



▲马桂宁参加公益活动(资料片)



## ■史海钩沉

王安石变法  
为何拒绝媚民

北宋中期，士大夫群体中逐渐兴起了一股改革的呼声。其中，王安石不仅受到当时士大夫集团的推崇，而且也因为自己的“经术以致用”观念，获得了宋神宗的信任。

与司马光等人相比，王安石提出了一个更具创新性的改革方案。他将当时存在于商业中的理财术主动纳入国家体制的转型中，要求政府学习商人的“长袖善舞”。而这一方式，向来被儒家治理传统所排斥，如历史上对桑弘羊的评价。而王安石将其拉到儒家的传统中，并通过阐释《周礼》，使其成了周公之法。他要用这种方式建构儒家的均平政治。青苗、均输、市易等法打击大富商对国家经济秩序的破坏，努力解决谷贱伤农、谷贵亦伤农的局面；方田均税法致力于税赋在各个阶层的均平，实际上打击了富农；农田水利法直接鼓励农业的生产；免役法本于去害农之募役，求役法之公平。总的来看，这个改革只是打击了大富商，并没有针对商业。

在新的语境中，王安石还创造性地转化儒家思想资源，为变法寻求根据。他重新解读儒家的民本观念，发展了新民本主义，其核心在于实现均平政治，首要是恤农，兴修水利，开垦农田。仁民要有一定的法度，不能一提仁民，便是减税。一些地方官员通过减税为自己捞得好的官誉，但国家花费不足时，又加倍盘剥。这是媚民，不是仁民，最终依然是害民之政。他提倡贤能政治，重视培养法律、军事等专门人才，奖用功实，鼓励官员的敢于作为。希望通过一个高效、廉洁、奉法的政府来实践德政理念。不难看出，德政是王安石念兹在兹的问题，他的抉择带有鲜明的儒家特质。

王安石的这套经济改革方案并没有为司马光等人所接受，他们坚持理财只是“小人之事”。理财是必要的，但根本要靠节约。司马光论证说财富总体是相对稳定的，不在民则在官。他批评王安石只不过是变着法敛财罢了。很多人可能会倾向认为司马光的政策有一种自由经济的倾向，即主张政府越少干预经济越好。这其实也是一种不恰当的“格义”。司马光没有看到市场的价值，更不会去为它辩护。以古代思想的脉络而言，司马光的主张其实是一种传统的民本观念。它也是一种德政理念，有着强大的传统，只是无力面对当时社会分配不均、农民得不到体恤的状况。

围绕这场经济改革，各方的争论极其激烈。每个人都要表明自己的态度，支持或者反对，后来甚至与人品和学问直接挂上了钩。刘彝是胡瑗的弟子，因晚年为王安石所用，便被评为“晚节为可惜也”。无形中，党派风气对每个人都构成了压力。人们太过于关注经济改革的内容，以至于忘记了在其他方面。

事实上，在这些地方，士大夫集团可以取得更多的共识，如程颐、朱熹一直都是王安石变法的支持者。此为北宋士大夫风气的一大变化，不能不引起我们的深思。

摘自《解放日报》

## 被邓小平点赞的柜台明星

11月6日，年近八旬的马桂宁去世。

马桂宁，一个对年轻人显得陌生的名字。而对他们的父辈、祖辈来说，这个名字曾经如雷贯耳——他是上海市第一百货商店明星营业员，多次当选全国劳模和上海市劳模。几十年来，他在小小的“三尺柜台”练就独具一格的马派服务技艺，赢得“北有张秉贵，南有马桂宁”的美誉。

他和邓小平同志的一次互动，更是被传为佳话。

### 为邓小平服务的“柜台明星”

1992年2月18日元宵节，邓小平来到上海市第一百货商店，来到马桂宁的柜台。马桂宁有个外号，叫“财神爷”。他向邓小平解释，因为常去各商店服务示范，之后这些商店的生意会马上好起来，所以有了这么一个外号。邓小平听了频频点头。邓小平与马桂宁亲切握手、合影留念，并从他手中购买了文具。

在上世纪八九十年代，上海市百一店是全国最大的百货商店，享有“新中国第一店”之称。马桂宁长期在呢绒柜台工作。当时人们找马师傅买布，他不用尺子，一点不差，人称“一看准”“一摸准”。2000年商店进行调整后，没布可卖了，马师傅被调去卖男士衬衫，照样看一眼就知道顾客适合什么样的衣服。

1938年5月出生的马桂宁，1973年12月到上海市第一百货商店工作，1984年10月入党。“我的追求就在‘三尺柜台’。”妻子张玲玲深知马桂宁对“三尺柜台”的热爱。年轻时，马桂宁几乎天天早出晚归，退休被返聘后也没停下来过。去世前的一段时间，即便是躺在病床上，他也不时问家人：“重整的市百一店开业了吗？拍点照片给我看看。”

### “马派服务艺术”当年很红

在马桂宁柜台，每天都上演着“马派服务艺术”。

一次，一位女顾客看中一块淡黄色红黑格花呢，但实际上，她的年龄不适合穿。马桂宁不厌其烦地向她解



### 当师傅不当领导收五百徒弟

并拿了一种咖啡底黑格子花呢，把两块料子披在她身上，让她照镜子仔细比较。这位女顾客最后选中了马桂宁推荐的料子，高兴地说：“还是你挑得好，要不买回去只能压箱底。”后来，这位顾客操办儿子婚事时，拿了1000元钱——当时是一笔巨款——来买料子，对马桂宁说：“只要你看中就行。”

他每天接待成百上千的顾客，不少顾客常常通过一笔小买卖的偶然相识，便与他一见如故，并带来许多“回头客”。这从平凡中升华的“非凡”，凝聚着马桂宁多年的辛劳和汗水、勤奋和刻苦，实在称得上是一门“艺术”。

为了接待好每一个顾客，马桂宁创造了“接一、问二、招呼三”的接待法：每当接待一名顾客，也抽空询问第二位顾客的要求，并向第三位顾客打招呼，使顾客感到暖意，产生亲近感。他又根据顾客的询问、需求、意愿、担心等心理状况，总结出“五帮助，五可以”，帮助算料，帮助解决急需用料，误算用料可退换，重复买或误买可以代售，买料后加工困难可以帮助解决等，处处使顾客感到方便、满意。他作顾客的参谋，运用比较法、疏导法、比喻法，让一些冲动型的顾客也能耐心挑选，选中最适合自己的衣料。

上海一家商店曾经搞了个小试验——把平时销售额不大或卖不掉的布料让马桂宁去卖。结果时间不长，顾客就在他柜台前排起长队。

事实上，经过前期的狂飙突进，一度火爆的电商也遭遇不少消费者“吐槽”，发展进入瓶颈阶段。部分领先的电商平台，近年已开始积极布局线下商场，用户体验成了零售创新中的关键词。由此可见，“马派服务”在新时期、在现代服务体系中也毫不过时。

马桂宁曾说过，服务无止境，千万不要墨守成规，要敢于创新，敢于超越，创造一套最适合自己的服务特色，这才是最好的方式。

摘自《新华每日电讯》