



【让思想飞】

女性购物喜欢扎堆，群里只要有谁招呼一声团购个什么东西，保管立马引来一堆人跟着下单。

# 想赚钱，拼女人缘

匡叶飞

热浪喧天的“双11”结束了。电商们为网购做出了卓越贡献的女性同胞鼓掌，因为她们再一次刷新了网络购物的纪录。

本来想不凑热闹，临近结束时还是去做了一回剁手党成员。女人在购物方面的巨大热情是不是天性使然？

反正我买了什么又便宜又好的东西之后，逢人就要拿出来显摆一番，哪怕在大马路上撞见了，也要从包里搜罗出来，招摇一下，事实上我也觉得这样挺恶俗的，可是就是忍不住啊，看到别人说：哎呀，这么好呀，我也入一个，心里就倍儿满足。

女性购物喜欢扎堆，群里只要有

谁招呼一声团购个什么东西，保管立马引来一堆人跟着下单。也难怪，家庭必需品采购的任务大部分还是由女性来完成的，团购确实能省下一笔开销，对精打细算过日子的主妇们来讲，扎堆购物肯定是有好处的。

女性也爱和同性一起扎堆购物，因为和男的一起逛街买东西总是意见不合。我接触过三对夫妻，他们都不喜欢夫妻一起出去逛街，因为互相看不上对方的眼光，老婆看上的衣服老公觉得不好看，老公看上的老婆又觉得不适合自己，于是经常在逛街路上闹别扭，不知道大家观察过没，经常能在逛街的时候看到黑着脸冷战的男女，估计就是购物意见不合。

久而久之，干脆还是选择女伴一

起购物了。女性在一起购物，彼此给对方建议，还能拉拉家常，购物心情始终保持一个轻松状态，人在一种轻松状态下就觉得看什么都好看都顺眼，自然钱包的拉链就松了，不像跟老公逛街经常情绪处于剑拔弩张的状态，这种心情什么都看不上，怎么会去买呢？女性购物还有个特点：冲动。说白了就是爱瞎买，瞎买的前提一定是建立在了解自己的基础上的，比如，我身边有个妈妈级剁手党成员，她眼里的自己是那个她想象中的自己，所以她总是买一些特别需要大模才能显出来的衣服和鞋子，每次她在群里现出来的时候，我们总是不遗余力地劝她，就这样也没拍醒，所以她就总在花冤枉钱的路上徘徊。所以女性购物之前还

是要多了解自己，买适合自己的，这样就不会有不必要的花销了，但是对于那种买回来就为挂在那看着的除外。

女性的购物冲动还体现在对促销的狂热上，所以在“双11”五折起步的促销面前，没有多少女性是能控制住自己的，虽然可能有的商品是提价了以后再降价，虽然有的商品属于重复购买，但是只要打折的力度还在，就绝不能放过这个机会。绝对会忘了有需要再购买的理性消费原则。其实省不了多少钱，有句话叫什么：买的没有卖的精。低价买来的没准就是缩水的货。

女性购物还有一个心理就是容易被服务打动。现在很多商家深谙此道，比如卖女性用品的配上年轻貌美的男推销员，我一个女性朋友当年就因为

男店员给她试鞋子的时候单膝跪地而超级感动，买下了那双超贵的鞋子。这种因购物带来的宠爱自己的感觉也会让女性醉心，甚至严重的会成为购物狂，那真的是病，得治了。所以，在各种甜言蜜语的营销面前，还得学会适度消费，不要超出承受能力就可以了。

支持女性释放购物能量的就是网络购物了，现在只要打开手机，就能浏览到各式各样的商品，在如此快捷方便的网络商场面前，谁又能停下搜索的眼光呢？

另外支持女性的来自于自己荷包

的充实，以及老公无条件支持，所以想赚钱的男人女人一定要好，比如马云，比如黄晓明。

(作者系北京自由撰稿人)



【世说新语】

聪明的“败家”娘们不会完全沉迷于网络购物，不会疯狂地买买买毫无节制。

# 女人就是要“败家”

冷秋语

针对一年一度的“双11”，各大商家早早地就开始了大火力的促销宣传。而店家们也老早就做好了迎接“双11”的准备，各种产品以诱人的价格在网上开始预售。“双11”过后盘点，以马云为代表的电商们又一次赚得盆满钵满。

无疑，电商赚钱的主要对象是女人。对于热衷于网购的女人，好事者封了一个绰号：“败家娘们”。虽然不中听，但也流行开来。

以前对于那些剁手党的败家娘们甚是不理解，但这次亲身体会了一把后，坚决地认为女人一定要“败家”。

在国美电器看了一个3M的净水器原价5999元，“双11”促销价4600元左右；上淘宝一看，2600左右，再三询问是否正品，商家一再保证全国联保，支持实体店验货，有防伪标签，3M工作人员上门安装。电商如此优惠，岂能不让人心动？卖场与电商的巨大差价，也让人感慨万分。

在卖净水器的专柜逛一圈下来，你会发现5999元神马的其实也不算太贵，也就是个中等水平。如果你想买个好的净水器，在平时购买的话，一般白领一个月的工资不吃不喝算是搭进去了。

但“双11”则不同，你能花比平时少一半甚至更多的钱买到心仪的商

品。多爽！

有一姐妹说，她之前在网上办签证，日本五年多次往返的那种，得1600元左右，而“双11”各大商家大搞促销800多元就能够办下来了，比平时省了一半的钱。她赶紧在网上办了。如此“败家”，败得有理。

总而言之，“败家”的女人其实有很多好处。

首先，“败家”女人大多会化妆保养，因此都比较年轻漂亮，一个注重自己外表的女人，不仅赢得大家的尊重，同时也让男人脸面有光。没有一个男人不爱面子，当他带着年轻漂亮的老婆出去时，虚荣心会得到极大的满足。

我的好朋友小A就告诉过我，她的先生在给她买东西这件事情上就从不吝啬，她只要有一段时间不去逛街什么的，她先生就会主动带她去衣服鞋子什么的。因此不论什么时候我见到小A，她都是那么美丽动人，身后总有一群追求者。如此一来，丈夫为妻子感到骄傲，激发了丈夫对妻子的爱，妻子对丈夫而言充满了神秘感和危机感，更有利于夫妻感情和谐。当然，作为人妻可不要真的被那些花哨的追求者迷惑，应当牢记什么才是最重要的。

聪明的“败家”娘们不会完全沉迷于网络购物，不会疯狂地买买买毫无节制，她们会精打细算，精挑细选买最好最实

惠的东西，“败家”女人也可以持家有道。

对于男人而言，为了满足老婆的购物需求，男人们就要拼命努力地赚钱，免得被老婆说没用。养老婆可是很多男人满足自己大男人主义的做法，有个“败家”老婆会让她们更有上进心，为了拥有一个光彩照人的老婆，累死也甘愿。

还有，女人每天忙于家务，照顾孩子、老人，面对家长里短，很多女人甚至还要工作，身心都处于极度紧张和疲惫的状态，而女人在购物时能够产生一种愉悦的心理，对于每天面对的家家长里短，孩子亲人对女人来说也是一种身心的放松。

(作者系网络小说家)



【经济钩沉】

无论三百六十行，还是一百二十行，都是个统称。行业种类一直处于动态变化中。

# 说说三百六十行

王国华

人们常说“三百六十行，行行出状元”，那么“三百六十行”的来历是什么？要了解这个问题，我们有必要先了解三个字：“肆”、“列”、“隧”。

秦汉时，城池里面分为“市”和“里”两部分，后者为居民区，前者为商业区。在“市”内，商人的货物不能乱七八糟摆放，而是按照合并同类项的原则进行陈列。卖布的跟卖布的排在一起，卖肉的跟卖肉的排在一起，远远望去，这一排都是卖肉的，那一排都是卖布的，肆次第比，非常整齐。古人把这一排排的货物称为“肆”、“列”，或者“市列”。汉朝以后至唐人，常常以“列”解释“肆”，以“行”解释“列”。各列肆间的人行道，被

称为“隧”，班固的《两都赋》中说，“九市开场，货别隧分”。

到了唐代，商人的“列”、“肆”已逐渐改称为“行”。长安东西市中，有铁行、肉行、大衣行、鞭鞋行、秤行、绢行、药行、金银行等。此时，以手工业为主的各种小作坊逐渐兴起，它们有组织地按类别聚集于坊间，亦称为“行”。这里的“行”，性质悄悄发生了变化。北宋学者宋敏求在《河南志》中讲，隋唐时代东都洛阳的丰都市场内有“一百二十行，合三千余肆”，“行”已经代表了今天所理解的“行业”。到了宋朝，“市”和“里”已经解体，居民区和商业区不再像以前那样严格分区，居民区里有商业活动，商业区里也有了居民，商品不能再像以前那样聚集在一起排列组

合了。卖肉的东城也有西城也有，吹糖人的南城也有北城也有，大家各自为营。但单打独斗，势单力薄，容易受人欺负，怎么办？——组织同业行会。用一个共同的组织把大家有效粘粘起来。行会的地位、分量由此加重，并通过各种形式，如衣着、行话等来强化自己的存在。《东京梦华录》卷五“民俗”中说：“其实药卖卦，皆具冠带。至于乞丐者，亦有规格。稍似懈怠，众所不容。其士农工商诸行百户衣裳，各有本色，不敢越外。谓如香铺裹皂人，即顶帽披背；庖厨掌事，即着皂衫角带不顶帽之类。”明朝钱塘名士田汝成的《西湖游览志余》第二十五卷中也说，“乃今三百六十行，各有市语，不通用，仓猝聆之，竟不知为何等语也。”刷生在感

就是强调自己与他人的不同。这一点，各行会常常各显神通，出其不意，自然也产生了一点趣味的效果。

现在通行的“三百六十行”之说不知具体源自何时。但元代剧作《白兔记》中有句台词：“左右的，与我扯起招军旗，叫街坊上民庶，三百六十行做买卖的，愿投军者，旗下报名。”通过戏剧传播，“三百六十行”之说广为流传。同时代的关汉卿在《金线池》中则有“我想一百二十行，门门都好着衣吃饭”的说法。无论三百六十行，还是一百二十行，都是个统称。行业种类一直处于动态变化中。

行业组织最初是为完成政府下达的任务而存在。唐宋五代时，有一种役外之役叫做“行户祇应”，即，官方需要

什么物品服务，都直接找行会，要求行会免费提供。行会按照官方的需求一分派到每个个体头上。但时间长了，行会的工作内容越来越多，比如协调内部纷争，平衡各方利益；抱团取暖，一起跟政府谈判，讲条件；跟对手谈判，形成某种意义上的垄断，为自己谋取更大利益。元代学者赵素在《为政九要》中讲，“司县到任，体察奸细，盗贼阴谋私害不明公事，密问三姑六婆，茶坊、酒肆、妓馆、食店、柜坊、马牙、解库、银铺、旅店，各立行老，察知物色名目，多必得情，密切告报，无不知也。”新任官员密问三姑六婆不一定重要，重要的是后面的“行老”，毕竟他们有组织有力量，官员不敢小觑。

(作者系深圳作家)

# 跟风赚快钱让实体经济付出沉重代价

周其仁

## 中国高速增长靠什么

第一是借了全球的力。我们不是完全靠自己，不是完全靠中国人的优秀和苦干。中华民族一直很优秀、很苦干。我们是借了全球的力。

第二是成本优势，廉价劳动力。中国真正的秘密是劳动力价格很低，长期贫穷形成数目巨大的廉价劳动力。

第三是改革急剧降低了中国制度成本，开放使中国参与国际竞争。过去我们的制度组织成本很高，改革开放是把制度成本降下来了，这是中国真正成本优势的由来。

第四是中国人善于学习，人力资本投资增长迅速，观念、知识、技能和产品质量的进步。

理解了高增长是从哪里来的，还要看到高位增长给我们带来的代价。

## 不差钱的宏观环境

出口、创汇、全球投资往中国来，我们曾经是很长时间内全球吸引外资最多的国家。这是好事！

问题是受得了吗？外汇进中国你不能花吧？要换成人民币吧，跟谁换？跟商业银行换。商业银行跟中国人民银行换，中国人民银行拿基础货币换。所以外资来的越多，顺差越多，我们的基础货币投放越多。而且为了出口导向，我们要维持人民币对美元汇率不能大幅度升值。

不能轻易升值是什么意思？进来1块美元，8块人民币要投出去。所以顺差越大，外来投资越大，货币投放量就越大。所以就很快形成了不差钱的宏观环境。我们穷了多少年？不差钱不是很好吗？钱少了不行，多了更麻烦。钱别无用处，钱是帮助商品和服务转手的。如果货币的投放量超过一个市场的商品和服务的供应量，商品和服务的价格就会起来。而价格起来的时

候非常有意思，它不是平平起来的，不是所有东西的价格一起起来，是有些东西起得慢，有些东西起得快。有些东西有瓶颈，无论是自然的瓶颈还是政策的瓶颈，大量拥过去会急速上升。这个力量是了不得的！因为它会让相对价格发生显著改变。

## 消费行为影响投资行为

我们的消费行为就会变化，更重要的是投资行为也会变化。为什么这么流行找风口，这些年出现多少风口啊？大量的钱用到有限供给的环节，不管你怎么样叫喊，价格都会起来。价格一上来，人就会形成预期，预期它还会涨，人们就会追逐涨跌，你看好它，证明它会涨，大家再把钱投进去。金融的危险就在这里，因为它会自我证明、自我强化。

为什么把这么多精力从实体经济引走啊？我的解释就是货币的力量。就是我们成功带来的副产品。哗哗出口不好吗？赚了钱不好吗？创了汇不好

吗？问题是创了汇，还有一个货币机制要跟上去。我们基础货币要跟着增加啊，基础货币从央行发到商业银行手里，还有乘数在起作用。商业银行借给企业，企业再存到商业银行，银行再借出来。1块基础货币要顶好几块，加起来就是一个宏观环境的巨大变化。

我给大家描述这个流程：这是外汇，无论投资来的还是顺差来的，进到中国，基础货币就得动。你想维持不升值，来1块，8块就要输出去。输出去，这个钱就要进中国国内市场。资产价格，特别是那些供应有瓶颈的价格就会上来，上来以后我们的投资热情就会转移，我们人力资本的配置就会发生方向性、结构性的变化。

如果不是像任正非这样有定力的企业领导，扛得住这个力量的真是不多。没有办法，前后左右哗哗挣钱，那钱可是真的！他数到你心里动摇。很多人开始都是怕怕的，金融、股票都是不干的。最后由不得你不干，最后每个礼拜100万户开户，前后左右都赚钱了，那个钱和你踏踏实实上班做普通产业完

全不能比，我看很多人为什么冲进去啊？

前后左右都赚钱了，连小学同学都赚钱了，念书比他差的都赚钱了，凭什么落下我呢？一圈圈的人转到这些资产游戏里去。一不小心会冲到生活必需品，那就是通货膨胀，那就需要调控，这就是我们这些年走过的路。

## 快赢与跟风的思维模式

我们有4万亿外汇储备，就买美国国债啊，设立亚投行啊、丝路基金啊。现在中国领导人到哪里，那个受欢迎程度啊！背后是我们全国人民这些年来的贡献。但是它的派生产物就变成经济当中，会形成我们整个产业界、企业界、社会，整个公众心里都会发生变化。喜欢快赢，喜欢顺着风就往上冲，成了一个流行的思维模式，这就是我们高速增长带来的一个代价。

(本文整理自周其仁2015年10月31日在第三届华夏基石十月管理高峰论坛上的发言。)

摘编自《新财富》



在微信的海洋里采撷最精彩的浪花