

朱林兴 著

桑梓随筆



上海社会科学院出版社



桑 穆 随 笔

朱林兴 著

上海社会科学院出版社

责任编辑 范舰萍
封面设计 孙永清
书面题字 韩天衡

桑 穆 随 笔

朱林兴 著

上海社会科学院出版社出版发行

(上海淮海中路 622 弄 7 号)

上海社科院印刷厂印刷

开本 787×960 1/32 印张 8 插页 2 字数 123000

1996 年 5 月第 1 版 1996 年 5 月第 1 次印刷

印数 1-1000

ISBN 7-80618-226-8/ I · 148

定价:15.00 元

序

邓伟志

朱林兴教授送来他的一束文稿。

他要我作序，写一篇小小的序。

我愕然了。我说我是一个社会学者，很难为经济学家的著作写序；而本书作者是上海经济管理干部学院城市经济研究所所长，是研究社区基础经济理论的。他说，这是他忙里找闲写的随笔。它所涉及的方方面面，有社会百态、道德伦理、职业众生相以及被异化了的若干科技和文化领域的问题。当今人们所关切的热点，几乎都成为他笔触的主题。这里没有学者抽象思维所创造、抒发的理论，包括经济理论。

这几年来，我曾为好多本书写过序言，那些书的作者和为他们所写的序，大致都是专业对口的。但像朱林兴教授，那是在我所接触前来要求写序的作者行列里，却是罕见的；是否可以说，他是近年来经济学教授写随笔的少数人之一。

我读了他的文稿后，很有兴味。他那明快、细

腻的文笔，娓娓道来，真挚诚切，谈言微中，饶有风采。这是一本别开生面的随笔录，因而我乐意作序。

霞光芳雾映春晖。这几年，随之政局稳定、清和，文坛百花齐放，随笔也有如一片繁花，琳琅满目，神驰万里。中国随笔是有优秀传统的。今天更有所开拓、弘扬。朱林兴先生的随笔，因感而发，由发而写；文篇所叙，大至地球万物，变化万端，小至影星、歌星，吃喝玩乐，其喜笑怒骂，力透纸背，与人历历在目。文为时而作，作者此处选择的题材，很多是当今人们所注意的，关心的，足可以与读者有同步心理感应。集中所叙的虽几乎都是我们日常生活中常接触的，但作者却以经济学者所具有的敏感性和责任心，从多元思维的力度，针对近年，特别是去年以来文化经济领域里出现的种种光怪陆离现象，提出自己新颖、别致的见解，如对于当前仍令行不止的愚昧消费、公款私化、信息市侩化、影视明星介入名品广告，都分别予以剖析并指出其症结；若干篇目，颇见匠心，诸如《莫让‘母鸡打鸣’》、《奖官》，经重组、重包装后，就获得新观点，从而提出引人注切的课题。作者善于捕捉题材，勇于自抒胸臆，直陈感想，很少有忌讳，遣词造句，淡装朴素，抑恶扬善，催人清醒、令人奋发。

集子作者是以学者身份写随笔的，为此，据说也多引起学界和文坛的惊奇。其实，学者和作家，

应该是合而为一，古乃有之，于今亦然。优秀的学者应当是作家型学者。他也须下笔走龙蛇，倚马生万言的。高山仰止，景行行之，有如本世纪二、三十年代中华大地星光灿烂的学者群，包括人文科学、经济科学和自然科学的分支学科产生的学者，他们能够堪称是在自己研究领域的权威，其中一大原因，就是颇具有中华文化的造诣，以至也都具有自然流畅、纵横稗阖的文笔；只有好的文笔才能恰切表达自己的思想、理念。那些别扭、粗率，以致不符合民族风格的词句，以其昏昏，使人昭昭，是很难为自己的成果充作载体的。由此，当今的学者，尤其是中青年学者，应该重视写作。现在，作者以他的随笔作了可喜的尝试，是值得祝贺的。

我和作者很早就相识了，那时是60年代，我们风华正茂，还都是生龙活虎的小伙子；随之岁月如流光，现在我们都逾越了五旬，抚今思昔，只有努力加餐，加餐努力。山外青山楼外楼。清朝鄂尔泰登镇江北固山远眺滔滔长江曾写有一首诗，其中有两句是：到此已穷千里目，谁知才上一层楼。生有涯而知无涯，我愿朱林兴教授在业余时间，继续努力随笔园地上的笔耕，更上层楼，再上层楼。如他今后再能有一本随笔付梓时，若有所嘱，我仍乐意为之作序。

目 录

序.....	邓伟志(1)
--------	--------

我说市场定位.....	(1)
-------------	-----

今人呼唤儒商.....	(4)
-------------	-----

有“水份”的数字.....	(7)
---------------	-----

“接轨”接个啥	(10)
---------------	------

救救老祖宗的遗产	(13)
----------------	------

——“吃饭靠秦始皇”。当我们将穿过
二十世纪隧道的时候,莽莽大地竟还有这
样愚昧的思维方式。

有感于企业老总当“后勤部长”	(16)
----------------------	------

——这是“权钱交易”,还是“消灾避
祸”,那只有天知、地知、你知、我知……

从野生动物保护说到希望工程	(19)
---------------------	------

人和动物的计划生育比较说	(22)
--------------------	------

——珍贵动物,也会“计划生育”,使之
与自然的物质变换处于平衡,可是人类
呢?

“公款养假”何时了	(25)
-----------------	------

不找小钱——这也是贪污行为	(28)
该管管农村公车私用了	(32)
“空嫂”和女性价值	(34)
谈导游文化素质	(37)

可悲的“愚昧消费”	(40)
-----------------	------

——古希腊哲学家伊壁鸠鲁说：“很多人一旦获得财富，不是避开各种罪孽，而是转向更大的各种罪恶。”

“幸运卡”——飞来的“幸运”乎	(44)
致富信息负面想	(47)
由“懒妇”所想到的	(50)
钟馗捉鬼难	(53)
名品广告与明星效应	(56)

——《五灯会元》说：劝君不用镌顽石，
路人行人口似碑。

奖券与爱心	(59)
走红的“十”字	(62)

学者应自重	(65)
-------------	------

——一队夷齐下首阳。文人接受嗟来之食，为歪风邪气充当帮闲，那才是对自己人格的侮辱。

只管攀登莫问高——谈教授评职称	(68)
学会切勿商化	(71)
“官”化学会非学会	(74)

且说文人退休	(77)
--------------	------

——人非神仙，都要受年纪制约，“最

是人间留不住，朱颜辞镜花辞树”。

由教授看病犯愁说起	(81)
-----------------	------

再谈教授看病难	(84)
---------------	------

由“教授属什么级”说起	(87)
-------------------	------

“英年早逝”缘何由	(90)
-----------------	------

鼠年杂谈	(93)
------------	------

社会呼唤“科学技术迷”	(96)
-------------------	------

——有诗为证：英雄巨像千尊少，皇帝

新衣半件多。

人的差异在于业余时间	(99)
------------------	------

何谓速成学问	(102)
--------------	-------

——毛泽东对诗人柯仲平说：人的一

生，能写出一部《红楼梦》那样的作品，就很

不错了。

办杂志不宜虚张声势	(106)
-----------------	-------

净化新闻媒体	(109)
--------------	-------

出版商的浮躁	(112)
--------------	-------

写序言说	(115)
------------	-------

从三元里想到的调查研究	(117)
-------------------	-------

学术论文自我贬值说	(119)
-----------------	-------

为“再认识”正名	(121)
----------------	-------

文风常谈三题	(123)
--------------	-------

文贵创见	(125)
------------	-------

也谈人的素质·····	(127)
新学科贵在新科学·····	(129)
从“再评价”谈学术轨道·····	(131)
模仿与创见·····	(133)
走出圈圈——学科要吸收养料·····	(135)

切莫“三国热”过头·····	(137)
“三气”明星·····	(139)

——相传明朝有个皇帝患病时，写了一首诗：“自身有病自心知，身病还将心自医；心若病时身亦病，心生原是病生时。”

莫给明星帮倒忙·····	(143)
也谈“马屁经”·····	(147)

——它虽不入流，但就其源远流长，也可权宜充作一门不大不小的“学问”。

明星发财奥秘何在·····	(150)
从“江史”罢演找到些什么·····	(154)
“洋妞嫁华仔”值得爆炒吗·····	(157)

——难道说，月亮还是西方的圆，老婆还是西方的美。姑娘嫁给“洋人”，就是“鸡毛飞上天”，中国小伙子娶得“洋妞”，就是招上“驸马”。人不贱人，自贱人！

孙策乎？武大郎乎

——谈一种领导者的常识····· (160)

——我曾经想，《水浒》写的武大郎兴许是开不了早茶餐馆，才落魄长街挑担做

炊饼买卖的。

莫让“母鸡打鸣”…………… (164)

——金世宗完颜雍就说过，对妻室“不得以权”，所以他有“小尧舜”之美称。封建皇帝都能这样，难道我们反而不能做到吗！

不捉老鼠的猫当罚…………… (167)

奖官…………… (169)

寸有所长…………… (172)

要尊重知识分子的人格…………… (175)

——基马尔将军对送上降书的希腊将军说：“战争这种东西，最好的人有时也会打败仗”。

减缓“损耗”速度…………… (179)

不可以言取人…………… (181)

要学会走路…………… (184)

——安全行走的人才能走得远。

不要拆了烂污走…………… (187)

出门的规矩…………… (191)

小气与大量…………… (194)

“太极推术”说…………… (197)

——王尔德说：“无所事事，在这个世界上是最难又是最聪明的。”

功夫下到哪里…………… (200)

再说功夫下哪里…………… (202)

牢骚也是资源…………… (205)

为人民币服务…………… (208)

月亮西化说·····	(211)
称呼还是规范的好·····	(213)
取名论·····	(216)
——据说上海有家小学,同班学生中, 有一个叫康熙,还有一个叫钱(乾)隆。	
“兼职”说·····	(220)
淡化级别意识为好·····	(224)
三百六十行中又一行——谈依托显贵·····	(227)
“名花”、“名草”满天飞·····	(230)
清廉的“吃客”·····	(233)
——文人是“先吃后骂”,官员是“先禁 后吃”,与“改其名而饮之”,并无二致,大有 异曲同工之妙。	
牌匾盛衰见炎凉·····	(235)
后记·····	(239)

我说市场定位

据说,不少大商店,甚至中小商店一改往日经营大众商品的方向,开始经营起高价位的精品、名品了。环视当今市场,不只穿的、用的、吃的,上学用的,连住房都在向高档、别墅化方向发展。至于几分钱、几毛钱的小东西则越来越见得少了。对此老百姓颇多微词。

这就提出一个问题,各商业企业,大商场也好,中小商店也罢,市场定位,即经营重点放在哪里,着眼于高价位的名品、精品,还是中低档价位的大众化商品?笔者是赞成后者的。名品、精品虽好,住它、穿它、用它、吃它,自然是一种快乐的享受,比如几千元一件名牌衬衫穿在身上,确实光彩夺目,岂不说我们这些工薪阶层,就是蓬头垢面的瘪三穿上了它,也是会惹人注目的,不过,其价位也是相当挺括的,月薪几百元的工薪族是绝不敢扎紧喉咙去问津的。再如,几千元、上万元一平方米的高级住房,固然漂亮、宽畅、有气魄,但问津者恐怕只是些“富”字号的大腕。改革开放以来,人们

的经济收入比以往多了，但能买得起几千、几万、几十万元价位的名品、精品的人毕竟还是少数，大多数人还处于温饱状态，只能问津中低档价位的大众化商品。所以，就广大商业企业而言市场之位还是定在为大多数人服务的中低档商品上为宜。

笔者也喝过洋水，在西方国家看到即使一些很高级的大商场，也少了不经营一般大众化商品，更何况我们是社会主义国家！为大多数人，特别是生活处于中下水平的群众提供价廉物美的商品是商业工作的基本出发点，这是社会稳定、市场繁荣的关键所在。商业企业离开了这一原则，就必然给人民生活带来一些不便，同时无异于自缚手脚，自堵销售渠道、自绝财路，此亦是天经地义的常识。中国是农业大国，自古以来流行“薄利多销”、“小生意也能赚大钱”的说法。上海城隍庙就有几家经营针头线脑、瓶盖瓶塞的小商店，生意做得红红火火，就是明证。因此，经营大众化商品与企业正常赢利并不矛盾。

现在，一些商业企业，包括房地产经营企业之所以将市场之位定在经营高价位商品上，一则是为了表明其本身身价之高，以显示其鹤立鸡群之高贵；更主要的还是想赚大钱、发横财，因为，经营精品、名品，一本万利，油水足，肉头厚，还可以做做手脚，瞒天过海，明明是一般商品略加以改头换面，或贴上几个洋文字，摇身一变就身高百倍。短

笛无腔信口吹,此种自我拔高法,是足能使那些肥得流油的大腕们被“斩”了也不觉疼。这类现象美其名所谓与世界接轨不独乏见,反映了一些商业企业在转轨时期,正在滑向不健康的经营轨道。

市场定位定在哪里,这绝不是小问题。江泽民同志在参观中国居住环境建设展览会时说:要把中低收入居民住房问题作为工作重点首先解决好。不只是房地产行业,包括其它服务性行业都应当坚持贯彻这一精神。赚钱固然重要,但是,根本的立脚点还是要为大多数人服务,要妥善处理经济效益、社会效益和环境效益三者之间的辩证关系,市场经济越发展,越要注意这一点。

今人呼唤儒商

面对着当今奸商横行，见利忘义、坑人、害人的乌烟瘴气充斥于市的景况，人们纷纷求助于法制、求助于打假英雄王海、求助于儒商的再现。

儒商者，有文化素养之商人也。商人的传统内涵，本应就意蕴文明道德修养。古中国不乏儒商。

说起儒商，人们自然想到那位二千多年前文人下海经商的子贡。子贡是孔子三千弟子、七十二贤人之一。他一反“君子喻于义、小人喻于利”的儒家正宗思想，在取得了“存鲁、乱齐、破吴、疆晋而霸越”目的之后，利用自己政治声誉和卓越的公关才能，改弦更张，操起了通货之业，竟至“家累千金”，成为孔门弟子中“最为饶益”的人。不过，子贡“家累千金”并不无端地耗金于自己的吃喝玩乐，或滋养子孙做寄生懒虫，而是坚持“贫而无谄、富而无骄”、“博施而济众”的既定方针，其中最典型的是他资助老夫子带领师兄师弟到处跑，搞社会调查和著书立说。用今天的话来说取之于社会、报之于社会。

还有那个西汉卜式，靠牧羊起家发了大财，成了暴发户，可他却上书朝廷，愿以家财之半捐献国防工程，皇帝要给他做官，不肯；又无偿地拿出二十万钱送给家乡洛阳贫民，皇帝下诏表彰，还发给他一笔奖金，他也不要，推辞不了就放在官库里，自己仍是穿着布衣自如地放羊。卜式从小穷苦，没有书读；后来虽也识些字，但仍是半文盲，可他的行为是很高尚的。他身居牧场，心存国家和百姓，也可堪称是儒商了。

今人呼唤的儒商，也许相当多的是指文人经商而仍不失为文人本色者，这当然可以这样理解。然而，这也未免有些狭隘，而今真正称得上文人而下海经商者并不多，其中能自由游弋于商海者更少；再说，取之于社会而报之于社会毕竟是中国商人的最高思想境界，人们希望下海经商的文人都能达到这一境界，但又不能苛求，这是其一；其二，如果将儒商仅仅局限于下海经商的文人，那么无异于自筑栅栏，将非文人出身而有志于达到最高境界的商人拒之于门外了。事实上，当今社会不乏这样的商人，如香港的“世界巨富”李嘉诚先生，著名实业家、金利来创始人曾宪梓先生一掷千万金于祖国教育事业；又如上海大众汽车公司、以至于某些肚中点墨不多的个体商人热心赞助社会公益事业，以经营所得造福桑梓。

由此看来，儒商之涵义还不只限于此。依笔者