

家庭教育和学校教育有何不同？

我曾和许多家长讨论一个话题：孩子在同一所学校上学，在同一个班级上课，由同样的老师授课，学习同样的内容，或者这样说吧，孩子所接受的教育几乎完全相同，但为什么10年后、20年后、30年后，他们的发展可能会完全不同？而另一个相关的问题是，孩子在不同的学校学习，所接受的教育很不相同，有些是一路从名校走来，有些则始终与名校无缘，但10年后、20年后、30年后，我们会发现，就个体而言，他们生活的幸福与工作的成就与是否在名校上学并无必然联系。每每讨论这样的话题时，大家都会不约而同地想到家庭教育所造成的差异，都会感到家庭教育的重要，都会感到家庭教育对人一生的影响有多么深刻、多么深远！

有一些专职母亲，她们无微不至地照顾孩子的饮食起居和学习，风雨无阻地接送孩子上各种特长班或补习班。她们对家庭教育不可谓不重视，对孩子成长不可谓不上心，但孩子后来的发展却与她们的期望差之千里。有些孩子很早就产生逆反，不服管教。“我全是为他们，可没想到结果是怎样！”有些母亲眼睛红红的闪着泪花对我说，显得十分委屈和困惑。

有人因此羡慕教师职业。“老师都会教育孩子吧？”但在我的同行中，也有教育孩子不太成功的，尽管他们在学校很受学生喜爱，但和自己孩子却关系紧张。他们遇到的麻烦并不比别人少，同样显得束手无策。有些同行懊恼地说，“唉！整个心思都放在学校了，哪顾得上管自己的孩子！”

我看问题不一定出在这里。孩子成长需要陪伴，但也并非陪伴时间越多教育的效果就越好。关键是我们搞清楚家庭教育的特点和规律，尤其要搞清楚家庭教育和学校教育的区别。

学校教育的逻辑特点是“听—看—做”：老师在学校最常用的教育方式就是讲道理，口头教导，学生领悟；再有就是行为示范，给学生做好榜样，学生模仿；学校组织各种教育活动，让学生去做，去亲身参与，获得体验。

家庭教育的逻辑特点是“看—做—听”：“看”就是父母首先要成为孩子的好榜样，用行为影响行为。父母讲文明话，孩子就能学会文明用语；父母爱读书，孩子就容易养成读书习惯；父母孝敬老人，孩子就能学会尊敬和关心长辈；父母相敬如宾，孩子就能学会和同学相处；父母有爱心，孩子就可能有

爱心；家长豁达，孩子就可能大气；家长待人宽容，孩子就可能情商较高……我们以前的学生调查数据显示：80%和65%的学生认为他们的道德品质和文化修养来自于家长的影响。其次是“做”，要让孩子和父母一起做家务。一起做家务最有利于建立家庭亲情，最有利于让孩子获得生活体验和生活能力，这是培养孩子责任感和让孩子懂得感恩的家庭必修课。最后才是“说”。和孩子讲道理是必要的，但不是要摆在首位的。如果家长“看”和“做”做的不好，整天给孩子讲这道理那道理，孩子不仅不容易接受，还会引起反感。家长做好榜样，道理不言自明；家长没做好榜样，道理讲再多也没用。我虽没做过定量研究，但有很多事例让我强烈感觉到，如果家长榜样作用不好，沟通方式不好，整日碎嘴唠叨和孩子讲道理，很容易过早使孩子产生逆反。

我见到过一些孩子，他们的父母学历并不高，甚至没上过什么学，不善长篇大论，终日忙于生计，和孩子相处的时间也不很多，但孩子很懂事，很自立，学习成绩也不错，原因在于父母把“看”和“做”做好了。相反，我也见过这样的家长，学历很高，很会讲道理，一套一套的，但孩子身上有很多问题，对家

长很抵触。还有的孩子你甚至能感觉到像是“两面人”。我看主要问题就是家长“看”和“做”没有做好。也许我的一些同行也没注意到家庭教育和学校教育的区别，用教育学生的方式来教育自己的孩子，结果效果并不理想。

没有人读过“家长专业”，家庭生活和家庭教育本身就是“摸着石头过河”。有了子女，父母就成为教育者，一个新的学习历程就随之开启。教育首先是教育者学习做人的过程。希望孩子成为什么样的人，教育者首先要成为什么样的人。不论将来科技怎样改变教育的技术和手段，教育永远需要榜样。做好榜样胜过任何方法和技巧。就如西班牙哲学家费尔南多·萨瓦特在《教育的价值》中所说的，“丰满的人性，向来都不是由简单的生物学基因编程所决定……我们是成为人类而出生。生物学上的人类定义之后，还需要加以确认——靠自身努力和与他人相处的关系来赢得第二次诞生，并以此确认第一次生命的意义。我们本该生而为人，但却只有依靠他人人性的感染和我们自己不断取得的进步，才能成为真正的人。”孩子成为什么样的人，关键在于教育者——教师和父母是什么样的人。刘长铭

是禁止，还是引导和利用？

如今，手机让不少校长和老师感到头痛。一些学校出台校规，禁止学生带手机上学。还有学校规定，教师一旦发现学生使用手机，可以立即没收，甚至砸毁，至于学生本人肯定要遭到严肃处理。

实际上，这样的禁令效果是很有限的，只不过是让学生使用手机从公开转入地下。不要说学生在家里用手机老师无法控制，就是在上下学途中，你总会看到许多学生在公交车里玩游戏或看八卦，有些学生几乎是“机不离手”。“你们成年人都这样，凭什么还要求我们孩子？”每个玩手机或看八卦的孩子都会这么想。从网上读到过一篇文章，《比毒品成瘾更可怕的，是垃圾快乐成瘾》，表达的就是对这些现象的担忧。

对于家长的手机学校可没招了，你总不能禁止家长用手机吧！家长的手机也给学校老师带来不少麻烦。我听不少同行抱怨说，几乎每个班级都对应着有一两个（甚至更多的）虚拟班级，有学生的，也有家长的。这些群里没有老师参与（通常学生或家长不让老师进群），没有舆论导向，不少群里都弥漫着消极因素和不满情绪。就拿家长群来说吧，某个孩子今天数学课上一道题没搞懂，回家一说，家长就一条微信发到群里，于

是有家长回应，那个数学老师就是讲不明白，我家孩子有一次也没听懂，然后又有人发微信说，咱们班语文老师讲课特啰嗦，物理老师讲课我孩子听的也稀里糊涂，英语老师发音不准，化学老师太年轻！……于是负面情绪不断发酵升级。

手机真的就是一个祸害么？

我曾开设选修课，内容是讨论各种社会现象和社会问题，并让学生提出一些对策性建议。我上课的要求就是学生必须带手机来，因为我们随时要上网查阅资料，收集信息，交换观点。我的同事刘葵老师则把手机运用到语文教学和班级管理当中。学校组织秋游，她把学生分成小组，各自游玩，但要求学生游玩时，要随感而发，创作美文小段，发到群里全班分享。学生触景生情，边玩边创作，这样，学生的行走路线和所达地点以及活动情况，就全在老师的掌握之中了。我想这样做能培养学生的观察能力、想象能力和文字表达能力。

北京中古小学的张璐老师用手机促进学生学习和班级管理的经验值得同行借鉴。张老师是语文老师，又是一位经验丰富的班主任。她所带过的班级学生都很积极、热情、明理、大气，班集体像个大家庭，其乐

融融。有一次她新接手一个班，发现学生不善表达，不敢讲话，于是和学生建立了一个“微信吧”，用微信形式给学生创造讲话的机会。每个周末在一个固定时间，学生们就会在群里讨论一个话题，学生各自发表看法，用语音发到群里，目的是要培养学生说话的能力。每次“微信吧”活动时家长也参与进来，听孩子们的表达，时常给孩子们一些点赞和鼓励。这些话题大都来自学生的生活，主持由学生担任，评价也由学生完成，让学生学会倾听、分享，善于发现他人的闪光点，学会赞美。“微信吧”内容涉及很广，如“篮球吧”说的是学生假期里的体育锻炼情况，“书桌吧”是展示每个同学家里的书桌和整理房间的情况，“洗衣吧”分享的是学生参与家务劳动的情况，“相亲相爱一家人”分享的家庭亲情生活，逢年过节时还有“对联吧”，让学生创作对联并分享，此外还有“素材吧”、“兄弟吧”、“姐妹吧”，等等。顺便说一下，作为语文老师，张老师带班有一个传统做法，叫做“班中论事”。班里发生的任何事情，或学生存在的任何思想困惑，都在班里摆出来，公开讨论，每个人都可以发表看法。她这样做是为了了解学生、实施教育引导、锻炼表达能力，我想这也有助于培养学生的公民品

质、民主意识和科学精神。我前不久参加她的班会，内容源自学生的一封信，谈的是青少年人际交往问题。整个教室里气氛十分热烈。我发现每个学生站起来都能侃侃而谈，讲话有观点有事例，逻辑严谨、语言流畅，表达能力远超同龄的孩子。张老师告诉我，这样的“班中论事”几年来已经举办过160多次。

如何引导和指导家长的微信群，使之成为我们做好教育和管理工作的有力工具？我有一次和一位同行讨论这个问题。我说你首先要想办法进群呀，否则一切都无从谈起。我建议她要认真梳理自己的教育思想和管理理念，用简洁的语言概括出来，在群里主动宣传，争取得到家长的理解和认同，你也可以在群里从正面报道学校或班里发生的事情，加上你的看法和评论，你还可以推介一些好文章和家长分享讨论，这些都是在做引导。她有些困惑地看着我说，我一个普通老师还需要什么教育思想管理理念呀？

其实，这才是问题的关键所在。任何技术手段都无法填补我们思想的空白。当我们抱怨技术的进步给我们带来了麻烦的时候，我们应当反思，是否我们的思想已经落后于时代了？

产业互联网终究是巨头们的深度博弈

对于消费互联网的盲目推崇，让人们再度陷入了对产业互联网的迷恋之中。消费互联网时代的看客们试图通过投身到产业互联网之中，打一个翻身仗。这无可厚非。因为经历了互联网时代的洗礼之后，消费互联网已经成为红海，各行各业的格局基本上已经确定，实现逆袭实在是一件相当困难的事情。产业互联网则不然。尽管在用户量级上不及消费互联网，但是，上游产业却是一个真正意义上的蓝海，以上游产业为改造对象的发展模式的确可以给我们带来无限的想象空间。

然而，我们看到的产业互联网的红利仅仅只是代表玩家的量级，并不代表所有人都具备参与产业互联网的能力。虽然产业互联网的确是一片蓝海，但是，想要真正在产业互联网领域掘金的确是一件不容易的事情。

B端用户的习惯、偏好与C端用户存在很大的差异自不必说，单单是产业互联网所需要的深度介入和全面改造就不是仅仅依靠搭建平台就可以实现的。因此，很多人之所以关注产业互联网就是因为他们只是看到了其中的红利，并不了解产业互联网的本质是什么，至于如何投身到产业互联网之中同样是一头雾水。

01

很显然，以这样一种状态投身到产业互联网的之中会获得什么样的效果。虽然我们还不知道结果如何，但是，如果我们仅仅只是把产业互联网局限在消费互联网的层面，抑或是用消费互联网的逻辑来操作产业

互联网，所谓的产业互联网或许仅仅只是一个概念而已，一旦产业互联网对于资本市场的吸引力减弱，抑或是产业互联网开始关注自我盈利的能力，看似火爆的产业互联网或许又将面临新的挑战。

其实，所谓的产业互联网是一块难啃的硬骨头。通过上游产业产品和服务陈旧的生产方式和供应方式，我们就可以看出一些端倪。面对业已消费升级的C端用户，上游产业更像是一个刚刚开始走路的孩子，步履蹒跚，迟钝缓慢。

尽管如此，我们简单地套用消费互联网时代的发展模式并不能够给产业互联网带来什么本质上的影响。所谓的产业互联网并不需要平台模式，它真正需要的是改造自身生产流程和环节的能力，并因此可以产出新的产品和服务。

这个时候，用户的多寡其实并不是最重要的。真正重要的是，是不是可以深度改造行业本身，通过改造行业来获得新的产品和服务，再用这些新的产品和服务来满足用户消费升级的新需求。如果我们无法对产业本身的生产逻辑进行深度改变，所谓的产业互联网其实与消费互联网没有任何区别，等到流量争夺完成，一切都将从头开始。

然而，改造行业并不是一件容易的事情。单单有资本的支撑还不够，除了资本之外，我们还要有技术、模式等一系列的配套设施。只有真正打造了一个完整的产业链，真正构建了一整套产业互联网的体系，才能真正改变行业本身。

对标互联网巨头，我们同样可以看出这样一种发展脉络。以阿里、腾讯和百度为代表的互联网巨头投身产业互联网的方式就是做产业互联网时代的“基础设施”，无论是软件上，还是在硬件上，他们都可以提供。即便如此，他们都无法真正改变行业本身的生产方式和供应方式，所以，我们看到虽然产业互联网的概念提出了多年，但是，真正改变传统行业的玩家却少之又少。

即便是那些曾经在资本市场风靡一时的玩家，始终都熬不过产业互联网的浪里淘金，最后消失在茫茫的海洋里。因此，我们并不能够简单地用消费互联网的思维和逻辑来看待产业互联网，更加不能用消费互联网时代的平台模式和流量思维来落地产业互联网。所谓的产业互联网并不是任何一个玩家都可以参与的，想要真正参与到产业互联网之中，我们需要强大的技术能力、资金实力以及生态赋能的能力。

02

可以预见的是，未来产业互联网的玩家们会出现两种类型。第一种类型是在某个细分领域精耕的玩家。他们聚焦在某个领域里，他们具备改造这个细分领域的技术能力和产业链能力，能够改造某个细分领域和细分行业。即使在足够细分的领域里，中小型玩家同样无法具备这样一种能力，只有细分领域里的头部玩家才具备这样的能力。

另外一种类型是超级平台。这个超级平台不仅有强大的技术能力，资金实力，而且可以对行业发展的每一个流程和环节都进行深度赋能和改造，他们能够改变传统行

业的生产和制造流程，具备让传统行业产出新的产品和服务的能力。这个超级平台就是S2b模式当中的大“S”。

从当前的发展情况来看，以阿里、腾讯、京东和百度为代表的头部互联网巨头具备这样的能力，并且他们已经通过深度赋能开始对传统行业进行改造和升级。其实，在当下的行业发展过程当中，我们已经越来越多地看到了他们对传统行业进行的深度赋能，未来，这种现象将会越来越多地出现。

可见，产业互联网并不是所有人都可以享受红利的“阳光普照”，而是巨头们深度博弈的“黑暗森林”。对于任何一个想要在产业互联网时代掘金的玩家们来讲，决定他们在产业互联网时代可以走多远的关键不是模式的创新能力，流量和资本的获取能力，而是真正可以深度赋能产业，完整改造产业链的巨头们，才能够有机会享受到这个时代的红利。对于其他的玩家来讲，只不过是一场赔本赚吆喝的文学游戏而已。

当产业互联网的大幕徐徐开启，我们看到了各色玩家的粉墨登场。同消费互联网时代以概念致胜的发展模式不同，产业互联网更加考验的是玩家们改造行业的能力。告别消费互联网的时代的流量思维，不断强化自身对于行业深度改造的能力，真正能够通过深度赋能去改变传统行业，让传统行业生产出的产品和服务，我们才不是产业互联网时代的看客，而是这场大潮里的弄潮儿。