

别问是劫是缘



「精英」是个褒义词

桃源梦断

不易察觉的「文化紧张」

「蓝血」冲动

如何「快活」？

时尚是一条河

价值奢侈品

世事一场大梦

司马迁之惑

给春天一个逗号

「疯」潮良药

岁月之根

听雨观潮

试上超然台上看

「我要一小块园地叶落归根」

「生命处境」与「历史处境」

管仲神话

别问是劫是缘

向 熹 著

图书在版编目(CIP)数据

别问是劫是缘/向熹著. —上海:上海书店出版社,2011.7

(《名牌》文丛)

ISBN 978-7-5458-0433-1

I. ①别… II. ①向… III. ①人生哲学—通俗读物
IV. ①B821-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 098608 号

别问是劫是缘

作 者 向 熹

责任编辑 王 璇

封面设计 一步设计

技术编辑 丁 多

出 版 上海世纪出版股份有限公司上海书店出版社

发 行 上海世纪出版股份有限公司发行中心

地 址 200001 上海市福建中路 193 号

www.ewen.cc www.shsd.com.cn

经 销 全国各地书店

印 刷 上海印刷十厂有限公司

开 本 710×1000 1/16

印 张 9.75

版 次 2011 年 7 月第一版

印 次 2011 年 7 月第一次印刷

书 号 ISBN 978-7-5458-0433-1/B·34

定 价 20.00

总 序

毛 哲

《名牌》杂志是一本专门报道名牌产品的杂志吗？八年前没能克服的那个小小的技术难题，让我和我的同事们至今还要在个别时候回答一些新朋友们提出的类似问题。

好在时至今日，这样的问题我们遇到的越来越少，在与我们的读者携手走过近八年的时光之后，我们已经让越来越多的读者了解我们、熟悉我们。现在，提起《mangazine·名牌》，大家都知道这是南方报业传媒集团依托《南方周末》报系创办的一本男性精英杂志，一本中国男性高端生活杂志的先行者。

说《名牌》杂志是中国男性高端杂志的先行者毫不为过。八年前，在一个中国女性高端时尚生活杂志已经花开遍地、灿若云霞的时节，以男性为目标读者的高端生活杂志却只有为数不多的一两本在勉强支持，经过报摊，你会发现在众多花枝招展的女性杂志中间，那一两本风格硬朗的男刊多少显得有些落寞和寂寥。

在这样的一个时刻，《名牌》杂志创刊了。

与那些身在中国时尚消费之都上海、北京的同行们不同，《名牌》杂志在创办之初就确定了自己立足本土、坚持原创的办刊方向，加上置身于深具影响力的南方报业传媒集团之内，《名牌》注定带有南方血脉中那种强调立场、彰显担当的基因。可以说，《名牌》的叙述框架是独特的，从它创刊伊始，就以成为精英男性的“梦想载体”为己任。八年间，我们潜心关注于中国社会精英的蓬勃生长，关注他们辉煌的事功，关注他们深邃的思想，并适时为他们提供一个互相认知的平台，为他们提供一些与其事业相称的有关生活的建

议。正是这样一种独特的办刊理念,使我们获得了诸多中国精英读者的关注和喜爱,让我们在这个喧嚣的世界中找到彼此并一路并肩而行。

八年时间,中国的男刊阵营中,不断有耀眼登场的,也有悄然离席的,但我们欣喜地看到,这个市场越来越繁荣,我们的同行者越来越多,而《名牌》杂志也在这种竞争越来越激烈、但市场却越来越大的环境中茁壮成长。

人生有很多节点,会让人驻足回望,那蓦然间的一回首,就像是一个农夫在起身擦汗的那个片刻回望自己身后已经播下的绿色田畦,可以给自己一些在金秋时节获得丰收的想象;就像一个长途跋涉的旅人,在拂去满面风尘的瞬间回望自己一路行来的漫漫长路,以便给自己接下来的旅程找到一些力量。

不知不觉,《名牌》杂志创办已近八年的时间。在这样的一个时刻,也许该是让我们自己稍稍驻足回望、给自己一些鼓励的时候了。

于是,我们将这八年来《名牌》杂志刊发过的文章进行了一些盘点,按不同类别编纂成书,也就是现在呈现在各位面前的这个样子。我们不担心这些已经生成数年的文章已经过时,是因为我们充满自信:这八年来,我们一直在用心编辑制作这本杂志,我们固执地认为能够在《名牌》杂志上刊出的文章都是好文章,而好文章是有生命的,一定经得起时间的审视,就像一坛好酒,时间只会赋予其更丰厚的韵味,使其显得更加珍贵。

《名牌》杂志创始人、我的好朋友向熹先生当年曾给《名牌》杂志写下一篇足以传世的创刊词,很喜欢他写下的这句话:“爱其爱,梦其梦,担当其所担当!”我想,在当下的社会,敢爱、敢梦、敢担当是何等的洒脱,何等的令人向往,为人处世、撰文办刊都当以此为最高境界。所以,在这里请允许我拿这句话放在这篇序言的结尾,并以此与读者诸君共勉:

爱其爱,梦其梦,担当其所担当!

自序

与有情人 做快乐事

这本书里收录的是 2003 年至 2007 年间，我主编《mangazine·名牌》时写的“编者语”和一些文章。

这些文章承担了阐述杂志理念的任务，也记录了三十岁上下经历人生坎坷时的思想。

将之结集的想法由来已久，但事务缠身一直没时间整理，直到 2010 年 6 月，才因种种机缘得以心静一周，匆匆完成。

整理旧文前后两月间，广东大雨不断，在沁凉与闷热的反复交战中，我感悟最多的是情谊：一本让一群年轻人投入心力与青春的杂志，其历程也是努力的记录；而最值得珍惜的当然是这共同奋斗的缘分。

于是，书名我用了据说是六世达赖仓央嘉措的诗句“佛曰：……与有情人，做快乐事，别问是劫是缘”。

此书献给这段岁月的同行者！

目录

总序 / 01

自序 与有情人 做快乐事 / 03

第一辑 “精英”是个褒义词

定义精英

爱其爱,梦其梦,担当其所担当 / 03

精 英 / 04

“精英”是个崇高的称谓 / 06

精英标准

非权谋 / 09

精英标准 / 11

精英意义与杞人忧天 / 13

为了明天的聚会 / 15

精英使命

桃源梦断 / 17

精英的使命 / 19

无楫可适 / 21

面对大问题 / 23

精英复兴

精英复兴 / 26

精神强者 / 29

“精英”之于“大众”:没有独立就谈不上结合 / 30

不易察觉的“文化紧张” / 32

精英命运

草木一秋 / 36

抉择 / 38

赴海 / 39

“蓝血”冲动 / 41

精英人生

知与行 / 44

谁谓河广 一苇杭之 / 46

人生策略 / 47

智勇 / 49

精英幸福

如何“快活”? / 51

精英时尚

时尚是一条河 / 55

愿巅峰之光将你我照亮 / 61

价值奢侈品 / 63

第二辑 世事一场大梦

政事

看懂政治这出“戏” / 67

未来 / 69

史事

司马迁之惑 / 71

文化密码 / 73

卧龙 / 76

时间事

“时间”释义 / 78

给春天一个逗号 / 80

“疯”潮良药 / 82

另一种公平 / 84

心事

“心灯” / 86

惶惑 / 89

两戒 / 91

始终 / 93

强弱 / 94

人事

岁月之根 / 97

台湾先生们 / 99

未来领袖 / 101

听雨观澜 / 103

第三辑 试上超然台上看

荐书五则

管仲神话 / 109

“生命处境”与“历史处境” / 112

启蒙者的光彩 / 114

迷恋历史本身 / 117

“慰藉”还是“皈依”? / 119

对话

传统文化的自我革新与现代人的精神依皈 / 122

理解台湾

人文幸得绵延 / 132

“我要一小块园地,叶落归根” / 134

附录

《mangazine·名牌》记事 / 139



第一辑

“精英”是个褒义词

mangazine | 名牌

身处巨大的历史转型期,精英男性早不再相信足踪莲花,彼岸有极乐;也不相信手握“真理”,此岸能建天堂,只希望爱其爱,梦其梦,担当其所担当,在“自我”的实现中找到人生的意义,在一个个“自我”的成就后聚成时代的形象、国家的未来。

从某种意义上讲,正是有了精英男性的身影痕迹,时间才从如水的柔性中显露出骨骼。

爱其爱,梦其梦,担当其所担当

想了两年,干了半年,《mangazine·名牌》面世了^[1]。

为二十八至四十岁、受过高等教育、事业相对成功的男性办一本杂志,这个信息被同行和读者广泛解读。淡然处之之余,我们更加坚信时下的男性需要这本杂志。

我们的读者,除了具有和所有时代的男性一样的好恶之外,还有着如下特征:生于激情澎湃之时,长于革故鼎新之中,经历过价值观选择的痛苦,也正受着创富刺激、变革困惑和声色诱惑。他们是这个社会的中坚,他们的品味与追求将决定这个国家未来的基色。有道是:有什么样的男人,就有怎样的国家!

我们在服务这部分读者时,没有什么秘诀,而是老实地将这部分男性特有的爱、梦与担当呈现纸上,因为我们知道,只有完整的男性之爱、男性之梦、男性的担当才是男性真实生命的本质和全部。

政治、经济的变局,他人的成功经历,冒险、运动的乐趣,女性之美,男性与男性之间的竞争与友情……这些都是时下男性的现实所爱。男性的爱是外露

[1]: 2003年8月1日,由南方报业集团主管主办、南方周末报系出品的《mangazine·名牌》创刊,定位为“精英男性杂志”。

的,像太阳一样,只要早晨睁开眼睛,它就耀眼地挂在天上。男性的爱是本源的,任何希望改造男性之爱的道德教化最后都将破产。男性的爱是动力无限的,男性人生的走势有爱在推动,时代的变迁后面也有男性之爱的影子。

历史的真相、战争的谋略、旧日的回忆这一类是时下男性在时间维度上的梦境,城市的设计、异域的行走、宇宙的衍生这一类是时下男性在空间维度上的梦境。男性总是希望突破身体的局限,于是利用一切机会在时空中寻求梦的翅膀。男性的梦是真实可触、激情在心的。男性之梦的载体是一切知识、思想,男性之梦的表达是每一次独处时的心花怒放和每一次共处时的高谈阔论。

男性之于家庭、男性之于家族、男性之于团队、男性之于国家都存在层次不同的责任,男性对责任的担当是先天的,他们甚至没有考虑过推卸。担当是内敛的,没有非常态的事件它并不让人注目。担当是沉重的,是默默地付出。担当是持续的,以人生的终点为终点。爱、梦之外的担当是时下男性人生分量所在,是家国天下理想的源泉和柱石。

身处巨大的历史转型期,精英男性早不再相信足踩莲花,彼岸有极乐;也不相信手握“真理”,此岸能建天堂,只希望爱其爱,梦其梦,担当其所担当。在“自我”的实现中找到人生的意义,在一个个“自我”的成就后聚成时代的形象,国家的未来。

精 英

风起云散,倏忽一年。《mangazine·名牌》已出五期,它在得到越来越多赞许的同时,开始成为越来越多人的话题。

一个多月来,不断有人跟我探讨“精英”一词。不少人将今天的社会“精英”理解成财富上最成功的人,其数量少之又少,其生活奢侈又奢侈。不论

这种理解有没有误解目前中国富人的生存状况,但显然不符合《mangazine·名牌》的认知。在我们看来,“精英”是相对成功,但又具有社会责任感的人,从某种意义上讲,他们是中国传统思想与现代商业精神共同认可的先进符号。

本月,《mangazine·名牌》评选出 2003 年度的 10 名精英男性。我们依据了自己的标准,这里的“精英”就不同于“成功”,更不同于“有钱”,我们强调其行为所指是社会的信用、秩序、道德和繁荣。如果“精英”一词的内涵退化成了“富有”,那是对商业社会走向的误会;如果认为一本精英男性杂志只为传达富人的生活状态,那是对我们的办刊初衷的误会。中国改革开放二十多年、市场经济十年,到今天社会价值观面临一个台阶:如何从“创造财富、积累财富就是一切”走向“如何在财富的创造和使用中实现人生的意义和个体对社会的意义”?越来越多的民营企业家在思考对社会的责任,越来越多普通人在将人生的目标从单一(赚钱)走向丰富。与此同时,越来越多企业在强调诚信,越来越多政府官员在强调服务……这些不仅在验证经济学先驱们的判断:商业中存在秩序与道德的原发动力,而且在告诉我们,中国已经处在商业精神萌发的重要时刻。

在这样的时代大背景下,《mangazine·名牌》以倡导商业精神作为自己的现实责任之一。同时,《mangazine·名牌》背后也有浓厚的文人济世的色彩。因而我们也会很自然地联想到传统思想与现代商业精神之间的关系,这么大的话题,当然不可能一两句话说清,但有一点感觉还是可谈的:中国传统思想中从来不缺少社会责任感,这会成为在中国建构商业精神的基石;同时,商业精神的重信用、重给予,也为中国传统思想流向未来准备了管道;传统与现代、本土与舶来可以互相依仗、融合,我们有理由对中国社会的走向持乐观的态度。

今年我们的评选是一个开始,这是一个需要年复一年接力下去的活动,我们希望通过我们对精英男士的评选,从一种角度记录一年。一年时光短暂,但于历史又是绕不过去的一页,历史皆是由个体的身影写就,2003 就是因为有了 SARS 前沿耿介的钟南山,有了珠峰之上坚毅的王石,有了神舟五号背后卓越

的袁家军,有了纳斯达克耀眼的丁磊……才显得丰富与厚重。从某种意义上讲,正是有了精英男性的身影痕迹,时间才从如水的柔性中显露出骨骼。

“精英”是个崇高的称谓

——“2005 十大精英颁奖盛典”开幕致辞(摘)

参加过去年深圳观澜水上颁奖礼的朋友可能还有印象,《mangazine·名牌》在水边做出承诺:取态乐观、天下紫怀、携手朋友、共图发展!

时光匆匆,一年过去了,这一年里,我们践行承诺——

一方面,我们持续地传播褒义的“精英”概念。

当下中国,存在着“精英”概念的滥用与误读。如在某个领域有一定成就的都被称作某某精英,“精英”一词由此变得轻贱;再如,由于中国处于实现民主的普世价值的历程中,精英又会被领会成与民主相对立的贬义词。而《mangazine·名牌》致力于以历史理性地态度还原着“精英”的概念,精英永远是走在民族进步行列最前端的人,有爱、有梦有担当;没有“精英”的使命自觉,就没有一个繁荣稳定社会的到来。20 世纪初,中国走过一个精英不能代表人民,人民找不到代表自己的精英的紧张时代,我们不会希望这样的“时代紧张”再次出现在今天,没有精英的转型社会注定没有未来,没有精英的民主社会注定要么平庸要么暴戾。所以,在中国的语汇系统里,“精英”是一个崇高的称谓!

另一方面,我们完成对“时尚”概念的清晰解读,致力于“精英时尚”价值的树立。

在我们眼里,时尚包括三个层面:一个是思潮,二个是制度,三个是器物。我们对之都会关注。另外,潮流都有一个从小众到大众的过程,当潮流

还停留在精英圈子时,它就是“精英时尚”;审美趋势都有一个从母题到子题的过程,能够产生诸多子题的审美母题,就是“精英时尚”;社会阶层追求都有下一阶层追随上一阶层的状况,当所求之物还停留在中上层次时,就是“精英时尚”。如果时尚果真是一条河的话,精英时尚是站在上游向下游看,而潮流时尚则是站在时尚的下游仰视水来的方向。因而我们更加关注位于时尚河流上游的精英时尚。

第三个方面,我们努力探求属于中国本土高端杂志的荣光。

在一年多的时间里,我们取得了国际印刷工艺师协会(IAPHC)银奖、美国印刷大奖杂志类的“优异奖”以及第十八届美国国家金墨奖的金奖,成为华文媒体有史以来唯一囊括世界三项设计、印刷大奖的杂志。在《mangazine·名牌》诞生以来的两年半时间里,我们拒绝了多次海外媒体版权合作的提议,坚持自主发展,立志在最短的时间里代表成长中的中国时尚产业,代表中国的时尚市场在世界范围内发出声音,进而建立中国的标准。明年,我们与意大利媒体集团合作一本《意时尚·I STYLE》也是以欧洲为基地的原创新刊,在中国和欧洲同步发行,这个品牌依然属于我们、属于中国。

我们相信,《mangazine·名牌》以时尚为壳,精英为心,在未来还将保持它迅猛发展的势头,在不长的时间里,就将实现它的目标。

今年《mangazine·名牌》以“人”、“物”、“志”的结构,评出“年度十大精英”,二百二十种“精英之选”的物品和服务,评出“年度大国进步事件”十四件。

年度精英的标准是我们一直坚持的“4+1”体系:“志存高远”、“勋业彰显”、“人格高洁”、“思想夺目”加上“优雅生活”。

“精英之选”的物品与服务,我们则是动用社内外二十多名编辑、用了二百余天、采访两千多人,从两万多种商品中精选而出的。这是我们的一次尝试,我们的野心是想打造中国的《罗伯报告》。

“大国进步事件”是我们坚持自己的标准对一年家国大事进行的一次梳理与排列。

今天的颁奖礼谨为表达《mangazine·名牌》对上述人、物、事件的敬意!

这一年里我们也经历了诸多艰难与辛劳,但是合作伙伴的支持与

《mangazine·名牌》员工的努力之下,我们在内容、市场上都取得了巨大的成功,在此要对在座所有支持《mangazine·名牌》成长的朋友说声谢谢! 我们有信心在大家的支持下,在中国精英复兴之途,中国本土高端杂志发展之路求得最终的成功!