9 月 11 日，北京建外 SOHO 门前，一个上面标有“甘肃天水花牛苹果”字样的苹果形红汽球醒目地立在了公司门前，点开 SOHO 中国网站，花牛苹果的宣传信息亦十分醒目。

网络大 V 微博发力 潘石屹为家乡“扶苹”吆喝

■ 王兰芳

9 月 13 日，拥有 1609 万微博粉丝的企业家潘石屹发出这样一条微博：每年我回老家，看到我的童年的小伙伴们都在种苹果。我请小学的同学 9 月来北京耍一趟。我愿为家乡的花牛苹果尽力，帮助推销他们种的苹果。

潘石屹的这条微博是回应本来生活网官方微博之前发出的一条微博。据了解，过去两年，潘石屹发过多条微博为家乡“扶苹”吆喝。从甘肃天水走出来的企业家潘石屹，每年都会把家乡的花牛苹果送给朋友品尝。天水的花牛苹果与美国蛇果、日本红富士齐名，是中国第一个在国际上获得商标的苹果品种。但由于种种原因，花牛苹果每年滞销数十万吨，烂在西北的山沟沟里。

潘石屹（中）与家乡果家合影

网络大 V 代言家乡苹果

有人说，亚当的苹果是传说，牛顿的苹果是科学，乔布斯的苹果是品牌，而网络大 V 潘石屹先生为天水家乡花牛苹果代言时说：“花牛苹果里有童年的味道。”9 月 11 日晚，《新闻联播》播出潘石屹先生谈网络名人责任时，表露网络大 V 心路，传递网络正能量。与此同时，由潘石屹先生代言的天水花牛苹果也开始入驻《未来生活网》，进行网络销售。据了解，由名人代言并在网络上向全国乃至全球推介天水花牛苹果，尚属首次。

9 月 12 日，潘石屹先生曾就读过天水市麦积区潘集寨学校的现任校长何旭光接受记者采访时说，听了潘总在《新闻联播》中的一段话后，他深有感触。今年 8 月，刚刚从国外归来的潘石屹曾给他打电话时说：“花牛苹果经过近几年的大力种植和推介，因其色泽红润、口感绝佳而成为当地果业的龙头品牌，然而，就省外而言，花牛苹果的知名度还远远不够，我想尽可能地采取不同方法，推介家乡的苹果。”

据何旭光说，为家乡做点实事一直以来是潘石屹的心愿，同时他也一直在做。今年年初，潘石屹先生曾给多位京城“大佬”赠尝家乡的苹果，得到好评。

与此同时，9 月 11 日，北京建外 SOHO 门前，一个上面标有“甘肃天水花牛苹果”字样的苹果形红汽球醒目地立在了公司门前进行宣传。记者点开 SOHO 中国网站，其中一条正是花牛苹果的宣传信息。

和苹果种植者交上朋友

对于潘石屹帮助天水果农在微博上卖花牛苹果的举动，在当地倡导用“童子尿种苹果”的苹果种植者、经销商陈向阳只回复了这样一句话：同学是生命参照物。

潘石屹在微博上帮助家乡人卖苹果不是第一次，他与陈向阳的接触也不是第一次。

2009 年，潘石屹在老家甘肃天水奖励 10 万元征集中小学的旱厕设计方案。作为一个热情的旱马桶推广者，陈向阳的“节水、避免水污染、磷危机，尿粪分集式的马桶方便收集肥料回田”理论让潘石屹和他的夫人张欣很感兴趣，潘石屹更是写了一篇很长的关于磷危机的博客。

2010 年，陈向阳从深圳辞职来到天水创业。他向村民表示，自己免费提供“尿液”，只要大家按照他的标准种植苹果，他就保证按稍高出当地市场价的收购价收购所有苹果，不论大小。后来，陈向阳和妻子贷款买来了尿罐车，把天水镇小学的童子尿装得满满的拖到山上的苹果园里。

2010 年，陈向阳初到甘肃天水种植“童子尿灌溉”的苹果，产量仅有 2000 斤；2011 年，他就把产量提高了 5 倍，增长到 1 万斤；2012 年，他又一下子把产量提高了 10 倍，种出了 12 万斤，与他合作的果农也从开始的 1 户增加到了 2012 年的 18 户。然而，说服农民开始使用尿液种植绿色苹果其实只是第一步，卖苹果成了陈向阳面对的第二个问题。不会卖苹果的他，2010 年收购的 2000 斤苹果直接送了朋友，这里面便包括潘石屹。2011 年，陈向阳在没有淘宝店铺，不知道什么是支付宝的情况下，就靠一个微博、一张银行卡和一身扛苹果的力气，愣是将 1 万斤苹果在一个星期卖了出去。

今年，陈向阳改变了自己在微博上吆喝的做法，选择和本来生活网合作。本来生活网一下子吃进了几十万吨花牛苹果，通过在淘宝、天猫、京东、1 号店的平台向全国发货。

对家乡的支持从未中断

潘石屹先生作为房地产一线名人和一名拥上千万粉丝的网络大 V，他能给家乡花牛苹果代言且多渠道推介，这对于家乡果农来说无疑是天大的喜事，潘石屹情系家乡的情怀令家乡果农感动。除此之外，何旭光校长告诉记者，十多年来，潘石屹对家乡的关注和资金上的支持从未中断过。为了改变以前落后的教学环境和设施，截至目前，潘石屹先生已向潘集寨学校捐款 1200 余万元，使学校面貌发生了翻天覆地的变化。而总预算在 600 余万元的塑胶跑道操场建设则正在筹建中。

9 月 12 日下午，潘石屹先生接受记者采访时说，每次回到家乡，看到儿时的伙伴都在种苹果，每每此时，就想尽可能地把花牛苹果向外推介，提高苹果的知名度，让果农们受益，好实实在在地为家乡人民做点事。

中国新娘 拉动世界钻石市场

在上海蒂芙尼旗舰店的婚戒沙龙内，招牌性的浅蓝色格调钻石珠宝，吸引不少人慕名而来。越来越多年轻新人倾向选择钻石作为婚姻誓言的象征，相较之下，传统的黄金饰品黯然失色。

市场调查公司欧睿国际的数据显示，过去 5 年，中国钻石市场销售额翻了三番，达到 228 亿美元（约合 1395 亿元人民币），成为世界上仅次于美国的第二大市场。钻石产品迅速占领黄金产品的市场份额，而在中国 4650 亿元人民币的珠宝行业总销售额中，钻石销售额的增长也是势如破竹。

引领这一趋势的主力军是中国每年新增的 1300 万新娘。当然，黄金在中国依旧受欢迎，无论是作为饰品还是投资。今年早些时候，世界黄金协会曾表示中国将挑战印度的地位，变为世界头号黄金消费国。数据显示，2013 年中国对黄金的需求猛增 20%，达到 1000 吨。但是，钻石正稳步占据中国珠宝市场，从 5 年前 1/4 的市场占有率增至今天的近 1/3。有咨询公司称，中国和印度一道被视为全球 720 亿美元钻石市场的主要增长驱动力。

钻石对中国人的吸引力并非由来已久，只不过是中国人的品位在改变，年轻一代受到更多西方文化影响。一名女性消费者称，美剧《老友记》中男主人公将一枚钻戒送给女主人公的画面给她留下了深刻印象。

中国钻石行业的活力也吸引了珠宝商、矿业从业者以及其他经销商。珠宝商蒂芙尼表示，过去 20 年，中国购买钻石婚戒的城市人口比例从不到 1%增长到 50%以上。就连以黄金制品为主打的珠宝商也在拓展钻石业务。周大福最近和俄罗斯钻石矿业公司埃罗莎签署了一份协议，确保钻石供应。

（刘皓然 译自《星报》）

中国企业家在全球契约会议上呼吁推进可持续发展

联合国全球契约理事、中国石油化工集团公司董事长傅成玉 19 日在纽约举行的联合国全球契约领导人峰会晚宴上说，推进可持续发展，走生态文明和企业发展共赢之路，是企业的必然选择。

联合国全球契约是由联合国倡导发起的世界最大自愿企业倡议。19 日至 20 日，联合国全球契约峰会在纽约举行。

傅成玉在晚宴上发表讲话说，谋划构建可持续的未来，这是全球契约的要求，也是社会发展和人类进步的要求。企业是社会财富的创造者和推动经济社会发展的重要力量。推进可持续发展，走生态文明和企业发展共赢之路，是现代社会、公众对企业的普遍期望和要求，也是企业的必然选择。

他说，前不久，全球契约中国网络举办了以“生态文明·美丽家园”关注气候为主题的中国峰会。60 多家企业领袖共同签署了《中国工商界关注气候倡议书》，提出在企业发展过程中要保护环境，保护生态，共同应对气候变化。在建设美好世界的征途上，坚定地走绿色低碳的可持续发展之路，是企业的必然选择和迫切要求，是企业领导者们应当遵守的道德准则。

联合国全球契约由联合国前任秘书长安南于 1999 年 1 月在世界经济论坛上首次提出，次年正式成立。该契约旨在鼓励企业与联合国机构、劳工组织和民间团体一起，共同寻找克服全球化负面影响的有效途径，促使企业承担社会责任，重视人权和环保等问题。

联合国全球契约领导人峰会每三年举行一次，本次峰会将为企业界参与讨论 2015 年后发展议程的各个议题搭建平台。20 日，联合国秘书长潘基文将主持峰会正式会议。联合国常务副秘书长埃利亚松、联合国全球契约总干事科尔和数百名政界、企业界人士等出席了 19 日的晚宴。

（倪红梅 裴蕾）

傅成玉 19 日在纽约举行的联合国全球契约领导人峰会晚宴上发表讲话。

中国重庆经贸旅游推介会在德国杜塞尔多夫举行

中国重庆经贸旅游推介会 21 日在德国杜塞尔多夫举行，以促进中德两国经贸文化交流合作。

推介会就重庆两路寸滩保税港区展开介绍，该保税港区 2008 年成立，是目前中国境内唯一的内陆型和首个“水港+空港”一区双核保税港区，规划面积 8.37 平方公里，分为水港功能区和空港功能区。

保税港区保税商品交易中心主要经营六大类商品，目前以进口葡萄酒作为第一类重点发展商品，已引进葡萄酒进口商 30 多家，汇集超过 15 个国家的 1000 多种葡萄酒品种。

同时，推介会还就重庆旅游予以介绍。位于中国内陆西南部的重庆旅游资源丰富，长江三峡、大足石刻、天生三硚等著名景点均集中于此。

“杜塞尔多夫到重庆有直航吗？”“渝新欧国际铁路有客运服务吗？”这些问题成为推介会上与会者的关注焦点。不过，遗憾的是，这些愿望目前均无法实现。

德国北威州投资促进署项目经理贝克尔说，渝新欧国际铁路的开通意义重大，中国未来定会向欧洲出口汽车，而 16 天的运输时间比海运快得多。另外，重庆的保税港区也很有意思，可以出口葡萄酒，他会将这一商机告诉朋友。至于重庆旅游，贝克尔自己则很感兴趣，“我已经去过重庆五回了，不过那些景点到现在还没玩遍”。

中国重庆经贸旅游推介会为“感知中国·穿越新丝绸之路——渝新欧国际铁路文化行”德国系列活动之一，该系列活动由中国国务院新闻办公室、重庆市人民政府、中国驻德国大使馆共同主办，旨在促进中德两国文化经贸交流合作。渝新欧国际铁路两端分别为中国重庆和德国杜伊斯堡。

（郭洋）

弃桑蚕，挖蟹塘——大闸蟹经济背后江村的“沧桑之变”

■ 杨绍功 周劼人

月到中秋分外明，江村开弦弓却再难寻觅月下婆娑的桑麻树影。当一只只大闸蟹“爬”上人们团圆宴的餐桌时，又有多少人知道这些横行的美味给“蟹乡”带来怎样的“沧桑之变”？

从桑麻满田到鱼蟹成塘，城镇化背景下江村的转变，犹如家酿换成了洋酒，透着商业文化笼罩的凛冽气息。于是，尽管年年秋高气爽时节，人们依旧享受着美味的大闸蟹，一些传统却似乎渐行渐远。

江苏省苏州市吴江区开弦弓村河汊密布，久以桑蚕种养闻名，社会学家费孝通曾在此调研，后写出名著《江村经济》，开弦弓村也被视为江南农村标本。

96 岁的周亥金是开弦弓村最早的一代丝织女工，她 15 岁就进入费达生创办的中国第一家股份制丝厂。年轻时，周亥金一人能同时养七张蚕种，一张蚕种就需要吃掉近半亩地产的桑叶。那时的开弦弓村家家种桑养蚕，走到哪里都是桑树，周亥金一年卖掉的蚕丝能给家里换回 2400 斤大米，而捕鱼捉虾不过是讨取零用钱的活计。

而现在，村里水能流到的地方几乎都被挖成了蟹塘，全村近 90%的面积都在搞水产养殖。开弦弓村的老村干部姚富坤对此感到惋惜，村里仅有的 100 多亩土地上再也找不到成片的桑林。

驰名中外的阳澄湖大闸蟹本是一种季节性洄游的水产，上世纪后半期长江拦坝筑闸，切断了它们洄游的通道，大闸蟹一时供不应求，养蟹业便逐渐在阳澄湖兴起，并向周边蔓延。

文化学者惠海鸣上世纪中期曾在昆山巴城插队，当时那里遍地都是稻田和桑树。令他诧异的是，因为商品经济的冲击，现在巴城家家户户几乎都在养螃蟹。据估算，在苏南地区种一亩桑树一年只有 1000 元的利润，而养一亩螃蟹最少能收入 3000 元。

周亥金的孙女谈卫芳是吴江市盛泽镇一家纺织厂的负责人，她的纺织厂是为数不多的仍以蚕茧为原料生产丝绸的厂家。在谈卫芳的工厂周边，许多大型工厂已经能把化纤拉成仅有头发丝的数百分之一粗细的织丝，用这些织丝造出来衣服价格只有真丝绸的百分之一。

没有桑树就没有蚕茧，像谈卫芳这样的丝绸工厂早已不能从本地获取原料。谈卫芳觉得，高昂的蚕丝价格正让真丝绸越来越成为一种奢侈品。

这或许还不是最糟糕的结果，毕竟如果经济条件允许就还能买到真正的丝绸。但惠海鸣却担心大闸蟹经济兴盛的背后是桑蚕文化的消亡。“我们这代人还知道蚕桑文化，但我们的下一代呢？”

谈卫芳的女儿谈媛（化名），最大的梦想是把国外学来的动漫技法运用到真丝绸的花样工艺中。但是她觉得，无论原料用的是真丝还是化纤，最终出来的工艺效果并没有太大的差别。

与此同时，阳澄湖的蟹农对于一拥而上的大闸蟹经济也开始忧心忡忡。蟹农朱剑（化名）的 20 亩蟹塘一年能给家里带来 5 万元的收入。从养蟹、收蟹到跑销售，甚至自己开螃蟹餐馆，夫妻俩辛苦一整年的收成不过如此。看着那些疯狂的“炒蟹团”和专做公家生意的大蟹庄，朱剑觉得螃蟹越来越难养了。“家家都在养，有几家赚了钱？又有几个人吃到了正宗的阳澄湖大闸蟹呢？”

温州一女企业家“逐梦”维也纳金色大厅

■ 孙丽萍

来自浙江温州的女企业家李海燕日前登上了维也纳金色大厅的舞台，举办个人独唱音乐会。她演唱的歌剧选段《江姐》和其他优美动人的歌曲赢得了台下中外观众雷动的掌声。而观众中有 200 多名特地从中国赶赴维也纳“助阵”的亲友。

令人意料不到的是，李海燕的真实身份是一名成功的房地产商人。平时在商场运筹帷幄，但她深埋心底的梦想，却是去征服一个个舞台：从温州大剧院到维也纳金色大厅，还有北京的国家大剧院。

“我不爱奢侈品，不爱吃喝玩乐，最大的享受就是唱歌。登台演出歌剧《江姐》是我从小的梦想。如果说在这个时代，每个中国人身上都埋藏着一个‘中国梦’，我的‘中国梦’就是在舞台上放声歌唱，展示出‘江姐’的美丽、高贵、坚强和自信。”李海燕说。

即使在舞台之外，李海燕的人生故事同样精彩。它折射出了中国改革开放给这个时代中每一个普通人带来的巨变。

李海燕出生在温州三角城头的一条小弄堂里，虽然拥有嘹亮甜美的嗓音和出众的美貌，但家境贫寒阻碍了她走上艺术之路。从温州当地艺校毕业后，她做过温州越剧团的“当家花旦”，主演过《梁山伯与祝英台》，但上世纪九十年代的戏剧面临困境，剧团本身生存艰难。此后，李海燕做过音乐老师，开过饭店餐厅，最后创立了自己的企业，如今已成为温州知名的房地产公司。

生意上的成功，无法填补李海燕内心的“空白”。2008 年的一个晚上，她在国家大剧院看到了空政歌剧团演出的歌剧《江姐》，内心受到了巨大的震撼。这位擅长演出中国传统戏曲的女企业家萌发了一个强烈的心愿：学歌剧。她辗转找到了上海音乐学院著名声乐教授石林，正式拜师学艺。

虽然“贵”为亿万富豪，李海燕的歌剧之路其实充满了挫折与挑战。在整整 5 年里，每个周末她都乘着飞机、拖着行李箱来上海上课，风雨无阻，没有一天缺课，没有一天迟到。

李海燕出演歌剧《江姐》。

上完课她再“打飞的”赶回温州。

经过了两年的准备，2010 年 6 月，李海燕在上海歌剧院 200 多人的配合之下，在温州大剧院首次登台演出我国经典歌剧《江姐》。在上海歌剧院院长助理曹建申看来，《江姐》这部歌剧对专业演员都很有难度，更何况李海燕是“半路出家”，要想完整地演下来、唱下来是非常不容易的。巨大的压力，让李海燕在正式演出之前发烧病倒了，甚至打起了退堂鼓。不过，最终她还是以颇为精彩的表现完成了演出。

温州演出之后，她萌发了更为大胆的想法——要去就去维也纳金色大厅！这一次，甚至桃李满天下的石林教授，也觉得这个想法有点不可思议，“即使在我的专业学歌剧的学生中，也还没有一个人能够做到。”

但李海燕用 3 年的时间做到了。在维也纳金色大厅里的成功演出，使得李海燕成为在世界知名艺术殿堂里大放光彩的中国女企业家。有趣的是，她还顺便在奥地利完成了一宗房地产交易。

李海燕对记者说，她身为一个中国女企业家，在维也纳金色大厅登台演出的意义，除了完成儿时心愿，其实更多地是想向世界传递一份“正能量”。