

人生之爬

●汪金友

在广西荔浦市蒲芦瑶族乡纳兑瑶寨采风时,听到一个有趣的民俗。当姑娘小伙到了谈情说爱的年龄,待字闺中的姑娘,就会住进靠街的吊楼。

小伙子们通过生产劳动、节假日活动、走亲访友、赶集参会等发现意中人后,便在晚上来到姑娘的吊楼前,唱歌传情。姑娘如果喜欢这个小伙,就会开门出来,站在吊楼上,与小伙对唱,或者轻声问答。

当姑娘决定选这个小伙做男朋友时,便从吊楼上放下一根竹竿,让小伙顺着这根竹竿爬上去。两人进入竹楼,互赠信物,定下终身。

“要是爬不上去怎么办?”我连爬树都不会,所以很着急。

当地的朋友说:“我们上小学的时候,体育课的主要内容,就是学习爬竹竿。如果你连竹竿都爬不上去,就不要想着娶老婆。”

听了还是担心:“那竹竿摇摇晃晃,会不会爬到半截摔下来?”

“放心吧,让楼上的姑娘给你扶着,三步两步就爬上去了。”

又问:“在爬竹竿的时候,有没有竞争者在下边拽?或者起哄的姑娘在旁边推?”

“当然有啊。每一个人爬竹竿,都是一场大战。有人希望你成功,有人希望你失败,有人会助你一臂之力,也有人在旁边使绊子、看热闹。爬上去,就有老婆,爬不上去,就打光棍。所以所有的小伙子,在这时候都会竭尽全力。”

听了我们的对话,周围的人都来了兴趣,有的说:“你留在这里学习爬竹竿吧!”有的说:“如果上边有姑娘,我马上就能爬上去。”也有的说:“人生从头到尾都在爬,哪里都要爬竹竿。”

想想也是,三翻六坐,七滚八爬。从六七个月的时候,我们就开始学爬了。如果到八个月还不会爬,就会有人说你发育“有点慢”。

从小学一年级到大学四年级,我一直在

“爬书”。一页一页地爬,一张试卷一张试卷地爬。爬得好,受表扬;爬得差,就挨骂。

大学毕业之后,又要“一爬定终身”。有人爬进了体制内,有人落在了体制外;有人爬到了大城市,有人落在了小乡镇。

参加工作之后,还要继续爬。副科、正科、副处、正处、副厅、正厅,爬了一阶又一阶,总有更高在上头。即便身处企业,也会发现竞争无处不在。

人生中的每一根竹竿,都不是那么容易爬上去。有一些人,爬得很高,居高临下,春风得意。也有很多人,爬到一半,或刚爬了几步,就无能为力了,窝在低处,望高兴叹。其实,他们曾有过一些机会,只是错过了,灰心了,放弃了。

由此可见,每个人的人生,都要练就爬竹竿的本领。矮的能爬,高的也能爬;粗的能爬,细的也能爬。一次爬不上去,就爬两次、三次,实在爬不上去,就先回家好好练习,找高人请教。

人生最可怕的,是爬错了竹竿。比如人家姑娘不喜欢你,你却硬要拿着一根竹竿往她的吊楼上爬,肯定要被踹下来。如果那个姑娘已经有了男朋友,结果就更惨了,非把你打个鼻青脸肿不可。还有投机的竹竿、贪婪的竹竿、作假的竹竿,也不能爬,爬上去,既不光彩,也不安全。说不定哪天雷声响,就把你震下来。

在荔浦新鸿兴电子科技公司的厂房大厅,看到这样一块提示牌:“努力的意义,就是在以后的日子里,放眼望去,全部都是自己喜欢的人和事。”爬上吊楼,看到的都是你喜欢的人和事;爬不上去,遇到的都是你不愿意看到的事和人。能否爬上去,取决于你的才能和努力。

衣架似可为榜样

●于文岗

小小衣架,载着“布帛可衣”“衣冠上国”“垂裳而治”的文明与文化,透着“仓廩实而知礼节,衣食足而知荣辱”的见识,东周春秋时期应“周礼”而生,沿历史轨迹一路走来。2000多年平淡无奇,全球也只一事可圈可点。1903年的一天,美国密歇根州一家公司,制作灯罩的铁匠艾伯特·帕克豪斯发现工厂衣帽间的挂衣钩全被占用,于是气冲冲找来一段铅丝,弯成大衣肩部形状,再用一段铅丝弯成钩子形状缠绕在第一根铅丝中间,于是现代衣架诞生,他还申请专利创立公司,但也仅此而已。

让衣架平地一声雷,发出千古绝响的是荔浦。

先是蒲芦出了个覃裕祥。改革开放之初,这位乡镇企业木工租赁承包了一个竹木加工厂,1989年拿到一份出口订单,挣到了第一笔外汇。从此,木器厂的生意越做越大,成为荔浦首家木衣架生产企业。

有一家为覃的木衣架配制金属钩的五金加工厂,随后也注册了衣架生产企业,这就是毛嘉公司。30年过去,总经理毛惠霖已是毛家第四代传人,公司已成为具有自主研发能力、掌握核心技术、拥有大量自主知识产权、质量工艺领先同行业的集设计、生产、销售为一体的衣架制造龙头和业界标杆企业。此前我认为,纤小衣架,肯定是碎料下脚料做的。还认为,一根铅丝就能解决的简单问题,能有什么发明专利?在毛嘉,望着一大堆长板型木材,董事长毛维亮说:“全是进口榉木。”我惊诧,这么好的木材切碎了做衣架,不是有病,也是大材小用!后来理解了,做的是全球生意,要的就是真材实料。不仅大材小用,易开裂变形有虫眼儿的还不用呢!如今,毛嘉是竹制、实木、布艺、植绒、浸塑、木塑、橡塑、铝合金8类衣架的行业标准主起草单位,多款衣架获国家级外观设计专利,一款拳头产品获国家发明专利。

如此这般抱团发展,循着小产品、大市场、大产业路径,实施品牌战略,推进科技进步,不断做大做强。2010年11月18日,中国轻工业联合会授予荔浦“中国衣架之都”誉称。今天,当地已拥有由7大骨干企业、40余家规模以上企业、300多家生产企业组成的衣架产业集群;形成8大系列3千多个品种,年产40多亿支、占全国出口份额70%以上的全球最大木衣架生产和出口基地;打造出年产值65亿元、年利润5亿元、税收约占全市财政收入20%的经济支柱。

嗟乎,小小荔浦,芋头天下第一,那是大自然的恩赐。衣架天下第一,全是自己打拼出来的。凭啥?凭改革开放。否则,哪来的租赁承包?哪来的奋斗动力?哪来的进出口贸易?哪来的学习借鉴人类文明?这只是外因。若说内因,凭啥?就凭荔浦精神!首家木衣架企业、拿出口订单、向艾伯特·帕克豪斯学习搞发明专利、“衣架之都”,不都诠释着“无中生有、敢为人先、开放包容、大众创业”的荔浦精神吗?

试想,各行各业,若都像荔浦衣架,做大做强、做优做精、做到极致,那将是怎样的景象?

我思忖,衣架似可为榜样。

芋头文化的幽默漫画

●韩晓艳

在广西荔浦的生活漫画里,芋头不仅是主角,更是一个幽默的象征。在这里,芋头不但是从土里拔出的食物,它还是一种文化符号,一个能引起荔浦人共鸣的角色。

荔浦的每个角落都充斥着芋头的故事,每个故事都足以绘成一本生动的漫画册。比如,村里的张大爷用芋头来解决所有问题,他的口头禅是:“有事没事,吃个芋头。”这句话在村里就像某套热门漫画书里的经典台词那样流行。

在荔浦的社交场合,芋头仿佛就是一种特殊的货币。村民之间的债务,常常

用芋头来偿还,这成了一种荔浦独有的“芋头经济模式”。一袋芋头的价值,有时候比一沓纸币更能体现诚意和情感。

而在荔浦的漫画生活中,芋头更是一种社交的媒介。在这里,你不需要有成百上千的社交媒体粉丝,你只需要有一块种满了芋头的肥沃田地,在村民眼中,这比拥有漫画中超级英雄的超能力还要实在。

荔浦的芋头故事和漫画结合,为乡村生活增添了幽默与生趣。每个人都可能是故事的主角,每个芋头都可能触发情节的转折。在这里,芋头不仅仅是食物,它还



是故事的催化剂,是漫画的素材,也是生活的调味品。

因此,当你漫步在广西荔浦的田间地头时,不妨想象自己正走在一本大型生活漫画的页面之间,而芋头,就是那个能让每个镜头都活跃起来的魔法道具。