



# 王室宝宝，被祝福也被消费

□ 池温波

英国的小王子已过满月。在北京,我的网购到货了。相隔近万里,这两件事看似不搭界。对我而言,却有着因果关系。

在全球各路狗仔队安营扎寨、望穿秋水半个月之后,小王子还是按照自己的节奏来到了这个世界。隔着千山万水,我远远地看罢了热闹就收场了,根本不会想到英国王室生娃与自己有什么相干。

一位海淘高人的信息把小王子的到来和我联系到了一起。高人发布消息称,某口碑不错的英国服饰品牌为庆祝王室宝宝出生,推出了购买超过35英镑就免费邮寄到中国的优惠。了解海淘的人都知道,划算不划算,运费很关键。如果购买物品的自重大、包装大、路程远,国际运费必定不菲,甚至可以抵消物品本身的价格优势,运费与物价一比一的案例不在少数。这家网站的运费政策显示,从英国运到中国的平邮费用至少

地球真的变成了村。一条被全球大大小小的媒体反复报道的国际新闻,竟然可以被普通人消费,变成生活日用品。

需要14.95英镑。如今沾了小王子的光,买超过350元人民币的货品就可以免运费,多买几件就更实惠了。从时间上看,更是有吸引力,不仅能赶上夏季折扣的最后折扣,还有欢迎小王子驾到的折上折,再加上运费的免除,几项优惠叠加起来,性价比还真诱人。感谢小王子,我用了半小时工夫,就买了一件衬衫、一件羊毛衫,以及一把体积不小的直柄大雨伞。用信用卡在线支付20多分钟以后,网站发来订单确认邮件,告知最迟3周以后到货。剩下的,就是等待了。

比邮件里通知的最后到货日期提前了3天,订单变成了现实。两个纸盒漂洋过海,来到了我的手上。

地球真的变成了村。一条被全球大大小小

的媒体反复报道的国际新闻,竟然可以被普通人消费,变成生活日用品。

借添丁之喜促销,本不是什么新鲜事。促销是商家行为,理由可以五花八门。单位附近有一家不大的服装店,老板喜得贵子的时候,就曾挂出“3天全场5折答谢客户”的促销条幅。

北京小老板的儿子为自家的小店促销,英国小王子就得站在白金汉宫楼顶想问题,给一个国家的经济打气了。就像蜘蛛侠说的,能量越大,责任越大。这个名叫乔治的小男孩,在幸运地收获着来自全球各地的祝福的同时,也不可避免地开始被全球商家和民众消费了。

知名经济学家表示,小乔治的到来或许能给英国经济带来短暂的小规模的正面刺激。有机

构统计说,英国民众会多买食品、酒水、玩具、王室纪念品等用以庆祝,王室宝宝的出生可能为英国经济新增约2.4亿英镑(约合3.7亿美元)产值,这个数字绝对让小服装店主的儿子难以望其项背。此外,不少母婴产品品牌直接在资本市场受益,博彩公司大发其财,有的航空公司给两岁以下婴儿提供免费机票,等等。对于商家来说,公众关注度高的话题,就是可能变成消费意愿的金点子。不论自家卖的东西离王室宝宝是远还是近,面对这一公众关注的重大主题,商家不能缺席不能失语。界内的好球也罢,擦边球也罢,其目的都是趁热打铁、博取消费者的眼球。

前年他父母母亲的盛大婚礼,去年他曾祖母的钻禧大典,都被认为给低迷的英国经济注入了丝丝暖意。小王子从呱呱坠地之时就被赋予了刺激经济的重任,貌似这个还在襁褓中的婴儿干得有声有色。这是接过父辈祖辈的接力棒吗?被祝福也被消费,小王子任重道远啊。

## 给我一台废瓶回收机

□ 陈 颖

想要人人环保,便捷方式少不了。

你小时候喝过北冰洋汽水吗?还记得美滋滋喝完汽水打着饱嗝去退瓶时那小小的窃喜吗?一枚5分硬币押金落在了自己的口袋里。喝汽水还能挣钱,这是我童年时喜欢喝瓶装饮料的主要原因。

不知从何时开始,喝饮料没有付押金并退瓶子这道工序了,我们生活中几乎所有的饮料都改为硬塑料或纸盒包装,喝完饮料便随手将包装瓶和盒扔在垃圾箱里。偶尔看到装在玻璃瓶中的饮料,总是会不由自主想起小时候退瓶时的情景。如今的孩子谁还稀罕5分钱的退瓶费?多麻烦呀!

直到有一次在美国体育馆内看NBA篮球比赛,我才又一次经历了退瓶收押金的“小麻烦”。朋友买了几瓶可乐并叮囑说,散场时去柜台退押金。我喝完饮料说,“多烦呀,美国人还在乎几分钱的押金吗?”长期在美国生活的朋友说,退押金不是几分钱的小问题,这是美国人环保意识在生活中从自身做起的细节体现。如果购买饮料没有支付押金并退瓶,一场球赛下来,上千个玻璃瓶无论怎样处理,都不仅会花费很多人工,还会对体育馆内的设施和环境造成很多难以预料的破坏。后来我注意到,在欧美的大街和超市里,总是会在入口最显眼处放置回收瓶子的圆鼓鼓的绿色大桶。当消费者把从家中带来的空瓶子投到废瓶回收机时,消费者马上就能得到一笔退瓶费。

在以环保产业立国的芬兰,这种环保细节随处可见。芬兰人在购买瓶装或罐装饮料时,支付的款项中包含了10到40分的押金。当消费者把空瓶子投到废瓶回收机时,这笔钱就会返还给消费者。瓶子的高返还率证明了这个系统的成功,很少有其他地方能够达到类似的回收水平。

在芬兰生活的朋友告诉我,九成以上的芬兰人会回收所有或几乎所有含押金的饮料罐,每年的押金大约相当于3.1亿欧元。在所有可回收的瓶瓶罐罐中,有超过90%被回收,得以再利用或作为了原材料,仅塑料瓶一种,每周就能回收大约660万个。

这些回收的瓶瓶罐罐,只是芬兰政府环保政策及成效的一个具体体现。芬兰政府提出到2015年和2025年,分别将可再生能源的使用量至少增加25%和40%,以使得可再生能源的使用量在芬兰整个能源消耗中所占比例达到近1/3。而瓶子押金退款制度,对芬兰的环保行动起到积极有效的推动作用。可口可乐在芬兰举办1952年夏季奥运会期间进入该国,芬兰针对这些玻璃瓶创建了一套押金退款制度。如今在芬兰,可重新灌装的玻璃瓶几乎百分之百进行了回收,一个瓶子平均被重复使用33次。塑料瓶和易拉罐也得到了积极回收,回收率超过90%,达到了世界一流水平,这两者回收的原材料被广泛用于各种产品之中。铝罐几乎可以无休止地进行回收利用。利用熔化的易拉罐生产新罐子也非常节能,再生生产所耗费的能源仅是生产新罐子所需能源的5%。新加入瓶子回收体系的是再生玻璃瓶,目的也是回收原材料。再生玻璃被用于生产新瓶子、保温防冻工业地面和轻质混凝土。

在我妈妈的家里,有很多使用后的瓶瓶罐罐,老人舍不得扔东西,但废品回收站又实在离家太远,结果总是等台台、床床堆不下了,才指挥我们去卖一次。我想,如果我们的大街上、小区里、超市旁也能有这样的废瓶回收机,一定会有很多人将家里积攒的瓶子放进去。那些没有攒瓶子习惯的人,也会很乐意随手拿喝完的饮料瓶去换几枚硬币的。看来,想要人人环保,便捷方式少不了。

## 和宫崎骏说“再见”

□ 陈 静

72岁,几乎已经是个理所应当宣布退休的年纪,但宫崎骏的一声再见,依然荡起了巨大的涟漪。

在日本,其告别之作《起风了》上周末票房3.3882亿日元,观影人数应声上升28%,挟持着票房7连冠的佳绩一路前行,总收入突破88亿日元,进入“百亿俱乐部”指日可待。正在举行的威尼斯电影节上,这部电影亦成为焦点,上映后得到了现场1000名观众长达5分钟的起立鼓掌,似乎不如此就不足以表达对动画大师的依依惜别之情。

从《风之谷》、《天空之城》、《小魔女的宅急便》,到《千与千寻》、《幽灵公主》,乃至近作《哈尔的移动城堡》和《悬崖上的金鱼姬》,宫崎骏的动画电影长片在日本几乎人人耳熟能详,被称为国民电影。拥有宫崎骏动画电影电视版权的日本电视台甚至将其作为争抢收视率的撒手锏,就拿《千与千寻》来说,最近一次重播依然获得了高达21.4%的超高收视率。

我们为什么爱宫崎骏?不知有多少人是被宫崎骏电影那始终明亮又生机勃勃的精细画面会心一击?的确,在充斥

## 卖产品，不是卖概念

□ 何 悦

只破木盒,刻上“宝珠”二字就能卖出的。提出了概念是进步,但消费者或多或少还是想看到些概念下实在的产物。

面对房子这样的大宗消费,消费者看得细,绝不会因为一句概念就下了订单;小宗日常消费,消费者可以为概念买一次单,但不会为概念买一辈子单。

“大眼睛”、“密扇”、“催眠”、“坏女孩”、“猫眼”……睫毛膏的概念十分精彩。作为女性化妆用品,睫毛膏品牌众多,产品五花八门,市场竞争激烈,概念成为众品牌杀出重围的重要法宝。炫目精致的宣传广告配上令人怦然心动的概念,确有不少女孩子为之冲动买了单。然而,化妆用品的利润往往由长期的反复购买贡献,并非来自一锤子买卖。消费者都不笨,上一回当学一回乖,于是光有概念而无实质的产品早已有不少被渐渐淡出市场,最终卖得好卖得长久的,还是用起来好的产品。

提出概念没有错,概念既可以是产品服务特质的提取,帮助消费者做抉择,概念也可以是意识的概括,为产品与服务指明方向。然而,概念决不能脱离与产品服务高高在上,消费者可不想花钱买吆喝。

又是一年中秋将至,有人支招,止住了豪奢浪费之风,月饼应该该打情感牌,情感牌不坏,打好了不仅卖了月饼,还兼得游子归家,亲友相问,家和万事兴。然而,情感终究是月饼的附加属性与消费概念,月饼送来送去终究是要进肚子的,总有人要说一声再来一个,或道一句不如不吃。月饼要做出品牌,还需要回归本质,保质保量有创新。单靠情感打动人,一次不难,两次不难,可年年都有“八月十五中秋节”,月饼明年也要吃。

## 想留住“童心”？请减负

□ 白 芾

的作业减负了,但校长还是鼓励家长引导孩子通过阅读涉猎多个领域,累积人生智慧。

有人说,减负是否能够真正“落地”,还要依靠切实推进教育资源均衡,改革中高考制度。该校长特别向家长介绍道,未来,高考的难度将下降,对于普通的学生来说,大学的门槛不再需要通过寒窗苦读来换取,孩子们可以把更多精力放在探索和发挥自身的优势上面。而教育部通过鼓励知名中小学校多办分校,同时鼓励中小学借助大学的优质教育资源,已经在大力推广教育资源的均衡,相信“优质教育资源稀缺”的问题将逐年得到缓解。

创新的教育理念还包括很多具体的手段。比如,小学从一年级开始就让孩子们开始组成课题组,通过团队合作产出研究成果,并在学期末发布。这曾经是传统教育中从大学才开始的研究方法训练,也是被无数中国家长羡慕的国外基础教育中常见的方式,终于能够让我们的孩子开始体验。



## “白露”过后 大扫除吧

□ 安 好

增加了心理上的“扫除力”,才能拿出果敢的行动,享受“有舍有得”的生活。

一过“白露”,暑热渐渐散去,凉爽的秋天就真的来了。记得家里的老人说过“白露勿露身”,意思是指从这天开始就不要赤膊露体了,以免着凉。所以,“白露”过后,什么吊带衫、纱裙、半袖的夏装统统都该“刀枪入库”,轮到秋冬装隆重出场。借着给衣橱里的衣物换季的好时机,顺势来次大扫除,让自己及周围的环境真正“秋高气爽”起来,也是个不错的选择。

俗话说,“一屋不扫,何以扫天下”;还有人,“房间体现了居住者的人生”。可见,扫除之事不可小视。而要拥有“扫除力”,还要迈过两道坎儿。

第一道坎儿:“收”还是“弃”?大扫除必定是和整理联系在一起的。曾经,我很热衷于逛宜家,爱的就是那里的收纳用具,设计之多、之巧妙超乎想象,就连床下、柜顶、墙上等边角角角的小地方,无论是什么高度、多大面积,都能找到似乎是量身定做般合适的收纳用具。当我欣喜地将这些收纳用具搬回,把各种杂物分门别类地放进去后,却发现还是没有从根本上解决问题。大部分的地面和桌面还是被各种东西覆盖着,房间就像一个仓库,想清扫一下也不容易。甚至就连收纳箱、收纳袋、收纳架等收纳用具也很碍事碍眼。渐渐地,我找到了根源所在——东西太多了!

先看衣服,有些虽然还能穿进去,但与现在的年龄已不合时宜;有的是是一时冲动买下,回家却发现并不适合自己,利用率极低;有的是穿旧了的运动服,想在家里随便穿穿,却因为毕竟不是舒适的家居服而多半闲置。冷静分析后发现,这几类衣服都可以舍弃。再看书籍。从上学到工作后,日积月累,各类书真是存下了不少。再加上现在网购方便,有时随便用鼠标点点,就又有几本新书送来,新书、旧书摆在一起,却很少有时间去看。真正需要查资料了,或是一时翻不到想找的书,或是干脆上网查。蜗居时代,拥有一整面墙的书柜,真是太奢侈的想法,比较现实的选择还是给书架瘦身。此外,还有旧电器、孩子小时候的玩具、不怎么实用的家具等若干杂物,占着不小的空间,却没有有什么用。看来,要想拥有一个清爽的环境,必须下决心舍弃一些不必要的东西。

第二道坎儿:通俗地讲,“舍弃”就意味着从家里往外清理东西。对于很多人来说,心里难免会纠结一下——这样做算不算浪费?是不是低碳?实际上,让没有什么利用价值的东西环绕身边,浪费时间和空间才是最大的浪费。而且,通过清理,一个人能够意识到自己有多少东西,因此,除非必要就不会再买类似的物品,也能意识到过去曾经买了多少没用的东西,以后就不至于再犯这样的错误。这样的清理和扫除,看似不低碳,对于整个人生来说却是最大的低碳。

经过了这一番思想斗争,仿佛增加了心理上的“扫除力”,才能拿出果敢的行动,享受“有舍有得”的生活。比如,面对衣橱,能很快找到自己想穿的衣服;来到书架前,能很快找到最想看的书。在整洁的空间里,拥有更多的时间,工作效率也因之提高,有这样的光明前景在召唤,还有什么能阻挡你的“扫除力”?



和宫崎骏说再见,就像是爱丽丝掩上了那扇通往某个美好世界的门。



概念决不能脱离产品与服务高高在上,消费者可不想花钱买吆喝。



让孩子掌握自主获取知识和解决问题的能力,而不仅仅是被动接受知识碎片。