



# “一团火”的底气



## 因公出国 该晒效果

公务学习效果远比  
出国考察规模、花费更  
重要。

□ 李明

新的《因公临时出国经费管理办法》今年1月起实施,春节过后的全国财政预算都要以此为标准。它与使用了12年的旧办法相比,主要侧重控制出国规模、规范经费管理两方面。我认为,公务出国应该节约经费,但更应该提倡效果的重要性,把一路收获拿出来“晒晒”,可能有所裨益。

翻看历史,从俄罗斯“彼得一世改革”到日本“明治维新”,几乎所有后发国家都曾启动过大规模、有组织的公务出国活动。彼得大帝曾花费巨资,组织250人的庞大使团,他以下士身份,使用假名参与其中。访问期间,他学习军事,做过工人,当过船长,并遍访工厂、学校、博物馆、军火库,甚至还参加英国议会会议,获得大量一手资料,为全面改革奠定了基础。日本当时派遣107人的岩仓使团赴欧美考察,由右大臣岩仓具视为正使,后来先后主导日本政坛的大久保利通、木户孝允、伊藤博文为副使,各部要员几乎全体出动。使团行前拟定详细考察大纲,明确分工。这次考察虽然耗费政府年收入2%的巨资,但确实对日本近代化起到了决定性作用。因此,公务出国需要节约经费、控制规模,还是要重在效果。

中国历史上有组织的公务出国很大程度上学自俄日两国。在“戊戌变法”中,光绪朱笔钦定傅云龙等12人分赴欧、亚、北美洲学习、访问,启动第一次大规模公务出国,但目的仅是“详细记载,以备查考”,最终成为一次华丽走秀。上世纪初,风雨飘摇的清廷模仿岩仓使团,启动历时9个月,花费白银50万两的第二次大规模公务出国,即著名的“五大臣宪政考察”。学习成果倒也颇丰,先后上奏折18份,撰写《列国政要》等书籍若干部,提供了宪政等方面的丰富资料。但与日俄使团深入基层、全面学习不同,“五大臣”主要与上层人士接触,侧重了解各国政治制度。回国后提出的预备立宪政策不接地气,并炮制出“皇族内阁”,最终失去改革的有利时机。国民政府建立后,延续下来的公务出国制度,有时甚至成为当权者打压、排挤政治对手的手段,像冯玉祥被蒋介石派往欧洲考察水利就是此例。看来,有组织的公务出国活动兹事体大,效果应放在首位。

我国作为发展中国家,通过派遣人员出国学习、培训、参加会议、合作洽谈等活动,吸取治理经验,了解先进技术,加强国际合作,仍应是重要的制度安排。同时,我国目前在塑造负责任的大国形象,在各领域广交朋友、加强沟通、取得共识也是重要途径。这些都需要加强包括政府在内的多层次交流,但对公务出国效果确实应当反思。前一段时间曝光的出国考察“巴西老干部问题”固然值得批评;而某官员宣称住房政策上“空闲3年,房产税翻倍;闲置5年,组织流浪汉入住;闲置7年,收回政府”的所谓德国经验,更是暴露了这方面的问题。因此,公务学习效果远比出国考察规模、花费更重要。

所以,我们不妨将适宜公开的各个层次公务出国报告,在网上晒晒。

我试图跟这位小张师傅探讨张秉贵和“一团火”精神,他只说了一句“老张不容易”,就走了。这件事给我的印象很深,老张精神已潜移默化在一代代“大楼”人的心里,这也是历届管理层从未放弃的努力。百货大楼对营业员的要求的确与众不同,公司从不提“顾客是上帝”,但非常注重“让顾客满意”。而这种满意,在不同时代有不同的内涵,事实上,这正是企业文化的传承。

有人说,现在是实体零售行业的严冬时期,企业面对着无数问题与压力,北京百货大楼也这样。王府井百货副总裁周晴在担任北京百货大楼的总经理期间建立了这个小小的纪念馆,他希望把大楼这把“火炬”接力下去,“一团火”精神的传承可以帮助企业度过严冬。今天的北京百货大楼在“新北京人”中已经有了年轻的“粉丝”,不久前,王府井百货还推出了微信支付,并且在做全渠道经营的筹划,他们的创新一直没有停步。

在我们身边有很多像“大楼”这样的商场,和全球的零售企业一样,他们也在经历转型。任何一个传统行业都需要在新技术、新环境中进行各种创新与调整,需要与新时代的融入和对接,而传承下来的优秀的企业文化,让企业有了不一样的底蕴,这样的企业才是时代的财富。

任何一个传统行业都需要在新技术、新环境中进行各种创新与调整,而传承下来的优秀的企业文化,让企业有了不一样的底蕴,这样的企业才是时代的财富。

□ 徐涵

给太太买过几万元一件的高档时装,在他看来,把钱花在“大楼”放心、开心。

如果说北京人对百货大楼有感情,30岁以上的外地人对百货大楼有情结,那么30多岁的年轻人对大楼的认识则更加多元。一位在北京工作的青岛“70后”告诉我,她到北京后第一次逛街就是跑到百货大楼去买糖,她特别想看看张秉贵工作的地方是什么样子,她对北京百货大楼的认识是和这个人联系在一起的。的确,没有哪家商场能像“大楼”和“大楼人”这样有故事。在一层的名表专柜边有一个很安静的空间,这里是北京百货大楼的“张秉贵纪念馆”,在城市最中心地段最繁华的商场内为一个售货员建纪念馆,这在全世界可能也是独一份。当然,这里纪念的不是一个普通的营业员,他曾经在这个商场工作30多年,接待400多万人。他不仅是全国劳模,而且做过第五、第六届全国人大常委会委员,曾经

是全中国家喻户晓的名人。当百货大楼的总经理还在骑自行车上下班时,这位老售货员已经有了专车。

张秉贵和他为人民服务的“一团火”精神已经成为这座大楼的灵魂。上世纪80年代我在这里参加过商业劳动,就是在呢服组站柜台。我的师傅与我同龄,他高中毕业“接班”上岗,也姓张,看上去是个对啥都不在乎的北京小伙子,小张对顾客一直不冷不热没个笑脸,人少时就会借口上厕所去和伙伴们聊天儿。一次一位外地农村来的顾客千挑万选半天才选中一套毛料女西装,准备去交钱时却问我厕所在哪儿,我有点不耐烦了,让他先去交钱取货。这时边上的师傅白了我一眼,很体贴地给顾客指路,然后甩给我一句话:“人家可能是把钱缝在裤腰上,去厕所拿钱,这样的顾客多着呢。”

这次他对顾客的态度让我很意外。有一次

## 考场非秀场

艺考要选拔的不是超女快男和各路达人,艺考考场也不是制造一夜成名传奇的秀场。

□ 赵凤兰

提高文化课分数的艺考新政依然没有阻挡住家长及孩子的“明星梦”。在2014年第一场雪降临之际,8万艺考大军鱼贯进入北京,“围剿”北京电影学院、中央戏剧学院和中国传媒大学三所知名艺术院校。在录取比例170:1,淘汰率99%的残酷现实下,艺考现场被蒙上了一层诡异的面纱。为了吸引眼球,孩子们在考场外有的翩翩起舞,有的雪中舞剑,现场堪比“选秀”。此情此景令极尽渲染之能事的媒体也戏谑性地将镜头对准了这群花样百出、做着明星梦的孩子,考场俨然成“秀场”。对此,有人不禁要问:这是一场招生吗?

艺术本来是一种净化灵魂、愉悦情怀的美

## 爱TA,懂TA

只有当爱脱离自我中心的时候,才能真正读懂对方,在相互付出之中建立信任与和谐。

□ 白芍

刚过去的情人节,很多人在社交媒体中秀鲜花,秀大餐,秀恩爱。也有年轻人抱怨,谈了几次恋爱,每次都在情人节前分手,所以从来没能真正和情人过节。央视《中国好歌曲》播出的一曲《谁搞的情人节》唱到,“谁搞的情人节,害没有情人的人,不敢上街,多可怜;是谁搞的情人节,看拥有情人的人,笑的多甜”,就淋漓尽致地描述了这种失落心情。虽然一些人说情人节无非是商家的噱头,但毫无疑问,情人节仍然是检验伴侣关系质量的重要关卡。

为什么很多恋情以甜蜜心动开始,却悲剧收场呢?

恋人从相识到相知,的确会经历很多阶段和挑战。

最初,两个人因为对方身上有自己喜欢的特质,开始彼此接近;或者觉得和对方在一起心

## 到底意难平

看电影的人,苦恼又遗憾的是,当年那些让我们感动的导演,都去哪儿了呢?

□ 夏丽丽

每年年后不久,爱电影的孩子喜欢讨论的话题之一,就是今年的奥斯卡谁谁被提名了,奖项可能花落谁家。如今又是网络时代,世界是一体同步的,各种消息铺天盖地,除了最后的那场颁奖典礼和小金人的去处,整个过程也都事无巨细、新鲜及时送到家门口:哪家影片可能最终夺冠,哪个名嘴可能为今年的主持,甚至明星的华衣锦服,都能在娱乐新闻里津津乐道,更不用提最后的晚会,通过网络直播,马上可以看到最后的结果。奥斯卡,似乎离我们很近。

想起在大学那会儿,沾着艺术院校的名义,每年也会扎堆议论奥斯卡的事,颁奖过程各种信息自然是不知道的,大家讨论的也就是最后结

好追求,艺考也应是一件用情致与雅兴开启艺术之门的过,但高得离谱的淘汰率、“千军万马挤独木桥”的气势使艺考演变为一场以艺术为名的厮杀和决斗。与普通高校的招生不同,艺术院校青睐的对象是具有独特艺术禀赋和艺术潜质的人,也就是说他们招收的不是“凡人”,而是具有艺术天分或者至少可以成为艺术精英的人,因此,艺术院校较之普通院校的招生名额也更为有限。尽管如此,仍然有不少家长渴望自己的孩子走上“星光大道”,特别是那些孩子在文化课上“瘸了腿”的家长,他们希望孩子通过艺考“曲线救国”,敲开大学的校门。于是乎,真正有“童子功”热爱艺术的、学不优则“半路出家”的、在艺术上“半瓢水”的统统挤上了艺考的独木桥。在高考成为决定人命运分水岭的这场无情“战役”里,别无选择的家长习惯将“宝”压在艺考上,“成绩不好走艺考”正日渐成为家长的共识和常态。毕竟,在很多家庭看来,让孩子吃艺术这碗饭,看上去很美。

但鱼龙混杂、投机的艺考终究只是穷了家长腰包肥了打着艺考旗号谋取暴利的中介和

情很愉快,其实这种“喜欢”的感觉是完全以自我为中心的。

很快,恋人开始彼此思念,对另一半产生心理依赖,两个人如胶似漆,觉得离不开对方,这仍然是以自我的感受为中心的。

随着恋人相处时间更长,两个人开始由于彼此的差异,产生矛盾;核心的心理需求是“你应该按照我喜欢的方式来爱我”(自我中心),这时候有的情侣开始想要改造对方从而矛盾加剧;有的情侣比较幸运,彼此“爱的语言”能够匹配,关系可以持续加深。

恋人之间的互相猜疑和不信任是矛盾产生的另外一种形式:一对相貌出众的年轻夫妇娟子和伟明,感情一直不错。但是在结婚后的数年时间里,这对“金童玉女”遇到很大的困扰是来自异性倾慕者的“关怀”,比如,两人都经常接到异性的邀约、礼物、问候;也常常能在对方手机里发现一些疑似“暧昧”的内容——这或多或少会引发一些口角,影响两人关系。慢慢的,伟明开始变得不修边幅,担心“太帅”反而会引来麻烦;娟子也抛弃了隐形眼镜,卷发和裙装,心中暗自盼望,随着年龄的增长,“年老色衰”之后不再会有异性的“骚扰”。虽然双方为了“解决危机”做出了一些努力,但仍然“治标不治本”:一旦其中一方因为出席正式场合需要修饰形象时,另一方就会质疑:“今天

果如何,然后想方设法的找获奖影片来看,最后看到的很可能是上届或者上上届的获奖片子,还是现在再也遍寻不到的录像带。多年过去,看起来一切都变换很多,有一件事似乎却没有发生变化,人们依然在关注是否有中国电影入围,能够角逐奥斯卡,似乎成了国人非圆不可的一个梦。

算起来,中国电影近年在戛纳、柏林等大电影节也算混个脸熟了,时而有好消息从这些地方传来,奥斯卡却屡屡铩羽而归。全称是“电影艺术与科学学院奖”的奥斯卡,自1927年设立以来,现在虽然名声国际,但一直是重在嘉奖美国国内电影业的成就,似乎本来不该被我们看那么重,能够入围获奖,顶多也就拿个最佳外语片。这么多年轻人依然对该奖项念念不忘,大概到底意难平吧。

前几年,李安再次获得奥斯卡最佳导演奖,网络上纷纷报道他捧着小金人啃汉堡的趣事,回头想想,那部让他开始备受关注的《喜宴》,已经是1993年的事了。那几年前后,大陆导演也有让人欣喜的作品出现,大部分电影在电影院是看不到的,租来的录像带画质一般,电视屏幕也不大,却看的人心里感动。那时候,奥斯卡颁奖典礼会离我



## “马上”就行动

这个世界上什么东西可以自然到手?天上会掉馅饼?要得到必须先付出,要收获必须先播种。

□ 郝旭光

马年送祝福,人们常挂在嘴边的不外乎“马上有X”(房、车、钱、健康、升迁、对象、回报、幸福,等等),听得太多太多了,以至让人惊悚“马上有X”。这固然是因为马是吉祥属相,与马有关的祝福更容易与“马上”联系起来,人们用些许戏谑表达了美好的祝愿。但这么多的祝福,竟然没有一条是“马上干”,“马上行动”。这或多或少地折射出当今社会流行的真实心态——急功近利。

因为急功近利,从宏观上说,才有不顾环境承载能力、环保和资源消耗的速度崇拜、GDP崇拜;才有开山填海、毁林毁田搞房地产、修太多的公路(一个普通的县城,在老城四周修了十几条八车道的宽阔大马路);才有提前献礼工程,才有教育大跃进,铁路大提速,才有股市“跨越式发展”的口号。从个人角度看,希望一夜暴富,一夜成名,一举成功,才有一说健康就要祖传秘方;才有“假证书”、“假文凭”泛滥,才有萝卜快了不洗泥,过分重视数量而忽视了质量。急功近利与紧迫感不同,后者指的是时间宝贵,要珍惜时间。而急功近利是不想付出辛苦的努力、表现出浮躁、不脚踏实地静下心来下功夫,总想着省去中间的过程,“跨越式”一步登天。说实话,“登天”必须先锻炼身体、必须建成“通天梯”、铺成“登天路”啊,没有这个铺垫和基础工作,怎么可能一步登天?一朝分娩必须十月怀胎,哪有捷径可走、窍门可寻?

急功近利想的是“得到”而不是“付出”,“马上有”嘛!而紧迫感想的是先付出才有回报。这个世界上什么东西可以自然到手?天上会掉馅饼?要得到必须先付出,要收获必须先播种。想买车、买房,得先学本事、先挣钱,得“马上干”才对!一分耕耘一分收获——至理名言。

当然,想要“有”,除了实实在在地耕耘,坚持也是必要条件。人们常常过高估计自己短时间做出一些成绩的能力,而又往往过低估计在一个较长时间内做好一件事情的能力,获得回报或成功的结果。“文革”后恢复高考的前两届大学生,走路、排队买饭、坐车几乎人手一叠小卡片,正反两面分别是中英文——那是用来背英语单词的。当年的口号是“要把损失的十年夺回来”!但这种紧迫感绝不中止于“想”,而是夜以继日地学。

当然,对年轻人来说,常常会有些迷茫,这是正常的,但不能放任迷茫、空想,当想不清楚事情时先把今天的事情想清楚,迷茫的时候也要有上进的行动。我提倡,要保护自己的想象力,锻炼自己的行动力!想做一件事,什么时候开始都不晚。

现在需要的,不是“马上有”,而是“马上就行动”。从我做起,从现在做起,从小事做起。踏踏实实干起来才是硬道理。



打扮这么靓是要去干什么?”后来,他们的一位社会学教授朋友一语道破天机:其实对于婚姻来说,诱惑无处不在,即使刻意“扮丑”或等待自己变老,也无法改变“让异性远离自己”这个现象。因为其他人对自己抱有何种动机,实在是自己无法控制的;与其内心企盼不会有异性关注自己,把控制权交给了他人;不如学习如何有效有礼有节地与异性保持距离。

有人曾说:“爱从喜欢开始,经过依恋,进入占有,许多爱情故事定格在这个等级,最后演变成控制和反控制,卷入权力斗争。”这样的爱情其实不是爱,而是索取,一旦面临“情人节”的考验可能真的无法过关。关注对方的需求,主动付出,是脱离自我中心的开始。但很多人会以自己的喜好出发,以自己喜欢的方式去为对方付出,这样往往收不到好的效果,究其原因还是因为没能真正理解对方的需求。

真爱是一门功课,值得用一生去学习,只有当爱脱离了自我中心的时候,不是向对方索取,也不是单纯地占有和控制对方时,才能够真正读懂对方,在相互付出之中建立信任与和谐。

们很远,却总觉着有些导演离奥斯卡没那么远。

现在人们常常进电影院看电影了,电影票房收入破亿也不是难事,说起来电影的环境应该是变好了,但总是看到人们欢天喜地进影院,咬牙切齿的出来,再到网上炮轰一番。这几年,也有一些电影吹风可能入选奥斯卡,看电影的观众却是明白又糊涂,总是心里生疑,这样的片子也可以?其实人家可能也是跟观众一样清楚,不过是营销的噱头,借着这个在推进票房而已,因为事到最后,这些消息都如同吹散的泡沫一般,再也寻不到痕迹。

关于今年奥斯卡的各种报道依然火热,看起来仍然与中国电影和导演没什么关系。颁奖晚会是离我们近了,仔细想想这两年银幕上的影片,奥斯卡,离我们其实还是那么遥远。奥斯卡实在不能作为中国电影的风向标,不过,看电影的人,苦恼又遗憾的是,当年那些让我们感动的导演,都去哪儿了呢?

