

千亿级泛娱乐产业机会诱人 资本巨头涌入加速行业洗牌

◎资本关注泛娱乐未来 5 年潜力 ◎巨头抢滩“泛娱乐”战场 ◎关注细分领域及产业联动投资机会

<< P3

本期导读 Highlights

接连出手豪掷 270 亿
洛阳钼业海外“扫矿”

在大宗商品仍处周期性底部之际，洛阳钼业选择以连续收购海外资产的方式，快速扩充自己的全球矿业版图。洛阳钼业 5 月 16 日公告，公司拟通过香港子公司 CMOC Limited，斥资 26.5 亿美元现金，约合 173 亿元人民币，购买 FMDRC 的 100% 股权，以此控制全球储量最大、品位最高的铜、钴矿区之一。

<< P2

“种子选手”不断自我突破
带动深圳集群创新能力提升

近年来，在深圳打造“创新之都”的过程中，这些来自行业的爆发式企业不仅通过自主创新实现了自身的爆发式增长，成为中国企业参与国际竞争的“种子选手”，也为深圳不断积蓄着创新能量。在“种子选手”的带动下，深圳的集群创新能力不断提升，朝着“创新之城”、“创业之城”、“创客之城”、“创投之城”稳步迈进。

<< P5

郑永刚：
产融结合推动上市公司
再升级

申通快递借壳艾迪西方案背后的推动者——杉杉控股董事局主席郑永刚，再次吸引了资本市场的注意。他在近日接受记者采访时笑称自己是中国老一代企业家中出名的“爱折腾”，“我总是在最好的时候考虑转型”。

<< P6

张近东：“三化五当”
撬动十万亿级农村电商

5 月 10 日，首届县域互联网+流通发展论坛上，苏宁控股集团董事长张近东公开表示，苏宁今年内在农村电商市场投入 50 亿元，并通过成立苏宁农村电商学院推动农村电商人才的专业化发展，打造农村电商生态圈。

<< P7

3 万创投人共享盛宴
2016 创新中国春季峰会
为企业合作“搭桥”

5 月 12 日，创业邦主办的“2016 创新中国春季峰会暨春季创新展”在北京国家会议中心圆满落幕，本次峰会持续 3 天。现场吸引了超 3 万名创业者与投资人，为中国创新创业再添热度。

<< P8

义乌进口商品博览会开幕
百国企业抱团掘金中国市场

13 日-16 日，2016 中国义乌进口商品博览会在浙江义乌召开。本届展会为期四天，共设国际标准展位 2113 个，展览面积 5 万平方米以上，吸引了来自 100 多个国家和地区的 1560 家企业(组织)抱团参展，共同“掘金”中国市场。

<< P8

茶博会展示“天府龙芽、世界名茶”
品牌形象文化形象

——访四川省川茶品牌促进会会长、川茶集团董事长颜泽文



四川省川茶品牌促进会会长、川茶集团董事长颜泽文(右四)在中国黄茶斗茶比赛现场

■ 本报记者 樊瑛 张建忠

第五届四川国际茶博会从 5 月 5 日开幕，5 月 8 日闭幕，历时 4 天，和历届茶博会相比，规模更大，布展面积达 4 万多平米，参展企业达 650 余家；亮点更缤纷，其中最引人注目的是四川第一个省级公共大品牌“天府龙芽”首度惊艳亮相，从此，四川也有了“像安溪铁观音、西湖龙井那样在全国叫得响、具有符号与标志特征、见名知产地的茶叶大品牌。四川省川茶品牌促进会会长、川茶集团

董事长颜泽文向记者介绍，四川首个省级公共品牌“天府龙芽”的市场定位是：中国唯一多茶类名优茶品牌、中国唯一全茶产业标准品牌；形象定位是“天府龙芽，世界名茶”。“天府龙芽”的得名主要包含几层意义，“天府”既能明确代表四川区域，也涵盖深厚而神奇的四川人文、地理文化和承载千年风韵的川茶文化。而“龙芽”符合四川名优绿茶以芽形茶为主的特点，代表性强、融合性好。且亭亭玉立，蓄光含露，两叶护嫩舌，枝头汇风景，其天然美感，令人一见倾心。此外“龙芽”具有中国

龙精神、中华产好茶的强烈象征意义，“C”字型地貌奔来眼底，好似神龙环护，携宝畅游四海八极！

2014 年，四川省政府首次以一号文件出台《关于加快川茶产业转型升级建设茶叶强省的意见》，明确提出支持川茶集团等优势龙头企业组建品牌联盟，加快推进川茶区域品牌建设工程。围绕一号文件精神，四川省农业厅领导下，四川省茶业集团股份有限公司牵头联合竹叶青、峨眉雪芽、川红集团等省内 130 多家茶企成立了四川省川茶品牌促进

会，通过创新的品牌共建共享发展模式，共同打造川茶大品牌。经过半多年的川茶大区品牌名主推选，四川省茶业集团股份有限公司原创品牌“天府龙芽”以其创新的“6+X”品牌发展模式被选定为川茶大区域品牌。

为了推广四川首个省级公共大品牌“天府龙芽”，四川省川茶品牌促进会专门从川音选拔了 12 名平均身高 165CM 的美女大学生志愿者，在茶博会期间为“天府龙芽”公益代言，推广天府龙芽“满汉全席”。天府龙芽“满汉全席”分为“六席”，分别代表绿茶、红茶、黑茶、青茶、黄茶、白茶等六大茶类，由“天府十二钗”执茶冲泡，以茶舞的形式奉献给广大茶友，这一场味蕾与眼球的盛宴，成为本届茶博会一大亮点。

那么，四川为什么要重点打造“天府龙芽”这个省级公共大品牌呢？有据可查的第一株人工种植茶树，有史可依的饮茶、种茶和茶叶的流通都源自天府。三千年茶叶栽培史，让四川处处浸润茶香，既有“蜀土茶称圣”的千古流芳，也有“芳茶冠六清”的万世赞誉。但是，在这个众所周知的“四川产好茶”的背后却有着千万川茶人难以背负的“川茶悖论”——产量大，品牌小；产业大，龙头缺；历史久，格局小。长期以来，外省人基本叫不出四川什么品牌的好茶，目前业界和消费者认同的全国 10 大茶叶品牌中，没有 1 个四川品牌。

全景展示“天府龙芽、世界名茶”的品牌文化形象，是茶博会 5 日-8 日举办期间的一大亮点。四川省农业厅主办“天府龙芽川茶大区域品牌揭牌仪式”、“天府龙芽茶区域品牌高峰论坛”等活动，茶博会还专门在新会展 3 号馆-四川名茶馆规划了“天府龙芽茶文化馆”，以进一步传承与弘扬凸显川茶文化。

东方园林投资碧峰峡获评“国家重点旅游项目”

■ 王静 本报记者 李洪洲

2016 年 5 月 15 日，由国家旅游局、山东省人民政府共同举办的“2016 中国旅游产业投融资促进大会暨国家重点旅游项目推介会”在济南山东大厦盛大召开，山东省省长郭树清出席会议并致辞，国家旅游局局长李金早出席会议并发表主旨讲话，国家财政部、国家发改委等部门代表，省级和副省级城市旅游部门负责人，全国 200 多家重点旅游企业负责人，国开行、农发行等金融机构负责人等参加会议。

会议中，东方园林产业集团首个战略投资的文旅项目四川雅安碧峰峡景区与海南海花岛项目、山东长鹿国际旅游度假区等 15 个项目共同入选，成为“国家重点旅游项目”。碧峰峡景区作为四川省唯一的代表性旅游项目获此殊荣，标志着其凭借优良的运营管理能力 and 综合竞争实力，再次获得政府和市场认可，新“碧峰峡模式”的腾飞指日可待。

碧峰峡景区是中国第一代传统景区的优秀作品，凭借独一无二的资源禀赋、科学务实



的规划布局、优质周到的产品服务、与时俱进的营销推广闻名中外十余载，已成为旅游景区开发的典范。景区开业首年便书写了“游客量 86 万，总收入 9000 万元”的传奇数字，而产品内涵的不断丰富和运营管理的持续优化使得这两个数字逐年递增，至 2014 年，景区总收入达 1.2 亿元，创下历史新高。

2015 年，随着雅安市灾后重建工作的顺利推进、国家生态文明先行示范区的确定和国家生态文化旅游融合发展试验区的建设，雅安政府提出了全域旅游发展战略，以及将碧峰峡打造为中国国际旅游休闲度假目的地

的构想，这一构想不仅是雅安政府高瞻远瞩的区域发展战略之所谋，亦是广大游人对旅游景区类产品高品位体验的消费升级之所欲，更是碧峰峡要在更高层面上实现国际化运营、资本化运作的转型升级之所需。

雅安旅游的提档升级需求寻找可堪重任的合作企业。作为一家在文化旅游领域、大生态领域和资本运作领域都颇有经验、颇具建树的集团型企业，东方园林很快得到了雅安政府的高度关注；而雅安市在生态环保、文化旅游等方面的宏观环境及形势也与东方园林的发展

战略不谋而合，二者于 2015 年 12 月正式签订“东方碧峰峡 1+X 发展战略合作”协议，标志着碧峰峡“碧峰峡模式”蓄势待发，至此，东方园林产业集团携实业运营之力、资本运作之力为碧峰峡的发展翻开了崭新的篇章。

碧峰峡景区此次入选成为“国家重点旅游项目”，于雅安全域旅游发展战略及“大碧峰峡”发展规划意义重大。东方园林产业集团总裁金健表示，碧峰峡是东方园林文旅业务“投资+实业”运作模式与“1+X”业态组合模式在实体景区运营管理中的重要战略性项目，对雅安全域旅游模式的探索和落地执行，有助于东方园林发挥自身的比较优势；东方园林将持续关注雅安文化旅游产业发展和灾后重建有关工作，助力雅安全域旅游布局和跨越式发展。

据悉，东方园林正在全国范围内筛选优秀旅游城市，意在打造多个全域旅游的品牌示范区，形成在全域旅游领域的绝对品牌优势，成为“中国全域旅游投资运营第一品牌”。目前，东方园林已有多多个全域旅游项目在积极推进中，不久将面世。

iPhone, android 手机扫描二维码下载安装



企业家家日报微信公众号二维码 中国企业家网二维码

本报常年法律顾问为闫永宁律师

手机:13609110893

Smithfield 美味源自 Smithfield. 进口 Smithfield 猪肉原料 美式培根 美式火腿 美式香肠. 双汇荣誉出品

伍田牦牛肉 完整产业链 品质有保证. 成都伍田食品有限公司 CHENGDU WOTEAAM FOOD STUFF CO., LTD. 做食品就是做良心——杜斌斌. 方便米饭 肉食下饭菜

伊贝实业 —中国高端鞋靴领跑者 http://www.js-yb.cn. GRACEBEFINE. 雅倍™ 低聚木糖 生命质量的绿色添加剂