

囊中江湖》

## 金庸之大

金庸先生常常被称作“金大侠”，古龙、梁羽生、温瑞安等同行似乎无此雅号（古龙有“古巨侠”之称，巨侠二字，未免有些戏谑性质）。想来不仅因为，武侠小说家中，金庸成就最高，完全当得起一个“大”字；还有一个不可忽略的原因：他定义并发扬了“大侠”的内涵。其代表作《神雕侠侣》第二十回，名曰“侠之大者”，其中郭靖教导杨过，引出“为国为民，侠之大者”一语，一举成为武侠世界的精神纲领。后来者对侠客精神的探究，莫不进退于这八字的光芒或阴影之下。

不过，喊出了“为国为民，侠之大者”的金庸，一生行事，几乎与侠无关。他的本性，介于士与商之间，甚至后者成色更重，并无多少侠气——相形之下，古龙身上反而有点久违的侠气；金庸所处地域与时代，更与侠气无缘，反而在禁锢、销蚀侠气，残存的几根侠骨，在权力与资本的双重夹击之下，早已断折殆尽。说白了，既非其人，亦不逢时，那一声“金大侠”，只可视为借花献佛的恭维或逢场作戏的客套，倘若当了真，则有碍于我们认知金庸的真实面目。

有时我们容易在作者与作品之间建立一种粗暴的关系，譬如以为武侠小说作者必定一身侠气，必定精通武术等。有人读罢金庸小说，写信向他讨教武功，这近乎走入火魔。事实上，武侠小说的风格并非现实主义，而是超现实主义或魔幻现实主义，最需要的是想象力。作者精通武术固然重要，不通武术亦无大碍，也许更有助于打破规矩，激发想象。至于侠气，更是无关紧要，在我看来，小说家不妨世故一些、阴暗一些，道德感过于

文/明戈



作者为法律学者

强烈的人反倒不适合来写小说。

此外还要注意，侠客文化与侠客乃是两码事，前者之兴盛并不对应后者之风行，甚至相反，一个武侠小说风靡的时代，极有可能是一个侠气沦丧的时代，所谓缺什么补什么，不难想见，假如人世间侠气激荡，何必借用小说幻想行侠仗义呢。

由此再来说金庸。刘远举先生认为，金庸的成功有三个时代背景：识字率提升、报纸普及、电视兴起。我的总结更宏大一些：金庸的成功是商业文明与市民文化的成功。他写武侠小说是商业行为（在他所创办的《明报》常年连载，以招揽读者，刺激销量，有些读者购买《明报》，即为追他的武侠小说），武侠小说的流行，无论出版还是拍成影视剧，同样是商业行为。说白了，金庸成功的要素是商业，而非其他。

把金庸与商业挂钩，在他身上贴以商人的标签，我不认为是一种贬斥。日常之中，对商人的贬低，对侠客的抬高，堪称两大认知误区，流毒既深且广。实则商人对世界的贡献远远大于侠客，商业文明对社会的推动远远大于侠客文化。侠客与侠客文化都是标准的双刃剑，作为凶器，只能不得已而用之。

金庸是商人，却也不仅是商

人，更精确的说法，可借用一个老词，叫“士魂商才”。前些天我的师兄叶子民大律师曾引用这四个字，论证律师的成功之道：士魂即知识人的头脑，商才即商人的身手，对律师而言，前者是安身立命的根基，后者是翻天覆地的手段，缺乏任何一项，断难走上大道。这个说法，不仅适用于做律师，还适用于做媒体。拿金庸创办《明报》来说，如果没有商才，报纸则无活路。

相比武侠小说，《明报》的经营更能呈现金庸在士与商之间的纵横与纠结。这家报纸的定位，本是市井小报，以赚钱为第一义，各种娱乐八卦、情色暴力新闻，只要吸引眼球，一概照登不误，这是商的一面。另一方面，金庸宣称《明报》“站在中国人的爱国立场”，“凡是有利于国家和老百姓者，我们赞扬之，有害于国家和老百姓者，我们反对之。如果国家的利益和老百姓的利益发生矛盾之时，我们以老百姓为重。”这则是士的一面，甚至有些“为国为民，侠之大者”的意思。

1962年5月的大逃港事件，乃是《明报》的转折点。对于大陆逃港的难民潮，香港当局严禁报道，唯有《明报》逆流而上，主动介入，一时名动全城，洛阳纸贵。两年后金庸写作社论回顾此事，慨然道：“我们明知这会得罪许多朋友，会使得我们以后一生的日子很不平安，会使我们负上许许多多的罪名。然而，《明报》刊登过许多武侠小说，我们赞扬坚持正义的心灵，难道在说了许多年风凉话之后，当自己遇到危机的时候，就去做卑鄙无耻的小人么？”（1964年12月8日）这番话慷慨激

昂，掷地有声。不过此事并不像他说得那么堂皇，背后另有隐情。他原本与当局同一态度，拒绝刊发记者去边境采访难民的稿件，丝毫不顾他们的抱怨和哭诉，直至采访部主任雷炜坡和记者陈非这两员大将据理力争，甚至以辞职相逼，他才无奈点头。这么说到底也不是要谴责金庸，而是试图指出他的两面性，以及他在士与商之间的困境。

大体而言，金庸一生，有时是商，有时是士，唯独不是侠。作为士的他可比国士，虽也在为国为民，还是不能与侠等同。国士不论是否居庙堂之高，都是庙堂的同构者，侠则处江湖之远，与庙堂遥遥相对。江湖之为江湖，正表现为对庙堂的反叛、挑战与独立。这正可以回答，为什

么金庸写罢《鹿鼎记》，决然宣布封笔。

这背后，关乎金庸对侠的态度。如果说“飞雪连天射白鹿，笑书神侠倚碧鸳”编织了一条关于侠的精神谱系，其表现形式则非直线，而是弧线，弧顶即“为国为民，侠之大者”。简单说来，陈家洛、袁承志代表“侠之始”（尽管陈家洛更像知识人），郭靖、杨过、张无忌代表“侠之大”，萧峰、令狐冲代表“侠之疑”（他们已经在拷问、解构侠的形象），韦小宝代表“侠之终”（韦小宝已经不是侠客，而是流氓，当庙堂与江湖的二元关系被消解，不消说侠客，连流氓都无处可逃，只能诈死了局）。

说到底，还得回到“大侠”的称号。我之所以纠缠于此，除了因为金庸本身并无侠气，他也

不想当大侠，更是因为，以此来论断金庸，不但错位，而且偏狭。他的大，不是侠之大，而是商人之大，报人之大，作家之大，这三个界面，才是他的功业，他的光辉。再说远一点，他的大，还表现为大事不感，大节不亏。能有这等道行的人，百年以来寥寥无几，知识界如胡适，商界如李嘉诚，他则是驰骋于这二界之间的一个典型。

在这个秋叶飘零的季节，九十四岁的他离开了人间。有人引用杨过的台词代为告别：“今番良晤，豪兴不浅，他日江湖相逢，再当杯酒言欢。咱们就此别过。”我却以为，他更愿意像泛舟五湖的范蠡那样，握住西施的手道：“咱们换上庶民的衣衫，我和你到太湖划船去，再也不回来了。”

自由谈》

## 茅台股价波动，何须大惊小怪？

文/陈思进



作者为华尔街从业人员

本周一（10月29日）开盘，贵州茅台“一”字跌停，周二开盘再度大跌7%，收盘有所反弹。而周五则出现强劲反弹。

“神酒”跌停，成为本周以来A股市场“黑天鹅”，令人大跌眼镜，同时拖累行业板块全线下跌，五粮液、洋河股份等多只白酒股纷纷跟着“躺枪”。

贵州茅台自2001年7月底上市以来，股价稳步上扬，市值屡创新高，头顶“消费股神话”“白酒标杆”“价值投资典范”“蓝筹股龙头”“熊市避风港”等无数光环。此前，A股历经数次暴跌，茅台也只跌过一次（2013年9月2日，受“限制三公消费”“严查公款吃喝”等影响），而且是收盘封住跌停。

因此，对于近日以贵州茅台为代表的高端白酒大跌，很多人都在追问逆市大跌原因是什么？释放了什么信号？

其实，贵州茅台并不存在所谓的“逆势大跌”。

A股已经熊市3年，今年2月以来更是连跌9个月，但此前贵州茅台反倒是逆势上涨，2018年6月12日，沪指跌至3000点关口，而贵州茅台股价触及792.5元的历史“天价”（前复权），市值逼近万亿。

从此以后，贵州茅台开始进入调整，但是相比海康威视等超级白马股，其调整幅度极为温

上接《E3》

这也是默克尔如此安排的原因所在。

默克尔宣布不谋求连任之后，引发了关于后默克尔时代的讨论。那些不喜欢默克尔的人们冷嘲热讽，包括东欧国家的领导人。为了平息舆论的热炒，默克尔赶紧补了一刀：不担任党主席，但是会完成总理任期，这样可以更好地处理国家事务。我们只以看到，默克尔担任党主席的时间远远超过担任总理的时间，在德国的政治制度框架之下，总理的权力基础在于政党。可以设想，当默克尔不再担任基民盟党主席而只是担任德国总理的时候，她已经提前进入了“跛脚时刻”。即便是默克尔中意的卡伦鲍尔能够成为党主席，也不能保证会不会提前举行大选，况且，卡伦鲍尔未必能够在党主席的选举中获得胜利。

基民盟内也有默克尔的批评者，当然，默克尔在过去二十多年时间里，平息了党内的竞争者，或者排挤出去，或者整合进自己的执政团队之中。德国政党内部的权力结构还是寡头性的，在默克尔不担任党主席之后，也就意味着失去了对基民盟的控制，卡伦鲍尔即便担任党主席，也必须建立自己的权力基础。默克尔曾经得到科尔的提携，甚至被称为“科尔的小姑

也类似。

因此，大家对贵州茅台下跌无需大惊小怪，这并不存在释放什么信号。

除了上述原因，再从基本面来看，贵州茅台近日大跌最直接的原因就是业绩下滑。中秋加国庆，第三季度往往被认为是消费市场的“金九银十”，仅次于春节，但贵州茅台今年第三季度收入增速放缓，大幅低于市场预期。因此，部分机构下调了贵州茅台的目标价。

这主要是受市场大环境影响，今年以来中国社会消费品总额增速屡屡不及预期，消费增速下行是不争的事实，茅台自然难以独善其身。

国家统计局发布的数据显示，9月份中国社会消费品零售总额同比增长9.2%（扣除价格因素实际增长6.4%），1月~9月同比名义增长9.3%。数据虽有所抬头，但是相比过去动辄10%以上的增速却放慢了许多。另外，今年以来社会消费品零售总额增速多次不及预期，比如5月同比名义增长8.5%，低于9.6%的预估值，7月同比名义增长8.8%，也不及预期。

综上所述，贵州茅台之前的股价太高了，再加上基本面的变化，股价调整很正常。机会是跌出来的，等调整到位了，反而是长线投资者入场的好机会。

## 伊利国际化战略受全球媒体关注 将开启大航海时代

中国领军企业的海外动作正在成为全球媒体关注的焦点。10月23日，伊利集团在印度尼西亚首都雅加达举行Joyday冰淇淋的全球首发，正式宣布进入印度尼西亚等东南亚市场。此前，中国食品领域大规模出海的案例并不多见，此举引起了全球媒体的高度关注。截至目前，雅虎财经、华盛顿商报、印尼罗盘报、德国财经在线、新加坡亚洲价值投资、新西兰新闻专线等全球700余家媒体进行了报道。

由伊利主导实施的中美食品智慧谷，是中美两国农业合作的高端智慧集群，也是伊利“全球织网”的重要支点。本次伊利国际化战略布局吸引了雅虎财经、华盛顿商报、波士顿先驱报等诸多美国主流媒体的关注。媒体发表评论称，伊利布局东南亚的背后，标志着中国企业的国际化呈现出新的趋势。全球知名媒体《雅虎财经》在第一时间发布深度报道《伊利进入东南亚市场 为中国食品行业开启“大航海时代”》。文中写到：“公元15-16世纪被称为‘大航海时代’，又被称为地理大发现时代，从未被认知的大陆，从未联系过的国家被新航路串联起来，形成了新的商贸通道与政经关系。来自中国内蒙古自治区的乳业龙头伊利集团，率先登陆海外市场。伊利的这一行动，不亚于为中国食品企业再次开启登陆国际市场的‘大航海时代’。颇具巧合的是，15世纪享誉世界的郑和七次出海，第一站登陆的爪哇国就是今天的印度尼西亚的一部分。”

雅虎财经文章指出，在过去几年中，快速成长的中国企业正在发力全球市场，主角多数集中于科技领域和依托于基础建设的工程机械领域，食品和快消品行业的例子至今仍非常罕见。这一方面是具备大规模出海能力的企业还不多，另一方面，食品行业与其他行业相比更需要依赖品牌力量。从这个角度来看，伊利可能成为了这个领域中国企业的开拓者，正如多年前华为在科技行业中所做的那样。

“中国乳企如今从营收规模到影响力都已经进入全球前列，伊利开启了自己的大航海时代，它是否能成为中国同行中的哥伦布，值得期待。”在文章结尾，媒体对伊利国际化给予乐观展望。

印度尼西亚是全球人口第四大国，东南亚第一大经济体。作为伊利进入东南亚的首站，印度尼西亚罗盘报、雅加达投资者、万隆新闻等印尼全国各大媒体也进行了聚焦报道。印尼万隆市是前期伊利产品已经上市的四个主要城市之一，当地重要媒体《万隆新闻》对产品上市后的市场反响进行了报道：“消费者普遍反映这款冷饮口味更纯、外形设计更让人有胃口，而且价格也足够实惠。在一些销售点，顾客为了尝鲜还排起了长队。”

此外，新加坡、马来西亚、越南、泰国等东南亚国家都有重要媒体将目光聚焦于此事件。新加坡《亚洲价值投资》文章指出“‘一带一路’背景下，中国与东南亚企业正实现经济共赢。毫无疑问，伊利集

团布局东南亚市场，将帮助伊利开启中国之外的另一个亿级市场，为企业发展开辟崭新的空间。”

目前，伊利集团在新西兰建设的大洋洲乳业基地已经成为“一带一路”上的标志性项目。伊利在东南亚的动向也受到了新西兰媒体的关注，新西兰《新闻专线》媒体报道称：“中国的优秀企业正在成为全球商业版图中的新势力。伊利集团率先登陆印尼市场，为海外市场布局建立起又一支点。”

近年来，伊利不仅在全球资源端、创新端进行整合，在全球市场端也频频发力。伊利产品的输出，一方面需要依靠高品质产品的全球落地，另一方面，品牌也要同时输出全球。此次，Joyday冰淇淋在印尼的全面上市，正是伊利整合全球更优资源、品质和品牌在海外的双输出。

据经济学专家表示，中国企业国际化过程中，最常见的是海外收并购，而伊利的国际化是一套更复杂的体系，其“全球织网”战略中，包含的是全球资源体系、全球创新体系、全球市场体系。全球化趋势下，依托国际化经营，伊利正在打造中国品牌的国际化样本。

1927年，可口可乐首次进入中国；1987年，肯德基在中国的第一家门店开业；1999年，星巴克正式进入中国，此后这些品牌成为国人心目中的全球品牌。2018年，历史进入新的纪元，伊利产品全面登陆印度尼西亚等东南亚市场。伊利等中国优秀品牌能否开创属于自己的时代，值得我们共同期待！

娘”，但是默克尔和科尔的关系基本早已破裂。基民盟的“老人”莫茨的支持率要比卡伦鲍尔要高一些，在默克尔的支持率下降的时候，要赢得党主席的位子必须要跟默克尔保持一定的距离才能够赢。卡伦鲍尔现在担任基民盟的秘书长，这不是最好的位置，她没有办法摆脱默克尔的影响。莫茨的支持率要超过卡伦鲍尔好几个百分点，更重要的是，曾经被默克尔排挤的莫茨比卡伦鲍尔拥有更多的回旋余地，可以更加明确反对默克尔的政治主张。他已经声明，基民盟需要变革与更新，而不是“革命”，国家的认同和传统价值观必须在我们的言行中占据牢固的地位。这样的主张无疑是向极右翼方向迈进了一大步。在默克尔领导的基民盟出现价值分歧、选举机器出现漩涡之下，会进一步加速这种价值观的分裂。

基民盟的合作者——社民党也不愿意与默克尔合作了，虽然组建了大联盟政府，社民党加入了政府，但是最近的地方选举却反映出非常危险的信号：基民盟和社民党支持率的总和低于50%，也就是说下次大选，社民党极可能失去第二大党的地位，社民党面临着泡沫化的危险，对于

社民党的议员来说，离开政府，才能赢得选举。社民党和基民盟的合作又一次到了关键时刻，无论基民盟还是社民党的支持率都跌到了历史新低，如此发展带来的结果就是德国政党的多元化，没有主导政党的多党制，政治难以维持稳定。

从欧盟发展来说，默克尔是欧洲一体化的推动者，当然是德国模式的欧洲一体化。从欧债危机开始，默克尔“被”成为欧元区的领导者，但是德国所代表的条顿传统与法国以及南欧国家代表的拉丁传统之间的分歧越来越大，到现在为止，对于欧元区内部的整合依然没有取得关键进展。法国总统马克龙算是比较激进的欧洲一体化者，但是没有默克尔的支持，马克龙恐怕是孤掌难鸣。难民危机之后，数百万难民进入欧洲，尤其是德国，难民潮刺激了欧洲人对于自身种族、宗教的认同，德国选择党的崛起就是例证，而默克尔背后的基民盟无疑也会多少接受这种观念。

自由、平等、人权等价值观是欧洲价值的组成部分，而民族主义、宗教认同也是欧洲价值、欧洲认同的一部分。显然，欧洲价值的门已经翻转了，而默克尔已经在门外。