

你能想象当经典漫画形象米奇赛着龙舟,走向中国传统端午的情景吗? 你能想象美国队长和钢铁侠遭遇美味粽子的快乐体验吗?当传统的百年老字号五芳斋邂逅美国的百年品牌迪士尼,它们将会擦出怎样的火花?

五芳斋携手迪士尼 中外老字号别样玩“跨界”

■ 卢奕 孙翔鸣

中华传统美食携手家喻户晓的动画明星与超级英雄,五芳斋与迪士尼 3 月 29 日达成合作。今年端午节,迪士尼、漫威的卡通人物将首次出现在具有中国传统特色的五芳斋粽子上。

29 日当天,2016 五芳斋新品(迪士尼系列、漫威系列)发布会暨全国合作商大会在嘉兴龙之梦大酒店隆重举行。经过精心筹备和设计,五芳斋将经典传承的产品和迪士尼人物相互碰撞,经典与创意擦出火花,令人耳目一新。浙江五芳斋实业股份有限公司品牌总监徐炜表示,五芳斋与迪士尼都是具有悠久传统的百年品牌,携手合作是一种传统与创新的碰撞,文化与创意的结合。与迪士尼的合作,也是五芳斋全面实现互联网时代“更轻、更快、更互联网化”愿景的一次美妙尝试。

产品“混搭”风 尽显“国际范儿”

当天的发布会上,五芳斋展示了其专门为 2016 年端午节倾心打造的粽子产品;这些将分别在线上、线下推出的八款礼盒产品及两大真空系列产品,经过了别出心裁的包装设计,涵盖了迪士尼经典动漫卡通角色如米奇、米妮、唐老鸭等,以及旗下漫威电影中的经典人物,如美国队长、钢铁侠、雷神索尔、绿巨人浩克等。

一边是家喻户晓的动画明星和风靡全球的超级英雄,一边是中华数千年文化的积淀和饮食传承,这一“混搭”效果也让五芳斋产品“国际范儿”十足,更叫人充满期待。同时,对于大量的电影拥趸和老字号的忠实吃货而言,这也是一场不可错过的视觉与味蕾的盛宴。

除了抓人眼球的产品外,双方将陆续开展一系列线上、线下推广体验活动,也会让更多粉丝得到味觉与视觉的双重享受与更多惊喜。徐炜表示,五芳斋相信,在这个端午季里,让人期待的不仅是美味可口的粽子,还有将在全国各大卖场超市和线上购物平台刮起的老字号与迪士尼“中西合璧”的极酷旋风。



●浙江五芳斋实业股份有限公司董事长厉建平。



●2016 五芳斋新品——迪士尼系列、漫威系列。

据了解,该系列产品将在以“快乐让美味更有味”为主题的端午季隆重推出,是五芳斋倾力打造的传统与现代相结合的中华美食系列。目前该系列产品正在紧张生产和铺货中,将在 4 月、5 月全面上市,预计将为五芳斋带来近 1 亿元的销售收入。

接轨国际品牌 迈向更高端

中国的百年老字号五芳斋携手美国的百年品牌共度端午,这听起来有些匪夷所思,但事实上这两家百年品牌却有着深厚的合作基础和共同的基因。

张小泉、五芳斋、全聚德、东来顺、同仁堂……这些耳熟能详的品牌实际上都头顶“老字号”光环。历史变迁中,老字号的兴衰沉浮也诠释着“适者生存”法则。据中国商业联合会中华老字号工作委员会粗略统计数据显示:经国家商务部认定的“中华老字号”1128 家,其中仅 30%经营良好,大部分知名老字号逐渐衰弱甚至消失。

在发布会上,浙江五芳斋实业股份有限公司董事长厉建平表示,五芳斋是一个百年沉淀且又具有锐意创新意识的老品牌,多年来一直秉承着“用心制造美味”的愿景,而迪士尼也是一个“用心制造快乐”的老品牌,两个老字号在品牌价值上具有共通点。

如今,五芳斋正在向“更轻、更快、更互联网化”的公司转型升级,在供给侧改革的新常态下,五芳斋通过与国际品牌的接轨,能将自己带入全新的高度。而此次与迪士尼的合作,也是五芳斋实现中西文化完美结合,并且向年轻化、时尚化、国际化转型升级的重要里程碑。

就连迪士尼中国区消费品部副总裁王沁也将此次合作解读为“国际经典与中国传统的融合”。她表示,除了粽子,即将刮起的中华老字号与迪士尼“中西合璧”的旋风更令人期待。

事实上,近年来,五芳斋一直致力于走向更高端的世界。“我们已经多次尝试与各类高端国际品牌合作,提升五芳斋的知名度,也有了不少合作经验,接下来我们还会一如既往地寻求更佳的合作方式和渠道,努力使五芳斋更加高端化、国际化。”徐炜说。

互联网+时代已经来临,在传承与创新的新思路下,面对日益变化的市场与消费群体,对于传统的百年老字号而言也应顺应潮流,紧跟时代步伐,此次跨界合作也就是一次新的突破与改变。

2016“澳大利亚周·中国”致力深化 中澳双边经贸合作

澳大利亚贸易委员会 3 月 29 日透露,2016“澳大利亚周·中国”将于 4 月 11 日至 15 日展开,中国将迎来史上最大规模澳大利亚商务代表团。

此次代表团将由澳大利亚贸易和投资部长史蒂文·乔博(Steven Ciobo)率领。相比 2014 年的首届“澳大利亚周·中国”访问团,本届代表团将聚集 1000 多位政府官员、行业代表和企业高层。他们将在为期一周的活动中到访中国 12 个城市,参与 130 多场交流活动。

代表团将到访北京、上海、广州、深圳、成都、杭州、沈阳、厦门、乌镇、嘉兴、苏州以及香港。交流合作领域涵盖农业、国际教育、金融服务、医疗健康与养老、高端食品饮料及消费品、科技创新、城市可持续发展及水资源管理、旅游业等领域。量身定制的经贸活动包括研讨会、洽谈

会、实地考察及其他交流活动。

4 月 14 日,澳大利亚总理马尔科姆·特恩布尔(Malcolm Turnbull)将启动其就任总理后的首次访华,并邀请澳中两国政府官员、行业代表、企业高层出席在上海举办的 2016“澳大利亚周·中国”午宴。

2015 年 12 月 20 日,中澳自由贸易协定(ChAFTA)正式实施。在这样的契机下,2016“澳大利亚周·中国”的举行将有力促进两国双边贸易的进一步发展。

澳大利亚和中国在多个经济领域存在互补关系,包括农业、优质食品生产、矿产资源、新兴技术以及医疗健康产业等。2016“澳大利亚周·中国”行业交流活动将展现双方互补的经济发展环境,与中国未来发展的相关战略规划相契合,为两国提供大量潜在发展机遇。(闫晓虹)

绿地布局日本市场 与免税店大腕联手打造综合旅游商城

中国房地产龙头企业绿地集团开始发力布局日本市场。3 月 28 日下午,该集团董事长张玉良与日本免税连锁店乐购仕株式会社的社长罗怡文一同亮相坐落在日本千叶县的“千叶海港城”,在此高调举行进驻仪式和记者招待会。

据介绍,此番两个业界名企强强联手,将以位居成田机场至东京都内必经之路的“千叶海港城”为据点,打造一个集购物、美食、住宿、娱乐等体验为一体的,也是日本迄今仅见的“一站式”大型访日旅游商城。

此举意味着绿地集团正式进军日本市场。其携手乐购仕共同投资取得了复合设施“千叶海港城”的资产受益权。该综合项目占地面积约 2 万平方米,总建筑面积超过 14 万平方米,包括办公、商业、酒店等业态。

此间业界人士分析,今年 2 月访日外国游客人数直逼 200 万,在去年创下史上最高纪录之后,继续保持“高扬态势”。与此同时,相较于过往访日旅游消费多集中于“爆买”模式,而今伴随二次赴日人群的增加,正逐渐转向于体验型的“无形消费”模式。如何因应此种变化需求,让游客得以一站式选择多方位、多重特色的旅游商品,成为此间关注课题。



这也是乐购仕近期继与全日空联手合作后,再度亮出的“跨界”合作之举。显示其继续看好赴日旅游市场的潜力。罗怡文社长称,此番与绿地集团合作收购千叶海湾城项目,是试图向新业态迈出坚实一步。其核心内容,是打算在千叶市建造全日本最大规模的面向访日外国人游客的商业服务据点。乐购仕有意在此设立日本最大规模的免税门店。该项目并非以建设购物设施为主,而是意在打造集购物、餐饮、娱乐为一体的综合设施。罗怡文并称,这里不仅仅满足外国游客的购物需求,还希望通过国际化举措,让日本本土的游客也能在这里消费。(东友)

重点推荐投资名家名作——孙安



孙安 SUN AN

孙安艺术简介

孙安,字戒逸,又名思危,号太行山人,又号白石山人。1937年生于河北深源。河北师大美术学院教授。中国遼大艺术系兼职教授。东方美术研究院客座教授。中国艺术名家研究院常务理事,中国书画名家研究会副理事长。中国艺术学会常委。中国当代艺术协会名誉主席。中国书画研究院荣誉院长。国际文艺界联合会主席团成员,英格兰皇家艺术基金会学术顾问,中国数字艺术馆馆长等。

孙安长期从事中国画教学与创作。主攻人物,山水。受教于蒋兆和、叶浅予、孙其峰诸先生。其作品朴实生动,注重“形、神、意、趣”的追求,具有强烈的人文精神和浓厚的情感内涵。1997年获世界华人艺术大奖“国际荣誉金奖”;1998年香港国际书画大展“铜奖”及“全国民间工艺美术书画展”特别金奖;1999年获国际老人年中国书画大展“世纪名家创作奖”及“世界文化名人成就奖”;2001年获第三届王子杯海峡两岸书画大赛“优秀奖”;2004年多幅作品入选当代《中华文化名家专题邮票》工程;2005年获中华精英人物“金鼎奖”。论文《登山则情满于山》获全国“年度优秀论文”学术成果特等奖;2006年获翰墨养生全国书画名家邀请展金奖及中国文艺杰出成就奖“书画艺术金奖”。2007年获“中国书画名家金马奖”。2008年获“金牛杯”首届全国百家文艺奖。2009年获得年度中国百位杰出画家,及“全球华人百花奖”金奖。2010年获第七届中国文化艺术政府奖、“文华奖”“最佳成就奖”及国际文艺界联合会最高荣誉奖“金圣奖”和中国书画艺术最高奖《金菊奖》金奖。2011年获“中国文艺功勋奖”金奖及“中国

名家红色经典艺术成就特等奖”。2012年《中国艺魂》出版发行《国家文艺名人孙安专访特刊》。同年获得“中国金蛇奖”,及“全国杰出文艺家终身成就奖”。2013年获世界华人文艺先锋奖金奖及“中国红色文化传承杰出功勋奖”。2014年获国际金马艺术奖“终身成就奖”及“庆祝新中国成立65周年暨首届建国文艺大师杰出贡献奖”等。享有“世界书画艺术名人”、“海峡两岸德艺双馨艺术家”、“中国文艺终身成就艺术家”,及“中国文艺功勋人物”、“中华文艺复兴贡献人物”等荣誉称号。2014年特邀作品参加《盛世中国—书画界最具贡献人物献礼建国65周年》。新华网、中国企业报道、光明新闻网、中国书画网、河北之窗等媒体曾予以共同报道。同年受中国企业报道邀约参加《中国最受企业关注的书画名家作品展》。

我的创作心路

绘画艺术需要理性,但更重要的是形象思维,包括直觉、感受、情绪等在内的情感体验。因而画家的思想感情、艺术修养和审美观念,是作品是否具有生命力的主导因素。

任何时代和民族都有主流文化,表现人民的心声,为时代放歌,这是有担当的艺家的必然选择。

我毕生研究中国画,并坚持精研传统,深入



作品《背负青天》

生活,走现实主义创作道路。生我养我的太行山,是我孕育创作灵感和激情的丰厚沃土。朴实勤劳的父老乡亲们,战天斗地,不畏艰难,自尊、自强,对生活永远充满信心和活力。多年来,在我和他们几度朝夕相处,及为他们造像的过程中,深深体悟到了我中华民族的“精、气、神”。

中国画是以笔墨为核心价值的写心艺术,意象造型是中国画的基本特征。笔墨在造型过程中,既能体现客观精神,又能叙写作者的主观情志,并能达到主客观高度统一的意境。这是中国画创作的最高境界,也是我在创作和教学探索中孜孜以求的目标。

创新是艺术家的终生追求,也是艺术作品的价值和生命力的根基。我没有刻意创新,但处处都有真实的我。

孙其峰先生的点评:

能以自己的审美观点认识自然,形成了自己的绘画风格 and 特点。整体布局合理,以变化丰富的笔线为主旋律。勾、皴、擦、点,运用得很到位,笔墨变化自然。以景抒情,以情写景,大胆取舍。人物画形神兼备,充分体现出了人物的自然神态。令人赏心悦目、心旷神怡。是一位很有才华的书画家。



作品《春风得意》



作品《云山秀色》



作品《太行老农》