



同行夫妻： 做勇敢的战友，牛逼的对手



今日女报 / 凤网记者 刘艳

都说“同行是冤家”，但生活中却有很多夫妻从事着同一行业，有些甚至是从事同发展成夫妻的。当初也是因为“公司不准内部恋爱”而偷偷摸摸，直到一方辞职才光明正大终得祝福，最后踏入婚姻之中。可是，同行夫妻间，能否化解“竞争对手”、“缺乏神秘感”的尴尬呢？也有人说，同行夫妻才是最能相处融洽的，只要他们掌握一个诀窍：把对方当勇敢的战友、牛逼的对手。

围城故事 >>

战友兼对手：我们要亲密“有”间

殷语和祝波是两家不同媒体的记者。原本两人是同一家媒体的，两人偷偷谈了一年。后来中央某媒体驻湖南站招人，祝波便去应聘。两人的感情终于公开了，皆大欢喜。又过半年，赶紧结婚生娃。殷语在短短的三年时间里完成了从初恋到结婚到生子的任务，现在又是资深记者，事业家庭两不误，被同学们称为人生赢家。

而殷语觉得，她这个人人生赢家，最该感谢的就是

她的好战友兼好对手。“我们现在是不同的媒体，我们其实是有竞争关系的，都要抢头条。而且同一件事，我们都希望找到最有爆发力的角度。在家里肯定会讨论工作，不过，我们都学会了保留，就是亲密‘有’间。”

殷语说，同行夫妻有互相帮助的时间，就是把对方当战友的时间，这时候是亲密。“比如有次是很危险的采访，听说有好些记者的摄像机都被砸了，他让我

留在酒店，他说他去采访回来，会告诉我他能够告诉我的信息，还有照片。”而他们之间，也有避嫌的时候，对各自媒体的“机密”不闻不问，避免惹来误会。这就是殷语说的要“有间”的时候。

现在，殷语还和祝波经常去高校听课，参加各种特色讲座和培训，学习新媒体，学习摄影，学会玩视频，携手同行时，也会比比看，谁进步大。

是战友也是对手，我们是“亲上加亲”

李璐子的丈夫大猿是她大学时同专业的师兄，大猿毕业后南下广州到了一家广告公司担任平面设计师，李璐子毕业后毫不犹豫追随爱人到了广州，也进了一家广告公司，是平面设计师。她一开始认为：“我们同校同专业又同行，简直就是亲上加亲啊！”

而让李璐子没想到的是，她和丈夫都在房地产事业部，专门服务于房地产商。“我曾经也想过跟他偷点师学点艺，但是我觉得我们是同一战壕里的战友，有时候会让着他。”有次一个案子，两家都是提案公司。大猿说“亲爱的，这次我们公司肯定赢。而且我公司赢的话，我的提成是你的三倍。为了我们的小家庭，这个钱该让

我赚吧？”李璐子想来想去，觉得也对，谁叫他们是一根绳子上的蚂蚱呢？

只要两人的公司有竞争，两人都会商量着，这次哪家公司赢对他们小家庭最有利。

后来有一次，一家4A广告公司以3万的基础工资招聘资深设计师，两人都投了简历，都通过了笔试和一面。每次面试，李璐子都得到了大猿的指点和帮助，可是大猿一直没有放弃，也杀到了最后，李璐子就有点担心，她肯定比不过他。可是，她也不怪他，虽然他们是夫妻，但在这次竞争上，他们是对手。正因为有大猿这种强有力对手，她才一直没有放弃学习。

最后还有三个人竞争

时，大猿又取得了第一名，毫无疑问应聘上了。而让李璐子没想到的是，她也接到了录取通知，虽然不是资深设计师岗位，但薪水比过去多了1.5倍。这下他和大猿不止同行，还在同一家公司。这倒好，解决了他们以前要“各为其主”的尴尬，以后都给同一个老板打工，齐心！

后来李璐子才知道，大猿之所以应聘，是为了帮她打败其他应聘者，等拿到录取通知后，会用一个合理的理由拒绝入职，公司就会录取第二名，也就是李璐子。如果没有大猿的陪跑，李璐子未必会取得第二名的成绩。李璐子知道后，感动得稀里哗啦，不得不感慨：有夫如此，“妇”复何求！

读者调查 >>

最常见的同行夫妻有哪几种：

在今日女报读者群里调查发现，同行夫妻在现实生活中有很多，大体可以分为这几类：

●同行同圈同公司的。比如两夫妻都是医生，都在同一所医院。这个是最能互相帮助的战友与对手关系了。不过，有可能评职称或是升职的时候，竞争关系会比较强。但读者“金凤”认为：不管升谁，不都是一家人嘛。

●同行同圈不同公司的。竞争是公司竞争，在外是对手，在家可是战友，是相亲相爱的夫妻。

●同行不同圈的。比如两夫妻都是英语老师，一个是正规中学的，一个是培训机构的。呃，这种看来就是互相进步，在家用英语吵个架，或是比比谁的同声传译更精冷更快速。

●同圈不同行的。好战友，绝对的好战友。美食编辑“晕晕乎乎”的老公是五星级大厨的厨师，两人在同一个圈子，互为吃货，丈夫给妻子提供选题，妻子给丈夫介绍国外新菜品。

■爱这一小时

绞尽脑汁的童年礼物

文 / 易柯明 (长沙市作家协会副主席，芒果TV行政副总裁。著有《穿越历史》《创意之旅》《独步遐想》等)

送礼是人情社会司空见惯的现象，很大程度上也是一种生活必需。那要如何从童年乃至幼年开始，谋划度量，给孩子树立较高层次的礼信观。我由此非常注重给易小时的礼物筹备和礼信教益，哪怕他才一岁多。

如果只是给孩子图个暂时的快感，不用多动脑筋，买点好吃的，他当场十分高兴，马上拆吃，你看着也高兴。如果希望给孩子带来长期的快慰，那就动些脑筋。做父亲的我，已经给易小时积累了两份独特的礼物：

第一件，《今日女报》“爱这一小时”专栏系列亲子散文。我对儿子的成长以文字形式“每周一歌”，这组文章将以“一个幼童的人生百科”独到主题，最终结集出版。每篇文章都从一个特定的人生价值实现角度，去理解孩子的现在与将来。相信易小时长大以后，阅读父亲在他发蒙之初就写起的文字，会很感温良很感启迪，也会时加振奋。这种对他能一辈子精神提振的“财富预存”，就是这份童年礼物的文化实质。

除了写起，还要走起。我是致力于“一日游”最热衷的长沙市民，截止2016年2月底，共“研发形成”355条“长沙人一日游”线路，今后还会续增。我带着孩子易可以(亲侄女，视若女儿)、易小时一起走，留下他们童年的图影与时光，永久储存下来，有点像大导演希区柯克喜欢把自我形象(作为群众演员)标识在自己的每一部电影作品中。说句稍微悲怆的话，将来这本旅游图记出版后，哪怕俺不在世了，易小时他们都可以按照线路和图文，去重寻父亲、伯伯在他们冲龄之年带他们走过的人生足迹，这也是他们一辈子的精神财富。比方说，我喜欢带孩子看峨眉古树，是想让他们长大后懂得：为什么世间万树，巍峨古树最受尊敬？因为只高人一尺，难免遭人嫉妒或嘲讽，高人一丈，反而引人景仰和钦佩，这就是一辈子可咀嚼的哲理。这份哲理，如果用偏在追求一般性的出人头地，那这种观念基本是错误的。然我作为他们的父辈，要用做学问的精神追求，在一个或多个文明领域达致极致，这就是我活着的作为“人”的使命——如果孩子们连同古树照片，看懂我的言近旨远，对他们的人生方向感，很有益处。

母亲璐璐在礼物设计上，比我更具匠心。易小时周岁的生日礼物，她准备的是生命与精神的“源地杯”和“祈福章”，是终身价值的铭刻之印。她求教于好朋友爱新觉罗·祺浩，请这位才艺女性给小时侄女做了未来一家四口的紫砂杯：四个杯子分赠爸爸、妈妈、小时和未来的小时媳妇儿。

2016年，易小时将迎来两周岁、儿童节等属于他的节庆，我暂时想到两件礼物：一个，我发现他有音乐偏好和指挥习惯，总是要求我给他播音乐，而每每听音乐，他就自己挥手打节拍，有些像比较系统的指挥动作，我甚至估摸这个习惯动作里，储藏了他的艺术未来，因此第一份礼物——指挥棒；二个，通过新近结识的肖仙等律师朋友，我打算给儿子留一笔未来财富，跟“一小时”三个字相关的部分商标名称注册(例如“一小时指挥棒”，哈哈)，争取给孩子留下一笔精神财富、物质财富双效俱佳的长效预存。