

借领衔主演《大汉贤后卫子夫》热播的东风

王珞丹为家乡蒙都牌草原牛羊肉倾情代言

■ 本报记者 唐勃

日前,由有“四小花旦”美称的王珞丹和香港偶像明星林峯共同领衔主演的长篇电视剧《大汉贤后卫子夫》同时登陆浙江卫视、东方卫视、安徽卫视三大电视频道,收视反响不俗。就在《大汉贤后卫子夫》热播之际,饰演本剧主角卫子夫的王珞丹接受邀请,成为她的家乡产品蒙都草原牛羊肉的品牌代言人。

《大汉贤后卫子夫》是一部让人耳目一新的宫廷大戏。主要讲述了汉武帝的第二任妻子卫子夫,从一个平凡歌姬到成为皇后的故事。本剧参照《史记》、《汉书》相关记载,主要讲述卫子夫的人生经历,从出身卑微的歌女,到入宫后生下长子刘据,成为汉武帝刘彻(林峯饰)的第二任皇后的传奇一生。

记者了解到,该剧最大程度还原历史真实情景,同时不失艺术上的想象力和创新,这成为该剧的最大特点。在历史上,卫子夫的经历不仅改变了自己的命运,同时也改变了一个人的命运,其弟大将军卫青(沈泰饰)、外甥骠骑将军霍去病(张亚希饰)都成为了汉代乃至中国历史上著名的军事英雄。卫子夫以其

优良的品德,赢得了汉武帝的宠幸,也赢得了大臣和后宫人等的尊敬,为汉朝的发展做出了一定的历史功绩。该剧力求最大程度尊重历史还原历史,以艺术创新激励和感动观众,比起近年来穿越、宫斗、阴谋横行的宫廷剧,本剧可称得上是仅有的“正能量”,十分值得观看。

2007年,王珞丹出演青春励志剧《奋斗》一炮而红,此后她的演艺事业发展极为顺利,2009年出演电视剧《我的青春谁做主》,2012年主演两部年代大戏《红娘子》和《山楂树之恋》,几年来事业上的快速发展让王珞丹在影视界有了“四小花旦”的美誉。

王珞丹作为出生于内蒙古赤峰市的影视明星,一直对家乡充满浓厚的感情,这也是此次她接受蒙都草原牛羊肉的邀请成为代言人的原因之一。除此之外,王珞丹还曾谈及过自己从小就爱吃牛肉干,特别是家乡赤峰产的风干牛肉对她来说更有一种特殊的乡情蕴藏其中。或许是因为这份浓浓的乡情,王珞丹对与蒙都草原牛羊肉的合作十分重视,参加了蒙都的经销商大会和以“草原贵族”为代表的蒙都系列新品发布会。

蒙都作为农牧业产业化国家重点龙头企业,



业,其产品蒙都草原牛羊肉热销区域内外。记者了解到,在位于内蒙古自治区首府呼和浩特王府井·维多利亚商城的蒙都专柜,印有王珞丹“卫子夫式”造型包装的蒙都风干牛肉干特别受消费者欢迎。

王珞丹不仅是蒙都草原牛羊肉的品牌代言人,同时也接受邀请出任“蒙都·王珞丹爱

心慈善基金”的爱心大使,还参加了日前在赤峰市举行的“蒙都·王珞丹爱心慈善基金”启动仪式,在仪式上作为爱心大使的王珞丹代表蒙都公司向赤峰市慈善总会捐款人民币100万元。据了解,善款将用于配合政府有关部门在紧急救援、扶贫济困、安老助孤、医疗救助、助学支教等方面进行救助。

湖北省食协工作会议在京山县举行,会长蔡宏柱提出

“三个服务”推动食品工业创新发展

8月21日,湖北省食品工业协会会长(理事)工作会议在京山县举行。省经信委轻纺处处长黄敏鸿,省民政厅民间组织管理局副局长王斐道,省食协高级顾问、白酒专家委员会主任陶家驰等领导出席会议并讲话,省内40余家重点企业代表就进一步做大做强食品工业进行深入探讨。省食品工业协会会长、稻花香集团董事长蔡宏柱在会上强调指出,做好“三个服务”,推动协会转型,实现全省食品工业新发展。

黄敏鸿在讲话中指出,省食协是承接政

府机构改革后部分职能的行业组织,随着改革力度加大,今后将会有更多的政府职能由协会来承担,省食协要加强与食品企业联系,搭建技术平台,凝聚产业发展合力。王斐道在讲话中说,要积极支持食品行业细分专业,成立相关分会和专业协会。陶家驰就发挥专业委员会排头兵作用和龙头企业骨干作用、带动食品行业更好发展发表了意见。

蔡宏柱指出,随着国家系列政策出台,食品行业发展面临新的形势和挑战,省食协要围绕促进食品行业发展和维护食品安全的

中心工作,推动协会转型,着力搞好“三个服务”。一是为政府服务,做好政府决策的参与者,认真贯彻落实全省食品工业发展规划、产业政策,参与相关行业标准、市场准入条件等的研究和制定;二是为企业服务,做好企业发展的推动者;三是为公众服务,做好公众舆论的引导者,传播食品安全知识,宣传会员企业品牌,引导健康消费。同时,协会要加强自身建设,为行业办实事,营造公平、和谐发展环境,促进湖北食品产业走在全国前列,早日实现省委、省政府提

出的“吃湖北粮、喝长江水、品荆楚味”的宏伟目标。

据悉,自2015年开始,湖北省食品工业协会将参照国家评选“中国评酒大师”“中国白酒工艺大师”“中国白酒大师”标准,在湖北开展省级“评酒大师”“白酒工艺大师”“白酒大师”的评定工作。每年还将举办一次大型省内食品展销会,并组织省内食品企业参与国际国内博览会、行业研讨会,推动湖北食品产业走向全国。

(张丽)

谢知洞:生产放心食品 做道德企业

民以食为天,近些年来,中国食品行业安全事件频发,各种不安全的食品充斥着市场,毒蔬菜、毒奶粉、塑化剂、染色馒头、速成鸡、催熟水果等重大食品事件不断触及国人食品安全的底线,频频曝光的问题食品不仅损害着消费者的健康,也引发了社会信任危机,消费者谈“食”色变,纷纷高呼,没什么可以放心吃喝的东西了,有毒有害食品就像一把软刀子,无形中刺向了芸芸众生。

舌尖上的安全,困扰着人们,也考验着众多的食品企业,一些企业领导不断地思考和行动,以自己独特的运作方式,保证食品的安全健康,为消费者提供放心食品,内蒙古田野餐桌现代农业有限公司就是其中的一家,一直为此而努力奋斗,并迅速崛起,该公司董事长谢知洞还提出生产放心食品,做道德企业的新理念。

内蒙古田野餐桌现代农业有限公司位于赤峰市元宝山区美丽河现代农业科技园区,是以蔬菜杂粮种植、畜禽养殖、净菜加工和农产品物流为经营主体的现代农业企业。董事长谢知洞说,做道德企业,做放心食品,为消费者提供绿色、天然、营养、健康的食品,是我们的责任,作为龙头企业,我们有义务引领行

业发展。

谢知洞董事长是这样想的,也是这样做的。为了保证食材安全可控,田野餐桌公司实施ACM农业全产业链管理系统,从基地安全生产、检验检测、采摘预冷、分拣包装、冷链配送直至终端直供销售,全程采用质量可追溯系统,实现“产前有标准,产中有档案,产后可追溯”的食材安全经营管理目标,确保终端消费市场的食材安全。

田野餐桌公司专属种植养殖基地全部实施标准化生产经营模式,种植养殖工人按照公司制定的绿色安全种植和养殖标准进行基地生产。通过质量可追溯后台操作系统,将基地种植和养殖过程中各个环节的数据进行自动化收集和整理,最终在产品包装上形成一个追溯数据二维码。通过手机二维码扫描器扫描每盒产品上边粘贴的质量可追溯二维码,或者在公司官方网站质量追溯平台输入追溯码编号,即可查询到蔬菜的种子来源、施用的肥料、绿色防控病虫害的办法,出自哪个温棚、采收时间、检验检测中心的农药和化肥残留以及重金属是否超标、预冷包装时间、配送冷链车何时配送等等相关的蔬菜安全信息。

通过这个蔬菜的绿色“身份证”,让广大会员对蔬菜从种植到销售的整个流程和各个环节,有一个较为清晰的了解。通过扫描质量可追溯二维码也可以了解到养殖过程中的饲料使用、畜禽生长周期、防疫情况、屠宰时间和地点、物流配送时间等等相关信息。

通过质量可追溯系统可以实现责任到人,一旦公司产品出现质量问题,可以反追溯,知道问题所在,以便实施监督管理,改进服务质量。

企业经过几年运行,悟出了一个深刻的道理——“食品工业就是道德工业”。常言道:金杯银杯,不如消费者的口碑。“产品有道德,质量即人品。”田野餐桌公司的发展实践进一步证实了这种观点的正确,以及它的现实指导作用和长远的历史价值。

经过多年的发展,公司已经成为内蒙古自治区农牧业产业化龙头企业,自治区林业产业化龙头企业,赤峰市国家级农业科技园现代物流区,商务部、财政部2012年农产品现代流通综合试点企业。2012年,朝阳山蔬菜生产基地被农业部认定为国家级蔬菜标准化示范区。

厚积薄发的田野餐桌公司在经历了数年



内蒙古田野餐桌现代农业有限公司董事长谢知洞

的探索与积累后,全面实施ACM农业全产业链运营管理模式和O2O销售模式,实现产运销无缝对接,减少中间环节,使生产网与销售网有机结合,从田野到餐桌确保食材安全、新

鲜和便捷。从而以崭新的姿态致力于打造从田野到餐桌,从种植到销售全程质量可追溯、信息公开化、流程透明化的现代农业发展品牌。

(高艳庆)

医疗健康互联网:明晰定位,品牌才有可预见的未来

■ 钟仁

近期,医疗健康与移动互联网相结合的股权投资非常火爆,频频刷新纪录,与2006年好大夫用2亿元一直烧到现在的“慢火”比较,现在的火候明显更猛烈:一会儿是n个细分app每个都获得了上百万美元;一会儿是大姨吗获得了3000万美元;一会儿又是美柚3500万美元反超;一会儿更是春雨掌上医生融了5000万美元C轮融资近期纪录;圈内更是神传号称首轮估值过亿同时进攻BAT的异类——健趣网,不知它会否创下新的历史纪录。

个性化定位 避免千篇一律

风光的背后,我们看到业内的一种浮躁和攀比,更是看到了不少潜在的危机,主要是定位模糊和品牌延伸。下面我们来分别听听老掌门人是怎么看待网站定位这个问题的——

好大夫创始人王航:“帮你找到好大夫”。曾有人问好大夫创始人王航,“帮你找到好大夫”这个定位是否有过动摇?是否会增加药品知识推广等业务扩大公司规模,覆盖更多用户?而王航则认为,他对这个定位没有动摇过。目前,好大夫是国内最大的专业院外医疗服务机构。让患者找到好大夫

是我们始终要做的。

笔者认为,该网站虽然没有盈利,也未必是最好的定位,但王航至少是坚持的。

大姨吗创始人柴可:“轻健康到经期工具到社区到医疗健康生活服务”。2011年,用另一种方式来切入,不叫医疗,也不叫健康,叫“轻健康”。2012年,像QQ一样,找一个切入点,像一根针一样深入一个领域,然后再想办法扩大。柴可决定从女性每个月的烦心事开始下手。2013“解决健康上的小问题,同时可以积累用户数据与口碑”。2014年,柴可认为自己的目标并不是社区,而是创业第一天就想好了的——“做互联网医疗健康生活服务”。

笔者觉得,混淆了公司目标和产品定位,公司目标可以远大,实现步骤可以分阶段实施,但是一个产品的定位是不可以轻易变动的。大姨吗和QQ几乎没有可比性,日常的即时交流是一个刚需,而大姨吗那点事不是。

美柚创始人陈方毅:“公司-女性健康服务,她她圈-女性社区”。2013年4月,陈方毅推出基于手机的应用美柚,并成立厦门美柚信息科技有限公司。其主要功能除了经期记录和预测外,还有备孕、怀孕、育儿等功能,还有一个女性社区“她她圈”。2014年开始,提供减肥、美容、养生等方面的建议,制定个性化的健康任务。2014年7

月,市场越来越大,足以支撑很多产品来探索女性市场。

业内人士指出,陈方毅敏感地发现了品牌是不可以随便延伸的,所以“她她圈”的子品牌推出,另外公司的目标市场始终为女性市场而非“医疗健康生活服务”。毫无疑问,美柚在营销的战略决策上领先大姨吗不是一点半点。

春雨掌上医生创始人张锐:“从轻问诊到医疗搜索到空中诊所”。2012年,定位“轻问诊”。没有商业模式,但是有很多商业机会。2013年,春雨掌上医生转型搜索称医疗搜索。2014年4月,推出空中诊所服务。2014年8月,展开与医院、药厂、药店全面合作,实现大规模的商业变现。

资深从业者认为,春雨掌上医生的定位不断在摇摆,从轻问诊到搜索到空中诊所,对于用户而言只能是用脚投票,根据春雨C轮融资时的结果,3000万激活用户量,5万名在线医生,每日健康问题咨询量超过4万,让人怀疑这种服务的粘性。

健趣网,让智能健康信息服务平台脱颖而出

作为领先的智能健康信息服务平台,健趣网是从一开始就把目光聚焦定位于危害最

高、关注最大的30余疾病,可谓有的放矢,目光前瞻,它致力于提供以用户健康为核心目标,其平台功能是让人们及商家分享和交流自己的信息和服务从而产生最具价值的信用评判。笔者获悉,2014年产品原型已确立完毕。而笔者通过与健趣网创始人程振宁的交流,也看清了其网站的未来发展脉络与从业者的良苦用心。

问:为什么做这个,能解释一下原因吗?

程振宁:有几个原因,一个是因为根据我们的研究结果,未来医疗健康黄金十年最重要的增长是服务,但健康服务比较特殊,用户在做决策前需要足够的信息来支持,而现有的信息用户是不满意的,所以一种高质量的新型信息是必不可少的一环;之所以说健康而不是医疗或疾病是因为健康包括疾病也包括医疗,但反过来就不可以,100人会有99个承认自己有需要改进的健康问题,但可能只有1个人会承认自己有病。智能是指我们在商业模式中会尽可能地减少人工干预例如大批量电话客服的方式。

问:为什么一上来选择这么大的定位?

程振宁:我们之前也想绕,比如做了中国版的“patientslikeme”,即一个全病种患者交流社区,结果发现人气很快就下来,比如我们想通过有趣的方式app来吸引用户交流然后变现,但是用户很迷糊你到底想干什

么?所以我发现我走入了歧途,为什么不能一上来就瞄准目标市场占据用户脑海中第一个定位呢?这个结果很让我们团队包括投资人振奋,我们用了三个月时间完成了原型。

问:你们有什么独创的技术或理念来保证实现这个呢?

程振宁:由于目前还融资保密,所以技术方面我不便细说。简单讲有三个理念来实现这一点:首先,品牌名即定位,永远不变,当这个细分领域没有出现竞争者时你就有可能获得第一。其次,哪里有困难就从哪里攻击,当你帮整个行业增加价值你才能获得巨额回报。再次,中国的信息也好服务也好本质上是信用缺失,我们来重塑信用。

问:你对网传你要挑战BAT怎么看?

程振宁:那是在北大校友创业俱乐部的私密场合,暖场用的,不能当真。不过严格意义上讲,我是在挑战他们的健康+信息+服务这个三重细分领域,从定位来看可能我更专注,但能否战胜那肯定要有其他方面的因素包括运气共同作用。

专家点评认为,该网站定位非常清晰,也很宏大,对其技术秘密也很好奇。但路途艰险,所有号称要挑战BAT,最后毫无例外都败下马来或被收购控股,健趣网是一个例外吗?是否会创造融资的一个新的神话,我们拭目以待!