



撒建平:有机产业模式开创中国葡萄酒新局面

康的今天,以白酒消费独大的局面开始发生改变。中国人的饮酒文化将从以酒精为主的“醉饮”,开始向以营养和品味为主的“雅饮”转变,因此,中国葡萄酒消费将进入健康发展的快车道。

记者:听说法国著名的拉图酒庄家族去年专门来中国考察了汉森,您觉得中国葡萄酒能得到认可的原因在哪里?

撒建平:葡萄酒,尤其是高档的有机葡萄酒的生产,其准入门槛很高,包括独特的产地、酿酒葡萄种植基地的建设、葡萄酒产业链的形成等。从全世界来看,一个名庄酒的形成,需要“天时、地利、人和”等综合因素,还有百年老店的积淀和对文化传承的恪守。

汉森酒业正是由于历史的机遇、老天的眷顾和来自国内外汉森团队的共同坚守,还有经过十多年的历练与积累,初步得到国际和国内的认可——成为中国西部的“沙漠有机酒庄典范”。

记者:汉森确立“沙漠有机葡萄产业模式”,主打有机健康理念,是无心插柳还是有意为之?说说你们形成“沙漠有机健康”产品理念的过程。

撒建平:首先说说汉森的品牌初创历程。位于内蒙古西部的乌海于1958年建市,是一个新兴的能源型工业城市,气候干旱少雨、光照充沛、昼夜温差大。人们发现这里种出的葡萄酸甜适度,味道独特。上世纪70年代,这里的葡萄已远近闻名。2001年,汉森充分利用这个优势,在乌海建立了第一座葡萄酒酿造车间,用乌海当地的葡萄酿出了第一批葡萄酒并得到了市场认可,使得我们对“贺兰山北麓-乌海产区”的葡萄酒有了坚定的信心,随后确立了“沙漠有机葡萄产业模式”。

从2004年开始,我们启动了以葡萄酒产

业为主体的集团公司发展战略。在乌海市政府的支持下,我们开辟当地沙漠,依托沙草产业,通过引进法国的优质酿酒葡萄苗木、引进以色列滴灌技术,利用流经乌海的黄河水资源,很快建成了大面积的自有酿酒葡萄种植示范基地。我们的事业平台吸引了一批来自国内外的高水平酿酒师团队,配合欧洲一流的酿酒设备和工艺技术,我们很快就有了好的成绩。从2010年获得亚洲葡萄酒质量大赛的“三金一银”,到成为上海世博会专供酒,我们完成了从产品到品牌的积累。

记者:中国葡萄酒品牌走向国际化已经迈开了步伐,说说汉森的国际化之路如何开始?

撒建平:从2011年开始,汉森乘着上海世博会的东风,迈开了国际化的步伐。我们产地独特,原料为有机种植标准,酿造工艺上又严格控制,就有了参与国际葡萄酒评比的基础。2011年6月,汉森葡萄酒代表中国参加了第16届法国波尔多葡萄酒博览会并首战告捷,获得了欧洲各国的关注,完成了首批向丹麦出口订单。法国《费加罗报》和法国电视二台的记者先后专程来到中国,采访中国西部的汉森沙漠有机酒庄。

记者:现在,汉森在国外市场反响如何?

撒建平:2012年,汉森出口欧洲的3款葡萄酒分别获得了德国、英国和法国的7项葡萄酒金奖和银奖;2012年上半年,这3款酒在“丹麦酒报网”举办的评比中名列前茅,其中一款还与拉菲不分伯仲。2013年3月,汉森选送的4款葡萄酒分别在德国和法国获得了3个金奖和1个银奖。

到目前为止,汉森已经获得了欧洲6国、日本、韩国和香港地区的出口许可,并开始向澳大利亚和欧洲多国实现出口业务。我们得出一个感悟,只要我们的产品具备了国

际化的品质与独特的产区特色,就会得到国际认可,就会走向国际化。

记者:汉森致力于沙漠有机葡萄的种植与有机葡萄酒的酿造,要实现相关产业链的整合与科技创新,如何兼顾企业发展与品质保证的关系?

撒建平:我们在乌海的沙漠中开辟了自有酿酒葡萄种植基地1万亩,联合周边地区农户共同建设优质葡萄酿酒基地8万亩,还储备了10万亩沙地作为后续开发基地。同时,争取政府和社会的支持,联合兄弟企业,在今后10年或更长时间内,在中国西部沙漠中建设百万亩沙漠有机葡萄种植基地,在为中国消费者提供健康有机葡萄酒的同时,改造了沙漠,绿化了家园。

汉森酒业从2008年开始,制定了高于国家行业标准的企业标准,并获得了有关权威机构的批准。同时,汉森葡萄酒技术中心、研发中心被批准为自治区级研发机构。在承担生态建设与社会责任的同时,我们苦练内功,狠抓现代企业管理制度的建设。经过几年的努力,我们的耕耘获得回报——2012年被认定为“中国驰名商标”;2013年初又获得了“第二届内蒙古自治区主席质量奖”。

记者:以沙漠为资本、葡萄酒生产与销售产业链为载体,传播葡萄酒文化,您认为汉森的独特之处在哪里?

撒建平:我们提出减碳经济与循环经济结合的模式,利用沙漠,倡导全社会关注“沙漠有机葡萄”事业,实施了“关注西部·牵挂绿色”的“沙漠葡萄认养计划”,让沙漠有机葡萄酒回馈认养者。为每一位消费者带来的不仅是健康与品味,还有对沙漠与绿色奉献的成就感,同时向全社会倡导绿色、有机、健康的生活方式。 (佟艳)

记者了解到,本届光亚展展厅规模达22万平方米,将迎来将近12万名国内外专业观众、2500多家参展商。作为首次参展的天楹之光,凭借在业界享有盛誉的光电技术研发和市场营销团队,秉承科技、创新、共赢的理念,通过新材料、新技术、新营销模式的创新理念,将为光亚展观众奉上一场精彩绝伦的光之盛宴。天楹之光,必将在群星璀璨的LED照明市场占据品牌之颠,也必将为改善人类的生活环境、为打造节能环保的健康城市做出杰出贡献。(陈萍)

潘家年:C4L开启东风雪铁龙未来“黄金三年”大幕

2013年是东风雪铁龙的品牌“T”速年,C4L全系、全新爱丽舍、全新世嘉的投放,将在中级车市场形成密集的产品布局,进一步强化东风雪铁龙的竞争优势。尤其是C4L全系上市,开启了东风雪铁龙品牌中期规划“龙腾C计划”的序幕。

C4L“都市动车组”由1.6THP“极速号”、1.8L“舒适号”和1.6L“品质号”组成。其中,C4L1.6THP“极速号”上市不足半年,月销量超过2000台,创造了近年来“T”车型销售的最高水平。

潘家年表示:“C4L全系将以丰富的车型配置和价格区间,满足目标消费人群的多样化购车需求,成就高端中级车市场的最佳购车选择。其与新C5及全新世嘉一起,构建出最全、最完整的产品矩阵,将进一步奠定东风雪铁龙主流车企的地位,开启东风雪铁龙未来‘黄金三年’发展序幕。” (潘雪)

网友发起创立国际语言组织

一个网名为“gaigailun”的流浪者正在发起创立国际语言组织,他发帖呼吁世界上能出现一个国家给国际语言组织提供住所,像美国给联合国提供总部所在地那样。他完成了所有论证设计,认为有了住所国际语言组织就诞生了。

这位网友讲,国际语言组织将推动人类语言发展到高级阶段,将汇聚全人类力量创造出一个高级语言。高级语言将使人类大脑更发达,分析能力更强大,将使人类知识体系更合理,人类掌握知识将更容易更丰富。高级语言弘扬各国优秀文化,将促进人类文化进步,高级语言将成为世界通用语言,科学解决国际交流语言不通问题。高级语言和各国语言共存于世界,相辅相成。

该网友常饿肚子露宿街头,但他为人类进步做出了伟大贡献。他是国际语言组织创始人,他的流浪历程就是国际语言组织创立史。他的流浪故事将成为千古传奇。 (王友)

全球最大规模的照明与LED展览盛会——第18届广州国际照明展览会(以下简称光亚展)将于6月9日至12日在广州市中国进出口商品交易会琶洲展馆开幕。一直以来,该展会被视为广交会之后,反映照明暨LED行业的晴雨表和风向标。

为凸显品牌区别,展会开设国际品牌馆和LED品牌专馆。致力于光应用领先者的江苏天楹之光光电科技有限公司(简称天楹之光),以高瞻远瞩的集团战略,雄厚的企业

全球最大照明暨LED展开幕在即 天楹之光领先亮相

实力以及崭新的品牌形象,首次参展便成为本届展会最大展示面积获得者之一。

天楹之光负责人介绍,其展馆位于国际品牌馆黄金展位,展位面积达到584平方米,此次天楹之光展台由德国专业展会设计公司设计,突破传统产品陈列的展示方式,运用国际化设计理念,通过场景化、故事化的展台设计与灯光演绎,成功实现了技术、设计与人文的和谐统一,

完美诠释了“健康城市 绿色生活”的展台主题。

此外,天楹之光邀请了照明行业专家、学者及设计师出席品牌发布会、新品发布会、城镇化研讨会等丰富多彩的现场活动,极具创意的活动处处体现天楹之光的行业领先地位和核心竞争力,将吸引众多优秀经销商、设计师、媒体及行业人士关注,天楹之光展馆也必将成为万众瞩目的焦点。

东风日产三杰齐发 上海车展再现SUV盛宴

况征服、极致舒适的豪华静谧空间于一体的C3全路况豪华舒适驾乘系统,兼容越野性与舒适性。

楼兰跑车化的动力表现与舒适驾控,得益于搭载了“全球十佳”之一的3.5L V6发动机和新一代智能XTRONIC CVT无级变速系统。针对楼兰重新调校的全新第四代VQ发动机,功率上得到进一步提升,最大功率达到了228kW,峰值扭矩扭达到327N·m,燃油经济型大幅提高,静音效果上也表现出众;新一代智能XTRONIC CVT无级变速系统实现零换挡冲击,零时差加速,二者的结合使其拥有跑车般的驾驭感受。与此同时,超大全景天窗、双区独立控制自动空调、加上全维超静音系统,加强了该车的舒适性。配置方面,驾驶席电动8向调节座椅(带电动腰部疲劳缓解装置和复式记忆功能)、ASCD定速巡航系统、高保真音响、倒车影像监视系统等人性化豪华配置,为消费者打造智能、便捷的操作模式及顶级娱乐视听盛宴。

诞生于欧洲、风靡全球的逍客,从2007年到2011年,连续5年斩获欧洲SUV市场销量冠军,总销量远超第二名途观,成为城市SUV市场的传奇。此次推出的逍客荣耀版车型新增了智云多媒体导航,增加白车身色与黑内饰搭配,完美诠释时尚跨界风范。

逍客是一款融合时尚动感与创新科技,引领潮流,让用户展现自我的智尚全能跨界车。凭借时尚动感的创新设计,舒适顺畅的驾乘表现以及先进科技的智能配置,它真正实现了时尚设计和智能装备的完美融合,引领智型都市潮流。

外形上,融汇时尚、动感的欧洲创新设计,将先进科技注入人性空间之中,同级少有的超大通览全景天窗,开启车顶无限风景。动力操控上,逍客高性能前后独立悬挂系统,从容应对任何路况;带手动模式的新一代XTRONIC CVT无级变速器经全新调校,不但与MR20DE发动机完美搭配,而且进一步实现低油耗驾驶,提供畅享无忧的驾乘乐趣。

先进科技的智能配置,带来前所未有的便捷享受。Eco Drive节能驾驶助手,全面提高燃油经济性;定速巡航与车载蓝牙,提供更舒适的驾乘体验;AVM全景式监控影像系统,为倒车提供无限便利;CARWINGS



智行+智能全方位行车服务,以智能科技配合强大后台支持,为消费者提供一系列贴心服务。逍客高规格的E-NCAP/C-NCAP五星安全配备,让用户时刻安心驾驶。

奇骏,作为城市SUV市场当之无愧的技术王,全球累计销量突破百万台。国内上市5年,奇骏已成为人类历史上首个同时登陆地球三极的量产乘用车,为城市SUV市场树立了新的技术标杆。奇骏以“CROSS CITY 跨越酷尚城市”为开发理念,汇聚日产先进的C平台造车技术,具有超越同级城市SUV的高性能。它以全新升级的智酷外观、高品质内部设计、智能全模式四驱系统、AVM全景式监控影像系统和“CARWINGS 智行+智能”全方位行车服务,完美融合了卓越的SUV通过性、领先的智能配备与宽大舒适的内部空间设计,以智观、智驱、智享三大核心优势开创城市SUV的智酷全能新风潮。奇骏荣耀版车型,新增了智云多媒体导航及后排娱乐系统,为乘客提供更便利、更休闲的驾乘体验。

东风日产副总经理任勇表示,3款新车除保留现有AVM全景式监控影像系统、“CARWINGS 智行+智能”全方位行车服务

系统,XTRONIC CVT无级变速器等先进智能科技外,新增了智云多媒体导航等智能配置,使其驾乘舒适性遥遥领先于同级车型,提升东风日产在SUV市场的整体竞争力。

各车企 SUV 谱系渐全

虽然目前主流品牌都有SUV车型,但是多数车企的产品谱系并不健全,很多都是处于单打独斗的状态,比如CR-V之于东风本田、途观之于上海大众都是唯一的SUV车型。因此,在这次上海车展上,很多车企表示未来将把完善SUV谱系、丰富产品矩阵作为车型战略的发力点。

身为SUV“世家”,东风日产应该是国内产品布局最齐全、最合理的乘用车企业之一:官方售价36.58万元起的楼兰瞄准都市高端精英人群,主打豪华尊崇,是东风日产的旗舰车型。售价20.78万元起的奇骏,凭借着优异的性能和领先的技术,在20万元级别中型SUV市场叱咤风云。售价13.98万元起的逍客,时尚运动、活力四射,是14万元至20万元区间紧凑型SUV的领导者。

在深刻洞察中国消费者用车需求的基础上,东风日产以智能化和舒适度为导向开展技术创新,将楼兰、逍客、奇骏3款城市

SUV车型整合为“城市SUV智享家”,以集团优势征战SUV市场,满足不同层次市场多样化的需求。此次推出3款SUV荣耀版,无疑将进一步提升东风日产在SUV市场的整体竞争力。

除了东风日产以外,很多企业也纷纷推出新车,丰富产品阵营,实施集团作战,提高竞争力。奥迪在现有的Q7、Q5、Q3之外,将推出顶级Q8和入门Q2,逐步完善SUV谱系。大众汽车表示在中国市场会引进更多的SUV车型。福特汽车计划在中国全线推进SUV车型,以快速缩小与竞争对手之间的差距。通用汽车也表示未来将重点关注中国SUV市场。

一般来说,每年的4月至7月是汽车市场的淡季,但是上海车展汹涌的人潮和火爆的场面似乎在告诉人们:走过了2年“熊市”的中国汽车市场正在急速回暖,今年一季度的销量数据也佐证了这一观点。

有业内人士表示,今夏的中国汽车市场将淡季不淡,SUV市场将继续火爆。随着各大车企不断推陈出新,消费者对SUV的热情将进一步高涨,此时东风日产一举推出3款荣耀版车型,无疑为取胜市场增添了更多筹码。 (齐杰)