严宝俊：让小毛笔走进大人物的书房

■ 本报记者 傅立钢

他读书并不多，但书画大师都称他为“宝俊老师”；他年龄不大，却已制作湖笔28年；他深居小镇，却引来海内外名士慕名求笔，并纷纷为他留下墨宝。他就是浙江善琏颖艺湖笔庄的董事长严宝俊。

十年苦学方出师

回忆起自己的学艺生涯，严宝俊告诉《中国贸易报》记者，自己是从1985年开始拜师学艺的。遵照传统的拜师习俗：他在师傅家先不计酬劳地做工3年，至业满10年算是学成，这时方可独立制笔。在此期间，严宝俊先从学习选料做起，他必须认识各种可用牛角料，而后学习从笔杆到笔斗的加工艺法，以及牛角镶嵌工艺，这其中包括车、锯、镶、刨等6道主要工序。

据他介绍，在湖笔制作过程中，牛角镶嵌工序对力量的要求较高，所以从业者一般都是男性。而牛角镶嵌过程中的车、据、镶、刨等工序都需要用到各种刀具，因此一不小心就会伤到自己。严宝俊告诉记者，制作湖笔的工序繁多，道道都有具体的工艺质量要求，而一支好的湖笔必须经过120多道工序才能达到尖、齐、圆、健的要求。唐代诗人白居易曾以“千行毛中拣一毫”来形容制笔的艰辛。在制作过程中，水盆工、笔工们必须各守在一个水盆旁，把千万根毛放入水中，精练细理，再按笔头锋颖长短加以分类，这便是“齐毫”。之后，再从中剔除断头的、无锋的、曲而不直的、扁而不圆的杂毛，然后再按毛的软硬性能进行笔头“造型”，做成半成品。在这个过程中，工人要将手一直浸泡在水中，而镶嵌工作又很容易伤到手，更有甚者，一些工人因为长期劳作得了如坐骨神经痛、风湿等职业病。

创业艰辛不回头

从上个世纪90年代起，严宝俊开始做成品以及半成品湖笔的加工生意。在严宝俊看来，湖笔是古代社会的产物，在近代，用湖笔的人越来越少，尤其是上世纪90年代起至今，社会的发展，尤其是电脑的普及，让湖笔产业受到巨大冲击，产业规模逐渐萎缩。随之而来的，是从业者的减少和精湛技艺的失传，以致于湖笔产业一度被称为“夕阳产业”。此外，由于笔都善琏的经济、交通不发达，前来购买湖笔的人数减少，许多制笔人都放弃了这门生意。但严宝俊却在此时逆流而上，注册了商标，形成完整的对外销售点。当记者问他为何这么做时，严宝俊感叹，做了半辈子的笔，尤其自小就耳濡目染，他难以割舍对湖笔的情感。

独辟蹊径受欢迎

出于对湖笔的热爱，严宝俊不断钻研，不仅开发了新的湖笔产品，他还在选料、制作方面进行创新，专门成立了笔庄，注册了专利商标，培育了自己的品牌。此外，他又借助湖笔文化的平台，推广湖笔产品。

由于他的精益求精和锲而不舍，颖艺湖笔庄得到了众多名家的赏识，赢得了好口碑。钓鱼台国宾馆找他定制湖笔作为国礼送给外国元首；北京最知名的笔庄戴月轩笔庄也大量订购他的毛笔；文艺界的知名人士姜昆、李家田等都对他制作的湖笔爱不释手；而日本、韩国，中国台湾等地的经销商和书法爱好者也都慕名而来，就是为了得到颖艺湖笔庄的湖笔。严宝俊制作的湖笔先后获得1998年浙江省湖笔制作金奖、2009年浙江省工艺美术精品博览会银奖和2010年浙江省工艺美术精品博览会金奖。目前他和妻子所经营的颖艺湖笔庄客源增长稳定，他也正在通过各种渠道让湖笔走向海外，英语不错的女儿是严宝俊联系海外客户的好帮手。

严宝俊告诉记者，他正向教育主管部门建议，希望能够在学校开设毛笔书法课，让更多的孩子接触湖笔文化，体会湖笔带来的快乐。同时，他希望政府及有心人士齐心协力来支持湖笔行业的发展。此外，严宝俊还提议，以旅游业为纽带，以湖笔文化节为契机，将湖笔文化的振兴融入到湖州的旅游业中。在采访的最后，严宝俊向记者强调，湖笔行业缺少新鲜力量，他呼吁年轻的中坚力量应加入到湖笔非物质文化遗产的传承中来。

商海人生

焦点人物

威廉·恩道尔 愤青式的“中国通”

■ 本报记者 王 熙

威廉·恩道尔，一位因出版《石油战争》等书而风靡中国的美国作家，也是一位著名的经济学家、地缘政治学家和新闻调查记者。他虽是美国人，却以揭露美国阴谋为终身事业，常常为中国建言献策。除地缘政治，他还涉猎能源、贸易、农业、金融等多个领域……

不久前，恩道尔在京发布了新书：《目标中国：华盛顿的“屠龙”战略》，记者有幸见到了这位睿智的美国作家。他一身黑西装、白衬衣，稀疏的花白头发，颇有磁性的嗓音和鲜明的个性给记者留下了深刻印象，尤其，他对中国经济及政策的见解，更令记者吃惊。

人民币国际化不宜操之过急

“人民币成为全球储备货币之一还需要时间，希望中国不要太着急。这个问题的关键是，人民币要独立于美元和欧元这两种正在走向破产的货币而存在，这两种货币是被银行、资本控制，而不是被国家控制，所以中国千万要谨慎，不要追随华尔街的那一套。中国要把人民币推向全球，成为一种储备货币，最重要的是要建立信心，对人民币的信心，而建立信心需要时间。”恩道尔表示，建立信心的重要基础是要有一定比例的黄金储备来支持货币。1971年以后，美元就和黄金脱钩，美国放弃了金本位，通过军事霸权和石油霸权来支持美元，可是现在美国在军事和石油两个方面都在走向衰落。所以，西方媒体，比如华尔街日报和金融时报等都在极力地鼓吹黄金没有用，只要印纸币就行了的观点。为什么呢？因为印刷纸币是他们可以操控的事情，他们自己说了算。

恩道尔对此表示，中国经济发展很快，但还不是一个成熟的经济体，仍然存在很多弱点。因此要防止国外对中国经济薄弱环节的打击，所以中国政府必须保护一些重要的企业，比如石油企业。把中石油私有化将是非常危险的，因为中石油本来就是外国一些大石油公司觊觎的目标。

注意粮食安全问题

在《目标中国》一书中，恩道尔揭示了“转基因作物”的巨大危害。他气愤地告诉记者，最近有一项长达两年的动物研究报告，就是用美国孟山都公司的转基因粮食喂老鼠，结果发现了4倍高于常态的早死、肿瘤、肝脏功能衰竭等问题。最令人震惊的是，这个研究竟然发表于转基因食品已经商业化使用20年之后，而不是在之前。虽然欧洲的食品安全管理委员会发表了一个非常重要的声明，说上述关于转基因粮食危害的研究完全不科学，哪怕这个研究报告是经过同行审议后，发表在《食品毒理学研究》这本非常严谨的科学杂志上。“这说明欧洲的食品安全管理委员会收了美国孟山都公司的黑钱。”恩道尔说。

恩道尔告诉记者，如今，中国80%的进口大豆都是转基因食品。希望中国政府彻底禁止进口任何转基因的粮食，不管是大豆、玉米还是棉花。“应该毫不犹豫地把WTO规则扔到一边去，因为这是一个严重的国家安全问题。”恩道尔郑重地表示。

新展之窗

2013年新加坡媒体与数字内容展会活动概览

新加坡商务会展与奖励旅游概况

在当前美国、欧洲和日本等传统出境游市场持续升温，以及中国和印度等高增长潜力市场日益发展的背景下，新加坡旅游局力求确保新加坡旅游业保持竞争力，并在未来几年继续促进和推动新加坡的经济增长。

商务会展与奖励旅游（BTMICE）是旅游收入的重要推动力。2011年，商务游客人次增至320万，较2010年增长2.6%。商务游客的消费支出增长4.1%，达到约56亿新元。

2012年上半年，新加坡的商务会展与奖励旅游游客人次达到175万，较前一年增长8%。商务游客的消费支出年比增长12%，达到约30.6亿新元。

为什么选择新加坡

新加坡以其知识丰富、网络广泛、经商便利且富有乐趣的活力环境为依托，为商务旅客提供在新加坡取得成功的有利平台。

新加坡的知识产权环境优越，发展势头强劲，稳居亚洲第一，优良的电信基础设施与完善的IT网络的完美结合使新加坡成为亚洲最受赞誉的商务目的地之一。新加坡有力的战略位置是通向亚洲主要市场的绝佳门户；媒体和数字产业企业可以在此交流知识，建立关系网，从而带来真正丰富的体验。

媒体和数字内容展会活动

新加坡传媒业的表现也十分强劲，2005年至2010年的复合年增长率达1.8%。2010年，传媒业附加值高达66亿新元，就业人数约6.83万。新加坡传媒业由若干行业组成，包括电视广播与制作、出版与印刷、动画、电影、音乐、游戏与互动数字媒体。

2011年，共有2130场会议展览在新加坡举办。当中，媒体和数码内容的展会是一大主干。展会内容以传统和新媒体形式，横跨多个行业。

作为区域中心，新加坡的媒体和数码内容展会吸引了东南亚地区的买家和卖家。这些展会在促成国际公司的协作和开拓商机方面，扮演重要角色；也把东南亚塑造成创造媒体内容和互动数码媒体创新的国际基地。

关于新展之窗：

新展之窗是由新加坡展览与会议署提供的一栏全面介绍新加坡最新商务展览信息的栏目。栏目通过聚焦行业趋势，展现新加坡作为东南亚枢纽会展城市，在商务会展方面的即时动态，向业者们提供全面的行业会展信息，为有意进军亚洲市场的国际企业打开一扇合作之窗。

关于更多新加坡展览与会议署的信息，
请登陆：mice.yoursingapore.com.

主要展会如下：

Casual Connect
2013年5月21–23日
新加坡香格里拉大酒店

Casual Connect 大会致力于为与会者提供详细的休闲游戏行业讯息。这个行业每月娱乐3亿人。首届大会于2012年举办，休闲游戏行业专家汇聚一堂，共同探讨行业趋势及面临的挑战。上届与会企业包括Big Fish Games、Appnext、黑莓(BlackBerry)及GREE等。今年，与会者有望聆听Tetsuya Mori (DeNA Asia Pacific董事总经理)、曹建伟（育碧成都公司董事总经理）、James Gwertzman (PopCap Games总经理)等发言人讲话。

更多信息：*asia.casualconnect.org*

国际通讯与资讯科技展览及研讨会2013(CommunicAsia2013)和
亚洲广播展2013(BroadcastAsia2013)
2013年6月18–21日
滨海湾金沙酒店

国际通讯与资讯科技展览及研讨会2013(CommunicAsia2013)在新加坡有很长的历史，也是规模最大的展会平台之一，今年已迈入第24届。作为不断吸引全球行业专家及思想领袖分享专业技术的首选知识分享平台，CommunicAsia2013将展出各种核心技术，如移动宽带和应用、LTE/4G以及Over-the-Top(OTT)的发展等。参展企业包括华为（中国）、深圳联合安业科技有限公司（星安GPS）、健博通电讯实业有限公司（中国）、PT. Mobile Gateway Indonesia、Ufosakses Indonesia Group、Asia E-Services, PT.(印尼)等。

亚洲广播展2013(BroadcastAsia2013)今年是第18届，是亚洲专业音频、电影和电视行业的权威性综合展览会。今年将继续展出符合行业发展趋势的突破性技术与产品。备受期待的电影制作展区将再次重返展会舞台，为参观者提供有关动画与视频特效、电影制作、镜头与三角架等重要器材与技术的全面最新咨讯。

更多信息：*www.communicasia.com | www.broadcast-asia.com*

Digital Matters和Music Matters 2013
2013年5月21–25日
新加坡美年丽思卡尔顿酒店

Digital Matters和Music Matters已成为与会者展示创意、分享成功故事并与合作伙伴进行新业务模式合作的行业年度集会。这项年度盛会旨在讨论数字娱乐服务业随着数字媒体和娱乐消费的重大变化而出现的未来发展趋势。去年的Digital Matters和Music Matters吸引了来自30个国家近400家公司的1200多名代表出席。Troy Carter(Lady Gaga的经纪人、Atom Factory的创始人)以及Bob Ezrin等业界重量级人物在新加坡2012年大会上发表演说。2013年的大会也将吸引世界各地的国际资深思想领袖、大企业及数字媒体专家，齐聚一堂。

更多信息：www.allthatmatters.asia

亚洲电视论坛和新加坡影汇
2013年12月3–6日
滨海湾金沙酒店

亚洲电视论坛(ATF)是个集各种娱乐内容的融资、联合制作及买卖于一体的国际市场，不容错过。ATF汇集了国际卖家与亚太地区买家，是通向亚洲娱乐内容业务市场的门户。在2012年的第13届展会上，有来自52个国家的3917名影视行业与会者聚集新加坡，互相联系、商谈交易，并展示他们的最新作品。

新加坡影汇是一个致力于开发亚洲巨大潜力的重要电影娱乐市场营销平台。2012年，新加坡影汇首次与ATF在同地举行，吸引了很多电影行业资深人士及国际明星如周润发、苏菲·玛索和周海媚等出席。此次展会举行了三场电影的首映礼——《大上海》及《结婚那件事后》的全球首映以及《邂逅幸福》(Happiness Never Comes Along)的东南亚首映。

更多信息：*www.asiatvforum.com | www.screensingapore.com.sg*