

何寶順：打造五大連池成世界旅遊名鎮

黑河市委副秘書長、五大連池管委會黨委書記、主任何寶順



去年以來，隨着黑龍江省委、省政府做出「舉全省之力申報五大連池世界自然遺產」和「打造黑龍江省第一旅遊名鎮」的重大戰略決策，五大連池吸引了世界的目光。如何落實省委、省政府的戰略部署，圓幾代申遺夢想，把美好的藍圖親手變成現實？壓力如長江之水，滾滾而來。面臨歷史抉擇、天降大任，黑河市委副秘書長，五大連池管委會黨委書記、主任何寶順肩負千斤重擔、責任與夢想。

本報記者 付彥華 實習記者 高賀強

他在接受記者採訪時稱，將義無反顧、鞠躬盡瘁，依託珍稀獨特的火山礦泉風景資源，深入挖掘火山礦泉文化積澱，把五大連池風景區打造成國際低級旅遊區、世界旅遊名勝地、人類的養生天堂。今年，五大連池榮膺黑龍江100個最值得去的地方榜首，成為黑龍江首選旅遊目的地，並且成為我國唯一向聯合國教科文組織世界遺產聯盟提交的一份很珍貴的自然遺產提名。以豐富火山聖泉馳名中外的五大連池，1060

平方公里沃野浩瀚，山水環天，14座火山遺跡令人震撼流連。這是地球運動的千古絕作，也是大自然奉獻人類的珍貴遺產，被譽為「天然火山博物館」和「打開的火山教科書」。其風景資源、礦泉資源、動植物資源在全國乃至世界都具有唯一性、稀缺性、獨特性。談及省裡為何做出如此重大決策？何寶順一語中的地闡述道，五大連池之所以在100個最值得去的地方脫穎而出，且唯一能代表我國向聯合國教科文組織申遺，主要是其資源稟賦沒有一點人工雕琢，其三大美具有不可複製性。一是有中華民族傳統的山水美，有山有水。其神在於山，靈在於水。二

是五大連池的火山群（熔岩）與水系的立體幾何構圖美。突兀而起的14座火山遺跡，東邊是7座，西邊是7座，中間是五個池子，它的構圖非常有規律，很奇特，很有神韻是歐洲美學所說的叫做立體幾何構圖美。三是五大連池的火山和水的系統形成了特定的被稱為生滅、毀滅與再生的美；展現生命的頑強、搏弈的美，展示了地球46億年地球最低級的生命到高級生命的演替過程。

「五行」作基調規劃名鎮

何寶順說，五大連池新的名鎮規劃與建設，決不能克隆人家的東西，要按照中國傳統的「五行」來做，融古今名鎮的建築風格。「金」，是從含金量和影響力角度來說的；打響黑龍江首選旅遊目的地第一金字招牌。「木」，放大小興安嶺的林木花草文化在五大連池的體現，要把木做活，做好，要體現地方的文化內涵和特色。「水」，五大連池打的就是水的招牌，以礦泉水著稱於世，把水療、冷熱泉、冰雪浴、中醫中藥蒸薰的、飲用的、洗泡的做好，做好、做好水的文章。「火」指的是火山、熔岩，要把這種熔岩火山的文化元素做活、做好；要以「火」為景觀風貌亮點，憑藉火山元素，塑造火山小鎮。「土」就是打造地方的餐飲住宿、文藝演出，突出鄉土氣息、把

鄉土文化融入到現代文明當中去。
名鎮融入火山元素

新建成的五大連池名鎮將是個什麼樣子呢？何寶順打了一個貼切、神秘、生動的比喻：把一個人蒙着眼睛降落到地面後，當你睜開眼睛的一瞬間立刻感覺到的這個地方就是五大連池，你拍一個照片，無論是單體建築還是群體建築，人家不會說這是意大利的古城堡，或者古羅馬、古希臘的建築文化文明，而會說是五大連池文化元素。打造由火山元素融入的新的建築風格必須注意的，一是建築樓層不能太高，不能把鎮子建得大張揚，建築體量不能太大，要求進入到五大連池後，映入眼簾的是火山群，火山熔岩，再看到五池碧波，凸顯自然景觀，把它作為第一主題展示出來。同時建築色彩上要採用漸進融入法，不能採用反差法，要把灰黑色做為建築的主基調，歷久彌新，但建築造型要有歐洲元素，要有一些現代化氣息，更重要的是火山符號。放眼明天，何寶順信心十足，他說，如今五大連池正戮力同心，申遺與名鎮建設並舉，如火如荼。申遺成功後，五大連池風景區將成為國際上唯一一處集世界地質公園、世界生物圈保護區、世界自然遺產三項桂冠於一身的世界旅遊勝地。

「東北瓷都」產業集群崛起

瀋陽市北部產業集群中，法庫縣以迅速壯大的陶瓷產業集群為國內外投資者青睞：目前累計落戶企業145家，開工建設各類生產線360條，已竣工投產220條。產品有建築瓷、日用瓷、藝術瓷、工業瓷、電瓷、特種瓷、衛生潔具等12大類27個品種。市場覆蓋東北三省及內蒙古東部地區，並遠銷俄羅斯、美國、蒙古、阿聯酋、韓國和朝鮮等國家和地區。



瀋陽市法庫縣縣長馮守權介紹法庫作為東北瓷都所具有的優勢

「2010法庫陶瓷博覽交易會」即將舉行，在此前的新聞發布會上，法庫縣長馮守權傾力推介入選「中國縣域產業集群競爭力百強」的法庫陶瓷產業集群。資源豐富產銷率達100%。馮守權力薦法庫資源和企業優勢：作為全國瓷土基地縣、遼寧省一類礦產資源大縣，法庫縣非金屬礦產資源十分豐富，具有較大開發價值的礦產資源30餘種，佔瀋陽市已探明礦種的70%以上，擁有生產陶瓷的全部坯體原料。僅今年1-6月份，法庫陶瓷產業集群生產各類建築陶瓷2.3億平方米，實現工業生產總值116億元，同比增長168.02%；園區產品吞吐量達1000萬噸，產銷率達100%。從2002年第一家陶瓷企業落戶法庫至今，法庫縣以多項優惠政策，強力推進陶瓷產業集群建設，瀋陽、佛山、潮州、開清等國內知名陶瓷企業及德國、西班牙、希臘、韓國等國際知名陶瓷企業紛至沓來；佛山新中源陶瓷、西班牙博茨蓋陶等「旗艦型」項目、景德鎮哈尼創意陶瓷項目相繼落戶法庫；今年6月，杭州蘇泊爾集團與法庫簽定協定，三年投資20億元，建立國內最大單體衛生陶瓷潔具。法庫縣先後獲得「陶瓷產業集群國際合作基地」、「中國縣域產業集群競爭力百強」稱號。幾年時間，東北亞與中國東北地區陶瓷及其產品精深加工的「東北瓷都」崛起了。

打造法庫地方名牌工程

馮守權稱，法庫傾力打造「東北瓷都」品牌，當陶瓷產業規模做大、種類日漸豐富時，法庫啟動「貼牌」工程，實施了對地方名牌給予重金獎勵政策。陶瓷企業紛紛爭創名優產品和著名商標：飛奧美陶瓷產品榮獲「中國與東北亞產品展覽會金獎」，飛奧美陶瓷和日日順陶瓷均獲得「瀋陽市政府名牌產品」榮譽稱號……品牌建設為企業帶來可觀效益，去年，飛奧美陶瓷銷售產品產量提高了40%。法庫陶瓷園區對進入市場的陶瓷產品都嚴格執行國家最新質量標準，同時加強陶瓷產品質量的抽查檢測，並在媒體上公布質量檢測結果，從源頭上把住了無產品名稱、無廠名廠址、無質量等級標識陶瓷「三無」產品在市場上銷售。

建一流國際知名環保區

馮守權稱，「千方百計保證陶瓷生產線的環保指標，是我們重中之重。」他指出，陶瓷產業規模化、品牌化發展的同時，法庫注重以循環經濟理念引進先進陶瓷和創意陶瓷，提高資源利用率和產品附加值。節能減排是產業發展的未來，目前法庫產業還處於起步階段，但是，窯爐改造，熱利用，集中供氣、中水回用，碳減排，瓷片減薄是重點工作，料用3-5年，法庫將建成國內一流，國際知名的環保區。

滇華坪縣打造「晚熟芒果之鄉」



華坪芒果生長季節光照充足，果實着色較好，非常誘人

享有「最晚熟芒果」美譽的雲南省麗江市華坪縣芒果產業發展推介會7月26日在昆明舉行，來自全國各地的專家和學者品鑒了美味的華坪芒果，並對如何利用華坪縣的有利資源發展芒果這一特色產業提出了意見和建議，推介會上還簽訂了兩項銷售協議。華坪縣是雲南省規模最大的優質晚熟芒果產區，也是中國緯度最北端的芒果產區之一，大部分芒果成熟期在8月至10月，屬於晚熟芒果，彌補了8至10月國內乃至亞洲市場沒有芒果上市的空白，具有明顯的晚熟差異化競爭優勢。華坪縣因屬金沙江乾熱河谷氣候，非常適宜發展芒果等熱帶、亞熱帶經濟作物，華坪芒果生長期長，積累的营养成分多，同一品種可溶性固形物含量比國內其他產區芒果高出1.2%至2.5%，營養價值極高，華坪芒果產地價格每公斤5元至6元左右，遠低於每公斤10元以上的北方市場芒果價格，競爭優勢非常明顯。

據了解，華坪縣目前共有8個優質芒果品種，全縣已建立了一個芒果示範園、6個千畝示範基地、22個百畝以上的科技示範園。截至2009年底，全縣種植芒果14萬畝，佔雲南省芒果種植總面積的一半，產量達到4萬噸，實現產值1.21億元，已成為當地農民增收致富的主要途徑。華坪縣委書記張培表示，華坪將打造成中國優質晚熟芒果之鄉，到2020年，將實現全縣芒果種植面積20萬畝以上，總產值超9億元。

本報記者 保紅



中華新駿捷轎車上市

據悉，至7月上旬結束，華晨汽車整體銷售達到200萬輛，中華品牌50萬輛也將下線。中華品牌的年度扛鼎之作——中華新駿捷也推出上市。同時，華晨汽車還將正式向大連市交付一批新能源汽車用作大連公共交通車。

湯臣倍健：營養保健產業「隱形冠軍」

中國營養保健產業在中國高速發展，規模超過550億元。除了大家熟悉的直銷巨頭安利紐崔萊，在非直銷領域，一個年零售額超過10億元、年增幅超過50%的「隱形冠軍」——湯臣倍健已成長起來了。

今天的湯臣倍健是非直銷領域第一品牌，佔據最強大的藥店、商超渠道，截至2010年6月30日，湯臣倍健產品在國內200多個城市總共約9000多個零售終端進

行銷售。據透露，2010年湯臣倍健以終端零售額計算的市場規模將達到20個億，未來3年內將超過50億。

非直銷領域龍頭企業

「根據湯臣倍健的戰略規劃，預計到2012年湯臣倍健產品的零售終端將達到20000個左右，湯臣倍健營養中心連鎖經營店將達到600餘家」，湯臣倍健總經理湯暉表示。

從中國保健協會市場工委了解到，湯臣倍健2008年在中國膳食營養補充劑產業非直銷領域的市場佔有率已達到了10%，市場佔有率排名第一。2009年，湯臣倍健零售額更突破10億元，成為中國膳食營養補充劑產業非直銷領域首家10億級企業。中山大學公關營銷專家林景新認為，從2004年開始，湯臣倍健連續多年穩居中國膳食營養補充劑市場零售終端第一品牌；有別於直

銷巨頭安利，湯臣倍健一直矢志於渠道穩健擴張，消費者認知度並不高，是業內非直銷領域的「隱形冠軍」。

「社會發展到今天，吃不飽的人越來越少，但這種「飽」，只是熱量上的「飽」，而不是營養上的飽」，湯臣倍健首席營養師楊銘表示，「解決辦法就是根據《中國居民膳食指南（2007）》，補充人體必需的營養素和生物活性物質，提高機體健康水平，降低疾病風險。如孕婦普遍需要補充葉酸，否則胎兒畸形的概率會大大增加。」

採專櫃+營養顧問模式

湯暉指出：「我們是針對中國的國情，把安利紐崔萊的營養師模式搬到了專櫃。安利是直銷，而我們則通過傳統渠道終端來做。」

「原本的經銷商大都是從事傳統保健食品的，很多觀念改不過來，但我們深深知道，首先要改變我們自己的觀念，就是先賣觀念，再賣產品，從2003年12月，我們引入了職業的註冊營養師，對我們的經銷商培訓，也對我們自己進行培訓，並通過終端專櫃+營養顧問的模式，向消費者進

行營養及健康知識、觀念的普及教育。」湯臣倍健率先引入的銷售模式，很快作為成功經驗被業內複製。

目前，湯臣倍健擁有國際國內註冊營養師30名，是非直銷領域擁有註冊營養師數量較多的企業之一。

由於中國法律和市場的原因，直銷渠道與非直銷渠道相互隔離，直銷領域的企業與非直銷領域的企業通常並不產生正面的競爭。

在安利之後，2006年，全球膳食營養補充劑的巨頭NBTY進入中國市場，在大城市開設專櫃；2010年2月，全球最大的膳食營養補充劑連鎖企業GNC牽手上海光明食品集團，再次進入中國，並開設品牌連鎖店。這標誌著全球領先企業開始關注中國這個巨大市場，帶來了行業的新銷售模式，同時也加劇了市場競爭。

湯暉自信地表示，湯臣倍健渠道網絡成熟，已形成了較強的渠道品牌，優勢仍然很明顯。

中國保健協會市場工委出具的《2009膳食營養補充劑（非直銷領域）報告》顯示，只要中國經濟在未來數年不低於8%的增速，膳食營養補充劑的市場規模將保持目前的增長速度，到2012年膳食營養補充劑非直銷領域市場規模將超過160億元。

（梁軍）

簡訊

旅遊高峰論壇九月廣東舉行

作為2010世界旅遊日全球主會慶典暨中國廣東國際旅遊文化節的主要活動之一，「旅遊、生物多樣性和可持續發展高峰對話」將於2010年9月27日在廣東省博物館新館舉行，海內外嘉賓及旅遊業界人士約400人將出席會議，探討旅遊、生物多樣性及可持續發展的關係與相關的旅遊熱點問題。

本次論壇由世界旅遊組織、中國國家旅遊局以及廣東省人民政府主辦，廣東省旅遊局、中山大學以及網易承辦，以「旅遊、生物多樣性和可持續發展」為主題，內容分為主旨演講、高峰對話以及高峰對話三部分。

期間，生物多樣性公約執行秘書文哈邁德·朱格拉夫（Ahmed Djoghla）和世界旅遊組織旅遊可持續發展項目主任路易吉·卡布利尼（Luigi Cabrini）將以「旅遊與生物多樣性」分別為主題做主旨演講。

高峰對話將主要探討「旅遊、生物多樣性與可持續發展關係」、「生物多樣性對旅遊業及旅遊者的重要性」、「保護和可持續利用生物多樣性對於旅遊的成本與效益」等六方面的內容。屆時，世界自然保護聯盟總幹事朱麗亞·馬頓、勒菲弗等嘉賓將出席，進行面對面的交流。高峰對話則以「國民旅遊休閒與中國出境旅遊」為主題進行嘉賓對話。

近年來，全球旅遊業漸漸與生物多樣性、可持續發展等概念緊密結合在一起。在這一環境下，透過「旅遊、生物多樣性和可持續發展高峰對話」，將成為中國旅遊業探索更好的發展道路，同時促進國際旅遊行業的交流、合作與發展。

本報記者 黃寶儀

青島十月辦國際農產品交易會

2010青島國際農產品交易會將於10月29日至31日在山東國際農產品展示交易中心舉行，本屆農交會將特設韓國、日本、歐美等國際展區，吸引了日、韓、美、英以及台灣、香港13個國家和地區的100餘家參展商。

農交會以「綠色、科技、品牌」為主題，計劃招展參展企業600家。目前，青島農交會已逐步成為具有影響力的國際區域性農產品交易盛會，山東國際農產品展示交易中心也逐步成為山東乃至全國農業對外開放的一個重要視窗和平台。自2005年以來，青島國際農交會已經成功舉辦四屆，累計參展企業2800餘家，實現交易額17.53億元。

本屆農交會由農業部、山東省政府共同主辦，青島市政府和山東省經濟和資訊化委員會、山東省商務廳、山東省農業廳、山東省海洋與漁業廳、山東省供銷合作社聯合社共同承辦。

本報記者 于光霞

廣州通訊展結束逾八萬人入場



香港館成為展會一次亮點

廣州通訊展2010暨數碼生活嘉年華日前在廣州舉行，穗港六十多個企業參展，攤位二百四十六個，四天共迎來8萬市民入場，現場營業額逾千萬元。主辦方表示，成績符合預期，由於看好廣州市場，希望未來能以一年兩至三展的頻率在廣州繼續推行。

此次通訊展，以香港電腦通訊節模式首度落戶廣州。為了體現展、銷、論、賞四位一體的展會特色，主辦方特意設香港館，組織了香港資訊科技推廣協會、香港電腦商會、香港品牌公司聯合會、香港中華資訊科技商會等四會會員共60多個攤位參展，把原汁原味的港式展覽文化帶到展會上。無論從展位裝飾、經營手法還是推銷技巧方面，都給廣大市民和內地展商一種清新之感，多個首日手機展商更即時偷拍，並立竿見影，銷情大增。

隨着首日開館半天進場6000人次，次日受暴雨影響進場僅1萬人次之後，展館在周六迎來了2.5萬人次進場，iPad平板電腦的魅力、通信博物館的古董、香港館的潮貨、滿場的Show Girl，都成為人們從各地湧來爭相觀賞的亮點。周日更一舉突破3.8萬人次，場內交投氣氛活躍，眾多香港商家直言此時真正有了香港電腦通訊節的感覺。展會銷售之冠當仁不讓地歸屬目前全球熱銷的iPad平板電腦，3G專賣店CEO譚小天透露，展會期間已接受超過20部的訂單，甚至連現價13800元的iPhone 4手機也有買家訂貨。

（穗訊）



消費者在湯臣倍健營養中心