



在国际化的今天,以一种刻板印象去界定一个城市、一个群体的经济和文化显然落伍了。

上海人和纽约人

陈思进

在北美生活了二十多年,但时至今日,我都不敢说自己了解透了西方文化。但是有一点我可以肯定,对各个地方的人进行归纳下结论,并非仅仅是中国人的“爱好”,北美人也喜欢这样,这似乎是人的本能。

比如,19年前,我刚进投行工作的时候,整个办公楼里没几个亚洲人,常常有老美同事会问:“你是新加坡人吧?”我说:“不是。”“香港人?”“也不是。”他们多半会上下打量我一番,颇为自信地说:“你一定来自台湾!”当得知我是从中国大陆来的,他们会立刻摇头:“你不像大陆人。”随后不甘心地再追问一句:“大陆的哪里?”这就不好回答了。

我虽然祖籍温州,可出生在上海,按照北美的习惯,应该说我是上海人。

但中国人是按祖籍来区分籍贯的,我就应该是温州人,可因种种原因,我上大学之前连温州都没去过,倒曾在北京生活了好几年,因此说得一口标准的普通话,外出时常被误以为是北京人。

而原先,我极不愿意自己被说成是上海人。因为在中国人的心目中,上海人自恃自己身居大都市,素质高、品位高、有文化、有教养,总觉得自己见多识广,对身边的一切事物,完全按上海人特有的标准去评判,凡事精明爱算计,要“讲讲清爽”。对于“拎不清爽”(上海话,指不可理喻)的“外地人”,上海人丝毫不掩饰他们的轻视,甚至有点儿鄙视。

再说说温州人。近十多年来,善于集资抱团炒作的温州人,组成了一个“温州炒房团”在全国各地四处

出击,甚至还炒到了海外,这种“能力”给温州人带来了巨大的利润,但扎堆投机也制造了经济泡沫,连温州本地的房地产也被温州人自己给“坑”了,价格一路下跌,需要政府放开二套限购的政策来救市。

早在上世纪80年代,温州人就被媒体封为“东方犹太人”。为何称温州人是东方犹太人?因为美国前总统罗斯福曾感叹:“影响美国经济的只有二百多家企业,而操纵这些企业的只有六七个犹太人。”我在华尔街工作了十几年,看到那儿的金融精英近半数都是犹太裔,他们常常被责备只对金钱的增长感兴趣,不择手段,没有道德顾忌。对人对事冷漠无情,没有温情和关爱,除非对小圈子里的自己人。

事实上,上述的归纳判断有失偏颇,英语单词 stereotype(刻板印象)

就是专门形容这种状况的——将相同的性格用在团体的每一个成员身上。那么这种 stereotype 是怎么形成的呢？

我后来在一份中文报上找到了答案。报上的一篇文章说，在纽约居住着上百个国家的移民，大家普遍认为华人开车最喜欢按喇叭，而黑人最喜欢超速，南美人最好酒后驾车……但真的进行科学的统计之后发现并不是这么回事，上述印象是局部印象，是一种错觉。而通过和一位老美聊天，进一步加深了我对此事的理解。老美说他第一次去唐人街时，汽车的喇叭声和乱穿马路的行人使他“very impressive”（印象非常深刻）。他第一次看见是这样，第二次、第三次……逐渐地这种不遵守规则的现象，便与华人连在了一起。然而，这事往深了想一想，在唐人街由于路面狭窄人又多，有些新移民把国内乱穿马路的习惯带了过来，汽车为避免撞人按响了喇叭，一旦汽车驰离唐人街，开到地广人稀之处，谁还会按喇叭呢？因为这一点，就判断华人开车最喜欢按喇叭，显然是有失偏颇的。

同样的，上海多元化的文化形态决定了上海人的多样化。上海既有很大气的人，也有很小气的人；既有豪爽的，也有含蓄的。这个城市的人已经不可以简单地归纳为上海人，而是拥有全中国各个地方，甚至全世界不同特点的人。而温州人也不全是抱团炒房的投机者，也有大量享誉国内外的专家和学者，比如国学大师南怀瑾、著名作家叶永烈、杰出生物学家林海帆、散文大师琦君、医学博士夫妇王家骅和夏初临、基因专家杨焕明、中国现代数学祖师姜立夫……

在国际化的今天，以一种刻板印象去界定一个城市、一个群体的经济

和文化显然落伍了。而我们需要反思的不仅仅是如何扩大自己的视野，还包括如何解放自己的刻板头脑。

我感觉，纽约人的某些特征很像从前的上海人，喜欢吹嘘自己。

特别在曼哈顿的纽约客，他们蜗居在那片小小狭长的半岛上自得其乐，与陌生人交往的时候很冷淡，通常保持着“十八英寸”的距离，似乎时刻保持着高度的戒备之心。

即使来自纽约以外的美国人也不免产生疑惑，心想纽约人怎么能在如此拥挤、忙碌和狭窄的地方生活。而纽约人去美国其他的地方，只要一开口说话（不爱带“请”字），在公共场合往往得理不饶人，经常被当地人质疑“You must be from New York（你一定是从纽约来的）”，因此对纽约人敬而远之。这时纽约客就会自诩并宽慰自己：“如果你能在纽约生存，你就可以在任何地方生存。”

不过，也正因为纽约拥有国际大都市的地位，长期以来吸引了世界各地的艺术家、运动员、传道士、学者、商人、金融家……也带来了不同国家的饮食文化。在华人聚集的唐人街，销售珍珠奶茶（Bubble Tea）的糕饼店至少有十几家。

珍珠奶茶是台湾人发明的饮料，在茶里加奶、加糖及“珍珠”（木薯粉），如此一来人们不再是“饮茶”或“喝茶”，而是喝的同时在吃珍珠粉圆，使上海人的“吃茶”变得货真价实（上海话，喝茶叫吃茶）。

有一次下班，我和英国同事伊凡来到唐人街，见许多糕饼店推出珍珠奶茶“买一送一”活动，即买小杯送小杯，买大杯送大杯。于是，我请伊凡喝一大杯。我俩“连喝带吃”一杯下肚。伊凡还想吃个中杯，但是我饱

了，便对柜台上的女孩说，不要两大杯，能否把两小杯换成一个中杯。她说不行。

伊凡站在旁边推了推我说：“老板拒绝小杯换大杯是有道理的。如果你只付了小杯的钱，他们等于降价销售，中杯的价钱就变成了小杯的。降价的结果是只服务了一个顾客，也降低了收入。坚持买一送一而不降价求售，不会有损产品形象，在赢得优惠顾客美誉的同时，又服务了两个顾客，会增加产品的覆盖率和用户群。比如我，今后只要来唐人街，就会来吃这家的珍珠奶茶。”

伊凡不愧是金融分析师，一眼便看穿了店家的销售策略：尽管两小杯奶茶的体积超过一个中杯，而且塑料杯的成本每个也要八分钱，店家却宁愿多给客人饮料、多用一个杯子。但同样是销售珍珠奶茶，我从来没有在多伦多享受过“买一送一”的待遇。

我不禁想到，纽约人和上海人一样善于精打细算，他们勤快、守信守时、讲效率，具有优于其他地方的实践能力，极富创造思维和行动快捷的管理能力。一如纽约聚集了全世界的精英人士，形成了纽约“铁打的营盘，流水的兵”，人口永远维持在800万左右。而上海则吸引了全中国多数的精英，才有了今天的新上海人。

正如一位美国人这样评判上海人：“纽约人把纽约看成是他们自己的，上海人也有这种感觉。他们对城市有烦恼有抱怨，尽管如此，他们仍旧热爱自己的城市，对城市有一种依附感。”从这一点来看，纽约和上海又是开放的，是真正具有文化多样化和海纳百川的城市。