

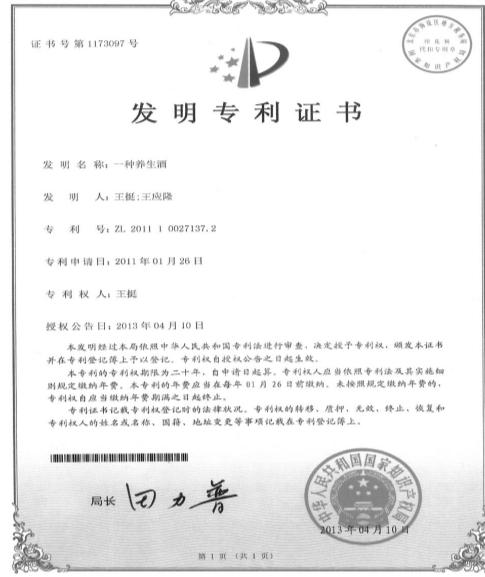


品牌报道

罡果酒创始人、董事长:王应隆个人简历



1957年12月,在广州军区南澳守备第一团,任战士、文书、文化教员、排长、代理指导员;
1963年3月,在广州军区桂林步校政治大队学习;
1966年7月,在广州军区政治部任干事;
1980年7月,在广东省澄海县武装部任政委、党委书记兼澄海县委常委;
1983年10月,在广东省军区广州梅花园干休所任政委、党委书记;
1993年1月,兼广州岭南老年服务中心总经理;
1995年4月,在广州华龄美老年服务有限公司工作;
曾荣获“中国公共关系诚信模范”、“中国诚信示范单位”、“全国诚信经营企业家”、“共和国杰出人物”、“中国改革创新人物”、“世界杰出华商”等称号。



保健酒拓出酒业蓝海

广州罡果酒业有限公司董事长王应隆建言保健酒市场



为部队奉献了40年,年届七旬,心系老龄事业,创办了老年服务有限公司和老年专业国际旅行社;看着退休的同伴们大多身体不好,他决定再次向健康产业出发。这位不断追求梦想的古稀老人,就是广州罡果酒业有限公司董事长王应隆。

王应隆自幼酷爱中医,在老龄化产业大潮中尝到甜头、得到快乐的他,想着利用自己的中医知识,研发保健酒。

保健酒古已有之,只是那时候更多地是作为“药酒”被人们认知。随着生活水平的提高,人们对健康的需求也越来越高,追求健康的理念和酒文化的结合,便有了保健酒的存在,并且逐步走进人们的生活,出现了一些专门以生产保健酒为主的酒品牌。

根据生产原理来看,保健酒是酒与药结合产生的全新酒品,其特点是在酿造过程中加入了药材,主要以养生为主,具有保健强身的作用,其用药讲究配伍,根据其功能可分为补气、补血、滋阴、补阳和气血双补等类型。

保健养生两不误 深挖产业支柱

王应隆表示,中华民族有5000年的历史,蕴含着独特而深厚的养生文化,这是一座金矿。这就要求我们内挖产品文化,外重科研技术,以现代科技作为工具去挖掘传统养生金矿,将我们的保健食品市场打造成既有我国养生文化底蕴,又有科学研究作为技术支撑的产业。

他担忧地说,目前我们的保健食品市场对这种养生文化的挖掘仍较浅,部分企业将精力放在狂轰滥炸的广告宣传上,忽略或轻视对传统养生文化的挖掘和科研投入,这种做法是非常错误的。国外的保健食品企业都非常注重科研,每年将大量

的资金力量投入到科研当中,造就技术含量较高的好产品,这是值得我们借鉴的。

经过不懈的努力,由世界中医药养生食品开发研究院监制出品,王应隆利用自己的专利配方,在贵州茅台镇酒厂泡浸制作,由传统工艺的陈年直酿酒液与传统中医药配方的巧妙结合,酒香不变、色泽金黄、口感醇厚、养生效果明显的“罡果酒”,被誉为“中国之作”。

罡果酒的名称由“四正四不”合成,表示罡果酒对人体有着这四正四不的作用。四正是“补气血、调阴阳”,四不是“祛风寒、排湿毒”,经常饮用有益身体健康。

罡果酒除了有统一的养生配方外,还分为酱香型、浓香型、清香型、酚香型和果酒五大系列20多个品种,度数有高有低,价格从几十元至几百元都有,是宴会、酒席、养生、送礼的酒类首选。

广州罡果酒业有限公司是罡果酒全球独家经销商,独创罡果专营店复合营销模式,结合多种销售技术宣传推广。此营销模式具备三赢的条件,为使罡果酒的特点让消费者深入体验和了解,该公司对专

营店销售整体支持,以最超值的价格回馈客户。罡果酒业以改善人类健康为企业宗旨,打造养生白酒品牌,让具有“中国之作”的罡果酒,为国人所骄傲。

保健酒群雄逐鹿 苦练内功铸品质

随着消费者养生饮酒观念的普及,保健酒市场将成为投资者热衷的领域。有数据显示,目前保健酒市场的年平均产值已达130亿元左右。

在国际市场上,保健酒、养生酒、营养酒的消费量占酒类消费总量的比例约为12%。在我国,白酒的市场容量是5,000亿元,若按12%的比例计算,保健酒的市场规模应在600亿元左右。显然,与目前的130亿元相比,具有巨大的成长空间。专家指出,保健酒产业有望成为下一个投资热点。正是这一点,给众多企业带来了巨大诱惑力,它们纷纷布局保健酒行业,以求从中分得一杯羹。业内专家预测,保健酒有望成为继白酒、葡萄酒和啤酒之后,国内酒业的第四大市场。

受“禁酒令”、“反垄断调查”、“整治公款浪费”及塑化剂事件等因素的影响,白



酒品牌遭遇市场寒冬。2014年春节,白酒业与往年相比遭遇了“滑铁卢”,仅高档白酒销量就下降高达60%,但保健酒却开了个好头。

近两年来,白酒布局保健酒业的速度明显加快,保健酒行业吸引众多白酒巨头抢滩。如今的保健酒行业正处于一个群雄逐鹿的战国时代,既有老牌的保健酒品牌,也有刚刚步入的新品,如何在竞争中抢占市场制高点是最重要的议题。

对此,王应隆表示,保健酒要想在低迷的酒业市场中取得大发展,首先要苦练内功,把产品品质做扎实,让消费者喝到健康、安全的产品。还要加强对保健酒消费文化的引导,树立一种“健康饮酒”的文化,让保健酒逐步跨入主流消费场合。相关企业不妨尝试差异化,用高端、时尚的定位扭转消费者对传统保健酒的认识。

在经济发达、保健意识高的区域,保健酒的消费更受欢迎,销售量也更高。而保健酒的消费人群,主要集中在30-45岁中青年人群,此类人群整体社会压力比较大,对自身身体保健的需求也逐步增强。

(李红涛)

福田汽车荣获“杰出可持续发展企业奖”

■本报记者 梦杨

近日,第四届“绿色中国·2014环保成就奖”颁奖典礼在香港会议展览中心揭晓。活动历经逾6个月的层层甄选,共计50个机构及个人分获16大类环保杰出成就奖项的各奖项,其中,中国商用车龙头企业福田汽车荣获“绿色中国·杰出可持续发展企业奖”。

“绿色中国”评选活动由联合国环境规划基金会、中国环境保护协会、香港环境保护协会、澳门环境保护协会、台湾环境保护协会5家机构联合主办,两岸四地10多家环保组织协办,是目前最多环保机构联合主办的环保评奖活动。

此次“绿色中国”评选机构将“杰出可持续发展企业奖”授予福田汽车,是对福田汽车在企业发展的各个方面积极实施绿色发展措施,将可持续发展理念深入公司业务的肯定。福田汽车自1996年成立以来,即将节能环保、可持续发展作为企业的经营理念和价值体系,并以此来指导企业的发展,自觉推动企业的绿色发展、循环发展和低碳发展。如今,节能减排的理念已深入到企业的产品研发和生产制造的各个环节。

在节能减排新能源产品研发和销售方面,福田汽车已走在行业前列;在降低能耗和保护环境方面,福田汽车在生产制造环节以更加严格的标准打造低排放、无接触、自动化的世界级水平的制造工厂和自动化生产线;在研发方面,福田汽车一直致力于节能产品的正向开发能力的提升,其空气动力性能开发水平居于国内领先地位。

新能源汽车领域的先行者

生产更为节能和环保的汽车产品,是福田汽车实现可持续发展的动力。作为中国节能与新能源汽车研发以及应用领域的先

行者,福田汽车早在2003年就已将生产绿色节能汽车产品作为公司发展的重要战略,并开始研发设计各类新能源汽车,已经形成了国内先进的新能源汽车研发能力。截至目前,福田新能源汽车在北京、广州、杭州等城市以及我国台湾等地运营数量已经近万辆,其中北京地区超过5000辆。

为助力绿色北京、美丽中国的目标建设,福田汽车一直致力于加大各类型节能减排产品的开发力度。目前,福田汽车已形成覆盖卡车、客车、多功能车等领域40余款车型的节能与新能源汽车产品体系,产品涵盖混合动力、纯电动、燃料电池和LNG等多个品类,成为中国新能源汽车商业化示范领域的领军企业。

低排放、无接触、自动化的制造工厂

在生产制造环节,福田汽车同样遵循着资源节约型、环境友好型的企业发展路线。据悉,福田汽车在北京、山东、广东三个核心制造基地的18个制造中心,自2009年至今四年,累计投入100多亿元,按低排放、无接触、自动化的世界标准,全新打造了世界级水平的制造工厂和自动化生产线。这在提高生产效率和作业精度、降低工人劳动强度和人工成本的同时,也极大降低了生产过程中的能源消耗和污染物排放,实现了节能减排和绿色环保的目标。

此外,为响应政府号召,降低能耗,减少大气污染,近年来福田汽车还投资5亿元将全部燃煤锅炉改用清洁能源,仅此一项,每年就可减少5万吨燃煤消耗,并大大降低了SO2等有害物质的排放。

节能产品

正向开发能力国内领先

为了给社会提供油耗更少的节

能重卡产品,福田汽车研发团队2013年在四川绵阳风洞实验室进行了欧曼GTL实车风洞实验。该实验的成功实现了福田汽车在空气动力性能开发上的突破,使福田汽车整车产品在油耗方面更具竞争力。

福田汽车进入重卡市场以来,一直坚持按照世界标准自主开发产品,特别是第四代重卡产品欧曼GTL,自2012年2月上市以后,以其优良的性价比受到市场和客户的高度认可。此次风洞实验的开展,有助于进一步改善GTL产品空气动力学特性,继续保持其燃油经济性领先优势,对福田汽车正向开发能力的提升起到重大推动作用。

近日,在北京福田康明斯发动机全球样板工厂里,福田汽车与美国康明斯公司签署了欧六及LNG清洁能源科技创新合作项目,标志着双方将加深在清洁动力领域的战略合作。同日,配装代表发动机领域顶尖技术的康明斯ISG重型发动机的欧曼GTL超能版实现全球上市,该款由中美德携手打造的高端重卡,在满足欧四、欧五排放标准的同时能在同一平台上轻松升级至欧六,欧曼GTL超能版的诞生无疑将会成为引领中国重卡升级的新标志。



车风尚温控汽车坐垫热销

急需解决的问题。

由中福天地(北京)建筑科学研究院开发研制的车风尚温控汽车坐垫,采用智能温控系统,内置导风管,表面100多个出气孔,不管春夏秋冬都能带来舒适的驾车感受。车风尚温控坐垫设置5组按摩点,按摩腰、背、颈3个部位,可有效地促进软组织血液循环、提高人体免疫力,让开车不疲劳,保持旺盛的精力,预防颈椎病、腰椎病的发生。由于采用创新的理念和多元化的设计,融入最新时尚的流行元素,车风尚温控汽车坐垫

一经推出便受到喜爱,销售火爆,特别是吸引了大批追求时尚前卫的车主。

很多汽车饰品经销商表示,车风尚温控汽车坐垫具有创新的市场定位,可以给加盟商更多的产品,更有优势的价格,更有影响力的品牌,以及更规范、更标准的服务。

面对巨大的市场潜力和保健需求,这样的好项目一定会受到投资者的追捧。

(沈海燕)

创新品牌

第三届“林德杯”中国叉车职业技能巡回赛启动

本报讯日前,第三届“林德杯”中国叉车职业技能巡回赛开幕仪式在中国邮政北京中心举行。此次巡回赛将于2014年6月至2015年5月在全国40个城市火热展开,第一轮选拔赛将在全国各大城市举行,随后进行厦门、北京、上海、苏州和广州五个大区以及经销商区域的决赛。最终,优秀选手将在明年5月的全国总决赛中争霸,总冠军将代

(沈海燕)

汽配行业知名品牌评价工程颁奖盛典举办

本报讯日前,由慧聪网“中标全联汽配用品检测鉴定中心”主办的“慧聪网·2013年度汽车配件行业知名品牌评价工程”公布结果。此次评选,慧聪网联合6大行业协会和检测中心,起草并审定《汽车配件用品行业知名品牌评价办法》,并经过更加权威的评价体系,推选出行业内的优秀品牌。经过3个月的报名、评审和紧张筹备,颁奖盛

(徐云)

朗玛信息布局医疗健康大数据产业

本报讯日前,朗玛信息在北京召开“朗玛·39健康网:携手进军医疗健康大数据产业”新闻发布会,向市场详细解读公司战略。朗玛信息此次收购39健康网,是公司正式进军医疗健康大数据产业的第一步。用户、数据以及医疗服务是医疗健康大数据服务中至关重要的三要素,这也是公司产业布局的方向。公司目前已经逐步启动了在这一领域的全面布局。

(魏文)

爱眼眼镜暑假促销

本报讯爱眼眼镜为回馈中国广大消费者,在2014年7月12日至8月31日,开展镜架、镜片7.5折,赠送“爱眼”牌眼镜清洗液1瓶的促销活动。顾客持促销期间的宣传信息来店消费,再送顾客“爱眼”牌眼镜清洗液1瓶。“爱眼眼镜”是日本专业眼镜品牌,简

(林国光)

绅宝D70打造高端座驾新名片

本报讯日前,由人民日报社主办的首届丝绸之路经济带媒体合作论坛在北京举办。来自丝绸之路经济带沿途15个国家近30家主流媒体负责人出席了此次论坛,并签署了联合宣言。北京汽车绅宝D70作为论坛唯一指定用车为与会贵宾提供了全程尊享服务,获得了广泛称赞。

(晓林)

之笔”。

面对国际级的高规格接待任务,北京汽车绅宝D70凭借优秀的产品性能和品质,为本届论坛提供了强有力的支持与保障,并向媒体界精英领袖展现了北京汽车的风采。绅宝D70不仅完美继承了SAAB涡轮增压、轻量化底盘等技术基因,且在科技配置、驾驶舒适性上建树颇丰,是一款融“赛道级性能”与“公务头等舱”于一体的中高端车型。其自去年5月上市以来,便为媒体与消费者所热捧,更是公务车市场的新宠。

(晓林)