

“万人迷”和“便衣神仙”

自嘲为“不良老年”的沈昌文先生，江湖人称“沈公”。老先生在出版界“厮混”了50年，用他的话说，“不是小散了，蛮够吹吹的”。1980年调入三联至1996年退休，这50年里倒有16年在编《读书》。

老先生风趣机敏，活得潇洒，76岁高龄打扮得像个20岁的小青年，红T恤、八分裤，背只大大的双肩包。脖子上挂个U盘，耳朵上塞个耳机，连接MP3，骑一破旧“永久”，穿梭大街小巷，出入酒吧饭局，整日帮闲，贩卖资源，以草面素底为幽默，招摇过市。

看着他笑得阳光灿烂，一览无遗，你不由得会想：这就是《读书》曾经的主编、三

上海小学徒

这是一个好玩的人，而他经历的，是一个并不好玩的时代。

1931年，沈昌文出生于宁波。父亲是一个有钱人家的子弟，沉湎于鸦片，家产败光，债台高筑。他去世的时候，祖母母亲收拾了细软，祖母抱着姐姐，母亲抱着3岁的沈昌文连夜出逃，从此在上海飘摇不定。

13岁，他进入上海的首饰作坊“银楼”当学徒。

学徒要抱孩子、买菜、做饭、做手艺活。“我当时抱着老板3岁的女儿，后来我走的时候19岁，她9岁，老板就要把她许给我——那时宁波人很讲究这个，把特别年轻的女孩子许给人家。后来这位小姐一直在上海，我

联书店的总经理吗？这就是出版界灵魂般的人物、读书界旗帜性的人物吗？这就是那个“延续了一代人的精神梦想”的可敬的思想始作俑者吗？这分明是一个超级卡通、超级好玩的顽童的形象呢！

沈昌文为人隐忍周全，言辞放肆坦荡，态度质朴谦逊。“三联”编辑部的年轻编辑，私下里给他一个雅号：万人迷。还告密说，沈公的女朋友可多了！他不但迷倒了17岁到70岁的女性，就连男人都很迷他呢。这说的是沈公的性格和待人接物的态度。忽然想，这天上的神仙，要是穿了便装来到世间，也就是沈公这副笑嘻嘻、宠辱不惊的样子吧。

们是很好的朋友，我去上海，经常和朋友一起去看她”。

沈公天生乖巧知趣，深得老板和顾客的欢心。而他生性爱读书，用给一个工厂老板做假账赚来的钱做了学费，抽着空儿，前后念了十几个补习学校，学过会计、英语、世界语、无线电等，最后一个学校是民治新闻专科学校。

1951年初人民出版社来上海招考校对员。沈昌文便来到了北京。他懂得一些俄语，翻译了一些苏联出版专业的书，领导认为，“这样的人才是工人阶级知识分子”，不但被留下来，而且在1954年从一名校对提拔为社长秘书。“我的命运就全部改变了”。

「不良老年」沈昌文



一向风平浪静的《读书》杂志，不久前因为某媒体刊发《〈读书〉杂志酝酿换帅》的传言而突然进入公众视野，围绕着《读书》如何定位、小众学术化等问题引起新的争议和对峙。《读书》杂志为一代人提供了思想食粮，而曾任主编的沈昌文先生功不可没。

“宽容。”沈公屡次提到这个词。他理应有着切肤之痛。过去历次运动，他是出版社里负责向上头做检查的人。他多次表示自己十分幸运，或者是，精于检查之道，以至于每次都有惊无险，顺利通过。说到这里沈公总是要笑，眼睛都眯起来了，好比一个得了糖果吃的小孩一样得意非凡，而里

面五味俱全：有庆幸，有快乐，有酸楚，有自嘲。

“做编辑工作当然要有自己的眼光，但是更要有自己的手段”。对社会上的不公平，如果不能直接批评，我们可以通过各种材料用各种曲折的手段，用马克思的语言去批评存在的现实。这可能是我可取之处，也是我的不可取之处”。

《读书》10年

1979年4月，《读书》创刊。聚集了当时一代一流知识分子被压抑的才学和能量。“读书无禁区”，这样的理念在当时可谓振聋发聩。

“从上世纪70年代到90年代，《读书》恰恰伴随了中国的改革开放和社会转型，是我们这一代人精神上的营养。”雷颐说。《读书》后来成为知识分子的精神引领，确实是冰冻三尺，非一日之寒。

“我是1980年三四月份过去的，那时候《读书》已经创刊好几年。刚去的时候，主编是陈原，副主编是史枚。两个实际主事的都是非党员，组织上要派一个党员过来，做三联书店编辑部的主任，就是我，而我又在这两个非党员的徒弟，所以我心里有数。”

我对两位老人家很尊敬，弟子之礼甚恭。史枚是一个十分耿直的知识分子，而我可以‘稳住’他，也可以调解内部人员的矛盾，这就是‘和稀泥’。后来史枚去世，1981年我担任了《读书》的副主编，

实际上就是当家了。”

陈原告诉沈昌文：以文会友。“要和作者推心置腹地聊天，最重要的是要装着什么都不懂”。

沈昌文后来才有所领悟：“把一个思想评论杂志《读书》长期坚持下来，读者越来越多（从两三万到十三四万），靠的无非是认识到自己的局限和无能。”

1986年主事《读书》后，他的方针是：“自由主义的、左的，我都发表。”他要广开言路，达成“通识”，为知识分子创造一个精神家园。他最怕的是不允许各种观点并存。世界太复杂了，兼容并蓄，才是完满。

“我非常欣赏现在一个词，说这个人不是知识分子，是知道分子，我觉得真是说我了，我倒是都知道，可我不是知识分子”。

他不主张只把《读书》变成一个学术刊物，主张用“外行”来做编辑，不大赞成请学者来编《读书》，因为后者一定会有倾向问题。

外圆内方

黄集伟曾经评论沈昌文的《阁楼人语》：他恁多“抱怨”或“表扬”竟一一演变为一个思想经营者的“市场”策略：貌似嬉皮笑脸，但内藏诚恳；确乎玩世不恭，可其实行端正，谨严不苟。沈公的“雅痞风致”与“慧眼仁心”其实互为表里，相互牵动。

他的门径似乎是“外

圆内方”。过去中国出版界、思想界斗争之复杂和尖锐，我们今日恐怕还是不能想象。沈公生性豁达乐观，恐怕也有难言之隐，无法陈述。他说话带着诙谐，自有他的放肆，也有他的知趣、雅痞之风，大概是话中还有话，只怕是有心人，才可以彻底明白。

摘自《中国人物周刊》

疲劳驾驶要不得 车与司机需补“能”

据有关部门最新披露的数据显示，6月份，21时至24时的交通事故发案比5月份同期增长30%以上。夏季到来，不仅夜间时段肇事增多，其他时间事故数量也明显增多。

俗话说“春困秋乏夏打盹”，夏季驾车超过四十分钟，这种疲劳感便会产生，导致注意力下降，这已成为夏季事故高发的主要原因。夏季高温，带来体液流失，同时也使身体能量下降速度变快，常备

几罐红牛一类的功能饮料，能提神醒脑，补充能量。有效防止驾车疲劳、发生意外。有关专家指出，夏季高温使体内能量流失，必须适量补充牛磺酸和维生素以缓解驾驶疲劳。

驾驶员可饮用红牛一类的饮料补充能量抗疲劳，车本身也要做好“补能”工作。一、及时检查胎压。二、保证冷却系统正常运转，首先要查冷却液面高度，对于冷却系统要格外注意散热器的清洁状况，一般进入夏季前要对其进行清

洁，同时检查电子扇的工作状态。三、检查自动变速箱箱油液面，变速箱油温达到80℃以上时，挂到P挡或N挡，此时抽出油尺，液面应在正常工作温度所对应的液面指示区内。

夏季高温时段来临，交管部门提示，夏季驾车要注意观察路况，补充能量，切忌疲劳驾驶。对司机朋友来说，过一个安稳、舒心的夏天当然是最重要的事，希望您给我们的提示，为您驾车旅途带来一些温馨。

暑促电脑夺魂密码大解密

眼下，电脑厂商的暑促大战已经拉开序幕，大家都在关注今年的最新流行动向是什么。不变的是更快的处理器、更大的显示界面，还有今年最热的Windows Vista操作系统，但同时今夏电脑也开始迅速流行起了“夺魂密码”的传说——激光鼠标、光雕刻录、触摸按键、健康氧吧和DX10独立显卡。

极品配置 激光鼠标

凭借更好的性能、更高的灵敏度，激光鼠标一经面世便为游戏发烧友所追捧，因此，部分电脑厂商先推出标配激光鼠标的高性能时尚产品，其中以同方电脑最新推出的新火影最为醒目。据了解，新火影标配的激光鼠标，具有不可思议的表面适应能力，纵然是令众多鼠标纷纷落马的厚玻璃表面，亦无法阻止新火影激光鼠标从容游弋其上。

个性时尚 光雕刻录

我们知道，标签、光盘贴纸固然方便，但在读盘时很容易剥落而造成堵塞。因此，当光雕刻录机一经出现，便迅速成为用户的又一新宠。而今您只需花费4888元购买同方的时尚电脑COCO，就能轻松享有DVD光雕刻录机。在记录内容的同时，只要添加相应的图片便可完成光盘封面，让用户可以更好地收藏每一份记忆。

享乐科技 触摸按键

现在，用户也在追求更新的时尚科技体验。试想，如果只要手指在机器上轻轻滑动就可以实现操作，那该是多么惬意的事情。同方电脑暑促新品新火影就率先采用了这一设计操作，用户手指轻轻滑过，就可以轻松实现“安静—自动—急速”三种运行模式的轻松转换。

创新氧吧 健康伴侣

身为都市时尚人士，如果

在工作娱乐的台式机上装备了一个健康氧吧，那就算得上走在潮流前端了。同方最新推出的COCO就为用户想到了这点，健康氧吧设计，不仅能释放大量负氧离子，而且操作起来非常方便，只需按下机箱上的“绿色”按键，氧吧就开始工作。

独立显卡 首发DX10

今年暑假期间首发支持DX10的独立显卡也是电脑用户关注的焦点。如果想最真实、最贴切地体验游戏，并让图像设计和视频剪辑得以最逼真、最优化的真实呈现，也必须要仰仗功能强大的显卡。同方新火影配置的NV8500GT 256M独立显卡就表现不俗，不仅支持DX10，而且拥有更加丰富多彩的3D效果。无论分辨率、抗锯齿还是大纹理场景处理上都是相当出色，阴影效果可与现实情况媲美。

支付宝发布互联网信任环境调查报告

7月19日零时，国内最大的独立第三方支付平台——支付宝举办了国内首个以信任为主题的互联网信任环境调查，支付宝相关负责人表示：“希望通过此次调查了解网民

对于互联网信任环境最关心的话题，知晓互联网诚信体系的

缺失所在，对如何完善互联网诚信服务起到指导作用。”截至7月21日零时，参与此次调查问卷的网民，将近九成认为非常有必要给诚信的企业和个人贴上“信用标签”。

商机≠生意 谁来解生意成交难题

市场竞争比的是时间和速度。为在第一时间找到合作机会，电子商务便成为企业获取商机的途径。

电子商务有效解决了寻找商机并达成交易的问题，但是，哪些商机才能变为真正的生意呢？这是企业主在网络营销中所亟待解决的问题。

借助网络：商机不再难求的确，新兴的网络营销受到广大企业主的青睐，如同在竞争的纷乱中为企业开辟出条条大路。

“网络营销突破了时间和地域的局限，集合了从区域市场到全国市场乃至全球市场的资源，降低了企业商机获取的成本和交易的成本，商机的获得不再像从前那样艰难了。”业内专家表示，电子商务等诸多互联网推广形式，为现代企业提供了更为便捷快速的营销模式，让商机的获得有了更多畅通的渠道。

遭遇困惑：

提高商机与生意成交网络营销模式有效解决了寻找商机的问题，但是，互连网为企业提供商机如同荒漠上开辟出道路，但众多道路哪个才是企业的

正确方向呢？哪些商机才能变为真正的生意呢？

互联网营销专家齐向东认为：商机易得，生意难求，如何提高商机到生意的转化率，是企业营销工作的根本问题。

那么，如何树立品牌诚信，让客商认为“我”提供的信息是真实可信的，“我”的产品和服务是高质量有保证的？这是企业主在网络营销实战中受困于海内外“商机到生意转化率”所亟待解决的问题。

作为为企业提供服务的第三方网络平台，自身的诚信与否将是衡量平台上的企业品牌和诚信的关键所在，互联网能否为企业主打个信用证明呢？

因此，中国唯一的官方电子商务平台中国供应商(www.china.cn)顺势推出。作为国家力量推动的B2B平台，中国供应商由商务部、发改委、国务院新闻办指导，中国互联网新闻中心主办，不仅具有深厚的国家背景，而且具有强大的资源优势。正因为如此，众多国际客商最终将合作的橄榄枝抛给了中国供应商推

介的企业，同时也完成了将国内企业向国际市场推介的使命。

促进成交：

瞄准权威诚信第三方平台

互联网科技运作的B2B平台已经从单纯的工具演变为一种创新经济模式，电子商务不但为企业寻找和创造商机，更重要的是将海量商机真正转化成企业的订单。

据了解，为使企业获得更多的生意成交机会，中国供应商举办了“中国九大商帮最具成长性企业评选活动”。本次评选活动历时三个月，自6月18日起，中国网中国供应商的官方网站上(http://pingxuan.china.cn)开始接受报名。

中国供应商总经理段世文介绍：为推动企业主诚信经营，提高企业商机转化率，中国供应商适时打造九大商帮最具成长性企业，为企业在全球范围开拓市场提供一个平台，获取大量商机，更重要的是由政府力量推动的这次评选活动可以保证信息的权威性和企业的诚信品质，给予海内外客商最为可靠的信心，真正提高企业生意的促成比率。