

## 美国也曾是“基建狂魔”

其中的关键,并不是施工速度和能力问题,而是融资方式的巨大差异。美国采用的是联邦与州按9:1出资。联邦政府的资金主要来源于“公路信托基金”,该基金的资金又主要是燃油税(占87.6%)、车购税、轮胎税等。

美国的融资方式,高度取决于汽车市场保有量。

1908年问世的美国福特T型轿车,是世界上最先采用现代流水线生产方式生产的汽车。当时世界上生产一辆汽车的时间一般需要700多个小时,而福特T型轿车只需要12.5个小时,随着流水线的不断改进,最终达到惊人的10秒一辆车的生产速度。由于其生产效率如此之领先,1908~1927年间卖出了1500万辆。直到半个世纪后的20世纪70年代,才有其

他车型达到如此之高的单款车型绝对销量,但要知道,到20世纪70年代,全球道路和汽车市场总容量已经远远超过了1927年的时期。因此,T型车的生产效率相对优势几乎是空前绝后的。在1921年,T型车这一款车型的产量居然占到了当年全球汽车总产量的56.6%,而此时的售价也从最初的825美元降到了260美元。在T型车出现之前,一辆同款车型的价格却为4700美元。T型车是完全走自己的路,曾让他人无路可走。

第二次世界大战的太平洋战争时期,在关键性的中途岛战役前,美国航母力量严重不足,虽然精确掌握了日本进攻计划的情报也难取胜。为了让之前在珊瑚海海战中遭受重伤的“约克城”号航母参

战,美国维修人员仅用了72小时,就基本完成了正常情况下需要三个月的维修工作,为中途岛海战美国的胜利,奠定了关键性的力量基础。

正因为拥有强大的工业基础和生产效率,1942年至1945年这三年,美国建造了147艘航母,平均7天1艘;每天生产130架飞机,100辆坦克,平均3天生产1艘军舰。靠着如此强大的生产能力支撑,整个盟军拥有了获胜的雄厚物质基础,也使二战后各种美国货充斥全球市场。

当年“基建狂魔”和“世界工厂”的美国建设者、生产者,哪里能想象得到仅仅几十年之后的美国,居然会变成今天这般的龟速,修个几公里的地铁,也要花上20年的时间。这不能不让人感慨万千。

## 怎样赢得好地段

今天这个世界,已经没有什么地方是空白的了。我们面对的不再是荒原,不是只要船坚炮利,就可以平推过去。我们现在的世界,每一片地方都有人,都有他已有的生活方式、原本的观念行为。要推行一件新事物,就要有绣花一样的耐心和功夫。针对具体的人,用具体的解决方案,一点一点地把新事物嵌入到别人原本的生活场景里去。

那么,怎么嵌入呢?这个故事,发生在上海。

如果想在愚园路这种黄金地段开一个面包店,竞争对手是其他的大牌蛋糕店和网红咖啡店,那么在写竞标方案的时候,怎么写自己的竞争优势,能让自己胜算大一点?

愚园路上有一家刚创业的面包店,它就在一堆的大牌竞争者当中,靠着一个特别的附加条件,拿下了一个黄金地段。

这个附加条件是,该店每天会多做一点面包,送到愚园路那家养老院去。

但是,这仅仅是一

个好人好事吗?不是的,这是一个洞察。

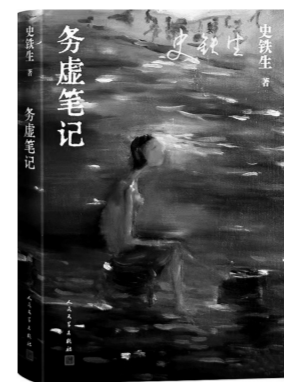
如果招商方只在乎租金收入,这招就没有用。但愚园路是一个历史名人街区,傅雷、蔡元培、钱学森都在这条路上住过。愚园路改造的目的,是复兴一个社区,一个既有历史又有温情的社区。所以每天送到养老院的一点面包,对于社区氛围产生的贡献,当然就比一点点租金收入重要得多。

这家面包店不是证明了自己有多好,而是让人看到了他们融入社区的努力。果然,就因为每天给老人送面包这一个社区服务,他们不仅赢得了这次竞标,而且很快跟当地居民建立了连接。

要知道,上海的老人洋气着呢。他们是要喝下午茶,喝咖啡,吃蛋糕的,他们领了面包店的情,当然也愿意来照顾小店的生意。

这么一来一去,就有了一个交情增长的正循环。一个社区的温暖感受,也就在这个过程中慢慢长出来了。

(摘自《领导文萃》罗振宇/文)



今年4月23日是第29个世界读书日,《2024抖音读书生态数据报告》显示,过去一年,越来越多年轻人在抖音上品读史铁生,“史铁生”相关话题播放量破30亿次,《我与地坛》在多个非虚构图书榜位列前三,《病隙笔记》《务虚笔记》频频“出圈”。

移动互联网时代,智能手

## 令人绝倒的谐趣联

戴大宾是明代福建莆田才子,幼时就聪明过人。一次,私塾先生出句考众生,他的出句仅有两个字:“月圆”;戴大宾当场对曰:“风扁”。先生问道:“风怎么是扁的?”戴答:“风如不扁,怎么能从门缝钻进来?”先生点头称妙!

相传,古时松江的徐阶和苏州的王鏊交友,一次,徐到王家作客,见苏州人用火筒吹火,便出上联戏之:“吴下门风,户户尽吹单孔笛”;后来,王到徐处赴宴,见松江一带人家多弹棉花,遂对出下联:“云间胜景,家家皆弹独弦琴”。联语生动形象,幽默有趣。

苏东坡与王安石一次同游,偶见一房子根基已动,一面墙向东倾斜。王安石即出上联以戏东坡:“此墙东坡斜矣”;苏东坡仰天大笑,对曰:“是置安石过也!”嵌名为妙,语带双关尤妙。更兼幽默诙谐,此联着实妙不可言!

古时,一个翰林戏弄一个典史,出了上联:“三天不吃饭,腹中无点屎”;典史也不是省油的灯,当即回敬下联:“六月穿棉袄,胯下有汗淋”。上联“点屎”是“典史”的谐音;下联“汗淋”是“翰林”的谐音。上下联都是用谐音造成语意双关,既谐且虐,令人解颐。

(摘自《思维与智慧》曾昭安/文)

## 读书类短视频带火经典

机在手,随处都可阅读,但“没有书香的阅读”似乎总少了些什么,甚至有人将读屏与碎片化浅阅读画上等号。如今史铁生在新媒介平台的走红,刷新了不少人的认知。

初读不识书中意,再读已是书中人。品味经典作品,常常需要人生阅历去理解,而读书类视频和直播,组织者大多会结合自身感悟来解读原著,帮助读者更好领悟文字背后的情感与思想。

“如果能晚两年学史铁生的文章,我一定不会到现在才发现他的价值”“《我与地坛》治好了我的精神内耗”“每一句都刚好说到你心坎里”……通过动画、实地探访、深入解读等方式,短视频与直播为用户带来了多元阅读体验,

## 《金瓶梅》《儒林外史》为何没入选“四大名著”

其实直到20世纪80年代,《三国演义》《水浒传》《西游记》《红楼梦》是“古典文学四大名著”的说法,才真正流行开。不过,“四大名著”这个说法产生、流行得虽然晚,我倒是觉得,现在这个组合,也算实至名归。

第一,四大名著这个说法,只和长篇小说有关,和其他文学体裁无关。所以就不要问《聊斋》为什么不列入四大名著。第二,名列四大的作品,必须要影响大、读者多,而且读者认可度高。

年轻人内心,激发他们对对生命、命运和个人价值等方面的深度思考,其中流露出的坚韧、豁达和顽强,通过短视频平台在年轻人中引起了共鸣。而这种情感的连接正是推动阅读的重要动力。

“史铁生”现象并非个例。据统计,2023年某视频平台读书类内容数量增长922%,读书类作者增长779%,《百年孤独》《活着》《额尔古纳河右岸》等经典好书再度爆红,《赶时间的人》《鹧鸪商》等小众新书频受关注,已有12位茅盾文学奖获奖作家、超300家出版社入驻该平台。

通过动画、实地探访、深入解读等方式,短视频与直播为用户带来了多元阅读体验,

帮人们了解好书及背后的故事。这样的阅读方式赋予老内容新时代价值,加上网友二创、书评等持续引发热度,形成情绪共振和共读氛围,这似乎成了大众走近经典书籍的一把钥匙,激发了全民阅读热情。

“倘若你觉得人生幸运,那么,你应该读读史铁生。倘若你觉得人生充满不幸,那么,你一定要读读史铁生。”时代在变,文字的载体也在变,年轻人通过短视频平台开始读史铁生,启迪我们建设书香社会、推进全民阅读,需善用“读屏”之力,让方寸屏幕成为开启阅读、亲近经典之窗。

(摘自《工人日报》4.25 胡欣红/文)

就像现在有些文艺比赛,有专家评分,有观众评分,最后看综合得分。现在这个“四大名著”的说法,也是一个综合考量的结果:《儒林外史》等等是被群众打分淘汰掉的;《封神演义》等等是被专家打分淘汰掉的,最终胜出的就是这四部了。哪几部作品代表中国传统长篇小说的最高水平,每个人心里都可以有自己的答案,但现在这个组合,确实差不多是最大公约数。

(摘自《南方周末》刘勃/文)

## 闲谷黄:日本的“孔子学院”



日本濑户内海,气候温暖,风光明媚。海滨冈山县备前市,有一座名闻列岛的尊孔名校“闲谷黄”。

江户时代大力提倡“孔孟之道”,成为江户时代日本人的精神支柱。冈山藩藩主池田光政极尊儒学,力主仁义治藩,大力推行“儒学主义教育方针”。池田光政是亲贤远佞的明君,他矢志于文化革新,重视庶民教育,与保科正之(会津松平藩祖)、德川光圀(水户藩第二代藩主)并誉为“江户时代天下三贤侯”。

早在宽文六年(1666年)十月二十八日,池田光政抵

和气和郡木谷村延原,见满山霜叶似彩霞,认定此处“霜叶

染目,水清山静,是读儒家书讲儒学的佳地”,遂选此地建乡学,为冈山藩培养人才。此地是闲静山谷,学校故名“闲谷黄”。

闲谷黄最初是简朴草葺讲堂,建筑格局核心是圣庙(孔庙),宽文十年(1670年)开始授课。元禄十四年(1701年)五月,由京都请来高1.36米镀金孔子铜像,置于圣庙正前方正殿大成殿八角圣龛内,平素圣龛紧闭,唯有举办“释菜”(孔子节)时打开,人们方可仰拜孔子尊颜。

江户时代“士农工商”四民身份制度十分严格。闲谷黄却践履孔子“有教无类”理念,打破身份限制,庶民与贵族,以及其他藩的学子,皆可入此校读写与共,四民不分尊卑,开日本民主教育普及风习

之先河。

闲谷黄学制五年,教材有“四书”“五经”等。因教学严谨,培养出许多汉学家、哲学家、外交家与文学家。譬如哲学家西周(贵族院议员,学士会院院长)、大岛圭介(日本著名外交官,工部大学校长、元老院议员、学习院院长)、文豪正宗白鸟(日本文化勋章获得者)与著名诗人三木露风等。

大正十一年(1922年),闲谷黄圣庙与石墙等,被指定为国家重要史迹。昭和二十八年(1953年)三月,大讲堂被指定为国宝。平成二十七年(2015年),“近世日本教育遗产群”闲谷黄,被指定为“日本遗产”。闲谷黄堪称历史悠久名副其实的“孔子学院”,自建校始,在大讲堂讲授的精品课是《论语》,这一优秀传统文化传承至21世纪。

(摘自《文史天地》刘立善/文)

在印度撞见几次大家忽然翩翩起舞的场面,我一下联想到了宝莱坞电影——无数国人都戏谑其为“一言不合就开跳”。无论什么题材的电影,不管是喜剧、悬疑、凶杀、枪战……唱歌跳舞都是标配。哪怕和剧情毫不搭调,导演也会硬插进来一段歌舞,让人猝不及防。

印度电影为什么这么爱跳舞呢?除了印度民众在日常生活中就爱跳舞外,还有更多原因。

首先,印度作为人口大国,文盲率同样可观。有统计说,印度女性文盲率超过30%,男性为20%。如此庞大的文盲人口,观影的门槛就成了问题,但凡情节稍微复杂些,很多人就会在理解上遇到挑战。

印度还是一个多民族、多语言的国家,并不是所有人都能听懂电影中的对白。所以一部电影要想在印度赚钱,就必须把文化水平不高且说不同语言的观众同时吸引进电影院。

歌舞完美解决了这一问题,因为它可以打通文化和语言的隔阂,就好比很多人不懂英语和美国文化,但还是很喜欢迈克尔·杰克逊。就这样,印度各族观众在电影热闹欢快的歌舞氛围中,完成了一次集体的视听享受。开心就行,至于电影讲的是什么,根本不会有人在乎。

除了电影制作方的市场策略考量,印度老百姓也认为歌舞片的性价比更高。印度人收入普遍一

## 印度电影为何一言不合就跳舞



般,他们一个月的工资换算成人民币只有五六百元,而一张电影票的价格,特别是档次低一些的电影院,只有人民币七八元。可以说,看电影是最便宜的娱乐活动之一。

其次,观众为了赚回票价,通常会用两个标准来评判一部电影的好坏:电影的时间是否够长,歌舞多不多。

我发现印度电影时长很少有一个多小时的,基本上都是两个小时起步,三个多小时也

很正常。对于电影制作公司来说,长影片意味着更多成本,为了节流,最讨巧也最偷工减料的办法就是增加更多的歌舞情节。歌舞节省了制作方成本,还让观众感到满意,可谓皆大欢喜。

作为曾经的英属殖民地,印度早期的电影深受西方歌舞片影响。善于学习的印度人,拍摄的第一部有声电影就是一部歌舞片,而且一经推出就大获成功。随后的影片中,凡是有歌舞的,票房只高不低。渐渐地,这种歌舞形式也就成为了印度影片的基本模式。

如今,印度歌舞已经成为了印度电影的代名词,甚至成为了印度文化的符号。

(摘自《北方人》马剑/文)