

“肉就是排骨，排骨就是肉。”

上海人经常挂在嘴巴上的这句俚语，原创是隔壁邻居苏州。典出1963年上映、根据苏州同名滑稽戏改编的电影《满意不满意》。戏里得月楼5号服务员杨友生，把顾客点的大肉面错成排骨面；不认错还强词夺理说：“肉就是排骨，排骨就是肉。”

这句话版权归谁不重要。上海人同苏州人，不出五百年就是一家人。晚清的上海道台就是苏松太兵备道的道台，其中的“苏”就是苏州府。到1730年(清雍正八年)，衙门由太仓搬到上海，才有“上海道台”之称。

肉就是排骨 排骨就是肉

袁念琪

电影里的这碗排骨面，实际是大排面。问题不在叫什么，在于排骨与肉到底哪个值钞票。那顾客一脸无奈，说长这么大才知肉就是排骨，排骨就是肉。按上海人的理解是排骨比肉贵而好吃，点大肉面吃到排骨面是赚了，为啥还不高兴？这排骨面是大排面，又不是肉骨头面。上海人是大排不算排骨，但小排是小排骨，并与草排、肉排和肋排等属一帮。

在上海人眼里，排骨比肉吃价细是猪罗身上排骨比肉少，物以稀为贵。上海人过生日，要吃大排面。我曾经帮老来得子的同事买大排200块，做小囡周岁的生日面。大排与面不是生死不离的死亡，不吃面也可吃大排。食堂里卖红烧大排，多有碧绿的青菜打底。与无衬托的葱烤大排相比，葱烤是吃个满口香；浸淫了大排卤汁的青菜别有味道，“傍大款”又不失自我。

那顾客端着排骨面没吃到大肉面不高兴，说来事出有因。老底子的苏州排骨不当菜，当零食随便吃。说每到下午，油条排骨摊就浮现街口巷尾；最多是在玄妙观，以五芳斋和异味轩最佳。这样看来，作为零食的排骨，身价自然不如肉。苏州人讲一个人瘦，就比喻它身体像排骨。上海人也有这一说，说伊瘦得来是24根肋排骨弹琵琶，用肋排更精准。

上海人虽不拿排骨当零食吃，但也把它当小吃，最有名的就是排骨年糕。这款点心是猪排大而稍厚，年糕小而显薄；一块大排配两条年糕，相似将帅带两仕。上海吃排骨年糕最有名是两家：小常州和鲜得来，早在上世纪30年代初就名扬上海滩。

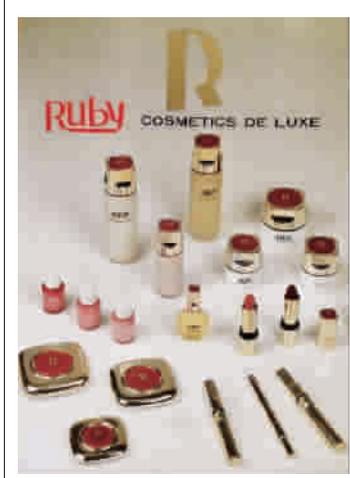
怎样坚持长期学习

王晓燕

在网上看到一个话题讨论，提问者想知道怎样坚持长期学习。有一句简明扼要的回答获得了一众人点赞，那就是：一次不要学太多，每天坚持一点点。确实，不积小流无以成江海。就像一口气吃不成胖子，偶尔一次疯狂锻炼也不会让人迅速变窈窕，反而可能给身体带来伤害。学习应循序渐进、持之以恒，假以时日，我们终将看到由量变到质变带来的学习成效。

上世纪八十年代初，上海轻工业局下达了开发成套化妆品的任务，由时任局科研处负责新产品开发工作的邵隆图执行。他发动了全局美工进行新的化妆品设计会战，命名这套产品为“露美”。结果，人印八厂刘维亚的产品设计方案中标，日化三厂蒋峻完成品牌标志设计。

为尽快产品打样，隆图在日化公司销售部的阳台上，搭建了六平方米的简陋工作室，集中了日化公司优秀包装技术工程师与刘维亚一起，日以继夜赶工，攻克一个材料、工艺加工难关，终于成功地把设计方案，从



“露美化妆品”背后的人与事

赵佐良

图纸变成样品，全套产品共计16件。轻工业局吕也博副局长为“露美化妆品”取了英文名字“RUBY”，意为“红宝石”。露美化妆品系列感极强，红、白、金色的包装造型设计高雅华贵，产品面世深得好评，多次获得各种奖项。

隆图在露美化妆品试制成功批量生产以后，迅速投入产品推广宣传。他深知只有消费者了解每个产品的功效和使用方法，才能实现销售的目标。他自编产品说明和化妆步骤方法，并亲自去百货店站柜台推销露美。到各地开设美容学习班，培训露美化妆品使用方法。然后，他更进一步提出了开设“露美美容院”的大胆设想，得到了日化公司领导支持。第一家美容院与区饮食服务公司合作，把淮海路上的白玫瑰美发厅，按照产品设计风格重新装修，改建为“露美美容院”，品位高雅、个性鲜明的设计，从平面包装到立体空间，全方位渗透的红、白、金三色的品牌形象，成为国内最早的CI应用

经典案例。美容院开张第一天，吸引了众多路人围观，一时影响了淮海路上的交通。开业不久，美国电视台也来采访，“露美化妆品”后来作为国礼赠送给美国总统夫人。

第一家美容院成功以后，隆图连续在全国各地开了九家“露美美容院”，亲力亲为，其中艰辛可想而知，为此他的胃因大出血切除了五分之四，落下了致命祸根。

落座在静安希尔顿大酒店旁边的露美美容院，是九家之中最豪华的一家，吸引了许多上海的社会名流、演艺明星、外国贵宾和新郎新娘前来美容。著名华人华侨社会活动家、空军指挥官陈纳德先生的夫人陈香梅女士也是露美美容院的座上客，邵隆图将这些名人的签名和照片收集起来，利用媒体广泛传播，有效地提升了露美品牌的知名度。

在举国上下一片灰、白、蓝的上世纪80年代，要开发出一套红、白、金的化妆品，并且开设一个成为时尚潮流的美容院，谈何容易！



隐者归处

(中国画)

郑伯萍

小常州饭店后改名曙光饮食店，在四川中路近福州路口；创始人是姓黄的常州人。上海人形容某人块头大长得壮，就说像块门板或排门板；黄老板听了进耳走心：不但在排门板用红笔写“小常州排骨大王”，并在电台广告里叫滑稽演员唱他家“每块排骨大得像排门板”。

一块块像排门板的排骨，先酱油腌渍，再入油锅余；油锅里还加了酱油、糖、葱姜末和料酒。余到半熟捞出来，剪几刀再下锅，余得入味又不卷缩。余到香味浓、色紫红、肉鲜嫩即可。现在有的店家，把大排切成一条一条，坏了卖相、没了腔调；一块排门板被劈成一块块柴片。

他家排骨取自常州和无锡猪罗的脊骨肉。在上世纪80年代，菜场有卖一长条没骨头的大排，貌似肉棍；其实也是里脊肉。大排是外地的，配的小年糕用本地松江大米，



自家造；每斤大米只做20根。把年糕与排骨放油酱汁同煮，入油锅共余；软糯酥脆又有排骨味道。

开业1924年的鲜得来点心店，位于西藏南路177弄。其排骨年糕与曙光店相同一处在吃法，要吃撒五香粉。大不同的是，曙光的排骨不拍粉，而鲜得来排骨余前要到面糊里滚一滚，糊由面粉、生粉和鸡蛋调成。进油锅余，直到色金黄，外香脆，内鲜嫩才罢手。老底子，一天要余800斤。其小年糕也是特制，但只煮不余，所煮的汤里放老抽红酱油、排骨油等。因挂糊带粉，吃时更为入味，还佐之甜面酱和辣酱油。甜甜辣辣上海人欢喜，如同爱糖醋。

无论曙光还是鲜得来，离家都远。想吃排骨年糕，就到淮海中路人民坊门口，那有一家排骨年糕店。小店呈长条状，排骨年糕放在搪瓷盆里。排骨虽不像门板，味道同样鲜得来。

越南影片《绿地黄花》，还有一个更富诗意的译名《我看见黄花在青草中摇曳》，就像片名所呈现的，我们在一个半小时的电影里，不仅可以看到在草地上摇曳的黄花，还可以看到越南乡村其他美丽的风景。导演武国越频繁运用航拍镜头，将山川、河流、田野、树林，一一尽情展览，尽管那里还很贫穷；他还用抒情的音乐，让情感流淌其间，也许，那里有他的乡愁。

这是一部儿童电影，根据阮日映同名小说改编，上世纪80年代，越南农村，12岁的男孩阿韶和7岁弟弟小祥，还有一个女孩小敏，他们的兄弟情，他们的朦胧爱，他们的甜蜜，他们的忧伤，影片以一种怀旧的方式，让我们沉浸、回味和咀嚼。

很难不让人回想童年，即使国度不同，游戏的内容和方式竟如同辙，看着电影里，孩子们玩斗草，弹弹子，跳橡皮筋，放风筝，扎兔子灯，用竹叶编虫子，都是我们儿时玩过的。还有，默默地喜欢一个人，想和他(她)一起玩，总会想起他(她)，情窦初开，清纯自然，却不知道这是爱情；看着他(她)和别人在一起，又会嫉妒、不高兴，就像电影里的阿韶和小敏。

乡村男女谈恋爱，还很传统老式——靠写情书、递条子。阿韶和小祥的叔叔，爱上彦老师的女儿荣姐，屡屡让小祥以爱东西为名，像辣椒、柠檬、鱼露、酱油之类，给荣姐送情诗。阿韶很想知道写了什么，而小祥偷看后，也只记得这么两句：“晴雨是天之病，相思是我爱你之病。”阿韶把它抄录下来送给了同班女生小敏，课堂上，彦老师发现小敏上交纸条的内容直揪阿韶耳朵。阿韶责问小敏：“为何把诗给老师？”小敏说：“只不过是两句诗而已。”又问：“你理解里面的内容吗？”答：“我哪能理解。”气得阿韶大骂：“笨蛋，小屁孩。”

阿韶和小敏的朦胧的爱，在电影中描绘得最真挚。阿韶喜欢和小敏在一起，为了她，和同学小六子打了一架。而小敏

苏州人说出了“肉就是排骨，排骨就是肉”，上海人的运用早出了饭桌。通过自己的智慧和劳动，可以把“排骨”和“肉”这两样价值不同的东西进行换算，并在等式两边立起来；演绎着“螺蛳壳里做道场”的精神气。

邵隆图自学成才，自幼爱好美术，爱好文学写作，他是一个有思想有个性的人，善于把大家的智慧变成自己的思想，然后传播出去，对广告创意充满激情，客户常常对他爆发性的创意点子拍手叫好。他经常为一个项目工作至深夜。他善于演讲，从学校讲到企业，从工业局讲到商业局，从上海讲到外地，讲市场讲创意，虚实互动。他深入浅出生动的演讲，有人说连牛也听得懂。他是上海许多大学的客座教授，上海交大每年评他为优秀教授，他经常出国考察，从不游山玩水，而是收集、拍摄广告设计资料，到日本地铁里拍摄扶梯扶手上的盲文，到德国拍摄彩色的垃圾筒，到迪士尼拍摄快乐的扫帚工，到法国通霄录制电视台的广告……

有人说广告人是生意人，只是把广告当做一门挣钱的生意，而隆图真的把广告作为一种发自内心的喜欢的生活方式，成就了他一生的事业。

隆图为“露美”演绎的精彩故事，为中国化妆品发展历史留下了浓重的一笔。

十日谈
上海货与设计师
责编：林明杰

似乎木知木觉，但她却把家里最大的秘密(爸爸躲在仓库里)偷偷告诉了阿韶；她通过和小祥的玩耍，间接表达了她对阿韶的喜欢，阿韶又怎么能理解。小敏和小祥的亲近，害得阿韶妒忌、疯狂，将弟弟小祥揍了一顿。小敏最终离开村庄到城里去了，哭得稀里哗啦，而阿韶起初对小敏送给他的书，不以为然，待她离开后再打开，书里夹着一朵黄花，她的情竟是如此绵长。

阿韶和小祥的兄弟情，也让人感叹。如果说阿韶有点自私，那么，小祥却是无私的楷模。在哥哥认为斗草游戏显示不出男孩子舞刀弄枪的气概，建议改成扔石子后，小祥击中哥哥，就不再往哥哥身上扔石子；哥哥诈降反击得手，小祥不为自己头上流血而气恼，反而崇拜哥哥，认为将来哥哥可以成为大将军。在哥哥和小六子的争斗中，小祥用指甲钳作工具，施计帮助哥哥赢得胜利。哥哥因为嫉妒打了小祥使他受伤，小祥反过来央求哥哥：“别跟爸妈说你打我，就说我爬树摔的。”阿韶也会反思，邻居弟弟最爱的蟾蜍抓走入药，他没有阻止，见弟弟伤心欲绝后，他痛苦、悔恨；尤其是打伤弟弟后，他牵挂着弟弟，盼望着弟弟痊愈，背着弟弟行走在田野……他们总归是互相爱着的兄弟。

绿地黄花

刘伟蓉

这部清新的电影，还带着童话、魔幻、悬疑色彩。小敏的爸爸因为被疑为麻风病，终日避人耳目，躲在小卖部的仓库里，后来确诊，原来患的是牛皮癣；村头的死树根后面，有着传说中的公主。一个叫小伊的姑娘，因为妈妈意外死亡而精神失常，自称公主，而爸爸为了哄她，自扮皇帝。他们在死树根后面，一遍又一遍扮演着悲情角色。“公主”来到小祥的窗前，用撒满小路的黄花，指引着他，一心想做“驸马”的小祥最终在树林里见到了“公主”，而“公主”也因突发事件，居然恢复了正常……绿地黄花，杂糅乡间百态，就这样，导演让一部儿童电影变得醇厚，变得丰富起来。

平素喜欢喝茶，便对各种茶社情有独钟。喝茶需要一种氛围。自以为，甘冽醇香的茶汤只有配以古朴典雅的环境，那种味道才算发挥到极致。每当闲暇之余，我总爱寻找一方茶室，那种茶香幽渺、野藤攀蔓的安静之地，是钢筋水泥、车水马龙的世外桃源，也是人心灵深处的后花园。

忽然发现，饮茶成了我生活中一种不可或缺的情愫。我喜欢生活情愫这种表达形式，它基于生活兴趣，但比兴趣又让人增添了几分惦念。让你在生活抑或工作中不堪重负时，只要一想到它，便有一种回归与释然的感觉。

一个对生活充满了热爱的人，这种情愫应该还有很多。

距离我家三十多里外的地方，有一家书店。也许是机缘巧合，从它出现的第一天起，我就是里面的顾客了。吸引我的，是书店里一种很普通的杂志，为了读到最新一期的文章，我每个月至少专程去书店一趟。熟悉的老板，熟悉的书架，熟悉的位置，我甚至不需要说一句话，微笑点头就已经足够了，时光已经让彼此之间产生了默契。坐上公交车，阳光透过树梢映射在玻璃窗上，车窗外是熙熙攘攘的人群。是的，就单单为了去买那本书，而且必须坐着公交车前去，如果打车，味道就变了。将书买回，泡一杯龙井或者铁观音，在满是绿植的阳台上，静心阅读，不可不看，每一句话都需细品。那种感觉，实在不是用语言能来描述的。那天，我像往常一样前往那家书店，却发现铁门紧闭，斑驳的门上贴着崭新的、大大的“转让”。霎时间，我像个失恋的青年，怅然若失，一种归属感被那两个冷冰冰的字击得粉碎。

在我的记忆里，没有什么能和秋后的田野相媲美。玉米秸秆被砍得只剩下脚脖子，土也被翻了起来，空旷的田野里，蟋蟀和蚂蚱变得无处藏身。那时候的天格外高，格外蓝，深吸一口气，可以让人瞬间看到岁月的影子。每到这个季节，我必定到田野里去，这是一种记忆，是一种情结，更是一种情愫。它深深地植根在我的心里，日久弥新，挥之不去。

生活情愫就是这么简单，可以是一首歌，一道菜，一泓清泉，也可以是一棵树，一片云，一缕灯光，透过它们，我们足以看到生活的美与可爱。

生活情愫

“狼牌”以新面貌上市后，销量一跃成为当年运动鞋的领头产品。