

口紅的小確幸

學好普通話

20世紀30年代美國經濟大蕭條時期，雅詩蘭黛集團時任董事長李奧納多·蘭黛最早提出「口紅效應(kǒu hóng xiào yìng)」的理論；隨後，克萊恩消費者產品調查也證實了，經濟(jīng jì)困難時期，口紅的銷量會增加。

為什麼口紅可以在一片低迷的景氣中突出重圍(tū chū chóng wéi)？經濟困難的時期，消費者的高消費行為減少，譬如：購房、買車、出國旅遊等。在沒有高消費的時期，人們手中會有一些小額的資本，再加上生活的壓力(yā lì)也需要一定程度的消費來調節，口紅

這種低單價、非生活必需，但又能裝點生活、給人帶來快樂的商品銷量就會上升。

1990年至2001年美國經濟衰退(shuāi tuì)時，化妝品行業的崗位需求卻在增加，尤其是在9·11事件後，口紅銷量翻倍。1996年日本經濟衰退，木村拓哉成為第一個代言口紅的男星，廣告播出後，該款口紅賣到脫銷(tuō xiāo)，甚至有人偷走商場和地鐵裏的該廣告海報。「口紅」在廣義上代表了一系列價格相對較低，但可以給人帶來幸福感(xìng fú gǎn)的非必需品。這類消費成為了該時代下人們的小確幸(xiǎo què xìng)。2008年世界金融危機，又給「口紅」帶來了市場。美國媒體稱，口紅、面膜銷量上升，理髮店和按

摩店也頗有人氣。全球幾大化妝品巨頭(jù tóu)的銷售額也證實了這一觀點，法國歐萊雅、德國拜耳斯道夫、日本資生堂等公司的銷售額都在逆市增長。在其他行業，中國電影票房(piào fáng)大增，迎來了春天；日本任天堂和索尼的遊戲機及遊戲銷量也是大增。

不少業者在這個時期把握消費者(xiǎo fèi zhě)的心理，把握商機(shāng jī)，改進了產品製作和銷售的策略(cè lüè)。以玩具、模型業為例，日本玩具巨頭萬代公司降低了很多商品的單價，但推出了更多款式，甚至限量版，採用預售的模式進行銷售。這種策略既增加了產品的銷量，又滿足了消費者的「小確幸」和「追逐感」。

從消費者的角度看，在不友善的大環境中擁有多一些小確幸的確能增加自己的幸福指數、提高生活品質(pǐn zhì)。今次疫情雖然令經濟轉差，但需要長時間的戴口罩，未知「口紅效應」又有沒有出現呢？

GAPSK語文推廣委員會

序號	粵語／普通話	普通話拼音
1	口紅效應	kǒu hóng xiào yìng
2	經濟	jīng jì
3	突出重圍	tū chū chóng wéi
4	壓力	yā lì
5	衰退	shuāi tuì
6	脫銷	tuō xiāo
7	幸福感	xìng fú gǎn
8	小確幸	xiǎo què xìng
9	巨頭	jù tóu
10	票房	piào fáng
11	消費者	xiǎo fèi zhě
12	商機	shāng jī
13	策略	cè lüè
14	品質	pǐn zhì



掃一掃，
收聽正音示範



君子喻於義，小人喻於利

讀經典·學名句

南宋孝宗淳熙二年(1175年)，大儒呂祖謙想調和朱熹與陸九淵兩大學派的異同，邀請他們在江西鵝湖寺進行一場理學與心學之間的學術辯論，史稱「鵝湖之會」。當時百多名學者、官員的旁聽下，朱熹與陸九齡、九淵兄弟辯論三日，難分難解，誰也說服不了誰。

六年之後的春天，朱熹邀請陸九淵到他的白鹿洞書院講學。陸九淵毫無芥蒂接受邀請，以《論語·里仁篇》孔子說的「君子喻於義，

小人喻於利」發論。據說當日「聽者如堵」，陸氏說得痛快時，座中至有流涕者，朱熹也深為感動，時「天氣微冷，而汗出揮扇」。朱熹甚至請陸九淵「筆之於簡，而受藏之」，並為這篇《白鹿洞書堂講義》作了跋，刻之於石。我們今天還可在《朱子全書》和《象山集》讀到陸九淵的講義和朱熹的跋，體會古人的風尚和胸襟。

在《論語》中，我們看到孔子打破了社會上、政治上的階級限制，把傳統的階級上君子(在位者)、小人(平民)的分別，轉化為品德上君子(有德者)、小人(一般人)的分別，因而使君子、小人，可由一個人的努力而決

定，使君子成為每個人努力向上的標誌。孔子「君子喻於義，小人喻於利」的話就是從義、利的角度來區分君子和小人。

「喻」，曉也，即明白、懂得的意思，有學者引申作「聯想」解，則兩句的大意是：君子(做任何事)，總聯想到仁義，小人(做任何事)總聯想到財利。

「義」和「利」固然是相對的，它們之間如何劃分？劃分的標準和尺度是什麼？君子為了「義」，真的不求「利」嗎？普通的百姓眼中就只有「利」而沒有「義」嗎？一大串的倫理問題值得思考。其實，正確的理解應該是：做人要重義但毋須排除利，孔子反對的是「見

利而忘義」而已！孔子說過「君子有九思」(九思指九個方面的考慮)，最後是「見得思義」，意思是：見到利益能夠想到義，是君子的行為；那麼，見利而不顧義，便是小人的行為了。

話說回來，為什麼陸九淵的演講會令眾人感動，流涕出汗呢？因為君子一動念便向義，小人一動念便向利。這種情況是自然而然表現出來的，人若不自我反省，用心一歪，便不自覺地日漸淪落，陸九淵教人「辨志」，就是教人在學習過程中自我檢討，不要歪離正道。

招祥麒博士 陳樹渠紀念中學校長

江南製造局 開啓近代科學化運動

「史」出有因

1865年，江南製造局於上海成立，以製造機器、軍火為主，但在這一方面成績並不理想，反而附屬的編譯工作，卻成功地在近代西洋科學、技術思想的輸入中，佔一個十分重要的地位，對中國近代的科學化運動有重要的貢獻。

江南製造局對於中國近代軍需工業雖有貢獻，可是由於資本的缺乏，機器設備的簡陋，它的產品總是不能跟着時代走，與西洋新產品比較起來，往往相形見绌。所以當中國需新式武器及軍火時，還是要向外國購買。由於是官辦企業，整個製造局暮氣沉沉，業務不振。

近代世界各國工業化所以能夠成功，有賴於煤、鐵等工礦的發展。江南製造局的成績所以不好，關鍵是當時中國工礦不能有計劃地配合。李鴻章也知道：「船、炮、機器之用，非鐵不成，

非煤不濟。英國所以雄強於西土者，惟藉此二端耳。」

當中國的開平煤礦開採有成績時，距離江南製造局成立的時間已經二十二年了；至於鐵礦和鋼鐵工業，如大冶鐵礦及漢陽鐵廠，其開採及建立的時間更晚，當開始生產時，中、日甲午戰爭已經打起來了！

1868年，曾國藩建議江南製造局兼行翻譯西洋書籍：「不必假手外人，亦可引伸，勒成專書

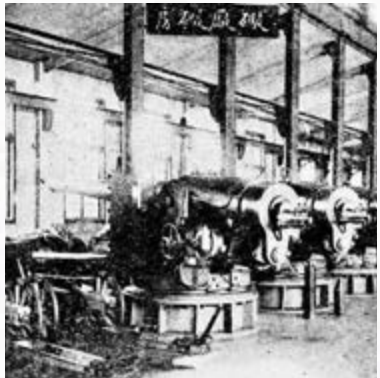


▲徐壽(右)，翻譯了《化學鑒原》，這是我國第一部化學書籍

。」把洋人的科學技術和知識引入，再自行研究，日後可以自己寫書，不必再倚靠外人。

製造局的翻譯館，譯書達178本，其中關於自然科學者66本，軍事38本，工程、製造35本，醫學11本，農業七本，歷史及社會學21本，真是洋洋大觀。

日本且派人到製造局來購書，以為日文翻譯的參考。這些書籍第一時間把當時西方各方面的最新知識及發展向國人介紹，更是間接促成戊戌之百日維新與辛亥革命。



▲江南製造局的製炮廠

徐壽——化學元素表翻譯者

徐壽在1868年加入江南製造局翻譯館，提出辦好江南機器製造總局的四項建議：「一為譯書，二為採煤煉鐵，三為自造槍炮，四為操練輪船水師。」他認為譯書工作必須放在第一位。這是因為要辦好洋務，首先必要學習西方先進的科學技術；而譯書不僅使人學習到最新的科學技術和知識，還能有助探求學問的真諦，那就是科學精神。

編譯我國首部化學書籍

徐壽於1873年，把美國人韋爾斯在1870年出版的《化學鑒原》譯成中文，是我國第一部化學書籍，此書是「化學」二字的最早出處，也是江南製造局出版的首批譯書。徐壽首創的化學元素名稱翻譯原則，他巧妙地應用了取西文第一音節譯為中文，再加類別偏旁而造新字，例如鈉、鉀、鈣、鎳等。徐壽採用的這種命名方法，一直沿用至今。1879年，徐壽又把德國分析化學大師富里西尼烏斯的《定性分析化學導論》(1841)和《定量分析導論》(1848

)譯成文言，分別命名《化學考質》和《化學求數》，共有75萬字。晚年又編寫了《化學材料中西名目表》(Vocabulary of Names of Chemical Substances)，收集的化學名目達3700種之多。所譯定的64種元素名詞，其中43字如：銀、鉍、溴、碘、鉍、鎳、鎂、錳、鉍、鈹、鉛、銻等都成為標準譯名。徐壽在翻譯近代化學書籍和推廣化學知識，作出重大貢獻，影響深遠。

徐壽一生不圖科學功名，不求高官厚祿；他只是一心一意致力於化學事業，孜孜不倦引進西方先進的科學技術，不愧是我國近代化學的先驅者。徐壽不單是翻譯家，也是教育家和科學家，曾國藩稱他為「才能之士，能通曉製造與格致(科學)之事者」，同治皇帝更賜他「天下第一巧匠」牌匾。

