老孔与海

海南的洱海情结

本报记者 **尹晓宇**

孔教授在实验室 （上海交大供图）

头摇、手抖，云南大理洱海湖泊研究中心的卫志宏第一次见到孔海南的时候还纳闷，怎么来了这么位教授？

孔海南是水体污染控制与治理科技重大专项洱海项目负责人、上海交通大学环境科学与工程学院的教授，这六七年来，他和他的团队致力于为洱海流域的污染治理和生态修复提供科技支撑。

给人家打工，不来劲

“那个白头发的又来了？”在大理的才村，村民赵汉超不知道孔海南的名字，但见他满头白发就这么叫着了。赵汉超记得上世纪80年代初的时候，五六个人到海里，半小时捞出来的鱼虾一顿都吃不完，但这样的日子在90年代便终结了，每年七八月份，洱海开始有臭味，还能看到蓝藻。

孔海南感到洱海出问题了，是在2001年，他第二次到洱海调研。

“水下森林”见不到了，而那正是他1996年首次到洱海调研时，最为感动的东西，“沉水植物从4-5米以下的湖底长到湖面上，水体透明度在5米左右”。前后仅5年时间，洱海受到了富营养化的侵蚀，出现了严重的蓝藻问题，水质从接近可直接饮用的国家地表水标准Ⅱ类，到暴发蓝藻的局部湖湾下降到了地表水Ⅳ类。

2000年回国前，孔海南在日本工作了13年，主攻湖泊水库流域综合治理，参与了日本第二大湖——霞浦湖的水生态环境综合治理与示范研究项目。“50岁前我要回国。给人家打工，不来劲！”孔海南打定了主意，必须回国工作。

他到上海交大环境学院报到时，是由现在的副校长吴旦接待的，“孔老师半年都没有办公桌，那时候也没谈什么工资、科研条件。”

大理是高原，平均海拔2000米左右，孔海南有心脏病的家族遗传史，曾发病住过院。要不要干洱海项目？他心里也激烈斗争过。

“最后一次机会了。”当时孔海南已经56岁，如果错过了，于他来说会是终身遗憾。终于，他接下了这个任务。

要让农民得实惠

第一次去大理接洽的时候，孔海南突然心脏病发作，晕倒了。往返几次之后，他发现不能频繁在上海和大理之间来回飞，于是从2008年下半年一直到洱海“十一五”水专项课题验收前的2012年9月，他每年待在大理200多天。

因为常不在上海，女儿的身体一度发生重病，数次反复住院近半年之久，都要靠孔海南的老伴王群一常年照顾。

即使这样，孔海南对洱海治理还是保持了巨大的热情，他曾徒步五六公里去实地采样，几乎走遍了洱海流域的每一条溪流，跟其他专家一起为洱海治理做了顶层设计，不是简单地调水、换水，而是要进行生态恢复。项目团队发现，奶牛粪便和种植大蒜的肥料是洱海流域最主要的污染源。

“既要治污，还得让老百姓得实惠。”孔海南团队提出了将牛粪转化为有经济效益的配方肥的方案。在罗时江附近的农田里，杨家登村的李耀文正在抽蒜薹。他家种大蒜，用配方肥5年了，一年的肥料钱五六百块。“以前用尿素，配方肥的效果更好！”在大理市的湾桥牛粪收集站，一辆卡车刚刚卸完粪。牛粪加工厂长李蔚林介绍，牛粪80元一吨，初加工后烤烟厂拉回去做肥料，多余的肥料还卖给外县。在洱源县邓川镇新州村，赵辉正在家里出牛粪，对面就是沼气站，牛粪40元钱一吨，还能返回沼渣，“3个月给了20吨，上田够了。”因为牛粪能换钱，村子里还发生过争着认领牛粪的事情，再也不是奶牛随便在草甸上撒尿排粪，没人管。

孔海南还主动去大理学院环境工程专业开课，让那里的学生参与水专项，课题“洱海水专项总有结束的那天，到时候保护洱海还是要靠大理自己，这就需要培养当地水生态环境专业人才。”

水是我的本命

像“爱护自己的眼睛一样爱护洱海”，“洱海清、大理兴”，这样的标语在洱海边上随处可见。因为生态的恢复，大理鲤鱼等洱海土著鱼类又重新出现，还新飞来一种灰鹤，大理水专项办的刘滨告诉记者。

海菜花在前几年已经很难见到，现在水质变好了，罗时江河口海菜花又成片生长，并成了当地的特色菜。交大的老师打趣说：“每次去大理，孔老师必得请我们吃海菜花。”中国环科院在洱海的研究基地，院子里摆着几个桶和盆，里面是培育的海菜花。

据大理州环境监测站提供的洱海国控重点断面水质自动监测报告，今年3月，洱海水质为地表水Ⅱ类。2012年，洱海约有5个月的水质为地表水Ⅱ类，其他月份为地表水Ⅲ类。而孔海南的病情却明显加重，2012年6月开始，他几乎每周都有一天卧床难起，严重的时候整天不能起床。当年9月课题验收后，他才回上海做了手术。术后刚一个月，他又回到大理，待了3天，顶着高原反应坚持工作。孔海南热爱大理，拍了几千张大理的照片，有风景，有民俗，还做成PPT放给朋友们看。

“从大学就开始学水，工作也是干水，所以海字里的这个三点水是我的一个本命。”孔海南说。

给南博会一个文化定位

易 晖

时下，各行各业对南博会有不同的认识和期待。在施工单位的眼里，南博会是一个城市建设升级会；在一些商家的眼里，南博会又成了一个经贸博览会；于普通百姓而言，南博会估计又是一处新鲜的玩场……这些认识虽然有些偏颇，但也暴露出一个问题，南博会之于云南而言，到底是什么？

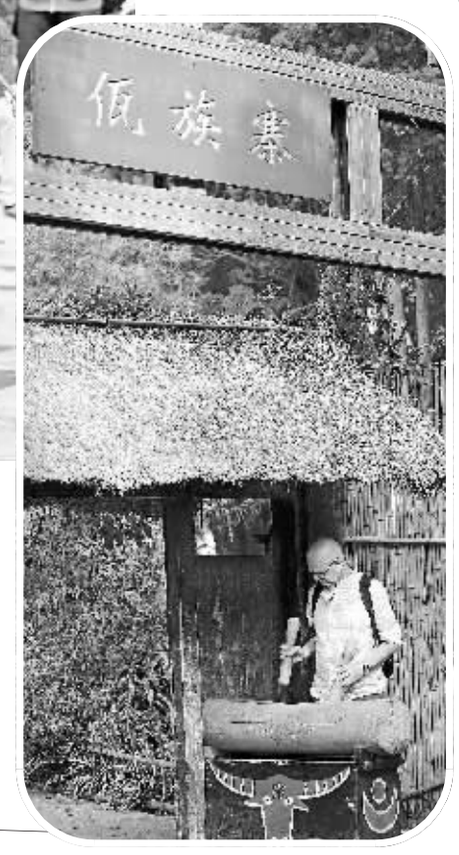
诚然，云南在地理位置上与南亚国家是相近的，但面向南亚的开放仅是刚起步，南博会如果只盯着“经济唱戏”这一层面做文章，可能在短时间内难以取得令人惊喜的经贸成绩。因此，笔者以为，若是能够在大开放的格局下给南博会增加一个文化定位，在南博会氛围中突出文化交流，将大有可观。

其实，云南与南亚国家文化交往早有渊源。二战时期，云南开通了连接南亚的中印公路和驼峰航线，成为“抗战文化”的重要组成部分；改革开放初期，印度、巴基斯坦的电影又成为风靡云南的南亚文化标签；而近年来，云南呈现出的南亚国家旅游热，让不少云南人开始接触到南亚多样的历史文化和民族风情。单就南博会的举办地昆明来讲，一城就有两处“南亚风情园”，移植了南亚、东南亚国家的建筑风格，成为了昆明最具南亚氛围的时尚地标。

现在，为了体现南博会的氛围，昆明做了不少努力，但要在短时间内营造浓烈的南博会氛围，还有很大空间。如果能够以文化搭桥，给南博会注入更多的文化因子，譬如举办南亚电影周及文化艺术论坛、展览、演出等活动，或许可以通过传递更多的“南亚风情”来实现人与人之间的交流、对话与认同。

文化交流是个慢活，从长远看，要寻找云南面向南亚开放的定位，不能单纯依靠一个博览会，得建立民间长期互动，互相欣赏的文化交流基础。以文化交流促进经贸合作，看起来慢一些，实际上是谋求又好又快发展的题中之义。

清明小长假 体验民族风



清明小长假的第一天，游人们来到位于云南省昆明市滇池之畔的云南民族村踏青游玩，体验云南各民族风土人情。

上图：4月4日，云南民族村佤族寨的演员在为游客表演。

新华社记者 **张可任**摄

右图：4月4日，一名外国游人在云南民族村佤族寨里体验敲击木鼓。

新华社记者 **秦 朗**摄

云南外贸
前两月同比增长逾五成

本报电 据海关统计，今年1-2月，云南外贸进出口总值29.6亿美元，同比增长53.9%。其中出口14.5亿美元，增长84.8%；进口15.1亿美元，增长32.5%。贸易额居全国各省区市第22位，在西部省区市中排名第5。

数据显示：在出口产品中，机电产品继续成为云南最大类出口商品，出口额4.8亿美元，增长1.7倍，其中主要品种电器及电子产品出口增势迅猛。农产品出口、纺织品及服装、化肥、电力、有色金属等主要出口品种均实现不同幅度增长。在进口产品中，机电产品进口快速劲增，进口额2.8亿美元，增长2.8倍；农产品进口2.4亿美元，与去年同期持平。

1-2月，云南与最大市场东盟贸易额10.4亿美元，增长18.1%，占全省贸易额35.1%；与第二大市场香港贸易额6.3亿美元，增长1.9倍。

人民日报海外版
中国—东盟南亚特刊

云南在新加坡推介旅游

本报电 “七彩云南·旅游天堂”旅游推介会日前在新加坡举行，旨在推广宣传云南的旅游资源和产品，促进云南省与新加坡的旅游交流与合作。

云南省旅游发展委员会主任段跃庆在推介会上说，云南有“国内国外任你行”的自驾游，“一天可泡28种温泉”的温泉旅游，“激情挥杆365天”的高尔夫游，“勇敢者游戏”的攀岩游、漂流游，“古镇小桥流水旁发呆”的梦境游，“重找影视作品中的云南”的怀旧游，“吃遍一条街”的哈尼长街宴美食体验，以及“爱你我就泼湿你”的泼水狂欢等，旅游种类之多、之新、之奇，云南堪称独一无二。

据介绍，云南去年接待海外游客超过457.84万人次，国内游客超过2亿多人次，旅游总收入超过1702.5亿元。

近年来，云南与新加坡的旅游合作和友好交往日益加强。据统计，目前新加坡在云南十大客源国中居第四位。2012年新加坡到云南旅游的游客已达到19.27万人次，同比增长4.19%。

忠魂回归远征园

由云南抗战文化研究中心举办的“致敬！抗战老兵忠魂回归金陵远征园”公益活动日前在昆明金陵公墓远征园举行，3位参加过远征军的抗战老兵遗骨从外地迁移安葬在这里。至此，已有42位参加过远征军对日作战的老兵免费入葬该园。 新华社记者 **陈海宁**摄

微信 强势进军东南亚

本报记者 **韩 硕**

在曼谷的商场和轻轨、地铁车厢里，常见有人用微信聊天。记者在曼谷家中打开微信“附近的人”功能，有近100个用户出现，且大部分是泰国用户。泰国《世界日报》3月26日报道称，泰国酿酒公司（ThaiBev）高级总裁色拉格立表示，该公司的象牌饮料产品将与微信合作推出官方账号。色拉格立说，微信用户多数多在中国，而中国游客来泰国旅游人数众多，如果中国人能通过微信认识象牌饮料，将是值得尝试的营销手段。

开始走向东南亚

随着移动即时通信工具在亚洲的流行，微信的用户也不断增加。新加坡社交媒体研究机构“我们社交”（We Are Social）3月21日发布的数据显示，连我（Line）、卡考说说（Kakao Talk）、微信（Wechat）等下载量和活跃用户量不断蹿升，正向脸书（Facebook）等传统社交网络发起挑战。

中国最大的互联网综合服务提供商腾讯自2011年推出聊天软件——微信以来，目前注册账户总数已经突破3亿。腾讯公司表示，2013年微信将通过内容应用、游戏、定位和其它服务丰富用户的体验，还将增加市场推广投入以拓宽国际市场，吸纳更多用户。

不少机构预测，微信用户在迅速增加，有望成为亚洲最大的社交工具。“我们社交”常务董事西蒙·坎普日前在接受记者采访时表示“我们社交”预测，微信今后将继续加强其在国际市场的普及率，有望在今年年内跻身世界前五大社交平台。

泰国《世界日报》称微信在泰国的用户已达数百万。亚洲科技网近日报道说，微信的火爆使得近几个月中国在社交应用软件领域表现不俗，2013年1月微信在苹果系统的下载量位居社交应用软件第6位，击败了WhatsApp等同类传统产品，显示出在海外发展的强劲势头。“我们社交”的调查显示，微信目前在亚洲已比“脸书”占有量高15%，这一差距在2013年还将继续增大。

新加坡“宝贵通讯”战略咨询公司首席顾问、社交媒体专家拉斯·沃迪科日前在接受记者采访时表示，腾讯以庞大的国内市场优势作为其进军国际市场的跳板，将微信扩展到国际市场是一个自然的发展。

据腾讯公司介绍，微信在东南亚支持印尼语、马来文、泰文、越南文等4种文字，可在安卓、IOS、微软、塞班等移动平台系统免费下载。据泰国《民族报》报道，微信因免费且没有植入式广告而受到泰国使用者欢迎。在印尼，腾讯刚刚宣布与该国MNC媒体公司建立合作伙伴关系共同推广微信，并通过电视广告展开宣传。

今后的路还很长

亚洲科技网的报告同时指出，微信亦面临着激烈竞争，除了来自美国的WhatsApp，日本的连我（Line）以及韩国的卡考说说（Kakao Talk）等都是微信的“劲敌”。“我们社交”的数据显示，目前“连我”的总下载量已超过1.2亿次，在东南亚迅速扩张。目前全泰国共有1000万“连我”用户。

不同国家的选择也有所差别，新加坡人更多选择WhatsApp，泰国人则更流行“连我”。WhatsApp和“连我”进入东南亚市场比微信要早，因此市场占有量更大，知名度更高。据了解，目前很多微信用户多为学习中文或者与中国有业务往来的泰国年轻人，如何通过更好的服务和更多的宣介占据更多市场份额，是微信接下来面临的挑战。

泰国学生彦在接受记者采访时表示，“连我”除了具备微信的大部分功能外，还可以在泰国当地拨打免费电话，此外各种小游戏也是它更受青睐的原因。另一名泰国青年颂彭则认为，服务的便捷度和优惠度更重要。“连我”的应用软件大都需要付费，而微信的功能整体更强大且免费，所以他周围的朋友有些已开始尝试用微信了。

微信的出现使得中国互联网产品开始具备知名度。分析认为，由于互联网产品本土化的痕迹过重，中国产品经常无法适应国际市场，因而中国制造的应用软件和游戏走向世界的数量非常少。微信在东南亚的出现，显示出变化的趋向，有助于引导其他产品向国际市场靠拢。坎普表示，他惊异于近年来中国社交媒体平台的快速发展，并相信中国社交媒体将不断变得国际化，或有望塑造全球社交媒体的未来。他建议，中国开发商未来还需要注重弥合文化差异带来的问题，让应用界面更人性化更贴近和适应国际市场。