

8 潮头 Tide

刘道平诗抄

咏春

二月梳黄漏晓雯，
青衣暖笋破重门。
燕归寻故檐依旧，
人醉将须山又新。

梦春

七星高卧月明窗，
万树轻摇影抹墙。
绿到门前聊画韵，
梦飞天外入诗行。

惜春

去年相别悔留迟，
今岁归来话嫩枝。
无力将春吞下肚，
白头何恨少青丝？

恋春

轻风唤醒千山叶，
好雨催成万里茵。
留下诗情飞去也，
相逢锦绣又吟新。

异春

马县长叫把红楼梦里
凡带“春”的写出来，
故笑答马县长问。
宝黛府中春已群，
竞相娇美是什人。
此春不作观园事，
敢使芬芳欲断魂。

高明地适应必须接触的老板

■ 章成

越是和自己讨厌的人在一起，越是磨练自己的性格，所以我们改变不了我们接触的人群，就要适应他们。

在我的咨询室里，很多人都告诉我有过这样的困扰，身边有讨厌的老板和同事，但因为还要跟这些人相处，所以很想知道，有什么方法可以不那么讨厌对方。

其实不论谁对谁错，“好好相处”都是人际关系中必修的学分。就跟大家分享一下我的方法吧。

首先,我觉得必须先把手件事牢牢记在心上:讨厌是一种消极情绪,每当你讨厌什么的时候,你的智商就在降低。

电商放音乐给你听

■ 陈杜梨

销售小件商品时,节拍较慢的背景音乐可以让人们的购买量增加 40%；与此相反,快餐厅应该播放节奏较快的音乐,因为这种音乐可以让食客们更快地咀嚼,早点吃完,把位子让给别人;背景音乐音量较大时,色彩鲜艳和比较便宜的衣服销量更好;而要想卖掉昂贵的奢侈品,必须播放舒缓的古典乐。对于寻找合适背景音乐的商业场所来说,仅有这些简单的分析还不够。美国和欧洲一些大型连锁店都与专业的背景音乐公司合作,后者可以提供既符合品牌价值和设计美学、又能迎合消费者生活方式的店内音乐清单。

这个产业可以追溯到 1928 年创立的 Muzak 公司,自从该公司为酒店和餐厅提供

想想看,你看到头天和你一起大骂老板的同事,第二天却在逢迎拍马,你一定很生气。可是,难道把对老板的不满摆在脸上,就是聪明的做法?当然不是,那位同事知道自己讨厌的无效,做了其他选择,而你却没有。

我并非主张人要虚伪逢迎,只是提醒你,即使坚信自己是受害者,讨厌也是一种消极情绪,会让你活在拒绝的思维里,拿不出办法来。

我有一位朋友的老板,很爱拍桌骂人,甚至对企划案稍不满意,就会把企划书当着众人掷向下属。所以大家私底下很讨厌他。

可我的朋友却没像别人那样觉得压力很大。刚开始,她也跟其他同事一样,很气愤老板的态度,甚至数度萌生退意。可是有一

特定的背景音乐开始,耳边回荡着的音乐就成了消费体验的一部分,以至于现在,商店背景音乐的英文名称,就叫做“Muzak”。

网上购物已经成了背景音乐产业正在开拓的新领域。美国最大的 C2C 电商平台 eBay,正在委托一些机构进行一项从未有人尝试过的新研究:1900 名志愿者被要求在不同的背景音乐下模拟网上购物。一些研究结果并不让人意外,道路施工的噪音以及婴儿的哭声会让顾客对网站的商品感到失望;但一些结果却很有价值,例如小鸟的叽喳声有利于烧烤工具的销售,但不利于厨房电器和棋牌类游戏的销售。

研究还发现,古典音乐会让顾客高估商品的质量,让他们不知不觉地就超过了预算,这一点支持了很早以前的一项研究:在酒类专卖店,顾客们听到古典音乐时会

回她下定决心要学会怎么跟这样的老板相处,于是主动到老板办公室报到,并对他说:“老板,大家都很怕您,您知道吧?”

老板居然笑了:“我知道,你是打算来表达不满吗?”

朋友回答:“刚好相反,我突然想通了一件事,我们公司业绩压力这么大,像您这么出色的人,只要一天还没把我炒鱿鱼,就代表肯定了我的工作能力。换在您的位子上想,如果一个下属真的不能用,也不必骂了,应该直接叫他走路,您说对不对?”

老板瞅了她一眼,然后说:“这还用说?”“所以今天我是来确认一下我的想法,这样的话,以后不管您怎么骂,我只会尽可能把事情做好,而不是想着该不该离职。不

比听到流行音乐时购买更高档的酒。

参与研究的一位专家说:“如果你唯一的兴趣就是想从客户身上榨取尽可能多的钱,那古典音乐就是正确的选择”,eBay 并不想掏空顾客的钱包,而是希望这些音乐可以给消费者带来更好的体验。对于这个需求,研究者们提供了一段混合了鸟鸣、梦幻般的音乐以及火车车轮转动声的音频,也就是所谓能令人愉悦的,但又不会让消费者失去理性的音乐。

同时,电商 eBay 也表示,不会阻止店家在自己的网页中播放肖邦的音乐。

这项研究还展现了这样的前景:商家们迟早会根据算法来为每个消费者定制背景音乐,未来的某天,你去商场购物或者打开手机网购时,可能会惊奇地发现,他们都在为你播放同一个乐曲。

喜欢说出产地,比如某个州某个市某某农场的西红柿。朱拉夫斯凯说,奢华餐馆比普通餐馆提及食材来源的次数要多出 15 倍。

但昂贵餐厅使用的标志性语言总是会被普通餐厅们“借鉴”走,随着“高级”的菜名变成了大众货,富人们总得做点什么来显示自己与众不同,所以在美国,极简主义菜单又开始流行。比如旧金山的米其林星级餐厅 Saison,最低消费是 248 美元,但是等菜上齐之后才会给每位顾客发一份餐单留作纪念。这是 200 年前的习惯,当时顾客只需要说一声“上菜”,然后店主们就会看后厨里有什么就端出什么。

命很好、运很好,但是这条路走下来,发现我的命和运还是很好的,每次最关键的时候,总有事情发生。

另外,创业者,盖茨也好,其他创业者也好,未必是你们的榜样。我刚开始创业的时候,把比尔·盖茨当成我的榜样的时候,我都不知道从哪儿下手,我晕过去了。

现在很多年轻人把马云当榜样,千万记住,我不是你们的榜样,但是我们这一类人都有一种精神,可能是大家要去学的。大家一下子想成为成功的富翁很难很难,但我们的精神都是一样的。这也是我为什么跟这些人,所谓世界上比较出色的顶尖 CEO 和创业者,很快能够无障碍沟通的原因。

你 O2O 了吗

■ 雷顺顺 石畔兰

线上预订电影票:通过时光网、豆瓣电影、QQ 电影票、支付宝钱包等手机应用,预订你想去影院观看的电影场次。付款完成以后,在线下出票,然后进行观影。

团购:团购是 O2O 最早期的落地模式。在线上找到你心仪的商家,买下有折扣优惠的消费券,最后到线下消费。

过,好多同事可能不明白,还以为自己太差,萌生退意了呢。谢谢老板,我回去干活了。”

后来一次开会时,老板还照样大吼大叫,可是最后却突然加了一句:“我也是被骂过来的,要是不值得骂的人,我根本什么都懒得说,你们明白吗?”这几句话虽然迂回,却明显是在表达某种肯定。

她最后跟我分享的心得是:“还好我做了一个积极的决定,我想要改变这样的相处方式。”

很多人都说不要想去改变别人,这非常困难,但这并不代表你不能改变那个人“对待你的方式”,事实上,这是绝对做得到的。如果一个人对待你的方式让你讨厌,并一直没改变,这只表示,你也一直没有任何改变。

微镜头



从菜单预测经济形

■ 吕晋索

1919 年,美国高端餐饮连锁集团宾夕法尼亚饭店,在纽约开了第一家餐厅,当时的菜谱简单而直白:羊肉、水煮土豆……90 多年后,集团最新的餐厅——斯塔特勒烧烤餐厅开业,菜单上有:棒棒糖科罗拉多羊排、黄油爱达荷土豆泥……

中国也一样,看看传统名菜:红烧黄河鲤鱼、红烧肉,基本脱不出原料+制作方式,再看看现在那些餐厅的菜单:澳洲牛肉配千岛酱汁,那年秋天的茄子……

不需要语言学家提醒,你也会察觉到菜单语言的变化。不过专家存在的意义在

命运是会改变的

■ 马云

有命运,但是命和运是会改变的。

有人说不能改变,我觉得会的。你努力了,这个运不一定来,但如果不去努力,这个运永远不会来。

我这个运还不错,生在这个时代;而且做互联网挺好的,刚好我是做教师的,教师最大的愿望是学生超过你,这是我很好的命和运。千万记住,我不是你们的榜样。

大家知道当老师的,从来没有一个老师不想得意地说这个学生当了县长,那个学生做了大老板,那个学生当了科学家。我比谁都愿意我的团队的人超越我,一直以来我都有

集结号

如何在工作中高明地偷懒

■ 周路

↑“椅背外套”是一个在职场中“千古流传”的妙招,因为它实施起来异常简单——永远把一件外套搭在座椅靠背上,但效果妙不可言——微服出访的领导们会以为你每天都来得很早,走得很晚。

↑电脑的出现,简直是所有懒人的福音,正因为有了它,你才能在网上购物、查看旅游信息或者漫无目的地浏览网页的时候,都表现出一种忙于工作的假象。你更要感谢智能手机,十年前,敢在开会的时候摆弄手机会被领导揪住脖领,而现在,你可以假装用手机在做会议记录。你还可以试试“椅背外套”的高科技版本——设定邮箱在凌晨 12 点或早晨 6 点发送电子邮件,让老板以为你是个没日没夜工作的疯子。

↑不论在哪个国家,“公务员”都是最适合偷懒的工作。2004 年,芬兰一位税务稽查员在他的办公桌上死亡,两天后才有人注意到;2009 年,瑞典民航总局发现有些员工 3/4 的工作时间用来浏览色情网站;2012 年,德国一位政府工作人员退休时向 500 位同事群发告别邮件,说自己从 1998 年开始就什么工作都没干过,还在 14 年里白拿了 74.5 万欧元的工资。

↑大公司也是偷懒者的天堂。英国管理学家卫·鲍尔乔福在 2005 年出版的自传《活死人》中回忆说,他的工作量和公司的规模成反比;他在小公司时没有职衔,收入低微,根本没有偷懒的机会;当他终于进入大公司,拥有响亮的头衔和可观的收入后,他的工作量竟然相应减少了。他要求老板给自己安排更多的工作,老板竟然没有成人之美,于是他只能利用大量的空闲时间写了一本管理学书籍。

↑偷懒的终极原则,是不要让游手好闲的习惯限制了你的野心。大多数偷懒者碌碌无为的根本原因还是固守“一份付出,一份收获”的古老神话,因此缺乏野心和自信。芬兰 2010 年进行的一次抽样调查发现,那些整天想着如何巧妙地在工作中偷懒的人,一年的收入是 8 万欧元,而兢兢业业执行任务的人,年收入只有 2 万欧元。

当然了,要达到这样的境界,需要你脑子里装满了要靠别人来执行的奇思妙想。当你成为一个管理者,偷懒的问题就彻底解决了:你可以把所有工作都交给他人去做,而你的日子就是打着“参加国际会议”或“培养与投资者关系”的旗号,到处度假。

