



我不做粉丝已很久

7月31日晚上，朗朗开着他代言的奥迪A8在北京西三环飞驰，紧盯其后的一辆无名小车里坐的就是我。为了赶在朗朗奥运排练前完成采访，我说不上是当起了狗仔还是他的粉丝。在当天晚上朗朗参加的《鲁豫有约》节目录制现场，台上鲁豫与朗朗全家诙谐地谈论着亲情故事，观众席中常常爆发出阵阵笑声，我却总走神，因为我特别饿，从下午2点冒着大雨赶到人民大学准备采郎朗到眼下，已经是快夜里10点了，连奔带跑带交涉带淋雨带追车却忘了带上点干粮和水。

从5月中旬与朗朗中国区经纪人李宁接上头，到6月12日李宁确认接受采访，从6月15日开始做大量周边采访，到8月3日终得到专访朗朗时间，将近两个多月的追踪，我感觉像打一场太极拳，云里雾里，和经纪人推手与博弈不断。李宁曾在美国侨报新泽西洲任首席记者，现在还担任了朗朗媒体公关经理的角色，

对付媒体很有经验。他告诉记者，“我手里掌握着中国各地100多个媒体资源。我是有原则、有选择、有步骤地做的。我要划分平面、网络、电视；要分新闻、艺术、财经等不同类型，还有亲疏程度，媒体影响力等。我们决不随随便便做。在什么时间做什么文章，在什么媒体投放，我们都要有清晰判断和把握。”

他们摆出的姿态是：媒体主动扑，我们不亲近也不排斥，谨慎确认媒体和采访内容、时间，以来回几个回合表明朗朗是巨星，采访可没那么容易，是你需要采，不是我们让你采的……

于是，自觉不自觉地，这次我就“粉丝”了一把。

(吉颖新)

相关链接

《郎朗：弹指流“金”》

P66



柔媚的商业力量

山塘街，已被一种柔软却又无比强大的商业力量，改造成只允许步行的苏州历史文化街区。连绵不断的商铺橱窗里，更是铺陈着为游人想像锦上添花的柔软的丝绸加工而成的围巾、旗袍和睡衣……

苏州商会博物馆在山塘街上。太和面粉、鸿生火柴、苏州电气、振亚织造……苏商似曾辉煌。抵制美货、维护路权……苏商似也曾激烈。可是，因为这博物馆偏偏设在了山塘街上（早年苏州的会馆确实就在山塘街上），从博物馆出来，对苏商的印象最终却归为“柔媚”二字。

过往柔媚。依然柔媚。

“轻轻地捧起你的脸，为你把眼泪擦干。这颗心永远属于你，告诉我不再孤单……”太过抒情的手机彩铃。我以为我可能拨错了号码。商界大佬的手机，很少用彩铃。即使用彩铃，也很少用这样柔媚的彩

铃。联系的苏商，在最新某一张大陆富豪榜中，排名第175位。终于接通，正是此人。商场如战场。是不是所有的刀光剑影，最后都不敌他这彩铃的有情？

不单大佬柔媚，普通的商业从业人员也一律柔媚。宾馆里，从苏北或者安徽过来的服务员，虽然比不上昔年姑苏十二娘的婀娜俊俏，却因通了苏商的灵性，个个笑靥如花，善会人意，终让南来北往的商旅人士感觉“客舍似家”。

离开苏州回京前，从一家咖啡馆出来，服务生开门，并道一声，“走好，美女”，语声柔和。虽然我不是美女，但是，我很受用。

(陈建芬)

相关链接

《苏州：被误读的“外资化”》

P74