

GIO 华兴控股

華興人

华兴商道 财富共享

· 2018.05 ·



电影《肖申克的救赎》里有一段著名的台词，“这里的高墙很奇怪，刚开始你讨厌它，慢慢的你适应了它，再后来你就离不开它了。这就是制度化。”台词中的高墙，其实和我们的工作也很相似。因为绝大多数人每天干的事情都差不多，开始的时候你可能有激情，想要把工作做好，但时间长了你的激情也就没了，慢慢变成了当一天和尚撞一天钟。如果说在电影里这叫做被制度化了，那么在现实中可以称为被常规化了。

一个人没了激情，很大的原因就在于他没有明确个人目标。在《肖申克的救赎》里，为什么安迪没有像其他人一样被制度化？因为他有一个目标，那就是离开这个监狱。在现实中我们对工作失去了兴趣，也是由于我们没有一个目标。

心态非常重要，它决定了一个人的执行力是否是由内而外的。当一个人拥有积极的心态，在遇到危机或意料之外的工作时就会保持镇定，并把这些当成有趣的挑战；如果每天都是例行公事，他肯定觉得厌倦，会积极寻求不稳定和不可预测的事情。

如果说心态和工作方法是提高执行力的软件，那么学习就是提高执行力的硬件。高效率的生活来自于科技的进步，而高效率的工作源于对丰富知识的掌握。

GIO 华兴控股集团联合创始人、CEO

BUSINESS ROAD GIO WEALTH SHARING

GIO 华兴控股

主办 Host:

GIO 华兴控股集团 GIO Holding Group

地址 Address:

北京市朝阳区永安东里甲3号院1号楼德润大厦B座9层

Floor 9 Tower B Derun Building No.3 Yong An Dong Li, Chaoyang District, CBD, Beijing, China

邮编 Post Number: 100022

电话 Tel: 010-65699866

网站 Web: www.hxkgjt.com

总编 General in Chief:

葛小松 Ge Xiaosong

编委会主任 Editorial Director :

张钟玮 Zhang Zhongwei, 季鹿颖 Ji Luying

专家顾问 (排名不分前后)

吉姆·罗杰斯、卞洪登、陈敏、魏庆辉、张燕生、马晓河、王广谦、王国刚、刘世锦、刘慧勇、李德、李扬、张汉亚、张长春、周其仁、陈东琪、贾康、李连仲、何力生、杨丽、姜振东

主编 Chief Editor:

张蕊、邢磊、闫国荣、付敏

投稿邮箱 E-mail Submission:

zhangrui@hxkg.cc

编辑部电话 Editorial Department:

010-65699866 转 8013

目录 Contents

卷首语	01
企业文化	04
企业动态·新闻速递	05
企业动态·华兴荣誉	
集团总裁葛小松	08
荣获中国政法大学“优秀校友”称号	
专家观点	
众企业家齐聚人民财经： 关注发展诀窍 不忘社会责任	10
行业观察	
赵其国： 我国须走生态高值农业之路	11
刘俏： 中国金融学理论创新的新时代机遇	15
华兴公益	
GIO 华兴控股集团植树月活动圆满举办	18
品味·生活	21
好书推荐	44
华兴人	
浅谈旅游景区与文化 IP 的结合	45



华玺财富
HUAXICAIFU

一心为您 实现财富梦想

提供横跨银行、保险、证券、公募基金、私募基金等金融资本市场的理财配置方案



GIO 华兴控股

GIO 华兴控股集团是一个富有理想和激情的团队，充满着追求创新的进取精神和蓬勃向上的朝气。开拓创新是公司发展永恒的原动力。公司未来广阔的发展空间，是员工最好的职业平台。

公司为员工提供可持续发展的机会和空间，努力创造公平竞争的环境。只要你付出思考和努力，虚心学习，不断进步，最终你必会获得公正评价。更重要的是，这种善于学习的心态本身就是获得成功的要素。

团队意识与强烈的事业心是公司力量不竭的源泉。你会发现个人的聪明才智只有融入团队才会获得更好的发挥、才能取得更大的成就。以公司共同目标和整体形象为前提，公司提倡个性发挥，为员工提供广阔的发展空间。我们期待看到你在这和谐、理想而富有激情的环境中一展才华，和公司一起成长。

企业理念：

诚信合作，开拓创新，人才是公司的生命

核心价值：

通过不断地创新和提高，为客户创造价值

经营宗旨：

遵纪守法、诚实经营、以人为本、尊贤重仕、居安思危、追求卓越

企业精神：

信誉至上、开拓创新、坦诚待人、共创共赢

服务理念：

精心投资、协同共赢

企业口号：

华兴商道，财富共享



GIO 华兴控股集团总裁葛小松出席第二届人民财经高峰论坛

1月24日，总裁葛小松出席了由人民网举办的第二届“人民财经高峰论坛”。来自政府部门及社会各界的精英代表、专家学者围绕“建设现代化经济体系”等议题建言献策，探寻经济改革发展思路。



GIO 华兴控股集团联合人民网以质量投资打造质量品牌

GIO 华兴控股集团与人民网于1月24日共同启动了“中国质量品牌计划”，将为建设质量强国、实现“三个转变”，凝聚共识营造良好舆论氛围。



GIO 华兴控股集团联合北大光华开启2018MBA 整合实践项目

3月18日，2018年北京大学光华管理学院MBA整合实践项目启动仪式在光华管理学院1号楼成功举办。本年度北大光华MBA整合实践项目由北京大学光华管理学院MBA项目主办，GIO华兴控股集团联合主办。



GIO 华兴控股集团与中国新兴集团签署战略合作协议

3月15日，GIO华兴控股集团与中国新兴集团签署了战略合作协议，集团总裁葛小松、总裁助理师伟恒、中国新兴集团总经理刘昆、战略科技发展部总经理刘卫、法律审计和风控信息部总经理刘启等出席了本次签约仪式。



智能科技基金联盟项目遴选会在 GIO 华兴控股集团总部成功举办

3月30日，智能科技基金联盟项目遴选会在 GIO 华兴控股集团总部举行，联盟成员 GIO 华兴控股集团、知投资本、中证机构间报价系统股份有限公司、蔚亭资本、北京大数据研究院等出席了遴选会。



GIO 华兴控股集团植树月活动圆满举办

3月30日，集团举行了植树月活动。解放军原总后某部政委赵立新、解放军原总后机关局长王叶青、副总裁姜振东，以及四十多位华兴人前往西柏坡参加了本次活动，并参观了西柏坡华兴幼儿园和西柏坡纪念馆。



北大光华 MBA 实践项目组师生到访 GIO 华兴控股集团总部

4月8日，北大光华 MBA 整合实践项目小组师生一行到集团总部进行了企业参访，与集团总裁葛小松就集团新开发的新疆福海景区（乌伦古湖）的可持续性建设这一课题进行了热烈的讨论。



GIO 华兴控股集团联合北大光华开启 MBA 整合实践项目新闻登上中华工商时报

4月13日，中华工商时报报道了 GIO 华兴控股携北大光华开启 MBA 整合实践项目的新闻。文章称，GIO 华兴控股已连续 3 年参与北大光华 MBA 整合实践项目，第二次成为该活动的联合主办方。



GIO 华兴控股集团总裁葛小松出席中国艺交所艺术银行签约仪式

日前，GIO 华兴控股集团、中国工艺美术品交易所有限公司、南京尚佛隽文化产业投资合伙企业、苏州极目机器人科技有限公司就艺术银行合作项目在中国艺交所举行了项目签约仪式。



GIO 华兴控股 & 北大光华全国公开课干货：“驾驭创新”与“数据智能驱动企业发展”

5月13日，北大光华管理学院“MBA&MSEM 全国公开课”北京站开讲，光华最大的301报告厅已被听众们的热情所震撼，此次公开课由北京大学光华管理学院主办，GIO 华兴控股集团联合主办。



集团总裁葛小松荣获中国政法大学“优秀校友”称号

5月16日，“中国政法大学建校66周年暨优秀校友表彰大会”在中国政法大学昌平校区隆重举行。GIO 华兴控股集团总裁葛小松出席了此次活动，并荣获“优秀校友”称号。



GIO 华兴控股集团与中船重工签署战略合作协议

5月18日，集团总裁葛小松在杭州与中国船舶重工集团公司第七一五研究所副所长蔡其文签署战略合作协议，一同出席此次签约仪式的还有集团董事梁宝林、卞洪登以及中国船舶重工集团公司第七一五研究所党委书记饶起。



集团总裁葛小松

荣获中国政法大学“优秀校友”称号

5月16日，“中国政法大学建校66周年暨优秀校友表彰大会”在中国政法大学昌平校区隆重举行。中国政法大学党委书记胡明教授，中国政法大学副校长、校友总会会长冯世勇教授，中国政法大学校友总会秘书长杨杰老师，中国政法大学学校办公室主任李秀云老师，以及专程从美国、韩国、台湾、香港及内地各省特地赶来的年度优秀校友、星级校友分会、优秀校友工作者代表出席了本次大会。GIO 华兴控股集团总裁葛小松在昌平分公司行政主管闫艳陪同下出席了此次活动，并荣获“优秀校友”称号。



中国政法大学建校 66 年以来，为国家培养了各类优秀人才 20 余万人，是国家法学教育和法治人才培养的主力军，参与了自建校以来几乎国家的所有立法活动，引领着国家法学教育的创新、法学理论的革新和法律思想的更新，代表着国家对外进行法学学术和法治文化交流。同时，学校多学科和跨学科的人才培养模式也为社会输送了一大批人文社会科学高级专门人才，成为国家政治、经济、社会、文化等领域人才培养的生力军。

在本次表彰大会上，GIO 华兴控股集团总裁葛小松被评选为中国政法大学优秀校友。致辞中，葛小松总裁向法大的领导和老师表示了感谢。他提到，GIO 华兴控股集团是一家金融投资控股集团，涉及农业、地产、文化旅游、生物医药、股权投资、基金管理等众多业务。

对于我们来说，拥有一个法制健全、监管到位的市场环境至关重要。因此近几年 GIO 华兴控股集团积极寻求与中国政法大学的合作，共同成立了全国首家互联网金融法律研究院。通过合作让我深刻体会到，和对的人做对的事，才是成事之道，才能为我们的行业、我们的社会创造更多价值。

葛小松还表示今后将尽最大所能，支持中国政法大学的发展与建设，持之以恒的为我国法制建设做出贡献，培养更多适应未来的优秀法学人才。也希望今后法大能向大家介绍更多的优秀校友，鼓励大家与法大共同成长。最后，葛小松祝愿中国政法大学越办越好，桃李满天下；祝愿我们的社会法治昌明，肺石风清。

2015 年，GIO 华兴控股集团与中国政法大学联合成立了国内首家互联网金融法律研究院，在此之后，GIO 华兴一直与中国政法大学保持着密切的合作关系。2016 年，集团总裁葛小松荣获法大颁发的“杰出教育贡献奖”，以表彰葛小松对法大教育事业做出的贡献。在葛小松看来，高等院校不仅是培养中国未来人才的摇篮，更是许多科研成果和学术理论的诞生之地。因此近年来葛小松总裁一直坚持发扬教育公益理念，积极推动 GIO 华兴控股集团与国内高等院校的合作，通过信息与资源的共享，助力高校教学与研究事业发展，为中国经济的腾飞贡献一份力量。



1月24日由人民日报社指导、人民网主办，主题为“中国经济新时代”的第二届“人民财经高峰论坛”24日在人民日报社举行。在当天下午举行的分论坛上，来自零售业、投融资界、重工业、共享企业和人工智能等领域的多位企业家就“跨越关口，建设现代化经济体系”主题进行了热烈的探讨。

专家观点：副总裁卞洪登表示，GIO华兴控股集团在“一带一路”留下了诸多足迹，之所以能在七年内发展出1600亿的资产，并不仅仅是依托“地利”的缘故，还在于善用“巧劲”。以小见大，四两拨千斤，是其投资诀窍。以新疆阿勒泰的福海为例，尽管地处偏远，但其丰富的渔业、矿石资源均预示着潜在的经济增长点。再加上华兴的少量投资，将旅游资源开发成型，形成锦上添花之势。“我们只做99度加1度的事！”他介绍，GIO华兴的投资标准主要基于对当地资源经济潜力优劣的敏锐把握。

在这种思维下，GIO华兴常常做出一些诸如重走玄奘路和沿海丝路行等等在其它企业眼中的“傻事”。卞洪登说，经过长途跋涉，发现了数十个无人问津但极有潜力的项目。如同企业前进脚步不能停歇，他们这种发掘潜力项目的“傻事”也不会停止。

赵其国：我国须走生态高值农业之路

文 / 赵其国

近期热播电视剧《天下粮田》，让粮食、农田、农业等相关话题再度走红，同时也成为大众较为关心的话题。而早在2010年，中国科学院院士、中科院农业科技领域发展路线图研究组组长赵其国就提出，发展“生态高值农业”是应对未来农业巨大挑战、实现农业持续发展的一项最重要的创新举措。

现代可持续发展的方向

赵其国说,未来我国农业发展面临巨大机遇和挑战。在机遇层面,农产品市场的扩张、农业比较效益的提高、农业生产结构的改善和农业科技的发展等,都将为中国来农业发展提供难得机遇。

基于此,“生态高值农业”的概念应运而生。赵其国说,“生态高值农业”是包括生态农业及环境与农产品高产、高质、高效及科技、市场、产业经济价值相结合的总概念,是现代农业可持续发展的方向。

赵其国说,“生态高值农业”是充分应用现代及未来新能源、新材料、新装备以及新信息技术、生物技术等武装起来的农业高新技术体系与生产模式,其宗旨

是在确保生态环境友好的前提下,通过提高农业科技内涵和提高农业生产管理水平实现农业产业的高值化,从而大幅度提高农业生产能力、产业化水平、竞争力和比较效益。

五方面进行技术创新

根据我国“生态高值农业”技术支撑与需求现状,赵其国分析,目前应主要从以下几个方面进行技术创新。

第一,无公害农产品种养殖技术。主要包括环境友好型肥料、生物性农药、病虫草害生物防治、可降解农膜、废弃物资源化利用、污染物处理技术等。

第二,农产品加工技术。进一步提升营养水平和商



品化水平的高附加值加工技术及相应加工设备的研制。

第三，我国传统农业精华。充分挖掘和整合我国传统与常规农业中的经验及技术精华，整合合理轮作和间套复种、保护性耕作、病虫综合控制等技术，形成一整套生态化种养殖业技术。

第四，标准化生产体系。重点就生态化物料投入、生态化种养殖业、无公害产品加工、产品营销等过程的技术规程、标准等进行规范化研究，为我国“生态高值农业”的规范化和国际化奠定坚实基础。

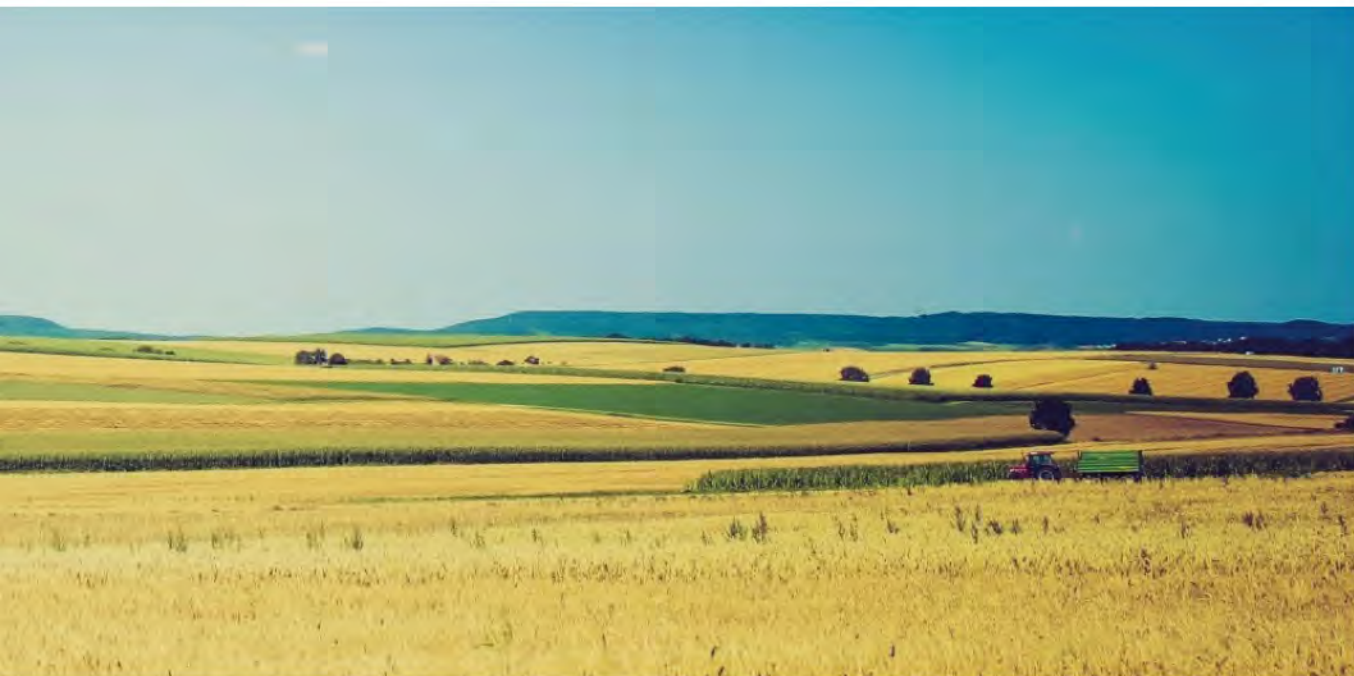
第五，高新农业技术。目前主要表现为生物技术支持下的分子育种技术、全球卫星定位支持的精确农业技术、可降解塑料生产的农用薄膜、害虫的性引诱技术、

新型纳米材料制作的控释肥生产、新型微生物制剂等。

2050 年进入“生态高值农业”时代

根据预测，未来 40 年，除大米和小麦需求会出现先缓慢增长后下降的趋势外，其他农产品将出现不同程度的增加。例如，奶制品需求将增长 6 倍以上，水产品需求将增长近 3 倍，畜产品、饲料粮、水果、食油和纤维总量需求将增长 1.5 ~ 1.6 倍，蔬菜和食糖需求将分别增长 75% 和 1 倍。

除食品安全外，农业的比较效益不断下降，生态环境压力日益严重，全球不确定性因素对农业发展的影响日益明显，农业本身也面临减排温室气体的压力，发展“生态高值农业”已刻不容缓。



赵其国说，要通过构建“生态高值农业”产业体系，不断满足国内日益增长的农产品总量需求以及质量、安全和多功能需求。

“生态高值农业”建设的核心任务是实现农业生物质资源、水土资源和废弃物资源的生态高值化利用，实现农产品的生态高值化生产，实现产后生态高值化加工及其市场化。

赵其国分析说，“生态高值农业”产业体系主要包括农产品安全、可持续农业、智能农业和高值农业建设四个方面。

(1) 在农产品安全方面。至 2050 年，实现覆盖全基因组的基因时空表达、翻译、修饰和调控技术，通过分子模块的耦合对动植物个体实行全基因组优化组装，从而创制出智能品种，肉蛋奶等人均占有量增加 1 倍以上，全面实现农产品优质化、营养化、功能化、高营养及功能型农产品占比提高 50% 以上。

(2) 在可持续农业方面。至 2050 年，实现农业生态系统持续良性循环，多功能安全高效肥料占 30%，生物农药用量占 30%，稻麦等 C3 作物光能利用率提高到 2%；土肥水综合利用率提高 30%。

(3) 在智能农业方面。至 2050 年，生产流通全程信息服务覆盖到每个生产和流通单元，实现全国农业资源和产量动态监测和预报，智能温室、人工养殖业基本实现精准化管理，东北和新疆 70% 的种植业实现精准化作业，黄淮海平原、长江中下游 40% 的种植业实现精准化作业，其他地区 20% 的种植业实现精准化作业。

(4) 在高值农业方面。至 2050 年，形成农业高值转化的产业体系，形成景观优美、功能多样、城乡一体的服务型农业产业体系。

赵其国认为：“解决世界经济发展所面临的人口、资源、环境这三大难题的根本出路在于实现经济的可持续发展。我国农业的现代化必然是现代化的‘生态高值农业’。”

刘俏：中国金融学理论创新的新时代机遇

文 / 刘俏

1月8日，北京大学光华管理学院院长刘俏教授在《人民日报》学术版“大家手笔”栏目发表文章《中国金融学理论创新的新时代机遇》。刘俏教授指出，中国特色社会主义进入新时代，对金融学研究提出亟待破解的重大问题，带来激动人心的理论创新机遇。

改革开放以来，我国金融快速发展，创新举措层出不穷。金融的快速发展不仅为经济长期繁荣提供必需资金，也为中国金融学发展提供丰富研究素材。中国特色社会主义进入新时代，金融实践和社会经济发展中产生的问题交汇在一起，在对金融发展提出新要求的同时，也对金融学研究提出亟待破解的重大问题，带来激动人心的理论创新机遇。

定义并建设符合中国国情和经济社会发展阶段的高质量金融。金融的本质是把资金需求方和供给方以简单、直接、透明、有效的方式连接起来，服务实体经济。长期以来，受“金融发展必然促进经济发展”的金融深化理论影响，不断扩大金融资产规模被普遍认为是发展金融、繁荣经济的必然途径。然而，随着我国经济由高速增长阶段转向高质量发展阶段，资金脱实向虚、“融资难、融资贵”等问题反复提醒我们，更多的金融并不意味着更好的金融，规模并不是一个好的衡量金融发展的指标。例如，增加的货币供给及攀升的企业和地方政府债务也可体现为金融资产规模的扩大，但这种规模扩大如果超

出合理限度，就会破坏经济发展。又如，实体企业以产融结合之由大举进军金融业也能带来金融资产规模快速扩大，但这不仅会加剧金融领域的低质竞争，致使金融中介效率低下，而且会导致金融对实体经济投资的挤出效应。因此，金融结构是否合理、金融服务覆盖是否广泛、金融中介是否有效率等才是衡量金融发展水平更为重要的指标。新时代的中国金融学研究应深入回答以下问题：我国合理的金融规模是多大？什么样的间接融资与直接融资比例更有利于提高资本使用效率和劳动生产率？怎样把金融业附加值占 GDP 的比例降到一个合适的水平？产业和金融结合的适当边界在哪里？等等。

提升我国金融资源配置效率。金融是国民经济的血脉，是现代经济的核心，是资源配置的枢纽。除了融资，金融体系的另一重要职能是价格发现，即提供反映市场供求关系和金融资产风险水平的统一定价。这就是经济学中的一价定律。如果违背一价定律，就会产生套利或寻租机会，降低资源配置效率。由于发展阶段等原因，违背一价定律的现象在我国还大量存在，由此带来一些

寻租行为和金融乱象。例如，刚性兑付或者软预算约束的存在使得金融机构和企业的风险溢价不能得到合理估值，这些机构乐于通过不断融资来实现规模上的突破。这不仅降低投资效率、增加金融系统性风险，而且使得我国迟迟不能形成市场化的收益率曲线，难以形成给风险资产定价的“锚”；上市公司“壳”价值的存在，同一企业 A 股和 H 股价格的背离，也都是对一价定律的违背。梳理林林总总的违背一价定律的现象，找到消除它们的方法并付诸实施，将为金融学提供众多重要研究课题。再者，信息不对称导致的建立信任成本高昂是中小企业融资难的主要原因，也是发展普惠金融、绿色金融和消费金融面临的巨大瓶颈。金融如何与大数据、人工智能和区块链等新兴科技深度融合，大幅降低建立信任的成本以提高资源配置效率，也迫切需要金融学研究去破题。

提炼独具特色的中国金融实践经验，构建辐射世界的中国金融理论。过去 40 年，我国金融领域改革者和实践者不囿于陈规俗见的约束，创造了大量独具中国特色

的实践经验。例如，以开发性金融为代表的金融实践，通过对国家信用的证券化来获得资金，以保本微利为目标，采用市场化手段实现国家战略；在金融不断对外开放的背景下，采取进退有据的金融开放策略，建立审慎的监管框架，防范系统性金融风险，稳健驾驭人民币汇率形成机制、对外开放和减少资本管制这“三驾马车”，为我国经济社会发展营造了比较稳健的货币政策环境；在经济早期资本严重缺乏时，地方政府创造性地把土地的未来收益“证券化”，以房地产投资和城镇化促进经济增长……这些独具特色的金融实践既符合中国特定发展阶段的特点，又蕴含现代金融学的激励相容理论和通过证券化实现价值的跨时空交换等智慧。提炼这些金融实践经验，形成具有中国特色的金融学理论，为解决人类面临的共同挑战贡献中国智慧，对我国金融学研究来说，不仅是亟待研究的重大课题，也是必须承担的重要使命。



GIO 华兴控股集团 植树月活动圆满举办

3月30日，GIO华兴控股集团举行了以“用行动改善环境，用绿色传承希望”为主题的植树月活动。解放军原总后某部政委赵立新、解放军原总后机关局长王叶青、GIO华兴控股集团副总裁娄振东，以及四十多位华兴人前往西柏坡参加了本次活动，并参观了西柏坡华兴幼儿园和西柏坡纪念馆。

此次来到华兴幼儿园，我们为小朋友带来了图书和零食，赵立新政委亲笔题写了“希望之星”，以此祝愿小朋友们茁壮成长，日后成为祖国的栋梁之才。随后在杨园长的带领下，几位领导和华兴人参观了教室，并与小朋友们亲切互动。

自 2015 年西柏坡华兴幼儿园揭牌落成以来，集团本着“发扬革命精神，培养未来希望”的公益理念，每年都会来幼儿园看望孩子，并为幼儿园解决困难。如今，我们看到了幼儿园越办越好，看到了孩子们在阳光下健康成长，而这正是 GIO 华兴控股集团关注教育公益事业的初衷。

下午，华兴人一行跟随导游参观了西柏坡纪念馆，其中中共中央旧址曾是中共中央和解放军总部所在地，毛泽东，刘少奇、周恩来、朱德、任弼时等革命领导人曾在此居住，建国前的许多中共中央重要会议在此召开，包括三大战役在内的一系列战役在此运筹和指挥，毛泽东的几十篇光辉著作也正是诞生于此地。

泥砖垒砌的平房、精简的家具、节俭的生活，依稀可以从其中望见伟人们的身影。通过文字、图片和历史遗物，使我们对党走过的艰难历程感同身受，让我们明白了正是老一辈无产阶级革命家不屈的斗志和必胜的信心，

为建立新中国奠定了坚实的基础。

第二天，我们前往平山县岗南水库植树。前不久北京刚刚经历了沙尘天气，而活动当天也依然是雾霾未散，这反而增加了大家的斗志。尽管上坡下坡很是辛苦，但没有人有怨言，所有人都积极地播种树苗。整个过程中有汗水，也有欢笑，大家分享着种树的技巧，增进了彼此间的感情。在所有人的通力合作下，此次活动共种下了树苗近 300 株。对于参与此次活动的华兴人来说，这是一次难得的经历，亲手种下的树苗将在未来长成大树，给将来的人留下一片绿色。

种下一株树，收获一片天

正所谓“十年树人，百年树木”，此次西柏坡之行我们留下了汗水，却收获了希望。今后，华兴幼儿园的小朋友们将和这些树苗一同成长，成为祖国明天的希望和栋梁。



植樹

种下一株树，收获一片天





3 个建议， 让孩子乐意跟你一起读书

文 / 得到李翔及其团队

书评家黎戈最近出版了一本亲子图书，叫做《小鸟睡在我身旁》，她在书里分享了和女儿一起读书的经验。在接受好奇心日报采访时，黎戈认为，亲子阅读最重要的原则就是：“各玩各的”。



她给了家长三个建议，分别是：

第一，让孩子自己选择读什么。

孩子的阅读兴趣往往是十分广泛的，家长不用刻意安排书单，只要尽可能地多买书，让孩子阅读时有得选。

当他们开始明显挑某一类书看时，就能逐渐摸索出阅读兴趣，培养出自己的阅读体系了。

第二，要相信孩子的审美能力。

即使在你看来孩子读的书不那么正经，也不用过多干预。他们自己就能鉴别好坏。黎戈女儿所在的学校就流行过恐怖古堡小说。孩子们很痴迷，哪怕看完晚上会做噩梦，也还是要看。

但等到热度过去，孩子也发现这类书其实没什么意思。这是一种自然的淘汰和成长，家长不用担心。

第三，给孩子表达的空间，不要施展家长权威。

在黎戈看来，家长想要说服孩子，这其实是在孩子身上找存在感。一个优秀的家长，越是爱孩子，就越应该把自己从孩子身上拉开，不要把自己强加给孩子。

有时候，她和女儿也会交流对同一个作者、同一本书的看法。两人的评价往往不同。黎戈的处理方式就是“各玩各的”。其实，人的理解力和年龄关系不大，平等交流有时还能对大人有所启发。

以上就是黎戈的亲子阅读方法，希望这些建议能够帮助你和孩子更愉快地一起读书。



别给自己设限，
你可以活得很精彩

文 / 万艳

当今世界，纷繁复杂，但机会丛生。为了利用这些机会，我们必须首先消除我们自身的一些障碍。

其中，一大主要障碍就是，我们划分自己经历的方式——我们总是把这些经历局限于某一工作或者某一职业。一定要打破这样的局限，把所有的经历、知识和技能有效协调起来，从而打造一个全新的自己。

不久之前，我尊敬的一位人事主管告诉我，为了让潜在雇主将我与其的空缺职位适配起来，我得具体化自己想找的工作。实际上，他想说，我以往各种经历、技能和职业描述其实有些相互排斥。但我却认为，他给我的建议危险、错误。真正的创新不就应该突破门槛、创造新价值吗？

过去四年间，我在职业生涯上经历了两次大变动。一次是我从新闻行业辞职，选择到一家大型制药公司，担任 CEO 的战略事务顾问；第二次呢，我又被调去做产业与领导力分析方面的工作。事实上，在整个人生，特别是过去四年间，我持续不断地利用各种技能和经历来重塑自我，塑造了一个理想的自我，就像音乐家用各种音符创作出动听的旋律。

你需要做的是，将每一段经历和技巧视觉化，就像是一件乐器需要混合声音的操控板操控一样。要是这段经历“声音大了点”，或这个技巧“声音小了点”怎么办？哪种过往的经历能以全新的方式被使用，以此来打造你的总体“旋律”？

对于如何使用过去经历来重塑自我，我有两个简单的事例。我曾经到一家污水处理厂打暑期工，一天，一个梳着马尾辫名叫佛瑞德的老员工给了我一些建议：“如果他们问你开推土机吗？你就说自己能开。”后来，当我过去制药厂担任 CEO 的顾问时，我记住了他的提醒。如果没有这段经历，我不可能会让自己准备好去胜任这一职位的。

另外一个事例是关于表演技能的。在过去的职位经历中，我更多地处于倾听的位置，虽然有着优秀的倾听技能，但我本身也有着不错的舞台表演潜能，因此，当我在工作中走向幕前，表现出分析力和领导思维时，我很好地把这两项技能综合利用了起来。

这种如何塑造全新自我的清单内容可以很长很长。真实的职场就像现场音乐会一样，如何塑造全新自我的方式并不是一成不变的。不同歌曲的不同部分都需要歌手对表情、音调 and 音量做出相应不同的演绎，同样，我们也要准备地随时调整自己，从而让自己发挥出观众需要的那部分价值。

激发和释放
人本身固有的潜能
创造价值
为他人谋福祉



管理不是控制，
而是释放！

文 / 顺波

编者按



德鲁克曾说过：管理者要做的是激发和释放人本身固有的潜能，创造价值，为他人谋福祉。这就是管理的本质。

这句管理箴言被许多管理者熟知，但如何落到实处，践行这一管理理念，或许本文会给你一些很好的提议。

这段时间想要努力地对“激励”有所突破性思考，然而却发现个很有趣的现象：德鲁克把“激励”和“沟通”作为管理者至关重要的任务讲解，可是管理书籍中谈到管理沟通，却很少谈激励，为什么德鲁克很少谈激励呢？德鲁克在管理的三大任务中提出：让工作富有成效，让员工具有成就感，给我们很多启发和思考。

过去参加工作后便停止学习，直到2002年成人学习流行，有段时间非常沉迷成功学，后来陆续参加潜能开发等一系列有关激励的课程。然而我发现，不断激发自己的潜能，赞美、鼓励、欣赏伙伴的确有效，但是真正让伙伴满怀激情、充满创意，仅凭口头赞叹“你是最棒的！”、“你是最优秀的！”等语言激励，其实远远不够。真正的激励来自于工作本身。

后来研究《组织行为学》，开始琢磨员工、组织与社会之间的关联，特别是研究系统管理这个话题时，生产力如何提升？工作中哪些因素会影响员工的生产力？对这些话题的琢磨中，有了一些新的体会和感悟。

工作是由人做的

工作中的人性将会影响到工作的有效性。当我们站在人、组织、社会不同层面分析，先从人的生理维度提

出思考：作为人，在工作中，何时有效？何时无效？如果将人与机器对比，机器最大的优势是可以简单、重复的工作，而人最大的特点是重复单一工作会产生疲惫。当人可以自己掌握节奏和速度时，不仅注意力延长，效率也有所提升。

再从人的心理维度提出思考：什么情况会使人痛苦？什么时候给人带来快乐？人在谈到工作给他带来的自豪感时，快乐而充满激情；反而，一个人失业，依靠失业保障生活，却并不幸福，为什么不幸福？尽管有收入，却得不到认同，没有被需要的感觉，渐渐地在痛苦中丧失激情。人是在被需要、被欣赏、被认同的过程中体现自我价值，释放出内在的激情和快乐。

从社会维度而言，工作带来社会身份、地位，从而获得身份认同也是一个因素。我们经常问：“您在哪里工作？”对方回答中，自豪的说出工作单位、工作职责，尽管收入不高，却非常有自豪感、成就感。

从社群维度探讨，人需要归属感，在工作中获得友谊，与同事一起探讨、交流、学习，一起工作的过程本身成为一种享受，很多人喜欢工作，其实是喜欢工作的过程。当然，工作中产生权力，决定将工作重点放在哪里，决定放弃什么，开发什么，通过权力而获得某种满足感。

还有经济维度，工作带来收入，这份收入，对于企业而言是支出，然而对于伙伴而言却是尊严、面子、生活保障。

通过人与工作的系统思考，期望提醒企业家注意，若想激励员工，要从工作给员工带来的价值系统的思考，才知道真正的激励因素何在。激励是重要的工作，具有挑战的工作，没有学习和掌握有效的方法，可能费力不讨好，甚至会出现反作用。

许多人都知道这样一个故事：

有位研究管理的老教授退休之后，买了一栋花园别墅，期望过上清静的晚年。入住后才发现，有群孩子每天在窗下玩耍，吵的他们不得安宁。老教授计上心来，出门与孩子们说：“你们每天在这里辛苦的玩耍，为了表扬这种行为，每天给每人 10 元钱，麻烦你们一定每天来玩。”

孩子们每天玩耍之外还有 10 元奖励，越玩越开心，10 天过后，老教授愁眉苦脸地对孩子们说：“最近经济不景气，对不起，只能每人 5 元了，希望你们继续玩下去。”就这样，老教授隔三差五降低奖励金额，孩子们嘴上不说，但心中有所不满，直到一天，老教授居然每人只给 1 元钱，

孩子们的愤怒彻底爆发了：“老教授太不像话了，怎么能这样对我们？我们这么辛苦的玩，居然只给我们一元，以后我们再也不来这里玩了！”

这个故事既有趣，同时又给我们带来很多思考和反思：当老教授把游戏与回报、收入关联时，原本孩子们在游戏中获得开心和快乐，最终却转移为辛苦的劳动，成了负激励的经典案例。

为什么大家对这个案例有特别深刻的体会？过去 2-3 年，我们有伙伴一起传播系统管理，也面临同样的现象，不知不觉发生转变，走到负激励的状态中。企业家激励员工时应该注意什么？如何提升激励的有效性呢？这个问题是我一直在思考的。

最近学习赫兹伯格“双因素理论”中，发现一个很有意思的问题：“在你过去的工作中，什么时候、什么阶段你的状态最好？举三个例子分析一下是什么原因让我们满怀激情？”提出问题，不断检验时总结一个规律——当我们回忆起满怀激情、创意不断的时候，通常会提到工作意义、赏识、提升、成长的可能性、责任、成就感等激励因素，却很少谈及工资、福利、地位、安全、工作环境等保健因素。

导致员工满意的全部因素中，有 81% 是激励因素，19% 是保健因素；导致员工不满的全部因素中，有 69% 是保健因素，31% 是激励因素。这个发现，让我们理解，德鲁克之所以“不谈”激励，因为他早已明白，让员工工作有效，帮助他们获得成就感就是最大的激励。

回忆工作中何时让我有成就感？当工作中需要不断地创新，具有挑战性时；当有明确的权力和责任，知道能做什么决策时；当自我引导的同时，有上级的指导和反馈时；当找到解决问题的方案时；当被他人需要时，都会获得成就感。慢慢领悟，如果员工无法发挥优势，无法感受到工作带来的快乐，就无法获得成就感。我终于理解：成就感不能给予，只能获取。让员工有成就感，企业家需要认真做一系列管理动作，员工才能在工作中获得成就感。

从感悟到行动，如何实践？

1. 慎重安排员工工作，让员工优势充分发挥

有系统而慎重的持续安排员工到适当的职位上，从来都是激发员工干劲的先决条件。管理者应该充分了解员工的特点、能力、特长，并让这些特质和分配的工作

形成最佳匹配，从而达到更高效的工作成果。员工也容易从高效的工作中找到乐趣、满足感、成就感、并得到锻炼，更好地完成工作任务。

我们常说：“每个人在自己擅长的领域都会眉飞色舞。”只有员工认为“组织需要我，我很重要”，他们的成就感才是真正的成就感。带领团队的首要任务是让员工的优势充分发挥。如果转换成具体的工作：让员工适材适所，安排到适合的工作岗位，如果发挥不出优势，让员工留在原岗位，是对员工最大的伤害。

2. 帮助员工排除工作障碍，提供支持 with 辅导

管理现实中，员工经常被干扰，使得注意力、工作重心无法集中在关键活动上，特别是知识工作者。企业家作为上司，要想办法帮助员工排除障碍，让他们集中精力在关键活动上是我们的责任，并及时反馈信息，让员工看见成果，而非自己邀功。

过去学习激励时不理解，以为“员工有效是他的事情，反正我不管，我只要结果，干的不好是他的事情。”后来学习《卓有成效的管理者》，才发现干扰员工工作

无效的很可能就是上司。

我们经常让员工忙，让他到处救火；引导员工“简单、听话、照着做”；激励他们“我是企业一块砖，哪里需要哪里搬”；专门设计一个岗位服从上级临时性安排的工作，反而对员工绩效标准没有认真界定。以上这些现象是让员工无效的常见现象。

帮助员工分析工作重点，集中精力完成关键活动，产生工作成果是企业家非常重要的任务，我经常分享一个观念：最打击士气的莫过于上司忙得像无头苍蝇，却让员工闲得没事干。认真地与下属讨论工作：我们的任务是什么？我们的关键活动是什么？为了更好地完成任务，我们应该把精力集中在哪里？学会询问下属：“在您的工作中，有哪些障碍是妨碍你完成任务的？在您的工作中，希望我怎样协助您？”这是对下属最好的激励。

3. 让员工了解情况

工作中员工何时最没有感觉？状态最不好？蒙着眼睛干活，不知道为什么做，做出什么成果，将会导致员工没有成就感。因此，激励员工时及时反馈信息，让员工了解自己的工作对公司、对团队的成功具有哪些意义，

帮助员工看见成果，他们将受到鼓舞和激励。

然而有些人可能问：“实战中，到底应该让员工了解哪些信息？难道所有的信息都要公开吗？”不是所有信息都要公开，信息与任务匹配，凡是涉及战略、方向、绩效、部门变化及投入产出比、政策调整等影响工作有效性的信息他们需要了解。尤其是有关绩效方面的信息，要开诚布公地让员工了解情况，工作到底做得好还是不好，做到客观分析。

4. 提供参与机会，培养员工拥有企业家视野

让员工知其然，知其所以然，才会有创造性，才会释放其想象力运用到工作中，而不是简单、听话、照着做。如何做？

培养员工的企业家精神，让他们看得到企业的现状，理解为什么做，企业如何创造客户，他们的工作意义何在，从而拔高他们的视野，让他们能够站在企业家角度看企业，看自己的任务，认为自己的绩效将影响企业的兴衰存亡，他们才会承担起达到最高绩效的责任。只有帮助他们站在企业家的角度理解工作的意义，才能释放他们的能量和创造力。

真正的成就感、自豪感来源于积极、负责任地参与了企业的经营和管理，没有参与感，就没有成就感。检验标准，可以自我检测：“我们的目标是共同制定还是下达？我们的计划是共同协商还是下达命令？我们的战略员工是否参与？”反思工作中，是直接下达命令居多，还是耐心倾听对方的想法并以对方的想法为主居多？

曾有人问：“让员工参与听起来似乎很简单，然而工作中为什么那么难做到？”猜测有几种情况：上司是个急性子，做事容易着急，缺乏耐心，很难真正的与对方有效沟通，鼓励对方说出自己的想法；上司信不过员工，认为他们不懂，站得高度不够，谈不出真知灼见；还有种情况，通过学习知道了，开始改变固有思维，然而知道不等于做到，实战中忘记了。种种原因，长此以往，员工产生挫败感，不愿动脑思考，丧失工作的激情。

针对这样的现实，我们应该怎么做呢？鼓励员工承担他应该承担的责任。工作中可以提出问题：“我了解下你对下阶段工作的计划？”鼓励对方说出计划，并与他一起协商工作计划，根据公司的总体目标提出建议，而非强硬的下达命令。

5. 让知识员工有成就感的方法

随着知识社会的到来，知识员工这个群体越来越多，知识员工的成就感来源与传统体力员工各不相同。特别注意，现实中企业内部传统员工和知识员工并存，两种员工需求不同，如果没有有效区别，激励的效果和方法恐怕无效。

知识员工看重什么？

信任和欣赏：知识员工通常看重欣赏、信任，知识员工因信任和欣赏而释放创造力。知识员工和传统员工最大的差别——优势不明显。他们渴望伯乐、渴望被发现、渴望知音，面对知识员工，一定学会发挥其优势，成为他的伯乐。

鼓励自我发展：知识员工很有自主性，不喜欢被掌控、被规划，因此，鼓励知识员工自我发展。世界上最荒谬的事情莫过于由企业一肩扛下发展员工的责任，真正要承担这个责任的是个人。

机会与挑战：知识员工看重成长，对未来有主动的

思考，有自己的观念和规划，更加注重机会和挑战，因为他们知道在机会和挑战中成长才更快。

适材适所：用人所长，因岗设人，在他擅长的领域要求他精益求精。

分权与责任：明确职责，分权管理，要求承担责任。

6. 创造一个富有创意的工作氛围

从知识工作者的有效性出发，什么是良好的工作氛围？什么是不良的工作氛围？

不良的组织关系：组织上下一团和气，你好我好大家好；回避事实的本质、不敢面对绩效；相互推诿，害怕承担，不愿认错……

良好的工作氛围：关注绩效、关注成果、关系简单……

如何创造良好的工作氛围？

绩效管理：鼓励员工勇于面对绩效，评价是为了改进，

不是为了处罚，绩效辅导大于绩效评估。

鼓励尝试，挑战现状：与员工一起探讨“我们能否做得更好？还有更好的方法吗？”

承认错误：容许错误，鼓励承担责任改正错误，“假如重新来过，我会用什么不同的方法吗？”

着眼于机会：留意变化和变化的趋势，以开放的心态迎接变化，“带着无知去管理”，因为“无知”才能拥抱变化。

创建学习型团队：共同学习，自我超越。

管理不是控制，而是释放。真正好的管理是释放人性中本来就有的善意。

“凡是没明确规定不准做的你都可以尝试！”这种信任的力量，往往能够激发人内在的责任感。关于激励这个话题值得分享的内容实在太多，期望通过以上的分享能够帮助读者拓宽视野，激励是企业家很重要的工作，绝不是简单的“你很棒”就够了，而是一个系统的工作。



世界十大 最值得去的啤酒节

文 / Kim

人类是一种社群化的高等级动物，几乎任何一个家庭、社区、民族和国家都有自己值得庆祝和开派对的日子，酒鬼们自然也不例外。

在小群体中也许品酒会和派对可以满足需求，但当很多酒鬼们聚集在一起的时候，就成为了世界各地到处都有的啤酒节。

在啤酒节上，你几乎可以非常方便体会到各种各样的啤酒、见到来自五湖四海的酒鬼朋友们，何不美哉？雅趣的好朋友 @ 啤博士为大家列举出来了最值得去的十大啤酒节。

Top 10
蒙特利尔啤酒节
Mondial de la Bière
加拿大 蒙特利尔

蒙特利尔啤酒节创建于1994年，现在已经成为让世界了解魁北克乃至加拿大啤酒业的一个窗口。

蒙特利尔啤酒节通常在六月的第二周举行，每年这个时候，近十万的啤酒爱好者来到这里，享用啤酒节提供的超过500款不同口味的啤酒。

另外，组委会设置了Mbeer啤酒学院和Greg Noonan啤酒竞赛，为各路啤酒爱好者提供一个深入接受啤酒知识教育的机会，内容五花八门，甚至包括利用啤酒进行烹饪的专题宣讲。

Top 9
捷克啤酒节
Czech Beer Festival
捷克 布拉格

捷克共和国是世界上年人均啤酒消费量最大的国家，远远超过其他任何一个国家。另外，在啤酒爱好者的心目中，这个国家的地位有些特殊，因为它是比尔森啤酒和萨兹啤酒花的故乡。

捷克啤酒节在每年的五月举行，为期17天。啤酒节上供应70多种捷克本土以及美国和英国的啤酒，会场能够同时容纳10000人，200多名年轻漂亮的小萝莉和小鲜肉穿着捷克传统服装穿梭在人群中，为大家提供啤酒。

Top 7
巴塞罗那国际啤酒节
Barcelona International Beer Festival
西班牙 巴塞罗那

Top 8
米奇乐啤酒节
Mikkeller Beer Celebration Copenhagen
丹麦 哥本哈根

米奇乐(Mikkeller)是一家坐落于丹麦的吉普赛酒厂，酒厂的创建人就叫米奇(Mikkel)。之所以叫它吉普赛因为绝大部分酒是在比利时酿造，其他合作啤酒酿造商更是遍布世界各地，这使得它们的研发焦点在于啤酒配方上。

酿造，营销，再酿造，再营销，很快从一个小酒厂成长为在世界著名酒厂，甚至是北欧啤酒的象征。

这个酒厂的酒标设计永远都时尚无比，啤酒节的设计也不例外。在2017年的啤酒节中，两天时间内共分成四个主题，共计86个酒厂来到现场，但每个都是受邀请而来的顶级酒厂，再加上无数的啤酒发烧友，场景颇为壮观。

现场有很多限量版的佳酿，市场售价极为昂贵，就谈一谈它的门票价格，两天票价高达惊人的2000人民币(250欧元)，但依然提前半年售罄，啤酒的稀有程度可想而知。

西班牙地理位置属于欧洲西南部，气候偏温热干燥，盛产葡萄等作物，古往今来都是葡萄制酒作为主流。而随着欧洲兴起、美国发扬光大的精酿文化影响，西班牙目前已经拥有了近200家精酿酒厂，可见精酿啤酒的全球影响力在不断增强。

从2012年起，每年都会巴塞罗那著名的海事博物馆(哥伦布起航的地方)举办为期三天的巴塞罗那国际啤酒节，目前巴塞罗那国际啤酒节已经成为一个近来自全球30多个国家、近200家参展酒商、超过500种鲜啤、数万人参加的大型啤酒节。还设置有全国家酿啤酒比赛、著名酒厂和酿酒师见面会、西班牙精酿啤酒论坛和本地的一些酒厂参观活动。

我曾在2016年去了这个啤酒节，由于场地所限，展台数量有限且每个展台只有一个龙头，只能打出一种酒，远远不足以应对厂家数量和啤酒种类，他们需要排队使用。但是这也为现场最有意思的活动提供了可能：

新酒敲钟预告。

博物馆侧面有个很大的黑板，上面实时显示了每个展位目前的啤酒种类，包括酒厂信息和啤酒名称。两位西班牙小哥手里拿着与赛事组织方随时联系的通讯设备，一旦接到消息，就火速在黑板对应的位置更新啤酒，写完之后使劲儿敲响上方的大铃铛。

于是震撼的一幕出现了：全场欢呼雀跃，仿佛又有一条新船下水一般。到了下午酒鬼最多的时候，一直是此起彼伏的欢呼声和钟声。哈哈，不过我的记忆也只能停留在这个时候了。

Top 5
青岛国际啤酒节
Qingdao International Beer Festival
中国 青岛

Top 6
日本啤酒节
Great Japan Beer Festival
日本 东京 名古屋 大阪 冲绳 横滨

日本在威士忌上的成就早就举世共睹，不得不承认，他们的精酿啤酒也走在亚洲领先地位。

日本精酿协会（Japan Craft Beer Association, JCBA）从1998年开始举办日本啤酒节，每年啤酒节会先后在东京、名古屋、大阪、冲绳和横滨五个城市举办，前后参加啤酒节的有上百家酒厂的几百种啤酒。

单场啤酒节门票5200日元（合260元人民币），再无其他费用，进了门就可以随意畅饮，而其他时候可能采用先购门票，喝酒单算的方式，具体要到管网查询。有机会到日本的话，不妨看看能否赶上啤酒节，是时候尝尝邻居的酿酒手艺了。

青岛啤酒节始创于1991年，最开始是青岛啤酒厂主办的，后来青岛市政府组建了专门的主办机构，啤酒节在每年八月的第二个周末开幕，为期16天，这是目前世界最大啤酒市场的最大啤酒节。每一年都有来自不同国家的几十个品牌、提供超过300种不同的啤酒。

2014年数据是400万人共喝掉了120万升啤酒，虽然战斗力比起远在欧洲的大酒桶们还有差距，但是放眼全球从人数规模上看已经仅次于慕尼黑啤酒节。

2014年的啤酒节对青岛市的直接经济贡献就达38亿元，市政府为了吸引游客可谓用尽浑身解数，为酒友们提供种种福利，歌舞表演、主题活动、嘉年华娱乐设施、全球美食，甚至实现了啤酒节区域的无线网络全覆盖，提供免费上网服务，喝酒发朋友圈两不误。

虽然青岛国际啤酒节和现在国内的啤酒市场一样，仍然是工业啤酒的天下，但在当今精酿啤酒文化日渐强盛的中国，谁说不会有更多的精酿啤酒来到这个世界第二大的啤酒节上群雄逐鹿一把呢？

Top 4
ZYTHOS啤酒节
ZYTHOS
比利时 鲁汶

比利时 ZYTHOS 啤酒节 2016 年专用杯

Zythos 在古希腊语里的意思就是啤酒，啤酒节组织者是一个名为 ZYTHOS 的啤酒爱好者协会（类似于英国的 CAMRA），该协会 2003 年成立，旨在保护及推广本国及当地的啤酒文化。

比利时是公认的啤酒王国，无论是质量还是数量都傲视全球，毫无疑问，这里的啤酒节自然也不在少数，而在比利时众多的啤酒节里，ZYTHOS 是规模最大的一个。

每一年啤酒节都有一个不同的主题颜色，海报、眼镜、T 恤等所有能看到的的地方，都以这个颜色作为主色调。例如 2011 年的颜色是黑色，为了纪念最后一次将圣尼古拉斯作为举办地点，而 2012 年是则酒红色，是为了庆祝会场搬迁到鲁汶。

啤酒节期间，有些当地的酿酒厂敞开大门欢迎客人的参观，附近的餐馆也都在这个周末推出了以啤酒为中心的菜单。2016 年，主题变为蓝色，我也有幸参与，一天时间喝了 20 多杯酒，还有幸喝到了一款封存 20 年的兰比克，好不快哉。

Top 3
大英啤酒节
Great British Beer Festival
英国 伦敦

每年八月的第一或第二周，由真爱尔运动组织（CAMRA, Campaign for Real Ale）发起的大英啤酒节在伦敦上演。然而，英国的各路酒鬼们更喜欢把它叫做“世界上最大的酒吧”。每年有无数人为了啤酒来到这里，毕竟这里拥有来自世界各地的 1000 种啤酒。

它最早的前身是 1975 年的首个为期 4 天的大型啤酒节，但随着时间推移它的影响力在逐渐增加，现在已经是整个英国乃至西欧最有影响力的啤酒节。

正如真爱尔运动所标榜的走传统精酿啤酒路线一样，它的啤酒种类和质量远远超过超市中普通啤酒，能被邀请而来的酒厂也自然会拿出看家本领展示自己的窖藏好酒。

同时，啤酒节期间也会进行英国啤酒冠军赛，这是一个专业水平相当高的啤酒大赛。而至于音乐和美食，这都是啤酒节的必备选项，就毋庸赘言了。

Top 2
美国啤酒节
Great American Beer Festival
美国 丹佛

主题报告的会场规模和参与人数就足以说明它的强大影响力

作为世界啤酒届的后起之秀、却快速成为中流砥柱的美国，啤酒节的水平自然也在快速增长，并大有领先世界的潜力。这个啤酒节是由美国国家酿协会主办（Brewers Association）、美国啤酒品鉴师协会（BJCP）等参与的大型节日，它的一个重要主题自然也是啤酒大赛。

每年的九月末或十月初三天时间里，全美的专业酿酒厂、业余家酿者以及各类啤酒的爱好者云集于丹佛。这里有将近 200 名来自各个国家的啤酒专家与志愿者组成强大的评审团阵容，对几百家美国本土酿酒厂的几千款不同类型的啤酒进行评判，几十个分项每个都可能会产生金银铜奖。

除了常规的品酒会和颁奖，职业业余混赛项目设置了一项所有家酿者都梦寐以求的奖励，允许获胜的业余家酿者使用自己的获奖配方在专业的酿酒厂进行酿造。

美国啤酒节由一名叫 Charlie Papazian 的核能工程师在 1982 年创建，首届啤酒节参加的酿酒厂只有 22 家，而目前这一数字已经逼近了 2000 家。收到的近万款参赛样酒，涵盖 90 类不同风格，最后发出约 300 块奖牌。和其他啤酒节相比，美国啤酒节更像是酿造者的狂欢，作为精酿爱好者，如果有机会一定要去现场体验一下。

Top 1
慕尼黑啤酒节
Oktoberfest
德国 慕尼黑

我有幸被选中了进入斯巴腾啤酒帐篷，建议大家提前一年按桌预定，否则无法预定的散客找位置只能靠运气。

慕尼黑啤酒节，无人不知无人不晓。1810 年，德国王室的路德维西王子大婚，为了庆祝婚礼，全城举行盛大的嘉年华，而按照德国人以酒为命的天性，自然少不了啤酒的助阵。

经过 200 多年的演化，它已经成为了世界上最大的嘉年华 / 啤酒节，并已被俨然看作是世界各地啤酒节的鼻祖。这个嘉年华期间，也是德国吸引世界各地游客最多的时间。

不过在德国人的传统说法中，依然把它叫做十月节（Oktoberfest）。每年从9月底到10月第一个周日的16天内，巴伐利亚州的男男女女们都会穿上最传统的服装，来这个嘉年华使劲儿疯狂使劲儿喝酒。

1990年10月3日，分裂45年之久的德国重新统一，这一天也因此成为法定假日。于是从1994年开始，啤酒节的日程做出了调整，如果10月的第一个星期日落在了10月1日或者2日，那么啤酒节就会持续到3日为止，总天数就是18天或17天。

我在2015年去过一次慕尼黑啤酒节，此时的状态已经是14个容纳人数5000-10000人的超大帐篷，和大约20个的较小的帐篷。考虑到这么大的人流量，每年的啤酒节也是巴伐利亚州各大酒厂最为重要的时刻，这是绝佳的宣传时机。

传统的斯巴腾（Spaten）、保罗娜（Paulaner）、奥古斯都（Augustiner）、皇家HB（HofBrau）都是最吸引人的所在，他们早在半年前就已经拉格（Lager本身就是德语窖藏的意思）起了精致的清亮淡色海勒斯（Helles）、博克（Bock）、小麦啤（Weizen）和专门的十月节啤酒等，可谓是巴伐利亚啤酒水平的巅峰。

短短十几天内，每年1000万升左右被消耗掉，除了啤酒，到处都是美丽的长裙酒娘，德国香肠、咸面包和烤鸡。下午6点之后，音乐禁令一过，现场各种狂欢劲爆的音乐立即开始，会场顿时进入欢乐的海洋。那一天，我根本记不得是如何回到住处的了。

啤酒节，你一定要去转一转。



为什么实现财务自由了， 你依然需要一份工作？

文 / 周欣悦

1963年，动物心理学家格兰·詹森（Glen Jensen）发现了一个奇特的现象。他训练实验室的老鼠学会了按杠杆以获取食物。到了进食时间，老鼠就会被放出笼子，来到一个杠杆前面。这些老鼠已经学会了去按这个杠杆，按一下就会出来一块香甜的饼干。于是它们就会不停地去按这个杠杆，直到吃饱为止。

但有时候老鼠会发现，在不远的地方有一堆一模一样的饼干，足够自己吃到饱，还不用付出任何劳动就能获取。

你猜结果是什么？

大多数人都会认为老鼠在这样的情况下会直奔免费食物而去，不再理会按杠杆这档子事了。

老鼠们却做出了意想不到的事情。詹森测试了 200 只老鼠，其中有 199 只老鼠选择了继续按杠杆。也就是说，200 只老鼠当中只有一只选择了不劳而获，另外的 199 只还是选择自己劳动来获取部分食物。有 44% 的老鼠比较勤劳，它们吃的一半以上的饼干都通过劳动获取，只有小部分来自于现成的饼干堆。

你可能觉得只有老鼠才会做出这种蠢事，它们不懂得享受。可是后续的研究发现，不光是老鼠会做出这样的选择，只要工作不是太辛苦难度不是太高，动物们更愿意选择劳动来获取食物。

人也是一样。你大概没办法相信我说的话，但的确工作是我们与生俱来的一种本能驱动力。虽然我们以为

工作是为了养家糊口，赚钱来享受，但工作的最终目的是工作的本身。

工作与自我的联系最紧密

杜克大学的丹·艾瑞里（Dan Ariely）做过一个研究：

他找了一些大学生来做一件工作，在一张印满字母的纸上找出两个相连的 S 圈出来，有点类似校对的工作。

这个工作是有报酬的，同样，每校对完一张，学生就会把校对好的那张纸交给实验者，同时可以选择还要不要继续校对下一张，当学生感觉自己的劳动跟报酬不相符的时候就会停止工作。

▼ 有一些学生把校对好的纸张交给实验者的时候，实验者会看也不看的把这张纸放到碎纸机里碎掉；

▼ 有一些学生，实验者还是看也不看就把这张纸放到一摞纸的上面；

▼ 还有一些学生，实验者接过他们的纸，会假装感兴趣的看一遍，点点头，并且让学生把自己的名字写在

纸上，再放到一摞纸上面。

你或许已经猜到了，获得承认并且把名字写在纸上的那组学生工作热情更为高涨，这组当中有 49% 的人校对了 10 页纸。自己校对完的纸没被任何人看到就被碎掉的那些人工作热情非常低，他们当中只有 17% 校对了超过 10 页纸。

工作满意度是幸福感的重要预测指标。你对于工作有多满意，在很大程度上决定了你对于人生有多满意。

有研究表明，在幸福感的所有预测指标中，工作仅次于婚姻。盖洛普公司曾主导了一次针对全球十几万人的调查研究，其中包括了从原始部落到现代文明等各种不同的社会形态，结果表明，不管在地球的哪个角落，一份有意义的工作可以显著地预测幸福感。

想象下，当你结交了一个新朋友，如果你只能问他一个问题，你会选择问他什么呢？年龄多大？结婚与否？学历多高？

事实上，大多数人都会选择询问对方的职业。最能代表我们本质的不是年龄，不是学历，也不是婚姻状况，

而是我们在做些什么。工作是跟自我联系得非常紧密的。也就是说，如果你觉得自己的工作充满意义，那么你的人生就充满了意义。

那么什么是有意义的工作呢？

想要回答这个问题，先来反向思考下什么是没有意义的工作。是薪水低吗？是地位低吗？这些当然很可恶，但没有意义的工作却不止于此。

早在远古时代，人们就给出了这个问题的最佳答案：希腊神话里的西西弗斯国王。他每天都要把一块大石头从山脚推到山顶，每次当他刚好要达到山顶的时候，大石就会滑落回山脚，西西弗斯只有顶着烈日重新再推，如此循环不断。这才是没有意义工作的极致。也就是，你做的事情没有产生任何影响。这句话用英文来形容似乎更贴切，也就是：You don't make a difference。

正如刚才的实验所反映，自己的工作被他人看到是多么重要。我们需要薪水，但我们常常忘记了，我们也需要影响他人，影响这个世界。

工作的意义在于产生影响

一度我们被鼓励写日记，但只有少数人坚持下来。每天坚持把事件或心情记录在一个本子上看似简单，却需要很大的自律。但微博和朋友圈出现之后却能够风靡一时，每天写微博和发朋友圈的人比每天写日记的人要多多了。

同样是写东西，同样是没有报酬，为什么微博和朋友圈写起来就会比日记要带劲呢？这大概和前面的实验道理一样，当我们感觉自己写下的东西可能会被他人看到时，写作的热情更为高涨。

一份有意义的工作，就是可以产生影响的工作

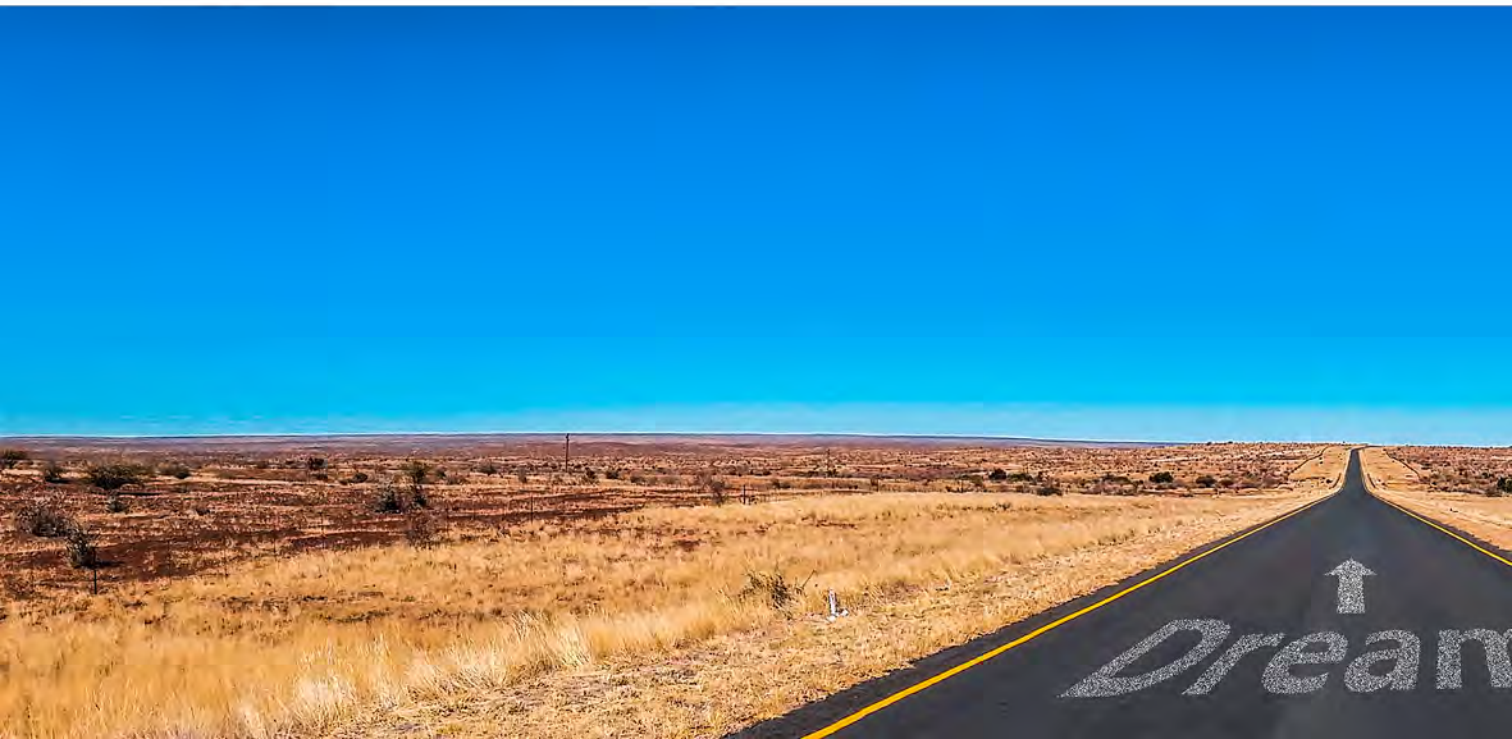
你有没有发过石沉大海的电子邮件呢？你有没有写过被编辑拒绝发表的稿件呢？如果你有过这样的经历，你大概能够理解那种空洞和无力感。我们所做的一切努

力都没人看到。

我在读博士生时有过两个导师，其中一个导师，不管你写给他什么邮件都会及时回复，哪怕邮件里只有两个字“谢谢”，他也会回复一个“不用谢”。另一个导师截然相反，除非不得已，很少回邮件，你写给他的邮件就好像被宇宙黑洞给吸进去一样，每次写邮件给他的时候，我内心都充满了悲凉，感觉就像送荆轲去刺秦王一样一去不返。

不过，虽然我们需要工作的意义，却常常将工作设置成没有意义的模块。为了效率，我们把工作分解成一小块一小块，由不同人来负责，每人只需要做自己熟练的那几个动作，这就叫流水线作业。

虽然提高了生产效率，缩减了工作的复杂度，但也缩减了工作的意义，导致每个人的视野变得狭窄，无法体会到工作成果的意义，这从某种程度上违反了人性的需要。



三十多年前，耶鲁大学的 Judith Rodin 和哈佛大学的 Ellen J. Langer 来到一家敬老院做了个实验，里面的老人们都已经快走到了生命的尽头。他们将老人分为两组。

▼ 其中一组老人得到了很好的服务，护士替他们包办所有的事情，包括挑选房间的植物，给植物浇水，选择录像带。

▼ 另外一部分老人则需要自己去做这几件事情，除此以外，老人享受的其他待遇都一模一样。

结果是，需要自己劳动的第二组老人要更加健康有活力。更惊人的变化是，在 18 个月之后，第一组老人的死亡率是 30%，而第二组老人的死亡率是 15%。

我们常常以为工作需要我们。但事实上，我们也需要工作。

从幼年时代开始我们就憧憬长大之后要做什么。如果你问一个小孩他长大想要做什么工作，他可能会说想要开货车，因为喜欢车车；他可能说想做厨师，因为喜欢吃东西；也有孩子想当杀猪匠，因为喜欢吃猪肉。很少有孩子会提到薪水，单纯是出于热爱在进行职业选择。

但如果你问成年人他想要从事什么工作，大多数人都会说自己喜欢赚钱多、做事少、地位高的工作。

似乎随着年龄的增长，我们渐渐忘掉了自己工作的本能。工作固然是为了赚钱养家糊口，为了获得尊重。但别忘了，我们工作也为了工作的本身，工作是一种本能。





《光阴光影》

作者：刘俏

本书记录的是一个有文字情结的金融学教授，基于自己的人生经历、职业特色，对电影所抒的独特感悟。全书分三个部分，第一编“关于电影：感性与理性”，介绍了作者所推崇的电影评价标准；第二编“穿过你的镜像的我的人生”，是对影响自己人生的各位大师、各种类型片、各部电影致敬；第三编“生活就是生活，不是其他”则是作者基于一个思考者、学者的立场，对电影、对电影对每个人的人生的启示做出的更宽泛的思考。



《老人与海》

作者：海明威

本书是现代美国小说作家海明威创作于1952年的一部中篇小说，也是作者生前发表的最后一部小说。作为他最著名的作品之一，它围绕一位老年古巴渔夫展开，讲述他与一条巨大的马林鱼在离岸很远的湾流中搏斗的历程。虽然对它有不同的文学评价，但它在20世纪小说和海明威的作品中是值得瞩目的，奠定了他在世界文学中的突出地位。这篇小说相继获得了1953年美国普利策奖和1954年诺贝尔文学奖。



浅谈旅游景区 与文化 IP 的结合

文 / 张明哲 GIO 华兴控股集团投资部副总监

开篇语：景区如果没有文化 IP 打造作为支撑，就如浮萍一样没有根基，在市场的风雨里禁不起飘摇。黄鹤楼失去了历史渊源，也不过是一座普通的楼，长城失去了历史的故事，也不过是普通的石头城。

旅游作为永远的朝阳产业，其良好的现金流表现及资产升值稳定性，一直受到各级政府和资本市场的追捧。作为居民消费升级的主力产业之一，旅游逐渐成为居民消费的必需品。根据国家旅游局发布的数据来看，2017年我国国内旅游人数为50.01亿人次，同期增长12.8%，全年实现旅游总收入5.4万亿人民币，增长15.1%。全年全国旅游产业对国民生产总值的综合贡献接近9.14万亿人民币，占到国民生产总值的11.04%，带动直接就业人口2800余万人，带动就业总人口近8000万人，占到全国就业总人口的10.3%。

在这个万亿级别的市场蛋糕中，文化旅游产业是其中的重要组成部分。随着2018年3月第十三届人大批准国务院机构改革方案设立文化和旅游部，“诗”和“远方”终于走到了一起，其实，他们也从未分开。虽然传统意义上文化旅游产业主要是由人文旅游资源所开发出来的旅游产业，是为满足人们的文化旅游消费需求而产生的一部分旅游产业。但随着消费者物质需求的满足，从而转为更高层级的精神需求，文化旅游和观光旅游也逐渐走到了一起，借由自然风光来衬托人文底蕴的深厚和文化创意的活跃。因此一个“天人合一”的旅游景区，才是旅游市场上最受欢迎的那颗星。

文化旅游的核心是创意。特别强调“创造一种文化符号，然后销售这种文化和文化符号”，并强调文化旅游的“文化”是一种生活形态，“产业”是一种生产行销模式，两者的连接点就是“创意”。因此，文化旅游可以理解为“蕴含人为因素创造的生活文化的创意产业”。也正是因为如此，在现今旅游市场上景区所涉及的文化IP受到投资者普遍关注也是因为其可以提升旅游产品的品质、内涵和边际收益。

对于旅游景区来说，什么是IP？GIO华兴团队认为，对于景区来说，IP是景区自然和人文要素的提炼，从而形成的认知产品。而这个要素，通过一系列的定义，形成景区打造的指导理念。基于这个理念，它可以是内容，可以是文化，可以是买点；可以转化为景区内的任何景点，娱乐项目，景观，甚至是酒店和广告牌。例如一些景区把一个传说演变成为具象，如山海关、鹿回头等等，原不是一个旅游景点但是故事赋予了景色更多的内涵，也就有了旅游景区。吸引游客的起因可能是故事的开始，体验故事的内容才叫游客有意愿走到旅游景区里，那就是景区的卖点。

IP的旅游开发影响差别很大，虽然大多数的旅游景

区都取得了增长，但幅度不尽相同。多数旅游景区门票价格的上涨与规模扩张有关系，而非运用 IP 品牌。旅游景区收入增长驱动力主要是游客量，其次才是 IP 品牌授权的商品收入。只有靠游客量支撑景区存活的现金流，才能通过 IP 包装打造来实现高溢价的部分。

进行 IP 旅游开发通常对中等规模的旅游景区影响最大，例如，有的旅游景区游客量因此可以增长 30% 到 100%。大型旅游景区比如环球奥兰多哈利波特魔法世界开业头两年游客量增长在 70% 以上。再比如恒大打造的童世界，以中国文化、中国历史、中国故事为核心内容，试着融合中国文化精髓和世界文明，堆砌了全球的最成熟、最受欢迎、科技含量最高的顶级游乐设施设备及技术，试图打造文化沉淀与创新提升兼备的主题乐园，但其实只是因为其规模的扩张。但在这里哈利波特魔法世界和恒大童世界最大的区别就是前者背靠着一部足以支撑其发展的史诗级 IP，不管是营销策划，活动策划，项目拓展，还是乐园扩建上；哈利波特这个 IP，都为其主题公园落地提供了源源不断的文创资源。旅游 IP 并不是一个开始就形成的东西，它也是在不断的更新、调整变化和丰满的。

文化旅游中的 IP 打造是一个整体系统，不可以仅仅

为满足某种需求而推进。文化 IP 的打造应注重产品的整体效能，把握 IP 方向为营销传播助力，在外形部分和延伸部分形成自身的差异化，以赢得竞争优势。运营是基础是保障，营销则是最大的变量，营销的终极目的是市场制胜，而市场制胜的最好工具，是打造强势的品牌。

GIO 华兴团队在评估景区项目时会分为两支：一支队伍以 GIO 华兴团队自主设计研发的数据化景区评价模型为出发点，科学的评估景区商业价值，从资本角度考虑问题，从业务本身出发去解决问题，从而为景区量身定做适合其自身资源及今后发展的相关规划和设计；而另一支队伍主要做景区的 IP 提炼和文创设计，在当地博物馆，图书馆，档案馆中深度调研，提取景区的文化元素，从景区本身的区位和景区的历史出发，与规划设计团队一同通过公司标准化的旅游产品库，筛选出适合景区条件及需求的产品，整合成综合方案，打造景区结合文化的游览路线和景区娱乐产品，塑造针对景区独一无二的景区旅游产品提升方案。通过团队设计的故事主线，让游客从知道景区的那一刻起就开始了这个故事，而探索整个景区的过程，就是了解景区背后故事的过程让游客有前所未有的游览体验。只有自然与文化相结合，加上很好的展示，才能让景区充满生机。



光华管理学院
Guanghua School of Management

GIO 华兴控股

智通天下 慧聚光华

北京大学光华管理学院全国公开课

主办：北京大学光华管理学院

联合主办：GIO华兴控股集团



GIO 华兴控股

华兴商道 财富共享

致力于成为全球领先的资本整合运营商
与华兴一起 共赴前程



敬请关注GIO华兴控股官方微信

| 北京市朝阳区建国门外大街永安里甲3号德润大厦B座9层 100022 | TEL:010-65699866 | <http://www.hxkgjt.com> |

银行 | 保险 | 私募 | 矿产 | 智能制造 | 地产 | 旅游文化 | 生物医药 | 现代农业