



# 倒了生意，丢了文化

□ 溫池波

心境

有关“拯救野草书店”的消息，近来成为了网络上的热点。

拯救实体书店已经不是什么新闻了，正如实体书店的倒闭已经不是新闻一样。颇有名气的第三极、风入松、席殊书屋都倒了，轮到像野草这样的小书店也没啥稀奇。有人作过统计，过去10年间，全国的民营实体书店至少倒闭了一半。就在我们的视线中，很多实体书店走过了从红红火火到艰难维持再到慢慢倒下的生命轨迹。

从生意的角度来看，这些实体书店的倒掉并无离奇之处。首先是城市里年年看涨的房租。国际咖啡连锁品牌星巴克财大气粗，也完全有条件拆东墙补西墙，最终还是无法承受北京国贸地段的高房租而关张，小本经营的实体书店又哪来的承受力呢？

再说网上书店和电子书这两个竞争对手。论成本，对手都要低得多；论价格，都比实体书店灵活得多，也便宜得多；论图书种类的齐全，恐怕哪家实体书店都无法和当当等网络书店相比了。不仅如此，人家还可以免费送货，当天夜里下单第二天上午就能收到书，这样的便利又岂是实体书店能够抗衡的？

当前造成实体书店困境的原因，既有先天不足带来的，也有业态变化和社会转型造成的，仅靠书店自己的努力将无力回天。

做生意的，当然要讲究个投入产出。乏人问津、只出不进当然难以为继，关张止损就是理性选择。以“野草书店”为例，生意最好的时候每天的进账也只有300多元，还不够摊到每天的房租钱，开一天赔一天，还不如闭门谢客。

生意倒了有啥稀奇？每天都会有成千上万家企业倒闭，也会有成千上万家小企业诞生，新陈代谢本是经济活力之源。很多时候，倒闭就是为不擅经营和经营不善付出的学费。再者，这些实体书店倒了，并不意味着读者从此无处看书、无处买书了。还有规模更大的新华书店，还有网上书店和电子书，还有可以零成本博览群书的图书馆。书店倒掉了，书还在，爱书人还在，不过是人和书之间的交流方式变了而已。

可惜，书店不只是生意。强调经济效益，不忘社会效益，这是文化产业的特点，也是难点所在。“书店是一个城市的文化地标”，便利的润物细无声一般的读书氛围，对塑造城市和人的文化品位

的意义不言而喻。倒的是书店，丢的却是文化。实体书店是否还有存在的价值，似乎不需要讨论。其生存之道，却值得好好说道说道。比如，经常有人给书店支招，为消费者打造更加温馨、舒适的文化消费环境，将购书和生活消费融为一体，多举办些提升阅读兴趣的讲座、沙龙，等等。这有点事后诸葛亮的味道，“书吧”早就应运而生了。室内装修得情调十足，提供免费的无线网络，价格不菲的饮料、食品，搭着卖些精致的文具、纪念品、生活用品甚至品牌服饰之类的，“书吧”的格局大抵如此。条件好些的，还可以定期不定期地搞些阅读活动，聚拢人气。不过，大多数“书吧”靠的是“图书搭台、餐饮唱戏”，书店活下来了，书却成了配角。如此拯救之道，救活的依然只是生意。

实体书店的经营困境，是全世界书业面临的共同挑战。在浪漫喜剧片《诺丁山》中，男主角在伦敦热闹的诺丁山地区惨淡经营着一家20多平方米的旅游书店。书店因为电影走红，日子却并

没有好过多少，几次传出要倒闭的消息。

书店要自强，须创新转型，这些道理都不错。不过，也应该看到，当前造成实体书店困境的原因，既有先天不足带来的，也有业态变化和社会转型造成的，仅靠书店自己的努力将无力回天。对实体书店的扶持和帮助，是实实在在出招的时候了。比如，给予实体书店一定的资金补贴，这在上海、杭州等城市已经开始实施；再比如，给予实体书店税收上的优惠，法国、加拿大等国家的做法可以借鉴，等等。

还有些话要说给商业地产的开发者听。新开张的大型购物中心，通常都有条件不错的影院。投资影院，看重的是井喷般的电影票房，是影院与商场、餐饮之间紧密的消费链条带来的收益。书店就没有这么讨资本的欢心了，曾经驻扎在购物中心的书店迫于房租纷纷撤离。其实，一家口碑良好的书店的离去，何尝不是购物中心的损失？偌大一个购物中心，真的容不下一家小小的书店吗？要打造成有品质的地标，在完善的吃喝玩乐购之外，如果还能有一家高质量的书店，同样能提升品质博得好感。短视和近视，出发点是功利，落脚点也必然是功利。

## 大数据 大洗牌

□ 朱玛

大数据时代，需要的是一批能够抓住机遇、拥抱变革、应对变化的组织和人才。

7月初的北京多雨，笔者在某天驾车的过程中恰巧经历了一场突如其来的暴雨骤雨：进入高速公路后，已见乌云压顶；上高速后，开始狂风阵阵，若干树木被连根拔起；天际不时有霹雳炸响，闪电划过，更增添了一股惊心动魄的气息。

令人感到不可思议的是，就在短短两个小时后，笔者再出门散步时，竟然已是一派云淡风轻：天空水洗一般的蓝，夕阳映照下的几片晚霞淡淡的粉，平静得好像印象派画家的一幅作品。就在那一刻笔者不禁感叹，正如天气，人生的风雨也将成为过去。

世事何尝不可比作天气——人生遇到挫折可以比作经风雨，企业在行业惨淡时求发展又何尝不是经历风雨呢？忽然想起马云所说的：“世界在变，天已经变了”——将互联网比作机枪，将传统零售业比作拳脚，称中国将面临大洗牌，他说，“在机枪面前，太极拳、少林拳是没有区别的”。

近期许多业内人士都在谈：全球已然进入了大数据时代，这是人类信息社会在经历计算机时代、互联网时代之后的收官阶段。换言之，如果一个国家或者企业错过了计算机时代和互联网时代，还可以搭上大数据时代这“最后一班车”，但决不能在大数据时代落后于人。

大数据时代有前台、中台和后台3个主战场。这些在现在看来十分专业的概念，未来必将进一步完全渗透我们生活的方方面面。

前台是数据终端，负责数据获取和传输，目前包括谷歌、苹果、三星、索尼、戴尔等科技大佬都已宣布研发智能眼镜或手表，开始了可穿戴计算设备领域的厮杀。因为可穿戴设备成为人们的生活方式，已经是可以预见的未来。

中台则是数据中心，是各类数据的存储和分析平台，云计算便属于这一范畴。本周内惠普刚刚宣布推出了企业级存储新产品，号称在数据完整性、灵活性及功能方面能满足企业需求。IBM、联想在数据存储领域也不甘落后。

而真正的后台，则是数据的处理和应用，是投资者眼中的“金矿”。未来大数据的成果将广泛应用于医疗、教育等所有我们能想象到的任何领域。实际上，到目前为止，数据应用创新的领军者还没有真正出现。

山雨欲来风满楼，我们当今所处的时代，正是由大数据所带来的大变革的前夜。许多业内人士用“席卷全球的大洗牌”来形容即将到来的暴雨骤雨。然而，也许就在5年后，一切变革终将尘埃落定，这个世界将拥有下一个苹果，下一个谷歌，下一个阿里巴巴。我们将坐享数据时代的硕果。

大数据时代，需要的是一批能够抓住机遇、拥抱变革、应对变化的组织和人才。在变革和发展中，冲击和阵痛是不可避免的。又想起了马云曾经说过的那句话，“黎明前的黑暗是最黑的”。想要享受黎明时的阳光普照，就必须在之前的黑暗中顽强挺住。大数据时代，谁能够迎接曙光？让我们拭目以待。

## 画里画外《小时代》

### 映照消费大时代

□ 夏丽丽

## “无所用心”的美好

□ 龚佳逸

尽力做眼前当做  
的事，而无所用心。  
我想这也当是弹琴之  
至高境界。

对人的最高评价莫过于“做事尽心竭力、鞠躬尽瘁”，这也许是很多人受用终生的座右铭。而我，至少在弹琴上始终没有做到这一点。在漫不经心的日子里，弹琴却带给了我很多难以言明的东西。

柳琴又名“土琵琶”，是一种来自皖、苏一带的民族乐器，一说其形如柳叶，故名柳琴。别看它小，若想将它高亢的音色同浓郁的乡土气息巧妙结合，一气呵成却丝毫不着痕迹地完成一曲，却也绝非易事。力道的拿捏、双手的配合往往同时考验着演奏者的耐力与智慧。乐章亦如诗篇，常常为强调某种感情或画面而间隔数音节不断重复同一段旋律。然而，这些看似乏味无章的碎片之间，彼此独立却交融，一个声部自始至终追随着另一个声部，反复却不单调，如同原本枯燥的生活，需要我们细腻地处理和打磨，为自己制造波澜起伏和永不厌倦的理由。

每次翻开琴谱，我都会不自觉地避开那些耳熟能详的名曲，在我看来，《花好月圆》虽也很美，却不及《河南小曲》那样别具滋味；满江红自然气势磅礴，终没有《丝路驼铃》充满异韵情怀。有时常常苦恼于某个让人抓狂的片段，反反复复同它较量了几个小时竟还是磕磕绊绊；而饱餐一顿、心情豁然开朗后再拨动琴弦，刚刚的阴霾又好像瞬间烟消云散，指尖倾泻而出的是一种流畅。我想，你孤注一掷的也许难以实现，而暂时歇歇脚、吹吹风，说不定就能邂逅柳暗花明。

从最初的痛苦挣扎，到逐渐热爱养成一份自觉，再到最终成为一项爱好，个中滋味恐怕只有自己才能体会。史铁生的《命若琴弦》中有这样一句话：“千弦断，天眼开”。老实说，我的琴技并不十分优秀，在大家面前自然是雕虫小技；即使在同龄人当中，也不过成绩平平。而我却十分热爱它，每当疲惫的时候请出陪伴我多年的朋友，与其说是我再演奏，不如说是一次与它的对话，“交谈”中，人自然而然会发现对方身上的智慧，偶尔也会嗅出它话语中的狡黠。然而，当人醉心驰之时，毫无疑问地会忘记许多纷繁杂乱的事情，激动人心也好，伤心憔悴也罢，那些用过心的事，上过心的人，却都在一瞬间变得不再那么重要或紧迫了。

也许正如冯友兰先生曾说，尽力做眼前当做的事，而无所用心。我想这也当是弹琴之至高境界。

《小时代》映照的  
是消费大时代  
的现实和  
缩影。

屏幕上的郭敬明侃侃而谈，奋力诠释着他的销售理论，和网络上他常见的形象大相径庭。那些照片通常被修饰成面容苍白、神情忧郁的“花美男”，看起来只有十八九岁的样子。而这一刻，你可以从他脸上隐约看出商人的精明，也让他更接近实际的年龄。这是他参加一个著名的电视谈话节目，目的也很明确：为自己导演的第一部电影做宣传。

《小时代》是以他的同名小说改编的电影，自放映后在网络上下掀起了一场热闹的口水战，批评的他声音和支持他的粉丝都坚决捍卫自己的观点，从摆事实、讲道理到人身攻击，参与者下至十几岁上至几十岁。在一片混战中，电影的票房冲到了4亿多，未来还有上升的空间。对于一位第一次执导电影的年轻人而言，这个成绩足以令他骄傲，当然也令那些批评者愈发慨叹。

从发行的角度看，这部电影败走麦城的可能性很低。它有小说培养的庞大粉丝群

作为基数，受众定位非常明确；另外，它有监制柴智屏的团队作为保障，如果你关心青春偶像影视，可能会记得，多年前她用一部漫画改编剧《流星花园》，将四个名不见经传的小伙子打造成红遍亚洲的偶像团体F4；最近的事情，是票房和评价都叫好的《那些年，我们追过的女孩》。有了这些，几乎有了吸引青少年市场的保证。另外，从去年底始，国产电影的票房就一路冲高，有几部影片甚至超过10亿，赶上了这个大背景的《小时代》，票房高于预期并不奇怪。

批评的声音集中于它的内容。好看的小说不一定能改编成好看的电影，作为原作者兼导演，很容易在拍摄中想把所有自己认为精彩的内容都塞进电影里，监制柴智屏说她的任务之一就是说服导演放弃该放弃的，但我们依然能在成片里看到一些痕迹。例如，导演每一段都试图用镜头浓墨重彩的铺展情绪，结果整部影片看起来更像是一个MV的组合。影片最

受指责的，还是它营造出的那个完全缺乏现实感的奢华的物质世界，有人称它是一个华丽的空心：除了华丽，一无所有。

电视里有对郭敬明比较包容的长者，欣赏他敢于在“时代”前面加上“小”字。时代，对于革命年代成长的人，只能用恢弘、伟大来形容，只有年轻人才会把琐碎、微小、个体的与“时代”联结。不过，电影开篇有个非常耐人寻味的镜头，可以读解出另外一种味道，巨大的英文标题 Tiny Times (小时代) 竖立在上海高楼大厦之间，微小时代的涵义和巨大的构图形成一种反差：所谓小，不过是在商业化大时代背景下一种表述而已，如同它电影里无处不在的奢侈品透露出的消费主义气息。和《青春之歌》里的年轻人不同，也和《阳光灿烂的日子》里的马小军不同，这里的青春梦想不带有任何质疑和反叛，过早地被收编、或者自觉地驯服，只剩下了成功、成名。《小时代》，映照的是消费大时代的现实和缩影。

郭敬明散布的迷思

□ 张忱

在他的帝国中，郭敬明不停地制造沉迷，其他的人都只是渺小的沙，信仰、绝对服从，他们的存在才有意义。

看完《小时代》这部电影，笔者看出了一点门道，郭敬明兜售的，不单纯是物欲，更不单纯是一种针对年轻人的产品。郭敬明通过一系列的人物和情节的设置，最终将这样一种观念灌输给粉丝：他们自身无比渺小卑微，他们不能思考，只能沉迷于郭敬明创造的世界，心甘情愿地对“小四”顶礼膜拜，才能找到自己的意义。

说起这种灌输过程，首先要从《小时代》中的完美人物宫洺说起。在片中，宫洺不仅事业成功、感情专一、明辨是非、包容下属，对所有黑天鹅都有“Plan B”，还拥有极端奢华的生活。这种对奢华的可以描画，不仅界定了宫洺“非比寻常”的身份，更营造出宫洺与他人之间巨大的“距离感”。

从宫洺的名牌杯子、地毯、衣服，再到市中心玻璃房子，电影令观众们看到的，是宫洺的富有已经超出想象，如“七宝楼台”般高不可攀。而除他之外的芸芸众生，不论是月入几千

元的白领还是年入八百万的金领，再怎么辛苦也得不到他那样的生活。这样的反差，足以令那些想以奋斗换取奢华的年轻人产生巨大的挫折感，甚至丧失了向往宫洺式奢华的权利，对这种云端上的生活，他们只能崇拜、仰视，就像在云冈石窟中看那些高大无比的佛像。而站在泥土地上的自己，则相当地渺小。

这种渺小感不仅因为宫洺的豪奢，还因为宫洺的时尚商业帝国垄断了所有的上升通道，垄断了所有年轻人展示个性和才华、获得成功的舞台。普通青年林萧为了保住实习助理的工作，不惜对撰稿人低声下气，文艺青年南湘为了参加宫洺主办的比赛托关系走后门，富有青年顾里也要千方百计争得间接为宫洺工作的机会，模仿他的行事方式。至于更加普通的一般青年唐宛如，实在不能挤进宫洺帝国的门，就紧紧依附在其他“被选中”的青年的身上，跑前跑后，最后则为能一登宫洺的舞台而心醉神迷。这4位戏份最多的青年，都将进入或者接近宫洺帝国当做唯一的“距离感”。

最终，观众们相信了电影用台词传递的理念：我们活在浩瀚的宇宙里，漫天飘浮的宇宙尘埃和星河光尘，我们是比这些还要渺小的存在。”这是多么明显的对比：其他人是恒河沙数，而宫

洺坐拥“七宝楼台”，他才是“宇宙”的统治者。

类型片的第一目标是满足观众的需求。但《小时代》的热卖不是因为他满足了需求，而是因为它制造了精神需求。《小时代》营造的这个世界，通过各种目眩神迷的效果，让观众们相信自己的思考和需求都是微不足道的，要想获得人生的意义，只能放弃自我，对电影中的“帝国之神”顶礼膜拜，在这个精神樊笼里三拜九叩；而不论票房多高，都只不过是粉丝们敬献的香火钱罢了。

稍加思考就不难发现，宫洺其实就是郭敬明的化身，只有郭敬明和宫洺一样，稳稳地控制着自己创造的帝国。在他的帝国中，郭敬明不停地制造沉迷，其他的人都只是渺小的沙，信仰、绝对服从，他们的存在才有意义。一旦有人开始反思、开始质疑，他就会被这个王国摒弃，其他的渺小的沙就会跳出来对其群起而攻之。这其实也是近年来郭敬明的粉丝持续狂热的原因。

话说至此，笔者突然想起了《庄子》中的一个故事：“泽雉十步一啄，百步一饮，不蕲畜乎樊中。神虽王，不善也。”鸟被关在樊笼里，虽然看起来精神亢奋，但终究是不好的。列位看官，是否有同感呢？

## 物欲之外，也有动人之处

□ 何悦

《小时代》里确实也有着美好的东西，像是每个时代都会有的“努力成就梦想”与“友谊地久天长”。

尽管情节太空洞，剪辑太混乱，台词太文艺，物欲太泛滥，《小时代》还是有它的动人之处。电影里，没有人止步不前，每个人都在以自己的方式努力实践着自己的社会角色。4个姑娘物质背景与精神追求截然不同，但这并不妨碍她们相互支持，友谊天长地久。

电影还没有上映，导演私人珍藏品当电影道具，电影极尽奢华的消息就已经漫天遍地，似乎十分明确地袒露着导演对于物质的赤裸追求。然而让人庆幸的是，人物故事线索指向了努力就有回报的简单逻辑。穿“球鞋”的普通女孩用努力而不是美丽赢得了“高跟鞋”，“富二代”用努力而不是物质赢得了别人的尊重与肯定，位高权重的老板用努力而不是权力摆平了意外和困境，显赫的权势、阴险的报复都没有得逞，最后全片结束在贫穷

少女用努力实现了梦想的圆满结局。

努力就有回报的逻辑无错，却表达得有些简单，相比之下，4个女孩的纯真友谊更加真实动人。最后的片段里，唐宛如和其他几个姑娘踢掉鞋子，抱着南湘的表演服装在大雪里奔跑，南湘在舞台上告诉观众，自己的设计离不开身边的朋友。当电影里掌声响起，放映厅里却很静默，人们似乎都想起了什么。友情就是这样，它不以物质条件为基础，也不需要相同意识追求来维持，它包容各自的缺点，理解各自的不同，容许各自的梦想，分享各自的喜悦，在困难逆境里熠熠夺目。《小时代》的青春或许不是多数人的青春，它的友情却可能近似许多人的友情。

导演不论水平如何，也算是个努力的人，大多文学作品都卖力宣传，电影也不例外。

据说，片方在全国多家影院安排了发放电影相关纪念品工作人员。有一幅宣传海报拍得像大片，风格也让人熟悉，像美剧《绯闻女孩》。其实不仅海报，《小时代》片子里也有许多其他电影的影子。4个性格不同的姑娘结为朋友共同演出，像《阳光姐妹淘》；圣诞节时每个人无论悲喜都要面对自己的人生小结，像《真爱至上》；严格麻烦的老板不断抛出苛刻夸张的工作挑战像《穿普拉达的女魔头》。明明是不同时空背景下的故事，却有着很高的相似度，或许在拨开了物质的表象后，剩下的人物有着相似的轨迹与命运。尽管充斥着豪宅名车华服美酒这些空洞的物欲，《小时代》里确实也有着那么些不变的美好东西，像是每个时代都会有的“努力成就梦想”与“友谊地久天长”。