

近年来,百余年就诞生于日本的营销模式——盲盒经济(在日本被称为福袋营销)持续火爆,为此过度支出甚至几近破产的年轻人大量存在。根据相关报道给出的数据,过去一年在电商平台已有约20万消费者在盲盒上的花费超过2万元人民币。在所有消费者中,大学在校生和女性是核心群体,其中仅仅手办玩具一项的年市场规模就接近2000亿人民币,盲盒销售的产品设计几百个品类。笔者身边不少大学生每个月花在购买各色盲盒上面的开销金额超过生活开支,有的类别、款式、系列的盲盒动辄数万元乃至数十万元。作为一种特殊的营销模式,盲盒营销在国内不论是中华人民共和国建立前还是上世纪九十年代前后都已出现,但其演变为如此大规模的市场还是第一次,也具有了极大的社会影响力。

盲盒经济的最大问题,是消费者以获取的盲盒内放有价值超过盲盒购入价格的隐藏IP或限量版产品为目的购买盲盒的行为,具有典型的射幸行为属性,即构成赌博行为,而概率即为给盲盒产品带来赌

博属性的根本原因,和左右消费者权利的关键,这也是盲盒引发诸多社会、经济问题的起始点。有关方面应对这一特性加以严格限制,切实维护消费者合法权益,净化市场秩序,敦化社会风俗。

目前造成盲盒产品具有过度赌

盲盒经济须规范

殷骏

博产品属性的直接原因,是其产品外包装上未标注获得隐藏IP或限量版产品的概率。

鉴于盲盒经济所具有的上述潜在风险,我们认为可以采取下列措施——

第一是参考限制高利贷的做法,出台细则,为“盲盒产品抽中获得隐藏IP或限量版产品乃至中奖的概率”以及溢价率设定合理上限;第二是不妨借鉴文旅部针对采取随机抽取方式提供虚拟道具和增值服务的网络营销行业的规定,即要求在盲盒产品的外包装上显著位置公示随机抽取的

相关信息,尤其是标注获得隐藏IP或限量版产品乃至中奖的概率,并且要求商家保证该信息真实有效;第三是建议在中小学数学、心理课程或者兴趣培训课程中增加关于概率的简单知识,例如方差与期望、独立事件、相关和因果、幸存者偏差、聚类幻觉等,消除中小学生对概率论因未知而可能产生的好奇心和猎奇心理以及错误的基本认知,而到了大学阶段,建议由思政或相关专业教师开设培养、塑造学生健康、理性购物心理的相关课程。第四是在二手盲盒售卖平台上,通过技术手段对未成年人或经济未独立人群购买盲盒的行为进行限制,规定须短信提示其监护人或父母并未经其同意方可购买,否则不予成交,违反这一规定的商家予以相应惩罚。

另外,建议在小学、中学尤其是高校中开展一次全覆盖的调查,系统、完全地掌握各学段、各年级、各专业、各班级学生参与盲盒经济的情况,对可能或已经沉迷其中的学生应做到早发现、早干预,及时介入,及时制止。



边看边聊

窑变

金玉明

一块泥坯
历经揉捏、击打、旋转、晾干

足以成罐
盛装丰收
如果再施以釉色
去鸿门宴这般不确定

里
淬火
像凤凰传奇

话题回到战场
刀剑铿锵
那些最终成为将军者
高头大马上
俯视的一定已是疮痍
在时光深处

定格为传承而来的古迹

那些没有经历过生死未卜的
有何资格
接受膜拜
一场战事的牺牲中
站立起来才是王侯将相

这只瓶
与火的殊死浴血
成就流芳百世

沛公赴宴
如同一个未知未来的瓶

有些当时的无意
以今天的立场
其实是必然

从前几篇文章的分析可知,就治疗力度的控制而言,《黄帝内经》虽然对应用性力偏强或者强烈的药物治病时,皆不主张尽去疾病,但在使用“谷肉果菜”的食疗时,也提出了治病应该彻底的主张。《神农本草经》则明确主张不论药性之强弱,治病概以全部去除为尺度的观点。可见两者的差异是明显的。对此应该如何解读呢?我们需要再接着学习中医的临床学经典——《伤寒杂病论》,看看它在治疗力度的控制方面是如何论述的。

《伤寒杂病论》(包括《伤寒论》与《金匮要略》)中对于如何控制治疗力度的问题并没有专门的论述,相关内容都是分散出现在书中所列方子后面的使用注解(术语谓“方后注”。以下简称“注”)中。另外,对同一问题的注解用了较多不同的表达方式,其中对后世影响最大的是下面条文中笔者标注着重号的两句话,分别是:《伤寒论》第247条麻子仁丸注,“饮服十九丸,日三服,渐加,以知为度”;《金匮要略》中百合地黄汤注,“分温再服,中病勿更服”。

先分析“以知为度”此句中“知”的确切含义。近人对此的解释主要有有

效、显效或含糊的“一定程度”的好转数种,较少当作痊愈理解的。那么仲景的本意究竟是哪一种呢?我们只有通过原著的细致分析才能得出符合作者本意的正确解答。《伤寒杂病论》中在某个方子后的注解中直接用“知”来表示治疗尺度的虽非个别,但并不常见,更多的是用其他的文字与方式来表示。总括如下:一、用表示痊愈的“知”字直接表示。除上文所引的麻子仁丸之注外,还如《金匮要略》中赤丸的注曰,“先食酒饮下三丸,日再夜一服,不知,稍增之,以知为度”。乌头汤注曰,“服七合,不知,尽服之”。二、用标志疾病是否痊愈的症状表示。如《伤寒论》第208条大青龙汤注曰,“一服汗者,停后服”。第212条的大承气汤注曰,“若一服利,则止后服”。第76条栀子豉汤注曰,“得吐者,止后服”。第213条小承气汤注曰,“若一服谵语止者,更莫复服”。《金匮要略》中葵子茯苓散注曰,“日三服,小便利则愈”。续命汤注曰,“温服一升……不汗更服”。三、用表示疾病痊愈之义的不同文字表示。如《金匮要略》中甘草粉蜜汤注曰,“温服一升,瘥即止”。茯苓杏仁甘草汤注

曰,“日三服,不瘥更服”。《金匮要略》白头翁汤注曰,“温服一升,不愈更服”。生姜半夏汤注曰,“日三夜一服。止,停后服”。红蓝花酒注曰,“顿服一半,未止再服”。《伤寒论》第101条曰,“伤寒中风,有柴胡证……若柴胡证不罢者,复与柴胡汤”。第104条柴胡芒硝汤注曰,“分温再服,不解更作”。第152条十枣汤注曰,“若下少病不除者,明日更服,加半钱”。第306条桃花汤注曰,“若一服愈,余勿服”。四、把标志疾病痊愈的症状与表示痊愈的文字结合在一起共同表示。如《金匮要略》中木防己加茯苓芒硝汤注曰,“分温再服,微利则愈”。《伤寒论》中桂枝汤注曰,“如一服汗出病瘥,停后服,不必尽剂”。

在比较了上述四种表示治疗尺度的不同方式后,我们可以明确地看到,后三种形式所表达的都是治病要以痊愈为尺度的意思。再可以用类似下面这样的语句来佐证,“不知,稍增之,以知为度”;“止,停后服”;“未止再服”;“若病重者,一日一夜服,周时观之,服一剂尽,病证犹在者,更作服”,说的都是治病要求彻底的意思。可

何单一品种的鲜度和“混搭”要差得多。多年买汰烧的经验告诉我,鱼越大鱼肉越厚就越难以入味,而杂鱼因体积小,浸润在汤汁里,一口一条是满口完整的鱼的鲜香,不仅不串味儿,而且每种鱼在铁锅中猛火的冲击中,里应外合交融着把黄酒、葱姜、蒜头香味的激活,各类鱼鲜在热量里交融、渗透和碰撞,争先恐后地为合味至鲜尽情释放出悠长的一味。因为小而杂,绝对是属于浓缩的精华版,这不是1加1等于2而是大于3,大于4,你只要看看饭桌品尝杂鱼的食客在袅袅升腾的鱼香中陶醉的面容,盆里如雨点的筷头,就一清二楚了。杂鱼吃完后,杂鱼的汤汁也是鲜香浓郁的。每人盛上新米饭一碗,汤汁沿着

鱼香袭人海杂鱼

金洪远

一会儿,那一盆撒着点点葱花和辣椒丝的红烧海杂鱼便端上了桌面,色泽靓丽不说,那海鱼独有的香喷喷的气味萦绕鼻端,尤为吊人胃口,这叫鱼香袭人。盆中码放的杂鱼我识得有梅子鱼、小鲳鱼、海鲈鱼和海鲻鱼,还有二三类似“跳跳鱼”和海虾间杂其中。杂鱼非常新鲜,尝其肉,新鲜滑嫩,汁多味美鱼香便在舌尖上蔓延开来,果然生猛。老板娘笑着介绍,他们家进的杂鱼是亲戚从附近的白沙湾捕捞来的,送到店里还活蹦乱跳哩。因为食材新鲜,加之野生,那香味当然扑鼻而来,叫人欲罢不能而大快朵颐。说句大实话,海杂鱼不新鲜,烹饪技艺再好也是白搭!我至今还闹不明白,同样是海鱼,为

近年来,诸多媒体和坊间流行着一首颇有劝诫人生意味的歌谣——《宽心谣》,传说是赵朴初先生92岁时作。后来,一部反映亲情的电视剧《孝子》的片尾曲,即改编自《宽心谣》,并流传开来。

赵朴初先生是我曾经工作过的上海市继光高中的杰出校友,上世纪20年代他在被誉为“民主堡垒”的麦伦中学(继光中学前身)任国文教员,前后大约两年时间。2008年1月,我随上海市继光高级中学校庆筹备组一行人,赴北京赵朴初先生家拜访了他的夫人陈邦织女士。谈话期间,座中有人特地问陈邦织女士:“《宽心谣》是否赵朴老所作?”陈女士非常肯定地回答:“不是他写的!他在世时,他在合肥的表妹就问过他,‘是你作的吗?’他说‘不是’。”

其实,这种误传,赵老生前就已耳闻,只是他觉得不愿也不必公开辟谣罢了。他说:“只要有人喜欢,就随他去吧。”可见赵朴老的襟怀之宽。

当下世风趋奢,争名夺利者不乏其群。常听说“压力山大”,而这种压力常常是名缰利锁逼出来的。压力之下,就不知道德与健康为何物了。于是,人们崇尚淡泊达观,重视自我的道德修养,以保持宽厚、豁达、积极向上的态度来维持平衡的心理状态。而伪作《宽心谣》正好满足了人们这种渴求一种平衡的心态,便很快流传开来,好像也没有什么不好。

《宽心谣》,又名《老糊涂歌》,在老年人当中流传着多种版本。它以七四四句式,从吃穿、待人接物等方面劝慰世

人要拥有一种乐观看淡的生活态度。

其实,这种套路的歌谣,古人早已写过。明朝郁逢庆就写过这样格式的歌谣:

此老粗疏一约徒,服也非儒,形也非儒。原来只为酒糊涂,朝也村酣,暮也村酣。胸中文墨半毫无,名也何图,利也何图。烟波染就白鬓须,出也江湖,处也江湖。

因而,借重名家以传其书,用后世名家的声望来提高自己作品的影响,以求流传之广与远,这种伪作古今皆有,不必奇怪。

据说,这首歌谣是上世纪九十年代初由山东流传至北京的,流传者以为一旦附会到名人名下,就不愁不朽!实际上,这是想多了。自古及今,民间歌谣口口相传,甚至成为经典也不在少数。靠蹭名人流传作品,实在是不够自信的表现。流不流传,还是要文质本身与时间来决定的。

附:《宽心谣》——

日出东海落西山,愁也一天,喜也一天。遇事不钻牛角尖,人也舒坦,心也舒坦。每月领取养老金,多也喜欢,少也喜欢。少荤多素日三餐,粗也香甜,细也香甜。新旧衣服不挑剔,好也御寒,赖也御寒。常与知己聊聊天,古也谈谈,今也谈谈。内孙外孙同样看,儿也心欢,女也心欢。全家老小互慰勉,贫也相安,富也相安。早晚操劳勤锻炼,忙也乐观,闲也乐观。心宽体胖养天年,不是神仙,胜似神仙。



弄口烟纸店 (剪影) 李建国

见,前面的理解是正确的。由此就可确定:“以知为度”中的“知”应当作为痊愈来理解;也由此而可以明确:后人将表示古人治病神奇的所谓“一剂知,二剂已”中的“知”理解为有效、显效等意思,显然都是失当的。

通过对“知”的分析,自然也就可以对“中病勿更服”此句中的“中”字作出痊愈而非有效或显效等的解读了。因此,近人中将对“中病即止”之“中”字解读为点到为止之意,显然更是失误。

《黄帝内经》中在治疗力度的控制上之所以原则上不以完全解除疾病为标准,是因为基于不论药物偏性之强弱都会或大或小地损害人体正气这一认识。那么张仲景主张治病应该全部解除的依据,是不是因为他所用药物的偏性都不强烈呢?显然不是。中医自古就把一些药性猛烈之药称为“虎狼之药”,如生附子、生麻黄、生桂枝、细辛、生大黄、生石膏等,而这些恰恰正是仲景救危扶倾的当家之药。

由上可知,治疗力度

的控制不以药物偏性的强弱为依据,而只以完全解除病证(或病因)为尺度。这不仅是《神农本草经》的观点,同样也是《伤寒杂

病论》的主张。那么《黄帝内经》为什么在这方面的基本原则会跟上述两者存在明显不同呢?究竟谁更合理呢? (待续)

母亲之问

何鑫渠

母亲生前爱问我:“为什么水果店里的伙计不懂水果,生意还蛮好?”这个问题我回答不了。按理母亲应该能回答的——外公外婆开水果店,母亲从小在店里帮工;她退休后与我一起在上海三林塘居住,不到百米的上浦路上竟然有三家水果店,母亲经常去买水果。她去水果店爱探究不同品种的特色和区别,但对对方往往一问三不知,所以母亲疑惑:既然水果店里伙计不懂水果,为何生意还蛮好?结论似乎是:如果店里伙计懂水果,生意应该更好了。其实,我也有不少问题不得其解。天目笋干产自我

长期工作生活在海滨小城,近水楼台先得月,各类鱼鲜品尝了不少。每逢周末,小城的饭店生意奇好,河鱼海鱼是食客必点的看家菜。就菜式而言,各家饭店各有烹调秘诀,但在我们几个老吃客的感觉里,当数位于纬八路那家小饭店的海杂鱼的味道,按照人称美食家吴先生的口头禅,“顶脱了”!印象里那家小饭店就四张桌子,每次去吃客都像“涨潮”一样,似乎是约定俗成,每张饭桌都少不了一盆红烧海杂鱼。按照吴先生开导我的话是:地鲜莫过于笋,河鲜莫过于鱼,鱼鲜莫过于海杂鱼。伊是朋友中公认的吃货老饕,吃多识广,应该不会错。

记得第一次品尝海杂鱼,是吴先生领着我们几个同事去的,不消

美食

七夕会

七夕会,伴着吃,刹那间风卷残云见了底,适时才依依不舍地放下碗,咂吧着嘴巴,似乎鲜香还意犹未尽。

有点感慨,这旁人看来不起眼,甚至有点不屑一顾的小而杂的海鱼怎么经过厨师的奇思妙想,一经混搭,一下子蜕变为人人人爱的至鲜美味,而且念念不忘?这是大海奉献人间的最美最鲜的馈赠。

小饭店海杂鱼的美味,已成了渐行渐远的记忆。有时兴致上来,我也会在家里操弄红烧海杂鱼为孩子换换口味解解馋,不知什么缘故,那鱼香的滋味似乎和记忆里的感觉要差上几个档次。唯一欣慰的是,嘴巴很刁的孙子女品尝后的即席点评:爷爷,依烧的红烧海杂鱼香喷喷,真好吃!

插入落户的杭州临安天目山,与天目云雾茶、昌化山核桃并称“天目三宝”。从前天目笋干分为焙熄、扁尖、肥挺、秃挺、小挺、直尖六类。焙熄与扁尖差别不大,故上海人就将扁尖来统称天目笋干。我朋友是吃货,有一次我们同去西天目山,他一定要买“焙熄”,但山农回说“只有统货”,于是,彼此都是一脸苦笑。山农说:“我把焙熄卖给你,剩下的给谁?”我朋友说:“我只要焙熄,你把统货卖给我做什么?”我很疑惑:以前吃笋干人少,但市场仍要分成六个等级;现在吃得人多了,怎么只有统货了呢?