

南京9岁卖菜女童成了网络红人

一些网友说她是新版“卖火柴的小女孩”，不过她自己把卖菜当做一种乐趣

这几天，南京夫子庙农贸市场内，一个卖菜的小女孩成了网络红人，网友们看过后都很唏嘘，可怜孩子苦命。不过，在她看来，卖菜并不是什么苦差事，而是一种乐趣。远离父母兄长，在喧闹的城市里学习生活，趁着闲暇做起小菜贩，让小小的她坚强和乐观，这种精神还影响着周围的人。而她的亲人亦觉得，让孩子早早接触社会，对其成长有很大的帮助。

□快报记者 马薇薇 文/摄



卖菜女童王小星还系着红领巾

网友发帖

新版“卖火柴的小女孩”

《寒冬里，夜色已深，夫子庙菜场仍有位小孩在守摊》这一网帖让许多人感动。照片中，一个小女孩站在蔬菜摊前，手里拿着西红柿。发帖人说，当天晚上七点半，他途经菜场时，整个市场空空荡荡的，摊贩们正在收拾准备回家。但有个摊点却还点着灯营业着，一个小女孩摇动着身子，提高嗓门卖菜，“‘西红柿、大白菜’便宜卖了！”感动之余，他从口袋里掏出十元钱买了一棵白菜，孩子要找钱却被他拒绝，并嘱咐孩子回家。离开时，听着背后传来一声“谢谢叔叔”，他却无法开心起来，这样的场景深深刺痛了他的心。

“新版‘卖火柴的小女孩’。”看到这个帖子，有网友如是说。不少人都觉得孩子可怜，也有人称赞其懂

事。昨晚，记者找到了这个小女孩。

记者探访

期末考试前一晚，她在守摊

夫子庙农贸市场位于秦淮区新姚家巷内。晚上七点，菜贩们陆续开始整理摊位，一个摊点大灯仍亮着，而卖菜的人正是网帖中的女孩。只见她穿着牛仔棉外套，下穿大红色的棉裤，因为冷，她将连衣帽戴上。1米2都不到的她，站在几十厘米高的木凳上才能俯视面前的整个蔬菜摊。“阿姨，你想买什么啊？白菜要不要，很新鲜的。”稚嫩的声音响起，小女孩捧起一棵硕大的白菜递到记者面前。“萝卜怎么卖？”“两块钱一斤。”记者又询问了几样蔬菜的价格，小家伙都立刻报出。

记者询问她叫什么名字，她调皮不愿正面回答，而是拿起一只红辣椒问道：“这个是大还是小啊？”记者回答：“小”，她开心地

大笑，而后又指了指上面问，晚上天空中一闪一闪的是什么，回答是星星。小女孩点点头：“我叫王小星，今年9岁，是东水关小学二年级的学生。”

在她的面前，还有几本书，其中一本是被翻得有点破损的语文书。因为明天就要期末考试了，她趁着没人买菜的时候看一下。“我已经复习好啦，其实看不看无所谓。”王小星说着，还翻开书本瞄了几眼。“我的体育得了优秀。”小家伙似乎在给自己打气，她有些自豪地说，一年级下学期，语文考了99分，数学是100分。这次考试她对自己有信心。

别人说她像18岁

“你家大人呢？”“他们回家吃饭了，我在这里看一会儿，等他们来了我再去吃饭。”王小星突然瞪着眼睛反问：“你是不是来采访的？”一句话让周围的菜贩都哈哈大笑，

他们解释，因为几天前有媒体采访她，所以小家伙有点经验了。

正说着话，生意上门了。“小姑娘，这个怎么卖啊？”一名中年妇女拿着紫包菜问，“这个啊，四块钱一斤。”“啊，这么贵，能不能便宜一点？”“不贵呀，现在菜价涨得厉害。”一句话又把大伙逗乐了。而小星又着腰，一本正经地看着买菜人，“我认出你来了，你也是卖菜的，不卖给你！”小小年纪，已经懂得了什么是同行竞争。中年妇女悻悻离开。随后，一名男子来买菠菜，小星熟练地将菜装入袋中，放在电子秤上，“滴滴……”按了几下键，“七块九。”周围的摊贩看到了都竖起大拇指，“这个小姑娘真厉害。”其中一人还开玩笑称：“你看她小，其实她都18了。”说得小星有些不好意思。

记者在摊点前站了半小时，已冻得瑟瑟发抖。过了一会儿，一名中年男子走到摊位前，摸了摸孩子的头，叫她赶紧吃饭。小星一“咪溜”从凳子上跑下，很快就不见踪影。

“这对孩子是一种锻炼”

“我是她的姑父。”男子不愿透露自己的姓名，坐在一边开始清理芋头。他说，他们来自邳州，孩子父母和她的两个哥哥在江宁，做蔬菜批发生意，平时忙得很，没时间照顾小星。南京城区内的教育相对较好，正好孩子的姑姑在夫子庙附近有房，就把孩子托付给他们，让小星在东水关小学念书。

他说，自打孩子跟着他们的第一天起，就跑到菜场来卖菜。“放

学以后就过来，她喜欢这么做，可能是从小受父母影响吧，我们也不阻拦。”他笑呵呵地说，不觉得孩子这样做有多苦，反而对孩子是一种锻炼。小星早练就了口算的本领。另外还有处世为人，你看小星，看到生人一点都不怕。她已经和菜贩们“打成一片”。

很快，就看到小星又蹦蹦跳跳地跑回来，手里还握着吃了一半的煎饼，这就是她的晚饭，“我吃饱了。”她笑着说。

“希望她能一直读下去”

“想爸爸妈妈吗？”一直笑着的小星突然沉下脸，默不作声，只是点点头，她说上一次见到他们，还是1月3日她过生日的那一天。她的姑姑说，小星的父母时常会抽空看她，周末接她去江宁的家。但因为太忙，一家人还是聚少离多。

昨晚，记者设法与小星的二哥联系，此刻他依旧在忙碌着。因为做着批发蔬菜的生意，他们都得熬通宵，然后白天休息，根本没办法照顾小妹妹。“那里学校不好嘛。”他不好意思地说，他和大哥都不是“读书的料”，所以一家人都希望妹妹能坚持念书，将来有出息。不过对于妹妹卖菜一事，他倒并不介意，“我小时候也和她一样，‘穷人的孩子早当家’吧。”他自小随父母到南京来，打拼多年，日子逐渐变好，大哥也成家生了孩子。买不起南京的房子，他们就一直租房，但是他们不会离开这座城市，“我们会一直在这个城市里打拼，得供妹妹读书呢，希望她能一直读下去。”

金龙鱼倾力体育公益 续写品牌佳话

金龙鱼继 08 体育盛典后荣膺世界大运会独家供应商资格



领导启动大运会欢乐的U

2011年伊始，益海嘉里又获喜讯，深圳第26届世界大学生夏季运动会组委会执行局与益海嘉里在深圳联合举办新闻发布会，宣布金龙鱼成为深圳2011世界大学生运动会粮油食品独家供应商。这是继2008年在北京举办的全球体育盛典之后，金龙鱼再次结缘世界体育赛事。

而在本届赛事上，金龙鱼也成功完成了身份的升级。从2008年的食用油独家供应商一举成为本届赛事的粮油食品独家供应商，为大赛提供包括食用油、大米、面粉等全系列粮油产品。赛事独家供应商身份的升级，代表着世界大赛组委会对金龙鱼能力和实力的认可，是对金龙鱼多年来积极投身中国体育事业成绩的肯定。

饮水思源 金龙鱼感恩深圳助力大运

一个卓越的品牌，肩上总会承担着一份沉甸甸的企业社会责任，而从深圳走向全国，在食用油领域已成为领导品牌的金龙鱼，

一直在为其发源地深圳的城市建设奉献着自己的力量，履行着一个企业社会公民应承担的责任。

如今，即将到来的2011世界大学生运动会给深圳市带来了一次转型机遇，在深圳特区的城市

形象转型过程中，金龙鱼将承担起协助政府打造“新深圳”城市文化名片的使命。作为深圳的粮油食品品牌，服务大运会正是金龙鱼回报深圳、感恩深圳、支持国家体育事业的具体举措。总经理陈波在同世界大运会组委会的签约仪式上表示：“金龙鱼已经做好了支持深圳大运会的准备。凭借多年积累的综合实力和服务能力，金龙鱼一定不辱使命。”

助力体育事业 打造金龙鱼品牌佳话

为支持中国体育事业的发展，金龙鱼历经严格筛选，成为北京2008食用油独家供应商，为赛事期间来自不同国家、不同民族、不同肤色的近2万名运动健儿提供优质健康的世界级品质食用油。同时，金龙鱼又出资赞助了中国女排，成为中国女排主赞助商，并且冠名了2007年世界女排大奖赛总决赛，提出了“超越胜负，真心加油”的口号。

时隔三年，在深圳举办的2011世界大学生运动会上，金龙鱼更是突破严苛的层层筛选，一举成为了本届赛事的粮油食品独家供应商。其成功地运用体育营销在国际体育赛事平台上，充分地展现了品牌的魅力和实力。

有媒体评论，金龙鱼是粮油行业中为数不多的坚持长期赞助体育赛事的品牌，更是极少数能将体育文化、品牌文化、企业文化三者有效融合的优秀品牌之一。事实如此，通过多年来对体

育公益事业持久、大力的投入，金龙鱼在亿万消费者心中已形成稳定的品牌偏好，获得了较高的品牌美誉度。而消费者的认可，对金龙鱼品牌来说，是对过去所做成绩的肯定和鼓励，更是一种任重道远的责任——提高中国国民生活品质的责任。

心系国民健康 金龙鱼坚持品质核心观

上个世纪80年代末，国内的食用油市场上还是以杂质大、炒菜时油烟多、卫生安全无保障的散装食用油为主。1991年，第一瓶金龙鱼牌小包装食用油上市后，迅速引爆了食用油消费观念的革命。经过精炼加工、一次性塑料包装的小包装食用油更加安全卫生，适合煎、炒、烹、炸、凉拌多种烹饪手法。从此，中国人从散装油进入小包装精炼油的食用油时代。

在金龙鱼的发展历程中，其发展核心，就是不断满足并引导顾客的健康需求，金龙鱼的所有食用油，都朝着“健康、美味”的方向发展。2002年，“金龙鱼”第二代调和油上市，首次将膳食健康的研究首次深入到脂肪酸领域，倡导“1:1:1”膳食脂肪酸平衡的健康概念，再一次革命性地推动了中国人的食用油消费习惯，食用油的消费观念从“安全”向“营养健康”的高度跃升。2005年，该产品获得了国家发明专利（专利号：ZL2108374.6）、中国粮油学会科技进步二等奖。

2008年，金龙鱼大米上市，它是我国循环经济模式的产物，不仅实现了全产业链一体化模式保障产品品质，更通过循环经济增加水稻的附加值，增加农民种粮收入和种粮积极性，为解决我国“三农”问题进行了积极尝试。2009年，在中国粮油学会的科学技术奖项评选中，历时四年、投资亿元精心打造的“金龙鱼大米产业链创新技术”以其良好的经济效益和社会效益获得了评审专家的一致好评，荣获一等奖。

2010年，金龙鱼联合中国营养学会研制推出金龙鱼添加深海鱼油调和油，获得了中国粮油学会认可和中国营养学会2010年峰会的高度评价，开创了国人便捷补充DHA和EPA新途径。为不断地提高产品品质，推动国民生活质量提升，满足消费者饮食与健康的双重需要，益海嘉里从2009年起，投入了十亿人民币在上海成立了全球研发中心，加强金龙鱼产品的全球研发能力。随后在中国营养学会等多方专家的指导下，将平衡营养的科学膳食健康理念逐渐地引入千家万户。

通过多年的努力，现在的金龙鱼已成为中国家喻户晓的著名品牌。而益海嘉里的投资方丰益国际在2009年的《财富》杂志世界五百强排名第300位，傲然屹立于世界品牌之林，相信在实力雄厚的集团大力支持下，金龙鱼将在2011年的中国大地上大有作为。

文/报联