

# 完達山：品質鑄就民族乳業品牌

完達山乳業股份有限公司董事長、總經理王景海

近日，全國乳製品行業許可證重審工作全部結束，黑龍江完達山乳業，經國家質檢總局和各級技術監督部門上萬次抽檢，產品及格率始終保持100%，在業界獨樹一幟，飲譽國內外市場。就其如何始終堅持安全、營養、健康的誠信發展理念，鑄就中國乳業始終如一的誠信品質，本報記者專訪了黑龍江完達山乳業股份有限公司董事長、總經理王景海。

從王震將軍親手建立黑龍江聖區第一個奶牛場至今，完達山乳業走過了47年的發展歷程。從一個偏遠農場的場辦企業到名揚全國的乳品企業，完達山品牌在「中國500最具價值品牌排行榜」中，以51.83億元的品牌價值位居第171位，品牌價值首次突破50億元。

隔絕了一切傳染源。人們戲說，完達山奶牛基地的牛真牛。經國家綠色食品發展中心實地驗收批准，完達山乳業已擁有中國乳業首家綠色食品乳品生產基地。幾年來，黑龍江省農墾總局一舉投入28億元用於奶源基地建設，被業界稱之為長袖善舞的大手筆。

## 誠信打造民族放心品牌

「奉獻綠色食品，關愛大眾健康」一直是完達山乳業的經營定位和誠信座標。去年，完達山代表中國乳業向全世界做莊嚴的誠信承諾。王景海說，「八個放心」最早是完達山提出來的，很快成為業界的流行語。完達山乳業啟動的「放心奶工程」，經歷了一個脫胎換骨的涅槃之變。

他們從基地、奶源、加工、檢測、生產、包裝、配送直到企業的服務、品牌形象、文化傳遞等，都按綠色食品標準要求全面提升，完達山牌乳品在市場上得到廣大消費者的青睞，百姓口碑相傳。



## 奶站：乳品生產第一車間

幾年前，很多乳企因「三聚氰胺」事件令奶產品銷售大受影響，完達山產品及格率卻始終保持100%。在奶粉和液態奶中均沒有檢出三聚氰胺？在那場風波中，完達山乳製品又何以銷量同比翻2-3倍？王景海說，完達山乳業的奶源基地主要分布在北緯45度，是世界上僅存的三大黑土帶之一，這裡土質肥沃、草質肥美，非常適合奶牛的生長和泌乳，是世界公認的優質奶源帶。在奶源管理上，完達山乳業直接與農戶簽訂牛奶收購合同，實行「小區管理、分戶飼養、機械擠乳、冷鏈運輸」的管理模式，把奶站作為乳品生產

# 高力利和攜手精心打造中山利和國際金融中心



全球第三大商業房地產服務公司高力國際近日宣布，將攜手中山利和集團傾力打造珠江江西岸頂級商業項目——中山利和國際金融中心。利和廣場將成為中山乃至整個珠江江西岸的首個城市地標綜合體，並作為中山市中心區罕有大型現代商業、商務、酒店、居住的建築集群，項目聚合度極高，極具磁場效應，將輻射中山全市乃至珠江江西岸城市群大範圍。

高力透露，利和集團已委任高力國際擔綱該項目的前期策劃顧問、物業管理顧問和獨家租賃代理，近日，高力國際亞洲區行政總裁 Piers Brunner 潘秉兆應邀出席項目的戰略簽約儀式。

## 中山市最高地標建築

利和廣場位於中山市城區最核心、最繁華地段，享有通達的城市交通體系、完善的城市配套和成熟的商業體系，它擁有最領先和最為齊全的服務功能和物業管理配套服務。項目總高度為209米，為「雙子星」造型，是中山市最高地標建築，也將是中山城市名片。項目總面積為42萬平方米，其中購物中心13萬平方米，希爾頓酒店9萬平方米，國際金融中心12萬平方米，利和國際公館8萬平方米，擁有2500個停車位，而整個利和廣場商圍合計共有4000多個停車位，整體停車位十分充裕，樓頂還有直升飛機機場停機坪可供直升飛機起降。項目的開發將展示和代表中山市最高端的商業、商務、酒店及管理服務水準。

## 建構智慧化商務空間

潘秉兆表示，高力國際一直都非常關注中山市的快速成長和巨大變化，高力國際作為全球第三的國際房地產物業服務公司，將協助和促進中山市商業房地產市場的發展。

據悉，高力國際將負責利和廣場寫字樓部分——中山利和國際金融中心，定位是珠江江西岸國際商務引領者，項目只租不售、統一產權、統一物業。高力國際為整個項目提供前期策劃顧問服務、獨家租賃代理服務和全程優質物業顧問服務。寫字樓以國際超5A級標準打造，在通信、消防、保安智慧化、空調、電梯、物業管理等方面引進了國際的先進設施和管理服務，必將成就中山寫字樓市場新高度。利和國際金融中心以國際化視野起步，貼合市場需求，以全方位的高端配置，建構智慧化商務空間，必將領航珠江江西岸商務潮流。

# 華僑城再登「中國文化企業30強」

第七屆文博會日前在深圳圓滿落幕。期間由中宣部組織召開的文化產業發展座談會上，公布了2010年中國「文化企業30強」名單。當中，深圳華僑城股份有限公司再次榮獲殊榮，該公司副董事長、黨委書記、首席文化官鄭凡介紹了華僑城在文化產業改革和發展的經驗，並展望集團「十二五」期間進一步做大做強文化產業的宏偉藍圖。

他表示，「十二五」期間，華僑城將堅持「內容為王」，以文化演藝、4D電影、數字娛樂和兒童職業體驗為主要突破口，擴大文化產業鏈的戰略布局，構建「主題公園+旅遊演藝+主題節慶+動畫+4D電影+3D舞台劇+兒童職業體驗+主題商品」的文化產業大版圖，打造中國文化旅遊航空母艦。

## 「第一品牌」文化觀

鄭凡在介紹華僑城文化產業發展的成功經驗時指，華僑城在文化旅游領域的巨大成功，首先得益於一個先進的「文化

觀」。改革開放之初，在深圳特區人文和自然資源相對匱乏的環境下，華僑城以強烈的文化追求和「敢為天下先」的開拓精神，率先將文化和旅遊進行創新性融合，先後締造了錦繡中華、深圳世界之窗、歡樂谷和深圳東部華僑城，在社會效益和經濟效益上取得了雙豐收。鄭凡認為，華僑城文化產業的最大特點是依託主題公園平台，推動文化產業化。這些主題公園整合了主題文化包裝、旅遊演藝、節慶策劃、卡通形象及其衍生產品等文化元素，每年為超過2000萬遊客提供具有歷史意義和時代特色的文化體驗與精神享受。這其中，

# 追求卓越 創造輝煌

### ——訪上海揚子江建設集團董事長杜錦豪

在參加啓東第四屆江海文化節期間，記者有幸採訪了上海揚子江建設集團董事長杜錦豪。兩前年筆者參加了他回家鄉啓東投資的江辦艾力斯醫藥公司的奠基盛會；兩年後，工廠已經建好，杜董說，隨著崇啓大橋即將開通，上海到啓東直線距離非常近。啓東工廠主要負責生產，上海總部負責研發及市場推廣。

## 醫藥科技業務創新里程

杜董透露，公司於2004年響應國家和上海市政府發展高科技產業的號召，在浦東張江生物醫藥基地投資成立了上海艾力斯醫藥科技有限公司，專注於心血管系統疾病、酸相關性病症和惡性腫瘤等生物科技領域的自主創新的新化合物、新型納米載藥和給藥系統、小分子核酸和多肽類創新藥物等方面的研發。目前，上海艾力斯醫藥科技有限公司已經在新化合物開發技術、藥物納米釋放技術和藥物釋放技術等方面取得了國際領先水平，並先後獲得了國家科技部863計劃和科技部、衛生部等11個委共同啓動的「國家重大新藥創製」科技專項的支持。

## 優質建築工程屢獲殊榮

事實上，杜錦豪十幾年來，以其高瞻遠矚、與時俱進的遠見卓識和戰略思維，突破常規、富於創新的過人膽識和管理決策能力，以及不拘一格、海納百川的識人用人能力，堅持走「多元化、集團化、國際化」的發展道路，把單一的建築安裝工程公司發展成一家業務範圍涵蓋建築工程施工總承包、房地產開發、高科技醫藥研發、酒店餐飲以及教育等多個領域



杜錦豪表示：要做就做好

的集團公司。在多年的建築承包施工實踐中，他帶領公司實現了跨越式發展。公司目前擁有房屋建築工程一級資質以及其他多項專業承包資質，建造了國際公寓、上海嘉里商務中心、上海香格里拉大酒店等諸多優質工程，多次獲得國家優質工程「魯班獎」和上海優質工程「白玉蘭」獎。公司先後年被上海現代統計產業發展中心評為上海建築業綜合實力50強企業，被上海國際經濟技術合作協會評為上海市跨國經營企業20強企業。與時俱進，緊握時代發展的脈搏，是杜錦豪企業管理經營的又一成功經驗。公司於1995年開始，適應上海以及中國國內房地產迅速發展的熱潮，成立了房地產開發公司，先後成功開發了西班牙名苑、萬峰湖苑、萬里雅築、現代廣場、上海之春等多個經典樓盤，成為滬上房地產產業的翹楚。

酒店餐飲是公司的另一支柱產業。坐落於虹橋商業中心的虹橋美爵大酒店，是公司投資的高檔公寓式酒店。坐落於新天地中心的瑞麟，則是一處意大利式的集餐飲、演藝、酒吧為一體的綜合餐廳。名聞遐邇的綠豐花園和綠豐會所以經營燕鮑翅和高檔滬菜、粵菜為主，其精緻的菜肴和體貼的服務，贏得了眾多社會名流青睞。

「追求卓越，創造輝煌」是杜錦豪的人生座右銘，也是他領導的上海揚子江建設（集團）有限公司永遠不變的核心目標和努力方向。

# 河北未來十年投鉅資解水荒

河北「十二五」期間投入水利建設的資金將達1070億元人民幣，比「十一五」高出一倍，初步推算到2020年累計投資規模將達到2000多億。河北省水利廳廳長李清林介紹，這些資金將主要用於農田水利、水資源配置、防洪除險、農村飲水安全等工程的建設。計劃到2020年，通過引黃河、長江水，新建水庫等手段，河北實現年調水量46億立方米，以緩解水荒。

河北是水資源嚴重短缺的省份，年均超採地下水40億立方米。即便如此，還須負有保障北京用水的重任，2008北京奧運前後至今，河北通過南水北調中線總幹渠向北京供水達到8億多立方米。

## 嚴推水資源管理制度

除了資金的大量投入，河北還將實行最嚴格的水資源管理制度。李清林表示，這需要建立用水總量、用水效率、水功能區納污控制「三條紅線」標體系，建立水資源即時監控系統，建立嚴格水資源管理考核和責任追究機制。河北省已經明確，實行防汛抗旱、飲水安全保障、水資源管理、水庫安全運行行政首長負責制，省政府對縣區政府進行考核。

他介紹指，未來十年河北將要基本建成防洪抗旱減災體系、水資源合理配置和高效利用體系、水資源



河北省水利廳廳長李清林（中）透露，河北將實行最嚴格水資源管理制度

和水生態保護體系、水利科學發展的現代管理體系，重點推進農田水利建設、防洪骨幹等八大工程建設。

## 緩解水資源短缺局面

對於普通民眾比較關注的水資源配置等問題，李清林強調，「十二五」內河北將完成南水北調中線配套工程建設任務，力爭2014年實現引長江水18億立方米；完成引黃入滹應急工程建設任務，從河南省境內新開闢一條永久引黃通道，到「十二五」末實現從山東和河南兩條線路引黃河水，年引黃水量力爭達到10億立方米。完成雙峰寺水庫建設任務，爭取張家口烏拉哈達水庫立項。同時，積極開發利用微鹹水、再生水、海水淡化、雨洪資源等非常規水，力爭實現年利用非常規水20億立方米。通過採取開源節流措施，到2015年使河北省水資源短缺的局面有所緩解。

本報記者 李小聰

## 昆明泛亞工業品商貿中心動工

昆明、晉寧泛亞工業品商貿物流中心將於本月底開工建設，該項目集交易、加工、倉儲、物流等為一體，建成後將成為昆明南部地區面積最大、交通最便利的工業商品交易地。

據悉，該項目由昆明溫州總商會、中國環宇集團和浙江新亞電子科技有限公司聯合投資開發，位於晉寧縣晉城鎮北側4公里處。項目佔地總面積約2300畝，總建築面積約300萬平方米，總投資約為80億元人民幣，分2至3期規劃建設。建成後將成為涵蓋汽車摩托車配件、五金機電、裝飾建材三大功能片區，以及電子商務平台、展覽中心、商務辦公住宅、五星級酒店、生活超市、餐飲休閒、中小學校等配套設施齊備的商貿物流中心。

昆明、晉寧泛亞工業品商貿物流中心緊鄰昆明玉溪高速公路、昆明滇池環湖公路、城際軌道穿過該地塊。料將發揮出商貿扎堆效應，成為集交易、加工、倉儲和物流等多維一體化的高標準、國際化商貿群體。項目將促進昆明市場的專業、規範化，成為面向東南亞的國際商貿物流新中心。

昆明、晉寧泛亞工業品商貿物流中心是昆明市重點規劃、打造的14個泛亞商貿物流中心之一，也是昆明主城區114家專業批發市場搬遷到三環以外的又一個承接平台。

本報記者 劉林秋、方方

## 上海一毛里裘斯航線七月開通

毛里裘斯旅遊部部長南德庫馬爾·博達日前在北京對本報表示，毛里裘斯航空將於7月5日開通中國上海至毛里裘斯直飛航線，拉開了印度洋地區海島2011年聯合演習的序幕。

對於中國遊客，「香草之島」旅遊概念包括：跨島遊國家直接的免簽政策；島國間便利的交通聯繫；旅行社、酒店和旅遊局之間的密切合作等。「香草之島」旅遊概念的推出將大大方便中國遊客赴印度洋地區這些島國旅遊參觀。毛里裘斯預計將於明年3月31日開通北京到毛里裘斯直飛航線。

「香草之島」包括毛里裘斯、留尼旺和馬達加斯加三個印度洋島國，香草耕種是三個國家共同的一項自然和文化遺產。每個島國獨一無二的度假特色與其他島國之間的互補，形成了印度洋上多元化的度假聖地。

據國家旅遊局公布的資料顯示，2010年，中國出境旅遊人數為5739萬人次，同比增長20.4%。出境旅遊消費480億美元，同比增長14%，創歷史新高。近年來，世界各國都看好中國旅遊市場的前景，紛紛搶灘中國推廣本國的旅遊路線。

## 2011廣州通訊展吸客七萬人次



數碼生活嘉年華一角

「廣州通訊展2011暨數碼生活嘉年華」日前在廣州舉行，隨著首日和次日受黃色暴雨影響，進場分別為9000人次和2.9萬人之後，展館在周日迎來了3.2萬人次進場，三日的總入場數高達七萬人次。

南中國最具規模的IT選美盛事——全港第八屆IT代言人大賽廣州賽區的決賽，成為本次通訊展的重頭戲。12位佳麗為了爭奪代表廣州參加總決賽的入場券而各展所長，佳麗們除了帶來了勁歌熱舞，還為電子產品作代言。觀眾們紛紛架起長槍短炮，拍下各人的動人風姿。

此次展會集展、銷、論、賞於一身，得到了20多家粵港澳行業機構的大力支持，中國移動、原創動力、漫友文化等數十知名廠商雲集，諾基亞、步步高、飛利浦、金立等國內外知名品牌手機凸現鋒芒。市民廣泛關注的iPad2平板電腦、iPhone4手機等新產品果然熱銷，據專賣店負責人透露，三天時間接獲數十部iPad2平板電腦的預訂與購買，並有大批顧客查詢白色iPhone4手機的銷售情況。而展會也展現了多種高科技產品，包括聯想樂PAD、摩托羅拉XOOM、三星P1000等。

值得一提的是，首次亮相的「貝易通Z9000」，乃中國首款專為兒童設計、擁有多項省心的兒童手機。展商為加強促銷，更以禮物作招徠，只要購買399元一部的貝易通手機，便可獲贈價值50元的變形金剛玩具，頗受買家追捧。

旅遊演藝和節慶策劃都是華僑城獨具優勢的文化產業板塊。此外，華僑城的主題公園提供參與性、互動性更強的娛樂體驗和遊客喜愛的文化演藝，深圳東部華僑城則是亞太地區生態旅遊的標桿，差異化的定位使之與其他主題公園形成明顯的區隔，擁有「不一樣的精彩」。

同時，華僑城亦緊緊抓住目前國家文化產業發展的大好機遇，加速連鎖發展、規模化發展。據了解，武漢歡樂谷將於2012年開業，屆時歡樂谷品牌將完成全國「東西南北中」的布局。而以深圳東部華僑城為代表的生態旅遊產品也陸續在天津、昆明、江蘇蘇州等城市布點。2015年，作為民族文化旅遊品牌的一面旗幟，華僑城旗下文化旅遊景區將近20個。

## 「內容為王」擴版圖

華僑城是目前極少數將文化產業列入主業的中央企業之一，並且在文化產業的諸多領域建立了領先地位。如文化主題公



旅遊、文化、生態共冶一爐的華僑城主題公園

園全國第一，旅遊演藝全國實力最強，生態文化旅游全國領先，藝術展館數量全國最多。據統計，截至2010年底，華僑城累計接待遊客達到1.7億人次，是連續四年躋身「全球旅遊景區集團八強」的唯一亞洲企業，在全球主題公園領域有了中國自己的「話語權」。展望「十二五」，國家致力於推動文化產業成為國民經濟支柱性產業，增強文化產業整體實力和競爭力。華僑城將牢牢把握這一戰略機遇期，堅定地做強做大文化產業，打造中國文化旅游業的航空母艦。