

天道自然 和谐生香

——“芙蓉王”品牌内涵创新解读

■ 邹军 刘少云

什么是自然？阳光、沙滩、碧海是一种自然；环保的、生态的、天然的是一种自然。现代卷烟品牌，无不强调产品在追寻烟草本源的气质与风华，采用的均是生态的、天然的烟叶原料，因而纷纷打上“自然、生态”的标签。事实上，这只抓住了自然是“天然而非人工的”这一层定义，一旦到了卷烟后续加工环节，就容易使烟草自然的本香逐渐湮灭在繁杂的加工过程之中。

中国文化历来主张亲近自然，关注自然，讲究“人法地，地法天，天法道，道法自然”，“与天地合其德，与日月合其明，与四时合其序”，“辅万物之自然而弗敢为”。放在卷烟工业企业，就是要正确认识烟叶这一自然资源的特性和规律，在加工过程中做到顺其自然，才能使自然烟草历久弥香。

因此，自然的本质应该是源自天然，顺其自然。“源自天然”是“味”，“顺其自然”是“道”。正是以“道”谋“味”，才培育了“芙蓉王”这样一支以“清、醇、柔、雅”自然香烟为风格特征的卷烟产品。

上世纪 90 年代中期，“芙蓉王”卷烟创牌过程中，产品设计明确提出了“突出烟草优雅的自然香气，凸显高档品质”的风格质量目标。实践证明，“芙蓉王”的这一风格特色能够为吸烟者广泛接受和喜爱，逐步形成了庞大的忠实消费群，品牌规模效益快速提升，开创了中国市场高档卷烟新的流派。“突出烟草优雅的自然香气，凸显高档品质”的这一理念逐步成为“芙蓉王”新产品开发维护和技术创新的宗旨，贯穿始终。

2008 年，国家局开始着手推进卷烟品类构建与创新，湖南中烟从品类的角度来总结提炼“芙蓉王”卷烟的品类概念和特征，在 2009 年东湖论坛上首次提出“自然烟香”品类概念，并逐步按照“能感知、有支撑、成体系”的要求，丰富完善和发展“自然烟香”品类体系，并确定其核心理念就是：“天道自然，和谐生香”。

“自然”，传递的是对烟草自然烟香的孜孜以求，崇尚的是烟气中各种香韵“自然富贵出天姿，不待金盘荐华屋”那与生俱来的优雅



●湖南中烟具有国际先进水平的原料车间。

与华贵；提倡的是加工过程中顺其自然，无需刻意添加和修饰，体现的是人们对大自然的向往。

“和谐”，表达的是香气、口感、余味之间的和谐平衡，体现的是生礼感受与心灵的和谐统一。同时，也传承了湖南中烟的文化内涵，表达了人与自然、人与社会的和谐的追求。

“自然烟香”品类的风格特征表现为：本香性、协调性和流畅性。

“本香性”即在抽吸时体现为香气风格以优质烤烟本香为主体香韵，主要辅以南香、果香、木香、辛香和烘烤香香韵。它是自然烟香

最根本的特质，各种香韵都是烤烟本身就具备的，只是不同风格烤烟有轻重强弱之分。

“协调性”体现为香韵之间平衡性好，层次丰富，烟气所包含的各种香韵主要为烟草所具备的、愉悦的气息，修饰痕迹不明显，表现自然烟香的基本要求。

“流畅性”体现在烟气细腻、顺畅，没有生涩和粗糙感，酸味合适，良好生津感，表现自然烟香的保障要求。

自然是一种品质，更是一种超越。源自天然，是自然烟香品类的基石。

在烟叶基地的选择上，强调生态。在烟叶香气表达自然流畅、协调性与透发性好的南

方山地建立 35 个烟叶生产基地，为“芙蓉王”自然烟香风格的彰显提供了良好的生态保障；在品质培育上，强调本色。在生产过程中强调烟株生长的自然状态和适宜成熟度，减少的现代采用农业措施进行人工干预，采用“4+1”的模式，保证自然烟香的本色表达，满足自然烟香品牌风格需求。在烟叶的选用上，强调优质。坚持通过烟叶逐片精选，剔除任何发育或调制不正常的烟叶，确保烟叶的纯净度和正常烟叶的自然香气表现优势，保持产品内在质量稳定性。

顺其自然，是一种超越，是自然烟香品类的灵魂。在设计理念上，突出烟草优雅的自然

然香气，要求配方师准确评判各类型烟叶原料的风格特征，在清晰认识烟叶的香气表达自然性的基础上，通过配方研究和配比试验，形成具有丰富的香韵特征、烟香透发而协调的烟叶配方骨架。在卷烟工艺上，以修正烟草香气的自然透发、剔除青、僵、杂烟叶对香气的影响、彰显纯粹的烟草自然烟香原韵为目标，在坚持轻柔加工、低强度处理，采取“轻、稳、精、细”的加工工艺。“轻”主要体现在处理强度和特性方面的轻柔加工；“稳”主要体现在产品质量和加工过程方面的稳定控制；“精”主要体现在原料配方和分类加工方面的精准把握；“细”主要体现在控制方法和设备结构方面的细节优化。在工艺设计上“化繁为简”，去掉繁的累赘，保留繁的深刻；去掉繁的混乱，保留繁的丰富；去掉繁的琐碎，保留繁的精细，建立独特的自然烟香品牌生产专线，提高烟叶利用率，发挥原料潜质，满足产品设计及品牌风格对加工工艺的要求。

和谐是一种态度，是“做好每件事，成就每个人”的人生哲学，是向消费提供最优质服务的一种承诺。烟叶作为一种农作物，不可能尽善尽美，要么优雅飘逸但缺乏厚重，要么浓馥厚实却不免粗糙，要么细腻均衡而略显平淡。因此“芙蓉王”在叶组配方上贯彻“有容乃大”的宗旨，以典型风格优质烟叶相互融合、相互支撑、协调一致为原则，在对国内外优质烟叶进行广泛评价的基础上，充分发挥清香型烟叶的优雅飘逸、浓香型烟叶的厚实底蕴、中间香型烟叶的流畅均衡，取长补短，使烟香互补、融合，使烟气自然、协调、流畅而富有层次感，为消费者塑造丰富饱满的立体自然烟香特征。

和谐的落脚点在于舒适。“芙蓉王”在香料配方上强调的是烟草本香的完整、健全、自由和专注，强调的是协香与本香相辅相成、水乳交融。为此，湖南中烟积极推动卷烟调香技术、特色香原料开发、香精剖析以及彰显品牌风格特色的功能性香基调配等技术的开发和应用，使香气更加丰富、优雅，自然烟香更加突出，余味更显绵长，口感更为舒适，为消费者吸食时营造“清水出芙蓉，天然去雕饰”的舒适意境。

国际知名院校渐成 MBA 申请新趋势

■ 杨春雨

为吸引国内优秀职场精英报考，最近，The MBA Tour 偕同全球 40 多所顶级商学院在北京举办了一年一度的 MBA 教育巡展招生活动。加拿大驻华使馆亦携手国内 MBA 咨询公司开设了加拿大主题的高端商学院巡展，旨在为申请者提供与院校招生官提供面对面的交流咨询渠道。

MBA 教育巡展 桥梁纽带作用显现

作为全球规模最大的 MBA 商学院教育展，The MBA Tour 自 2004 年开展中国区 MBA 巡展活动以来，其每年在北京、上海两地亦会助国内励志就读知名 MBA 项目的申请者成功获取全球知名商学院的录取资格。

谈及筹划并运营该巡展活动的初衷，The MBA Tour 全球客户总监帕特·滕内列洛（Pat Tenneriello）向记者解释到，“创办目的并非纷繁复杂，我们只是想建立起世界知名商学院与其所需精英学员间的对话，并借助这一平台，帮助校方采取面对面的招生方式来择选心仪的 MBA 学员，在科学技术高速发展的当下，虽然网络社交等新兴方式日益普及，但在我们看来，只有面对面的交流沟通方能最为真实、最为高效地呈现出 MBA 申请者的风采”。

同时，就加拿大知名商学院巡展走进北京职场精英圈缘由，加拿大驻华大使馆教育、文化产业商务专员张可也表示，伴随赴加留学潮的兴起，加拿大本国的知名商学院一直对中国 MBA 项目申请者持关注态度，在向驻华使馆表露希望加大宣传招生力度的夙愿后，“加拿大驻华大使馆的教育参赞、签证官也对此尤为重视，因此决定筹办该系列主题巡展，以求进一步介绍加拿大 MBA 项目在申请、留学、移民等方面的利好政策”。

民等方面的利好政策”。

北美 MBA 申请 旨在注重综合实践

在 The MBA Tour 的活动现场，记者了解到，参与巡展的 40 多所商学院来自欧、美、澳、亚等多个地区，院校类别在涵盖美国哥伦比亚大学、加州大学戴维斯分校，加拿大多伦多大学、麦吉尔大学等多所知名综合类高校之余，更是不乏 IESE、HEC、Hult 等国际知名独立商学院。

此外，记者发现，面对各大商学院的高质量教学，前来咨询的职场人士在关注 MBA 项目自身的同时，亦纷纷对 MBA 申请条件予以了颇多关注。“既然是全球知名级别的商学院，MBA 的教育质量自然能够信得过，但能够成功申请的话，恐怕也需要较高的申请条件。”一位对北美 MBA 项目感兴趣的申请者向记者坦露了其对于高端 MBA 申请激烈度的担忧。

对此，博森英语 GMAT 部教学总监王可达介绍说，“北美知名级别的 MBA 项目对语言要求比较高，GMAT 一般达到 700 分或以上才具有较大竞争力。但对于国内的大部分 GMAT 考生而言，若计划申请 2014 年秋季 MBA 项目，基本可在两个月的备考时间内取得理想的语言成绩”，但如果事先在托福、雅思上考取了 90 分或 7.0 分的成绩，在具备较强思维、技巧能力，且语言能力不会对 GMAT 考试产生消极影响的前提下考试，效果会更显著，王可达还建议。

就院校的课程申请，加拿大西安大略大学（The University of Western Ontario）Richard Ivey 商学院中国业务发展总监周靖结合该校情况表示，“身为全球四所 100% 推行案例教学法的院校之一，Ivey 善于鼓励学生课堂上积极探索发言，并依表现计入平时成绩，因此在申请时会更为注重沟通表达能力，总体而言，加

拿大的 MBA 课程都较为注重实践应用类的综合能力”。

海外 MBA 留学 适合者方可多显利

据悉，伴随留学消费的理性发展，近几年传统的文理商等专业开始呈现理性申请态势。然而 MBA 项目基于申请的特殊性，特别是其对费用资金的高要求，目前国内赴外就读 MBA 的总体认知尚存在一定误区。

针对这一问题，BeBeyond 公司 MBA 顾问陈娟娟分析说，在与 The MBA Tour 的合作过程中，其发现大部分国内申请者基于较少与国外 MBA 招生官直接接洽，对于海外知名商学院的 MBA 申请理念存在一定误解，“事实上高分 GMAT 成绩、响亮的公司招牌并非是 MBA 申请的“保过牌”，院校排名也不是体现 MBA 项目的决定因素。根据西方评估体系的差异，商学院自身的培养目标、教学特色才是需要关注的关键点”。

尚友 MBA 项目开发及业务经理陈媛也以 The MBA Tour MeetUp Program 为例建议到，作为 The MBA Tour 最新推出的一项 MBA 申请增值服务，在 9 月巡展前，申请者可录制 3-5 分钟自我陈述录像，并作为院校申请的补充材料进行提交，“由于视频录制具有的多元性特色，申请者可以给招生官留下较为深刻的印象，因此善于多方位呈现自己的申请者可以将其作为录取加分项”。

与此同时，益思教育规划资深顾问朱世华还表示，MBA 作为商科申请的有力竞争点，需要从文书撰写、面试技巧、软技能提升等多方面予以关注，“如果申请者自身客观条件较高，可较多时间关注面试环节，但英语等硬性条件较弱，则可尝试申请对英语要求宽松的高性价比院校”，朱世华补充说道。

长江商学院 MBA 青年领袖论坛召开

近日，长江商学院 MBA 青年领袖论坛在中国大饭店隆重召开，通过对投资、互联网、创业、文化、公益等领域变革与创新机遇的讨论，探索有志青年的进取之道。本次论坛，是由长江商学院 2013 级全日制 MBA 学生自发组织并发起的大型综合性论坛，是长江 MBA 学生“知行合一”课外实践传统的一部分，也是长江商学院 MBA 项目成立十周年系列活动之一。

“取势，明道，优术”是影响力甚广的长江商学院校训，本次论坛以“取变革势，明领袖道，优青年术”为论坛主题。“取变革势”，在于变革是时代的大背景——十八届三中全会彰

显的改革决心及确定的改革方向，为我们揭开了富有机遇而又暗藏挑战的新篇章。“明领袖道”，在于领袖是时代的最强音——在迷雾中洞见未来，在挫折中刚毅坚定，在胜利时居安思危，每一个青年心中，都潜藏着一个关于领袖的梦。“优青年术”，在于青年是时代的生力军——我们怀有的，不只是棱角，还有理想，不只是热血，还有理性，不只是个体成功的梦，还有齐家治国的心。

围绕论坛主题，长江商学院 MBA 副院长李海涛博士，万科集团执行副总裁、北京万科总经理毛大庆先生，《企业家》杂志总编辑兼社

长、发行人牛文文先生，万事达卡国际组织大中华区总裁凌海先生，精品传媒集团副社长徐方先生等行业领袖作为嘉宾进行主题演讲。嘉宾观点精彩纷呈，极具洞见力，如毛大庆基于人口年龄结构变化趋势分析，认为中国依然有 10-15 年的机遇期进行经济结构转型并探索真正的创新发展道路，对在座的青年 MBA 学子寄予了很高的期望。

来自投资界、互联网界、文化界、创业界、公益界的 20 余名业内顶尖专家作为嘉宾参与论坛讨论，以率直的态度进行观点碰撞。

（中心

