

随思录

底线：最起码要遵循的规则

罗浩声

笔者在微信朋友圈里看到一则关于做人底线的“鸡汤文”，大意是一个人可以忍受贫穷，但不能背叛人格；可以追求财富，但不能挥霍无度；可以不做君子，但不能去做小人；可以容忍邋遢，但不能容忍颓废；可以没有学位，不能没有品位；可以不说感谢，但不能不懂感恩，如此等等。这引发了笔者对底线的思考，就此聊聊这个话题。

底线是一个常用的汉语词汇，原本指体育运动场地两端的端线，延伸的基本释义是指“最低的限度”，或者“事情在能力范围前的临界值”。人们日常生活中所说的底线，包含道德底线、纪律底线、法律底线、利益底线、生态底线、安全底线等。无论道德、情感层面，抑或社会规则、法律层面，底线都是一个最低标

准，是最起码要遵循的规则，是逾越之后需付出巨大代价的“最后屏障”。

守乎其低而得乎其高，小到个人操守，大到国家治理，都有一个底线问题。因其重要，底线一词现今频频出现。国家层面，面对复杂多变的形势，这两年反复强调要强化底线思维。如在涉及国家核心利益方面，强调要始终注意划出红线、亮明底线；在环境保护方面，强调要守住发展和生态两条底线；在干部清正廉洁方面，强调领导干部要牢记法律红线不可逾越、法律底线不可触碰。

底线对社会健康和谐发展有多重要？有人说，底线就是社会生命线，笔者赞同这个说法。武侠小说作家金庸先生将“无原则的政治、无创造的财富、无良知的享乐、无品德的知识、无道德的商业、无人性的科学和无献

祭的崇拜”等行为，归纳为社会罪恶之源。的确，从近些年社会发展现状看，没有了底线，或者底线下滑、缺失，企业就会弄虚作假，学者就会指鹿为马，裁判就会大吹黑哨，官员就会贪赃枉法，警察就会刑讯逼供，法官就会草菅人命，医生就会乱开处方。这是多么可怕的一件事！

现实中，底线失守、挑战基本伦理的事例不胜枚举。前阵子，上海携程亲子园的虐童事件尚未平息，又曝出北京红黄蓝幼儿园的虐童事件，有家长在网上发出了“救救孩子”的呐喊，有网友愤怒地留言，“一道道人类的底线，被我们一次次击穿了”。

此类事件反复上演，根源何在？笔者认为，就在于职业道德底线的失守。不怕没情怀，就怕没底线。社会道德底线的下滑，所带来的影响可以说是全方位、

持续性的。微信朋友圈里曾经流传着一种说法——有的养殖户不吃自己养的鱼，因为用了大量消毒剂、抗生素；有的菜农不吃自己种的菜，因为用了剧毒农药；有的企业不吃自己生产的产品，因为过量使用食品添加剂、防腐剂……此说虽然有些夸张和以偏概全，但这一现象不得不引起警惕。试想，如果人人不择手段追求自身利益的最大化，那到头来谁又能逃得过底线失守之祸呢？

我们到了该深刻反思底线操守的时候了，法律管禁忌，道德保底线。底线体现的是一个人的气节和操守，也是一个人价值观和人生追求的具体表现。守住做人的底线，既要靠他律，更要靠自律，关键是要靠道德的力量，唤醒内心的良知。如古人所提倡的那样，“见贤思齐，见不贤而内自省”，约束自身的行为。否则，

耐不住寂寞，经不住诱惑，守不住底线，就会成为贪婪的奴隶，被邪念所主导，被欲望所禁锢。人的欲望是无止境的，底线一开，则很容易防线失守、全线溃退。

没有规矩，不成方圆。社会层面也要通过法律、制度的规范，以舆论的监督和引导，让底线成为一道“高压线”。如加大对贪腐官员的惩处力度，依法严查学术造假、教师虐童、正规医院医生当医托、企业生产有害食品等典型案例，让坚守底线成为更多人的行为自觉。

人，一撇一捺立于天地间，终应“仰不愧于天，俯不愧于人，内不愧于心”。做事问心无愧，对事业尽忠，对社会尽责，对父母尽孝，对朋友尽义，就会一辈子活得坦坦荡荡，潇潇洒洒。否则，底线失守，良心难安，如何立足于天地之间？

说法

在众多西方预言中，中国始终面对国际舆论三种基本论调：“中国崩溃论”“中国威胁论”“中国门罗主义”。中国改革开放以来就一直伴随着类似的论调，事实上，“中国崩溃论”等西方屡次看低中国的言论已经成了国际笑话。西方预言的破产，不仅是西方国家政治偏见的必然结果，也反映了西方主流学者对中国国情缺乏深入了解，对中国制度缺少基本耐心，对中国优秀传统文化缺少基本包容。这与他们的思想方法有很大的关系，基本上就是树木式的看法，而不是森林式的。

——清华大学公共管理学院教授胡鞍钢

媒体老是写我们多苦多苦，我是不同意的，我们航天人也是非常阳光的，如今出去，可以非常自信地说，我们有技术！早年来去国外谈判，我们小心翼翼。现在很自信，买你一点小部件可以吗？当然可以。我们的风云四号卫星整星技术达到国际先进水平，所有的核心技术自主掌握，部分数据还是国际气象界迫切期望使用的，除了中国的风云四号气象卫星，目前没有任何一颗在轨卫星能够提供。因此可以这么说，中国第一代航天人背负着的是国家和人民的希望，手中却一穷二白，只能埋头“跟跑”。而摆在我们面前的任务是赶超美超欧，从我们这一辈航天人开始，中国的航天技术正从“跟跑”到“并跑”，并逐渐向“领跑”跨越。

——风云四号总设计师董璐海

今天的我们应该要有种古风精神，就是板凳甘坐十年冷，三五年是远远不够的。像我们的古籍保护事业，许多事情不可能一蹴而就，仍然要坐冷板凳，要遵循老一辈于事业的态度，不为眼前名利。日积月累年复一年，就能起到“滚雪球”效应。既然是“功在千秋”，就不能流于表面，基础性的工作越细致越扎实越好。与其急于做下一代人的事，宁肯多做后人绕不过去的事。

——上海图书馆研究馆员陈先行

数字

39.3%

——阿里巴巴发布的旅游大数据报告显示，今年中国出境游市场上，最大市场份额是“90后”，占39.3%；“85后”和“90后”合计占到出境旅游消费者的71.3%；近三年来，该群体出境旅行人次增长均高于50%。而年轻人去的国家越来越多，2017年去过6个以上国家的，比2016年增长了7%。

3.05万亿元

——据中国社科院“三农”互联网金融蓝皮书显示，我国“三农”金融的缺口已达3.05万亿元。由于农村市场发展单位难以规模化、农民征信意识不强、农村征信体系建设滞后等因素，使得农村金融发展初期成本居高不下。

13件

——苏宁易购发布的数据显示，中老年消费群体中，49岁至59岁临退休人群占比达到91%，他们大多是90后和80后的爸妈，具备较强购买力。他们的月度人均购买商品件数达到13件，月均花费轻松超过1000元，比年轻人更爱“剁手”。

62.8%

——2017届上海高校毕业生调查数据表明，在求职择业过程中，62.8%的毕业生最关心的因素是职业发展空间；对于薪酬福利的关注度位居其后，约占62.6%。“95后”在步入职场之初、面临职业选择的时候相当务实，且具有一定的前瞻性，而不是像有些网络舆论所担心的那样“玩世不恭，缺乏责任意识”。

老话新聊

过头饭好吃，过头话难讲

桂晓燕

老话说：“过头饭好吃，过头话难讲。”显然重点在于强调“过头话难讲”。其实谁都知道，过头饭也并不好吃，不管你是“七把叉”还是“大胃王”，总有吃饱的时候；如果吃饱了还要再塞，那就等着胃出血吧。然而，讲过头话引起的毛病更多、更糟糕。所谓过头话，就是言过其实乃至自吹自擂、自卖自夸，虽然不会胃出血，还可能害得别人头痛、心悸、血压升高……所以老宁波告诫世人：“过头饭好吃，过头话难讲！”

过头话五花八门，引起的后果也各不相同。别的不说，就说与大众健康有关的药品、保健品广告，就是说过头话的重灾区。如果说，为推销没啥用的高价保健品，举办所谓的“养生学习班”，拉一群老头老太进行洗脑，这种招数已被多次揭底的话；那么，请来群众喜爱的名人明星，在高大上的电视媒体上闪亮登场，有声有色，循循善诱，其吸引力就非常强大了。例如，天天在电视上宣传“白内障，看不清，莎普爱思滴眼睛”的火热广告，引得大批患白内障的老人深信不疑，趋之若鹜。小小一瓶滴眼液，一年狂卖7.5亿元。

近日，莎普爱思深陷舆论漩涡，遭到部分眼科医生和医疗自媒体的公开质疑。质疑者认为，莎普爱思通过广告营销，误导患者，延误治疗。迄今为止，世界上还没有任何一种药物，能够有效治疗白内障，莎普爱思却宣称“疗效确切”，显然说了过头话。同济大学附属东方医院眼科主任医师崔红平说得非常明确：“全世界范围内，治疗白内障唯一有效的手段，就是手术。这是行业共识。”还有医生说，如果眼药水能治疗白内障，可以得诺贝尔奖了！

据崔红平医生介绍，他接诊的患者中，有40%至50%的人用过莎普爱思，不但没有疗效，有的还引发了青光眼。幸好这些患者发现问题后，还能重新找医生进行手术；比这更严重的是，某些药品广告误导患者后，连挽回的机会都没有。例如，多年前有一种丹药大行其道，说得神乎其神。笔者的一个熟人，妻子患了癌症，可叹她轻信广告，吃丹药代替正规治疗，结果耽误病情，枉送了一条性命！

患者之所以相信广告，其中很大一部分原因是名人效应。所以名人一定要自重、谨慎。广告不是不能做，但您最好亲自使用一下这个产品，至少总得了解一下这个产品，不能以己昏昏，使人昭昭，不能在广告中说过头话，要对自己所代言的产品负责，对消费者负责，其实也是对自己负责。

说到这里，不由得联想起一位名人——著名的电影表演艺术家秦怡女士。秦怡是影视界的不老女神，她的美丽是一个奇迹，人称“跨越世纪的美丽”。本月1日上午，中国老龄基金会正副理事长和顾问，到上海看望了秦怡。事后顾问告诉笔者，他们是“无限惊羡”、“不胜欣慰”地看到，年已96岁高龄的秦怡大姐，依然眉目如画，神清气朗，风度翩翩！我想，如果秦怡愿意为哪个化妆品做代言，那生产厂家笑也笑死了！只要她说一句：某某品牌的化妆品，我天天用它。产生的广告效应，一定是天下无敌，代言费就会像流水一样滚滚而来，她想不发财都难！事实上，想要找秦怡拍广告、做代言的厂家相当多，而秦怡都一一婉拒了。她说：“我从来都不接广告……倘若让我拍广告，公司是什么情况，产品究竟怎么样，我都不知道，那我怎么能去向信任我的观众推荐？”秦怡不愧为真正的美人。她坚守原则，坚持实事求是，坚决不为捞钱说自己不懂的话，更不说过头话。这样的品格气节，是一种比花容月貌更打动人的美！

内外兼修、身心俱美的秦怡，是所有拍广告、做代言的名人明星的榜样，对不对？

漫画角



坚不可摧

王铎 绘

社科书架

浚通源泉培植沃土 传承文化增强自信

——《宁波地域文化读本》评介

李磊明

中华文化源远流长，积淀着中华民族最深层的精神追求，代表着中华民族独特的精神标识，为中华民族生生不息、发展壮大提供了丰厚滋养，是培植文化自信的沃土，也是涵养社会主义核心价值观的重要源泉。

十九大报告指出，“中国特色社会主义文化，源自于中华民族五千多年文明历史所孕育的中华优秀传统文化”，提出要“深入挖掘中华优秀传统文化蕴含的思想观念、人文精神、道德规范，结合时代要求继承创新，让中华文化展现出永久魅力和时代风采”。地域文化正是中华优秀传统文化的重要组成部分，是中华优秀传统文化在区域层面上的具体呈现。繁荣发展中国特色社会主义文化，加强地域文化的研究与普及必不可少。

宁波历史悠久，文化底蕴深厚，文化名人辈出，文化资源丰富。深厚丰富的地域文化是宁波人自我认同、文化自信的基础，而坚定文化自信也离不开对地域



《宁波地域文化读本》
陈利权 主编 浙江大学出版社 2017年10月

文化的发掘、普及与传承。为此，市社科联、宁波文化研究会组织专家学者，选取有代表性的宁波地域文化内容，编写出版了这套《宁波地域文化读本》，旨在推进宁波地域文化的传承发展，进一步弘扬优秀传统文化，增强文化自信，同时，也是以丰富的精神食粮，提高公众的文化素养，满足人民过上美好生活新期待的重要举措。首批推出的《宁波地域文化读本》共4部——《宁波望族文化》《宁波水利文化》《宁波慈善文

化》《宁波海洋文化》，具有以下三个鲜明特点：

兼具学术性与普及性。这四本书的内容基本涵盖了宁波望族文化、水利文化、慈善文化、海洋文化四个方面，每一本都是资深专家在已有研究的基础上，用通俗易懂的语言编撰而成，条理清晰，要言不烦，较为晓畅地把握了宁波文化发展的源流脉络与风貌特色。更为难得的是，虽然读本定位是社科普及读物，但仍恪守学术品位，有较强的学术性。比如，每

本书都附有参考文献与索引，既便于读者阅读，又便于使用者对所需文献的查找和核实，有利于读者藉此作进一步探寻研读。这在同类社普及书中是少见的，体现出该读本编撰严谨、细致的学风和文风。

点面结合、形神兼备。《宁波地域文化读本》既有“面”上的系统梳理与全景展现，也有“点”上的深入挖掘与生动描述。如《宁波望族文化》在对宁波望族的历史变迁、显著特征及实物遗存作系统梳理的基础上，对“余姚虞氏：宁波历史上兴盛最久的家族”“四明楼氏：宁波科举型家族的杰出代表”“鄞县万氏：宁波学术型家族的翘楚”“小港李氏：宁波工商世家的典范”作了精到的个案剖析。《宁波水利文化》既总揽了宁波“史上水利的开拓与辉煌”“当代水利的转型与发展”，又通过对东钱湖、它山堰、浙东运河、白溪水库等水利设施具体而微的分析，提示了古今宁波人是如何利用江湖河流，开渠筑堰，兴办水利工程，化害为利造福乡梓的。

具有强烈的现实意识。司马迁言：“欲以究天人之际，通古今之变，成一家之言。”克罗齐说：“一切历史都是当代史。”鉴往知来、古为今用，这是回顾历史的价值和意义所在。《宁波地域文化读本》蕴含着强烈的关注现实、着眼未来的人文情怀。如《宁波慈善文化》提炼总结了宁波慈善文化的诸多特征，像善善家的品格培基、造福桑梓的价值坐标、无怨无悔的育才夙愿、恭敬同乡的同乡关爱、义无反顾的生生救助、兼善天下的励志情怀、富而崇善的陶朱遗风、呵护慈心的高风亮节等，让我们知道“大善宁波”“慈善之都”是来自有源的，从历史中走来，又昭示未来、指明前行方向。又如，《宁波海洋文化》作者在前言中说，对宁波海洋文化的梳理与阐述，归旨在于“充分发挥千百年宁波经略海洋所积累的充足文化资源优势，促进宁波海洋经济的繁荣，带动海洋产业的发展，为‘21世纪海上丝绸之路’建设提供本土理论与战略支撑”，自觉的现实意识洋溢字里行间。