

以情动人才能源远流长

■文昕雨

在故宫博物院景仁宫,有一张书写捐赠文物人姓名的“景仁榜”。相比故宫近 600 年的风雨岁月,故宫捐赠史却只有不到 80 年的时光。然而,正是这张榜上一个又一个平凡的名字,让故宫的馆藏得以丰满,让名垂青史的佳作得以传世。

在这张“景仁榜”1985 年的名目上,有一个叫做何刚的普通名字。前几天,故宫博物院决定为意外身亡的何刚举办追思会,只因 32 年前的他曾主动捐赠 19 件元代银器,弥补了馆藏的历史空白。一座古往今来被“帝王气象”所笼罩的“皇家重地”,竟然肯为一个默默无闻、只有小学文化的普通农民追忆

哀思,引起不少人的议论。

这并不是故宫与何刚之间的第一次“亲密接触”。除了在景仁榜上署上姓名的精神激励,故宫也没有忘记给予何刚物质奖励,甚至,在之后的时间里,因为何刚的生活窘境,曾两度拨款助其渡过难关。当然,相比 19 件文物的市场价值,十几万元的抚恤有些“小巫见大巫”,但这其中饱含的情意,依然让包括何刚在内的所有人感到温暖。

实际上,在对待文物捐赠的问题上,目前为止法律条文之间依然断层。一方面,“中国境内地下、内水和领海中遗存的一切文物,属于国家所有。”但另一方面,“发现文物隐匿不报或者拒不上交的,可处五千元以上五万元以下的罚款”。

于是,对文物发现者来说,常常陷入两难境地,捐了很可能颗粒无收,不捐却一定触犯法律。试问,有多少人能够像何刚一样,因为秉持“文物是国家的”这样的理念,能够在上世纪 80 年代抵住“一蛇皮袋子”的金钱诱惑,做出捐赠的选择?长此以往,因为奖励与处罚之间巨大的不对称,很可能让捐赠者群体心理失衡,思想斗争愈加激烈。

从物质奖励,到生活保障,再到追思哀悼,故宫的举动一定程度上是彰显人文关怀的自选动作,这也正是被网友推崇“有情有义”的原因。这的确为文物回收和管理提供了一个很好的示范,却不得不让人进一步思考这种做法的推广意义。实际上,并不能因为故宫的“暖”就要求捐赠有偿。无论如何,

捐赠的自愿和无偿才是根本属性。即使故宫,在面对文物捐赠的“事后人情账”上,也常常因为“捐赠难以查证”和“没有专项资金”,在管与不管中进退维谷。

因此,从更广泛的意义上来说,故宫此举更像是一次对捐赠者价值的宣示和回归,展示了除了证书奖励、金钱激励之外的另一种褒奖方式:用情意打动人心。这无论是对文物保护单位,还是文物捐赠群体,都是一个值得参考和借鉴的尝试。

捐赠还是不捐赠?这是个道德问题,也是个法律问题;但该如何对待捐赠者?却理应是一道具备温情的必答题。因为只有这样,才会像何刚儿子所说的那样,“就是以后翻修房子再挖出文物,我也依然捐给国家。”

画中有话



防治兼顾

我国第一部土壤污染防治领域的专门法律《中华人民共和国土壤污染防治法(草案)》6 月 22 日首次提请全国人大常委会审议。这是贯彻落实“土十条”要求,推动土壤污染依法防治的重要一步。仅从法律名称上就可以看出,立法对象是土壤污染防治,而根本办法是“一防、二治”。当前,从农村耕地到城市用地,人们对“餐桌的根本”“脚下的环境”关注度提升,必须正本清源,全面治理。

新华社发

建行小微快贷 “贷”动小微企业发展

“实在是太方便了,不用跑银行,不用准备材料,轻轻一点鼠标 40 万就到账了,建行解决了我的大难题。”6 月 13 日早,网点刚营业,一客户持“为企业排忧解难,雪中送炭堪当行业楷模”的锦旗来到建行周口中州大道支行,特地感谢该行为其公司发放的首笔“小微快贷”,解决了其公司的资金周转问题。

该公司在建行周口中州大道支行开户半年有余,主要从事工程施工等业务。公司生产规模小,成本较高,缺乏竞争力,一直考虑扩大生产规模。由于周转资金和融资渠道的限制,始终未能实现。恰逢其时,该行推出了“小微快贷”融资产品,实

现了小微企业贷款的全流程线上操作,专门解决小微企业“融资难、融资贵”问题。该行客户经理丁玉红及时与客户取得联系,向其推荐“小微快贷”融资产品。该企业负责人迅速到该行,在客户经理丁玉红的指导下,不到五分钟就完成了贷款的线上申请、批复,顺利取得贷款 40 万元。

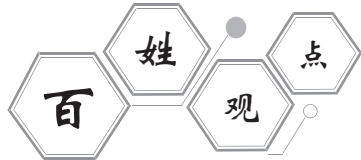
据悉,为缓解经济下行压力,支持小微企业等实体经济的发展,建行不断加大信贷产品创新,在相继推出税易贷、善融贷、POS 贷等产品之后,又推出了全新的金融信贷产品——“小微快贷”。该产品无开户年限限制,只要在建行开立对公账户和企业网银即有可能获得办理资

格,贷款期限为 1 年,最高额度达 200 万元且可以循环贷款,随时满足小微企业日常经营资金周转所需。

“建行的这款小微快贷产品无抵押、无担保,纯信用贷款,全流程线上操作,手续简便,解决了我的燃眉之急,真是雪中送炭啊!”企业负责人发出由衷的赞叹。(焦志磊)



在“小龙虾时刻”与生活碰杯



■何鼎鼎

最近一段时间,应季美食小龙虾又火了。小龙虾生意攀升至千亿规模,门店开到了肯德基的 3 倍,就连上海电影节期间,小龙虾的销量都能猛增 30%。很多人感叹,剥离“吃”的外壳,小龙虾已经成为一款最流行的社交美食。最简单的原因,就是吃小龙虾的大部分时间都在剥虾壳,手上很油很忙,嘴上很闲很爽。在这样的时刻,同聚一餐的人们才放下手机、告别虚拟世界,沉浸在烟火人间中。

但更多时候,面对面的“小龙虾时刻”其实在减少。前一阵去日本,也不能免俗地去吃了一碗网红“一兰拉面”。这家拉面店最大的特色其实不是面,而是座位的格局。在一长溜的座位之间,都有可折叠的隔板,只要坐定,食客就可以拉上挡板。待面上了,放下与服务生之间的帘子,每个食客都是三面包围、“独当一面”。一碗面三下五除二快速解决,最后只剩零星孤独的油花,映着一个孤独的倒影。

一兰拉面店的隔板,与其说是贴心服务,不如说是店家向时代现象低头。隔开,在顺应孤独也在制造孤独。日本随处可见大量的单身公寓、便利店、单人份便当,都在给单身者提供巨大的生活舒适区。而在韩国,单人家庭正成为流行,独自饮酒、独自吃饭、独自看电影者的比率在大幅上升。不知何时,中国也在悄悄流行“一人食”、单人 K 歌的唱吧。从这个角度看,一顿油花四溅、哈气连连的小龙虾聚会,有了突破社交壁垒的意义;满桌红彤彤的虾壳,手上的油污,倒变成了生活的浓墨重彩。

朱自清在《荷塘月色》中说:我爱热闹,也爱冷静;爱群居,也爱独处。在群与己之间找平衡,是人的天性。但今天,这样的平衡早已经被打破。手机依存症与社交焦虑症都在增加,两个在微信上聊得火热的人,未必愿意坐下来面谈;越来越多的年轻人爱自称“孤独星人”,喜欢“人畜无害”地宅着。那种语气,恰似歌曲《孤独患者》中唱的那样:“欢笑声、欢呼声炒热气氛,心却很冷”。

仅仅从美学的角度看,孤独并不可怕。但从社会学、心理学角度思考,却不能少了“小龙虾时刻”。因为孤独与隔膜再进一步,也会带来大量难以消化的社会问题:高企的自杀率、走高的不婚率、高发的抑郁症……有人或许会反驳,不对啊,鸡年除夕至初五,微信红包收发就有 460 亿个,联系得有多紧密!活在群里,正是时代的写照;点赞之交,诠释的是技术性的社交隔离。爱自拍、爱弹幕、爱隔空聊,人们与技术干杯,却与真实生活绝交,电子红包嗖嗖,谁还记得年夜饭的滋味?

每每看到有人撰文想念某年某月隔壁邻居家的某道菜,总会想:醉鸡醉鸭醉虾,醉的哪里是菜,分明都是人。值得惦记的,是随时可以串的门,是热菜热饭端过来还留有的锅气,是凝结在食物之上的人间真情。难怪《舌尖上的中国》数遍天下的味道,最终的落脚点还是“人情的味道”。难怪中国观众看了中国版《深夜食堂》,要责怪编剧导演为何“不上小龙虾”。还是那句老话,吃什么不重要,关键是跟谁吃,我们还是需要多去关注坐在对面的人。关闭软件,唤上三五知己,吃一顿不看手机的饭,沾一点大呼小叫的生命油彩。在这里,小龙虾是活蹦乱跳的生活本身,也是中国人透过五味对人与人关系的理解。