

键盘与

锁定效应

叙

类拥趸。柯蒂键盘得名于主键盘字母区左上角6个字母的连拼。但古怪的是,若想在它上面敲出QWERTY几个字母,却一点儿都不容易。使用者需要用左手小指按住Shift键,然后横向移动左手的其他手指,相继按下QWERTY几个键。不得不说,这个操作实在是别扭。

对于这样糟糕的排序,坊间有很多说法。比较流行的一种是,它是有意设计成这样的,目的是降低打字速度。

柯蒂键盘源于早年的机械打字机。使用过机械打字机的人都知道,每当你敲击一下键盘,键盘后面就会弹起一根顶端刻有凸版字母的细杆,这根细杆打在色带上,从而将字印在纸上。如果你敲击速度过快,几根打印杆同时弹起,然后,就卡住了……

据说柯蒂键盘就是为了解决这个问题而生的。其目的就是将常用字母安排在手指不方便连续敲击的位置,让打字速度自然而然地降下来。

这个说法乍听起来很合理,但细细推敲起来却多少有些违和感。如果情况果真如此,为什么英语中最常连用的两个字母T和H,会被放在食指触手可及的位置?

有人还提出了另一种假说。这种假说认为,柯蒂键盘的发明者克里斯托弗·肖尔斯(Christopher Sholes)本是美国威斯康星州的一位报刊出版商。他于1868年将自己组装出的第一台配备柯蒂键盘的打字机卖给了芝加哥哥特电报学院,并于同年申请了键盘排布专利。看到电报学院4个字,推论就呼之欲出了——柯蒂键盘的布局是为了方便报务员抄写莫尔斯电码。这就是为什么字母会被那样排列,因为莫尔斯电码的常用字母与英文拼写的常用字母不一致。例如,Z之所以会和S、E离得很近,是因为这3个字母在莫尔斯电码中是不加区分的,而有经验的报务员常常会将手指悬在这几个字母上等待下文。

按照这一说法,柯蒂键盘的设计并不是为了降低速度,而是为了提高速度。只不过,它的设计初衷并不是为了方便像我这样的普通人。

既然它不方便,为什么我们还要用它呢?

答案很简单,因为,柯蒂键盘赢得了主导权之战。

19世纪80年代,美国制造商雷明顿父子公司看中了柯蒂键盘的设计,开始批量生产配备了柯蒂键盘的打字机,并以125美元的价格投放到

市场中。不过,这并不是柯蒂键盘奠定胜局的关键。实际上,当时市场上还充斥着大量打字机生产商以及不同的键盘设计。而且,仅从硬件水平上看,柯蒂键盘打字机并无明显优势。

真正使其从一众竞争者中脱颖而出的是键盘打字教程。当时,雷明顿父子公司采用了一个精明的推广方法,即为自家产品提供专门的教程,帮助“小白”们从零开始学打字。1893年,该公司又与行业内4家较大规模的竞争对手合并,并说服这4家企业也采用柯蒂键盘。随着市场占有率的逐步提高,柯蒂键盘布局逐步成为“通用布局”。

事实上,更好的键盘布局是存在的,其中最著名的是德沃夏克键盘。该键盘由奥古斯特·德沃夏克(August Dvorak)设计,于1932年获得专利。它不仅将最常用的字母放在了一起,甚至还能通过让用户自主选择左侧布局或右侧布局的方式照顾人们的惯用手。美国曾于20世纪40年代举行了一场打字比赛,结果证明,熟练使用德沃夏克键盘的打字员普遍比使用柯蒂键盘的快。

那么,人们为什么不改用德沃夏克键盘呢?因为,转换使用习惯并不容易。

奥古斯特·德沃夏克出生的时候,柯蒂键盘已经占领市场。一方面,企业、机构等大客户在选购打字机时,自然会倾向于普及程度更高的键盘模式;另一方面,打字员们要想更容易地找到工作,自然也会遵循雇主的选择,二者形成了一个完整闭环。在这种情况下,初出茅庐的德沃夏克键盘根本没有任何胜算。

就此,著名经济史学家保罗·戴维(Paul David)评价说,柯蒂键盘是经济学中“锁定效应(lock-in)”的典型案例。保罗·戴维进一步表示,因为“该死的习惯”,我们总是被“锁定”在类似柯蒂键盘之类的糟糕标准中。

他把这种现象的发生进一步归结于3个原因:技术上的相互关联性、规模经济的正外部性和投资的沉没

成本。首先,随着柯蒂键盘打字机市场占有率越来越高,其键盘排布与产品形成了强锁定,厂商方面没有改变的意愿。其次,采购方与使用者的同步增长,进一步强化了锁定,使得“会打字”与“会使用柯蒂键盘打字”在某种程度上被等同起来。最后,即便采购方已经知道柯蒂键盘打字机并非最好的选择,鉴于已经投入的成本,也会对其他产品视而不见。

这才是柯蒂键盘彪悍至今最重要的秘诀。而大多数人所谓的“习惯”,不过是锁定效应外溢到整个社会造成的一种印象。

事实上,锁定效应并非仅存在于键盘领域,现实生活中,类似的情况比比皆是。比如,微信是最好的社交软件吗?也许是,也许不是。但无论是不是,我们都必须“生活”在微信中,因为我们的朋友、同事都用微信,贸然更换社交软件转换成本太高。又比如,为什么很多品牌的手机出厂设置中一定会有“复刻”功能?其实这也是利用锁定效应增加用户黏性的一种表现。

柯蒂键盘的成功揭示了一个不那么美好的道理:在企业面前,消费者不一定是强势的。只要转换成本足够高,消费者哪怕有所不满,也不一定会“决绝地劈开锁头”,潇洒离去。还有一种可能是,转换的大门其实根本没有上锁,但我们已经懒得夺路而逃了。



印象

□ 王毅

加泰罗尼亚葡萄熟了

作为西班牙最富庶的地区之一,加泰罗尼亚葡萄酒行业每年创收接近12亿欧元,其中绝大部分均为外销。甚至可以说,加泰罗尼亚之所以能够成为发达地区,葡萄酒功不可没。

先来普及一个知识。不同国家对于葡萄产区都有自己的分类标准。意大利和西班牙采用DOC制,可以大致理解为经过政府认可的法定产区,而DOCa正是顶级产区的意思。加泰罗尼亚坐拥西班牙两大DOCa级产区之一普里奥拉托(Priorat)。

加泰罗尼亚地区位于伊比利亚半岛东北部,2500小时的平均日照时数、14摄氏度的年平均气温、350毫米的年均降水量非常适宜葡萄生长。

加泰罗尼亚的葡萄种植历史可追溯到2700多年前。考古学家曾经在当地发现了公元前7世纪留存下来的炭化的葡萄种子。

不过,要论今天的葡萄种植面积,加泰罗尼亚并不算多,在西班牙全国范围内只排到第五名,约为5.5万公顷,但其有机葡萄园面积在全国排名第二,占比超过四分之一。

的众多拉丁作家都曾在其作品中提及过相关内容。

实际上,在西欧历史上,葡萄酒一直与财富紧密相连。一方面,葡萄酒作为相对高端的消费品,必然能给产区带来更加丰厚的收益;另一方面,经济发达的地区消费能力更高,葡萄酒需求量也更大,葡萄酒贸易更加繁荣。法国的波尔多、意大利的维内托都是这套逻辑的受益者。

不过,像加泰罗尼亚这样条件优越的地方依旧很少见。首先,加泰罗尼亚本身就拥有顶级产区,而且葡萄酒产业在历史上就较为发达。其次,其首府巴塞罗那作为西班牙贸易、工业、金融重地和旅游胜地,经济也极具活力。最后,这里还拥有绵长的海岸线和西班牙数一数二的综合性港口。可以说,凡有利于葡萄酒产业发展的重要因素,加泰罗尼亚一样没落下。

不过,加泰罗尼亚葡萄酒产业曾经遭受过一次灭顶之灾。19世纪初,一种名为“根瘤蚜”的病虫害大规模爆发,整个加泰罗尼亚产区差点全军覆没。直到1875年,当地硕果仅存的几家葡萄酒庄联合起来成立了葡萄酒合作社,才保住了产业最后一点生机。

1903年和1905年,加泰罗尼亚接连成立了维拉弗兰卡和雷马斯两大酿酒酒庄,这是当地葡萄酒产业现代化之路的起点。此前,各家酒庄都是凭感觉酿酒,导致品质与口感都不太稳定。直到实验室成立,量化指标的概念才普及开来,当地葡萄酒也有了

统一的衡量标准。

如果你有机会来到加泰罗尼亚,一定要去那些形形色色的酒庄看一看。

普里奥拉托就有不少值得探秘的酒庄。其中最著名的是Ferrer Bobet酒庄。Ferrer Bobet酒庄“正牌”非常有名,甚至成为人气动漫作品《神之水滴》的主角,被誉为“夕阳的遗言”。

面积仅有223公顷的西班牙最小产区阿莱利亚也是葡萄酒爱好者的打卡地。这里因酿造纯净自然的卡瓦及自然酒著称,但由于产量极低,真正喝过的人并不多。不过,凡是研究过葡萄酒发展史的人听到这个名字都会觉得如雷贯耳。因为,在这里,并不富裕的农民曾与手握大量资本的投资人斗智斗勇,最终取胜,这在任何产业发展历程中都是极其罕见的。

最吸睛的酒庄位于悬崖边。据历史记载,大约900年,一批修士隐居于此。他们将天然山洞改建成石窖,并在钙质岩上凿出石槽,用来熟化葡萄酒。这对于今天的酒庄来说,几乎是不可想象的。因为,葡萄酒生产需要严格控温、控湿、控制微生物,能在露天环境下酿出天然发酵的葡萄酒,绝对是高手中的高手。

当然,今天的加泰罗尼亚葡萄酒产业早已脱胎换骨。为了提升酒品质量和国际知名度,加泰罗尼亚还实施了“合格庄园葡萄酒”VFC项目,目前已有6个原产地命名产区的14家酒庄入选。



春光明媚,微风徐徐。记者从洪都拉斯首都特古西加尔巴出发,乘车前往位于东南方向的埃尔帕拉伊索省一家咖啡加工厂。导航软件显示,单程大约120公里。刚出发不久,便能体会到此行的不易。先是翻越山丘,上山的土路坑坑洼洼,十分颠簸,路边稀疏的树木已被路上常年掀起的尘土染成土黄色。刚开出28公里,已耗时1小时10分钟。

越过山丘,才驶上平坦的柏油路。

到达咖啡加工厂时,已近中午时分。十几名工人正将装满咖啡豆的麻袋搬运至指定地点,以待后续加工。

这家企业的负责人桑托斯·阿尔韦托·盖坦告诉记者,工人们用推车搬运的麻袋每袋重60公斤。由于咖啡常种植在海拔较高且道路崎岖的山地,很难通过机械设备大规模采摘、搬运,每逢收获季,需要投入大量人力。

咖啡是洪都拉斯主要出口农产品。洪都拉斯国家统计局今年2月发布的报告显示,咖啡产业在该国农业生产总值中约占30%。

洪都拉斯咖啡协会官网数据显示,洪都拉斯18个省中有15个省种植咖啡,超过12万家庭从事咖啡生产,其中92%是小生产者。

由此可见,洪都拉斯咖啡产业

翻翻

多以分散式的小农经营为主,咖啡产业的发展状况关乎许多当地百姓的生计。

近年来,来自拉美国家的咖啡日益受到中国消费者青睐。去年中洪两国建交后不久,咖啡豆成为首批获准进入中国市场的洪都拉斯咖啡产品。

洪都拉斯咖啡已在中国多家电商平台销售。网购过洪都拉斯咖啡的中国消费者这样评价:“豆子很香,粒粒饱满,萃取出的咖啡油脂丰富,购买很多次了。”“看到上新就下单了,入口有莓果香气,风味很棒。”

洪都拉斯咖啡凭借特有的品质与风味逐渐赢得中国消费者的心。与此同时,盖坦的企业正在加速研发新品,希望为中国消费者带去更多选择。

埃尔帕拉伊索省议员约翰·米尔顿·加西亚说:“我们期待与中国签署自贸协定,让更多洪都拉斯咖啡进入中国14亿多人口的超大市场。”

返程路上,柏油路两旁的洋红风铃木花团锦簇。中洪建交为双方打开了合作共赢的机遇之窗,也给洪都拉斯人民带来了实惠。

正如盖坦在临别时表达的期盼:“希望与中国合作伙伴签订‘大单’,让洪都拉斯从事咖啡种植、加工的老百姓过上更好的生活。”

(据新华社电)