



江花

专栏

11

脚花勿要乱

【一点海上】

老人讲碰到事体，脚花勿要乱！是的，人生有如负重致远，不可急躁。

想想合家搬到康平路生活至今50年，阿拉一幢楼里的两代老人只剩阿拉姆妈一朵花。早些年也曾打算置换，但还是舍不得那只独立花园和老邻居，另外老法讲年纪大了不易挪窝。姆妈欢喜独立，胳膊扭不过大腿，就早早为伊请了钟点工小朱阿姨，伊就住在楼上诗豪兄府上，小朱二十多年打拼下来，成了整个弄堂老人的“大救星”。

封城封门，对平时就足不出户的姆妈来讲并无大碍，伊照常机械地自娱自乐。

阿拉兄弟俩约定上下半场跟伊空中“嘎讪胡”（聊天），因为发现伊有点前讲后忘。伊拉街道“保供”真是到位，很快阿拉三户人家的“保供”频率、数量和质量拉开了差距，形成了“三个世界”，老弟戏称“再发保供图片不利和谐了”。“金乡邻，银亲眷”，诗豪太太只要团着，总勿忘捎带一份，烧好的小排萝卜汤也要送上一碗，真是你浓我浓情更浓。

面对一箱蔬菜，姆妈犯愁，但脑筋急转弯立送邻居和外来打工人，“伊拉人多，伊拉更需要”伊电话里这两句讲得最多。伊退下来一直热心居委里弄工作，还做起“啄木鸟”，居委会对伊也尊敬，早早为伊开通助老电话。居委老书记退下来还带着新书记上门慰问，倾听意见。这次居委会又热情周到上门为伊

做“双档”，喜煞阿拉一家门。“空中书场”日场早开不误，互报平安，头等大事。姆妈讲等解封了，屋里厢的交关东东等阿拉兄弟俩去“分赃”。

今年吃“双档”成了“时尚”，只是辛苦了远道而来的邻省的医护人员。中午，杭州红十字会医院抗疫援沪队的大巴又来了，为对面小区居民服务。下午三时许，见伊拉纷纷脱下闷煞人的白色防护服，一下成了短打“小蓝”，终于可以透透气，伸手弯腰踢腿，一位老师急着给伊拉从头喷到脚，杀菌。看伊拉的模样大年轻。

对面小区两幢楼的二楼之间是一只空中花园，花开四季，犹那只斑驳的摇椅涂上一抹柠檬黄，那真是多了一道靓丽风景线，只可惜这两月少了大人和小囡。只见一位仪态万方着装素雅的阿姐站在花园阳台一角，朝着路口不停地作揖不停地挥着双手，还不时地拭泪。“阿会在拜菩萨？”太太点解，七搭八搭。阿姐十多分钟的坚持不懈，终换来一阵骚动，三位杭州小丫儿挥着手、举着手机快步向阿姐走来。“谢谢你们！大家保重！一路平安！”阿姐大声呼喊，又来一个飞吻，“谢谢，阿姨！再见！”小丫儿感动无比挥手告别。载着杭州医护人员的大巴缓缓开动，隔着窗帘，阿拉看到无数双手在挥舞、手机在咔嚓。阿拉的眼角又有点湿了。看对面阿姐依然侍弄花草，晾晒衣物。第二天一大

早，又见伊在北面露台上捡楼上邻家扔下的口罩，阿拉一数有4只，阿姐真是有心有爱。

古希腊剧场有种石雕，是两张并列的人脸，一张眉尖嘴角上翘呈欢喜状，一张眉尖嘴角下弯呈悲痛状。弘一法师留下“悲欣交集”。丘吉尔坦然面对生死，“在我的字典里，不存在忧愁这个词。”在生命垂危时他还幽默几句：“当酒吧关门的时候，我就要走了，拜拜，朋友！”曾国藩讲“心存济物是富相，事有归著是富相”，是说为人有志向，关怀世间。做事沉稳，有头有尾。

阿拉欢喜向真诚有本事靠谱的人学习。陈兄伟国退休前担任上海电视台《上海早晨》《午间新闻》制片人，为了“喉舌”勿“发炎”，索性就睡在台里，上头看在眼里记在心里，“老黄牛”又返聘了多年。这趟“老革命”碰到新问题，“保供菜”姗姗来迟，终于盼到大大小小的5棵大白菜和5棵卷心菜、10枚大小不一的土豆、4根莴笋、12根胡萝卜，“一幢楼21户人家怎么分？”大家犯难了。又过两天，盼到河南捐赠的蔬菜，按规定户数多的4箱，户数少的2箱，又勿够分了。方老师和伊商量先让楼里老人（勿用手机购物的）和缺菜的邻居先拿，在群里发通知并逐室按门铃再告知。

吴兄良忠隔三差五嘘寒问暖。好多年前曾发我一短信，“生命本是一场漂泊的漫旅，遇见了谁都是一个美丽的意外！”



悲欣如斯

我珍惜着每一个可以让我称作朋友的人，因为那是可以让漂泊的心驻足的地方！有时候会被一句话或者微小举动而感动，因为真诚，有时候会为一首歌流泪，因为动情，有时候会把回忆当作习惯，因为思念，有时会发一个短信给你，因为牵挂，希望你快乐不仅此时，而且一生一世。”从伊拉身上感悟到了弗朗西斯·培根的话：“人类在相互的交往中寻求安慰、价值和保护。”

方毅丰兄很得意，新作在“美篇”刊发第二天阅读量又暴增一千多，文学老伙计一发不可收。

星光灿烂风儿起，观家中那盆文竹，竹节茁壮挺拔，竹影青霭悠然，掩映底下鱼缸，鱼螺草虾石共生。傲骨清幽，高雅淡然，盎然生机，满堂生辉。

点石成金的能力

文/高小琪

【琪谈】

文化是一座城市最应当讲好又最难讲好的故事。

按照“去哪儿网”7月公布的热门目的地数据，除拥有独特地理风貌的新疆、西藏、青海、海南、云南以外，北京、上海、成都、重庆、广州、杭州、长沙、西安均是以“文化”取胜。尤其在大部分城市建设趋于同质化、“山水有相似”的当下，“讲故事”越来越成为一个城市最重要的能力。

端午节期间，长沙实现消费10亿元，与长沙差不多大的徐州实现消费5.1亿元。简单按面积计算，徐州的文旅市场“变现”能力大约只有长沙的50%——即每平方米的土地上，只能产生不到一半的市场效益。这个数字甚至还没有考虑前者所属省份人均GDP只有后者一半的重要因素。

能不能讲好文化故事，并不完全取决于历史积淀、文化底蕴、资金投入和建设规模，在更多情况下，城市需要掌握“以小博大”和“点石成金”的关键诀窍。

首先，没有一座“网红”城市没有独特IP。

根据维基百科“全球最具价值IP榜单”，排名第一的精灵宝可梦价值591亿美金，紧随其后的Hello Kitty、星球大战、米老鼠、超级马里奥、哈利波特、蝙蝠

侠、蜘蛛侠等等，全部源于影视、漫画、游戏作品。

这并非偶然，因为影视、图书、游戏是“讲故事”的最好平台。譬如，上海外滩的文旅价值，最初是源于《上海滩》等一系列影视、文学作品中对上世纪初上海风貌的描写，承载了历史故事、时代变迁等重要内涵；而杭州西湖、镇江金山寺，也因“白蛇传”的传奇故事被赋予浪漫主义色彩和丰富的人文情怀。在好莱坞电影工业体系中，优秀IP被要求必须拥有引人入胜的故事、令人共情的价值观念、夺人眼球的设计形象等要素，并且具有唯一性，否则就毫无价值。

拥有小黄人、变形金刚、哈利波特、侏罗纪公园等IP的NBC环球，与拥有米老鼠唐老鸭、漫威、维尼熊等IP的迪斯尼，每年仅授权营收就高达数十亿美元；相较之下，“外形”过硬、故事不足的无锡拈花湾在去年二季度亏损5000万、整体负债13亿，不得不将19.92%的股权转让给无锡国发开元股权投资中心。知名咖啡品牌星巴克曾在2019年推出一款樱花猫爪杯，最高炒至原价的十倍，但如今这款玻璃杯在二手平台上只标价不到三十元。

倘若没有精彩的故事和扎实的价值内核做背书，热度退去

之后很可能只剩下一地鸡毛。

其次，建立沉浸式体验是“讲故事”的核心吸引力。

仅拥有两个5A级景区（岳麓山橘子洲、花明楼）的长沙市，在文旅领域并没有“先天优势”。但根据2020年数据，长沙在全国“黄金周”铁路客流量中排名第五，仅次于北上广深。

紧追潮流的年轻人热衷于到长沙逛一次“文和友”、买一杯“茶颜悦色”、吃一顿龙虾、体验一把凌晨还灯火通明的夜生活，再去解放西派出所打卡拍照。所有的网红点都是非传统的“人造IP”，不是山水园林、亭台楼阁，而是通过沉浸式体验来吸引游客。

根据“普鲁斯特效应”，当人们看到一些特定的场景、闻到特殊的气味时，很容易勾起与此相关的记忆。而“文和友”恰恰满足了这种感知需求，通过上万种老物件的陈设、上世纪七八十年代的街景搭建、老字号本土美食的入驻，将四十年前的长沙市井文化展现在人们眼前。其内在的人文独特性，是全国各地大同小异的风情古镇、民俗小吃街、新中式风格餐厅难以复制的。

实际上，“沉浸体验”不一定需要巨大投入，苏州2020年推出的“姑苏八点半”沉浸式演出，利用旧街区、老房子、原有路桥设

置，配套小规模声光电特效和音乐解说，不仅成本不高，还成功将非景点打造为“网红点”，颇有借鉴意义。

第三，酒香当然怕巷子深。国内拥有深厚历史沉淀的城市比比皆是，为什么有些门庭若市，有些则无人问津？在互联网逻辑下，零零碎碎的文化故事无法吸引足够的受众群，必须依靠强推介手段。

譬如，在抖音、b站等主流网络平台进行短视频和图文的软性推广，借助KOL（意见领袖）的号召力吸引粉丝形成热度，针对不同人群、不同博主，设计不同的宣传内容和形式，不仅精准贴合受众，而且成本低廉，效果要远好于传统的广告、海报、大屏等方式。

北戴河阿那亚教堂、洛阳老君山、各地的“一号公路”等等，都是通过“抖音”、“小红书”等网络平台的多点推广而“一炮走红”，游客量实现了几何级数攀升。

每一座拥有深厚历史文化底蕴的城市都像蒙尘的夜明珠，“讲故事”并不一定需要雄厚的财力或大规模的城市建设，更重要的是专业的审视能力、敏锐的市场嗅觉，以及每一位策划者的全情投入。