

## 韩国人

湖南张家界以奇峰、怪石、幽谷、秀水、同“绝”闻名于世，被誉为“扩大的盆景、缩小的仙境”“中国山水画的‘原本’”。不过，随着张家界又添了“一绝”，那就是韩国人多。

要说张家界在全球“出圈”，那可是有日子了。早年间，中国现代画家吴冠中就通过画作让世人知晓了张家界这个“世外桃源”。随着1992年被联合国教科文组织列入《世界自然遗产名录》，以及成为2009年电影《阿凡达》取景地，张家界知名度持续扩大，成了全球游客的“新宠”。

最近，韩国人气综艺节目《无限挑战》《我们结婚了》也“种草”了张家界，并把这里的美景介绍给本国观众。越来越多的韩国人来到张家界“打卡”，被这里的山水洞谷所征服，回国后成了张家界的“义务宣传员”，把它推介给自己的亲戚、朋友、同事。于是，便有了“张家界挤满韩国人”这一幕。

前两天听一位刚刚从张家界回来的韩国朋友说：“到了张家界，以为还在韩国呢。”这倒不是说张家界的景色与韩国有什么相似之处，而是在这里到处可以听到周围的人讲韩语；无论是在景点、餐厅，还是在路边摊的牌子上，都标着韩语，甚至奶茶店也有韩语菜单，连不少餐厅的服务员都可以用简单的韩语交流。此外，韩国还开通了直飞张家界的航班，飞行时间只有3个多小时。

在去年9月韩国首尔举行的“张家界文化旅游推介会”上，张家界市相关负责人表示，去年全年接待韩国游客达60万人次。按此计算，每4位到访中国的韩国人中就有1人去过张家界。据不完全统计，今年1月1日到3月15日，访问张家界的外国游客多达17.86万名，其中韩国游客7.31万名，占比超过四成。

另一个有趣的现象是，张家界韩国游客的年龄段和其他地方不太一样。在韩国文旅界，被20岁至30岁年龄段“霸榜”是一种常见现象。但去张家界的韩国游客中明显是中年及以上群体占压倒性优势，这在韩国非常罕见，甚至成了一种独特的文化现象。

一种颇具说服力的说法是，随着去张家界旅游的风潮在韩国兴起，“人生不到张家界，百岁岂能称老翁”的打油诗也在韩国流行起来。不少旅游公司还打出了“如果是孝子，就陪着父母去张家界吧”的宣传语，把异国他乡的张家界一举打造成了韩国“孝道旅游”的代表。

有专家分析，韩国人青睐张家界的主要原因是韩国家庭文化和节日文化的变化。过去，每逢年节，在大城市工作的子女都会返乡看望父母；如今，越来越多的父母开始选择“反向探亲”，来到大城市与子女团聚，或是几代人相携到海外旅游，边休闲边享受团聚的欢乐。而张家界正是这样一个绝佳选择。这里的自然风光极其优美，交通方便且远近适中，衣食住行又对韩国人非常友好，确实很适合带着父母一同前来。

此外，社交媒体的兴起也功不可没。尤其是随着短视频的流行，许多韩国年轻旅游“up主”越来越关注中国，这也进一步带动了韩国人到中国旅游的热情。

据韩国观光公社统计，今年第一季度韩国人赴海外旅游的人数达742万人次，同比增长49%；其中去往中国的游客人数增长最快，仅乘坐飞机前往的人数就达到287万人次，同比暴涨了641%。行业专家还特别指出，中国简化旅游签证手续和费用也对中国游的兴起起了重要推动作用。

本版编辑 韩叙美 编 王子莹 来稿邮箱 gjb@jrb.cn

## 盯着“铲子”挣“金子”

原洋

如果用一个词形容最近的人工智能市场，大概是“冰火两重天”。

一边是全球大模型掀起降价狂潮，动辄一折两折，有的甚至选择免费开放；另一边是大模型训练所需的算力芯片GPU售价猛增，供不应求，超微半导体等芯片供应商赚得盆满钵满。

反观大模型厂商，哪怕爆发如OpenAI公司，至今也没能走出亏损困境。应用场景不够丰富，各项成本居高不下，光是采购GPU就花了至少7.2亿美元。谷歌、Meta等也是如此。没有足够的算力供给，就训练不出更智能的大模型。AI时代的“泼天富贵”，已经被算力芯片供应商攥在手里。

AI终将改变世界，不过先领风骚的，不是那些站在风口中央的企业，而是默默布局在风口周围的企业。

这多少有些令人意外。风口到来时，站上风口难道不能稳赢吗？的确未必。类似的故事100多年前就发生在淘金热时期的美国。

1848年1月，正当加利福尼亚即将从墨西哥割让给美国之际，当地一位名叫詹姆斯·马歇尔的木匠无意间发现了黄金，消息迅速四散开来，引得数十万淘金者蜂拥而至。随后数年间，足有价值20亿美元的黄金被开采出来，令美国一跃成为当时最大的产金国。

假如有一个机会，让你穿越到当时的美国加州，你会如何把握致富机遇？

也许，你会和大部分远道而来的淘金者一样，选择老老实实淘金。但很遗憾，一夜暴富的概率微乎其微。艰苦的条件令不少人在淘金中丧命，除了那些背靠大资本集团的淘金公司，大多数人由于竞争激烈，并没有赚到太多钱。

一些更有眼光的人敏锐地发现了另一种“金矿”：淘金者。能不能淘到金子，或许是概率问题，但是淘金者没有铲子，就注定一无所得。

在淘金的狂热气氛下，很多商品价格变得奇高无比。面对刚需，他们开设客栈、商铺，为淘金者提供铲子、食物、衣物等必需品。著名牛仔裤品牌李维斯就是由此发迹的，斯坦福大学创始人利兰·斯坦福的第一桶金也来源于此。

金融家米尔斯在整个淘金热期间，从未淘过1克黄金，却在30岁前就成为当地最富有的人之一。他所做的，仅仅是用卖铲子赚的钱开设了银行，供淘金者存储金子。

很多年之后，米尔斯参与成立的加利福尼亚银行一度成为当地最大的银行，而最早发现黄金的木匠马歇尔，最终在简陋的房屋中去世。

“淘金子”或是“卖铲子”，两种生意没有高下之分。只不过，在更多时候，赚淘金者的钱，比淘金本身多出了一份确定性。

历史的回响犹在耳畔。今天的商业世界，依旧不断重复着这条商业规律。

前些年，虚拟货币火遍全球。买卖比特币、依靠矿机挖币的不知道有没有淘到金子，但“比特大陆”这样卖矿机的公司妥妥赚到了。

当造车新势力还在艰难比拼、努力盈利时，销售动力电池的宁德时代

已经稳占市场半壁江山，仅一个季度的净利润就达百亿元。

增长速度快到让资本市场直呼看不懂的拼多多，同样是“卖铲子”中的翘楚。2024年一季度，这家电商从交易服务获得的营收同比增长327%，可谓赚足了“淘金者”的佣金。

类似的例子比比皆是。

听起来，明明“卖铲子”是个利润率不高的生意，为什么现实情况却恰恰比“淘金子”更容易赚钱？

原因与竞争的激烈程度直接相关。

风口中淘金，往往是千军万马过独木桥。太多人同时涌入一个赛道，竞争会变得异常激烈甚至惨烈。产品是相似的，技术是相近的，短时间内较难建立起相对他人的比较优势，想要突出重围，多半得靠不断降价。

而“卖铲子”面对的则是完全不同的市场。大多数人同时涌入一个赛道，竞争会变得异常激烈甚至惨烈。产品是相似的，技术是相近的，短时间内较难建立起相对他人的比较优势，想要突出重围，多半得靠不断降价。

更重要的是，“卖铲子”面对的市场更加稳定。市场总在变，金子也不一定能够淘到，但淘金者对好铲子的需求始终不变。

时装行业也是同样道理。消费者的喜好、服饰流行趋势年年不同，服装企业必须像上满发条的时钟，一刻不停地更新设计。而那些面料提供商、拉链和纽扣生产商，在建立起足够的规模、信誉和品牌优势后，一直稳如泰山。对他们而言，重要的不是拥抱潮流变化，而是稳定地供给高品质产品。

“卖铲子”的故事告诉我们，当市场机遇降临时，迎接的方式并不唯一。有时候，与其一味盯着“金子”，倒不如安安心心做好“铲子”。



悦读

程斌

## 35岁何必焦虑

不知道从什么时候开始，35岁仿佛一夜之间成了职场人的“软肋”。面对这个骤然提前的人生下半场，全世界“被中年”的人们似乎都很迷惑。

不过，在哈佛大学肯尼迪学院及哈佛商学院公共领导力实践领域教授亚瑟·C·布鲁克斯看来，大可不必如此焦虑。在其著作《中年觉醒：重塑生命与生活的力量》中，布鲁克斯指出，随着年龄的增长，绝对意义上的智力下降是必然的，但这并不意味着个人能力会随之下降。实际上，很多日积月累的练习都会带来正向反馈，比如随着年龄增长，你会发现自己的表达能力越来越好，越来越擅长处理复杂信息，对一些以前只从书本上浅显了解的概念有了更深的认识等。

布鲁克斯援引心理学家雷蒙德·卡特尔的观点，解释了这种现象。根据卡特尔的研究，人的智力分

为两种，分别为流体智力和晶体智力。所谓流体智力是指服务于推理、思考以及学习的认知能力，也就是我们通常所说的“先天智力”，其巅峰期为“成年人早期阶段”，从中年开始就会迅速衰退。这也是为什么很多中年人会觉得自已学东西越来越慢了，在处理新问题、适应新环境时也不如年轻人那么灵活的原因所在。

但其实，在流体智力衰退的同时，晶体智力却在加速增长。所谓晶体智力是指以习得的经验为基础的认知能力，它更依赖于日积月累的学习，因而年轻人在晶体智力上是没有优势可言的，反倒是40岁以上的中年人在此方面的表现一骑绝尘。

基于此，布鲁克斯认为，对于那些刚刚步入中年的人来说，不焦虑的关键在于学会转换思维定式，从“不会什么学什么”转变为先将一个大问题拆解为一组小问题，而后利用常识

将可以解决的小问题过滤掉，最终把所有精力放在个别小问题上。这也是晶体智力赋予中年人最大的礼物。

不过，要帮助晶体智力更好成长却不是一件容易的事。正如其定义中所指出的，晶体智力需要“日积月累地学习”，尤其是要努力“识别你的棉花糖”。

这个建议来源于斯坦福大学在1966年到1970年做的一个实验。在实验中，一群幼儿园小朋友面临两个选择，其一是立刻得到某样奖励，有时是棉花糖，有时也可以是曲奇饼、巧克力等；其二是等待一段时间，通常是15分钟，待实验者返回房间时得到双倍奖励。

实验发现，能为双倍奖励忍耐更长时间的小朋友通常在未来的生活中表现得更好；而在实验一开始就把棉花糖塞到嘴里孩子，通常后续发展也不太顺利。

由此，实验得出结论，是否拥有

足够的自制力，克制即时满足的欲望，实现延迟满足，将在很大程度上影响人们未来的发展。

这也是布鲁克斯想要提醒读者的内容。在35岁这个特定时刻，尤其需要我们清晰地识别自己的长远目标，并在迈向目标的过程中戒骄戒躁，尤其是要在各种诱惑面前保持清醒。就像人并不会从青年一步跨入中年，成长与转型同样也是一个渐进的过程，它涉及人生的方方面面，包括很多看似不起眼的小小改变，除了极少数幸运者，大部分人很难像“鲤鱼跳龙门”一样，仅仅通过一次巨大的成功就达成愿望。

换句话说，35岁焦虑大可不必。与其凄凄惶惶、自怨自艾，不如静下心来，一步一个脚印，继续前行。

