

◎书摘

立善法于天下，则天下治； 立善法于一国，则一国治。

——《在省部级主要领导干部学习贯彻十八届三中全会精神 全面深化改革专题研讨班上的讲话》等文中引用

■解读

法律是社会的基本规则。这就要求，法律应该是对国家发展有益、对社会治理有益的，这样的法才是善法。对于一个国家，所谓的善法，首先要符合自己国情的法，不可能原样照搬其他国家地区的法律，哪里有抽象的适用于所有社会的法呢？其次，它要是以人为本的法，要能正确

反映和统筹兼顾不同方面群众的利益，着力解决人民最关心最直接最现实的利益问题，切实维护公民合法权益。同时，它还应该是有利于国家发展、社会稳定的法，能把国家各项事业发展纳入正确轨道，从制度上、法律上解决国家发展中带有根本性、全局性、稳定性和长期性的问题。

■原典

盖君子之为政，立善法于天下，则天下治；立善法于一国，则一国治。如其不能立法，而欲人人悦之，则日亦不足矣。使周公知为政，则宜立学校之法于天

下矣；不知立学校而徒能劳身以待天下之士，则不唯力有所不足，而势亦有所不得也。

——〔北宋〕王安石《周公》

■释义

宋神宗熙宁二年(1069年)，王安石领导了中国历史上著名的“熙宁变法”。针对北宋当时的政治、经济状况，王安石认为问题的症结在于缺少明确的“法度”。他不仅强调立法，而且强调立“善法”；指出要使法“善”，就必须实行改革。

在《周公》一文中，王安石借评价西周初期杰出的政治家周公提出政见：“立善法于天下，则天下治；立善法于一国，则一国治。”这里所说的“国”，是指周朝时的

诸侯国，为“天下”的一部分。他认为，周公辅政应将广设学校之法推行天下。如果不设立学校培养人才，而仅凭自己的“一沐三握发，一饭三吐哺”招贤纳士，那么不仅能力不够，而且最终也是行不通的。

“善法”之言语出《管子·任法》：“今天下则不然，皆有善法而不能守也。”虽各有侧重，但不论《管子》中的“守善法”，还是王安石的“立善法”，均顺应时势。

习近平用典



◎名家

丰子恺：孩子，我不是教你诈

楼窗下的弄里远地传来一片声音：“哟哟，哟哟……卖小鸡喽”渐渐渐响起来。

一个孩子从家中抬起头来，张大眼睛倾听一会，“小鸡！小鸡！”叫了起来。四个孩子同时放弃手中的笔，飞奔下楼，好像路上的一群麻雀听见了行人的脚步声而飞去一般。

我刚才扶起他们所带倒的凳子，拾起桌子上滚下去的铅笔，听见大门口一片呐喊：“买小鸡！买小鸡！”其中又混着哭声。连忙下楼一看，原来元草因为落伍而狂奔，在庭中跌了一跤，跌痛了膝盖骨不能再跑，恐怕小鸡被哥哥、姐姐们买完了轮不着他，所以激烈地哭着。我扶了他走出大门口，看见一群孩子正向一个挑着一担“哟哟，哟哟”的人招呼，欢迎他走近来。元草立刻离开我，上前去加入团体，且跳且喊：“买小鸡！买小鸡！”泪珠跟了他的一跳一跳而从脸上滴到地上。

孩子们见我出来，大家回转身来包围了我：“买小鸡！买小鸡！”的喊声由命令的语气变成了请愿的语气，喊得比前更响了。他们仿佛想把这些音蓄入我的身体中，希望它们由我的口上开出来。独有元草直接拉住了担子的绳而狂喊。

我全无养小鸡的兴趣：而且想起了以后的种种麻烦，觉得可怕。但乡居寂寥，绝对屏除外来的诱惑而强迫一群孩子在看惯的几间屋子里隐居这一个星期日，似也有些残忍。且让这个“哟哟，哟哟”来打破门庭的岑寂，当作长闲的春昼的一种点缀吧。我就招呼挑担的，叫他带小鸡给我们看看。

他停下担子，揭开前面的一笼。“哟哟，哟哟”的声音忽然放大。但见一个细网的下面，蠕动着无数可爱的小鸡，好像许多活的雪球。五六六个孩子蹲集在笼子的四周，一齐倾情地叫着“好来！好来！”一瞬间我的心也屏绝了思虑而没人在这些小动物的姿态的美中，体会了孩子们对于小鸡的热爱的心情。许多小手伸入笼中，竟指一只纯白的小鸡，有的几乎要隔网捉住它。挑担的忙把盖子无情地盖上，许多“哟哟，哟哟”的雪球和一群“好来，好来”的孩子就变成了咫尺天涯。孩子们仰望笼子的盖，依附在我的身边，有的伸手摸我的袋。我就向挑担的人说话：

“小鸡卖几钱一只？”

“一块洋钱四只。”

“这样小的，要卖二角半钱一只？可以便宜些否？”

“便宜勿得，二角半钱最少了。”

他说过，挑起担子就走。大的

孩子脉脉含情地目送他，小的孩子拉住了我的衣襟而连叫“要买！要买！”挑担的越走得快，他们喊得越响，我摇手止住孩子们的喊声，再向挑担的问：

“一角半钱一只卖不卖？给你六角钱买四只吧！”

“没有还价！”

孩子锁着眉头不绝地探望挑担者的背影，又注视我的脸色。我用手掩住了元草的口，再向挑担人远远地招呼：

“二角大洋一只，卖了吧！”

“没有还价！”

他说过便昂然而向前进行，悠长地叫出一声“卖——小——



他并不停步，但略微旋转头来说了这一句话，就赶紧向前跑。“哟哟，哟哟”的声音渐渐地远起来了。

元草的喊声就变成哭声。大的

鸡——！”其背影便在弄口的转角上消失了。我这里只留着二个嚎啕大哭的孩子。

对门的大嫂子曾经从矮门上探头出来看过小鸡，这时候就拿着针

线走出来，倚在门上，笑着劝慰哭的孩子，她说：

“不要哭！等一会儿还有担子挑来，我来叫你呢！”她又笑着向我说：

“这个卖小鸡的想做好生意。他看见小孩子哭着要买，越是不肯让价了。昨天坍塌圈里买的一角洋钱一只，比刚才的还大一半呢！”

我同她略谈了几句，硬拉了哭着的孩子回进门来。别的孩子也懒洋洋地跟了进来。我原想为长闲的春昼找些点缀而走出门口来的，不料讨个没趣，扶了一个哭着的孩子而回进来。庭中柳树正在骀荡的春光中摇曳柔条，堂前的燕子正在安稳的新巢上低徊软语。我们这个刁巧的挑担者和痛哭的孩子，在这一片和美丽的春景中很不调和啊！

关上大门，我一面为元草揩拭眼泪，一面对孩子们说：

“你们大家说‘好来，好来’，‘要买，要买’，那就不肯让价了！”

小的孩子听不懂我的话，继续抽噎着；大的孩子听了我的话若有所思。我继续抚慰他们：

“我们等一会儿再采买吧，隔壁大妈会喊我们的。但你们下次……”

我不说下去了。因为下面的话是“看见好的嘴上不可说好，想要的嘴上不可说不要。”倘再进一步，就变成“看见好的嘴上应该说不好，想要的嘴上应该说不要”了。在这一片天真烂漫光明正大的春景中，向哪里容藏这样教导孩子的一个父亲呢？

（摘自华中科技大学出版社《你若爱，生活哪里都可爱》，丰子恺 著）

◎经营

优惠券里学问大

意识反应：质量保不准出了问题。

就拿香奈儿、LV、爱马仕三大奢侈品牌来说，这些品牌之所以价格能高高在上，就是因为它们精于维护品牌形象。一个方法就是高价出售还不打折。就算在淡季，这些奢侈品也很少降价，甚至从来不进名牌品牌促销大本营——奥特莱斯。因为一旦轻易降价，就会让消费者有种错觉，是不是产品质量有问题了，还是款式过时了。这些不好的联想，直接会使得奢侈品牌的“溢出价值”，比如，“优雅”、“精致”、“个性”等产品形象受损，在这个物品标志身份的时代，无疑会让消费者有种身价下跌的感觉。

所以，企业万不得已是不大会轻易采取降价措施的。优惠券却能在

吸引顾客时，减少顾客不利于品牌形象的联想。

优惠券让利润最大化

使用优惠券，当然还有利润最大化的需要。在经济学中，利润的最大化有个简单明了的计算公式。那就是消费者愿意支付的最高价格与实际支付的价格之间的差额，差额越大，企业的利润就越高。那么，怎样才能让利润最大化呢？

举例，市场上最近出了一款新型的彩虹汽水，分别是木瓜、香蕉、青苹果等7种口味主导。A、B、C三人被这款饮料迷住了，都想先喝为快，不过由于经济条件不同，他们能承受的最高价格分别是5元、6元、7元。

现在，假设汽水的进货成本是3元。

如果商家把价格定在最高的7元，只有一个人会愿意买，这时商家只有4元进账。如果定在3元的成本价，三个人都会买，但利润为零。但定在最穷的A愿意支付的5元时，每个人都会去买，这时商家的利润会实现最大化，达到6元。

但实际市场环境中，远比上述例子复杂。最大的难题就是很难弄清楚消费者愿意为商品出的最高价格。这个时候，优惠券就能派上用场。再回到彩虹汽水定价问题上，假设汽水的成本依旧是3元，如果定价在7元，但返2元，就能留住最穷的A，同时，对价格不敏感的C又没兴趣找优惠券，给了7元就拿走汽水，这样商家就实现了利润最大化。

消费者付出成本 商家渔翁得利

表面上看，优惠券让单品价格下降，消费者像是捡了个大便宜，但“天下没有免费的午餐”。当你拿着优惠券时，你获得了什么，还有失去了什么？很明显，你获得了一定程度上的优惠，但你付出了时间成本还有丧失了自由选择权。就时间成本来说，你得花费时间扫码下载店家的APP，下载电子券，研究最划算的套餐组合。你花费的时间成本，其实成了商家“广告时间”。

再就自由选择权来说，优惠券的优惠大多限定于固定的产品组合，而较少用于单点。

所以，你看，精明的商家从来不会做亏本的买卖。降价既损害品牌形象，还达不到广告效果，优惠券虽然走的是一条“曲线”降价方式，表面上很折腾，但作用却很大。

（摘自《大科技》，作者：李欣）

单纯降价 身价下跌

在回答这个问题前，我们不妨看看降价出现在什么场合。

爱逛街购物的人士都知道，市场上那些特价大甩卖产品，都是些过季清仓，或者质量有些瑕疵的问题产品。正常情况下，企业很少主动给商品降价。因为价格由商品的价值确定，简单地说就是“一分钱一分货”。价格也就与质量直接挂钩，一旦价格下跌，很容易引起消费者下