



【燕语东西】

近期民调中，约71%受访者相信，加拿大已做好了应对第二波疫情的准备，我也这样相信。



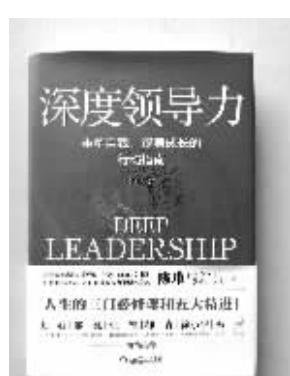
【缘木求鱼】

“婆婆”们管得太宽、太严，有时候还很没有道理，也难怪“媳妇”们束手束脚地迈不开步。



【想入非非】

过去常说，二战法西斯注定失败，一大原因是战争性质是非正义的，不得人心的。这绝不是一句空话。



【小勇读书】

尤其令人赞叹的是，陈玮还将同理心从人类推及机器人。

第二只靴子，正在落地

筱燕

越来越多的迹象表明，加拿大的第二波新冠肺炎疫情，正在逼近。

加东时间9月18日，加拿大保守党领袖奥图尔确诊感染。中招的政要不止一位，还有另一政党的领袖布兰切特。受到牵连的魁省省长也在进行自我隔离。渥太华疫情摇动，一时引人关注。

第一波疫情暴发时，加拿大总理特鲁多的夫人索菲确诊，成为标志性事件。疫情峰值过后，专家们一直提醒，秋冬或有第二波。近期一份民调显示，76%加拿大人相信今秋会暴发第二波——一向乐观的加拿大人知道，第二只靴子，正在落地。

加拿大幅员辽阔，共有10个省和3个地区，疫情以魁省和安省两地最重。截至9月20日，加拿大已确诊累

计143649人，其中魁省67542人、占比47%；安省46849人，占比32.6%，两者合计占比80%。

安省是第一人口大省，多伦多和首都渥太华都在安省，其日增确诊人数已连续多日超过200人，更一度飙升到日增超过400人。这是6月以来最严峻的时刻，安省官员已明确表示，本省正在经历第二波疫情。新一波疫情可能有三种模式：一是小型但多次暴发；二是确诊人数缓慢增长，增长曲线平缓；三是大规模暴发，新增病例数倍于第一波。

疫情的第二只靴子，迎头砸下，安省省长福特警告说“警报正在响起”。他认为，之所以出现现在的情况，是有人不遵守社交规则，“不能再有大型聚会了，真的非常危险。”在听取卫生专家的建议后，他收紧了安省的社交聚会规则，针对私人住宅、后院或公园聚

会等，把室内聚会人数从50人降为10人，户外人数从100人降到25人，违规组织派对者罚款1万加元，违规参加派对者罚款750加元，从9月19日起执行。

多伦多的秋天，碧云天，黄叶地，正是派对天气。一些年轻人不顾史上最高处罚的新规，在新规生效几小时后，在离多伦多车程两小时的汉密尔顿，就发生了一起数百人的聚会。一个头戴棒球帽的帅小伙，被问到，为什么顶风聚会？值得被罚750刀吗？NO, NO, NO！他一脸满不在乎地笑。

福特的新规，受到华裔的欢迎，但效果如何，一些人并不乐观。福特本人，颇受华裔认可，大家叫他“胖子省长”。他是个大块头，商人出身，弟弟小福特是已故多伦多前市长。今年3月疫情正炽时，他曾专程去华人超市购物，买了速冻肉包和茶叶等，以示对华

裔的支持。对汉密尔顿的聚会，福特公开说“totally unacceptable”（完全不能接受）。

完全不能接受的，除了顶风派对，在一些家长看来，还有安省学校的班级人数。他们认为，学校开学也是第二波疫情的一个重要诱因，福特为什么不强制缩减安省的班级规模？“都知道第二波疫情即将到来，都知道感染数字会上升，父母担心去学校的孩子们。”

谁都明白，缩减班级规模，意味着要投入更多师资，而因为在校上课和网课两种方式并行，安省的师资已极度紧张。以小糖所属的约克教育局为例，9月14日第一周网课开始，因短缺150名老师，不少孩子无法开学。邻居家一个上八年级的女孩，也选了上网课，直到开学一周后才进入网上课堂。目前，约克教育局管辖

的网课学生约29000人，占全体学生的四分之一。

平心而论，多伦多小学的每班学生数，并不算多。小糖在校上课时，班上25个同学。新学期上的是虚拟小学，网课同学也只有28人，来自附近几乎所有的小学。其实，与班级规模相比，家长们更担心的是：返校上课的孩子们不够自律，高兴起来就忘了社交距离，不会正确地戴口罩和洗手。到底是网课好，还是在校上课好？越想越焦虑，大批家长在开学前临时申请转为网课，让本已手忙脚乱的教育局忙到飞起。

靴子，迟早要落地。该来的，不管你喜不喜欢，也一定会来。近期民调中，约71%受访者相信，加拿大已做好了应对第二波疫情的准备，我也这样相信。

（作者系旅居加拿大华人作家）

老字号的新路径

木木

六必居，居然也做起了公交车体广告。随着一辆双层巴士不紧不慢地开过去，印在车厢上的“老北京炸酱”，仿佛也发散着醇郁的酱香一路远去。

京城里的老字号，还是不少的。若以时间久远排名，大约除了鹤年堂（医馆药铺，1405年创建），就得数六必居（明朝嘉靖九年1530年）岁数大了，即使放眼全国，这样的老字号，估计也不多。不过，人老了往往就变得比较散淡，许多事都很难挂上心，企业似乎也一样。如此性格，最适合的当然是岁月静好的日子，从容、持重，自带脱俗的魅力，但遇上“大争”之世，这样的性格就有先天的缺陷。

这虽然是直观感受，但匹配到六必居脑袋上，也是有实实在在的数据背书的。六必居改制成股份公司，是2000年底的事。二十年过去，虽然酱菜的味道和品质还是一贯的好，但经营的声色，也是一贯的温文尔雅，这恐怕也不能否认。有好事的媒体报道，今年第一季度，公司实现营收1.39亿元，同比增长1.31%；利润7.9万元，增幅105.2%。只要看过几份财报的人，大约都知道，这样的数据意味着什么。

或许，就会有熟谙人情、心胸敦厚者为之摆摆客观理由吧，诸如卖酱菜本儿小利薄之类的。不过，这样的理由显然已经不太有说服力，因为行业内毕竟有可“对标”的公司借鉴。“老干妈”是1997年8月正式挂牌的，只比

六必居的股份改造早3年多，但发展到2019年，“老干妈”已经卖得哪儿都是，当年营收突破了50亿元。

两相比较，还是有一定说服力的。都是卖酱的——虽有咸香、辛辣之别，但二十年发展下来，拉开的差距还是有点大了。硬要以旁观者的视角为之总结一下，造成如此差距的主要原因，恐怕不外乎两个。其一，两者的经营能力有差距；其二，经营能力差距的背后就是机制有问题了。

经营也是生产力。同样的军队，在刘邦手里，就让霸王追着打，而韩信接手“经营”后，就能把霸王围死在垓下。做企业其实也一样，会经营和不会经营，往往决定了企业走的路和最终的命运。具体的经营上的最大问题，于六

必居而言，恐怕就是过于“抱残守缺”了吧，须知老字号也需要不断创新——产品要创新、销售更要创新。

创新能力不足，是许多老字号的通病，追到根子上，恐怕就能发现机制的问题。总结诸多遇到类似困境的企业的经验，要命之处往往都差不多，“婆婆”们管得太宽、太严，有时候还很没有道理，也难怪“媳妇”们束手束脚地迈不开步。经过几十年的摸索，时至今日，“婆婆”和“的关系还远没有理顺，双方间的相互牵绊太多、太纠缠不清，导致两者的日子都难过。

其实，六必居能经受住几百年的风吹雨打，一路活下来，从逻辑上讲，一代又一代的当家人，肯定自有经营

之道、应变之道、创新之道。“柴、米、油、盐、酱、醋、茶”，过日子离不开的六样必需品，除“茶”之外，六必居都售卖，这也是企业创立之初，“六必”之名的由来。但是，随着岁月的变迁，“六必”之名早已与实不符，尤其发展到后来，恐怕“一必”之名才最合适。这就是取舍，这就是变化，因应了时代的发展和现实的要求。这是一种能力，决定了这家买卖的命运。

从这一点说，六必居开始满大街地吆喝了，终归算得上一件好事。尤其是把现成的黄酱、干酱、甜面酱，费心费力一番，替消费者熬制成美味异常的“老北京炸酱”，说明在产品、经营上都上了心。

（作者系证券时报记者）

原子弹研制竞赛：被忽视的人心因素

蔡非

二战结束后，日本学界和传媒界的反思重点之一，就是对于战时日本原子弹制造研发的失败问题：“美国为何能调动如此众多的科学家和资源来进行一项前景未知的原子弹研制工程。而像日本这种更强调集中资源的军国主义体制为何反而做不到？”

以研究基础方面来说，日本其实并不落后。在20世纪30年代，日本在物理学科学领域的发展与欧洲完全同步，而且与美国的实验技术也是同步的。日本在核物理实验设施方面领先于除美国以外的任何国家。日本拥有仁科芳雄、嵯峨良等一大批世界顶尖物理学家。

但在二战时期为研制原子弹投入的资源方面，日本与美国的差距之大，

已经远远不能用国力差距来解释：

粗略地以汇率来估算的话，曼哈顿计划所投入的20亿美元应该是日本的3000倍以上，如果再加上人力和物资要素的话，两国的差距只会更大。

一般都认为，美日在原子弹研发上的区别，主要是曼哈顿工程在美国是一项“举国工程”，由总统领导，军方实施，拥有“高于一切行动的特别优先权”。而在日本，原子弹研制从未上升到国家高度，只是由日本陆军和海军提供资金给民间科学家来进行研制。

但在1953年，原日军军官山本洋一却发表新观点，认为原子弹研究的失败，责任在于民间科学家，因为他们对研制原子弹缺乏热情。

为什么这样说呢？

因为“原子弹到底能否研制成功，研制需要多长时间”当时是个未知数，

对各国领导人来说，下决心在某个项目上投入这么大规模资源，依靠的当然不是自己的直觉，而是取决于专业科学团队的不断主动争取和反馈。

在美国就出现了这种情况，美国政府一开始对原子弹并不热心，是一批受纳粹迫害逃亡而来的核物理专家，组成了一个科学共同体。他们恐惧于德国研制原子弹获得成功，从1939年3月开始不断游说美国政府和国会研制原子弹。其中最有名的莫过于爱因斯坦写信给罗斯福这件事。

在1942年6月“曼哈顿工程”开始之前，原子弹的研制在美国其实是一项社会运动，运动的领袖是科学家而非官员和军人，早期的资金主要来自私人基金会。美国政府只是在1942年以后，看到确实有成功可能，才加入进来掌控全局。

而在日本，情况则相反。1940年日本陆军的某些军官注意到美国的举动，于是去找民间科学家咨询，才了解到原子弹是可以造出来的。这样日本陆军才断断续续给予了资金和资助去“委托研究”。

而日本顶级的科学家们，如仁科芳雄等人，在接到这个委托时却并不热心，一直有意无意地拖延工作，一会说铀矿不足，一会又说研制需要电力过多。甚至干脆把研制工作丢给不擅长核物理的年轻科学家，还说，“你只要弄一个那个，就可以不去打仗了。”

所以在日本顶尖科学家急工影响下，一直到广岛核爆后，日本才如梦初醒，但这时无论如何努力都已经晚了。

从这个角度来说，日本输掉和美国的原子弹研制竞赛，一大原因是没有掌握到科学家的人心。

日本的顶尖科学家大都有西方留学的经验，对于二战时期日本社会多半都是看不惯的，对于日本的侵略战争也没什么热情，参与到科研中只是想逃避兵役和做自己的研究。

而在美国，不少科学家却对战争怀有热情。一个典型例子是在美国洛杉矶阿拉莫斯实验室，一开始大部分工作人员都不了解工作目的何在，直到后来有人对他们说清了事实。此后，许多工作人员自愿留下来加班加点。由此原子弹的许多技术与工程问题才得到解决。

过去常说，二战法西斯注定失败，一大原因是战争性质是非正义的，不得人心的。这绝不是一句空话。

至少，东条英机绝对没得到仁科芳雄等顶尖科学家的人心。

（作者系武汉历史文化学者）

同理心，打开人生精进之门的一把钥匙

孙勇

同理心，是一种情商，也是一种能力。在中国文化理念里，同理心可以简单地理解为“将心比心”。更准确一些讲，同理心就是能感受他人想法的能力；没有经历他人的经历，但能感受他人感受的能力。将同理心运用于管理、工作和生活，能有效解决很多难题。陈玮就是一位善于运用同理心探索解答人生问题的智者，他的新书《深度影响力》，探讨了同理心与人生快乐、幸福、精进的关系，给人以启迪。

陈玮先生，现为北京大学汇丰商学院管理实践教授。在加入北大汇丰商学院之前，他曾担任滴滴出行高级总裁、万科集团执行副总裁兼首席人力资源官；早年他曾供职于可口可乐

和耐克公司，从事营销和全面业务管理工作；1994年，他成为创业者，开始了近20年的管理顾问工作。从这份履历可知，陈玮不是单纯的书斋型学者，而是将商海经验与学术理论相结合的实践型专家。这种职业特点，让他写的书既实用，又好看。

乍看书名，《深度影响力》很像是一本研究企业（或组织）管理之道的书。读完全书，才发现并非如此。这本书既探讨了企业（或组织）管理之道，也探讨了人生快乐之道、幸福之道和精进之道，而且在后者花费的笔墨更多。因此，出版社印在这本书封面上的推荐语“重塑自我、终身成长的行动指南”和“人生的三门必修课和五大精进”，可谓点睛之评。

《深度影响力》共收录了陈玮近年

来发表的58篇文章。这些文章基本采用随笔式的写法，就像一个见过很多世面、经历过很多人生风雨的老朋友或者长辈与你促膝谈天，分外亲切。尽管陈玮在书中引用了诸多经典学术著作的理论（比如心理学家罗伯特·凯根、历史学家瓦尔·赫拉利、管理学家莱顿·克里斯托森、心理学家托马斯·希伯尔、管理学家彼得·德鲁克、医学家大卫·霍金斯等人的观点），但是他善于用通俗且生动的语言，结合自己的人生经验，适当加以发挥，娓娓道来，因而颇有可读性。

不妨看看这本书的若干篇目：《为什么中国未来需要更多的女性领导者》、《未来，你想成为自由职业者吗》、《为什么成大事者应该早结婚》、《人生就是创业，父母就是VC，你就是

CEO》、《为什么领导者要关心下属是否睡得好》、《从交响乐指挥家身上学习领导力》……从中，可以感受到作者通透、渊博和亲和的三位一体。

综上所述，《深度影响力》是一本内容很丰富、文字很好读、文风很亲切的书。如果要拎出一个最亮的点，我以为，陈玮对同理心的阐释最为精彩。同理心是解决人际关系的妙招。人生在世，不是孤独终老，而是处在形形色色的人际关系之中，如何处理好自己与父母的关系、与兄弟姐妹的关系、与配偶的关系、与朋友的关系、与同事的关系、与合作伙伴的关系、与竞争对手的关系……是每个人都必须面对的。心理学研究表明，人生中的大部分不快乐都是我们的人际关系处理不好所造成的，这也反过来证明：处理好各式各

样的人际关系是多么重要！如何处理好人际关系？《深度影响力》给出的答案是：善用同理心。

善用同理心，首先要学习倾听，其次要接受多样性。这样，就能走出狭隘的自我，减少与他人的摩擦，以包容的心态与他人相处，建立在人际关系上的人生之路就会越走越豁然开朗。其令人赞叹的是，陈玮还将同理心从人类推广到机器人。他预言并且希望，在未来的人工智能社会里，人类将越来越多、越来越频繁地与机器人打交道，人类要学会与机器人相互接纳、相互欣赏甚至互联互通。

同理心，打开人生精进之门的一把钥匙。打开《深度影响力》，去感受这把钥匙的奇妙吧！

（作者系证券时报记者）