

世博名企

长虹电视：“世博馆”里的科技彩虹

5月1日，世人瞩目的2010上海世博会正式拉开帷幕。在此次盛大的世博会上，四川馆通过“城市历史与文明”、“道法自然的城市智慧”、“四川未来的美好生活”三个部分，以巧夺天工的自然形态为基础，来表达“水润天府，生命之舟”的主题。

四川馆最大亮点之一则是，依托四川本地龙头企业的科技和技术，通过高科技显示技术和现代艺术方式，展现作为中华千年文明发源地之一的古蜀国璀璨的物质文明和精神文明。

其中，尤其是用长虹3D等离子电视真实重现的商周时期兴起的政治、经济、文化中心——古蜀国金沙，让参观者“亲临”3000年前的金沙古国，在金沙太阳神鸟的历史文化光辉中，进入辉煌璀璨、神奇浪漫的古蜀金沙的探索之旅。运用“自然与艺术”设计理念的长虹3D等离子电视，融合了自然的亲近与艺术的高雅，用清新和充满希望的自然色彩，实现了全色域自然色的真实再现，并通过独特的3D高端显示技术，营造出身临其境的逼真感和现场感。参观者将随着真实的情境，来到古蜀金沙的大型宫殿、祭祀活动场所、一般居住区、墓地，“零距离”接触金器、铜器、玉器、石器、漆木器和陶器、象牙、野猪獠牙和鹿角；沿着3D显示技术重现的“玉石之路”，走进远古先民，看他们在荆棘中从遥远的高山上采选、运输玉石；亲身感受发达的神权和礼乐制度，一起见证与目睹古蜀王国一个个秘密的揭晓。

同时，四川馆除了展示四川实体馆内容外，还通过长虹互联网电视，实现了“网上世博”的完美呈现，实现及时连接四川21个市州的网上世博展示，观众可以根据需要选择川东、川北、川西、川南各个区域文化特色和韵味进行了解和体验。通过长虹互联网电视的及时高速连接，不仅充分展示四川优势企业、优势产品、旅游资源，更是将蜀文化的汇纳百川，兼容并包的文化传统和强烈的渴求开放的意识演绎得淋漓尽致。

在世博北京馆，最引人注目的是逐一展示了从上世纪50年代、60年代……直至2010年的电视机，其中，多台不同年代的长虹电视展示其中，在传统与现代的更替间，完美演绎城市变迁史。而在浙江馆村、镇、城、都四区，长虹网络电视将通过在线视频网络互动，进行百姓生活变化片、家庭实景等展示。

在世博会中国馆区，也采用了两百余台长虹高清平板电视作为显示设备，向世界展现中国各地悠久独特的文化魅力。

同时，为配合上海“世博会”的成功举办，长虹除积极参展企业馆外，还向上汽集团通用馆、世博安保局等单位企业以及世博园出入口、服务区等交通要地提供产品与服务支持，通过长虹3D欧宝丽向世界传递中国最强的声音。

园区相关负责人表示，本次大规模选用长虹电视经过了严格的层层筛选，重点考虑“技术是否领先，品质是否卓越”，而长虹最适合，选用的各类长虹电视也是代表了中国电视行业的最新技术，能够向世界很好地展示“中国创造”的实力。

(辛文)



吃川菜品川茶喝川酒

世博会上品四川文化

都说北京奥运会是让世界看中国，上海世博会则是让中国看世界。世博会无疑成了今年度最热门的话题，更重要的是，世博会更是一个契机，不少企业借助世博会大打形象牌，从而提高其在海外市场的品牌形象。在世博会开幕之际，我们关注四川本土企业在世博会上的精彩表现。

麻辣豆腐、龙抄手、竹叶青、水井坊……如果你在世博会上看到这些四川人熟悉的品牌时，是否会感到特别亲切？

据了解，在5月1日至10月31日，共184天的世博会展期中，成都巴国布衣餐饮发展有限公司将代表四川，参加世博园“中国八大菜系美食文化区”和“中华美食街”的展示，在世博园区内设立巴国布衣世博店和四川名小吃店，并会围绕“吃川菜，喝川酒，品川茶，看川剧，尝四川小吃”五大主题开展系列活动。世博店内还将设置“水井坊”展示区、“竹叶青”展示专柜、川剧表演区域和“成都文化墙”，汇聚水井坊酒道、竹叶青茶艺及川剧变脸、吐火、水袖技艺、折子戏等经典表演，配合四川馆的展出，集中展示四川文化的独特魅力。

在8月17日-21日世博会“四川周”期间，四川省商务厅将会同省政府驻沪办等单位，整合资源，组织30余家在沪的知名川菜企业的100余个门店，开展主题为“品味川菜，畅享世博”的“中国川菜美食展”。活动期间，参与企业在店堂内显眼位置将统一设置印有“品味川菜，畅享世博”活动主题的宣传物，并根据各门店实际情况，推出世博会菜谱、特色菜品展销、优惠促销等活动。

四川省商务厅还设计制作了

“北部湾”是近期川桂各大媒体报道的热点。北部湾是一个比较大的区域概念，它以南宁为主体，涵盖钦州、北海、防城三市，包括玉林和崇左两市，形成“4+2”格局，与珠江三角洲和海南国际旅游岛巧妙衔接。今年是北部湾纳入国家发展战略构想的第3个年头。北部湾同样吸引了众多川商川企的目光。

川桂合作渐入佳境

四川与广西紧密相连，经济上有着非常强的互补性。北部湾上升为国家发展战略，将给四川带来怎样的经济提升推动，哪些行业将会从北部湾的区位优势中受益？多位专家指出，北部湾1500亿元的交通基础设施建设投资，所铺就的通达的交通网络，将为西南中国与东盟的经贸合作带来巨大的发展机会。

据广西交通运输厅外资处处长黄汝生介绍道，近年来，广西与四川两省区交通部门充分利用中国—东盟博览会、泛珠三角区域合作等平台，全面推动交通合作，签订了多项关于加强交通基础设施规划建设对接、加强道路运输合作、水路运输合作的协议。

南宁铁路局副局长吴文宁称，从总体战略看，四川提出“建设西部经济发展高地，实现由经济大省向经济强省的跨越”，广西提出“成为中国沿海地区经济新高地和发展新一极”；四川提出着力打造



相关链接

“川味”是第一主题

巴国布衣：突出麻辣香鲜

“世博会是川菜的一次集体营销，我们将和盘托出川菜特色。”巴国布衣行政总厨曹明亮表示，参加世博会的菜单包括40道川菜、7类小吃。“这当中，既有回锅肉、鱼香肉丝、水煮鱼、龙抄手、钟水饺等传统经典川菜和小吃，也有巴嘴香驴筋、海鲜冷锅什锦钵等新派川菜。”“麻辣香鲜是川菜最大特色，我们不会因为考虑国际饮食习惯而弱化。”曹明亮举例说，以正宗川菜为特色的巴国布衣上海浦东店有将近30%的外国客人，很多外国客人都对我们的川菜口味交口称赞，直呼过瘾。“其实麻辣是一种非常具有感染力的口味，不要以为外国人就吃不惯。”

《四川省名优特新产品及企业名录》5000册，于5月1日(世博会开幕当天)、8月17日-21日(四川周)和10月1日(中国馆日)三个时段，在四川馆及“四川周”期间的特钢大舞台进行发放。据悉，《四川省名优特新产品及企业名录》采用中英文版本对照，共收录四川省2000余家生产企业的装备制造、电子电

“四”川联袂打造“川味”

“除了丰富而具有特色的川菜及小吃，我们还与同样享誉全国的川酒、川茶联袂打造特色鲜明的‘四川味道’。”据周明介绍，巴国布衣与川酒“六朵金花”之一的水井坊、川茶领军品牌竹叶青达成合作协议，在世博会上将围绕“吃川菜，喝川酒、品川茶、看川剧、尝四川小吃”五大主题展开各种活动。据了解，巴国布衣在世博会店内设置了川酒、川茶展示区和川剧表演区。

“我们将带上公司所有主打经典产品亮相，通过酒道表演，展现水井坊——天下第一坊的特色和文化。”水井坊策划经理古浩宇信心十足。

在中餐供应的空闲时段，精彩

器、纺织服装等8大类优势特色产品，旨在借助世博会平台，集中宣传四川名优特新商品，让世界更多地了解四川，推动“四川造”产品走出去。

“四川周”期间，四川省商务厅将会同省文化厅利用特钢大舞台周围的特装展位，配合四川文化展示，选择本省五粮液、泸州老窖等

的茶艺表演，将形象地诠释竹叶青深刻的茶文化内涵。“届时，整个巴国布衣世博会店将临时变为休闲茶吧，邀请过客品茶，并发放中英文对照的宣传手册，最大限度展示川菜魅力。”竹叶青经理冯云飞充满期待。

“‘一菜一格、百菜百味’、‘川酒甲天下’、‘蜀土茶称圣’，川菜、川酒、川茶都是我们引以为豪的四川名片，世博会川菜、川酒、川茶的联袂登场，必定能够加强四川对外界的吸引力。”省食品工业协会相关负责人表示。

此外，巴国布衣世博会店内设立的川剧表演区，每天将定时向顾客表演变脸、吐火、水袖、折子戏等川剧经典。

六大名酒，竹叶青、绿茵茗、叙府龙芽等名茶，张飞牛肉等名优特色食品，眉山泡菜、郫县豆瓣、保宁醋等调味品，开展形象展示、发放纪念品及宣传资料等活动，为四川优势特色企业与世博客商之间搭建一个经贸交流的平台，拓展四川特色产品的销售渠道。

(钟欣)



“一枢纽、三中心、四基地”的发展思路，而广西提出“努力把广西建设成为中国——东盟区域性物流基地、商贸基地、加工制造基地和信息交流中心”的发展思路。四川强调发展产业集群，广西重视培育专、精、特、新中小企业。”

在谈到两省区间今后的发展时，吴文宁乐观地表示，在国家调结构的背景下，北部湾经济区建设的提速，不仅将为广西经济提供强劲的动力和更大的发展空间，对于推动四川地区形成完整的经济产业链条也具有极其现实的意义。

在桂川企“舞台”广阔

面对北部湾的蒸蒸日上，在广西投资兴业的川企们更是鼓舞兴奋。“两省交流日益深入，将为我们四川企业提供更广阔的投资兴业舞台，川商在桂发展空间更大。”

攀钢集团北海钢管有限公司总经理郭建宁说，攀钢把资源和技术优势移植到北海建厂以后，取得了双赢。钢管产品出口到北美以后，彻底改变了美国人对中国传统钢管的一些偏见，现在攀钢的钢管产品也已经顺利进入欧洲市场。

另一在桂川企负责人表示，这是在闽川商、川企长期热切期盼的，对进一步加强两省互动十分必要。相信随着四川人民、四川企业对北部湾越来越多的关注和了解，会有更多四川企业落户北部湾。

上述川企负责人表示，规划日益落到实处，对川企来说是一大喜讯。“这说明广西壮族自治区非常重视北部湾的近期和远期规划，充分体现了北部湾经济区在广西经济布局中的重要地位。我期望四川企业主动争取政策，并把政策落到实处，加强投资软环境和硬环境的建设。”

广西壮族自治区党委常委、自治区副主席陈武认为，今后北部湾政策将更加灵活，吸引更多的川商川企到广西投资，川商的发展空间也会更大；北部湾经济区的人口和经济总量将上一个新的台阶，川商川企在广西也将拥有一个更为广大的发展腹地。

(宣林)

世博会隆重开幕
企业精彩营销
“借船出海”

□ 本报记者 喻宁

备受期盼的上海世博会终于在“五一”期间在世人面前精彩呈现。作为首次在中国举办的世界博览会，为众多国内企业带来了巨大的市场商机，纷纷使出浑身解数，想要借助世博会的国际性平台，打响自家的品牌，哪怕是一次“赔本赚吆喝”的生意。

家电企业：
特色营销靓丽呈现

家电企业借助难得的机遇推出特色营销。海尔的世博营销选择了赞助场馆的路线。这家从山东走出来的企业首先跟家乡合作，赞助中国山东馆，提供基于未来物联网生活体验的产品。配合品牌“把世界带回家”的营销活动，树立品牌的国际形象。海尔还以不同方式赞助三个国家馆，为美国馆提供产品，现金赞助新西兰馆，为意大利馆提供LED液晶屏以及赞助意大利艺术家来华的文化活动。海尔是唯一一个向多个国家馆提供赞助的国内家电品牌。

远大空调则选择砸下重金，成为上海世博会13家全球合作伙伴之一，除了看重世博的国际性展示平台，远大应该还是算得比较精的：世博会场馆面积160万平方米，每平方米在节能、环保领域的投入1000元左右，意味着远大这方面的产品销售额有可能达到16亿元人民币。此外，远大还在世博园单独建馆展示在节能建筑方面的技术和应用。

家电商场更是瞄准这一时机倾力营销。今年年初，国美电器与上海世博会签署家电类特许经营许可协议，成为世博会的家电授权经销商。国美向世博会许下了高达数十亿元的销售目标，也一网打尽众多家电门类，首批发布的世博会家电类特许产品就涵盖7大类37个品牌超过400款产品，在旗下国美电器、永乐生活家电、大中电器门店销售。为此，国美也下足血本，计划投资100亿采购世博特许产品、又豪掷8000万元用于世博特许产品的宣传、推广和营销。从市场反应来看，效果还不错，有数据统计门店销售情况特许产品比普通产品高20%左右。

建材企业营销：
走在世博会开幕前

世博会为建材企业提供了丰富的市场商机，而如何抓住世博的市场商机就成为摆在企业面前的重要事情。几家建材企业按照企业现代营销理念，创新地运用世博会商机推出营销。

掌上明珠借势世博完成健康宣传。4月19日，由掌上明珠家具举办的“掌上明珠迎世博环保健康跑”活动，在成都青羊工业总部基地拉开帷幕。近500名掌上明珠家具员工和社会各界人士的志愿者，纷纷加入其中。在成都青羊工业集中发展区进行环区十公里的路途中进行沿途慢跑，以倡导“文明、健康、环保、快乐”的现代生活方式，践行“奉献、友爱、互助、进步”的志愿精神，传递绿色世博理念，迎接上海世博会的到来。而另一家知名建材商场大明官家居，推出免费畅游世博促销活动：五一期间，大明官家居城百余家品牌商户联手惠宾，同时提供180个畅游世博盛会的免费名额，消费者既可享受到大明官五一独享特惠价，又有机会免费畅游世博。

而著名的安信地板借势世博营销创新。作为上海世博会世博中心、民企联合馆、波兰馆地板供应商，安信地板有幸把自己企业的标志铭刻在世博园中。安信地板通过参观者能够找到这个标志，找到的参观者也就有机会获得限量发行的世博纪念金砖。