

看世界

□ 孙昌岳

国际劳动节由来

“五一”国际劳动节，又称国际劳动节，诞生于1889年7月。其从提出到确定，经历了几十年的斗争。

19世纪末，美国和欧洲等许多国家和地区逐步过渡到垄断资本主义阶段。为榨取更多剩余价值，资本家不断采取增加劳动时间和提高劳动强度的方法剥削工人。

1877年，美国历史上第一次全国罢工开始了。工人阶级走向街头，向政府提出改善劳动与生活条件、缩短工时、实行8小时工作制的要求。在工人运动的强大压力下，美国国会被迫通过8小时工作制。不过很显然，政府与资本家对此早有默契，大家都睁只眼闭只眼，而工人阶级的境遇并没有发生实质性改变。最终，忍无可忍的工人决定举行更大规模的罢工，争取自己的权利。

1884年10月，美国和加拿大的8个国际性和全国性工人团体，在美国芝加哥举行集会，决定于1886年5月1日举行总罢工。5月1日，美国2万多家企业的35万名工人停工上街，举行了声势浩大的示威游行。仅芝加哥一座城市，就有4.5万名工人涌上街头，美国的主要工业部门陷入瘫痪。

当时在罢工工人中流行着一首《八小时之歌》。歌中唱道：“我们要把世界变个样，我们厌倦了白日的辛劳，只得到仅能糊口的工钱，没有时间让

我们去思考。我们要闻闻花香，我们要晒晒太阳。我们相信：上帝只允许8小时工作。我们从船坞、车间和工厂，召集了我们的队伍，争取8小时工作，8小时休息，8小时归自己！”

这次罢工遭到了美国当局的镇压，但依旧震撼了整个美国，并最终迫使美国政府宣布实施8小时工作制。为纪念美国工人的罢工运动，1889年7月14日，恩格斯组织领导的第二国际在巴黎召开成立大会，宣布将每年的5月1日定为全世界无产阶级和劳动者们的共同节日——国际劳动节。

这一决定立即得到世界各国工人的积极响应。1890年5月1日，欧洲多国的工人阶级走上街头，争取合法权益。目前，世界上已有80多个国家将国际劳动节定为全国性节日。

中国人民庆祝劳动节的历史可追溯到1918年。彼时，一些知识分子在上海、苏州等地向群众散发传单，将“劳工权利”“劳工尊严”“劳工神圣”等观念引入中国。1920年5月1日，北京、上海、广州等城市的工人群众走上街头，举行了声势浩大的游行集会，主题就是“劳工神圣”。

中华人民共和国成立后，中央人民政府政务院于1949年12月将5月1日定为法定的劳动节。1989年以来，国务院基本上每5年表彰一次全国劳动模范和先进工作

者，每次表彰3000人左右。他们以自己的实际行动，铸就了“爱岗敬业、争创一流、艰苦奋斗、勇于创新、淡泊名利、甘于奉献”的伟大劳模精神，成为伟大民族精神的重要组成部分。

如今，世界多国依旧保留了形式多样的劳动节习俗。

比如，俄罗斯这一天会在全国范围内放假，并举行各种庆祝活动及群众性游行。一般来说，“五一”游行的队伍要先穿过城市的主要街道、广场，最后聚集到古老的或者宽阔的中心广场上。

又比如，德国将国际劳动节与本土情人节“混搭”在一起。每年5月1日当天，德国很多地方都会立起名为“五月柱”的桦树干，女孩子们会把自己的爱情心愿写好挂上去，期望得到心上人的回应。此外，在德国传统文化中，“五月柱”还象征着生命力。所以，很多地方都有5月1日到“五月柱”下围成圈聚餐的习俗，许多德国人还会在这一天在田间跳舞，祈求来年丰收。

不过，并不是所有国家都将5月1日定为劳动节，比如其发源地美国。美国将9月的首个周一定为“劳动节”。关于这个时间的确定，有两种说法。第一种是，在1882年9月，纽约市的各个工会均举行了集会活动，取得了不错的效果；第二种是，当时的工会领导认为，9月初的气候非常舒适，在这一天放假，可以让工人们更好地休息，也方便工会进行各种活动。

总体来看，相较于100多年前，如今世界各国工人的待遇都有了质的改变。而“五一”国际劳动节也正如其名，成为最具国际影响力的、全球劳动者的共同节日。



□ 江子扬

脑洞

谁是“最后的光源”

最近，内容为“如果人类消失，最后一个人造光源会何时熄灭”的帖子有点火。

置顶答案是：绝大多数灯都撑不了多久，因为电网系统会很快崩溃。其原因在于，目前世界上大部分电力均由化石燃料发电厂提供。这些发电厂需要持续的燃料补给，而供应链本身需要人类的介入才能运作。

那么用取之不尽、用之不竭的可再生能源呢？

众所周知，太阳能、风能、水能、地热能、生物质能、氢能等都是可再生能源，理论上说，只要机组能够持续工作，电力供应就不会中断。但实际情况是，所有发电装置都需要定期维护，不然就会因部件生锈、损坏而停止工作。

比如，一位来自冰岛史瓦森古岛地热发电厂的工作人员就表示，按照维护日志，操作人员需要每6个月更换一次齿轮箱中的机油，并给所有发电机和传动轴涂上润滑油。

风力发电机会相对“皮实”一些。一位来自丹麦盖泽尔风力发电场的工作人员说，风力发电机最初就是按照不需要持续维护的标准来设计的，因为爬到风力发电机杆上维护太危险也很累人。所以，风力发电机的通用标准是正常工作3万小时不需要维护，核算下来大约是3年时间。

水力发电站情况会更好一些。有位美国胡佛大坝的操作员说，即使所有人员立即撤离，整个发电站还是在自动运行模式下继续工作数年。水力发电站最终也会停止工作，原因不外乎两种，其一是进水口堵住了，其二

是机械出现故障。

光伏发电也是同样的道理。只要外界环境足够干燥、光伏面板不受灰尘和碎屑的干扰、电器元件质量过硬，太阳能电池板就能持续工作很多年。但潮湿的天气是导线和电路的大敌，以目前的技术尚无根治之法。

比较复杂的是核电站。核燃料的能量密度非常高，理论上说，如果核电站进入低功耗模式，是可以无限期运行下去的。然而不幸的是，虽然燃料足够，核电站仍然撑不了多长时间。因为核电站的系统极其复杂，对定期检查维护的要求很高，只要出现一点点状况，反应核心就会被强制关闭。换句话说，相较于其他发电装置，核电对故障的容忍度接近于零。而且，核电站通常配有额外的安全装置，即只要自检系统发现问题或自检系统本身无法正常运作，其就会主动关停反应堆。这意味着，要确保核电站正常运行，需要额外给自检系统供电。如此，又回到了前面的问题——如果普通发电站不工作了，核电站也不工作了。

在所有人造物中，太空探测器应该是最能抵抗时间侵袭的东西。一些探测器号称能在太空中运行几百万年，不过探测器上的电力系统可支撑不了这么久。很多探测器是依靠太阳能电池板来获取电力的，一旦面板被灰尘覆盖，获取电力的能力就会急速下降，直至彻底失效。还有一些探测器则靠放射性物质衰变获取电力。比如说，火星探测器“好奇号”就是靠一根小棒末端连着的一块钚衰变释放的热量驱动的。据说，“好奇号”上配备的放射性同位素热电式发

电机(RTG)可以持续供电一个世纪，直至其输出的电压低到不足以维持探测器继续运行为止。

此外，还有一个名不见经传的竞争对手——辐射。大多数辐射，人眼是看不见的。不过，也有极少数是例外，比较典型的一个例子就是带有夜视功能、会在夜里发出绿光的钟表。其原理是在表盘上镀上一层化学元素镭，而后在镭元素上附着一层磷光涂料。当然，这种绿光并不来自于辐射本身，而是来自于受到放射性物质照射的涂料。随着时间的推移，这层涂料会慢慢失效。此时，虽然辐射还存在，但表盘却再也不会发光了。

还有一种能发光的物质是铯-137。这种光芒被称为“切伦科夫辐射”，通常出现在核电站堆芯，是一种辨识度较高的蓝光。铯-137的半衰期为30年，循环计算的结果是，其在两个世纪后仍然会发光，但亮度会随着时间的推移减弱，直至彻底暗淡下来。

至此，答案呼之欲出：几百年后，只有那些所有生物都惧怕的放射性元素依然能发出幽幽的光芒。

“最后的人类之光”竟然是这些极具杀伤力的放射性元素，还真是一个令人欲哭无泪的答案。不过，也有网友对此不屑一顾。毕竟，技术的飞跃时时刻刻都在发生，未来还会出现什么样的新能源，今天的我们很难预料。

同时，还有一个更加实际的选项摆在眼前：如果人类能够通过更合理的设计、更稳定的材料、更精密的制造，大幅提高设备稳定性，延长维护周期，结果或许会完全不一样。

作为流媒体平台界的“顶流”，奈飞(Netflix)不仅是一家成功的企业，还是企业战略学界的“模范生”。其所运用的商业策略被斯坦福大学企业战略教授汉密尔顿·海默定义为“反定位(counter-positioning)”，并被多家商学院收录到教科书中。

简单来说，反定位是市场中的新进入者对霸主发起挑战的一种方法。这些聪明的“新人”会先观察霸主的王牌，而后在相同的点上采取反向的商业策略。这样做的好处是不用担心霸主会掉过头来模仿自己甚至“吃掉自己”，因为这种新模式和其自身优势明显相互排斥。大多数老牌企业在左右为难之后，都会选择对新模式视而不见。这将给新企业留下巨大的成长空间。

在奈飞诞生之前，百视达公司主导了美国家庭影视市场。当时，人们的娱乐方式远不如今天这样丰富多彩，大多数人只能在家看电视打发时间，或者去电影院看电影。正是在这样的背景下，百视达推出了影片租赁服务，精准针对大家观影难的痛点，一举成长为全球最大的影片租赁公司。鼎盛时期的百视达，全美门店一度超过9000家，员工达到6万名。

百视达的确便捷又便宜，不过对那些记性不够好或者休闲时间不那么固定的消费者来说，就不那么“友好”了。

奈飞公司创始人雷德·哈斯汀斯(Reed Hastings)曾在多个场合声称，很久以前，自己曾从百视达租借了几部电影，却忘了及时归还，他不仅为此支付了延期费用，还交了一大笔滞纳金。这让他非常“搓火”，于是他决定创办一家公司与之竞争，并且承诺绝不收取滞纳金。这家公司就是后来的奈飞。

奈飞诞生于上世纪90年代。当时，流媒体还未诞生，互联网速度也很慢，因此奈飞最初的业务聚焦在电影光盘(DVD)邮

寄服务上。通过邮局，奈飞可以把电影光盘直接寄送到人们家里，还可以限制个人占用的DVD数量，因为你只有把手头的光盘还回去，才能收到新的光盘。至于财务模式，奈飞的选择是每月向客户收取固定费用。这不仅绕开了百视达的单次租赁模式，与其形成了差异化竞争，而且还一举规避了广受诟病的滞纳金问题。统计显示，奈飞上线仅4个月，月收入就达到10万美元，2万多张DVD处于流转状态。

百视达后来也承认，他们其实关注到了奈飞，但并没有意识到问题的严重性。毕竟，当时的百视达已经是一家年营收达数十亿美元的企业，而奈飞只是一家小型初创公司。同时，奈飞的DVD邮寄服务与百视达的到店租赁服务是替代关系，如果推出寄递服务，必然会伤害到店租赁。此外，“面子”也是必须要考虑的问题——推广DVD邮寄服务等于变相承认，奈飞模式比百视达模式要好。

所以，当奈飞成功取消烦人的滞纳金时，百视达什么也没有做；当奈飞把光盘直接送到客户家里，让人们不必在寒冷的雨夜出门去借还光盘时，百视达还是什么也没有做。

是百视达决策层狂妄自大吗？还是整个公司的管理体制出了问题？恐怕都不是，至少主要原因不在此。问题的关键是，百视达被牢牢“栓”在了自己的商业模式上。

就说滞纳金，滞纳金虽然被百视达的客户所厌恶，却被他们的投资人所喜爱。要知道，巅峰时期，百视达一年就可以收到8亿美元滞纳金，占公司利润的16%。即便百视达管理层肯“割肉”，投资人也不答应。

最终，到了2010年，已经在下坡路上越滑越快的百视达再也抵挡不住奈飞的攻势，宣布破产。

诸多营销学书籍都对奈飞的经营策略不吝赞美之词。有的书中说：“奈飞公司找到了他们庞大、资金雄厚的竞争对手的致命弱点，并利用它建立了自己的帝国。”从某种意义上说，早期的奈飞与巅峰期的百视达恰如传说故事中的牧童大卫与巨人歌利亚。强壮的身躯既是歌利亚最大的优势，也是其最大的弱点，而瞄着这个弱点猛攻就是大卫唯一的胜算。因为，并不是所有头部企业都有足够的魄力与能力去花大量资源培育那些一旦成功反而会伤害公司整体净现值的模式。而只要他们不做，就是初创企业的机会。这是强与弱的辩证法，也是反定位的本质。

反定位

辩证法