

“绿色”满眼春 一“桶”天下闻 渔猫子餐饮公司全力打造生态美食

■ 本报记者 唐 勃

9月7日，在激昂的鼓乐声中，渔猫子成都金花店餐馆隆重开业，只见宾朋满座，欢声笑语不断。至此，源自四川雅安

的渔猫子木桶鱼在成都已拥有了23家店。渔猫子金花店与东光小区直营店一脉相承，其质朴清新的装修风格与生态绿色环保的菜品相得益彰。记者看到，数百平方米的餐厅清新雅致，洋溢着浓浓的川西质朴风情：餐厅内倒悬的草帽像盛开的朵朵莲花鲜嫩欲滴；室内古朴典雅的双鱼灯不仅有良好的寓意，同时把主打菜品——鲜鱼很好地凸显出来；而以碧峰峡、周公山等命名的包间，将雅安的风景区一一呈现，伴随着热情周到的服务，在店内将三雅文化——雅鱼、雅雨、雅女进行了一个全面而立体的呈现与融合。

据渔猫子餐饮管理公司总经理李林介绍，公司目前拥有直营店3家，加盟店20家，总营业面积万余平方米，是四川餐饮与饭店协会理事单位。公司拥有专业餐饮策划师、川菜高级营养师数名，所创渔猫子木桶鱼汤锅被四川餐饮与饭店协会评定为“四川特色风味汤锅”，秘制蘸料碟被中国饭店协会评为“最具四川风味特色料碟”。顾名思义，“渔猫子”是以河鲜类、海鲜类为主食

材，以原创的汤锅型做法为引子，在吃鱼又喝汤的同时进一步充实和研发海鲜汤锅更深层次的养身功能，积极广泛地深化产品的核心价值体系。用普世的价值观和生态健康的美食理念去改革和颠覆惟利是图的商业道德准则。

“渔猫子”木桶鱼是新创健康的河鲜汤锅，口味属于典型的白汤清香麻辣型，其木桶鱼特选高山多雾区野生香杉树，通过全程手工打造，撷取富含各种微量元素的天然有机石，通过“三椒”（青二荆条、小红米辣、汉源贡椒），不用老油和底料，不添加和使用任何香料和香精，十多种名贵中药材加棒子骨、鸡架、深海墨鱼仔慢火24小时熬制的高汤；在木桶里放上经过高温油热的石头，再将生鱼片铺展在桶内的有机石上，倒入沸腾的汤料瞬间将鱼片焖熟，整个过程都在餐桌上进行，鱼肉鲜香滑嫩，将人的视觉、味觉、嗅觉融为一体。

渔猫子木桶鱼重点植入“健康、绿色”的养身理念，让消费者吃得开心、吃得放心。渔猫子木桶鱼摒弃传统火锅的油膩，走平民化的路线，其原料的输入都经严格把关，整个制作都是现场制作，加上配有中药的秘制汤料，让人品舌尖美味，吃放心食品，有种在森林中闻着花香和青草香野餐的绝妙感受，将生态美食理念诠释得淋漓尽致



致，真正体现了“营养健康渔猫子”的绿色餐饮新概念。

据“渔猫子”品牌策划经理习刚介绍，该餐饮品牌鱼类众多，主要包括有雅鱼、胭脂鱼、红鲢鱼、江团、丁桂、清波、乌鱼等，最近又刚刚推出了木桶鲍鱼等海鲜产品，让“渔猫子”的产品更上一层楼。其生态有机蔬菜也格外受食客青睐，据了解，其有机蔬菜均来自生态有机蔬菜基地，包括藏红花苗、火龙果花、京水菜、黄秋葵等，既

新鲜健康美味，又能滋养身心。

渔猫子崇尚“自然、健康、时尚”的经营理念，全新打造木桶特色餐饮，将颠覆传统鱼汤锅的传统，将一股绿色创新的清新之风吹入国内餐饮市场，必将铸造出企业新的辉煌。李林总经理指出，下一步企业将把“渔猫子”打造成国内特色餐饮界著名品牌，并在成都市内开出数家大型的旗舰店，赢得更大的知名度与美誉度，形成巨大的市场品牌效应，并计划在东南亚等地开设分店。

陈诚：认真做人，诚实做事



内蒙古草原之歌食品有限公司是内蒙古自治区最大的一家以牛、羊、鸡肉清真冷冻肉食品深加工生产和销售为主的厂家，该公司主要产品分为羔羊肉、带骨肉分割、肉串、肉丸几大系列共40多个品种，年产速冻清真系列产品5000吨，注册商标“草原之歌”，产品畅销全国各地。该公司把“诚信经营，领先服务”作为公司的经营理念，受到了社会各界人士的好评。近日我们采访到了该公司总经理陈诚，他介绍了企业的发展情况，兹整理如下——

我们企业经过多年的运营，悟出了一个深刻的道理，“食品工业就是道德工业”，为什么我们的企业生命力越来越强，而有的食品大企业却陆续死掉了呢？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”这句话，是许多智者提出来的观点，草原之歌

发展的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。为此，我们把“产品有道德，质量即人品”作为草原之歌的质量管理理念，有了这种理念，才能使我们的发展不至于偏航乃至迷失方向。

那么道德标准怎么样才能渗透到企业的产品中去呢？我认为应该有两个方面，一是在产品设计阶段，人的境界品位决定了产品设计的方向；二是在产品实施阶段，人的品行、品格决定了产品实施的高下。多年来，我们一直坚持以下几点来铸造有道德的产品：

第一，产品即人品，先学做人，后学做事。一个人，如果没有好的人品，就不会制造出好的产品。结合多年的工作经验，我形成了一个理念，那就是产品质量的好坏可以直接反映出员工人品的好坏。如果产品没有做好，我们会追究相关责任人的人品，人都没做好，做的

亚马逊入华十年的野心：转守为攻

亚马逊中国在十年这一节点上，趁势宣布了多项变革计划，叫板中国内地电商。在此之前，亚马逊中国的反应过慢，被业内人士诟病。

“五个新计划，将让亚马逊中国的产品种类更丰富。”9月1日方正式出任亚马逊中国区总裁的葛道远(DougGurr)迫不及待地出现在8月19日的“亚马逊美好生活秀”上，向媒体详解其将担任主导的新变革。

据葛道远介绍，亚马逊的五个新计划包括，上线从国际市场直采商品的国际精品馆、Zstyle 尚品馆、智能数码馆、爱厨馆，自提点拓展到全国6个省市自治区、数量扩大到800多家。这一切，都被视为是保守亚马逊主动发起的正面进攻。

以“正统”之名

在京东、1号店、天猫、唯品会等电商纷纷通过宣传获得较高的曝光率之后，被称为“中国内地电商教父”的亚马逊显得有些低调过头，要知道，通过技术升级、规模化运营形成的低价优势并不那么吸引人了。

显然，在“价格战”中没能占上风的亚马逊要为自己找一个新的“护城河”——“海外品牌”和“亚马逊特供”。

在亚马逊近日举办的“美好生活秀”上，各展区对“国外品牌”和“亚马逊特供”均有体现。国际精品馆突出了从27个国家引入的13000多件产品，其中海外酒庄直采和美国食品直采最具代表性；Zstyle 尚

品馆引入75位设计师的4000余款选品；智能数码馆集中了包括智能手环、智能手表、运动追踪器、智能家居以及创意娱乐影音产品等1500种各式智能数码产品；爱厨馆涵盖了锅具、刀具、烘焙等17个厨具分类的近10万种厨具，来自美国、德国、意大利、日本等国家。

记者发现，“特供”和“专属”的理念贯穿其中：国际精品馆的1/3产品为亚马逊特供；Zstyle 尚品馆与赫斯特集团旗下ELLESHOP达成独家战略合作，为亚马逊中国用户设计独家限量单品；智能数码馆的Withing和Pebble独家在亚马逊平台销售；爱厨馆的德国厨房小件品牌EMSA等30个品牌2000个商品也是亚马逊独家选品。

而实现这一切的基础，是亚马逊中国在8月20日刚刚公布的消息：与中国上海自由贸易试验区、上海市信息投资股份有限公司签署关于开展跨境电子商务合作的备忘录。这意味着，亚马逊将在上海自贸区有自己的物流仓库，部分海外商品可以提前进口至上海，消费者下单后直接从自贸区配送。

很明显，亚马逊想用自己的“正统电商”身份，与顺丰、京东、天猫推出的“海外购”、“全球购”等“中介型电商”业务，争夺跨境进口市场。

构建 Kindle 生态圈

图书业务作为亚马逊在中国起家的业

梁宝寺公司“金秋助学”为贫困学子圆梦

8月27日，记者从山东能源肥矿集团梁宝寺公司工会了解到，为帮助困难员工子女解决就学问题，该公司今年持续开展以“爱心共助学子梦”为主题的“金秋助学”活动，圆困难学子上学梦。

梁宝寺公司按照党委领导、行政支持、工会运作、员工互助的原则，以保民生、稳大局、促和谐、谋发展为目标，不断拓展助学内容，延伸助学链条，创新助学方式，通过各级行政和工会共同注资以及员工捐资等方式筹集资金，确保实现“不让一名员工子女因经济困难而辍学”。资助的对象包括2014年高考考入国家大专以上院校并被正式录取，因家庭成员患大病、残疾或遭受突发性灾害等原因，无法按时支付入学费用的困难员工家庭子女；各级工会建立档案的困难员工上学子女；经政府救助后生活仍十分困难的低保或低保边缘员工家庭上学子女等。

为确保活动收到实效，梁宝寺公司要求各单位一是将“金秋助学”活动当作近期工作的重点内容，认真安排部署。在活动开展期间，要做好助学帮扶方案制订、资金筹措、对象确定、资金发放、助学跟踪等环节工作，以多样化的助学形式，促进助学帮扶活动的深入开展。二是建立健全困难员工子女助学档案，实行动态管理。对申请资助的对象要认真调查摸底，逐级审核，严格把关，切实做到学生录取情况清、家庭收入清、困难状况清、资助数额清，促进助学活动的规范化。同时，各单位也可结合实际，适当组织开展捐助活动，积极营造“爱心共助学子梦”的良好氛围。

(魏俊泉 梁祚山)

东胡集开展专项整治工作

最近，江苏涟水县东胡集镇在教育实践活动中，以更加饱满的政治热情和良好的精神状态，坚持思想不松、标准不降、力度不减，对准“四风”顽疾，开展专项整治。在查摆问题、即知即改，开展“回头看”的基础上，认真落实整治工作。通过问题认领清单、整改办清单、落实销号清单，办理结果向群众公示，实现定一件改一件，改一件成一件。从群众最关心、最期盼的事情改起，不断提升群众满意度。农贸市场、公交车站的建成，胡鲁路即将通车，群众高度赞扬；加大力度整治农村环境，实现清水源、清洁家园、清洁田园，群众也非常满意。

(徐春生 陈裕 牟岩)

又讯 东胡集镇别洼村通往马厂村的“别马路”，因年久失修，多处坑坑洼洼，车辆无法通行，村委会想修但囊中羞涩。分工在别洼村的镇人大主席杨立彬，听到群众关于修复“别马路”的建议后，与村党总支书记朱中云一道研究实施方案，决定向本村在常州久虹医疗器械有限公司担任副总的缪东林求援。平时热心公益事业，今年回家过春节的缪东林获悉后很爽快地答应了此事，捐资1万多元，修复了“别马路”。缪东林的义举，受到家乡父老乡亲的一致赞扬。

(陈裕 黄明)



务，仍然备受重视。

在十周年这一契机，亚马逊中国和中信出版社签署全面战略合作协议，消费者不仅可以在Kindle电子书店购买和阅读来自于中信出版社的电子书内容，也可以在多家中信出版社的实体店体验和购买Kindle全线产品。

由此可见，亚马逊是以图书业务作为切入点，以Kindle电子书店和电子书阅读器KindlePaperwhite为起点，发展一系列Kindle衍生品，建立Kindle生态圈。

自2012年12月上线以来，Kindle电子书店已有将近13万种电子书；Kindle电子书阅读器目前在中国20个城市的苏宁均有销售，京东和苏宁的官网上也可购买。

Kindle电子书店和电子书阅读器KindlePaperwhite进入中国，还带动了KindleFire平板电脑的销售。同时，亚马逊去年5月推出的亚马逊中国应用商店，也已经拥有超过2万个应用。

值得关注的是，亚马逊中国毫不讳言地公开表示，Kindle不仅仅是一个设备，而是为消费者提供的一整套服务。“我们自己生产硬件，因此可以深度地与内容和服务结合；我们深度定制安卓系统，因此我们能提供更多消费者需要的功能和服务；我们有自己的云服务，消费者无需了解软硬件及内容，亚马逊提供一站式解决方案。”

亚马逊中国的野心可见一斑。

(黑马)