

復興中國茉莉花茶茶的推手

——記福建春倫茶業集團孿生兄弟傅天龍、傅天甫

在中國茶界，福建春倫茶業集團的傅天龍、傅天甫兄弟無人不曉。哥哥傅天龍是集團董事長，弟弟傅天甫則是集團總裁。1965年，哥倆先後十分鐘相繼來到人間。傅家本世居山東清河，祖上累代為將。明朝南方倭患日重，傅家先人策馬仗劍，長驅千里，領兵入閩，連奏凱歌。倭盡，帝令傅大將軍留閩駐守，保千里閩海安危。南北基因使然，這哥倆在閩人機靈、儒雅之中，又透着齊魯漢子的仗義、剛烈。有好宋詞者言：此哥倆是宋詞中豪放派與婉約派的結合體，怪不得能力挽狂瀾，讓即將沒落的茉莉花茶重新香飄世界。 本報記者 史兵

百花仙子與孿生兄弟

但無論如何，從長相上看，傅家兄弟也難與婀娜多姿的百花仙子相比，但人們總愛相提並論。福州當地傳說中的百花仙子，曾是催生茉莉花茶的孿生姐妹，而今日之傅家兄弟，則是茉莉花茶浴火重生的重要推手。

相傳，百花仙子姐妹，原是天宮御花園一對奇花，後遭衆花相嫉，飛入人間，與福州新店一對方姓農兄弟結婚。玉皇大帝遣天兵天將下凡捉拿，百花仙子姐妹施展神技，將夫君分別送往福州茶園山和茶會山，並變出萬千茶樹，讓二人隱身。姐妹倆隨即化身素白如雪的小花，開遍新店田野。隨後，百花仙子託夢當地農民，讓他們將茉莉花和茶園山、茶會山的茶葉放在一起同眠6小時。第二天早上，農民沖泡茶葉時，驚奇地發現滿屋茉莉飄香，茉莉

茶因此得名。

傅家兄弟生於遍植茉莉花與茶樹的倉山城門山間，家中製作茉莉花茶歷史已有百年。13歲時，兄弟二人先是學習製茶，後又成為城門茶廠業務員。傅家兄弟本有千條路可致富，但隨着閩南鐵觀音等茶的崛起，福州大批茉莉茶廠紛紛倒閉，茉莉花茶面臨絕境。然而，傅家兄弟骨子裡軍人不服輸的基因不滅，他倆決意要讓茉莉花茶重振雄風。1985年，兄弟倆創辦了福州春倫茶業有限公司。

做最好的茶 做最好的人

弟弟傅天甫言：茶中，以春茶為最上品。我們要做最好的茶；倫理綱常，為做人之本，我們要做上敬國家下孝衆親的好人，「春倫」二字由此來。

如今，春倫集團已是中國茶業行業百強企業、省級產

業化重點龍頭企業，春倫品牌成了福建省著名商標，在2011年中國茶業企業品牌價值評估中，春倫品牌價值為7.5億元人民幣，成為中國茉莉花茶第一品牌、中國首家有機茶。傅家兄弟，也被茉莉花茶故鄉——福州市政府評為「茉莉花茶工藝傳承大師」。

建科研基地 古名茶重現

為了讓福州茉莉花茶走向世界，傅家兄弟投入鉅資建設科研基地，開發出衆多茉莉花茶新產品，填補了中國茶的多項空白。

傅家兄弟還挖掘、重現了不少中國古時貢茶、御茶。比如，名茶「方山露芽」，「柏岩茶」自唐至清皆為皇家貢品，但近代已失傳。傅家兄弟盡心盡力，終讓茉莉露芽重見天日。鼓山半山岩（柏岩茶）茶，是武夷「大紅袍」的祖先。傅家兄弟踏遍福州北部連綿的鼓山山脈，終於尋找到「大紅袍」的母本樹並繁育成功，還挖掘出已失傳的製作工藝，使之重出江湖。

由於傅家兄弟對中國茶產業發展的特殊貢獻，兄弟倆被稱為「茉莉花茶復興推手」，春倫集團成為國家級茉莉花茶研發分中心和茉莉花茶生產標準制定機構。



▲春倫集團董事長傅天龍（右）與總裁傅天甫（左）嚴把茶葉產品質量關



廣州天河CBD標識「飛揚天河」問世

廣州市天河中央商務區（簡稱「廣州天河CBD」）是國務院批准的國內三大CBD之一，為進一步推進廣州天河CBD的整體營銷和宣傳推介，提升廣州天河CBD的知名度和影響力，今年2月，廣州天河CBD管委會向海內外公開徵集廣州天河CBD形象標識（LOGO），有關活動目前已圓滿結束。

▲「飛揚天河」脫穎而出成為廣州天河CBD標識

最終獲得一等獎並成為廣州天河CBD標識的是來自加拿大AB省3W Design Studio（3W設計工作室）圖文設計師溫潔勝設計的263號作品「飛揚天河」。標識將天河的「天」橫置作為主體，內含「H」（河）、「B」（商務）、「D」（區域）等元素，既能成為廣州天河CBD的重要識別，同時，「H」和「D」又分別是英文「High」（高）和「Development」（發展）的首字母，寓示着廣州天河CBD的高端產業、高級人才、高效服務及高速發展。標識運用中國傳統的剪影表現形式，描繪出一幅中央商務區現代建築群倒映在珠江水面上的秀麗景象，實現了傳統與現代、建築與自然、商務與環境的完美結合。上下顏色將標識分段，紅色象徵活力，金色象徵財富，藍色象徵和諧及海納百川的博大胸懷，凸顯出廣州天河CBD作為「經濟引擎、城市客廳、幸福新城」及國際一流CBD的目標定位。同時，標識還蘊含了羊角元素，加強了世人對千年羊城新廣州的深層印象。標識作者為加拿大籍華人圖文設計師，畢業於三藩市藝術學院，較有分量的中國作品有：中央電視台軍事節目標識；深圳沙頭角（中英街，一國兩制文化遺產）電視台台標等。



▲「飛揚天河」脫穎而出成為廣州天河CBD標識

王健儀：打造王老吉成世界性民族品牌

王老吉藥業董事會年初完成換屆，選出了王老吉第五代後人、香港同興藥業董事長王健儀擔任廣州王老吉藥業股份有限公司第三屆董事會董事長。日前王健儀與記者首次暢談王老吉發展，並寄望實現王老吉商標大統一。 本報記者 盧亮

記者：當前，外界對閣下擔任王老吉合資企業董事長的緣由並不十分了解，能否就此事作一介紹？

王健儀：我擔任王老吉合資企業的董事長，與我是王老吉的後人，同時也是王老吉海外商標持有人的特殊身份有關。

2004年8月廣州市政府響應中央政府加強粵港合作的號召，在香港舉行招商會。期間，招商團成員廣藥集團向我們同興藥業的董事李祖澤、黃宜弘等五位知名愛國人士發出邀請，由同興藥業和廣州藥業共同合資成立王老吉藥業股份有限公司，雙方約定把國內外的王老吉商標轉入到王老吉合資企業，打造一個世界性的民族品牌。



▲廣州王老吉藥業股份有限公司董事長王健儀期望早日實現王老吉商標大統一

作為王老吉的第五代傳人，當時我就對這個事情感到非常歡欣鼓舞。明確表態說，實現國內外的王老吉品牌統一，讓王老吉涼茶走向世界，這是利國利民的大事，是我們家族、所有王老吉人及我個人長期以來的心願，我一定積極參與促成此事。

合資企業成立後，王老吉商標轉到合資企業的工作，起初是很順利的，已經很快就完成了價格評估、上報國資委和市政府等階段性工作。六年時間過去，商標轉讓也是最後一步工作卻始終沒有能夠落實下來。在這種情形下，我個人覺得自己有責任有義務要為實現王老吉海內外商標統一這一目標做不懈的努力。所以，2009年底我出任同興藥業董事長時接任王老吉合資企業副董事長，以至今今年出任王老吉合資企業本屆董事長後，我會堅持完成海內外王老吉商標統一到王老吉合資企業這一歷史性的工作，並堅信廣州市委市政府會予以大力支持。

記者：現在市面上的王老吉有紅罐和綠盒之分，紅罐是加多寶集團生產的，而綠盒是王老吉合資企業生產的，最近一段時間，廣藥集團與加多寶集團之間就王老吉品牌問題發生了爭論。王女士是怎麼看待的？

王健儀：王老吉涼茶本來是我先祖王澤邦秉承着懸壺濟世的理想所創製的嶺南地方性涼茶，從前一直是沿街開涼茶舖售賣的，並且只是在南粵地區小範圍才有得賣，但是出了廣東就沒有人知道了。自從加多寶開始經營王老吉品牌以來，經過十幾年辛苦耕耘，每年都投入鉅資宣傳王老吉品牌，一點一點地完成了現在遍布全國的銷售網絡，又有魄力地在全國很多中心城市建設了生產基地，從而將一個地方性藥用飲品，成功地打造成了一個全國性的普通涼茶飲料的。我個人對於加多寶始終如一堅持做好王老吉涼茶，讓王老吉在國內外發揚光大，是衷心感激的。我們王老吉合資企業生產的綠盒裝王老吉涼茶的廣告語是「王老吉還有盒裝」，也充分說明了王老吉品牌完全是可以共處共贏的。

記者：閣下對於王老吉的未來有何寄望？

王健儀：作為王老吉合資企業的第一任董事長，我希望自己在任期間，完成2005年粵港雙方合資成立王老吉藥業時約定的義務，盡快把海內外的王老吉商標整合統一到王老吉合資企業，為王老吉涼茶成為國際性的飲料品牌鋪平道路。

155項目給力高明區「綠色崛起」

日前，佛山市高明區在該區西江新城核心區隆重舉辦「綠色崛起示範區」城市建設啟動月活動，高明今年將啓動和建設155個城市建設項目，總投資約52.63億元（不包括房地產商自身投資），其中，年內完工項目82個（上半年完成投資約6.4億元，下半年完成投資約18億元），新動工項目73個（預計總投資28.23億元）。系列項目主要包括城市新區建築綜合群體、重大城市基礎設施配套項目、民生事業重要項目、城市環境建設和「三舊」改造項目等，涵蓋房產、工業、醫療、科教、文體、道路、綠化、市政和重大基礎設施建設等領域。據了解如這些項目如期竣工，必將加速推進高明城市轉型，以此引領全區「綠色崛起」。



▲西江新城核心區奠基石

在155個城市建設項目中，有很多規模較大、影響深遠的重大項目，活動重點介紹了八個項目，包括西江新城核心區各項工程（市民中心、體育館、明湖公園）、省紡織學院與新職業學校、新婦幼保健院、君御海城（國際）酒店以及四鎮街項目。而當天舉行奠基儀式的西江新城就是重中之重，西江新城核心區是未來五年該區城市發展重點區域，規劃總面積約2800畝，高明積極借力央企，引進了中鐵戰略投資者參與

新城開發建設，重點建設年內啓動的22項基礎設施建設，與此同時，新婦幼保健院、兩大人才基地省紡織學院與新職業學校，以及定位為國際五星級豪華商務度假式酒店的君御海城（國際）酒店均在本次搶先入駐西江新城。

出席活動的佛山市長李貽偉十分讚賞西江新城的總體規劃，表示感覺非常震撼，認為高明「綠色崛起示範區」的理念完全符合當前發展大勢，相信將給該區帶來無限發展空間，成為佛山市的一個新亮點。

寶雞：打造關天經濟區副中心城市

中共寶雞市委書記唐俊昌近日接受本報記者專訪時表示，「十二五」期間寶雞將全力建設成為關天經濟區內的新的增長極，力爭到2015年全市經濟總量、人均GDP、財稅總收入等指標實現翻一番，GDP總量位居西部前列。 本報記者 陳琳



▲中共寶雞市委書記唐俊昌表示，寶雞將全力建設成為關天經濟區內新的增長極

唐俊昌表示，寶雞在過去五年間綜合實力上了一個大台階，經濟總量提前一年完成「十二五」規劃任務，去年逼近千億大關，財稅總收入、地方財政收入實現翻番。

在唐俊昌看來，未來五年是寶雞加快發展的黃金期。他表示，為實現這一目標，寶雞將把加快轉變發展方式作為根本，把惠民富民作為根本目的，傾力抓好「十件大事」，加速轉型突破。一是抓大項目，完成總投資5300億元的600個重點項目，帶動全市社會固定資產投資達到8500億元以上，拉動全市GDP保持13%以上的年均增進。二是培育大集群，基本形成以九大產業集群為支撐、以及「兩區多園」為承載的現代工業體系，以及形成現代農業、現代服務業體系。

三要堅持大創新，建成國家先進裝備製造業基地、新材料研發生產基地和國家創新型城市。四要發展大旅遊，打響佛骨聖地、炎帝故里、華人民家、秦嶺中央公園、周秦文化產業示範區等文化旅遊品牌，建成彰顯秦漢周秦文明的歷史文

化基地。五要建設大城市，就是到「十二五」末使城市建成區面積達到110平方公里以上，人口達到110萬人以上，城鎮化率達到55%，成為西部重要的交通樞紐、現代化生態園林特大城市、區域性旅遊商貿物流中心，初步形成大寶雞城市圈和周邊城市一體化經濟圈。

六要堅持大統籌，加快建成全省統籌城鄉發展和新農村建設示範區。七要提升大生態。就是在西部率先建成國家生態市、生態文明示範區和生態花園城市、創業投資窪地。八要建設大文明，全面提升全市文明水平，創建成為全國文明城市。九是保障大民生，就是使全市社會保障覆蓋率達到97%，社會事業主要指標超過全國同期平均水平，十是公眾安全滿意率繼續位居西部前列。

合肥打造區域性人才「矽谷」

合肥市委常委、組織部長凌雲日前接受本報專訪時表示，站在建設區域性特大城市的背景下，合肥將強化開放式引才引智，努力打造區域性人才「矽谷」。 本報記者 秦炳煜、柏永



▲中國科協「海外智力為國服務行動計劃」第四個國內工作基地落戶合肥經濟技術開發區

人才投入是效益最大投入

作為全國首個國家級科技創新型試點市，以及合蕪蚌自主創新綜合改革試驗區龍頭城市，合肥近年來逐漸成為海外高層次人才赴內地創新創業熱點目的地。反之，海外高層次人才亦成為合肥創業的「領頭雁」、創新的「領跑者」和引才的「領路人」。凌雲將其原因歸結於合肥堅持構架政策、服務與產業三大高地，分別從機制、氛圍以及平台方面扶持和保障海外人才落地興業。

例如在政策層面，合肥市財政每年拿出不少於5億元資金，支持、激勵加快新型工業化發展；設立科技創新資金5億元，每年安排1億元設立市創業風險投資引導基金。此外，對留學回國科技人員攜帶具有國內領先水平且市場

前景廣闊的科技成果創辦企業的，合肥給予企業註冊資金50%、最高200萬元資助。

三大高地給力創新創業

為拓寬海外引才渠道，合肥實施「千名海外人才集策工程」，重點引進創新創業領軍人才，建立「中國海智計劃合肥工作基地」，在美國矽谷、德國漢諾威或海外留學人員集中地建立海外人才工作站，多次組織市內高新技術

企業遠赴海外以及參加廣州「留學生交流會」。

引才要引心、留人要留情。凌雲稱，合肥着力加強對引進海歸人才的情感投入和人文關懷，實行各級領導聯繫海外高層次人才制度，開闢服務「綠色通道」，甚至對他們的企業做到「成立之初當保姆、發展之中當導師、成功之後當保安」。

與此同時，合肥堅持將建設產業高地與人才高地緊密結合，依託園區、企業和產業建設創新創業平台。凌雲舉例稱，合肥累計投入60多億元，在合肥高新區、經開區等園區，建設自主創新示範區核心區及「一中心、三基地」，打造留學生創業園、「海智」基地、安徽省海外高層次人才創新創業基地等載體。

十二五續推人才強市戰略

此外，合肥在全國率先實施「科技創新型企業培育計劃」，制定創新型企業行業評價體系，實施「院企互動平台」，組建了14個產學研戰略聯盟，並制定實施「百億企業」、「千億產業」規劃，探索出「項目+人才」模式，組建3批60個創新團隊，集結高層次人才超過700人，撬動企業配套投入30餘億元。

得益於海外高層次人才群的落地，合肥如今在平板顯示、量子通信、語音合成、雷達、納米等領域，形成國內乃至國際領先水平的技術和產業。合肥的大發展呼喚人才資源大開發。凌雲稱，「十二五」期間，合肥將深入推進人才強市戰略，繼續構建開放式引才機制，努力形成人才優勢並以此引領合肥新一輪跨越趕超。

廣州休博會跨入國際大展行列

2011第八屆廣州休博會日前在中國進出口交易會琶洲展館舉行，展示了萬種至新休閒娛樂產品，規模為歷屆之最。

▲廣州休博會開幕典禮

是屆休博會總體展出面積規模超5000平方米，展位數高達3000個，展會吸引了來自美國、法國、意大利、西班牙、比利時、澳洲、日本、韓國、泰國、德國22個國家和地區的800多家參展企業，當中包括Sega、Namco、Taito、Brunswick、Sunseeker等國際休閒娛樂設備的頂級企業。期間展示逾12000種包括遊戲遊藝設備、KTV迪廳影劇院產品、桌球、健身按摩器材、泳池、桑拿水療、遊艇水上運動、釣魚用品等產品，成為全面詮釋現代休閒娛樂生活方式綜合平台。

期間，日本世嘉Sega、南夢宮Namco、Taito等遊戲機巨頭均以超大展位參展並首發日韓至新潮電子遊戲產品；本土華立、金龍、世宇、希力、凱晶、寶輝也帶來他們在全球市場暢銷的遊戲遊藝設備；3D電影與現代音響燈光的國際企業XGD、USL、Inc、真明麗等優秀企業則提供現代頂級休閒視聽與環境體驗。

隨着亞運會開幕式上極盡詮釋海文化與現代水上休閒娛樂，遊艇品牌繼續爭輝羊城。本次展會以美國第一大遊艇品牌Brunswick以及英國皇室御用遊艇品牌Sunseeker領銜，齊聚了包括Kingsway、Jebson、Nautic、Omnia Marine、Smooth marine、Alfa、泛興、Evertec、太陽鳥、澳普蘭、亞歷山大等眾多國內外實力廠商和代理商，展覽現場共展示了大小船艇近百艘，以盛大的規模成為國內遊艇行業的矚目盛事。

志高空調獲2010全國銷量季軍

國家統計局中國行業企業資訊發布中心3月20日公布了全國家電市場同類產品銷量排行榜，志高空調榮獲2010年度全國市場同類產品銷量第三名。

該中心相關負責人認為，志高空調自2009年在香港上市之後，企業整體實體登上了新台階，消費者對志高品牌的認知大幅上升，再加上憑藉在節能技術上的突出優勢，並借力國家節能惠民、家電下鄉、以舊換新等政策，推動了志高市場地位的上升。其2010年全國銷量進入行業前三，是實力的體現，也是消費者對志高品質的褒獎。

據志高2010年年報顯示，志高全年總收入達到92.77億元，升幅接近50%；基本盈利增長41%，高達4.5億元；2010年，志高國內銷售額達到151.18億元，升幅達到38.4%；海外銷售額為33.189億元，增幅高達45.2%。

志高公關部部長黃通華表示，志高2010年交出如此漂亮的成績單，除了良好周邊環境因素及企業能抓住機遇之外，更重要的是技術給力、產品給力，尖端的節能技術引領了消費潮流。志高研發的定頻空調、變頻空調，其能效比均多次刷新世界紀錄，其中，變頻至尊三超王產品實現了節能、健康、靜音等三項指標的世界冠軍於一身，充分彰顯了志高產品在全球空調業的領先技術實力，這才是贏得消費者青睞的關鍵所在。

據黃通華透露，2011年志高在技術上將主攻變頻空調技術，變頻產品將全部採用行業頂尖的無氟環保製冷劑，同時徹底淘汰三級能效以下的變頻產品。同時，中央空調及冰洗板塊將迎來飛躍式發展。 本報記者 張光建