

“迭碗是正宗的‘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。从小耳濡目染已大三的儿子顾永豪，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业创新大赛中崭露头角，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，蚯蚓松田味滋，沃土耕植稻米，国庆大米米迷。”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

业创业、农田创新、农产品创作，在振兴乡村战略中，辞去公职，投身创业，带动乡村乡邻转型。他种植的“国庆大米”，以市民体验感注入对“国庆大米”的认知。在春末夏初，他利用金山开放式的园林农田，让游人随机驻足在此，免费垂钓小龙虾；鱼稻米收割时，让游人自愿参与并生嚼现场米；加工后第一碗米饭供游人品尝，第一时间直供客户等，让种植、收割到米饭形成一个生态化的闭环。他说，稍早收割的稻谷鲜嫩，产量会少一些，但口感则会倍增。我坚持主打的上海大米取向就是软、糯、香之长，上海市民的需求就是我的动力。

以市民之需种植培育、创新本地大米，如今在上海蔚然成风。崇明鱼稻米的前行者黄国超从2014年起在水稻田放养了“舌尖”同款的稻花鱼，大米口感好，鱼与鱼的鳞片可以一起吃。

上海新农人在关注、关切与关爱“农业强、农村美、农民富”中，追逐大米鲜香，软糯和健康中付出的心血，可见一斑。

农产品会种，也要会卖，这是“国庆大米”进入市民餐桌、成为一道风景线的缘由。线下布点成局、线上直播盛事，本地的农作物不红也难。经营桔苑农庄、挂职崇明妇联的陆慧慧用一口纯正的崇明话在上海首届青年农场主直播带货大赛中赢得“金牌”，两个小时的直播，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！

学会用支付宝付账后，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，快拿吧！

头脑中“放电影”回溯：刚才买最后一样物品是南北方的米仁！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，收回手机，千恩万谢。

对现代人来说，手机本身的价值并不高，即使丢了一个也还能承受，不至于悲切切。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，而是大水和龙王本是一家子，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，而手机是在拎包里。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，用完后必须物归原处！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，用完后一定要放回到原处。”我已经成为一个老头了，这个“习惯”还能“补养”么？

闲话“国庆大米”

陈甬沪



边看边聊

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，“知彼知已，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”上随机选一家商店，了解一千种同样品牌、同样型

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“实惠惠，热闹闹

闹”的精明启发了我，“看看逛逛其他路，买卖请到四川北路”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，都必须写上“看看逛逛其他路，买卖请到四川北路”。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的广告，如“十里南京路，一个新世界”“高雅淮海路，荟萃名优”“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。



得“金牌”，两个小时的直播，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！

“小吴先生”——北大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年了。

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，我从小就对书画感兴趣。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，坚固流畅，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，向范先生提了出来。

第二年春天，范洛森和我一同去了北京吴先生家——北大中关园43号楼，一座让我后十年间魂牵梦萦的“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



刘同维

小吴先生

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，直对了外面的大路。

红鱼。

这样小的河，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，冷气流，阻截了腾格里沙漠的东

土地瘠薄，多褐色岩石裸露，植被类型较简单。其主峰崇岩峭壁，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，龙掣虎攫，赫赫气势，砰然千里。其桀骜不驯的性格像岳飞《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的地理界线。它构成一道天然屏障，从而削弱了西伯利亚高压冷气流，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

来人，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对我说的话，“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。他还送了我他自己唱京剧的碟片，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。

驻牧游猎、生息繁衍的场景，反映了他们对真善美的向往。其瑰丽的色彩、神奇的笔调、丰富的内容，促人归附心灵的平静，使暴者倾解、怒者粲发。夜晚，一轮明月高悬山顶，普照群峰，像是打上了一层银色的蜡。气温比白天降低了不少，像有紫色雾气从山脚下氤氲升腾。风在峡谷中回荡，像狼嚎狗吠，使人心生飕飕冷意。卧听黄河之水天上来，似有雪融冰落之势。感受这西北特有的清凉一夏，令人久久回味。

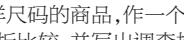
七夕会

差强人意

龙聿生

清凉贺兰山

张天明



薛全荣

广告旧事

陈甬沪

边看边聊

小 区

魏鸣放

小 店

小 沟

贺兰山

清凉贺兰山

张天明

七夕会

龙聿生

差强人意

陈甬沪

边看边聊

小 区

魏鸣放

小 店

小 沟

贺兰山

清凉贺兰山

张天明

七夕会

龙聿生

差强人意

陈甬沪

边看边聊

小 区

魏鸣放

小 店

小 沟

贺兰山

清凉贺兰山

张天明

七夕会

龙聿生

差强人意

陈甬沪

边看边聊

小 区

魏鸣放

小 店

小 沟

贺兰山

清凉贺兰山

张天明

七夕会

龙聿生

差强人意

陈甬沪

边看边聊

小 区

魏鸣放

小 店

小 沟

贺兰山

清凉贺兰山

张天明

七夕会

龙聿生

差强人意

陈甬沪

边看边聊

小 区

魏鸣放

小 店

小 沟

贺兰山

清凉贺兰山

张天明

七夕会

龙聿生

差强人意

陈甬沪

边看边聊

小 区

魏鸣放

小 店

小 沟

贺兰山

清凉贺兰山

张天明

七夕会

龙聿生

差强人意

陈甬沪

边看边聊

小 区

魏鸣放

小 店

小