

“送碗是正宗的‘国庆大米饭’噢！”今年国庆中秋佳节餐桌上尝到“国庆大米”成了上海人的新话题，翻看网页、网站、网店，“国庆大米”变成了热词，形成了这个时代意味深长的新概念。

“国庆大米”，如果只是抢种收割的早稻，不错或不显性；如果只是傍佳节冠名，也不尽然。于是求解“国庆大米”新概念的时代背景，破解新农人的耕植原由，正解市民对美好生活求鲜望新的愿望，也许能寻觅到“国庆大米”所蕴含的理念、市民的希冀、人民的情怀。

近年来，上海人对奉贤、金山、青浦、松江和崇明等大米（粳米）耳熟能详，知名品牌米煮成的饭，色晶莹而透亮、香扑鼻而不冲、味甘糯而软松，“国庆大米”上市则给市民佳节一饱口福增添欢乐。本地大米蕴含的价值取向，正是育种者的良心、耕植者的爱心、收割者的匠心，让“国庆大米”散发出不一样的光芒。

奉贤庄行腾达兔业专业合作社社长夫妇饲养兔子 22 年，种植兔稻米 7 年整。从小耳濡目染已大二的儿子顾永豪，如今一方面用知识帮助父母提升种植养

殖技术含量，一方面用“文创”形成独特的竞争力，在今年第四届上海农村创新创业大赛中崭露头角，技术标准、品牌先行、需求引领而获得好评。他们的“国庆兔稻米”被顾同学编成了顺口溜：“绿肥育兔免养地，蚯蚓松田田味滋，沃土耕植稻米米，国庆大米米迷米。”据称，兔稻米煮粥特别香甜而营养，一层乳白粥汤似油而润滑，沁人心脾。

用鱼虾稻米共存的水质判断法，是新农人最直观的创新点，金山区灿盛农产品合作社的虾稻米就是实践中的佼佼者。1988 年出生的农场主高斌磊立志农

学会用支付宝付款后，蛮开心。第一笔交易是在全家便利店买一块黑米糕，2.5 元。在菜市场更是如鱼得水，不用零钱找进找出了，很有成就感。

一天，我去菜市场兜了一圈，大概与六七个摊位打了交道，买了一大袋各色蔬菜、荤菜回家。

想用手机了，不在。大概随手放在家里哪个角落了？习惯性地拎起座机就拨，等待铃声响起。不料没响，我有点紧张了：丢在菜场了？头上冒汗了。忽听得话筒里有声响，赶快问：你是某某菜场吗？对方答：是的。你的手机在我这里，快来拿吧！

头脑中“放电影”回溯：刚才买最后一样物品是南北货部的米仁！骑上自行车就走。摊主是一位小伙子，见我去取手机，很负责任地说：“你先用密码把它打开。”我遵命操作，取回手机，千恩万谢。

对现代人来说，手机本来的价值并不高，即使丢了个也还能承受，不至于悲悲切切。但手机中的信息太多了：通讯录，日程安排，备忘录，短信，微信，支付宝，乘车码，交管 12123，随申码……这些可丢不起。

感慨之余，填了一首《减字木兰花》：“手机不见，此物而今金不换。汗涌心门，一刻糊涂一刻昏。刚才买菜？电话接通他正待。大水龙王，摊主原来也姓杨。”此处不是说大水冲了龙王庙，而是大水 and 龙王本是一家子，以表扬这位小哥儿。第二天，我特地把这首词连同一封表扬信送到菜场。小杨表现淡定，管理员却说：“好好收起，年底可评优秀呐！”

又想起前几个月的一件糗事，也是去买菜，经过社区医院时去量量血压。量完血压骑上车到菜场，停车时发现拎包不在车篮里，而手机是在拎包包中。掉头回医院，量血压处已不见拎包，周边几位都说没看见，有人提醒可调看录像。找到有关部门，两位工作人员入机房查阅，过了十来分钟给我看一段录像，是有一人拎着我的买菜包从量血压处走出，出了医院大门。我赶紧说：“就是这个包！”他们笑着说：“你再看看拎包的是谁？”

谁？原来恰是我本人！那为什么到了菜场不见拎包？这下完了，手机不见了！垂头丧气走到自己的自行车旁，却发现一个熟悉的包包挂在另一辆自行车的龙头上，打开一看，手机正静静地躺着。这下全身舒坦，比中奖还开心。仔细回想，刚才取车时因几辆车挤得紧，我大概随手把拎包放在边上一辆车的车篮里，待把自己的老爷车捣鼓出来，却忘了拎包了……

刚年过七旬，手机已历险两回。女儿特意缝制皮吊袋一只，让我挂在脖子上。太太更是提醒：关键是不能随手放下，用完时必须物归原处！想起曾看到一份资料，某诺贝尔化学奖得奖者在回答“什么是你最重要的好习惯”时说：“幼儿园里养成的，在哪里拿了一样东西，用完时一定要放回原处。”我已经是个老头了，这个“习惯”还能“补养”么？

闲话『国庆大米』

陈甬沪



边看边聊

得“金牌”，两个小时直播，成交 187 单，金额 48519 元，观看人数近万人。

上海“国庆大米”可煮可蒸、可干可稀、可控可塑、可口可爱。大米节庆应市，满足了市民对佳节美好愿望的实现，也反映出都市农创之实、都市农人之美。农业是一个有尊严的产业，农民是一个体面的职业，新农人也是时代最可爱的骄子，你认同吗？

小区（外两章）

魏鸣放

宾馆，在一个大楼的背面。

底下，一片居民小区，有人。

白天里，嘭嘭，响起了鞭炮，仅几声。

一朵很浓的白，升了上来。

小店

小区内，水泥地面。直路。

一边，一家家商铺；另一边，一幢幢居民房子。

天地，小了。

小沟

一条水泥砌成的小沟。

绿水。

第一排房子门前，一横，直对外面的大路。

红鱼。

这样的小河，这样的人家。



贺兰山脉位于宁夏回族自治区与内蒙古自治区交界处，山势雄伟，若群马奔腾。相传，蒙古语称骏马为“贺兰”，故名贺兰山。贺兰山平均海拔 2000—3000 米。主峰海拔 3556 米，是宁夏与内蒙古的最高峰。站立主峰，向东可眺黄河弯曲，向北俯瞰绿草如茵，向西感叹高原绵延，向南是一马平川的银川平原。

初见贺兰山，就被其刚健的体魄和深沉的色彩所震撼。

贺兰山为石质山地，

旅游

铺天盖地的广告，司空见惯。广告是最大、最快、最广泛的信息传递媒介，通过广告，能激发和诱导消费。我曾经历的一次广告，非常难忘。

上世纪九十年代初，上海的商业市场波澜不兴，显得不温不火。当时，我在区里主管商业，常常寻思：如何拨动消费者的神经，激起其购买的欲望。然而，各区商业竞争激烈。在众多的商业街和商店中，凭啥到贵处购物？你有什么与众不同和“唯我独有”的吸引力？正巧，上海财经大学的大学生有一个暑期实习活动，团区委领导来问我，可否接纳、有什么任务？我突然想到，“商场如战场”，孙子兵法曰，“知彼知己，百战不殆”，当即表示欢迎财经大学的大学生来区实习；同时也出了个题目，让大学生到当时的市级商业街“三街一城”（即南京路、淮海路、四川北路、豫园商城）作市场调查，要求在“三街一城”上随机选一百家商店，了解一千种同样品牌、同样型

“小吴先生”——北大的学生都这么称呼吴小如先生。我没有在学校听过吴先生讲的课，但是我心里一直以来也都是这么称呼他的。我觉得很亲切，因为我是先生在家里“上课”的“学生”。转眼间，吴先生已经离开我们 6 年。

我的父亲是书法爱好者，曾向族亲、晚清重臣刘秉璋的后人学过书法。耳濡目染，我自小就对书画感兴趣。2005 年夏天，一个很偶然的机会，在友人范洛森先生的办公室看到墙上挂着两幅书法，一幅是楷书，写得清秀劲美、含蓄儒雅；另一幅是小行书，笔势流畅，书卷气十足。我说这字写得可真好！但是这两幅作品的书写者“吴小如”，我却没听说过。范先生看出了我的疑惑，他告诉我：吴小如先生是北大教授，是专治文史的大学者，也是吴玉如先生的长公子。哦，难怪这字看着这么眼熟，那

么有震撼力，我顿时觉得很激动，当时就萌生了收藏吴先生作品的愿望，范先生提了出来。

第二年春天，范洛森和我一同去了北京吴先生家——北大中关村 43 号楼，一座让我后十年魂牵梦萦的“圣地”。叩门而入，范先生和吴先生是忘年交了，彼此间很熟悉。看到心目中的“偶像”，我却略微有点紧张，但很快没有了初次见面时的陌生感，大家聊得很开心。当时，吴先生正在给天津古籍出版社撰写《吴小如讲《孟子》》一书，他说，我就

土地瘠薄，多褐色岩石裸露，植被类型较简单。其主峰崇崇峭壁，万仞崛起，如崩如裂，似明似暗，像刚刚出炉的倚天青铜长剑。其峡谷龙威虎震，龙

象岳岳《满江红》所写“驾长车踏破贺兰山缺”一般豪情，令人心潮澎湃。

贺兰山是我国西北地区的重要地理界线。它构成一道天然屏障，从而削弱了西伯利亚高压

冷空气，阻截了腾格里沙漠的东

侵，也阻止了潮湿的东南季风西进，使得贺兰山东西两侧气候、水源、植被有着显著的差别，成为我国外流区和内流区的分水岭，是温带荒漠草原与荒漠、季

风气候和非季风气候的分界线，也是半农半牧区

和牧区的分界线。

白天走进贺兰山，虽然气候干燥、日照强烈，但是凉风送爽，暑热渐消。这里绿树荫翳，果园飘香，牛羊满坡，泉水叮咚。贺兰山岩画勾勒了北方少数民族在这里

广告旧事

薛全荣

号、同样尺码的商品，作一个价格统计和分析比较，并写出调查报告。耗时一月余，报告出炉，结果显示，其中一条商业街上的商品价格明显处于高位，另一条商业街上的商品价格则处于中位，而四川北路商业街上的同类商品价格却处于低位（其实，很明显是级差租金的原因）。油然而生的想法是，必须把四川北路商业街的特点和优势宣传开去。

当年各区的商品广告已经很成熟，但却有局限性：要么是一个商品的广告，如“白丽香皂，今年二十，明年十八”；或者是一个楼面的广告，如“一店一楼一片情”；也有是一个商店的广告，如“培罗蒙，半个世纪的骄傲”等，而鲜有一条商业街的整体广告。上海人喜欢“实实在在惠惠，热热闹

用毛笔把这部书稿抄录一遍送给你吧。后来，吴先生又陆陆续续地替我写了一些条幅和对联。遗憾的是，2009 年吴先生不幸患脑梗，提笔写字就很困难了。之后几年，我每次回国总

要去看看吴先生，虽然我们彼此之间相差三十多岁，但已经成了忘年交。

吴先生给我的感觉总是那么的谦虚、淡泊、低调，吴先生讲：“别人都说我的字比我父亲写得

得好，我说，我的字不如我父亲，无论是书法还是学问，这一辈子我都超不过我父亲，他才是大家。”

吴先生从幼年起就开始在玉如公的指导下阅读《诗经》《论语》，即便到了晚年，他还是经常卷不离手，不断地在学习、在思考。在学术上，吴先生一直是嫉“错”如仇、“耿耿于怀”，毫不留情。他对当今社会上一些所谓的专业书法家平时不好好读书练字，只顾应酬卖字

的现象尤为不满。他说：“能在书法史上起一定作用的人，才可以叫书法家；没有文化修养的书法工作者也不能称为书法家，充其量只能称为‘写字匠’。我宁可一辈子不会书法，也不要当一个俗不可耐的‘写字匠’。”吴玉如先生晚年在邮局门口给人写信，维持生计。晚年的吴小如先生虽然生活拮据，但他宁可像他父亲一样过着清贫的生活，也不愿意卖字。

启功先生对吴先生的人品、学识很推崇，据说有人找启先生学习书法，启先生却把吴先生推荐给了

闹”的精明启发了我，“看看逛逛其他路，买卖请到四川路”的广告语跃然而出。考虑到广告

不能引起纠纷，“其他路”是虚指，没有明确的“客体”，且“看看逛逛”是中性词，没有一点“贬”的意思，重点在于推销“四川北路”（近有媒体报道，上海准备举办“逛马路节”，恰好是印证）。此广告一出，由于既朗朗上口，又名副其实，再反复传播，凡虹口区商业系统在媒体上做广告，的都必须写“看看逛逛其他路，买卖请到四川路”。持之以恒，居然成功。当时四川路的商业实实在在地红火了一阵。不久，各区都推出了各具特色富有个性化的广告，如“十里南京路，一个新世界”“高雅淮海路，荟萃名特优”“上海日新月异，精华还在这里”等。

广告的作用是毋庸置疑的。虽然“酒香不怕巷子深”，但是“响鼓也要重锤敲”啊。



来，这也说明吴先生书法艺术的高明。

一次，我去吴先生家，他说我每天早上五点半起床，我说您那么早起来干嘛呢？他说，临帖，一方面

是自我的放松，另一方面是我学习前人比我更好的东西。一位在书法上卓有建树的 82 岁高龄的老人，还在锲而不舍地努力追求。我想起了吴先生第一次见面说过的话，“书法只是我的一个爱好”，此时此刻，我才真正感到这个爱

好在他心目中的分量。这件事是我永远忘不掉的。

吴先生和我聊得较多的另外一个话题就是京剧，吴先生告诉我，他在十六七岁时就陆续跟着韩慎先、张伯驹等名票学戏，二十几岁的时候就开始了写戏曲评论，他还喜欢收集唱

片，经过半个多世纪的甄选、积累，目前已收藏了近千张京剧老唱片，其中不乏一些很珍贵的唱片。他还送了我自己唱京剧的碟片，有时工作之余我还听听，犹如先生在我身旁。

吴先生的学生曾告诉过我，在上世纪五六十年代，老北大入习惯称一、二、三级教授为先生，因吴先生最年轻，所以大家都称他为“小吴先生”。

2014 年 5 月 11 日，“小吴先生”终于走完了他 92 年曲折而漫长的人生之路，那时候我正在国外，没能赶来见先生最后一面。每一次面对吴先生的书法，我仿佛又回到中

关园 43 号那座小楼，又听到吴先生对我娓娓而谈，聊书法、聊京剧、聊那些陈年往事……

近来，常常在广播里听到某装修公司的广告，指责别的装修公司为客户装修的质量“差强人意”，言下之意：本公司能够让客户“心满意足”、“称心如意”。而这恰恰是误用了这个成语，起到了相反的作用。

差强人意，在任何一部词典里，都没有“不尽如人意”、“大失所望”的意思，而是一个包含“还算满意”或“基本满意”的偏于褒义的词。

差强人意

龙聿生

七夕会

七夕会