

读书

书籍能引导我们进入高尚的社会，并结识各个时代的最伟大人物。

——斯迈尔斯

多读书，读好书，然后写出自己的感想，这是写好作文的开始。

——冰心

从科学的角度重读世界名画

□何伦

创作时的构思和创意，采用的技术手段，脑科学、神经科学、人体解剖学、光学、色彩学、透视等科学方法在绘画技术中的应用，以及观者在欣赏画作时的视觉神经活动、大脑和心理变化进行了探讨和解读。

本书作者林凤生，中学时曾师从丰子恺、唐云等名师学习绘画。近十几年来对绘画与自然科学之间的关系进行了跨学科研究。这部跨界之作不但视角独特，而且内容广泛，既有美术欣赏者的艺术评析，更有自然科学工作者的理性思索。

比如，在第一部分“星光璀璨：现代画流派与科学的不解之缘”中，林教授分别介绍了印象派、后印象派、野兽派、立体派、抽象画派、超现实主义、未来派、维纳分离主义、至上主义、美国抽象表现主义等现代画流派，他以洗练的文字概括出各流派的主要特征，如“解放色彩的野兽派”“探索空间的立体派”“画出梦境的超现实主义”，同时别辟蹊径，以各流派具有代表性的艺术大师为经，以这些流派与自然科学结下的千丝万缕的关系为纬，交织而成一篇篇极富特色的文章，让人一边欣赏世界名画，一边轻松理解了印象派画为什么有立体感、凡·高的画为什么这样亮、野兽派画家用色有什么好等等。

全书分为三个部分，分别涉及现代绘画、艺术与生活、绘画与科学。本书不仅对名画表达的科学内容、蕴含的科学思想进行了阐述和分析，还对画家创作时的构思和创意进行了探讨，是一部融学术探索、科学普及和艺术欣赏于一体的知识性读物。

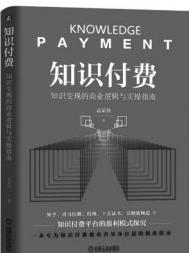
如何在职场上更受欢迎？如何解决激烈的家庭冲突？如何拿回自己的人生掌控权？这是一本人人都需要的关系百科。本书通过六十多个具体场景，覆盖职场关系、自我关系、家庭关系、亲密关系、社交关系五个领域，总结了大家在生活工作中会遇到的高频人际关系问题，以独到视角进行剖析并给出科学且可操作的解决办法。《掌控关系》教你用智慧避开人际关系的“雷区”，让你在关系中漂亮地赢。

古城是人类历史文明的绝佳见证者，记录了人类文明在不同历史阶段的兴衰演进的线索。同时，古城也是旅游爱好者探访名单上的必去之所，它们像一颗颗熠熠生辉的宝石，吸引着无数人前往朝圣。在《访古寻城》一书中，作者唐克扬绘制了12座知名古城的探访指南，配以丰富的历史资料图片与生动的文字解读，带领读者穿行于古城遗迹的街巷之中，循着时间的足印，摩挲当下与过往间的裂痕。

95后，是移动互联网世界的“原住民”，在其成长过程中形成了各种不同种类的圈层。因为不能进入圈层，越来越多商业巨头正在丧失“讨好”年轻人的能力，面临流量变现难、转化率降低等窘境。作者总结出了95后圈层的6大特点：年龄包容性、在线化、低技术门槛、财富影响力下降、文化跨界和创意思维。无论是开发产品，还是创造市场，只有读懂圈层，才能找到符合95后市场的商业逻辑。

知识付费领域正呈现分化趋势

□袁荣俭



袁荣俭
机械工业出版社
知识付费

手段，对知识产品进行优化配置的经济现象，即通过互联网平台进行的知识的市场交易行为，可以理解为“知识产品或知识服务的付费”。可见，知识付费在本质上，与传统的图书、教育、培训类似，也是内容付费的一种。

知识付费伴随着移动互联网的发展而成为现实，在新技术、新环境下，内容不再以完整、系统罗列的方式呈现出来，转而以碎片、单独、立体、交叉的形式提供，购买行为不再孤立，支付金额和形式可以根据付费对象以及付费者的差异而随机变化。传统的媒体、出版及教育等行业正面临新的机会和挑战。

随着我国知识付费产业的不断发展，知识付费领域呈现分化趋势，由起初集中在商业财经信息、专业技能培训等领域，逐步向更多、更丰富的细分领域扩展，内容的深度化和垂直化成为知识付费行业的发展趋势。作为致力于知识内容深耕和专业领域研究的文化产业，相比知识付费平台中新兴的众多互联网平台或内容提供者，出版、媒体及教育等产业有其无法比拟的、最为核心的内容资源优势。从这个角度来说，知识付费带来的冲击可以说是媒体、出版及教育等产业实现产业转型升级、突破固化运营模式的一次重要机会。

目前，在出版行业已有一些出版单位尝试进入知识付费领域并已获得良好收益。如商务印书馆推出的国民知识宝库《新华字典》在核心知识付费应用上线时间分布统计中位列第二名，该项统计的第一名是豆瓣推出的“豆瓣时间”，第三名是蜻蜓FM与高晓松联合出品的付费音频节目《矮大紧指北》。

虽然出版行业也积极投身知识付费领域，但仍存在一些问题。首先是付费形式单一。现今，知识付费领域中已出现图文、音频、视频等多种内容形式。而出版行业多以有声书作为主打，形式显得较为单一。单一的形式无法满足用户的多样化需求，还会加速听书市场的饱和，不利于出版机构新业务的拓展。其次是生产模式较为粗放，传统出版机构将纸质图书“原样照搬”到付费平台上的现象仍十分常见，缺乏对知识的分层和进行传播，以移动支付作为主要支付深加工。

既然如此，广义的知识付费可以理解为基于行政或市场对知识进行配置的交易。从这个角度来看，所有基于知识的交易均可看作知识付费，包括传统的出版、教育和培训等领域。而随着各种工程技术、计算机技术及智能技术的发展，基于互联网传播的知识付费带来了新的机遇和挑战。狭义的知识付费是利用市场，融合大数据、人工智能等工程技术，通过互联网进行传播，以移动支付作为主要支付

“天眼”之父南仁东的传奇故事

□刘阳



王宏甲
北京联合出版有限公司
中国天眼：
南仁东传

FAST落成启用之日。

2016年9月25日，国之重器“中国天眼”落成启用当天，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平给科研人员和建设者们发来贺信。据《贵州日报》报道，这是党和国家最高领导人第一次为大科学工程落成发贺信。信中这样写道：“浩瀚星空，广袤苍穹，自古以来寄托着人类的科学憧憬。天文学是孕育重大原创发现的前沿科学，也是推动科技进步和创新的战略制高点。500米口径球面射电望远镜被誉为‘中国天眼’，是具有我国自主知识产权、世界最大单口径、最灵敏的射电望远镜。它的落成启用，对我国在科学前沿实现重大原创突破、加快创新驱动发展具有重要意义。”

此后，习近平在2017年新年贺词中再次提到“中国天眼”。同年1月，“中国天眼”作为新时代标志性的科技成果，被写进党的十九大报告。2018年12月31日晚，习近平主席发表2019年新年贺词时再次提到了南仁东：“此时此刻，我特别要提到一些闪亮的名字。今年，天上多了颗‘南仁东星’……”

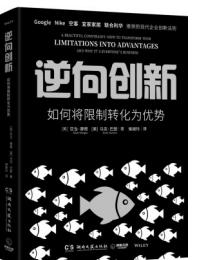
作者在《中国天眼：南仁东传》一书中，清晰地表达了这样一种态度，即需要了解的不只是南仁东做了什么，更重要的是南仁东为什么是这样一个人。本书写南仁东一生，主题着力于写伴随着南仁东一生的“我和我的祖国”，感人至深。他48岁的时候，中国的射电望远镜还只有25米口径，不如印度。他去世的时候，中国已有世界最先进的500米口径射电望远镜，超过二十世纪人类十大工程之首的美国阿雷西博望远镜。他作为中国天眼的首席科学家和总工程师，几乎参与了国之重器“中国天眼”建设的全部环节。

“中国天眼”建成，对推动科技进步、促进当地经济发展等多方面带来的好处，都是巨大的。南仁东和他凝聚起的团队，之所以能铸就这个“国之重器”，就是因为他们能在困境中不断“自力更生”。

2018年，中宣部从1545种主题出版选题中优中选优，最终确定了重点主题出版物选题61种，《中国天眼：南仁东传》入选。另外，该书也同时被中科院、中国科协、中国科协联合列为1998年9月25日发现的，9月25日是

换个角度寻找无限可能的“支点”

□乐倚萍



马 鹏
美 亚
当·巴登
拉 梁 娅
玲·译

适区”里，懒得改变，直到某项限制逼迫我们不得不创新。耐克公司的两项创新都是源自限制：有人声讨耐克罔顾工人健康，可是要全天候监督工人的防护设备非常困难，何不直接减少加工过程中的有毒气体呢？性能更好且无毒的水性黏胶横空出世。另一次投诉是针对六氯化硫对环境的污染，耐克用它来制造当时市面上最轻、最耐用的气垫，然而走出舒适区，耐克终于发现了更好的替代品，新产品日后更畅销。

作者还列举了许多看似不可能完成的任务，这些任务本身的诉求是矛盾的。比如廉价的产品之于优良的品质、贫瘠的土地之于想致富的佃农、租赁服装之于提高销售量，这些挑战激发了创新者的潜力，被逐一实现了。最耳熟能详的例子是宜家家居，它发端于资源匮乏的瑞典小镇，深谙物尽其用之道：门板切割成桌子、收集无人问津的鸡毛，爱用环保的竹纤维……再看肯尼亚乡间，佃农发展养鸡副业，无暇看管雏鸡，便把它们染成蓝色就能避免被老鹰捕食，还能用来自土壤的白蚁解决饲料难题。而租衣平台的合作伙伴竟然是高端服装品牌，前者并没有抢走后者的生意，因为试穿会大大提升顾客购买服装的意愿，也意外减少了低端品牌的仿制。矛盾并不可怕，它暗示了一种可能性：不必“二选一”，为何不能两者兼得？

作者提醒我们，成败不在于限制，而在于我们如何看待限制，是否会甘心被限制。光是抱怨面临的困难没有用，与其徒劳地总结“我们办不到，因为……”，不如将负面情绪变为前进的力量，逆向思考一下“如果……就能……”。充分调动起别人想不到的资源，就有可能酝酿创新。维珍航空的做法遥遥领先于自媒体时代：受限于无法打广告，他们考虑到，如果内容足够有趣，就能得到免费宣传。于是拍摄了独树一帜的安全宣传短片，让看到的人自愿地分享传播。这是资源丰富的竞争对手想不到的。有了限制，焉知非福？

以支点撬动地球的阿基米德当然会体会到限制之妙，相传他是在兵临城下时想通了浮力定律。在资源、时间、外部因素都如此紧张的时代，我们不必沮丧，换个角度看，或是得了个无限可能的“支点”！

平台型组织核心力是以人为本

□刘江峰



中 信 出 版 集 团
刘 绍 荣
唐 欢
尹 玉 容
夏 宁 敏

领的。企业要做客户的仆人，更要做客户的伙伴。客户需求千人千面，但是一些伟大的趋势，有时需要企业以“伙伴”的姿态来创造。内燃机驱动的汽车取代马车，在现在看来无疑是历史的进步，而在福特诞生之初，人们觉得汽车远不如马车靠谱，他们的需求是更快的马车，虽然福特主义背后的对多思维已经过时，但对于当代企业来讲，对于客户需求的挖掘，也需要融合企业自身的判断力和前瞻力。

回到供给侧，以为本是一个更加复杂且重要的课题。任正非说：“战略只要方向大致正确，但组织需要充满活力。”充满活力也是人的才能和潜能完全释放的表现。一个充满活力的组织，也是平台型企业的真实写照。为了满足客户的需求，企业必须先将自己变成一个能够自由链接资源的平台，实现内部的自由联动。金字塔式自上而下的模式显然不能满足当代企业转型的需求。正如书中所阐述的，能力的无边界化和应变力的极致性共同构成了平台化企业组织构造的新逻辑。

平台思维的冲击，带来的是商业逻辑以及管理逻辑极大的转变。《管子·小匡》曰：“处商必就市井。”市井，也就是所谓的交易平台，它占据一定的城市空间与时间。在很长一段时间，物理空间被认为是商业的决定性因素之一。而如今，平台意味着超越时间、空间限制的扁平开放模式。在这种改变的大背景下，平台型组织的商业逻辑从推送转变为自由连接、个人定制。而其管理，也从金字塔式的层级格局变成供给侧自由联动的模式。

这些转变的关键点，在于“激活个体”，这也是平台型组织得以实现并继续迭代的核心。从需求方讲，激活个体意味着用户需求，即以客户为中心；从供给方看，则意味着协同化、专业化，即人人都是能响应“炮火”的专家。

由此看来，平台型组织的核心力量，正是以人为本。只有在人的价值被充分尊重且使用的前提下，平台型组织才能实现指数级增长，而这一点，在快速更替的当代商业环境中，是不可或缺的生存法则，对于新兴企业尤其。

这本书中提到，客户权利已经取代企业霸权，个体的需求从幕后走向前台，一对多甚至多对多再也无法满足个体的需求。稻盛和夫说“要做客户的仆人”，我认为，客户的需求呈现双边性，它可以是自发的甚至是被引



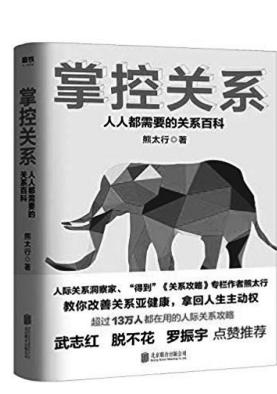
林凤生
上海
科
技
教
育
出
版
社

日前，由上海大学林凤生教授撰写的《名画在左，科学在右》出版。这部精美之作带我们从科学的角度重新认识世界名画，了解伟大艺术品背后的科学故事。翻开书，如同开启了一场精彩绝伦的视觉盛宴。

莫奈、梵·高、达·芬奇、卡拉瓦乔、毕加索、达利、波洛克……群星璀璨的艺术大师与科学有着怎样的不解之缘？这正是本书的奇特之处。当名画遇见科学，将碰撞出怎样烧脑的问题——为什么印象派画有运动感？梵·高的画为什么这样“亮”？修拉的画上为什么涂了那么多的彩色点？野兽派画家用色有什么好？科学家如何认识抽象画？光学器材如何助力西方写实绘画？弥足珍贵的中国古画隐藏了什么科技秘密？画中人的内心世界怎样猜？绘画里的“浮光掠影”蕴含了怎样的奥秘？为什么肖像画会见人爱？脑外伤会激发人的艺术创造力吗？

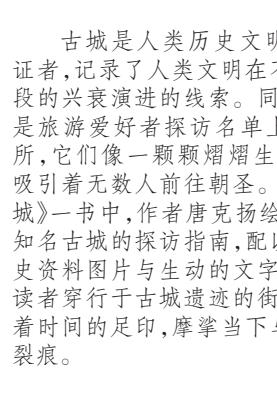
本书围绕百余幅脍炙人口的世界名画，以科学视角进行解读，不仅对名画表达的科学内容、蕴含的科学思想进行了深入浅出的阐述和分析，还对画家

新书推荐



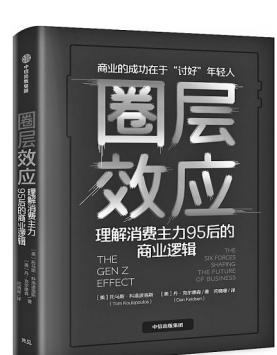
熊 太 行
京 市 联 合 出 版 有 限 公 司
掌 控 关 系

如何在职场上更受欢迎？如何解决激烈的家庭冲突？如何拿回自己的人生掌控权？这是一本人人都需要的关系百科。本书通过六十多个具体场景，覆盖职场关系、自我关系、家庭关系、亲密关系、社交关系五个领域，总结了大家在生活工作中会遇到的高频人际关系问题，以独到视角进行剖析并给出科学且可操作的解决办法。《掌控关系》教你用智慧避开人际关系的“雷区”，让你在关系中漂亮地赢。



中 信 出 版 社
2019 年 1 月
唐 克 扬
访 古 寻 城

在《访古寻城》一书中，作者唐克扬绘制了12座知名古城的探访指南，配以丰富的历史资料图片与生动的文字解读，带领读者穿行于古城遗迹的街巷之中，循着时间的足印，摩挲当下与过往间的裂痕。



中 信 出 版 社
2019 年 1 月
国 晓 珊
圈 层 效 应
美 托 马 斯 · 科 洛 波 洛 斯 著

95后，是移动互联网世界的“原住民”，在其成长过程中形成了各种不同种类的圈层。因为不能进入圈层，越来越多商业巨头正在丧失“讨好”年轻人的能力，面临流量变现难、转化率降低等窘境。作者总结出了95后圈层的6大特点：年龄包容性、在线化、低技术门槛、财富影响力下降、文化跨界和创意思维。无论是开发产品，还是创造市场，只有读懂圈层，才能找到符合95后市场的商业逻辑。