

引炉子

仇进才

冬已深。寒意附着在四肢上，似要凝成冰，向体内垂下。望着院子里的老屋，突然就想到了煤炉。它以前是被父亲放在小屋里的，可随着屋里不舍得扔的杂物越堆越多，尤其是装上天然气后，它也就渐渐消失在我们的生活中。

儿时，每年冬天，父亲都会买回来一堆煤球，稳稳当地堆在墙角。那是我们家冬天全部温暖的储量。至今，那个墙角还泛着黑斑，可能是煤球把颜色映入了岁月的深处吧。

每天早上，都要尽早在铁皮炉子里生起火来，这样，挂着冰棱的日子才不会被冻僵，忙碌的一天也才能有有条不紊地展开。

在老家方言里，这叫“引炉子”。

引炉子前，先要把炉子里昨天留下的残灰倒干净，如果有还未完全燃尽的煤块，便掏出来放在一边，等待再烧一次。然后要找一些引火的材料。父亲捡到过一个废弃的轮胎，挂在墙上，每次他都从上面剪下一个小条。这个小东西一点就着，火的韧性也很好，“禁得起烧”，不过它会冒出刺鼻的黑烟，像是一条恶龙从炉子上钻了出来，面目狰狞，张牙舞爪。母亲就急忙把我拉到上风口，“那烟里有毒，不要走进去”。在炉子里铺上一些废纸后，把点燃的轮胎条放上去，火便噼里啪啦地烧起来了。

看看火候，可以慢慢放一些碎木块、细木条。待到火彻底烧起来，再把大块的木材放进去。如果说轮胎条是个将军，负责带兵上阵冲锋，那么木材就是战士，负责厮杀，决定了火的质量和持久力，所以它们都是由父亲亲自动手，择前一天劈开，存在袋子里等候取用。如果木材放的位置不好，很容易就会把火盖住。这时候就要用火钳进行微调，并对着下面的通风孔，使劲地扇风。

等木材也烧起来后，母亲便会夹起一两块黑色的蜂窝煤放上去。我负责扇风，等到煤孔中露出紫红色的火焰闪烁跳动时，火炉子就引好了。那时候，我因为贪玩经常拿一些塑料袋放在火上烧，母亲发现后就用戒尺打我的手。后来才知道塑料袋烧化之后会堵住煤孔，或者融成黑色的黏液粘在炉子上，很难清理。

以前，只知道跟着父母说“引炉子”，但如今才逐渐品味出“引”字的妙趣。炉子不是直接点燃的，把一团火扔进去，煤球一压就会熄灭，需要接引火苗，引导火势，才能让黝黑的煤球燃烧成通红的模样。每次炉子熄灭后，木材或许还会剩下，但煤球已经全部变成了白色，轻轻一戳就变成灰，洒落一地。

母亲应当是深谙“引”之道的。对于生活，她从不告诉我应该怎么做，只是告诉我她希望我成为怎样的人，能够拥有怎样的生活。把火种埋在我的心灵深处，然后等待着我会燃烧，去产生温度，发出光明。只在我走上歧路时，比如沉迷游戏——这就像塑料袋一样，融化后会堵住我的通风眼，也让纯粹的心灵多了几分黏稠的复杂，母亲便会把游戏机收走，然后抄起扫帚追着我打。那是她难得的发怒时刻。

那时候，全家就靠这么一个铁皮炉子，做饭、烧水、取暖。如今炉子早就已经被淘汰掉了，不环保、不节能的弊端让它与这个时代格格不入。

又一个冬日清晨，我一个人晃悠悠走到街头，看见包子铺、馄饨铺等店面里冒出云雾般的热气，不由地想起多年前，同样的一条街道上，各个店铺门前都摆着一个铁皮炉子，里面长长地拉出一道道青烟，青烟在路上相互追逐，然后散逸四方。



雪地玛瑙 李陶 摄

一毫米的智慧

董改正

突破瓶颈只有一毫米的距离，但很多思维都卡在那一毫米之下。

有一个生产牙膏的公司，某季度遭遇了销售瓶颈，便召集销售部开会，让大家建言献策。大家提供的方案都有道理，但很难起到立竿见影的效果，正当老总灰心之际，一个年轻的业务员站起来说：“我有一个方案，但我需要十万元的创意奖金。”老总皱起了眉头，说：“说说你的创意，我要看看是否值得。”年轻人坚持道：“因为它极易操作，您一定会认为它不值那么多钱，所以我希望得到您的承诺。”老总同意了。年轻人说：“将牙膏的口径增加一毫米，与生产牙刷的厂家合作，增加两排刷毛。”

年轻人得到了这笔创意奖金。事实上，它的确值这个价格，但很多人对此很不屑：不就是一毫米吗？谁都知道口径大挤出的牙膏多，谁都知道刷毛多用的牙膏多，值十万元，就这？可是，很多伟大的创意，并非是地动山摇般的大动作，恰恰相反，很多时候，创意与因循，只有一毫米的距离。

这一毫米里，或是起于灵感的灵光一现，或是来自于岑寂中的冥思苦想，或是天才绝艳，或是苦苦经营，都值得尊敬。

王安石的“绿”，贾岛的“敲”，齐己的“一”，宋祁的“闹”，它们与庸常只有一个字的距离。对于李白来说，“一叫一回肠一断，三春三月忆三巴”，似信手拈来；而对杜甫来说，“即从巴峡穿巫峡，便下襄阳向洛阳”，定是推敲很久后灵光乍现，他们都靠自己的禀赋，以一毫米的距离超越了平凡。这一毫米的距离，使它们成为经典。

触发巨变的，往往也只是细小的事情，砸到牛顿的苹果，阿基米德洗澡时溢出浴缸的水，都是极细微的“一毫米的距离”，忽略也就过去了，大师们善于捕捉到了宇宙的吉光片羽，找到开门的钥匙。而平常人，也可以把握这习见的“一毫米”，让自己超越平凡达到“不凡”。

美国一家报纸曾刊登过启示，重金征求纯白色金盏花，高额的奖金让无数人跃跃欲试。当时，金盏花只有两种颜色，或金

色，或棕色，要想培植出纯白色的金盏花非常困难。大多数人慢慢的忘记了那则启事。二十年过去了，征求者非常意外地收到了一封热情的应征信和一百粒纯白金盏花种子。寄种子的是一个年逾古稀的老太太，她是一个普通的爱花人。

她的成功来自于一个灵感：慢慢变白，就像蓝色牛仔服洗成白色一样。她的智慧只比那些放弃的人多一毫米的距离。起初，她撒下的是一些最普通的种子。一年之后，金盏花开了，她从普通金盏花中挑出一朵颜色最淡的，选取它的种子；次年重复上年，如此二十年，她终于在花园里看到了一株纯白金盏花。奇迹就是这么一毫米一毫米累积出来的。

一毫米不高远，我们都可以翻越；一毫米不宽阔，我们都可以越过；一毫米不伟大，我们都可以驾驭；一毫米不艰深，我们都可以解读；一毫米不高贵，我们都可能遇见。每个人都可能不凡，关键在于，你是否能发现那一毫米，是否愿意去经营那一毫米。

撬边

张力平

女招徕生意和进行欺骗活动也与女红的“撬边”极为相似，“撬边”这俗语也就产生了。

以“撬边”营生，是因为做“撬边”生意能带来丰厚的收益。无论是“撬正边”还是“撬反边”，干的都是察言观色，看人下菜的勾当。1980年代起，市场因改革开放而逐渐活跃，上海又重现“撬边”一语，用来表示商业上联手行骗的行为。“撬边模子”也因市场的红火和竞争的激烈而越来越多。“骗”字当头成了不少人的成功秘籍，“撬边模子”可谓比比皆是，而且“流通性”极强，千方百计地蛊惑人们。“撬边模子”“连档模子”的费心表演，图的就是“斩客”。

去闹市区的商店购物，常会看到一些人在“争购”商品，当你走近

“看热闹”时，就有“顾客”主动上来向你推荐。这些“热心人”帮你“拿定主意”。他们就是凭着三寸不烂之舌，为卖主暗中使劲地“撬边模子”。他们擅长以旁敲侧击的方式，通过示范或使障眼法等陷阱手段达到促销目的。也有团体“撬边”的例子，如银行与保险公司联手将储户哄骗成“被保险”。人际关系中为使某人相信某事，也常用“撬边”的手段。

自从有了网络，“撬边”手法不断升级。“撬边模子”隐身互联网，以“帖”“软文”等形式出现的忽悠招数层出不穷。而进入移动互联网时代，手机随身且社交网络发达，人际交往越发方便，“撬边模子”乔装后，又广泛混迹于QQ、微信、微博等网络圈子中，骗术也“与时俱进”，让人防不胜防！