和全局的实名制发展有关系，比如手机号的实名，我们可以用到公安部的身份证系统做筛选。从全社会到每个垂直网络，从电商到很多领域，都有在线交易，和实名做捆绑的时候，全社会会形成信用体系。美国过去出现的信用评级，200-800，200是很差，800非常好。中国也出现了芝麻信用的芝麻分，也是200-800，在小猪，芝麻分700不用付押金，800不用付定金。闭环体系还能沉淀交易的信息，房东是高频交易的对象，好的评价让他持续得到订单，也强化信用体系不断进化。

通过互联网的技术很好地消除信息不对称，把道德风险解决掉，人和人的交易就可以进行。有了闲置的物资、闲置的资本和其他盈余，当互联网交易环境搭建好的时候整个交易就可以开始，就可以形成自由市场。这个时候平台效益就开始了，能自我进化、自我沉淀、自我往前发展。

尽管大家对分享经济从开始的不认可、不合逻辑，到现在开始关注它、认可它，这还是远远不够的，还只是一个开始。

今天的分享经济只是开始，可以渗透到各个领域，可以赋予到个人，让个人根据自己的存量资本、资产、盈余，去参与到全域的商品服务中。



第三，分享经济会遇到法律和监管的问题。

尽管在全球看，分享经济是去中心化的趋势代表，也是后工业化时代出现的去中心化代表，但在欧洲和美洲都遇到一些监管上的麻烦。过去200年是工业化的进程，所有和商业相关的法律和监管方式本质上是200年工业化进程里形成的一些产物，它们为经济服务。

经济是前提，经济后面的自然运行逻辑是前提，法律只是一个结果。工业化进程到尾声，我们要开始去中心化。去工业化的时候，法律和监管是重新寻找点的过程。时间会比较长，但是从逻辑上看不是不可改变的东西。尽管有很多矛盾和冲突在里面，但是改革的动力非常强。

后工业化刚刚开始，其中以分享经济为代表，网约车法律条例也在通过中。大家需要一些耐心，但显然不是刚性约束。

分享经济兴起逻辑

第一，人类历史上第一次开始出现了全球范围内的所谓“富饶经济”，生产力第一次大过需求。这是非常重要的变化，很多人没有意识到这个问题。

第二，互联网的出现，通过连接可以消除所谓“点到点的交易中信息不对称”问题。

第三，法律上的问题不是刚性约束，而是进化或发展的结果。

分享经济是平台经济，有很强的网络效益，本质上是形成了新的连接，即“去中心化的点到点的连接”，这是非常不得了的。过去200年工业化进程形成了所谓的自由市场，让企业变成整个经济的原动力，可以去观察市场不均衡的地方，可以去做创造。

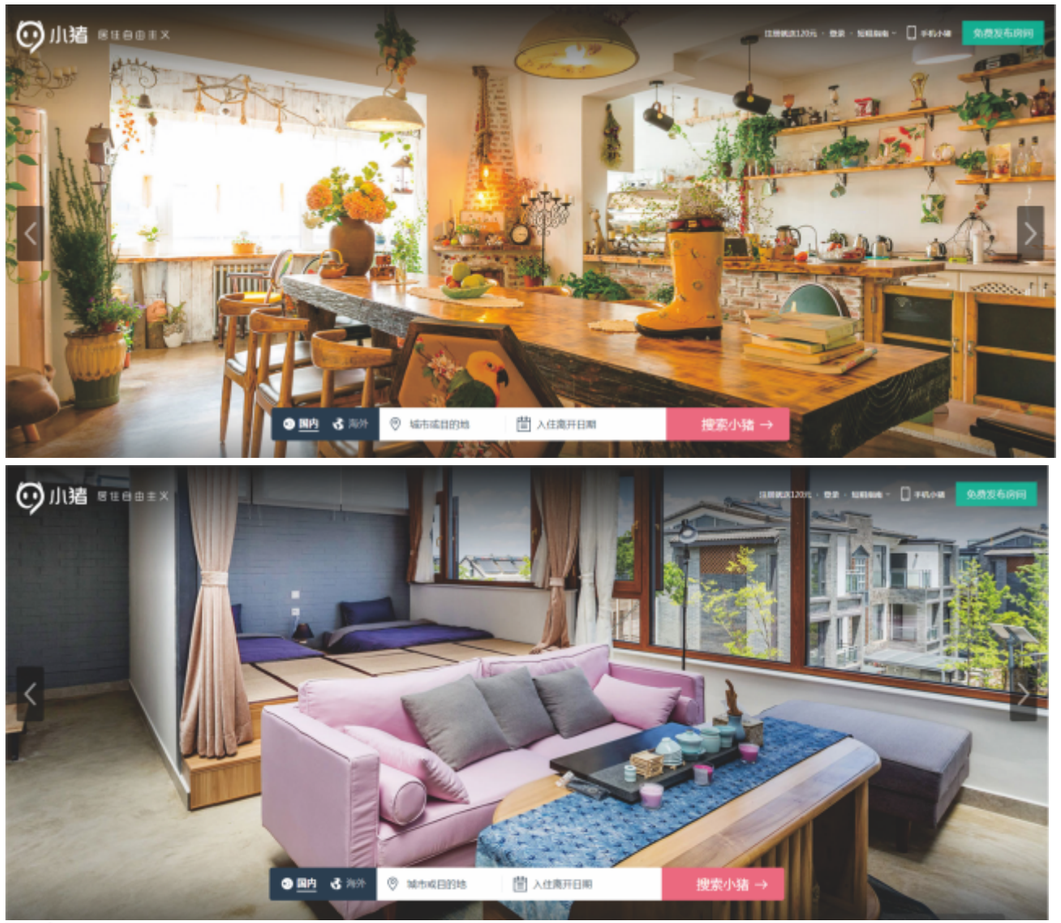
以前出现了大集团、大流通、大卖场，今天我们可以把新的连接降到个人，会出现不一样的商业化逻辑。生态多样性会变得更加复杂，比看到的原有规划的自由市场更加复杂，进化空间会非常大。

今天的分享经济只是开始，可以渗透到各个领域，可以赋予到个人，让个人根据自己的存量资本、资产、盈余，去参与到全域的商品服务中。今天你的房子有闲置的时候，你可以通过连接发布到类似于小猪短租平台上。跟你隔着千里万里不认识的陌生人住到你家来，这是新经济，不是所谓的“社交事件”。

尽管大家对分享经济从开始的不认可、不合逻辑，到现在开始关注它、认可它，这还是远远不够的，还只是一个开始。

法律是解决社会争议的最后一道防线，是对最低层次道德义务的规定，考虑当前已经出现或可明确预见的情形的规制；且法律的制定需要一个特定的立法程序。因此，法律具有天生的滞后性，落后于经济、社会和文明的发展速度。

对于Airbnb、短租等新事物，都有一个认识、理解和接受的过程，只要是能够促进社会资源分配，满足或解决需求的新事物，都会被法律接受，法律也会进行相应调整，对可能出现的各种危害进行规制，平衡参与各方及社会的利益。







中国分享经济的发展与趋势

文/张新红（国家信息中心分享经济研究中心主任）

中国发展分享经济是有理由的。尽管现在存在的问题还很多，但是发展是大趋势，现在的行动决定着未来。

中国分享经济发展现状

首先第一个基本的观点，以2016年为切入点，仅仅一年情况的变化就可以得出一些结论，就是人们对分享经济已经完全的接受了，大家享用着分享经济。在最开始的时候，我们可能还有一些误解，对分享经济存在这样那样的误解和不愿意接受的，包括比如说分享经济是不是免费经济？对传统的行业会不会产生颠覆性的影响？分享经济会不会不安全？以及是否会产生新的社会不公平？这些问题都已经迎刃而解，只要去用一用，去使一使，就会发现再也离不开它。现在大家明白了，分享经济可以通过互联网平台把供给方和需求方连接在一起。利用大数据实现资源的智能化的匹配，这种玩法跟以前的完全不一样，体验非常好。大家认识到了信息革命发展到一定阶段，人类进入信息社会之后成为一种新的主流的经济形态，而不是一个简单的补充。

同时大家也认为，分享经济是实际上也是一种新的发展观。它已经作为一种新思维出现，现在很多的事情都可以用分享的办法去解决，原来感觉很难的问题，把分享经济的理念一融进去就发现豁然开朗，迎刃而解，这是大不一样的地方，不是分享经济是一个小产业，不是这样一个概念。给我们什么启示呢？技术创新引领时代的变化。分享经济的确实践走在理论、法律、制度和监管模式的前面，这样给我们带来一些许多新的值得思考的问题。

第二个大的变化，就是从政策的制定和出发点来看，现在应该是政策取向日趋明朗。从2015年下半年开始，一直到今年，一系列有关的国家重大决策里面，都把发展分享经济作为一个重要的指向。比如2016年和2017年两会上出的《政府工作报告》都提到了发展分享经济。在十三五国家发展规划，去年出台的《国家信息化发展战略纲要》以及各个部委出台一些新的促进发展决策里面都有专门针对分享经济发展的内容。

有一些地区已经出台了专门的支持和发展分享经济专业化的规划和行动计划。到目前为止，能在方方面面的政策上文件里面都一致指向发展分享经济，我相信目前中国应该是做得最好的。中央层面、国家层面政策是非常明确的，但是落实到个别的部门和地区的时候，往往会出现很多的不确定性，很容易用原有的方法、思路来对待新的业态，这也让使我们分享经济发展面临一些不确定性。

第三个特点，从实践发展来看是亮点纷呈。在我们研究过程中把分享经济分到六个领域，包括产品的分享、空间分享、知识技能分享、劳务分享、资金分享以及生产能力分享。在这六个大的领域里面，以及所辖领域里面，几乎每年都在产生大量的分享经济型创新平台企业。大家知道，仅在2016年被称为元年有几个领域，我们说2016年是共享单车的元年，是网络直播的元年，也是知识付费的元年。

在这些领域里边，几乎是一夜之间就产生了十几家、几十家甚至几百家，在一个细分领域出现这么多的创新平台。让大家目前是目不暇给。我们感觉到，分享经济的的确确是一个大趋势，所有能分享的终将被分享，当然不是绝对的，一些受法律、道德甚至是一些宗教的底线约束的暂时还不能被分享。凡是带秘密的，像国家秘密、商业秘密不可以分享，现在男朋友、女朋友不可以分享，除此之外，可以想一想，如何用分享的办法让它发挥作用。

第四个特点，成长的速度是非常快。与咱们经济进入新常态，经济增速放缓大环境相比，分享经济领域的快速成长可以说是非常的抢眼。去年一年我跑了十多个省份，走了一百多家企业这里面一半是分享型企业，到这些企业里面真的感觉不到中国经济很困难，因为增长太快了。也有很多企业一旦越过一个起点之后，哪怕是两三年之后就翻倍的成长，很有意思的情况。去年测算分享经济是34520亿元，是整体上比上一年翻一番。

第五个特点，融资的逆势成长。大家认为互联网资本市场进入寒冬期，不对，分享经济不是这样的，2016年分享经济融资规模达到了1710亿元，比上年同期增长130%。

第六个特点，带动就业的作用非常明显。国家已经把经济发展的考量的指标进行了一些转移，就业优先战略，比GDP更为重要。去年实现效果非常好，在经济增长放缓的情况下，就业不降反增，一年新增加的就业比以前1400多万，这样好结果怎么来的？我们研究认为分享经济在其中发挥了不可替代的作用，可以说是功不可没。

我们初步测算，去年参与到分享经济里的人数超过了6亿人，分享经济的受益者越来越多，比上年增加了一亿人左右。参与提供者人数有六千万人，这些人虽然不能与就业人数直接划等号，的确为解决就业增加了一千万人。平台的员工人数这一块是实实在在的就业人数是585万人，比上年增加了85万人。

第七个特点，分享经济对引领创新的作用非常突出。大家从目前全球独角兽企业和中国的独角兽企业公开的数据来看，里边至少有三分之一都是明显的分享经济的平台运行。在全国推进“大众创业，万众创新”这些活动里面，各个地区提交这些报告里面，最活跃的领域也是分享经济的领域。

在这个各地各种类型的众创空间里面，众创空间在研究过程本身就是一个分享经济的类型，在这些众创空间里边的企业，创业型企业很多，也是带有分享经济基因的。全国各类的创业园区有四千多家，有很多跟分享经济息息相关。

第八个特点，在各个大的领域以及分领域里边已经开始成规模出现。包括交通出行、房屋住宿、知识技能、生活服务、生产能力、医疗分享、网络金融等等，每个领域都出现了大量的代表性的企业，这些企业有的

我们感觉到，分享经济的的确确是一个大趋势，所有能分享的终将被分享，当然不是绝对的，一些受法律、道德甚至是一些宗教的底线约束的暂时还不能被分享。

是体量已经非常大，有的是已经渡过了初创期，开始进入快速成长的阶段，所以到这些企业里面看一看，如果他说今年的营业规模、用户人数、员工人数比上年翻一番，翻两番一点不要吃惊。明年听说这个企业不存在了，也不要太吃惊。

第九个特点，在一些领先领域，在交通出行、房屋住宿、生活服务里面已经出现大的企业兼并现状。这个兼并意味着什么？兼并意味着竞争格局逐步趋于稳定。将来它可能要从市场结构，要从过度的分散走向适度的集中，从价格的补贴战走向用户体验的改善。当然这也给我们未来研究分享经济发展趋势提供了一些借鉴。

第十个特点就是诚信的建设，分享经济建立诚信建设。中国的诚信建设方面也是取得了非常大的成就，这是方方面面的原因一起带动的。目前的信用建设基本上有三个方式，一个平台自建的信息系统，把它的准入与它的评价结合起来。第二种类型，是与征信平台企业与征信机构进行合作。第三个，平台企业与保险机构合作。

中国分享经济发展趋势

在《中国分享经济发展报告2017》中提到了五个发展趋势。第一个，高速增长。我们预测未来五年保持40%的增长是完全没有问题的。第二个，加速融合，就是分享经济与传统经济，或者与实体企业融合不断加深。第三个，重塑就业，要重新定义就业，将来灵活就业的比重五年之内翻一番是没有问题的。第四个，平台性企业走向全球化布局和生态化的扩张。咱们国家分享企业，像Airbnb和优步国际企业不同特点，先从国内发展走向国外的，目前大多数的企业全球化布局。生态性扩张利用原有客户资源，原有技术条件以及它的规模大数据基础开始向别的方面去走。如果有一天某一家企业从住宿或者从交通出行出发的，现在干得事跟原来不一样了不要太吃惊，未来怎么样发展说不出来。第五个，协同监管。将来要走向政府企业、行业、第三方组织、第四方组织以及广大用户一起来协同监管，这是一个大的发展模式。

真正可能变化在什么地方？中国分享经下一个风口在哪里？对此我的看法有四个：

第一个制造领域，即生产能力的分享，解决的一方面是中国的制造能力过剩，另一方面，很多人自己去生产又太难，通过制造能力的分享解决了。

第二个，农业的分享。我也想看到这么一天，我们所有人拥有自己的私家田园和农产品特供渠道。

第三个，教育资源的分享，优势教育资源让所有人都可以享受到。

第四个，养老的分享，我们没有必要一直都待在北京或者在自己家里边养老，养老有很多种的模式。

为什么选这几个领域？一方面，因为这些领域存在的痛点非常之明显，第二个方面，这些方面的需求在增加，第三个，已经开始有这样的分享经济出现。当然更重要一点，这些领域目前还没有一个真正把它做起来的平台，这是什么？这就是机会。我也希望，当所有的分享经济都能够发展成长比较好的时候，我们整个政府可以换一个管法，企业换一个玩法，我们每一个人都可以换一个活法。

中国发展分享经济是有理由的。尽管现在存在的问题还很多，但是发展是大趋势，现在的行动决定着未来。



当然更重要一点，这些领域目前还没有一个真正把它做起来的平台，这是什么？这就是机会。



传统企业如何在分享经济中获取新的竞争优势

文/田恒（战略管理部）

当今社会，分享经济作为一种新兴的商业模式，极大地改变着人们的生产和生活方式。在消费领域，共享单车、滴滴出行改变了出行方式，P2P金融改变了融资和理财方式，美团网、爱大厨正在改变人们聚餐方式；在生产领域，猪八戒网以虚拟产业园的形式推动小微企业的创新成长；阿里巴巴“淘工厂”、易科学正在成为生产外包的平台；在资本市场，分享经济受到各路资本的青睐和热捧，预计未来10年中国分享经济领域有望出现5-10家巨无霸平台型企业。

以上事实表明，中国正在步入一个分享经济时代，虽然分享经济目前还处于起步阶段，但其发展的大势不可阻挡，未来的发展空间正在徐徐展开。

什么是分享经济

何谓分享经济？作为一种新生事物当前很难形成统一概念，甚至有“盲人摸象”的感觉。从直观印象出发，可以认为分享经济是公众将自己的闲置资源，以互联网为载体，通过社会化平台与他人分享，进而获得收入的经济现象。

分享经济形式丰富多样，内容千差万别，其共同特征可以概括为三句话：一是凡有剩余，皆可分享；二是凡有分享，皆可实现；三是凡有实现，皆是双赢。

第一句话，分享经济源于产权清晰的闲置资源。在企业层面表现为闲置库存和闲置产能，在个人层面表现为闲置物品、资金和时间，通俗而言就是闲物、闲钱、闲工夫。这些闲置资源以零散的形式存在，由于信息不对称因素，整合的成本极高，即使分享也主要局限在熟人范围之内，比如拼车、帮人接孩子回家就是典型的分享形式。而得益于移动互联网技术的广泛普及和应用，分享经济把熟人之间的分享关系扩大到了陌生人群体，从熟人信任过渡到商业信任，将“使用而不占有”的美好愿望转化为现实。

第二句话，网络平台支持分享经济的发展。以互联网为载体，创造出供需双方的平台，大量的闲置资源就会被充分利用，发挥出更大的价值。

第三句话，分享经济的根本目的就在于供需双方都要互利互惠，是一个典型的合作共赢市场。对于供方而言，通过出让使用权的方式盘活闲置资源、节约成本、产生收益；对于需方而言，则可以“只租不买、按需付费”，实现“轻资产化”的工作和生活方式。

分享经济面临的机遇和挑战

分享经济作为一种新生经济事物，具有强大的生命活力，其发展机遇主要表现为以下几点。但在现实发展过程中，也面临着不少问题需待完善。

一是国家政策的大力支持。2016年“两会”的《政府工作报告》两次提到“促进分享经济发展”、“支持分享经济发展”，将发展分享经济作为“十三五”时期推进“供给侧改革”的有力抓手，为经济增长提供新动能，为就业提供新岗位，促进“大众创业、万众创新”。

二是广阔的市场前景。《中国分享经济发展报告2016》显示，2016年中国分享经济市场交易额约为34520亿元，同比增长103%，提供5000万个就业岗位，约占劳动人口总数的5.5%，参与分享经济活动总人数已经超过5亿人，预计未来五年分享经济年均增长速度在40%左右，到2020年分享经济规模占GDP比重将达到10%以上。

三是技术保障功能飞速发展。移动互联网的快速发展、智能终端的普及使用、大数据分析技术的广泛应用、信用评价机制的日趋成熟让分享变得简单快捷，极大地降低了个体之间碎片化的交易成本，有效推动了人与人、人与物、物与物之间超级网络的形成。

但同时也应清晰地看到，分享经济尚未成熟，其内涵和外延都在不断变化之中，理想与现实的距离还无法测定，面临着诸多“成长中的烦恼”。

政策监管体系的滞后。法律、法规总是落后于新生事物，分享经济在市场准入方面存在着障碍，在消费者权益保护、从业者保障方面缺少相关的配套制度和政策存在空白。

传统产业的抵抗。分享经济作为一种新的经济形态，意味着利益的重新分配，不可避免地动了那些特许经营行业的“奶酪”，引发传统产业的强烈反弹。比如说共享单车受到一些“电摩”司机的蓄意破坏，网约专车和出租车利益之争最后要由政府出面协调。

信用体系的缺失。分享经济中参与者之间互动

独乐乐不如众乐乐，与其怀疑观望，不如拥抱和参与分享经济，实现传统企业的积极转型，获取新的竞争优势。

要拥抱分享经济，必须树立“不求所有、但求所用”的思想理念，既要有效利用外部资源，实现轻资产化运营，又要充分发掘现有闲置资源的潜力，让资源每时每刻都处于运转状态。





大多发生在陌生人之间，虽然平台对供需双方进行了实名认证、背景核实、资料审查，但也难以保证百分之百的安全。现实生活中，某些不诚信现象屡见不鲜，比如说P2P平台卷款跑路，房屋分享演变成引狼入室，共享单车受到私用或遭到蓄意破坏。推动诚信体系建设、保护个人信息、提升社会信任感就成为发展分享经济急需解决的问题。

拥抱分享经济

尽管分享经济尚未成熟，但其发展的态势却是势不可挡，只要有闲置资源，就会有分享经济。面对着分享经济，最好的办法就是因势而动，顺势而为，充分享受分享经济带来的红利。

转变思想观念。分享经济不仅是一种新的业态、新的模式，更是一种新的理念、新的文化。思想决定行动，行动决定结果。要拥抱分享经济，必须树立“不求所有、但求所用”的思想理念，既要有效利用外部资源，实现轻资产化运营，又要充分发掘现有闲置资源的潜力，让资源每时每刻都处于运转状态。

实现人才分享。国以才兴、政以才治、业以才兴，人才是生产力中最为活跃的因素，是当今社会最为稀缺的资源。在实践中，有些企业受制于各种条件的制约，引进人才确有困难，而同时外部有些人才却有空闲的时间和精力，也有兼职的冲动。因此，引进人才就要拓宽思路，“引才”不如“引智”，只要真正有能力为企业解决实际问题，提高技术能力，拓宽营销渠道，提升管理水平，无论是自己人还是外来人，都可以享受相应的待遇，赋予相应的职权，授予相应的头衔，给予相应的提成或分红。总之，必须要以利益共享为纽带，实现知识、技能的分享，以最低的成本提升人才的使用效率。

实现资金分享。在确保资金安全的前提下，做好财务规划、实现资金分享是提升资金效率的有效途径。既要让闲置资金滚动起来，通过短期理财、隔夜拆借等转让短期使用权的形式时刻以钱生钱；又要运用P2P、众筹等形式筹措资金，解决资金缺口。

实现资源分享。在有形资源方面，可以将闲置的土地、房屋、设备、设施对外出租，或者对外发包，让闲置的产能发挥效益；同时，对于一些非核心、非关键的生产环节实行外包作业，降低固定资产对于资金的占用，以最低廉的成本获取最优质、最便捷的服务；对于不经常使用设备、设施可以以租代购、按需租赁、以时付费，提高资源的使用效率。

在无形资源方面，拓宽品牌、渠道、技术、管理等资源的应用范围，为更多的客户、产品提供服务。比如说实行品牌延伸，实行主副品牌策略；有了销售渠道也可以代理其它厂商的产品；技术可以输出，收取专利费用；有了好的管理模式，可以采取特许经营的模式进行复制以扩大经营规模。诸如此类的经营方式都能更有效地利用资源，好比是修好了公路，既可以跑自己的车，也可以让别人的车有偿使用道路；或者是自己没有条件修路，花点“买路钱”按需有偿使用别人的道路。总之，以较低的成本来充分利用他人的剩余资源、闲置资源，这就是分享经济的真谛。

实现管理升级。分享经济对传统的经营管理模式提出了挑战。从企业与员工的关系角度来看，分享经济打破了传统的、排他的雇用关系，在全职工作和兼职工作的双重模式下，一个人可以拥有多种职业和身份，个人与企业的雇用关系演变成为终端和平台的合作关系，这种变化驱动着身份认同和归属感的重新构建，客观上也要求企业的组织架构更加扁平化、平台化。

从企业与企业的关系来看，分享经济打破了资源的垄断，突破了行业准入、地域限制的门槛，同时也会打破已有法律法规、行业监管的制约，这就要求企业组织更加虚拟化、关系更加契约化，以资源分享、利益共享、风险共担为基础，共建企业之间的生态化经营圈，以适应需求多样化、生产分散化、制造柔性化的市场新动向，增强新的发展动力。

总而言之，在当今中国，分享经济如同一轮喷薄而出的朝阳，今日的星星之火，终成燎原之势。独乐乐不如众乐乐，与其怀疑观望，不如拥抱和参与分享经济，实现传统企业的积极转型，获取新的竞争优势。从某种意义上说，对于新生事物的不断追求，对于求知领域的持续探索，正是我们这个社会生息延绵的魅力所在。

读懂分享经济的7个正确姿势

文/涂子沛（观数科技创始人）

编者按：

著名大数据专家、观数科技创始人涂子沛用7个小故事，并配以一句话解读，带你轻松理解大数据与分享经济。

1 只在阿里巴巴门口接单的Uber司机

分享一个我的亲身经历，那个时候我还在阿里巴巴，去年5、6月份Uber有很多段子，有人说上车一看到是老板在开车，一路无言，还有碰到年轻漂亮的女性从此碰撞出火花。我有一次出差，让助理也打了一个优步，给我的印象非常深刻，为什么呢？我上车跟司机开始聊天，他突然问我，你知道我为什么要开Uber吧？他给了我一个非常意外的答案，“我只在阿里巴巴门口接单，这里出来的都是阿里的高管，借这个机会可以认识他，还可以成为朋友呢，你到哪里找这个机会。”我恍然大悟，我分享他的车，他分享我的思想，这就是分享经济。

一句话解读

不仅仅是车子、房子，劳动、技能、时间、人脉等都可以分享。

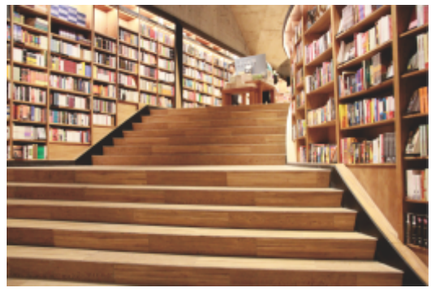
2 不花一分钱就带书回家

春节的时候，我住在杭州，杭州图书馆做了一件非常有创新的事情，我认为是今天分享经济的一个标杆。杭州图书馆推出一个APP“悦读”，现在推出APP的组织很多，但是这个非常有创新点，每个人都可以下载，然后到了新华书店的时候，随便拿起一本书一扫就知道图书馆有没有，如果有的话，有多少本，馆藏量足不足。如果你喜欢这本书直接到收银台，不用付钱就可以带回家，图书馆就可以帮你付钱，在这个过程中图书馆就充当了采购员。

你逛书店，图书馆买单。

一句话解读

羊毛可以出在牛身上。



3 24个月与129年

校验码是2000年我的一个朋友发明的，他发明之后全世界每天有几亿个校验码在校验。这个时候《纽约时报》面临一个难题，他们想把几百年的报纸电子化了。我的朋友用了一个天才的办法，把整个报纸切成一小片，然后作为校验码，发到全世界去。接下来他用24个月把129年的《纽约时报》的报纸电子化了，还成立了一家专门的公司，现在这个技术用于谷歌的图书馆。

全世界用了24个月，将129年的《纽约时报》实现电子化。

一句话解读

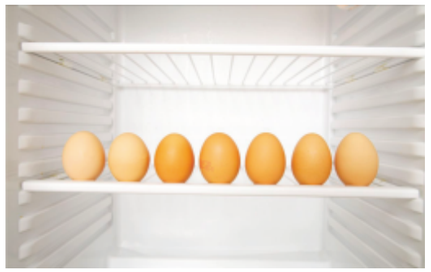
通过互联网和大数据整合全世界所有零散、分散、闲置的资源。

4 当冰箱可以感知鸡蛋

今天早上纠结要不要戴一条蓝色的领带，但是没有找到，那么隔壁的邻居正好有一条蓝色的领带，我们能不能分享呢，可不可能呢？我认真的想一下，有一天就可以发生，早上5点钟分享一条领带。为什么？最近的新闻报道，冰箱里面有几个鸡蛋是知道的，有几个蔬菜是知道的，如果蔬菜没有了，可以自动下单在互联网的平台上买回来。这也就是传感器，未来生活当中会有各种各样的传感器，我们的硬件价格在急速下降，每个抽屉里面都有传感器，有一个专门的抽屉就是放领带。如果这些都全部数据化了，就可以知道这幢大楼里面有多少领带。

一句话解读

分享经济产生于供需的完全数据化。



5 动动手指就能高级定制

现在3D打印越来越普及，小到一个心脏的瓣膜，大到一个飞机的配件，而且能打印的东西越来越多。去年的互联网上，武器的数据包放到互联网上，有人下载下来在家里面就打印出来冲锋枪，有人把这个枪带到火车上，警察没有发现，这些都是真实的新闻。今天的工业制造完全满足不了我们的需求，而3D打印机则会带来个性化的生产。比如高跟鞋，有一个数据包，你想要生产一双自己想要的鞋子，只要找到这个数据包做一个修改，鞋跟的高度从0.5变成0.45，图案从玫瑰花变成山茶花。

3D打印，修改数据包可以立刻实现个性化需求。

一句话解读

3D打印+大数据+分享经济=分享制造。

6 水电卡：这么近，那么远

这是我回国亲历的一个事情。我租了一个房子去办证，拿了一堆的资料。现在政府把行政中心放在一起，柜台就是开放式的。我跟办电卡的说我要办电卡，他要我复印资料；我在这边办水卡的时候，那个人还要我再复印一套资料，这就说明这个数据完全没有连通。

一句话解读

政府要建立统一的数据标准和数据存放接口的互联，分享数据。

7 如影随形的骚扰电话

几个月前，我离开阿里巴巴自己注册一家公司，注册第二天我就开始收到电话，问：你要复印机吗？你要财务服务吗？你要律师服务吗？而且这个电话是从杭州本地来的。过了一个星期，我到了杭州以外，有台州、宁波来的电话，再过一个星期，我连北京、内蒙、辽宁的电话都可以收到，这个数据的灰色产业链条在不断地延伸。

一句话解读

每个被泄露的数据背后都有一条灰色产业链。

热闹背后的冷思考

文/刘志强



最近，分享经济很火，《政府工作报告》连续两年部署，身边很多人都在热议。分享经济到底带来了哪些改变与挑战？要解决好哪些重要问题，它才能行稳致远？热火背后，不少问题需要我们再观察、冷思考。

平台自投单车也算分享？

分享经济利用现代信息技术，以使用权分享为主要特征，有很大发展空间。

分享经济发展风生水起。国家信息中心分享经济研究中心发布的报告显示，2016年，我国分享经济市场交易额约为34520亿元，比上年增长103%，涵盖了生活服务、生产能力、交通出行、知识技能、房屋住宿、医疗手术、P2P网贷、网络众筹等重点领域。同时，分享经济也正受到资本热捧。据不完全统计，2016年分享经济融资规模约1710亿元，同比增长130%。

“根据创新扩散理论，分享经济还处于快速成长阶段；从产品成熟周期来看，分享经济正处于导入期的后期，在向成长期过渡，离成熟期也还远。”同国家信息中心信息化研究部主任张新红一样，专家普遍认为分享经济发展尚有很大空间。

这两年，实践深入发展，概念却反而有些模糊——分享经济不就指对个人闲置资源的利用吗？共享单车绝大多数都是平台投放的自行车，这算真正的分享吗？

“这几年，我们对分享经济的理解有一个不断深化的过程，其实它的内涵可以更加丰富。”张新红分析。

以前，分享的必须是闲置资源；现在，资源未必是闲置的，优质的也可以分享，比如“名医主刀”分享的就是优质医疗资源。

以前，分享大多局限于房屋、汽车等有形物品；现在，无形的也可以分享，比如通过在线问答等平台可以分享知识技能。

以前，分享平台上供需双方往往都是“无限”的，但现在看来，只有一方是“无限”的也可以。比如共享单车，如果平台只靠接入个人拥有的单车，就很难发展起来，因此平台按一定规模投放定制车辆，供给方有限、使用方“无限”，是种“不完全分享”。

“只要基本理念符合分享的要求，就可看做分享经济。”张新红下了一个“标准定义”：分享经济是指利用互联网等现代信息技术，以使用权分享为主要特征，整合海量、分散化资源，满足多样化需求的经济活动总和。

“强调闲置资源利用，主要是从资源配置的角度出发。而从利益分配角度出发，分享经济的核心在于‘使用而非拥有’。”在中国社科院信息化研究中心秘书长姜奇平看来，分享经济以生产资料和生活资源的使用而非拥有为产权基础，通过以租代买等模式创新，充分利用知识资产与闲置资源。

能否大量新增就业？

“支持滴滴公司等分享经济企业……帮助去产能中失业人员和长期停产停工企业职工通过从事移动出行行业实现就业、增加收入”——2016年11月，人社部、发改委等五部门在《关于开展东北等困难地区就业援助工作的通知》中专门提出了“移动出行专项帮扶活动”。据介绍，2016年滴滴出行创造了1750万个灵活就业机会，其中238.4万人来自去产能行业。

分享经济，何以成为去产能再就业的重要出路？

“在滴滴等平台做兼职，职工不用与原单位中断人事关系，可继续在原单位缴纳社保，兼职收入也比较可观，原单位则可降低部分用工成本，从而实现多方共赢。”首都经贸大学中国新就业形态研究中心副主任张成刚说。

“值得强调的是，分享经济改变了工业化基础上的传统就业方式，创造了庞大的灵活就业机会。”姜奇平说。报告显示，2016年我国参与分享经济活动提供服务的人数约为6000万人，比上年增加1000万人。

就业方式的转变带动着利益分配机制有了新调整。“传统经济学中，拥有者与使用者一般是雇佣关系，使用者只是拿工资的劳动力；但在分享经济中，拥有者与使用者是分成关系。”姜奇平认为，劳动者通过分成改变了单纯获取工资的地位，加入到剩余价值的分配中来，也有利于使得一次分配更加公平。

那么，平台与劳动者之间的利益分配比例怎样才合适？平台会占有过多利润吗？张新红认为，虽然分享经济中平台占优势地位，但定价水平、分配机制等也都是经过反复估算、谨慎得出的，“抽成比例应该交由市场动态决定。抽成过高，劳动者自然会流向行业中其他平台，或者转向其他业态。”

会“店大欺客”吗？

去年8月1日，曾经打得不可开交的滴滴出行与优步中国宣告合并，招致商务部门的反垄断调查。随后，滴滴缩减补贴、上浮价格更是引来热议——分享经济的巨无霸平台，会否利用垄断地位侵害消费者利益？

从自身特性看，分享经济具备扩大规模、加速整合的天然基因。“分享经济规模效应明显，参与者越多，价值越大，进而也能吸引更多参与者；平台连接着供需双方，也具有‘双边市场效应’，供给多了，需求就会被吸引过来，反过来，需求增加也会带动供给。”张新红认为，正因如此，分享经济容易出现“赢家通吃”“一家独大”。

从发展阶段看，一些领域的分享经济走到了适度集中的关口。

“大的并购是分享经济快速成长期竞争加剧的结

分享经济是一种新生事物，可能会“野蛮生长”，对它的监管也无经验可循，需要“摸着石头过河”。如何既管得住又放到位，考验着决策者与全社会的智慧。



有效监管既不能单靠政府部门，也不能单靠平台企业，需要各方一道协同治理。

果，也是竞争格局趋于稳定的前奏。”张新红分析道，尽管面世时间短，但交通、住宿等领域的分享经济已经较早完成了市场培育，“活跃的分享氛围、稳定的用户群体、充分的市场竞争、成熟的商业模式为并购提供了基础。”

不少人关心：烧钱、补贴大战之后，共享单车领域的市场格局会如何转化？张新红道出了普遍的规律：市场结构将从过度分散走向适度集中，竞合关系将从恶性竞争走向良性竞争，竞争手段也将从价格补贴走向体验改善。

并购，到底会不会导致垄断？

“判断是否垄断，主要得看是否损害了消费者利益，而非市场份额大小，主要得看企业具体行为，而非市场地位。”张新红认为，分享经济没有传统制造业那么高的进入门槛，“技术并不复杂，主要是商业模式创新，一家企业做得太‘过分’，消费者自然会用脚投票给其他平台。”姜奇平则表示，现有的反垄断法律体系已经跟不上互联网时代的发展，需要与时俱进、作出改变。

如何管得住放到位？

前不久，面对共享单车规模急剧增加的情况，有城市提出了数量管控上限，引起了坊间议论。“长远来看，一辆共享单车的投入将会减少3—5辆私家自行车的使用，会减少单车使用总量。当然，在共享单车发展较快、私家自行车还没淘汰之时，路上的自行车容易过多。”张新红认为，在过渡阶段，需要政府在划定停车区域、规范停放等方面多做些工作，而不能一味靠堵。

分享经济是一种新生事物，可能会“野蛮生长”，对它的监管也无经验可循，需要“摸着石头过河”。如何既管得住又放到位，考验着决策者与全社会的智慧。

为让分享经济健康发展，我国正不断完善顶层设计。今年1月，中办、国办印发了《关于促进移动互联网健康有序发展的意见》，提出积极培育和规范引导分享经济新业态。3月，国家发改委在《分享经济发展指南（征求意见稿）》中，也提出了“包容创新，审慎监管，强化保障”的监管原则。

“分享经济跨行业、跨地区、网络化的特征对监管提出了新要求。有效监管既不能单靠政府部门，也不能单靠平台企业，需要各方一道协同治理。”张新红说。

在开放数据、健全法制等方面，政府还能做得更多。

一些网约车平台表示，很想在事前把关时对司机的暴力犯罪记录作仔细筛查，却难以获得权威数据。张新红表示，交通、住宿等领域都面临着交易双方的身份和信用认证问题，“相关政府部门和公共机构应将这些关键性数据更开放地与企业共享，从而有利于更好监管。”此外，不少现行法律法规也需要作出调整，比如如何界定平台企业的法律地位和责任，如何进行税收征缴，如何规范新型劳务关系等等。如不尽快明确，一些经济活动便可能处于“灰色地带”。

在建设信用体系、承担社会责任上，企业还能做得更好。

“分享经济具有典型的点对点经济特征，资源拥有者和使用者通过网络完成整个交易，基于平台的信用保障体系建设是分享经济健康发展的重中之重。”张新红认为。目前，平台一般都建有涵盖交易双方的信用评价体系，不少也都与保险公司合作，为意外情况上了保险；还有的平台通过与征信机构合作，加强对用户的信用鉴别和管理。例如，芝麻信用已经接入滴滴出行、小猪短租、ofo等平台。

“我们的社会责任很重，要跟社会、用户和政府合作，而不能将政府监管视为一种负担。”滴滴出行首席发展官李建华说，滴滴要实现长久发展，就要把安全和用户体验放在效率的前面，“平台一定要跟国家政策相向而行才有未来。”

分享经济没有告诉你的事

文/吴伯凡

编者按：

我们自然不能完全否定分享经济给我们的生活带来的变革，但我们应该及时跳出圈子，看看分享经济背后的那些事。这于你、于我，都是好事。



分享经济，最大的悖论其实从这个词本身就已经体现出来了：它的初衷在于“交换”，而非“交易”。

热衷于追逐资本风口的创业者在资本寒冬里找到了一个“政治正确”的概念——分享经济。这波热度的掀起毫无疑问离不开ofo和摩拜单车这两家共享单车公司，随着两家竞争的日渐激烈，共享单车领域已经有30多家投资机构的数十亿元资金涌入。

近期发生在“分享经济”领域的大事，还有日本软银总裁孙正义即将完成向“众创空间鼻祖”WeWork注资30亿美元。如果交易完成，WeWork估值将超200亿美元。而众所周知的分享经济模式的企业Uber和Airbnb，现在也分别以估值680亿美元和310亿美元，在全球未上市企业估值排名中位列前十。

我们的生活也在逐渐接受着这些企业所带来的改变：短途的近距离出行你可以选择共享单车，如果稍远点，那就在滴滴或者Uber上约个车，不用考虑开车、停车的问题，甚至更加低碳环保；你可以将自己的房子挂在Airbnb上以供游客短租，方便他人，还能自己挣点儿外块，何乐不为？分享经济企业们为我们绘制了一个美好的生活场景，但事实是如此吗？

看着汽车数量的上涨，我们的城市遭到了汽车的蚕食。如同雅各布斯在她的著作《美国大城市的死与生》中提到，因为车辆造成的堵塞，街道要么被拓宽，要么改成直道；宽阔的大道被改成单行线，交叉信号系统被安装在街道上，为的是让车辆行驶更快；桥梁改成双层；快速干道先是在一头被拦腰切断，而后是整个系统被分成东一块，西一块。越来越多的土地改成了停车场，让那些数量急剧增长的车辆在空闲时有地方停车。

猛然看来，分享经济还真有可能成为城市的“解救方案”。以致于许多P2P租车公司在对外宣传分享经济的优势时，会提及提高了闲置车辆资源的再分配和利用，它的环保意义：可以缓减交通拥堵，保护地球环境。正如美国的“汽车共享”公司Zipcar曾宣称的那样：“Zipcar的每一辆汽车可以让路上减少15辆自有车辆。”但这一声称并没有任何理论支持。

当人们减少购买自有车辆，而选择共享车辆的时候，毫无疑问会减少汽车的保有量，这样貌似是对驾驶自有汽车对环境影响更小。但这无法说明汽车的总里程数下降——更何况我们是在鼓励汽车出行，而非使用公共交通，这两者相比较而言，共享汽车所能带来的环境改善恐怕就微乎其微了。

至于当下最热的低碳的共享单车，在上海的中心城区已经被要求暂停投放。包括摩拜、ofo在内的6家共享单车企业，目前已经投放了45万辆单车，中心城区的停放点容量趋于饱和，原本作为低碳环保的代表，却逐渐占用了大量的城市公共交通，包括骑行的路面和停车的上街沿，加上损坏的车辆占据了大量的资源，“共享单车”在缺乏理性的扩张和过度追捧下融入城市交通系统，不仅仅是简单的“分享”形式的市场交换所能平衡的。

“分享经济”中最核心的定义是：弱化所有权，强调使用权。无论是共享出行还是邻里互助，都在号召将你闲置的资源分享给别人，提高资源利用率，并从中获得回报。正如所有分享经济企业家都喜欢宣称的那样：挣点儿外块吧。

Uber便曾在官网上以柱状图的方式将Uber司机的平均净时薪和其他行业司机的平均时薪进行了对比，平均19美元左右高薪让人心之神往。在2014年，Uber在其官网上还声称：纽约市的一名优选司机的中位年收入是90766美元，旧金山是74191美元。而要知道，年薪四五万就可以在美国过上富足的小康生活了。但在当时，Uber这样夸张的说法，无论是在媒体圈还是在科技行业，都得到了毫不质疑的追捧。

当人们轻信了这样的故事，纷纷当起了Uber司机时，结果却大失所望。高薪谎言的背后，Uber并没有考虑到司机所持有和运营车辆所产生的成本，也没有告诉你所在的城市是否有足够的出行需求，同时，你还可能遭遇到的各种投诉或者意外情况将会延长你每日的工作时间，不少人开始了996的超负荷工作。这也就怪不得在今年，Uber因为夸大收入误导司机，不但接到了美国联邦贸易委员会 2000 万美元的罚款决定，还受到了台湾交通部高达 2亿3千1百万新台币的天价罚单处罚。

除此之外，当你在Uber上开着自己的车挣着外快，你是属于这个平台的雇佣员工，还是一个自由个体？当你在出租车上遭遇不公平待遇，或者你作为出租车司机

遭受乘客的恶意侵害时，你可以要求出租车公司负相关法律责任以保证自己的权益。但是当你在Uber上，无论你是乘客还是司机，在遭受殴打等情况时，如果想要找Uber来解决，得到的回复恐怕是：司机并不是Uber的员工，因此Uber对发生在搭乘过程中的事情并不负有责任。

分享经济公司很喜欢谈论信任，他们宣称：我们可以信任平台上陌生人之间的交换。而他们建立信任标准的基础则是其平台上的评价系统。于是在你乘坐Uber或者滴滴后，想必也一定收到过这样的请求：麻烦给个五星好评吧。

《纽约时报》的大卫·布鲁克曾写过一篇《Airbnb和Lyft是如何最终让美国人信任彼此的》的文章，其中提到："Airbnb等公司通过评价机制建立了信任……Airbnb里没有基于机构隶属关注的信任，人们根据网上信息和其他人的评价来建立信任。"

这样做法听起来十分合乎情理，法学教授利奥尔·斯特拉莱维茨也曾夸赞道："试想一下，如果每一个水管工、制成品、手机供应商、房屋建筑商、教授、发型师、会计师、律师、高尔夫职业球员和出租车司机都被评分……在这样一个世界里，监管和法律制裁的需求就会减少，因为消费者将亲自监督不当行为。"

不过等等，如果你恰好看过《黑镜》第三季的第一集，想必听完这段兴致勃勃的"试想"恐怕会背脊发凉：在完全依赖打分系统的极端社会，分数决定着社会阶层，形成了另外一种的不平等关系。

正如汤姆·斯利在《What's Yours Is Mine：Against the Sharing Economy》中提到的那样："评价系统正在侵蚀着分享经济号称珍视的人际关系。"毕竟，"只有当证词是公正且没有串通或报复的嫌疑的时候，声誉才是有效的"，但在共享出行中，刷分提高声誉已经成为屡见不鲜的事情。而加上人们的从众心理，人们在打分的时候往往并不是表达自己的真实看法，而是依据现有评分打分，或者干脆跟着感觉走。

此外，分享经济最大的悖论其实从这个词本身就已经体现出来了。"分享经济"其实包含了两种交换方式，一种是基于个性化产生与社区间普通人与人之间的资源交换，即你需要一个东西，而我正好拥有并且闲置，我们之间可以构建起一份联系。

另外一种则是服务提供者和消费者之间存在的市场交换，即我们在构建这份关系时，涉及到金钱的交易。但我们需要明白的是，分享经济的初衷在于"交换"，而非"交易"。可在实际操作中，交易带来的溢价挤出了社会交换，无疑破坏了这个乌托邦式的蓝图。

但当"价高者得"的市场逻辑在分享经济市场中泛滥时，有钱人无疑将优先享用任何资源，这在本质是将经济实力弱的群体的真实需求消灭，并伤害了社会公正。

在共享出行中，最常用的就是"动态定价法"来解决供需问题，用经济学的方法来解释自然毫无疑问，毕竟在高峰时段增加车费无疑是可以激励司机上路，来缓解用车需求。但是在遭遇公民危机时，这种金钱激励恐怕只能被称为"哄抬物价"，尤其对于分享经济而言，市场交换的属性已经大于了资源交换的初衷。

无怪乎在2015年巴黎遭受恐怖袭击时，Uber启动了"峰时定价"，使得乘车费用多了好几倍而被广泛抨击。虽然有人称这种价格的客观规律实际上带来了救人的结果：周边的司机一旦看到出现四倍价格的区域时，往往会蜂拥而至，更多的民众才可能被搭救。

但当"价高者得"的市场逻辑在分享经济市场中泛滥时，有钱人无疑将优先享用任何资源，这在本质是将经济实力弱的群体的真实需求消灭，并伤害了社会公正。

用汤姆·斯利的话来说："最初的动机都是围绕社区以及围绕一种不以营利为主要目的的互动关系而建立的，都十分渴望增长，都快速地扩张；最初的模式都遭到破坏；最终都成为一个大公司——在经济上取得成功，但这些都已完全不能对目前的经济模式发起挑战，也未能实现可持续性或社区理想。尽管分享经济大谈反消费主义，但这些规模扩大后的分享经济公司和它所颠覆的公司一样，走的都是消费主义的路子。"



"分享经济"中最核心的定义是：弱化所有权，强调使用权。无论是共享出行还是邻里互助，都在号召将你闲置的资源分享给别人，提高资源利用率，并从中获得回报。

一个MIT教授与他的分享社区

编者按：

一名美国麻省理工教授的项目声称要打造未来的乌托邦，它打通所有硬件与服务，创造一个分享的社区，甚至这个项目期待改变人类的思维方式。这究竟是怎样的一幅图景？





在过去的几年里面，分享经济很火。国外Uber、Airbnb和Lending club，一个解决坐车、一个解决住房，还有一个解决资金。而国内滴滴Uber刚刚握手言和，共享单车领域又开始接连获得融资，在出行的最后一公里展开新一轮厮杀。

而麻省理工学院的一名教授，却脑洞大开，想要建立一个分享的社区，在这个社区里面我的家就是你的家，我的技能就是你的技能。

其实这个理念不是什么新鲜的想法。早在1824年，欧文在北美大陆就建立了“新协和”村。上个世纪以色列的集体农场基布兹以及1971年在哥本哈根建立的克里斯蒂娜自由城（Freetown Christiana），这些都是人们想要实现天下大同、共创共建美好生活的美丽构想。

不过这个想法在最近分享经济的带动下又火了起来。毕竟最近全球的房地产市场都在涨，国内就不说了，国外也是一片大涨，年轻人买个房子着实不容易。许多创业公司也把自己的目标锁定在了这些年轻人身上，希望能够满足他们住房的愿望和需求。而且现在的年轻人追求的是“不为一直拥有，只为曾经来过”的体验，他们喜欢的是共同的经历和共同的快乐。这不连著名的工作空间公司WeWork都在曼哈顿和上海开设了共居和共同办公的场所，可见分享空间的魅力有多大。

特别WeWork是在曼哈顿的共居空间，提供的服务非常细致周到：空间每周会派人到房间打扫清洁，你可以享受随时的洗衣服务，还可以共享厨房用品，超高速的Wi-Fi让你有高速上网的网络体验。私人卧室配备有全套家具，而且即到即住：只要提前24小时通知，你就可以搬到共居空间的一个房间中。对于初到纽约的年轻人来说，这里简直就是最好的临时驿站。

麻省理工的教授卡罗·拉蒂（Carlo Ratti）要在这个基础上做到更好，分享得更彻底：要在一个社区里推开分享服务，让大家全都参与到分享经济的大潮里。

谈到分享经济，拉蒂教授认为正是由于移动终端的快速发展造就了分享经济，“在过去的十年里，由于数字社交网络的兴起，任何人都可以在世界上任何地方找到志同道合的人。而与此同时，分享经济服务正在把人们聚拢起来，把网友之间的数字连接变成真正的见面和一种新的生活方式。”

拉蒂教授把这项试验叫做是“城郊的黑客攻击”，这个项目设计和规划未来的城市图景，属于前卫设计项目。这个项目目前已经有了大体的思路。具体地点是在德国海德堡城外的一个小村子——帕特里克亨利村。这里曾经是美军的一处军事基地，近些年荒废。



这个项目得到了国际建筑师协会（Internationale Bauausstellung，IBA）的认可。这个协会是建筑设计界的权威。从上个世纪50年代开始就支持一些前卫建筑设计师的概念与创意。拉蒂教授的这个项目能够得到IBA的支持，也说明了许多专家对于共享社区的认同。不过，该项目现在仍处于概念阶段，仅仅是被列入了IBA的“候选项目”。要想可以真正地实施建造，还需要接受更多专家遴选。

根据拉蒂教授的设想，这个分享社区的基础设施大部分采用的是当年美军的遗留的建筑设施。建筑的布局突出“创意”、“自主”和“分享”。在村子的中心会建造一个“创造者宫殿（Maker Palace）”，配备了可移动的隔断墙和高架起重机，居民可以根据自己的需要改动空间。

居民居住在舒适但是狭小的私人空间里，村子的大部分空间都可以共享每栋房子的车库会改造成实验室，以此来鼓励居民放弃使用私家车。

这一系列设计背后的理念就是，“规模比较小的社区环境中，拥有自主选择权的人群，可能会有更高的创造力和智力产出”。

仅仅有房子是不行的。分享社区的精髓在于移动互联网。拉蒂教授打算设计一个快速、高效的数字集市，让居民分享资源与服务。在这个服务网里面，社区居民可以交换任何类型的资产。年轻人可能上班忙时间少，因此大妈可以出售自己的时间来照顾小孩买菜做饭。

不过目前这种服务交换是否会用到货币，拉蒂教授目前还没有想好。

到目前为止，大部分分享经济都是在单独的一个物体内进行，出租车、单栋的房屋等等，但是把这个社区里面的建筑物、服务都连结起来的想法，还是少见。

然而，面对现实，拉蒂教授好要解决人性问题。如何保证这样一个项目能够平稳有序的进行下去呢?

在拉蒂教授看来，信任是分享社区得以运转的一个重要的基石。有可能这样的思维模式会颠覆西方社会赖以生存的法制传统。毕竟契约以及法律，是制约人心的最佳法宝。因此可以说，“城郊黑客实验”是这个时代的一个思想实验，而非绝对的互联网经济实验。F

在拉蒂教授看来，信任是分享社区得以运转的一个重要的基石。

全球性的改变源自微小的事务



编者按：

在哈佛2017级毕业典礼上Facebook的创始人扎克伯格做了一次无比精彩的演讲。与其说这是给哈佛2017届同学的毕业赠言，倒不如说这是扎克伯格送给所有90后、00后的一剂醒神汤。无论你在奋斗，在迷茫，还是在焦虑，这篇演讲都能或多或少你启发和能量。

为了保持社会的进步，我们身负挑战——不仅仅是创造新的工作，还要创造新的目标。

我想和你们分享的是，我对我们这代人的一些想法，和我们正在合力建设的这个世界。

目标创造真正的快乐

今天我想谈谈目标，但是我不是来给你们做一些程序化的宣言，告诉你们如何发现目标的。我们是千禧一代，我们会出于直觉和本能发现目标。相反地，我站在这里要说的，是仅仅发现目标还不够。我们这代人面临的挑战，是创造一个人人都能有使命感的世界。

我最喜欢的一个故事，是约翰·F·肯尼迪访问美国宇航局太空中心时，看到了一个拿着扫帚的看门人。于是他走过去问这人在干什么。看门人回答说：“总统先生，我正在帮助把一个人送往月球。”

目标是我们意识到我们是比自己更大的东西的一部分，是我们被需要的、我们需要更为之努力的东西。目标能创造真正的快乐。

今天，你在这个特别重要的时刻毕业了。当你父母毕业的时候，目标很大程度上来自工作、教会、社群。但是今天，技术和自动化正在代替很多工作，社区成员人数也在下降。许多人感到沮丧，感到自己被隔离开来了，同时也在努力填补空白。

当我走过很多地方的时候，我曾和许多被拘留的、阿片类药物成瘾的孩子们坐在一起，他们告诉我如果他们有事可做，参加课后活动或者有地方可去，他们的人生会变得很不一样。我也遇到过很多工厂的工人，他们没法再从事之前从事的工作了，所以试图找到新的能做的事。

为了保持社会的进步，我们身负挑战——不仅仅是创造新的工作，还要创造新的目标。

我还记得在Kirkland House的小宿舍中创造Facebook的那晚。我和我的朋友KX去了Noch。我记得我告诉他，我很开心能把哈佛的社群连接起来，但是有一天，有人会把整个世界都连接起来。

我完全没有想到这个人会是我们。当时我们还只是大学生，对此还并不了解。所有这些大型技术公司都有资源，我只是认为其中一个大公司会做到这一点。但是，我对这个想法很确信——所有人都想和彼此连接，所以我们一直在朝这个方向努力前进。

我知道你们中的很多人也会有类似的故事。你觉得很多人都在改变世界，然而他们并没有，而你会。但是，光有目标是不够的。你必须拥有心系他人的目标。

意识到这点非常难。我从来没想过创造一个公司，我想要的是创造影响力。越来越多的人加入我们，我假设他们跟我关心的是同样的东西，所以我从来没解释过我到底希望建立什么。

几年来，一些大公司想要收购我们。我拒绝了。我想知道是否能连接更多的人。我们正在建立第一个新闻流，当时我想，如果我们能做到这一点，它可能会改变我们学习世界的方式。

几乎所有人都想让我把公司卖了。没有更高远的使命感，这个创业公司不可能梦想成真。经过激



烈的争论后，一位顾问跟我说，如果我不同意出售，我会后悔一辈子。一年左右的时间里，当时的管理层几乎都走了。

这是我在Facebook时最艰难的时刻。我相信我们在做的东西，但是我也感到孤独。更糟糕的是，当时我觉得这是我的错。我在想是不是我错了，一个22岁的小孩，都不知道世界是怎么运转的。

多年以后的今天，我明白了那是因为没有更高的目标。是否创造它取决于我们，所以我们能一起前进。

创造具有使命感的世界

创造一个每个人都有使命感的世界的三种方法：一起做有意义的项目；通过重新定义平等，使每个人都有追求目标的自由；在全世界建立社群。

首先，来说说做有意义的项目。

我们这一代将不得不面对数千万的工作被机器取代的情况，比如自动驾驶。但我们还有很多事能一起去完成。

每一代都有属于自己一代的作品。比如有超过30万人一起努力，让人类登上了月球——包括那个看门的人；数百万志愿者为世界各地的小儿麻痹症患者打疫苗；数以百万计的人为建立胡佛水坝和其他伟大的项目贡献了自己的力量。做这些项目的使命，并不仅仅是为人们提供工作，而是让我们整个国家感到自豪，我们可以做一些伟大的事情。

现在轮到我们来做一些伟大的事了。我知道，你可能会想：我不知道如何建造大坝，或者如何让一百万人参与到任何事情中来。

但我想告诉你一个秘密：没有人从一开始就知道如何做，想法并不会在最初就完全成型。只有当你工作时才变得逐渐清晰，你只需要做的就是开始。

如果我必须在开始（Facebook）之前就了解清楚“如何连接人”的想法，那么我就不会启动Facebook了。

或许电影和流行文化会让人觉得被误导，那些想法会出现在一些灵光一闪的时刻，这其实是一个危险的谎言。这让我们感到不满足，因为我们没有了我们自己的（行动），它会阻止那些拥有好想法的人去开始。对了，你知道电影当中还有什么是对创新的误解吗？那就是，没有人会在玻璃上写数学公式。

其实，理想主义是好事，但你要做好被误解的准备。任何为了更大愿景工作的人可能会被称为疯子，即使你最终获得成功。任何为了复杂问题工作的人都会因为不能全面了解挑战而被指责，即使你不可能事先了解一切。任何抓住主动权先行一步的人都会因为步子太快而受到批评，因

没有人从一开始就知道如何做，想法并不会在最初就完全成型。只有当你工作时才变得逐渐清晰，你只需要做的就是开始。

为总是有人想让你慢下来。

在我们的社会里，我们并不经常做一些伟大的事，因为我们害怕犯错。如果我们什么都不做，我们就忽视了今天所有的错误。事实上，我们所做的任何事情将来都会有问题。但这不能阻止我们开始。

那我们还在等什么呢？现在轮到我们这一代人定义“公共事务”的时候了。

在地球摧毁之前，如何阻止气候变化？如何让数百万人愿意参与制造和安装太阳能电池板？如何治愈所有疾病？如何要求志愿者跟踪他们的健康数据和分享他们的基因组？今天，我们可能要花上50倍的价格去治疗病人，而不是找到一种治疗方法让人类第一时间无法染上疾病。这并不合理，我们可以解决这个问题。

这些成就在我们能力范围内是可以实现的，让我们让每个人在我们社会中发挥其应有的作用来做这些事情。让我们做一些伟大的事情，不仅要创造进步，而是要创造purpose。

所以我们可以做的第一件事就是，创造一个每人都拥有使命感的世界。

第二件事是，重新定义平等，让每个人都有追求目的的自由。

我们这一代人的父母，很多在整个职业生涯中都有稳定的工作。但是现在，我们这一代人都是企业家，无论我们是刚开始一些项目还是在寻找或是已经扮演着这个角色。这都很棒，我们的创业文化恰好是导致我们创造如此多进步的原因。

现在，只要在尝试很多新想法的时候，创业文化就会蓬勃发展。Facebook并不是我做的第一件事，我还做过游戏、聊天系统、学习工具和音乐播放器。我并不孤独，因为JK罗琳在出版《哈利波特》之前被拒绝了12次，即使碧昂丝也不得不写了数百首歌曲，才有了今天《Halo》这首歌获得的光环。最大的成功来自于我们享有失败的自由。

然而，今天，财富不均会让每个人都受到伤害。当你没有自由把你的想法变成一个历史性的企业的时候，我们就输了。现在，我们的社会在通往成功的路上有过多的指引，但我们做的不够，并不是每个人都能够轻易得分（获得成功）。

面对现实吧，我们的社会体系是有问题的，当我能够离开哈佛并在10年内赚取数十亿美元的时候，还有数百万学生无法偿还贷款，更不用说开始创业。

看，我认识很多企业家，然而我并不知道是否有一个人是因为没有足够的钱而放弃创业。但是我知道很多人不敢追求梦想，因为一旦他们失败，并没有很好的缓冲。

我们都知道，想要成功，光凭一个好想法，或者一个好的工作态度，是远远不够的，幸运也是成功很重要的因素。如果当初，我无法花时间编写代码，而是必须勤工俭学补贴家用，如果我无法承受“万一Facebook不能成功”这一假设，我今天都不会站在这里。诚实地想一想，我们都知道，（能够有今天）自己是多么的幸运。

每一代人的成长都扩大了平等的定义。现在到了我们为这一代人定义新的社会契约的时候了。

是的，赋予每个人追求目标的自由，这并不是免费的。像我这样的人应当为此付费。在你们之中，许多人都会做得很好，当然，你们也有义务去做好。

这也是为什么当初 Priscilla 和我启动了“陈扎克伯格倡议”项目，并承诺要我们的财富去促进机会平



等。这些是我们这代人的价值。“要不要这样做”从来都不是问题，唯一的问题是“什么时候去做”。

千禧一代已经是历史上最慈善的一代人之一了。千禧一代的美国人在一年中，平均四个人里就有三个人会捐款，平均十个人里就有七个人会为慈善募捐。

但这也不仅限于金钱。你也可以奉献你的时间。我在这里向你保证，如果你可以每一两周要花一个小时（去奉献和帮助），就会有一个人因此获得帮助，甚至实现他们以前不可能实现的目标。

或许你觉得这太花时间了。我曾经也这么认为。当Priscilla毕业于哈佛后，她成了一名老师，在她和我一起投身教育行业之前，她告诉我，我需要去教授一门课。我抱怨道：“好吧，可是我很忙啊，我得经营Facebook啊。”但是她坚持让我去教课，所以我就在当地的男童女童俱乐部教授了一门关于创业精神的中学课程。

我教他们在产品开发和市场营销中应当吸取的教训，从他们身上，我学到了当自己的种族受到社会关注或有家庭成员身陷囹圄时的感受。我向他们分享了我读书时的故事，他们分享了对走进大学深造的渴望。五年来，我每个月都会和这些孩子一起共进一次晚餐。其中有一个孩子，为我与Priscilla的第一个宝宝在出生前，举办了宝宝洗礼派对。明年，这些孩子们都要上大学了，是的，他们每一个都要上大学了，而且他们都将骄傲地成为自己家族里第一名大学生。

花一点时间，去帮助其他人，这是我们每个人都可以做到的。让我们通过此举，让每个人都有实现人生目标的自由——不仅因为这样做是正确的，更是因为当人们可以把梦想变为伟大的现实时，我们每个人都会变得更好。

“目标”不仅来自于工作。去实现“让每个人都有活的有目标”的第三种方式是建立社区。而当我们这一代人说“每个人”的时候，我们指的是——世界上的每一个人。

来做一个调查：你们有多少来自美国之外其他国家？你们中有多少人是他们的朋友？看到了吗？我们出生于一个互联的世界。



在最近一项调查中，世界各地的80后90后被要求选择自己认同的身份，最流行的答案不是国籍，宗教或种族，它是“世界公民”。这是一个标志性的事件。每一代人都扩大了我们认同的“自己人”。对我们来说，它现在涵盖了整个世界。

回顾历史，历史的车轮总是青睐于更大基数的集体，从部落到城市到国家，来实现我们不能单独做的事情。

我们认为现在最大的机会是全球性的，我们可以成为终结贫穷和结束疾病的一代人。但同时我们也意识到我们面临的巨大挑战也需要全球性的协作，没有一个国家可以单独应对气候变化或预防全球大瘟疫。要想取得进步不能靠单个城市或国家，更是要团结全球社会。

但我们生活在一个不稳定的时期。有人被全球化所抛弃。如果我们对我们自己的生活感到困扰，那么很难在别的地方照顾别人，因为有内在的压力。

当我们足够的感觉到我们自己的使命和稳定感，我们可以开始关心其他人。最好的办法是开始建立当地的社群。我们都从我们的社群中获得意义。无论我们的社群是邻里社区还是运动小组，教堂或音乐团体。他们给我们归属感，我们属于的群体的一部分，我们不是一个人，社群给了我们扩大我们的视野的力量。

这就是为什么这几十年来各类团体的会员人数下降了四分之一的事实是多么需要引起注意！现在很多人都需要在别的地方寻找生活的使命。但是，我知道我们可以重建我们的社群，因为你们中许多人已经开始行动了。

这也是我自己的故事。一个宅在宿舍的学生，一次连接了一个社群，然后始终维护它，直到有一天我们连接了整个世界。

改变源于身边。甚至全球性的改变也是源自微小的事物 —— 和我们一样的人。在我们这一代，我们的努力能否连接更多人和事，能否把握我们最大的机遇，都归结于这一点——你是否有能力搭建社群并且创造一个所有人都能有使命感的世界。

你们毕业于一个无比需求使命感的世界，而怎么创造它由你自己决定。

合作共赢是未来财富管理行业方向

文/杨玲（星石投资总经理）

随着合作共赢越来越成为趋势，高净值人群将真正迎来财富管理服务的“春天”。

截至2016年底，中国个人可投资金融资产总量已经达到126万亿元。为他们服务的主流财富管理机构主要有六类，其中银行理财余额达到29万亿元，信托资产规模达到20.22万亿元，保险资金运用余额已经达到13.39万亿元，券商资管17.58万亿元，公募、公募专户及其子公司专户业务规模26.14万亿元，私募基金10.24万亿元。

但是在行业壮大的同时，资管产品琳琅满目但同质化严重的现状也在降低高净值投资人的体验。我认为，未来财富管理正确的趋势应是“合作”而非相互“碾压”。

纷繁复杂的资管局面

各类机构在过去十年里曾各领风骚，2007年大牛市里，擅长权益类投资的公募基金迅速扩张，所占市值一度占据A股的25.7%；2009年起，信托因为其高收益低风险的特征也连续多年快速膨胀，连续四年增速超过50%；而银行理财因为其保本收益自2014年起占据近三分之一的市场。

即使是2007年才开始大发展的私募证券投资基金，也在2008年凭借正收益引发高净值人群的关注；截至2017年2月底，已经以2.7万亿元的规模成为不可忽视的品种，如果加上私募股权投资基金，私募基金的规模可达到11万亿元，成为妥妥的主流品种。

但是近年来，财富管理行业在发展壮大的同时，各领风骚的局面越来越难看到（除了银行理财一家独大）。这主要是因为混业经营的趋势使得各类机构的业务范围在趋同。例如私募证券和股权投资业务，除了私募基金可做，公募基金专户、公募基金子公司、信托和券商资管都可以做。再比如公募业务，除了公募基金可做，目前保险、券商资管及其子公司和私募基金都可以申请公募牌照。



这意味着，对行业中的资产管理机构而言，竞争正在越来越激烈。对投资人而言，则面临着投资品种繁多但同质化严重、从而导致选择困难的局面。比如固定收益类产品，不仅有银行理财和信托集合计划中的固收产品和券商集合理财，有公募货基和分级A，有保险万能险、分红险等等，甚至还有2015年兴起的互联网金融产品等等。

这导致了恶性竞争，此前基金子公司、信托和券商资管在通道费用的价格战上打得不可开交，甚至低到万分之三，就是恶性竞争的结果。在这样的局面下，资产管理机构和投资人如何自处？

合作而非互相碾压

展望未来，资管机构各有优势，更适合合作而非恶性竞争。经过多年的分业发展，各类资管机构各有短板和长处，这不是短期可以拉平的。以银行为例，长期以来，银行和保险机构擅长固定收益投资，风险控制体系的优势在于信贷。由分业向混业转型的过程中，权益类投资（无论是一级市场还是二级市场），投资团队的建立和风控体系的建立需要一定时间。目前银行投贷联动试点仅批了10家，监管层“暂不考虑第二批”，而且不得使用任何形式的非自有资金进行股权投资，在一定程度上透露了监管层的顾虑。

保险公司同样如此。进一步来看，银行、保险这种负债端庞大的机构，其资管资金体量太大，如果设立全产品线，并且悉数自建团队，需要建设庞大的团队，成本上并不现实。近两年来，来自银行和保险机构的“委外投资”大潮，恰恰是人才队伍缺失的无奈体现和必然选择。

而有的机构在投资端的比较优势则非常明显，例如私募证券投资基金。2012年前，私募证券投资

而对于财富管理机构来说，后者才能赢取客户。未来资管机构之间的正确发展方向，不应该是相互碾压，而应该是合作共赢。

基金连合法身份都没有，只能以借助信托通道发产品的方式生存，可以说在资金端没有优势，因此只能把全部的精力都放在千方百计地建设投资队伍和提升投资能力上。

这样一来，私募证券投资基金反而有“三合一”的比较优势——良好的投资能力、灵活的机制、超强的专注力。以星石为例，自从2007年成立十年来，所有产品都采用同一个策略。管理规模从成立之初的1.5亿元到如今的超百亿，资金规模在不断变大，要在单一策略上给客户提供持续稳定的、还不错的投资体验并不容易，星石配备了近50人的投研团队，又靠自主培养和合伙人激励机制来保证团队稳定。

私募证券投资基金行业这么做的并非星石一家，目前有不少同行专注于单类策略、走精品路线，并为之配置比较多的投研资源和制度。这在银行保险则很难做到，所以这也是合作的空间所在。根据中国证券投资基金业协会的数据，截至2017年2月底，证券投资类私募基金7781家，管理规模过百亿的有23家，其中至少7家以上都是策略单一、在细分领域做到了龙头的私募基金。

混业经营下，资管机构可以“自产”，但不能放弃“外采”。相互合作有助于取长补短，为高净值人群提供更优质产品。

更何况，高净值客户也是稀缺资源，他们被很多服务机构围绕，要争取到他们必须是依靠更优质的产品，而不是全面的产品线。

这样的情况不仅仅存在于银行、保险、公募专户、基金子公司、券商资管和私募证券投资基金之间，也可以存在他们和私募股权基金、信托之间，毕竟私募股权基金在一级市场、信托在非标准化债权资产的投资已经有多年的经验，可以为这些机构提供良好的长期限的权益类和固收产品。

总之，未来产业链式的合作，对于投资人来说，福祉更大。因为同质化多样化下，信息不对称更明显，选择难度加大，但是合作带来的是优质产品。而对于财富管理机构来说，后者才能赢取客户。未来资管机构之间的正确发展方向，不应该是相互碾压，而应该是合作共赢。

合作趋势获认可

从实际情况来看，合作已经被实践证明是市场所认可的。在私募行业，一些风控合规较好、业绩常青的私募证券投资基金，早已与信托、公募专户、基金子公司和券商资管等广泛开展了合作，以投资顾问方式参与到这些机构的投资管理中。

截至2017年3月29日，根据中国证券投资基金业协会的官方统计数据，已经有6979只产品采用投资顾问管理的方式发行，这是市场自发的合作，在一定程度上证明了私募的投资能力已经得到资管行业广泛认可。

越来越多的银行愈发认同这一点。在近期与银行的接触中，我们发现，部分银行在委外投资的存量调整上，越来越倾向于与优秀的证券投资基金合作，因为在利率上行的环境下，资金成本难以下降，必须通过与专业优秀、擅长投资的机构合作，才可以保持稳定的良好收益；还有的银行总行层面也开始给分行下放权力允许其私募证券投资基金的白名单，既可以减少总行在合作审批上的繁冗流程，还可以让这一合作更加个性化、更紧随市场趋势，可以说，是银行与私募合作模式的“升级版本”。

合作共赢的趋势，也在上层建筑层面得到认可。全国“两会”期间，“一行三会”多位领导表态，大资管产品统一监管的政策已经得到监管层认可。

监管统一是混业经营的升级和完善，是在鼓励资管机构之间良性合作。所谓良性合作，是指禀赋之间的合理配合。这种禀赋不是政策资源禀赋，那会导致监管套利。鼓励良性合作，能防止重复建设和恶性竞争，降低资金成本，有助于行业健康发展，同时能保护投资者利益。预计未来将有更多的政策鼓励投资端业务外包、规范合作。

随着合作共赢越来越成为趋势，高净值人群将真正迎来财富管理服务的“春天”。



休闲农业进入IP时代

文/郭亮（地道国际设计院院长）



休闲农业进入IP时代，旅游IP代表着个性和稀缺性。对景区而言，是景区形象认知的产品，是简单鲜明有特色的元素和符号。旅游景区的IP可能就是一个故事，可能是具体的某一个景点，也可能是某一种感觉，它赋予旅游景区独特的性格特点，也能给予景区无限的生命力。那么休闲农业及乡村旅游项目的IP是什么？

IP是什么

IP，全称“Intellectual Property”，中文名称为知识产权，这里指的是受版权、商标、设计权和专利法律保护，具有商业价值的知识，创意和人类思想的表达，例如品牌名、注册外观设计、艺术作品、文学或音乐内在特质。

IP就是具备商业化、产品化、价值化的内容体系。

休闲农业及乡村旅游项目的IP就需要从本地的资源出发，当前休闲农业进入到了一个内容为王的时代，我们需要转变思维方式，将资源转化成内容，再由内容转化成价值。

IP的两个关键点

第一个是独立的知识产权，我们可以通过商业化的购买实现IP的植入，例如香港Hello Kitty主题农庄，瑞安小王子主题农庄等。休闲农业的经营主体也可以去创造属于自己的IP，把自己的资源用好，转化成自己的内容。

第二个是能具备独立的自我认知能力，一定要是自己的、当地的东西，进行在地化开发，这是IP产生的非常关键的因素。如田妈妈蘑法森林、田妈妈小花猪农乐园等。

有独特的IP意味着产生了持续的付费能力和购买意愿，只有这样才能持续收益，具备无限延展的可能。

有独特的IP意味着产生了持续的付费能力和购买意愿，只有这样才能持续收益，具备无限延展的可能。

IP可以带来的价值

IP能带来用户，带动产业的发展，尤其在这个互联网大变革的时代。IP不是一个单独的事情，是从你心里来，落到你脚下的这片土地上，这个东西是最接地气的，如从外面嫁接是不长久的，大多数民宿就正是依靠匠人精神做出来的。

IP时代意味着无限链接，只有通过跨界、整合，不断的链接，才能对我们内心所需要的IP植入更丰富的内容，以一个更开放的心态、清晰的目标，达成和实现理想中的IP。

休闲农业及乡村旅游项目的IP怎么做

如何从资源转化成内容，这是目前休闲农业及乡村旅游项目非常缺失的环节，因为大部分经营者没有真正意义上去做研发和产品，没有去开发团队，缺少创意的能力，所以很难打造属于自己的IP，这是问题所在。

一个IP的产生一定始于创新、颠覆的初衷，具备探索的精神。

其实大部分做休闲农业和乡村旅游的人都很踏实，但是他们也往往需要从这个踏实的圈子里跳出来，要变得不安分，想点、做点别的事情。

另外是跨界，现在高端的品牌都在不断的延伸她的IP价值，只有跨界才会产生新的玩法，才能真正让休闲农业和乡村旅游的品牌和资源价值IP化。

那么一个休闲农业及乡村旅游项目的IP创造重点要看那几点呢?

找途径

找途径就是要找景区的独特识别物，优质的旅游IP一定有着才华与人品作为IP的发散才能支撑！迪斯尼有效地利用自己的IP资产，将IP引入到商品、游乐设施和其他周边产品，最终实现丰厚的盈利。同样北京故宫也非常重视自身IP，如皇家文化、传世珍宝和顶级宫殿，使旅游商品朝着“萌、呆、嗨”发展。

主动寻找生命力较长，足以摊平投资的最佳IP，这样就能起到事半功倍的效果。还要确保合作双方的目标是一致的，如果你想品牌化一个儿童游乐项目，但是IP所有方希望是一个和哈利波特魔法世界差不多等级的，那这就是相悖而行了，所以选择可以成功进行旅游转化的IP，这样它的粉丝们才会喜欢前来体验。

找爆点

找爆点就是找能够引爆旅游景区鲜明特色的东西，找准爆点才能各个击破，达到更高效的作用！海南亚龙湾的热带天堂公园引入葛优舒淇主演的《非诚勿扰2》，最后所有的游客去到热带天堂公园都要走一走那个吊桥，看一看他们所拍摄的那个鸟巢酒店的房间，这样的小景点其实早已演变成了这个景区的香饽饽!

小说《盗墓笔记》非常火爆，而在小说中提及，2015年的8月17日是“张起灵回归的日子”。于是，很多粉丝开始在网上邀约，共赴“长白山十年之约”，见证“张起灵回归”，一度引发吉林长白山景区的拥堵。

通过一系列火爆的事件找准景区定位，据《2015年中国旅游业投资报告》显示，2016年中国旅游投资将继续保持稳定增长态势，预计全年旅游直接投资将达到1.25万亿元。到2020年，实现旅游投资总额比2015年翻一番，达到2万亿元。这些数据表明，旅游业的发展空间非常之大，旅游与文化与IP相结合将是未来旅游发展的必然趋势。

找粉丝

找粉丝就是提高旅游景区的人气，人气的高涨必定吸引更多旅游者前来！国产动画电影《大鱼海棠》，画面中多次出现了以福建土楼为原型创作而成的村落，画面规整，具有浓浓的中国风，很快便吸引了更多的游客去福建土楼观瞻。

随后，以福建土楼为核心的相关旅游产品在许多旅游网站迅速上线，“福建高北土楼群”、“田螺坑土楼群”等一日游产品预订环比增长了200%—240%!

2008年，英国AstleyBakerDavies公司动画片《粉红猪小妹》进驻保尔敦斯主题公园。结果非常受游客欢迎而且也符合该主题公园品牌内涵，因而也就有了2011年开业的粉红猪小妹主题公园。

英国比尤利国家汽车博物馆举办了一场“邦德在

旅游景区的IP可能就是一个故事，可能是具体的某一个景点，也可能是某一种感觉，它赋予旅游景区独特的性格特点，也能给予景区无限的生命力。



行动”的主题活动，活动吸引力早已超出了比尤利汽车爱好者圈子，成功建立了品牌与汽车联结。

了解旅游者在想什么，找准痛点并提供超出预期的用户体验，将线下活动互联网化，并且基于人性的传播驱动，用户于社交圈上进行口碑传播，最终实现用户的三种角色转换——休闲农场、庄园等旅游业主体在旅行途中跟用户发生关系，从陌生人发展成粉丝，并将核心用户发展成分销商。

做参与

做参与就是在旅游景区为大家提供极致的体验，大家都能身临其境参与融入进来，实现参与度最大化的颠覆。制定价格政策吸引新的群体，比如年轻的家庭（顿塔彩色乐园或萨洛冒险港乐园）或者提升景区的名声。

经久不衰的IP有Hello Kitty，包括马来西亚公主港的Hello Kitty小镇、英国德鲁西拉公园的Hello Kitty秘密花园，以及印度尼西亚安可梦境公园的Hello Kitty IP乐园，这些都能让前来的人有强烈的参与感，和这些卡通形象有零距离接触。

四川省乐山市的乐山大佛，突出体现佛之大，“乐山大佛”四个字简单直接，却完全准确地展示了景区的IP。

还有，海南呀诺达雨林文化旅游区是国内唯一用数字命名的景区，“呀诺达”在海南本土方言中表示一二三。

景区赋予它新的内涵，“呀”表示创新，“诺”表示承诺，“达”表示践行，同时“呀诺达”又被意为欢迎、你好，表示友好和祝福。这些通过名字就有强烈的参与感，仿佛这个景区就在脑海里。

从提供服务到用户尖叫，人性化的口碑传播，无可比拟的体验与参与感，是建立强黏性的前提。

可以通过整合包装为旅游商品，或者用节庆活动等来延续，甚至可以变成一个特色景点，参与感的提升可以见证这个景区的人气度，多元化的融合更能维持旅游景区IP的生命力。

落地一个休闲农业或乡村旅游项目很容易，但做内容的植入很难；做一个活动很容易，做365天的运营很难；做运营很容易，做内容的创新与生产很难；做一个盈利的项目很容易，做一个IP很难。旅游景区IP的发展最主要的途径，其实就是玩转粉丝经济，最后通过类似文中所举的一系列动作来实现IP的完美飞升。

一个雪季滑雪人次达34万，营收破1.1亿，冬令营竟有5000多个孩子参加，滑雪学校培训学员3万多人。。

松花湖冰雪小镇炼成之道



万科松花湖冰雪小镇建立在1962年开始建设的原松花湖滑雪场基础之上，花巨资引入的奥地利、意大利等国际一流品牌先进滑雪设备和现代的设计理念，加上该雪场得天独厚的自然禀赋，打造国内一流的室外滑雪场，在当前国内近80%的滑雪场没有任何架空索道，有近50%的雪场没有压雪车的现状下，松花湖雪场对滑雪人群有巨大的吸引力，配合毗邻的国家4A级景区松花湖景区，大力发展特色旅游、房地产、培训、酒店等相关产业，至今小镇初步成型，也取得不错的市场反响，而要打造此类小镇要注意以下三个要点。

依托优质的地理资源，切入蓬勃发展的雪上产业

雪场所在大青山空气质量高，气压相对稳定；年平均降雪次数较多，更重要的是紧邻不冻的松花江，每天蒸发的水汽随风飘动到大青山区凝成霜花覆盖滑雪区，使得冰雪期年平均达150天，积雪厚度达1米以上，这是同维度雪场所没有的优势，自然条件得天独厚；雪场所在地距离吉林市区仅15公里，紧邻人口稠密的经济发达地区，导入大量本地游客，能提高游客数量的稳定性，松花湖冰雪小镇省内游客占比近40%，小镇的地理位置优势对此贡献巨大。

我国雪上产业正在高速发展，2015年市场规模已达116亿元人民币，如表一所示，增长速度在逐步加快，预计到2020年雪上产业市场规模将达到300亿元，如表二所示，滑雪总人数和滑雪场数量也在加速增长，人数增幅更是高于滑雪场数量增幅。

体育小镇的体育属性的选择既要根据当地的资源禀赋，又要注意此类体育产业的发展前景，选择得当，体育小镇就会赢在起跑线上。

产业要逐步发展，不断拓宽、延长产业链

首先，发展旅游产业，打造体育特色，配套基础设施。

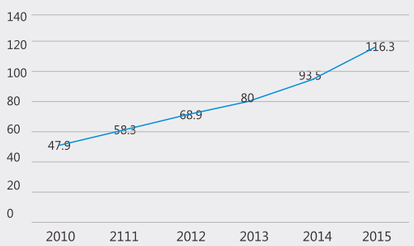
冰雪小镇升级改造雪场，将松花湖雪场打造成国内甚至国际一流雪场，以滑雪为唯一核心特色，同时在城镇区建造冰雪主题乐园，冰雪主题酒店和特色度假酒店等配套旅游资源，并结合雪场赛道和原始景观打造精品人造景观，比如在赛道旁建造山顶雾凇、森之舞台等精品景点，将旅游产业作为先头产业，为后续产业的导入做基础。

其次，引入冰雪主题赛事，不断强化冰雪特色，提升冰雪小镇的吸引力和影响力。

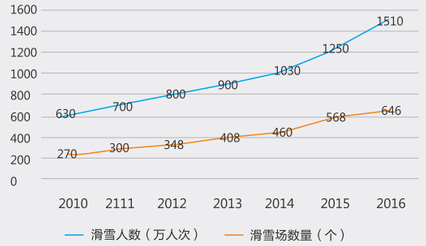
运营方逐步举办冰雪马拉松、高山滑雪冠军赛、关东决单板公园技巧赛、万科松花湖小镇铁杆赛等冰雪特色赛事，像冰雪马拉松已连续举办两年，去年参与的专业人士已达到140人，围观人群却达到2万多，通过这些有亮点，有爆点，抓人眼球的赛事发展迅速，迅速提高小镇的知名度，吸引大量游客前来观赏，存进小镇和当地的经济发展。

最后，大力发展教育培训，为小镇带来新的发展动力。

表一：国内滑雪市场规模（亿元）



表二：国内滑雪人数和滑雪场数量变化表



体育小镇的体育属性的选择既要根据当地的资源禀赋，又要注意此类体育产业的发展前景，选择得当，体育小镇就会赢在起跑线上。





小镇紧扣冰雪主题发展相关教育培训业务，培训资源雄厚，运营方通过与国家体育总局、北华大学合作成立松花湖滑雪学校，引入日本熊猫雪人品牌建立熊猫雪人儿童滑雪学校，涵盖滑雪教练培训，滑雪教学、儿童滑雪训练等内容，2016年完成30000多人的培训，其中素质提升培训占一成，儿童培训占两成，其他的都是滑雪基础技能培训，就盈利能力而言，素质提升培训大于儿童培训大于滑雪基础技能培训。

另外，通过与万科营火虫、英孚教育、麦淘亲子游等品牌合作开展冰雪特色冬令营，学员可学习滑雪入门课程，外出冬捕、体验传统东北民俗，并有专业外教讲授英语课堂，合作编排英语话剧，内容丰富，2016年共接待营员5000多人，平均每人收费6000元，光学费就有3000万营收。

培训业务的大力发展不仅为小镇带来更多的经济收入，同时也为小镇提供大量专业人才，让小镇的冰雪特色更突出，对菜鸟游客更有吸引力。另外运营方还发展婚礼服务，夏令营，登山赛等业务，补充非雪期小镇产业的空白。

借助互联网来提供便捷服务

小镇通过松花湖APP，集合小镇各方面信息，游客通过手机APP就可以完成订票、订餐、定酒店、车位查询等服务；另外通过与滑雪族、滑呗、滑雪助手等APP合作为滑雪游客提供订票，培训预定等服务，让游客尽量降低游玩成本，便捷出行。

小镇还安装多大300多个摄像头、传感器等监控设备来保证安全，排除漏洞，比如某一雪道发生障碍物阻拦等情况，运营中心能第一时间发现，以便及时排除事故，让游客更好的体验滑雪的乐趣。便捷的服务对于提高游客的粘性意义非凡。

以上就是从资源禀赋、产业导入、做好服务等三个角度来了解打造特色体育小镇的三个要点。

除了以上三个要点我们还要注意到，万科的资源带入对小镇的发展助力巨大，2016年万科组织大量万科业主到小镇旅游，给小镇导入部分流向，同时带入万科营火虫等多个旗下品牌，在初期给力小镇宝贵的发展动力，体育小镇的打造不是一朝一夕就能完成的，需要各方发挥优势，遵循市场规律，合理配置资源，方能逐步实现。

（来源：营地导师）

UCHEN® 友诚

中国宝安集团旗下企业

Assist new energy industry development

助力新能源产业发展



新能源汽车充电连接器生产企业

www.uchen.com.cn

花费的任何精力和时间都是一种投资

文/俞敏洪

编者按：

我们每个人每一天都是24个小时，为什么有的人利用得很充分，每天都能取得很多的进步和成绩？为什么有的人利用得不那么充分？而且有的人好像也在用20个小时拼命努力工作和学习，但成效却不那么显著。我们怎样能够充分利用时间来取得更好的成绩？



造成每天24个小时的利用程度不同的原因，最主要是由于大家对时间的安排不同所导致的。如何合理地规划每天的24小时？

第一，需要区分优先级，首先将最重要的事情安排清楚。例如，这个星期或是这个月最重要的事情是什么，完成该事情需要花多长时间，这些时间该如何安排。如果具体分配到每一天，每天具体需要花费多长时间，如何保证时间，这是一个非常重要的问题。

第二，有能力排除非计划中被占用的时间，或者说被随便浪费的时间。很多人的时间观念不是很强，很容易因为某种突发或额外的事情就把时间浪费掉了。例如，原本打算读一本书，但是被朋友约出去喝酒，结果两三个小时因为跑去喝酒浪费了；本来打算花一个小时锻炼身体，但中途与同学吹牛聊天，锻炼的时间就浪费掉了；原本打算学习，但因为女朋友或男朋友说出去玩，结果就去逛商场。

我们的时间很容易被别的事或别人所左右，使得我们原本安排的时间就没有了，该做的事情没有做完。

第三，尽管我们需要尽可能多的将时间用在工作、学习与进步上，但实际上我们在利用时间的时候需要有一个前提保证，确保我们的身体是健康的，这一点尤为重要。

确保身体健康主要有两个要素：第一，每天安排一定时间锻炼身体。因为如果没有时间锻炼身体，身体就会越来越不舒服，最后会大大影响工作和学习的效率；第二，保证充分的睡眠。我特别主张大家不要拼命地熬夜，或者因为一些坏的生活习惯无法保证正常睡眠。一个人正常的睡眠时间至少六个小时，长一点至七个小时左右也是可以的。睡眠质量是否良好，对我们的事业热情，有重大影响。

我们再重复一下上面的三个要点：第一，最重要的事情该怎么做，必须做的事情该如何安排；第二，尽可能不随便浪费时间；第三，用充足的时间保持自己的身体健康、心情愉悦。

下面我们再来讲该如何利用时间，如何高效利用。大家常常会有一个错误概念，我们花出去的时间、耗费的精力、花费的金钱，就只是花掉了，并没有回报。但其实我们的时间、精力、注意力等，在某种意义上来说都是一种投资，并不是简单的花掉。

以公司举例，在算账的时候会有费用、成本，与留下来的收益。我一直认为公司花出去的钱，并不是花费和成本，而是一种投资行为。投资行为最核心的特点，就是需要取得回报，并且最好是成倍的回报。

当我们将某一个行为看作是投资行为的时候，我们思考的就不是尽可能节约钱或者尽可能少花钱，而是尽可能去思考花这笔钱是否合算。我们要计算的不是花钱多少，而是要保证不论花钱多少，最后得到的回报是合算的。例如，我们投资了一百元，钱花掉就没有了，也没有什么回报，那么这一百元钱花得就不合算。但是，如果花了一千元，最后获得了一万元的回报，那我们花这一千元就非常值得。如果没有回报，我们花一百元都会觉得多。我们在计算任何一笔花费的时候，都需要计算它的回报，以确定是否值得。

不论是花费金钱、精力，还是时间，都是一样的。这背后都有投资和回报。用一百块钱只是用来吃东西，那么它的投资回报实际上比较小，最多只是填饱肚子而已。如果用20元钱买一个能让我们吃饱肚子的东西，与原本花100元钱吃饱肚子，在本质上没有太多不同。减少投入金钱的数量从而达到同样的目的，投资讲究的是在投入同样资源的情况下，如何能够获取最大回报。剩下的80元钱，我们可以去看一场电影、买一本书，或者还能给自己的男朋友或女朋友买一朵玫瑰。这样，这个投资是非常合算的，因为所谓的回报不仅是金钱上的回报，感情上的回报、知识上的回报、能力上的回报都是回报。

一百元钱只用来吃饭，它的回报只会填饱肚子。同样我们也能用一百元钱，同时填饱肚子、买书、看电影、买玫瑰，这样我们的回报就是成倍，甚至是几十倍的。在吃饱肚子的同时又有了一本书，因而能够从书中获得知识，提升自己的能力；看电影又提高自己的欢乐程度；买玫瑰花，又能提升我们的感情交流程度。

从时间和精力上来看，我们会发现我们表面上拥有很多时间，我们的精力也在睡了一觉之后恢复。但是，我们需要将投入的时间和精力计算在回报体系内，因为实际上时间和精力花出去后是回不来的。每投入一小时去做某一件事情，我们都要思考这个时间投资是否合算。

当然，我并不是说这样计算后，我们就不再花时



间同朋友吃饭、喝酒、聊天，也不再花时间去散步、旅游。就像此前讲的，回报是多方面的。与同学一起喝酒聊天一小时，在聊天中我们也能从同学身上取得收获，并且建立和同学之间的友谊，打开与大家交流、沟通的渠道，这种回报也是非常了不起的。如果我在大学的时候没有和同学搞好关系，后来做新东方就不会有那么多同学可以合作。这其实是一个长久的回报体系，也是一种长久的投资。

但是，如果我们一天到晚都和同学喝酒聊天，同样的话说了一万遍，同样的笑话听了几百遍，自己也不断重复讲同样的话，沉溺于这种循环往复中，收获就会越来越小，边际效应就会越来越低，直至等于零。等于将所有的时间、精力花进去，收获却是零。当我们收获是零的时候，就是纯粹的浪费时间、浪费生命。

我们到底该如何利用每天的24小时？从我个人来说，我会将一天的24小时划分成几个板块。例如，我决定用2小时来读书，那么我首先想好我要读哪本书。在读书的时候我还会有一个分辨，如果我本来选定了一本书，读了半小时发现没有收获。那么，我会迅速换一本书。如果读一本没有收获的书，仅是因为预先决定必须要读这本书，没有收获也要读下去，那么，实际上就等于犯了一个错误，还坚持走在错误的道路上。

所以，我这两个小时读书的时间，可能是认真地

读一段文章，可能是大致浏览两本书，也可能是把一本书很好的读了一大半，总之我认为这两个小时的读书是必须要有回报的。第一，我从书中真正学到了东西；第二，通过读书，我丰富了自己的思想；第三，通过读书使我的某方面能力得到了提升。

再比如，如果我花一个小时时间在百日问答上，那么我就知道尽管我需要花时间，但这一个小时我是有回报的。我加强了同诸位愿意读俞答百问的朋友的交流、沟通，同时也得到了互相之间的智慧碰撞。同时，新东方也会因为俞答百问，提升知名度和信任度。总而言之，做俞答百问，不是因为这能使我出名或者做这件事情好玩我才去做，而是一定有非常重要的我个人认为合算的理由才去做的。

这就是所谓的投资必须有回报，而且回报一定是越大越好。同时，回报也有短期和长期之分。花时间与同学建立友好的关系是一种长期回报；花时间进行体育锻炼，它表面上好像花了时间没有得到什么回报，但从长远来说，我们进行体育锻炼，可以使得身体健康，使生命长度拉长，我们未来能够做更多事情。

生命苦短，我们的精力和时间一定要用投资回报的概念来计算。这种理性的计算，表面上显得很势利，但实际上是让我们的生命能够在同样的时间之内发出更好的光彩，获得更多、更大收获。同时，我们还需要考虑我们投入到哪个方面的边际效应会最高、回报会最大。这样的话，我们就会知道哪些是不重要的东西，我们尽可能不花时间去做。

重要的事情，我们就要尽可能花时间去做。当我们养成习惯后，生命就会逐渐变得越来越精彩，走向事业成功的可能性也就越来越大。



生命苦短，我们的精力和时间一定要用投资回报的概念来计算。这种理性的计算，表面上显得很势利，但实际上是让我们的生命能够在同样的时间之内发出更好的光彩，获得更多、更大收获。

“匠人匠心”



王汉成：做中药文化的传承者

王汉成，从事中药工作40余年，现任马应龙生产中心中药饮片总监。2016年马应龙“匠人奖”获得者。

“知之者不如好之者，好之者不如乐之者”，中医药文化博大精深，我要做到老，学到老，不断传承、创新！

学无止境，潜心钻研

从业40余年，王汉成心中的信念从未动摇过：中医药是中华民族的宝贵遗产，我一定要继承发扬下去。中医文化博大精深，即便穷尽一生，可能也只能窥得皮毛，因此王汉成丝毫不敢懈怠，从入行的那一天起，就打定主意毕生潜心钻研中药文化。他抓住一切机会，如饥似渴地学习中药学、中医基本知识、药用植物学、中药炮制学、中药鉴定学等专业知识，有一次为了查找中药三七花的资料，他跑了好几家书店，最终在安徽亳州一家医学书店找到资料并复印回来。

为了不断提高技艺，王汉成经常参加各类专业培训、技能考试和比赛，而且常常为了一个问题反复请教有经验的同行前辈，用虚心诚恳感动对方，直到对方真心相传，凭借着这股不达目的誓不罢休的精神气儿，王汉成迅速成长为一名优秀的执业中药师，熟练地掌握了常用中药饮片的来源、产地、炮制加工、质量经验鉴别、常用别名、功效主治等知识技能。

反复琢磨，精益求精

在饮片生产经营中，王汉成带领团队克服了一个个困难，他说，凡事就怕有心，什么困难都难不倒有心人。从原料选材到市场采购，再到生产工艺的试验改进，王汉成都亲力亲为，精益求精，一次失败再来两次三次，始终坚持高标准严要求，直到生产出符合市场标准、令顾客满意的优质产品。

西洋参片是市场有较大需求的品种，也是作为饮片生产企业的一个重要产品，为此，王汉成决定一定要尝试在自己的公司生产出来。经多方探寻得知西洋参切片要有专业的生产设备——一次成片的切片、干燥机，但是他跑了几个药材市场都没有买到，于是，王汉成决定就地取材，用现有的小型**切片机进行试验。设备解决了，接下着就是西洋参原料的选材问题，王汉成了解到国内大多厂家是用国产东北西洋参切片，其售价低成本也相对低些；东北西洋参分为硬枝和软枝，软枝是专用于切片的，于是王汉成从广州药材市场带回进口和国产两种参试切片，切片后进行检测，发现国产参浸出物未达药典标准，只能选用进口加拿大西洋参。经过选材以及反复的试验，他选用四种方法润透切片，第一次刨片生产出的十箱成品，发现比市场上的刨片颜色略深，片形也不好看，一般切片要“少泡多润”但西洋参润透了色泽变深，于是他又改进了润切的方法，终于达到了既定的标准。

回想起这个艰辛的试生产过程，王汉成说：“只要能用到的方法我都试验过，只要你用心去做，不断探索，方法总比问题多，困难难不倒有心人。”





传播理念，传承技艺

王汉成视中药传承为己任，将传播中医药养生保健理念融入到工作生活中，针对市场需求，对中药茶礼盒和精制饮片进行升级，主打养生中药，经常到各大连锁药店、子公司、销售办事处做产品知识培训，大力宣传马应龙中药饮片的天然优质，普及中药养生理念。还受邀到湖北电视台做专业讲座，授课深入浅出，专业实用，广受业界认可。

他以身示范，悉心教导生产工人选材用料、生产技术等，有问必耐心解答，王汉成说：“希望自己多年来积累的知识技能能够在年轻一代身上得到继承发扬，进而使传统中医药文化绽放出新的光彩。”

从人性的角度探讨企业管理

文/朱树柏（柏明顿管理咨询集团顾问）



无论什么企业，都是由人、财、物三样东西构成的。人的本性非善也非恶，而是趋利避害，但每一个人对利和害的认识都可能不同，应对的策略也不同。财是所有人的焦点，无论是企业老板还是员工，目的主要都是为财。物在企业里是人的产物，物是很纯粹的，不带有感情，所以评价最好着眼于物，对物不对人，这样就会非常的客观。

企业既然由人、财、物构成，那对企业的管理就是对企业人、财、物的管理。我们制定企业管理制度时，就一定要深刻认识到人、财、物的特点。我们应该相信：好的制度能把人变好，坏的制度能把人变坏，虽然没有完美的制度，也没有完美的人，但比较完美的制度和比较完美的人结合在一起的时候，制度就是完美的，人也是完美的。假如制度让人觉得上有政策下有对策，那只能证明这绝不是一个好制度，因为好的制度所定下的目的理所当然是好的，但实现手段也应该是可行的必行的能达到目的的，并且在过程中有自我纠正和报警的功能。假如不是这样，企业出现大问题了还不改善而继续运作，那样很快就会运作到破产的边缘。

制度运行的目的

我们研究一下制度运行的目的，目的当然是让企业在不违法的基础上更好更快的发展。为了达到这个目的，我们需要对编制制度条款解放思想，用尽各种可能的措施以最大限度达到目的，也即是所谓为达目的不择手段了，其实很多人都是强烈反对这句话的，而我是比较认同的。为什么呢？举个例子，如果一个人的真实目的纯粹只是尽快赚最多的钱而不管各种后果，那他的手段很可能是卑鄙的；但如果一个人的目的是长久的赚钱，并且还想得到大部分客户对其产品和服务的长久认同和赞赏，国家对其企业的褒奖，那他为达到这个目的而采取的各种手段都应该是合理合情合法的。一句话，目的和手段及行动的性质方向应该是高度统一的，不可割裂的。所以，可以说为达目的不择手段本质是一种积极主动的人生奋斗态度，是应该欣赏并鼓励的。大部分人之所以反对，其实只是反对不良目的指导下的卑鄙手段，而不是反对这句话本身透露出来的积极意识。假如我们都为了一个良好的目的而尽全力采取各种良好方法达到的话，那样我们的人生该是充满激情的人生。再回到企业管理制度目的的话题，假如制定制度的人希望大家积极工作争取上进的，但制度执行下大部分人都是消极工作的，这只能说明这种制度的真实目的是把人变懒而不是把人变勤。为什么这样说？因为事实胜于雄辩！在这样的现状下，说一万遍目的是希望把人变勤都否决不了真实的目的。

制度的评判标准

我们探讨一下制度条款里的评判标准。有句话说：对事不对人。我们评估人或事物时，要摈弃自己的主观好恶，就像汉庭酒店的季琦说的那样：创始人看专业管理者，把自己主观的很多欲、爱、恨、名、利偏见都剔除，这样看人就非常清晰。其实，在这里面蕴含着一个管理学上的精粹。为什么我们管理总是偏离歪曲方向？原因就是我们没有将管理的焦点放在客观的物上面，总是纠结于其他主观方面，让很多东西蒙蔽了我们的眼睛，扰乱了我们的思维。就像我们判断一个纯粹的产品质量问题，其实应该是个很简单的事情，产品本身质量确实是坏的，就是坏的，本身是好的，就是好的，而不管它是什么民族企业还是日本企业生产出来的，也不管什么道德模范、犯人、高官、普通公民、富人、穷人对它的各种主观评论。可惜的是，很多时候，我们就是对它本身的质量视而不见，而总是纠缠于它的其他方面，在质量好坏这个简单问题上得出各种各样的结论出来。

有了以上这些认识后，相信我们会制定出比较好的制度。好的制度会注意到人的本性，注意到了人对利和害的不同认识及可能不同的反应，注意到了制度的目的和相应的实现手段要统一。最主要的是，它能够实现目标。

企业的体系流程

所有企业都是生产实体产品或虚拟产品出售的，也即是说都有供应、生产、销售三大体系流程的。另外企业的岗位可分为三种：管理、技术、业务。管理贵在公平，技术贵在严谨，业务贵在迎合需求。再看供应、生产、销售三大体系流程，如果要分别给一个评价的标准，那供应要看是否公平，生产要看是否严谨，销售要看是否能迎合客户需求。所以，一个发展良好的企业应该是公平的供应，严谨的生产，能迎合客户需求的销售。

公平的供应，有两个含义，一是给员工公平的供应岗位、职位、工资奖金。企业无非就是上级和下级组成。一个人只有一个上级直接领导，那就叫做层级



管理。上级对下级，只是三件事：分工、指导、奖罚，下级对上级，也是三件事：执行、请教、汇报，下级要正确并深刻的理解上级的意图目的并执行到位。从上级的角度看，我们要根据下级理解和执行的能力高低给下级公平的分派岗位、职位和工资奖金。从企业整体工作考虑，某人更适合某个岗位，就应该优先安排到某个岗位，同一类岗位的，哪个领导能力更好的，职位就应该高些；哪个人的工作绩效越大、岗位替代性越弱、所处的岗位在社会上的平均工资水平比较高的，就应该给高些工资奖金。二是给生产部门公平的供应各种原材料及服务，对于生产环节来说，哪个政治经济社会影响大的、工期急的、利润大的、对公司长久发展有影响的就要优先供应，其他可以缓一缓也没有带来太大后果的就缓一缓。总之，如果管理没有公平的理念和做法，导致出现相当多的不公平现象，那待遇被压低的员工会愤愤不平，心生怨恨，消极怠慢，待遇被拔高的员工会沾沾自喜，但内心也会看不起给他这样过高待遇的人。有少数人会因此拼命工作，但更多的依然故我甚至恣意享乐。因待遇先被拔高而拼命工作的人其实理解老板是明智的（反之认为老板是愚蠢的），先有所给必后有所取，所以要努力工作，这样逐渐又达到公平，这样也没什么好说的。而那些没因此而力求上进但又眷恋这种本不该自己享受的金钱地位的，慢慢演变成面厚心黑不顾原则唯利是图媚上压下的人。如果纵观历史，可以发现很多被人宠幸偏爱的所谓红人在形势变后一般会很快投靠到新利益集团，同时还对原来的利益集团予以致命的打击。第二，管理公平还是树立权威的好办法，一个人处事公正，管理可以做到权责明确且对等，奖罚分明且及时，有此权即有此责，有此责即有此权，该奖则奖，该罚则罚，且奖罚在一定有效期内，让人觉得不会迟，则自然会受人尊重，不怒自威；处事不公，则让一方怨恨哀叹，另一方暗喜却不心生感激而只会觉得管理者愚笨可欺骗玩弄。总而言之，供应的投入产出比是要合理的，公平的。

严谨的生产，生产包括实体产品和虚拟产品（服

其实人的一生，所做的事也像企业一样，找原材料和人工生产出成品并销售出去，我们自己就像一个企业一样，究竟怎么样才能越来越好，要看我们自己的努力，努力的方向和程度如何。

务）的生产，无论哪一种，本质都是搭积木，补木桶中最短那块。所有生产流程都是由许多个工序组成的，我们必须弄清楚每个工序的要求和各工序之间的关系，例如每一个工序本身需要的人力材料机械和时间是多少，其中哪些材料或机械是要配套使用的，材料机械和人力的比例安排是否合理，相应的各种时间分配是否合理，某些工序是一定要按先后顺序做还是可以颠倒先后顺序做的，某个工序完成后是需要等待一段时间才能做下一个工序的那这个等待时间有多长，某个工序很可能有内外影响因素导致不太顺利的那这个可能性有多大会给后面的工序安排带来什么影响是否需要因此调整工序顺序，某些工序的完成日期是有硬性指标的那该如何确保工期并争取尽可能小的成本代价，整体工序究竟如何安排先后才能赢得尽可能多的效益和时间，另外有无外在政策因素影响，比如某些工序一定要办证才能做的那是否已考虑了办证的一切因素此外，资源始终是稀缺的有限的，所以任何时候都避免不了出现木桶理论中的最短板，有最短板就一定要想办法补高些，当这块补高后另外一块又是最短板又要进行补高了，所以这个补木桶中最短那块的工作是永无止境的，必须常抓不懈。总之，只有严谨的考虑到方方面面的因素，生产流程安排才能趋向合理。

能迎合客户需求的销售，就是既能满足客户目前显眼的需求，也能挖掘出客户自己尚未能感觉到的需求，更能预测到客户将来的需求趋势。客户的需求是客观存在的，我们应该深刻认识到不同客户的各种需求的特点，并将之融入到产品设计和定位中去，让产品的每一个卖点能与客户的多方面需求高度吻合，以增强客户的黏性，赢得更大更长久的。另外，客户还有许多潜在的需求，这个连客户自己感觉都不明显的，这只要我们靠着敏锐的市场触觉才能发现这些需求并制造出相应产品的。当这些产品被客户接触到时，客户才惊叹：原来自己就是需要这些东西呀！还有社会在发展，经济在发展，科技在发展，一切都在发展。既然这样，作为一个目光长远的企业家，总是会思考将来客户的需求会是如何变化的，并在适当时机先行制造出相应产品的。不可否认，很多时候销售都是受制于产品的，产品是内因，产品符合市场需求企业才能长久发展。其实，销售的本质就是把企业的产品挖掘出各种卖点，在市场上努力寻找到对这些卖点有需求的客户。在这个过程中，销售就要将一个个产品包装起来，在这个最本质的产品上变化出无数种复杂销售方案出来以应对迎合不同的客户口味，或高价再打折或实惠价不讲价或买一送一或整体一口价或买某些产品送某些相配套的附属服务或产品，总之目的就只有一个：让客户掏钱接受产品。这样的才算是成功的。

成功的标准

说到成功，我们也可以来探讨一下人生的成功标准。我们很多人都明白人生的成功不应单纯以财富、地位、荣誉来衡量的，那应该以哪一方面来衡量呢？我思考了很久，只能是用比较中性的不涉及性质好坏的是否知己知彼来衡量，只要知道自己和相关他人的现状、本事、真实需要、能承受的后果、发展趋势，能够心平气和的面对，这样的人生就应该说是成功的，反之就是失败的。又有人说可以用是否达到自己的目标来衡量，但问题是每个人的目标都是不同的，某人达不到自己定的目标，他内心认为自己是失败



作为一个目光长远的企业家，总是会思考将来客户的需求会是如何变化的，并在适当时机先行制造出相应产品的。

的，但其他大部分人可能认为他是成功的（如果从知己知彼的标准就这件事衡量，这人是失败的，因为他不知道自己的本事，把目标定得自己都达不到）。从这里面我们认识到成功也是分很多种类的，有整体人生上的成功，也有具体某件事的成功，有自己认为的成功，也有他人认为的成功。

其实，管理者只要深刻认识到人的本性不是非善非恶而是趋利避害，就会制定出相应的可行制度让人趋向自己心目中的利，躲避自己心目中的害，这样的企业管理就像一台智能机械，不需要管理者天天在旁边操作以致劳心劳力，而只需在机械发出报警后进行修复和改进就可以了。正常情况下，企业管理者平时的思考应该是如何让这台智能机械的运作更安全更准确更高效，企业所有者平时的思考应该是让这台智能机械在哪一个领域哪一个地方运作才能获得更大更长久的经济利益。如果是这样，企业所有者管理者就集中精力干了该干的职责，也意味着下面的员工也各司其职各尽其能。对此，我们难道还认为这个企业不会成功吗？其实，从这里面我们又可再次提炼一下成功的衡量标准，那就是干该干的事，我们知己知彼了，下一步是什么？就是干该干的事。只要很多时候我们认为目前应该做的事都去做了，那样无论是对人还是对企业来说都是成功的。

其实人的一生，所做的事也像企业一样，找原材料和人工生产出成品并销售出去，我们自己就像一个企业一样，究竟怎么样才能越来越好，要看我们自己的努力，努力的方向和程度如何。我想这是一个值得永远探讨的话题，身在其中，谁也冲不开看不透。F

中国宝安集团
CHINA BAOAN GROUP

和冠军比赛

有破才有立 敢拼才能赢

吴清友：诚品书店的初心

文/贺莉丹



听闻诚品书店创办人吴清友先生走了，是通过移动互联网端。7月17日深夜，南方的城市历经连日暴雨，湿气铺天盖地，我刚和老同学相聚完，一顿热气腾腾的四川老火锅下来，深刻体会了所谓俗世的酣畅淋漓。

在回去的网约车上刷屏，手机上跳过的字密密麻麻，“享寿68岁，因心脏旧疾，安详辞世……”

司机正好在抱怨他的车刚被撞了轮胎可能有问题，而我在想，我曾经见过的活生生的人们啊，又少了一个。多么复杂的伤感。

2010年的初秋，我曾面访过吴先生。他穿着商务人士常见的那种深色西装，身材高大，鬓已苍苍，是一个温和而且平静的人，会耐心倾听。那时候，关于诚品入驻上海的声音不绝于耳，吴先生没有回避，用词精准，他说中国大陆最早开的诚品会是在苏州，但也说对诚品开到上海“在努力当中”。后来呢？后来人们果然去苏州的诚品过了把瘾先。

不管怎样，当时的吴先生已是气定神闲。但一番访谈下来，这位诚品的掌舵人提及最多的词却是“心灵”。有点出人意料。但我后来才知道，这与他的经历有关。

生命应在事业之上，心念应在能力之上

因病痛在死亡线上挣扎过3次的吴清友先生确信，“生命应在事业之上，心念应在能力之上”。

贺莉丹：前资深媒体人，现任职于金融行业，写作者，记录者。曾先后供职于《21世纪经济报道》、《新民周刊》、《外滩画报》等知名媒体，亦曾被评为南方报业年度记者。

在诚品曾走投无路时，他也用这句话自我安慰过，他说，“所有这些困惑，都为你在人生上的遭遇让你对生命有新的发现。”

吴先生的出身并非富贵之家。他的故乡在台南县将军乡最西边的贫穷渔村马沙沟，童年最熟悉的环境莫过于台南县的稻米地。由于罹患先天性心脏扩大症，吴先生不必当兵。所以，从台北工专毕业后，他便进入专卖观光饭店餐厨设备的诚建公司，工作是从最基层的业务员开始。

31岁之际，吴清友已接下诚建的全部股权，拥有营业佳绩的诚建日后占据了台湾大型观光饭店80%的餐厨设备市场。但当时台湾高级饭店已趋饱和，诚建的发展也已到极限。

而另一方面，在35岁，这个人们通常定义的容易出现“中年危机”的年龄段，吴清友才后知后觉，开始觉察到，何谓“心灵”？

他开始学习观照自己的内心。用吴先生的话说就是，这种感觉就是仿佛“自己觉得心灵有缺口，心灵会不安，或者说是心灵在漂泊”。

“后来我检验生命里面的三本存折：一个是银行的存折，一个是健康的存折，一个是心灵的存折。我自己不是一个很有野心的人，也不是奢华生活的人，物质欲望其实不高；健康的存折，我觉得自己年轻力壮，看起来没有问题，对自己也很满意”，他这样描述自己所处的景况。

事实上，当时的吴清友身体健康，存折数字可观，工作远离文化领域。但正是从那时开始，他内心的角力，往探究心灵的方向而去。这个，大概就是后来被人们描述的“初心”。

让吴清友至今印象清晰的是，当初他在阳明山买了一块地准备盖房子时，朋友推荐的一位风水师傅这么告诉他：吴先生，你要赚钱，你的房子要朝南；如果你要身体健康，你的房子要朝北；但是，假如你希望累积生命的一点智慧，那你的房子要朝东。

“我真的是朝东，今天还是朝东！”吴先生讲述这段故事的时候，不是没有感触的。他的语调很平静。但多年后，我还记得这个故事。

“当时为了这种想法，探讨存在的意义何在，所以自己试图理出一个自己认为的存在的正当性，产生一种‘你生命里面最在乎的是什么？’”他这样自问。

“对于我而言，是对美的一种追求。”那时候，吴先生平静地说。他说，这种对美的追求，正是他内心一直在寻找的答案。

我记得当时我的心里跳了一下，在我以往的访问经历中，在有限的见面时间里，如果一位商业大佬型的访问对象主动谈及美、哲学或者人生之类的话题，那么，有很大的可能性是要么他们曾经咽下过生活给过他们的各种苦果，并且咀嚼、面对、升华，要么就是一种商业策略。且听下去。

“35岁时发现到心灵之后，我就许下这一生，要把生命投入在跟心灵相关的、不一定要跟经济相关的产业。”吴清友先生说。所以，在21年前的1989年，38岁的他转而全力经营诚品书店。

在那个时候，吴清友先生选择这样的转变，仅仅基于他的一个浪漫念头：希望台湾有一个浪漫的书店。我理解，这也是他内心认定的一种对美的追求。

今天我们见到的很多诸如“给你小确信”、“美好的商业”之类的市场尝试，早在28年之前，吴清友先生就这样去做了。

诚品不盈利，我就不换车

“诚品赔了15年！”提起诚品的这段亏本往事，吴清友先生很直率。

一个广为传诵的段子是，诚品经营数年才盈利，吴清友先生的车也过了数年才更换，“因为我那时候发誓，诚品不盈利，我就不换车。”

“诚品”这个名字，源自古希腊文eslite，意指精英。以“精英”自诩的诚品书店，无论是产品与品牌风格，都期望带给大众提供一种精益求精的选择。

这家在当时算是一个新概念系的书店，色系沉稳、优雅，不同于传统书店的沉闷、死板，不乏匠心独具的人文细节，但最初被定义为“人文艺术小型专业书店”，让人替它的市场竞争力忧心。

为什么有这样一个称谓？

这是因为诚品在成立之初，虽然给公众提供了一个高品质的购书环境，但因其书籍过于偏向进口书及外文杂志，以当时台湾的消费水平，这完全是走阳春白雪、曲高和寡的高大上路线的。

当然，精英总是孤独的，亮相之初，诚品这个新面孔在残酷的市场竞争中也被狠狠教育了，它惨遇滑铁卢。

与此同时，这位当时并不年轻的掌舵人，身体也遭受了磨难。在创办诚品一年多后，吴清友先生就遭遇了先天性心脏病突然发作，他历经了一场生死攸关的手术，是扎扎实实的苦痛，也是重生。

“因为我是学机械的，人文素养并不高，但是，为了能够让自己心安，最后我自己寻求了四种观点，希望通过这四个观点来安顿自己的生命，来摆对生命的坐标所在。这四个观点就是强调人

文思维：人跟自己之间的关系、人跟他人社会之间的关系、人跟大自然的关系，另外就是人跟超世界鬼神的关系。”吴清友先生说，这些对于生命与自我的思索，一直伴随他打造、打磨诚品的全过程。

我后来多次去了台北以及台湾各地的诚品，发现它们几乎都有着舒服的木质地板或随处安放的座椅，让读者可以放心地捧一本书，可以泡上好几个小时而不一定必须要买下来。从产品设计上来说，它应该是希望整体氛围能让人们获得某种宁静，虽然这种宁静依然相当一部分必须依靠个人的内心努力去获得而非完全依赖外部，但至少外部空间会创造一些条件。

比如说，在深夜，诚品敦南店总是灯火通明，虽然那里人流涌动，却并不喧嚣，音乐缓缓流动，人们奔波一天后，坐在干净的木质地板上，与书构建起一个微妙的小世界；如果你累了，甚至可以枕着书席地而卧，不会有人贸然打断你，跟你说，“嗨，你这样不可以！”（毕竟我们过去听说过太多的“不可以”）

吴清友先生也观察到了这种奇妙的商业密码：书籍算是一种相对低价的商品，在单位时间、空间内达成的收益远不如我们今天那些新兴产业，但它却能让读者拥有精神共鸣，从而流连忘返——这种自由式的销售策略，不能不说让诚品的经营受到某些影响，但这恰是诚品的特色所在。

在亏损了几乎15年（其中有两年有微幅获利）的情形下，吴清友先生依然主张创业时专卖艺术与建筑书籍的目标，并规划出有别于同业的经营模式，使得诚品书店在台湾有相当的不可替代性与知名度。

当时，他也已经赢得了股东好友们的支持，在诚品走投无路之时，他的这些好友们又陆续入资25亿元新台币，并同时进行企业整顿。

给纷繁的台湾一个与众不同的“场所”

交待一个背景，大概在1990年以前，台湾的书店还普遍停留在卖书的阶段，直至诚品出现，台湾的书店才有了一个突破，即书店不仅是卖书，也可以成为阅览室，可以看而不买。

到了1995年，诚品有了一个不小的转机。为了扩店及租约问题，诚品好不容易争取到原地不远处的新光大楼现址，在搬迁之日，诚品发起一场“今夜不打烊”的创意，引来意料之外的读者热烈反响，从那一夜起，敦南诚品店就成了全台湾第一家24小时不打烊的书店，并延续至今。

在吴清友的坚持下，诚品书店一间一间地在全台湾开起来，书种益发齐全。在1989年创立至2001年之间的12年，诚品展店已达40余家，并坚持，“连锁但不复制”。

2006年元旦，诚品信义旗舰店高调开在被称为台北曼哈顿的信义计划区，这个台湾目前最大的书店，从地下二楼开到六楼，一共8个楼层。这家靠近台北101大楼的诚品旗舰店，全部占7500坪，馆区均有阅读用的桌椅。

用吴清友的话说，他对诚品信义店的定位是，“不只是一家书店，更是一个阅读的博物馆”。他的企图心，不言而喻。

但是，诚品并不止步于仅成为一个“阅读的博物馆”，因为掌舵人吴清友一直强调“浪漫”这个字眼。那么，这位当家人的浪漫，在诚品的28年间，究竟是怎么体现和浸润的？

举个例子，在台湾的书店都在设法增加陈列书架、书本的面积的当口，诚品却愿意割舍摆书的空间，愿意“留白”，愿意设置一些让诚品氛围更让人舒服的咖啡馆。

那些被人所称道的细节还有：诚品所有书柜面对顾客保持15度后斜的角度，且书柜都很矮，这让读者对书架上的书触手可及；并且，诚品会“反主流”，它撇开所谓畅销榜，经常推荐冷门书籍，让“好书不寂寞”，好书不怕巷子深。

“诚品总认为自己树立的是一个心灵高不可攀的、希望用经济生命分享众生的价值，来鼓励我们所有的同仁，因为我们都想，希望诚品成为一个心灵的港口，我们不能把诚品当作是一个书籍的买卖，而是安顿读者、客人，安顿人的一种心情，同时诚品也不把一般接触诚品的人当作是商业思维的顾客，我们是把他当成一个人，这个人跟我们有



缘，愿意跟我们结缘。”吴清友先生坚持，要给纷繁的台湾一个与众不同的“场所”。

诚品是在做转型，而不是失去理想性

作为华语世界中最有名的文化地标，诚品不是仅仅停留于美妙的情怀及口号，也在商业运营上有极大拓展。

商业运营模式上，诚品一直是商场加书店的运营模式。另外，除了销售书籍之外，诚品还会举办文化展演、创意商品销售、服装销售，甚至餐饮等等。——诚品将这种模式归纳为，“复合经营模式”。

在被坊间评价为“最浪漫、最精明”的吴清友看来，诚品有着自己一系列的经营链条：自己的物流公司，巨大的厂房，专业的电子商务网站，酒窖与餐厅，诚品画廊，以及最不可缺少的书店。

比如，我在敦南诚品店看到的，诚品的功能拓展早已远超书店，它专门设立了咖啡馆、演讲厅、诚品画廊、诚品讲堂等与阅读相关的活动、休憩区域，最让外人称道的是，它在一层开设了一家精品文具店。诚品还出售各式各样印有“诚品”LOGO的包包、娃娃、茶杯等工艺品，造型别致，价格从100元新台币到上千元新台币不等，这也成为诚品的特色所在。

简言之，它是书店，是年轻人聚会、购物的场所，是各种文化活动的集散地，也是人们让自己心灵获得休憩之地。也具有某种时尚icon的意味。

另外，诚品开在全台湾的书店，它们的分工各具特色：它们有特别为儿童开设的书店，它们开在台大的医院里，开在环境优雅舒适的海滨、大学；它们开在繁华的商业区，开在捷运站；而诚品移动图书馆，会专程为台湾偏远乡村的儿童不定期送去图书与演出……

吴清友将这种商业定位的区隔描述为一种“创新”，“身为当代人，我们要有一种创新在我们所生存的时代里面。”他说。

近年来，诚品的商业化经营颇受争议，包括被一些出版人评价为，“这几年的理想性越来越淡”、“为了绩效，书店部分面积一直在缩小”等等。

吴清友先生一直知道这种声音，他也跟我强调过，“诚品对人文艺术创意的坚持，这个理想是不会降低的。”2014年他在中欧国际工商学院的演讲中也说过，“没有钱，诚品活不下去。但我心里同时也非常明白：如果没有文化，我也不想活了。”

这些年，我们听过太多实体书店关闭的消息，我们自己的阅读习惯也在发生改变，地铁里整齐划一的低头族织就了一幕时代图景。在互联网、电商的汹涌浪潮下，全世界范围内的实体书店都难逃衰亡的命运。诚品也无法独善其身。

吴清友先生也思考过如何顺应时代的转型问题，他跟我说，“诚品一直有一个想法，就是通过量化，还能够提升质化，就是当你规模越大的时候，你是越有能力去做一些以前不能做的事情，尤

其像跟很多表演艺术相关的活动，当诚品更有规模经济的时候，其实是更能够展现出它们的价值；另外，诚品也必须配合很多时空的演进，阅读已经不是静态的、传统的，阅读其实是现代的，跟生命、公众、生活、你的嗜好结合在一起，在知识水平不断发展的两岸社会里，阅读已经变成更为多面向的事情，所以，我们在思考如何把书店、阅读跟更广泛多元的活动能够结合在一起，我们是在做这种转型，而不是说我们会失去理想性”。

作为一家企业，内力很重要，那就是，它得找到自己在市场上的生存之道。商业不是慈善，一家企业优先考虑的是自己要在市场里活下来，它必须具备核心竞争力和盈利模式。

我想，吴先生应该很早就看到了，商业最重要的品质是它的初心，即一家企业之所以存在，是需要给人们提供给他们所需要的某种服务。恰如管理大师彼得·德鲁克所言，“组织存在的唯一理由，就是为外部环境提供良好的服务。”

而诚品这些年来最大的着力点应该是：尽管曾经亏损15年，不是商学院教材里的TOP案例，但它依然清醒地认识到作为一家企业，生存的三部曲即生存、生活、生命，恰如吴先生所言，“先求生存，再求领先”；并且，它服务的顾客不止是来店里消费的陌生人，他们还是独立的生命个体，所以吴先生才会说，诚品是服务业，“服务的终极目标是精进自己、分享他人”，从这个意义上来说，它也一直在孜孜不倦地坚持要与当下人们的精神需求建立某种连接和服务。

家与工作之外的“第三空间”

台湾作家龙应台曾经说过，“台北的诚品书店在广大的华人眼中，是一个重要的‘台北文化’地标。这样的书店可以成功，不仅只是一个经营的技巧而已，它需要社会的多元开放，更需要数量足够的、相对成熟的读者群体”。

从更宏观的时空范围看，诚品之所以成为诚品，不仅仅是因为诚品拥有数千位员工的努力，也不仅仅因为某句广告词或文宣，而在于华语世界对于文字有发自内心的尊重，并且整个社会能缔造出多种无处不在的软环境去保护它：当地政府对于文化的积极扶持，市民根深蒂固的阅读习惯，极为便利的城市交通设计，舒适的公共空间布局……这都使得阅读成为普通民众的轻松可行的选择，也让诚品得以在这个浮躁的消费时代还能够按照自己的特色活下去。这是珍贵的外因。

吴清友先生跟我说，他理想中的诚品，是希望诚品能成为家与工作之外的“第三空间”，他甚至充满诗意地说，“希望能够在这样一个祥和的空间里面，我们能够看到都市人最可爱的表情，最亲切的眼神，最温暖的关怀，最优雅的风情。”他的语言体系充满某种文艺感，这在他的演讲里也有体现。

我们当然知道，这个世界不止一面，有黑有白有深灰、浅灰色，有天使的心，有凡人的情，也有恶魔的眼睛。但没关系，我们依然可以努力让自己变得更好。

现在，吴先生走了。我觉得可以告慰的是，吴清友先生与他一手创立的诚品，在流逝的时光长河里，给一些人在繁忙的都市生活中创造了阅读的美好，给他们提供了心灵休整的机会，它治愈过一些人的创伤，陪伴过一些人的成长，也成为一些人相遇的密码……通过阅读提升的精神格局，这些温暖的印记，以及这些在人生路上的不可复制的经历，都弥足珍贵。

当我们在被房价、职场等种种现实追赶得仓皇四顾畏首畏尾时，当我们因为伤痛、不公而泪流满面时，当我们历经悲喜、希望与同伴分享时，在一座城市，如果还有这样的空间可以驻足，让我们可以积蓄力量继续前行，让我们的身体可以暂时停下来慢下来去追赶心灵的声音，这是幸事。我们可以在现实中终得相见，不以WIFI隔屏。

不知这个文化地标是否会成为这个雄赳赳气昂昂的互联网时代的一幕绝响？我总希望不会。



没有小龙虾的夏天是不完整的

文/潘宏飞

没有小龙虾的夏天不是夏天。一入夏，就到了网红小龙虾粉墨登场的时候，从来没有一种食物能像小龙虾这样，在短短20多年的时间里横扫大江南北，打遍天下无敌手，占据了几乎所有宵夜族的胃口。无数的吃货们开始淋漓尽致的展露吃货本质——小龙虾，我要代表月亮消灭你!

关于小龙虾这个神奇存在，有许多的黑神话：比如说小龙虾是岛国人民给咱下的套，又比如说小龙虾都是吃避孕药长大的；又比如说小龙虾好脏好脏，吃多了致癌。又比如说外国人都不吃小龙虾……

嗯，美国前任总统奥巴马就很爱吃小龙虾。

咱就简单说说小龙虾的今生往事。

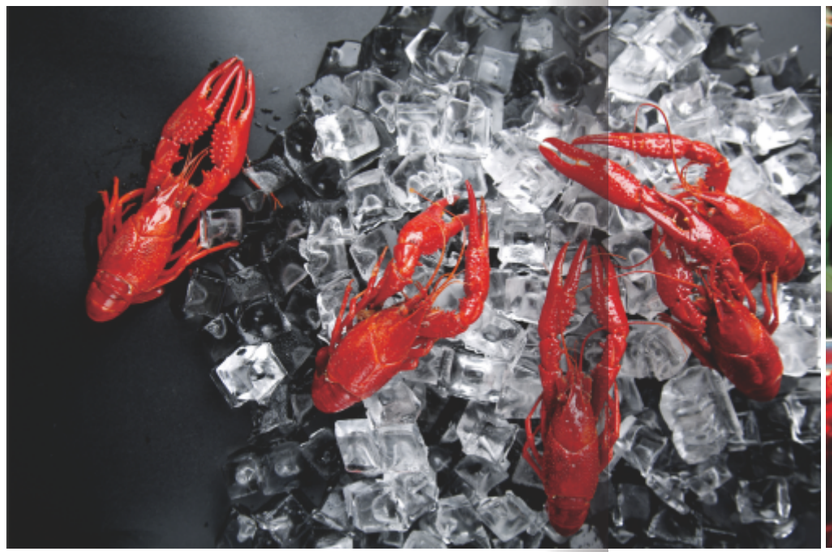
美国是小龙虾养殖最早的国家，美国路易斯安那州养殖的小龙虾世界闻名，1978年美国国家研究委员会强调发展淡水小龙虾的养殖，在那里，淡水小龙虾已成为重要的水产资源。后来欧洲各国也开始开发小龙虾，瑞典还设置了专门的龙虾节，在这一天大家纷纷戴上为节日特制的围裙，在铺着漂亮的桌布上，人们围坐在餐桌前一边品尝小龙虾，一边喝酒，同时对小男孩的勇气给予赞扬和肯定。第二天大人们会赠送给小男孩礼物，希望他们健康成长，所以这一天也被称为“小男孩节”。

日本是小龙虾进入东亚的跳板。1929 年左右，日本人将小龙虾作为牛蛙饲料带到我国南京一带。后来中国科学家们将淡水小龙虾作为一种水产资源加以开发利用，后来小龙虾繁殖成功，并在全国推广。后来如你所知小龙虾成为一种普遍的食品迅速进入饭店、宾馆、超级市场和家庭餐桌，迅速攻陷大众味蕾。

小龙虾为什么会受到人们如此的青睐呢?

吃货们垂涎着说，小龙虾好吃啊——肉那个嫩，味那个香。在吃货群里，大家热火朝天地讨论着下班

潘宏飞：
深圳市作协会员。从事出版编辑工作多年。喜欢历史、文学，喜欢旅游。希望走自己的路，看自己的书，写自己的字，想自己的事，旁若无人。





吃小龙虾就要吃得“放肆”，才叫酸爽，才叫交情铁。

去哪家吃虾，哪家的虾用什么料，哪家的虾壳薄肉厚……

小龙虾的做法很多，什么口味虾、油焖虾、香辣虾，蒜蓉虾、虾煲，口味上已经超过五十多种。人们在小龙虾上倾注了无限的热情，充分发挥自己的想象力与创造力。

周末约两个朋友到家来。吃当然永远是主题。小龙虾又是主题中的主题。一早便去菜市场，在各个摊位前比较，看小龙虾们肥胖瘦弱，在水中放飞最后的自我，最后选定一家。老板，来五斤。

大小差不多的小龙虾们泡进水里，等它们吐干净泥沙就开始洗刷刷，洗刷刷，洗刷刷，刷到它的肚皮白花花，然后用剪刀咔嚓咔嚓把头部剪掉二分之一，揪住尾巴中间的分瓣轻轻一扯，那根黑色的筋线就出来啦。

准备香料，什么干沙姜、陈皮、香叶、干辣椒、蒜、姜、葱白、白胡椒、桂皮、花椒等等。锅烧热，入油，烧至八分热，放入火锅底料，生姜、蒜头、干红辣椒，花椒，炒出香味！将虾入锅，翻炒，倒入料酒、生抽，继续翻炒。端上桌，满满一盆，鲜红的色泽，热气腾腾。准收获一大堆赞美——你的朋友会爱死你的。

倘若朋友们都去约MM了，就自己在家，吹着空调剥着龙虾，啃着西瓜连着WIFI，就问你爽不爽？

一旦中了龙虾的毒，万难解毒。只要有朋友吆喝吃夜宵去，就难耐馋瘾。

嘈杂的夜市上，烟火气十足。这是最最市井的地方，人最本真最容易坦露自我的地方，而这很大程度就是因为小龙虾。

到了这里的人，每台桌上必有一盆盆红红火火的小龙虾，那火红跳动的颜色，是一种燃烧的活力，摆明赤裸裸的在诱惑你。

三五朋友坐一起，管你平日里的西装领带，此时全脱下丢在一边，高挽衣袖，双手抢虾，在麻辣烫的刺激下，人吃得大汗淋漓，全没有平日里的斯文，全没有恭俭让。大声说话，大口喝酒，却小心而细致的剥壳，露出粉白鲜嫩的虾肉，将虾肉放进嘴里，哇！就在这火红的龙虾间，大家一下子缩短了彼此的距离，不再显得那么生分。就着这麻、辣、烫各自吐槽，骂骂老板，说说带点颜色的小黄段子，平常有什么小过节的，此时一杯酒，给他剥个小龙虾也就过去了。吃小龙虾就要吃得“放肆”，才叫酸爽，才叫交情铁。

吃小龙虾因为必须用上双手，终于解放了手机，大家可以好好聊天，所以最适合拉近彼此距离。当然，也有朋友说，小龙虾一来，手机没有了，朋友也没有了，只有双眼紧盯着盆中的小龙虾。好吧，你赢了！

不管在家中吃还是食肆吃，吃小龙虾最好还是要有些准备：满满的仪式感啊！

1.围裙。（防止汁水溅到衣服上，当然你也可以不要，但吃时要小心，特别是妹子们。）

2.餐前消毒和餐后去味的专用龙虾湿巾。（去味湿巾！重申去味湿巾。虾虽好吃，可是味道也是蛮重的。）

3.一次性手套。（看个人。有人喜欢空手就上场，享受那种最直接和小龙虾接触、简单粗暴的感觉。）

4.吸管。（吸管也是满满的体验关怀啊！如果你吃得壮怀激烈，两爪都是油，可是又想喝点水，如果有个吸管，是不是就不用麻烦都是油的两爪呢？）

5.龙虾壳碗。（装虾壳。不解释！）

吃龙虾的乐趣到底在哪里？除了上面说的能刺激人心底的欲望啊，能拉近彼此距离啊，可能还因为吃龙虾需要探索，需要斗智与力。你大口的喝酒，可是却要温柔的对待那层硬壳，就像那个你念念不忘的女生，对你始终拒人以千里之外，你殷勤无限，然而却百般无奈……

龙虾还可以把妹。

没错。盛夏，就约你心仪的女生出来。我带你吃龙虾去。麻辣虾。

小龙虾一上来，我知道聪明的你一定不会放过这个难得的机会，你会说：我很会剥虾的，剥得又快又好。我剥给你吃。你迅速剥好一只肥嫩鲜美的小龙虾递给她，看着你的女神将虾放进嘴里，然后深情款款的对她说，好吃吗？

之后端起冰镇啤酒和她干杯，一口冰镇啤酒下肚，在酒精，在麻辣香料的影响下，你的女神心跳加快，甚至会产生一种爱情的感觉。此时的你看起来比平常帅多了。平常对你只有两成好感此时会迅速提高到八成……

对于年轻人来说，小龙虾是青春与荷尔蒙的印证。这个把妹秘密告诉你了，你能请我吃小龙虾吗？

这个夏天，带上你的女神去吃小龙虾吧！加油吧，少年！

别总抱怨，有本事成为自己世界规则的制定者

文/欧阳十三



Z和D是同一年来深圳的，我们曾在一家创业型公司共事过，彼此关系不错。他们哥俩从小玩到大，是那种媳妇查岗能互相帮忙掩护的铁哥们。那时作为在校实习生刚分到他们组，二人很照顾我。

虽然两个人都是单身狗，合租一套房，吃住上班全一起，连买个衣服都是同款不同色……虽然二人朝夕相处，感情浓厚，但是性格迥异。

新人初到，对公司最直观的印象应该来自于部门老前辈。Z会很详细地跟我说明公司的各个注意事项，部门主要职责，我现在的工作需要学习掌握哪些技能，怎么跟其他部门沟通协调……他最喜欢跟我说：“慢慢来，你会有很多收获！”

D和Z是同级别的，只不过管理部门另一个专业领域的工作。他没事就喜欢跟我八卦，不消两天我就被他普及了一遍部门各个同事的性格特征喜好。当然，还有公司附近哪家外卖最好吃最便宜……有时候我遇到工作上的问题，很虔诚地请教他时，D总是眯着眼一脸不屑，啊呀其实没什么啦，你随便弄一下就好，反正老板也不懂专业的事儿，你做得好赖他不懂光会提门外汉的意见！他最喜欢跟我说：“慢慢来，你就会发现很多事儿啦！”

时间久了，我有工作上的疑问就会习惯了去问Z，他总是能正面积极地给我一些建议，而我也从中学到了很多东西。 D则会跟我讲很多公司的弊端，字里行间都透着对团队领导的不满。他骂老板是傻逼格局太小，公司制度不完善没弹性、队友太猪、行业市场前景差……

虽然这两人性格不一，但是周末我们经常一起打球做饭吃，因为并不涉及到实际的利益关系，我们倒是相处得很和谐。

不久后我结束实习回学校，后来听说D也离职了。

在我完成学业到参加工作的这几年间，我们一直断断续续都保持着联系。我也从中了解到彼此的生活现状。当初不被D看好的那家创业公司，现在成了那个行业的巨头，听说快上市了。D因为泄露公司资料给竞争对手，被迫离开了原公司，在后来这几年间换了很多次工作，偶尔看到他发个动态心情，也是对现在公司、老板的各种吐槽，或者抱怨自己时运不济、怀才不遇。

Z这几年一直留在了那家公司，他手下带着一批人，指南打北所向披靡，成为公司不可或缺的核心管理人物。偶尔露个面，也是谈论这行业各种新鲜事物，或者自己参加的哪个学习交流会之类，满满的正能量。最近他告诉我，准备自己成立公司单干，是原行业的相关领域，正在筹划跟原来公司的老板合作。

像D的职场人特别多，他们多半有这样一些共同特征：对自己的处境各种不满，认为问题的根源在于“自己太牛逼，老板太傻逼”；喜欢传递负能量，专注黑自己所在企业一百年；觉得自己很重要，把公司业绩意淫成自己的全部功劳；缺乏起码的敬畏心和感恩心，为了蝇头小利可以完全不讲原则；不想做小事，又没能力干大事。

D和Z虽然同一家公司，但是在前者眼里这家公司就是个前景一片黑暗，团队毫无智慧，问题重重的大坑。他的看法不一定就全是错。作为创业型企业，制度流程方面肯定不够完善，在先求生存再图发展的情况下，有些公司甚至连定位和业务方向都会做出一定的调整。

位置不同，对管理和经营的理解自然不一样。这种时候，员工很难把企业的难处当作自己的难处，把老板的梦想当作自己的梦想，那剩下的关系就很简单：他给钱，你做事。毕竟，你还靠那点工资养家糊口，现在做的事情都是为了自己，而不是他。

当你的能力还不够成为制度的制定者时，那就遵循这个环境的制度，做好自己该做的事。老板不需要跟你做朋友，你也不需要做他的知己。尊重这个交易关系的原则，就是尊重彼此。这是生存之道。

企业跟员工的关系挺像谈恋爱的：面试就是相亲，试用期就是相互磨合，合适就处，不合适就分。谁也没逼着你去选择这个被你满口埋怨的“渣”。如果总是觉得自己处的“对象”太差，人前人后各种损，却没有勇气离开；或者换了新对象，还跟之前一样是你嘴里的“渣”，那多半是自己太差，找不到更好的，或者相处的矛盾点就在自己身上。

如果我们说的、做的一切并不是解决问题，而是制造问题，那你闲得慌吗？

有小朋友跟我抱怨：“现在呆的公司就是一盘散沙，老板傻逼不懂市场，没什么前景。”听完我真想喷他一脸。开玩笑，你现在靠什么付房租？你叫外卖的钱谁给的？你一个刚毕业没有任何经验的人谁给你平台和时间在成长的？如果不是现在这个被你各种损的公司和老板，你靠什么活着跟我抱怨？

反问一下自己，如果你处在老板的位置：你资金有人家雄厚吗？你人脉会比他更广吗？你对市场的走向会比他更敏锐吗？你对同行业竞争对手的了解会比他更多吗？你能组建一支比现在更有凝聚力的团队吗？

如果不能，瞎指画什么呢。你随意地对这行业这公司做判断和批评，人家的每一个决定却是担负着整个团队的生存，对自己的言行决策担负实际的责任。你一个只会BB的人懂吗？连老板都没当过的人，凭啥说人家不会当老板呢！

作为一个没有官二代富二代背景的普通人，抱怨社会不公世界太残酷人情太淡漠……实在没有什么用，难道你现在才知道吗？

虽然一无所有，起码你还剩下努力呀！要么就做那个在别人规则下活得如鱼得水一帆风顺的人才，要么就跳脱出这个规则，成为自己世界规则的制定者。

欧阳十三：曾任湖南广电集团记者，喜欢旅游，舞蹈、健身、阅读；两次独自骑行入藏，把中国边境走了个遍。

人是最高的山

陈政立 词

谁说山难翻　　谁说山难攀
谁说山难扳　　谁说山难撼
无需有感叹　　无需意阑珊
无需怕黑暗　　无需怕冬寒
只要你想干　　只要你想赶
最大的山都能搬　　最长的路也走完
千山万山 有志之凡　　千难万难 有心不难
多高的山定能撼　　多大的山定能翻
只要你有胆　　只要你勇敢
没有人能阻拦　　起步永不晚
遇风不拐弯　　遇坎能闯关
遇雨不躲闪　　遇险不抖颤
只要肯登攀　　只要肯登攀
人是最高的山　　人是最高的山

中国宝安集团
CHINA BAOAN GROUP
每人做好一件事
小事做到完美 大事做到卓越

