

开门见山 叶开

一年一度,开春柳绿莺飞,隆冬尘埃落定。出于写年终总结的恶习,我归纳了一下今年的娱乐关键词:恶搞与潜规则。

年头,待业青年胡戈用一只价值五毛钱的滴血馒头击中成功人士陈凯歌的肋骨,于是前者捕捉了眼球,后者收获了稻草。这个恶搞事件诞生的价值在于,人人都欣喜地发现,通过一种搞笑的力量,一只蚂蚁可以绊倒一头大象。胡戈恶搞后的窃喜、事发之后的无辜,对应陈凯歌遭受打击后的手足无措、疲于应对,都表明了笑的力量。

笑是这样一种事物:它使严肃的变得滑稽,使高尚的显露卑下,使伟大者渺小,让暴君成为小丑。笑是弱小者的武器。网络就像无

数高分贝的扬声器,它放大了小人物的声音,汇细流而成江河,把强力者弄得昏头转向。在无数台显示器后面,那些身份暧昧的人,那些马甲,人人都在窃窃私语,交头接耳,欣喜若狂。胡戈本人曾认真或假装认真地解释说,恶搞的落脚点不是“恶”,而是“搞”。“恶”是“搞”的程度量词。“恶”是“搞”的程度量词。这个解释表明,胡戈本人跟陈凯歌本非对立面,而是兄弟。然而,陈凯歌误解了他的本意,使得一场好戏高潮迭起。“搞”这个字,令人有无限遐想。

笑和恶搞本质上不是同一种力量。笑有立场,恶搞则四处出击。笑在某种限度前暂停,恶搞则毫无节制。笑是瓦解,恶搞是破坏。笑带来的是快乐,恶搞带来

的是空虚。胡戈在恶搞之后,被掏空了身体,失去了水分,从而也失去了喜新厌旧的媒体们的宠爱。

年尾,“走鬼”演员张钰解密潜规则,其内力深厚的九阴白骨爪所到之处,名导大倒特倒,而戏坛闻风色变。“走鬼”是广州特色词,特指那些无证摊贩。他们的商品摆放在三轮车等简易的交通工具上,随时可以转移,跟城管人员打游击。在演艺界,张钰原本就是一个“走鬼”的角色,可能受尽了某些权力拥有者的凌辱和玩弄,便把部分戏者们的利益交换秘密暴露出来。所谓潜规则,就是在传统的道德伦理的掩盖之下,一些人尊奉并施行的利益交换的特殊规则。张钰就是

这条交换食物链中的一员。这就像某些特殊的俱乐部化妆舞会,在面具之下,赤裸一片。交换的基本原则是公平。但是在一个不很健全的环境里,强买强卖的现象肯定存在。本来无名的张钰在商品交换中,觉得自己的利益受到严重的损害,于是就这样通过破坏规则的方法,掀起了年头由胡戈首创的恶搞的又一次高潮。

在这次高潮的“盛宴”中,部分网络媒体成了最大的获益者。它们不是同谋,胜利同谋。在潜规则被晾晒之后,交易的双方有同归于尽的可能,而只有部分网络媒体大获全胜。

叶开:编辑、小说家。出版有长篇小说《口干舌燥》《我的八叔传》等作品。

姐姐,可以适当增增肥了



连城诀

连岳

在刚过去的万圣节当中,据说最受美国小朋友欢迎的扮相是《迷失》里面的那个肥仔(在荒岛的种种苦厄灾难当中,他竟然把体重一直维持到了第三季)。而在《24小时》当中,也有一个肥仔是铁定的角色。这就是说,如果这个世界上肥仔多了,那么肥仔就会变得可爱起来。美的标准就是没有标准,它是墙头草,是落花,是流水,是三十年河东,三十年河西。

从这点看,从事时尚业是比较幸福的事情。没有标准的东西就看谁更有“迷惑力”了,信的人多了也就有了美。但对于追随时尚的人来说,这就是相当危险的事情。衣服当然可以季季买,头发也可以在半天之内换个造型,可是如果在自己身上动了刀,那就很有可能把水性杨花当成了海枯石烂,因为现状是只要能拿把杀猪刀,就可以开个整形医院。韩国人开创的无奈之举,变成了我们这个不缺美女的地方的必需品,而且很自然地与下水道疏通、快速办理各种证件一起成为都市灰色产业三巨头。

我一直认为,除了技术性的整形(比如把牙齿搞整齐),去做其它内容的整形,都犯了形而上的错误。长得周正的话,根本没必要画蛇添足,只需静候风水轮流转,你一个银

盘大脸去挫骨搞瘦削,结果人家李英爱就出来了,一张大脸一个星期都亲不完。韩国人说这才是我们天然的美女!而你挫去的骨头却再也填不回来了。长得怪的话,在内心认定(不要动摇)这就是东方元素就行了。你看着西方世界的东方美女标准,就知道我此言不虛。

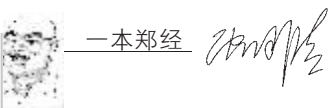
时尚业近二十年来对受众的洗脑,使某些概念成为祸害,比方说“瘦”。正常女人在时尚业的模特包围之中(就算她不接触时尚杂志,不看fashion tv,对米兰、巴黎的时装周极其漠然,她也无法逃离无处不在的广告),一个女人可能完全不知道自己乱穿衣,但是她一定会知道自己太肥。因此营养失调、厌食成了女性最常见的“时尚病”,问题是你一天只吃一片菜叶,在坐着的时候,她也能发现自己肚皮上有皱纹(当然这得不穿衣服才看得到)。什么是时尚业的“瘦”概念?就是你“瘦”得快死了,都要觉得自己肥。

风向要变了。据调查,受众开始对干瘦的模特心生恶感。而科学家们建议将大师画笔下的女人体,从达·芬奇到毕加索,多多展示给女人看。这些世界上真正的美的定义者,他们欣赏的女人,多半是很丰腴的。

姐姐,可以适当增增肥了,况且冬天也到了,该进补了。

连岳:著名专栏作家,专栏散见《南方周末》《南方都市报》等媒体。

prose



一本郑经

小崔教我“养生秘诀”

我第一次进入广播电台的播音室是在1987年。那年的5月22日,中央人民广播电台《午间半小时》的记者崔永元打电话给我,他说该节目时常收到听众关于要求采访我的来信,希望我能去广播电台录制一个节目,以满足听众的要求。我答应了。

5月23日上午,我按约定的时间来到位于北京复兴门的中央人民广播电台门口,崔永元已经在门口等我。

走进《午间半小时》节目的办公室,崔永元将我介绍给一位叫虹云的女士,崔永元告诉我,一会儿由虹云同我录制节目。在办公室稍坐后,虹云对崔永元和我说:“咱们去播音室吧。”虹云大概是看出我有点紧张,她问我:“郑渊洁,你是头一次进播音室吗?”我说是的。虹云又问:“紧张吗?”我说很紧张。虹云说她头一次进播音室也紧张,还说没关系,慢慢就适应了。

虹云开始向我提问题,而我却紧张得连声音都变了调。

“不行,重来。”虹云说。

幸亏那时广播电台的节目鲜有直播,大都是录

播,不满意可以重新来。

那次节目录制完成时,我已是大汗淋漓。

从播音室出来后,我问崔永元卫生间在哪儿。崔永元带我去卫生间小便。我一边小便一边同他说话。崔永元说,小便时最好别说话,对身体不好,还说是一个深谙养生学的道士告诉他的。从那以后,我至今保持着小便时坚决不说话的惯例。有时我也怀疑,我怎么能凭他崔永元一句话就养成一种习惯呢?万一小便时不说话对身体有害怎么办?

1991年10月上旬的一天,崔永元给我打电话,说有事求我。我问什么事。崔永元说,他有一个朋友的孩子在北京x x小学就读,那孩子对写不完的家庭作业深恶痛绝,索性罢写。老师教育他,他就拿郑渊洁的话反击老师。校长被惊动后对那孩子说,如果你能把郑渊洁请到咱们学校来给全校同学做一次报告,我就特批你可以不写家庭作业。那校长对于郑渊洁近年深居简出埋头写作一般不参加社会活动早有耳闻,他听说连郑渊洁亲儿子就读的学校都请不动他,那校长由此断定该同学根本不可能请到郑渊洁,于是敢于夸下特批

学生不写作业的海口。崔永元希望我能助那孩子一臂之力,去该学校一次,将那孩子从家庭作业的水深火热中拯救出来。

看崔永元给我打电话时不能说话的养生秘诀免费传授给我的情意上,我答应了。

1991年10月15日下午,我驾驶汽车到中央人民广播电台对面的国家海洋局门口接上崔永元,一同去位于万寿路的x x小学。

当将信将疑的校长真的看见我们时,他立即吩咐老师集合全校师生去大礼堂。

我想我此生此世是忘不了那敢于罢写作业的男孩子在校门口见到我时的激动表情了。

我在大礼堂给该校的学生讲话,我告诉他们我上小学时考试成绩并不好,我还告诉他们有一位老师曾断言我长大后不会有出息,我又告诉他们我上小学时家庭作业很少……

校长坐不住了,在他的再三要求下,崔永元走上主席台来到我身边对我耳语说:“校长说,郑先生很忙,耽误郑先生的时间太过意不去了。能不能现在结束讲话?”崔永元看了台下的校长一眼,又说:“校长说,我们辛辛苦苦教育学生几年,

郑渊洁只10分钟就让我们白干了。”

我对崔永元说,既然来了,我起码要讲1个小时。崔永元一边使用怜悯的眼光看台下如坐针毡的校长,一边表示支持我讲满1个小时,他还“助纣为虐”地说:“孩子真爱听你讲话,瞧他们笑的!”

无巧不成书。就在我写这篇小文时,我的儿子跑进我的房间告诉我,他说他刚才在电脑因特网上收到一个电子信件,发件人竟是6年前被我从家庭作业的苦海中拯救出来的那个男孩子。如今他和我儿子一样,成为驰骋网坛的电脑高手。

我认为崔永元是中国绝无仅有的真正意义上的电视节目主持人,正宗的幽默。我这样褒奖他,绝不是因为他向我传授过养生秘诀,有的电视节目主持人向我传授的秘诀比小便不讲话级别高多了。

郑渊洁:作家、中国童话大王。自1985年起至今,他包揽了《童话大王》半月刊全部作品的创作,总印数逾亿册。皮皮鲁、鲁西西、罗克、舒克和贝塔等经典形象均是他笔下的人物。在新浪开博客一年,点击量上千万。

prose

《睿思》名家荟萃,妙文迭出。周一到周五,让您每天都能在第一时间,读到那些作家、思想者、社会名人为本报而写的原创精彩文字。不一样的经历和见地,或睿智,或锋利,或感性,或妙语连珠,相信您总有斩获。《睿思》的见报文字将陆续刊发在快报www.lifenanjing.com.cn的读书论坛,欢迎读者去论坛做客,跟贴评说。

品牌经营创辉煌 四载春秋书华章

足生堂—中国专业中医足疗的领跑者

2002年,一个专业的中医足疗品牌——足生堂在南京诞生了,她是弱小的,她当时默默无闻。仅仅四年,足生堂的名字已经响彻中国大地,成为专业足疗保健行业赫赫有名的著名品牌。300多家加盟连锁店遍布全国各地,几乎平均每四天就开张一家加盟店。足生堂惊人的发展速度令同行业震惊。进驻日本使足生堂成为中国第一个走出国门的中医足疗保健品牌,令世人注目。拓展欧美市场,使足生堂在国际市场上叱咤风云。

“中国中医保健行业最具影响力第一品牌”“中国首家人选南京大学MBA案例库的保健品牌企业”……足生堂成为中国专业中医足疗的领跑者。是什么让足生堂拥有如此惊人的爆发力?是什么让足生堂拥有如此惊人的发展速度?是什么让足生堂成为中国专业中医足疗的领跑者?

思路决定出路,口碑树立丰碑

要了解足生堂飞速发展的原因,在访谈中,足生堂负责人田总总结了

足生堂成功的四个关键核心:一是理念,二是系统,三是技术,四是教育培训。

他说,“我们是非常强调理念的。不管是在品牌定位上坚持古朴素雅的内涵与形象,还是在实际经营中强调阳光操作和规范健康服务,甚至对每一个员工提出精湛技术和六心服务的专业准则,都充分体现出我们的理念。因为我们在一开始,就是以全国品牌的理念和标准来要求自己的,而且,把这种理念作为一种文化植入我们的品牌,首创了文化足疗的概念。正是这样高屋建瓴的理念和标准,才激励着我们不断努力,终于离这个目标越来越近!”

如今足生堂已成中国中医保健行业最具影响力的第一品牌,其发展历程,甚至入选南京大学商学院首期十大MBA经典案例,成为最高学府的生动教材!田总介绍说,我们团队中,有知名专家组成的专业从事反射疗法研发的技术攻关组,也有来自营销、管

理、企划行业精英构成的中坚管理层,我们共同打造了足生堂独有的十二大系统。他强调,“是理念让我们有了梦想,而系统,则让我们梦想成真。”他所说的“系统”,就是足生堂所拥有的统一执行规范,涵盖了品牌文化、硬件建设、人力资源、规范服务、业务培训、经营拓展、信息管理、店方管理、VI识别等十二个方面。也就是说足生堂人将过去成功的宝贵经验,总结成了十二个详细的执行标准,并将它们准确复制到加盟店的运营中,并发挥能效,以迅速提升加盟商自身的经营管理能力,有力保障其尽快收回投资,并且产生丰厚赢利。

“思路决定出路,口碑树立丰碑”,这无疑是对足生堂四年发展历程的最好总结。

君子有所为,有所不为

说到足生堂成功的第三项法宝——技术,就不得不说另一个关键人物,足生堂技术总监,我国著名反射疗法专家,曾先后任职于南京中医药大

学、南京医科大学的王月高老师。

是她带领足生堂的技术专家团队,在行业内首创了几十项专利技术、版权、著作等知识产权壁垒,确保了足生堂的技术优势。足生堂的技术专家们还潜心于人体全息理论、经络学、反射区体系及反射疗法的研究,设计了针对足部七十二个与脏腑器官对应反射区的系统按摩手法,通过有效刺激,调节人体内环境,加快新陈代谢,增强免疫力,固本培元,驱病强身,从而达到保健的目的。

坚持选择医学院校毕业生作为足生堂的骨干专业技术人员,是因为医学科班人才能够更好的继承和发扬祖国中医文化瑰宝,是对足疗保健技术负责,是对顾客的健康负责,更是对足生堂这个拥有专业品质的品牌负责!

永续经营 成就百年

经过四年励精图治,足生堂的品牌价值正在从不断获取嘉奖中,逐步彰显:“2004年度中国100最佳特许经营品牌”、“中国特许经营中医保健

行业首选品牌”、“中国中医保健最具潜力品牌”、“中国卫生健康突出贡献单位”、“中国消费者信赖的知名品牌”、“全国名优企业百强品牌”、“2005年本土50家最具成长性特许经营加盟企业”、“2006年最受关注投资项目”,首家通过ISO9001:2000国际质量认证的足疗保健连锁企业……

更为可喜的是,在各地无论发达还是落后的城镇,足生堂专业保健正成为越来越多消费者茶余饭后的保健休闲习惯场所,更是各企事业单位接待宾客、商务交流的首选去处。

在足生堂成立四周年之际,足生堂的领导者确定了足生堂未来的发展目标:立足自身,坚持发展,带动加盟商全力冲刺,在世界范围内,大力发展足生堂这一中国中医保健的第一品牌,永续经营,成就百年!

足生堂不仅要做强中国专业中医足疗的领跑者,而且要做中国专业中医足疗在全世界的领跑者。我们坚信总有一天,足生堂会让全世界幸福满堂!