

文化视点

■本报首席记者 黄启哲

这一周，胡建东和裘真的电话就没停过。日前上海通过多个渠道发布市委宣传部推出的“文金惠”专项文金融融服务，精准纾解小微企业疫情期间资金周转难的问题。作为服务方——惠金担保和滨江小贷两家公司的总经理，两人的个人手机号连同办公室固话一并公布。

最快5个工作日审批，小额贷款利率至少下浮25%，融资担保服务年担保费率仅1%，单凭这三条，就让“文金惠”受到沪上文创企业的高度关注，五天里就有近200家文创企业致电申请。“三五分钟电话铃响一次”让两位“一把手”体验了一把热线话务员的高强度工作。

“一把手”亲自上阵变身热线话务员，实属非常之举。作为落实《全力支持本市文化企业疫情防控平稳健康发展的若干政策措施》(简称“20条”)的重要举措，上海独创的“文金惠”专项文金融融服务21日定稿，24日即面向大众发布，通过建立各区文创办、行业协会“白名单”推荐与公开申请双通道，加速纾解小微企业资金周转这一“头等大事”。产品制定的直接参与者、设计者针对企业的现状和需求能够给出相对准确的预判，即便面对不符合资质或者还处于咨询观望阶段的企业，也能给出企业发展和融资贷款建议，让每一位求助者不会“空手而归”。

疫情发生以来，从国家到地方均出台针对小微企业的相关扶持政策，不少金融信贷机构推出低利率金融产

■凌寒送暖，“20条”扶持文化企业系列报道之三

“20条”贴心务实解决小微文创企业资金周转难题

独创“文金惠”等金融服务产品，为小微文创企业雪中送炭

时效快	优惠大	可持续
审批流程 最快5个工作日	小额贷款利率 至少下浮25%	融资服务 年担保费率仅1%

制图：李洁

品和绿色审批通道。不过，绝大多数都是针对防疫一线企业，面向轻资产文创企业，特别是小微企业的几乎是空白。面对他们的贷款融资难，作为市委宣传部下属精文控股的子公司，惠金担保和滨江小贷成立工作组快速响应，推出“文金惠”这一专项文金融融服务。

专为小微文创企业量身定制的“文金惠”有什么特点?胡建东给出三个关键词。

词。时效快、优惠大、健康可持续。

首先，在“文金惠”产品面向全社会开放申请的基础上，特别开辟了“白名单”制度。调动起各区文创办、文创领域相关行业协会，根据对企业的前期了解排摸，推荐资金困难、急需融资企业，纳入每天更新汇总的“白名单”，尽可能覆盖更多有需求的企业。其次，“文金惠”承诺符合资质、资料齐全的企业，将在五个

工作日内完成审批。经初步了解，已有企业根据要求进行材料准备，即将进入审批流程。

其次是优惠力度大。小额贷款利率比市场平均利率至少下浮25%，担保公司的年担保费也从市场上正常的2.5%到3%，直接让利到1%。实打实的金融优惠背后，是两家企业“哪怕是亏损也要让利”的社会责任。

“文金惠”还秉持健康可持续的理念——对于符合条件的企业，我们将一管到底，根据其资金需求特点，深入研究提供一揽子咨询方案，直到其获得融资为止。特殊时期，原本作为担保和借贷的两家公司，将化身小微企业“十项全能”的金融顾问，除了“文金惠”服务体系下的担保和小额贷款之外，也会为企业提供精准帮扶策略，让企业切实享受最优惠利率

和最合适产品。

而针对“近期没有营收经营状况不好接不到款融不到资”的忧虑，裘真告诉记者：“就拿此次文创领域最受影响的影视行业来说，我们更多的是参考其过去几年的经营状况，而不是当下受疫情影响的低速状态。”

一周的求助问诊电话听下来，令两位“一把手”意外地对文创产业的将来听出了信心。很多小微企业借贷金额不大，几十万周转一两个月或许就能渡过这个难关。胡建东这样分析：“船小好掉头，小微文创企业人员雇佣相对松散，业务暂停的当下也能够抗风险。”

而更加令裘真感动的是，滨江小贷此前借贷的文创公司二月应还本息已经全部如期到账。她说：“风险较大的文创企业能够在当下克服困难，讲信誉有担当，不仅给了我们底气，也鼓舞着整个行业的信心。”

《安家》播出一路引发热议，围绕房子买卖，编剧六六抛出了开放题——

在你停不下来的脚步中，什么才最重要

■本报首席记者 王彦

黑西装、白衬衣，顶多一条丝巾点缀，房似锦就挂着工牌开始了新的一天。三口一只大肉包，对客户所提要求满口答应，风尘仆仆的样子，和生活里常见的房产中介如出一辙。

现实题材大剧《安家》踩着热腾腾的生活气开播了。两周来，这部借轻喜剧风格解构生活的电视剧，人气也是沸腾的。在东方卫视，该剧以CSM59城平均收视超2.2%稳居省级卫视同时段第一，创下两年来收视新高；在腾讯视频，18集上线已超13亿次播放，拿下网络视频平台的同期榜首。

房子是家的承载容器，中国人对家的执念，让《安家》自带流量。安建导演，六六编剧，孙俪、罗晋领衔主演，这样的阵容，亦使得作品具有天然关注度。题材和主创的交集中，时隔多年再次执笔“房子那些事儿”的六六，不啻为话题中心。可出人意料的是，就在新剧不断派生社交媒体热议之时，六六本人的答案并非单刀直入式的。

在专访中，她更想抛出一系列开放题：“什么才是我们在这个社会生活中，在快节奏、高强度、来不及思考的生活中最重要的东西？”

相比“销售宝典”，更像是职场人的打心自问

房似锦，女，安家天下总公司的金字招牌。徐文昌，男，上海老洋房专家，人称“徐姑姑”。上海静宜门店，在原店长徐文昌的“随缘”卖房、人性化化管理下，氛围一流而业绩堪忧。某天，总部一纸调令，专业突出、手段雷霆的房似锦成了这一门店的双店长之一。故事就从她的“闯人”开始。

新官上任全程冷面，抓纪律、抓考勤、抓业绩、抓着装，老业务员心生一计，亮出十年卖不出的“跑道房”和看房半年还没成交的挑剔客户，名曰“请教”，实则发难。房似锦也不含糊，“没有我卖不出去的房”。她自比是条“鲶鱼”，她的到来打破了店内外的“生态平衡”，也的确刺激了一波业绩。从刁钻户型到热销商铺，从普通人讳莫如深的“凶宅”到让人艳羡的大平层，频频签约，平均两集就能卖出一套房，无怪乎现实里的房产中介们每天追剧做笔记。

作为现实题材创作中的一支名笔，六六想写的当然不止于“销售宝典”。她更在意的，是借剧本抛出矛盾，让观众在解构矛盾时审视自我。比如对女主角的评价，立场不同会指向迥异的结果。在管理者看来，房似锦无疑是能扛重任的优秀员工；普通上班族眼里，她固然业务能力满格，但缺乏人情味和生活情趣，让她活得像个赚钱的机器。又如两位店长的不同经营之道，归根结底也是职场法则的某种投射。房似锦一本正经整肃工作纪律，徐文昌弹着尤克里里把早会弄成联欢会——企业文化与KPI孰轻孰重?新店店长接二连三把同事手里老大难单子兑现成合约——是盘活资源，还是抢单人的“吃相”太难看?帮客户瞒着妻子买房，为满足买方喜静的要求而“劝搬”邻居——这些行为算不算为了业绩不择手段，对买房者的人生负责又算不算道德捆绑?



(均现实题材大剧《安家》剧照)

能引燃大众话题，一切得从剧本讲起。当年，出品方上海耀客买下了日剧《卖房子的女人》版权，想请六六改编。通常只做原创的六六最初是拒绝的，出品方负责人吕超一番话说动了她，“你写房子的事十年了，这十年来，中国社会发生了什么样的变化，你不觉得可以回顾一下吗?”六六答应了，条件是，借原版的概念写自己的戏。“安居和乐业，是人生最重要的事情，它们与幸福密切相关。我作为社会的观察者，怎样去书写中国小人物的幸福，原版给了我一个视角，以中介角度看人间百态。”

房子连着家，更连着人世间的摸爬滚打的小人物

有买卖，就有买卖两端的人。门店里人来人往，中介卖的是房子，连接的却是一个个具象的家，一本本难念的经。

海清饰演的宫蓓蓓，人前是职业女强人，深夜下班到家，为了不打搅家人，怀着二胎的她，还得躲在厕所里改论文。换套新房对于他们一家，是实打实的刚需，也关乎着生活中的体面。包子铺老夫妻也是这座城市的异乡客。他们起早贪黑，一个包子一个包子攒出毕

生积蓄，就是为了能全款给儿子买间婚房，不较较产证上有几个人的名字。于他们，房子是寄托子孙满堂的幸福载体，更是让子孙在大城市里立足的底气。在迷途的黄老板心中，房子牵着他们的时来运转；在转投隔壁门店的张仪眼里，花在房子身上的每一笔钱都得好计较。

作为摆渡一套又一套房子的中介，他们自身经历也都是“人间真实”的一道道缩影。

外号“985”的实习业务员鱼化龙，名牌大学毕业，却投身“低门槛”的中介行业，每天周旋于挑剔的客户中间。他母亲不解，网络评论里却有他的同道中人。为人实诚憨厚的楼山关，“白板”多时，终于开出人生第一单，弹幕里一片“天道酬勤”的感动。看似滑稽精明的王子健，一边穿着高定西装，喷专用香水讨好客户，一边在内心的自尊里挣扎不已，有观众说“这样的难，我懂”。看似无所不能的房似锦，人前强悍，人后却是“房家没有淹死在井里的老四，房四井”。今天的识人鉴貌，谁说不是因为从小看人眼色一路长大。就连看似完美的“徐姑姑”，被出轨与“假离婚”的夹击下，也能看见生活的一地鸡毛。

《安家》里，太多角色能让人找到生

活中熟悉的影子。有人踏实奋斗，有人散漫对待一切，有人把眼下当成晋升的跳板，有人喜欢空想等待奇迹。似乎每个人都在生活的“苟且”和向往的“远方”之间，一边承受，一边奋斗。

对于剧情引发的该不该、能不能的争论，六六不置可否：“剧本交出去后，它就不再是编剧一个人的故事了”，所有的疑问，全凭观众去想。但她分享了房似锦原型的由来，那是剧本采访时认识的中介之一。身为负责别墅区买卖的女店长，那姑娘却与一位上门看房“最便宜房子”的老人成了忘年交，她喊她“大姐”。只要有时间，女店长就陪大姐找“便宜的房子”，即便于业绩无益，她说自己也对宛如亲人般的相处时光甘之如飴。

六六的心里动了一下，“钱是生活必须的，但钱更珍贵而且无价的是情义”，所以，女店长成了房似锦的原型。这也是为什么，当木头脑袋的徒弟楼山关搞砸了最贵的一单，房似锦的人情味却浓了。她不再嚷嚷“必须开除”，反而捐上一袋早餐以示原谅。与其说是“徐姑姑”把楼山关的难处和盘托出，莫如看成，人与人之间固有的温柔，其实一直都在。

■本报记者 吴钰

“为中国加油”“快来，我们共同驱散阴霾!去爱!美好阳光终将来!”由40位知名法国音乐剧歌手联合发声录制的抗疫歌曲《我们同在》日前发布，吸引圈里圈外广泛关注。14天夜以继日的打磨，由法国音乐剧演员洛朗·班与九维文化、腾讯音乐人联合发起，一首声援武汉为中国加油的歌曲，唱出音乐剧行业在演出暂停期间的爱与坚定、守护与希望。

据悉，《我们同在》在微信平台发出后，仅单篇推送的点击量就破260万，百余家剧院、媒体、行业协会同期发出了数百篇报道和转载，使歌曲迅速传播蔓延成为破圈之作，也被不少观众誉为2020年最动听的抗疫歌曲之一。短短十多天，如何召集40位之多的法国音乐剧歌手联合录制?

“在我和音乐剧《唐璜》剧组联系的时候，主演之一的洛朗·班告诉我们，他和他的朋友正在写一首歌《我们同在》，表达他们永远和我们在一起的心愿。我们当即决定出资制作。”九维文化董事长张力刚说，“爱是世界共通的语言，音乐更能跨越山海慰藉创伤。这是我们的初心，更是所有法国音乐剧人共同的守望。”

法语音乐剧《唐璜》原定于6月底在上海推出，法国演员目前正在巴黎排练。洛朗·班牵头，中国制作方线上联络，排练的演员迅速在录音室里演唱和录制了这首公益歌曲。与此同时，录制《我们同在》得到了几乎整个法国音乐剧圈子的支持，参与者除了《唐璜》剧组成员之外，《摇滚莫扎特》《巴黎圣母院》《罗密欧与朱丽叶》《摇滚红与黑》《小王子》《乱世佳人》等剧组的39位知名音乐剧演员纷纷响应倡议。在巴黎的演员尽力赶到录音室录制，在国外度假或因其他原因无法赶到的演员，也都录制视频表达对武汉和中国的祝福和支持。

“洛朗·班告诉我们，他们对中国的喜爱是无以言表的，特别希望能够为中国为武汉鼓一把劲加一把油。”参与制作的中方负责人说，近年来，音乐剧行业在国内热度上升，法语音乐剧尤其大受欢迎。洛朗·班不仅参与了《小王子》《摇滚莫扎特》《巴黎圣母院》等剧目的中国巡演，还在多地举办过个人演唱会，深受中国观众喜爱，被剧迷们昵称为“老航班”。此前接受记者采访时，洛朗·班曾表示，在《摇滚莫扎特》首次来到上海时，末场结束所有观众在台下为他们用法语大合唱一曲《活到极限》，他始终难以忘怀。他也时常能看到中国观众在社交平台的留言互动而倍感珍惜，并会参考中国观众的意见，对表演进行调整和改进。“观众会问各种问题，比如这里为什么要如此演绎，和我一起商量细节的处理。我相信只有听取观众的意见，更好地诠释角色，才能吸引更多一次又一次地走进剧场。”

公益歌曲《我们同在》被观众大量转发，见证了音乐剧演出行业的凝聚力，以及优质演出对观众的吸引力，也在大量演出延后、取消的春寒中，给业内带来了安慰和鼓舞。正如许多剧迷在音乐剧相关演出发布取消公告后，纷纷留言“请疫情过后务必再来啊”“一定要回来”。观众依然在等待，春天终将如约而至。

党和国家领导同志带头捐款

(上接第一版)有的同志居家隔离，闻讯后立即通过电话、网络等方式委托同事代为捐款；有的同志家庭成员在此次疫情中患病，仍然积极参加捐款；有的同志家中并不宽裕，也毫不犹豫拿出钱来。各驻外机构的党员干部也纷纷伸

出援助之手，在异国他乡为国内疫情防控奉献爱心。中央和国家机关干部纷纷表示，有党中央、国务院的坚强领导，有社会各界的无私援助，有人民群众的共同努力，我们一定能打赢疫情防控这场硬仗。

关键阶段要做到两手抓两手硬两手赢

(上接第一版)各区要压实属地责任，不能有麻痹思想和侥幸心理，切实把工作做细做到位。

会议指出，要坚持条件管理，强化精准服务，在严格落实防控措施前提下，推进企业复工复产。复工手续就是企业网上备案。复工后的监管必须及时、从严，发现问题，立即纠正。对企业复工复产的难点要积极回应解决，配套服务要及时跟上。要通过集中走访企业，推动企业防疫工作和复工复产两手抓，推动各项惠企政策落地落实，有序重点行业、重点企业、重大工程复工复产。要加大宣传推广力度，引导园区和企业用好“随申码”。

会议指出，要坚持分类指导，强化精准防控，加强对各类重点场所的疫情防控。养老机构、社会福利机构、救助管理机构等必须严格管理。商务楼宇要严格落实入口测温、电梯消毒、室内通风等措施，倡导错峰上下班、居家办公。公共场所要严格现场管理，加强监测预警，及时降低人员流量和密度，建筑工地要纳入属地疫情防控体系，严

40位法国音乐剧歌手录制《我们同在》