

中国高端茉莉花茶:碧潭飘雪升级版新装上市

碧潭飘雪创始人徐公八十寿诞暨新品发布会在蓉隆重举行

■ 本报记者 樊瑛 张建忠

“是时候喝点上档次的花茶了。”

11月12日,中国高端茉莉花茶碧潭飘雪升级版新装上市。当天上午,“碧潭飘雪”创始人徐金华老先生八十寿诞暨新品发布会在成都市隆重举行。现场各界政企名流、文人雅士与资深茶友汇聚一堂,饮徐公茶,看徐公书画,茶话成都的花茶记忆,共谈新都市花茶生活,分享徐公50年匠心制茶心路。为这位德高望重的制茶大师带来一场特殊的寿宴。

传承名家,50年潜心制茶

徐公为大书画家徐渭的后人。徐渭是明代三大才子之一,爱茶如痴,一章《煎茶七类》,与他手制的茶一起,让人趋之若鹜。如今,徐公在前人传承之上,更创制出颠覆传统之花茶,人称徐公茶。有诗云:“碧岭拾毛尖,潭底汲清泉,飘飘何所似,雪梅散人间。”因此,徐公茶得雅号“碧潭飘雪”。徐公50年潜心制茶,如今,碧潭飘雪已成为国际知名的中国高端茉莉花茶,是享誉世界的中国茉莉花茶名片。

英国前首相卡梅伦 2014 访问成都,对



哇C团队助力物流业用互联网把物流消灭到零库存

■ 刘梦捷 本报记者 王建蓉 喻永国

双十一期间,在各电商展开激烈竞争的时候,来自物联网的哇C团队借助西博会发出最强音,要掀物联网革命新高潮,用互联网把物流消灭到零库存,这有一个新的名字:物联网。

哇C国际董事长刘毅向记者阐述了他和他的团队正在从互联网+到物联网x的一场新革命。所谓互联网+是互联网与各行各业的智慧融合,与金融结合成智慧金融,与医疗结合成智慧医疗,与旅游结合成智慧旅游等等。

而目前,刘毅和他的团队正在利用互联网+给物流业带来的革命:通过开发的软件运用到互联网+物流结合实体产业,把企业的库存商品从出库到客户的手中,通过物联网的大数据达到去库存的结果,从而减少产品库存给企业带来的负担,同时给消费者带来快速的品质生活,哇C国际把这种模式称作“物联网x思维模式”。

哇C国际团队的精髓思想是:以消费者会员和商家会员为依托,共建哇C国际社群共享经济大平台,为消费者和商家量身打造“社群共享经济互动圈层”平台,以期实现消费者和商家以及平台的商业生态圈,快速建立消费者、商家和平台三方共赢系统。

哇C国际董事长刘毅在接受记者采访时说,有了互联网,一切皆有可能;互联网是大开放,可以组织强大的生态系统。今后的竞争是生态系统的竞争,产业生态系统包括产业链、要素链、服务链和用户群等。企业构建生态系统,要在互联网上将所有供应商、合作商、分销商、服务商到用户全部互联互通,进而融入跨界资源,通过线上与线下O2O一体化运营实现生态系统的高效协同,向平台化企业发展。

四川亿家叁陆伍企业管理咨询有限公司旗下哇C国际CEO贺延高先生认为,互联网是大开放,大融合的生态体系,可以组织强大的生态系统。今后的竞争是生态系统的竞争,产业生态系统包括产业链、要素链、服务链和用户群等。企业构建生态系统,要在互联网上将所有供应商、合作商、分销商、服务商到用户全部互联互通,从跨界再到无界升级体系,通过综合的商业体系做到线上与线下O2O一体化运营实现生态系统的高效协同,向平台化企业发展。

哇C的目标是,在互联网基础上,发动社群网络化环境下的新型组织。社群是自由人的自由连接,这种社会化的自由组织有极强的影响力。企业要充分发挥社群组织的作用,充分利用企业内部的管理社群、员工社群,以及企业外部的兴趣社群、项目社群等,通过微信相互沟通,实现协同和融合。今后企业有两类员工:一类是在职员工,企业内工作的员工;一类是在线员工,企业外众包的员工。随着社群组织的不断发展,在线员工将大大涌现,成为企业人力资源的重要来源。用户主导企业经营势在必行。供不应求时期,企业以产品为王;供过于求时期,企业以渠道为王;产能过剩较大时期,企业以用户为王,用户为王是企业经营最重大的转变。



碧潭飘雪赞不绝口。同年,碧潭飘雪以“VOGUE摩登不夜城”成都盛典唯一伴手礼的身份惊艳亮相。2016年,碧潭飘雪在北京国际茶业展中获特别金奖。

耄耋之寿,喜获八方贺寿

在声光电立体环绕的氛围中,茉莉花瓣

飘飘洒洒,牵动着场上每一位成都人遥远的花茶记忆。政企学商各界知名人士前来,国内书画茶界名家齐聚,齐祝徐公高寿。

竹叶青茶业董事长唐先洪先生向徐公致辞,并为徐公送上寿礼。现场来宾盖章的万寿图卷轴,以及十二寿章,也将赠予徐公作纪念。

彭登怀等国内知名艺术家们以舞蹈、戏

听汤雨陶讲闻“香”鉴“楠”

■ 本报记者 何沙洲

明末清初学者谷应泰在《博物要笺》中称:“楠木有三种,一曰香楠;二曰金丝楠;三曰水楠。”香楠、水楠、金丝楠,在这三大类楠木中能在木纹中显现金丝效果的有桢楠、白楠、闽楠等,其间又以桢楠品质最优。

据专家介绍,金丝楠中佳者为小叶桢楠,叶如细竹,气若幽兰,清香无邪,云贵川产地为上品,而四川又为上上品。地处乌蒙山余脉的四川省筠连县,由于气候温和,湿度适宜,非常适合桢楠的生长,桢楠在境内多处可见,是小叶桢楠原产地。

用金丝楠木打造的家具物件,如案几凳椅、文房茶器,凭借金丝楠天然的光泽纹理,不用漆染,清幽无邪,娴静低调,光照之下发出丝丝金光。在古典家具业内,金丝楠又分为新料、老料和阴沉木三类,老料指旧时留存下来的木料、家具等。阴沉木则指那些因河道变迁、地质变化,曾深埋于地下或水下的金丝楠木。在金丝楠木的收藏中,以老料最为珍贵。现在家具业使用的木料大都是上世纪80、90年代新农村建设中收购的拆房老料,存量已经不多,资源几乎枯竭。

以“弘扬传统,发掘金丝楠文化”的为企业宗旨的四川省筠连楠苑古典家私制品公司,从一开始,就将如何保护小叶桢楠原产地作为经营工作的重要内容,专业选用几百年的金丝楠老房料和上千年的金丝楠阴沉木设计和生产古典家私和工艺品,采用手工雕刻,全榫卯结构,纯手工打磨、打蜡、上漆的工艺,每一件都独特唯一。

显然,金丝楠木十分珍贵。记者11月初走进筠连县城定水路253号的楠苑古典家私公司展示厅,参观着一件件由楠苑公司聘请



的东阳师傅传统手工雕刻制作的金丝楠木仿古明清家具、金丝楠茶具、根雕和手串等一些具有收藏价值的艺术品,真是令人赏心悦目。

然而,现在市面上真正的金丝楠木少之又少,很多人分辨不出真假金丝楠木。对此,多次带领央视等媒体记者进山现场介绍筠连县小叶桢楠的楠苑古典家私董事长汤雨陶先生说,闻金丝楠木的香气是鉴别金丝楠木真假的关键。中国自古以来就有“楠香寿人”的记载,久居楠香之屋,可以延年益寿。用现代的科学解释是,金丝楠木发出的香味持续而精准地刺激人的神经系统从而有助于人的身心健康。

汤雨陶说,金丝楠木隶属樟科,故有清香味。但普通樟科树木的香气通常较浓烈恶俗,令人头晕;在香楠、水楠、金丝楠这三大类楠木中,水楠通常是酸臭气味,香楠的气味是香

剧、书画、时尚秀等不同艺术形态,表现中国高端茉莉花茶碧潭飘雪的意境与精神。而新上市便受全城追捧的碧潭飘雪新品,也随之闪耀亮相。

新装上市,碧潭飘雪再度升级

“茶”逢知己千杯少,在现场嘉宾的共同见证下,由竹叶青茶业董事长唐先洪先生与徐公共同为新品揭幕,宣告新装正式上市。随后以新茶开启亲情、茶情、友情“三情”茶会,从新的视觉品鉴一杯上档次的花茶。

碧潭飘雪新装由香港的华人设计大师陈幼坚担当设计,将西方极简主义与东方经典元素无缝融合,带来强烈的视觉冲击力和深刻的精神穿透力。宝石蓝的色彩夺目耀眼,陆羽《茶经》组成的仙鹤图形飘逸自在,罐顶一面古风后庭院窗花,寓意鹤舞碧潭,雪飘自在,天人合一,含蓄内敛。

其设计理念饱含东方文化思想、哲学观、自然观与艺术境界的花茶,引人回味无穷。喝茶时的高尚情操、放松自在与宁静致远,让这一杯中国高端茉莉花茶,从“色香味形”一泡四享,升华为“色香味形意”五大境界,一次品饮体验,层次丰富,意味悠远。

金惠家:真情服务有温度

■ 金星

金惠家成都广福桥店位于成都市武侯区广福桥街,是金惠家践行“普惠金融”政策,为社区居民提供综合性金融服务的众多网点之一。自开业以来,该店细心、专业、周到的服务赢得了周边客户的赞誉。

广福桥附近社区的居民张先生(化名)于今年4月在金惠家购买了车险。10月,张先生的爱车在路上与他人的车辆发生了小的交通意外,并拨打了金惠家服务热线40018557—333。金惠家成都广福桥店客户经理(现金惠家成都融城后街店铺储备店长)杨佳帮助张先生及时报了车险理赔,并全程协助张先生完成了相关工作。他说,“急客户所急,想客户所想,是我们做好服务的根本。只有做好服务,我们的价值才能进一步彰显。”

金惠家成都广福桥店的装修温馨典雅、别具一格。在这样的环境中工作不但舒心,更让客户感到放心和满意。在谈及张先生是如何与金惠家结缘时,杨佳打开了话匣。他说,平时张先生开车都会从广福桥周围经过,“刚开始时,张先生对我们没怎么关注。可是,当我们的优质服务得到周边的客户好评时,张先生也闻声而至”。

说到这里,杨佳表示,“我们网点十分注重服务的品质和效率,不仅会耐心解答客户关于保险的各种疑问,还在网点设置了相关专业介绍展板,印制了专业知识介绍材料,让客户在听客户经理讲解时可以生动形象地了解到金惠家的业务范围,感受到呵护备至的关怀。同时,客户满意是我们最大的动力。”

据了解,金惠家除了提供保险产品的代理服务之外,还提供诸如基金、理财等金融产品服务。目前,金惠家已经在北京、江苏、山东、重庆、贵州等地布局了线下网点,并且已经研制上线了“金惠家APP”服务平台,把金融服务变得更触手可及。

川金所、PAG携手拔头筹

■ 赖小金

11月14日晚,由业界首屈一指的亚洲创业基金期刊集团(AVCJ Group Ltd.)所主办的第16届年度亚洲私募股权与创业投资奖颁奖典礼在香港香格里拉大酒店隆重举行。

经过专家评委的严格评估,由四川金融资产交易所有限公司(简称“川金所”)牵头、与国际知名投资集团PAG AsiaCapital(HK)Limited(简称“PAG”)联袂打造的金苹果教育集团重组项目在众多优秀的同业投资团队中脱颖而出、拔得头筹,荣获“2016年度亚太地区大型私募投资项目年度奖”,川金所董事长王世杰一行应邀出席了颁奖仪式。



及欧洲的技术与市场等众多优质要素有机整合在了一起,优势互补,如虎添翼,进而成为集团向全球更大范围拓展深入的重要砝码。

并购后大刀阔斧的改进

在匈牙利,并购完成后,波鸿集团带着职业经理人团队,对原有公司进行了大刀阔斧的改进,主要为大众、奥迪、奔驰、宝马提供汽车零部件。2015年,公司销售收入超过10亿元人民币,利润8000多万元,员工也从1100人上升到1600人左右。在加拿大安大略省,温汉姆铸造厂和树加工厂原本处于停产状态,集团通过注入资金,并进行改造升级,让公司重新恢复生机。如今,集团在加拿大和美国的员工人数已经超过1000人,年产值超过13亿元人民币。

最新的进展是,波鸿集团将与加拿大的大学共建汽车工程联合实验室,合作开展人力资源培训。

在中国武汉,集团下属的威斯卡特工厂成功开发博格华纳波兰工厂的宝马B58 M1/O1,以及BW美国工厂的通用GM2.7三个不锈钢涡轮壳项目。该项目自2015年10月15日启动以来,仅3个月便完成3个项目的铸造、机加件的样件送样,如今已经开展批量生产。

在德国,集团与德国RWP公司签署合作协议,深化双边合作,为集团铸造技术的改进与升级奠定了良好的基础。

在美国,集团与密歇根州制造者协会达成合作共事,双方将在技术转化等方面展开合作,促成波鸿集团与高水平的智能化、无人化工厂解决方案研究咨询机构及供应商的合作。

波鸿集团的“世界地图”

以亚洲、北美和欧洲三大区域共同构成“铁三角”

■ 现瑞

两个多月前,二十国集团领导人峰会(G20)在杭州举行。来华参会的加拿大政府负责人在演讲中特别提到了一家四川民营企业,随后会见在加拿大投资的中方企业代表时,也多次与这家四川本土民营企业——波鸿集团的董事长董平紧紧握手。跨越大海,接见四川企业,为什么?

破解个中奥秘,要从4年前的一桩跨国收购案说起。2012年6月,波鸿集团以2.45亿美元100%收购威斯卡特工业集团。对波鸿集团而言,这是他们从四川本土走向世界的历史性一步,以此为契机,波鸿集团开始逐步绘就出一张属于自身的“世界地图”。

成功跻身汽车产业巨头的“朋友圈”

以中国为起点,东至北美,西达欧洲,波鸿的战略版图遍布全球,同时还成功挤进了门槛奇高的汽车产业巨头的“朋友圈”。

9月,加拿大安大略省布兰克福德市,中心城区外10多公里处的工业区内,聚集着数十家不同种类的工厂,其中一片草地上,一面鲜艳的五星红旗迎风猎猎,格外显眼。

这就是拥有100多年历史的老牌汽车零部件铸造企业——威斯卡特公司的总部所在。1902年,他的创始人从制造燃烧木材的铸铁火炉起家,一步步发展成世界领先的轿车和轻型卡车零部件制造商,拳头产品是排气歧管和涡轮增压器壳体。

2012年前后,威斯卡特经营陷入困境之

际,四川波鸿集团不远万里收购了它,继而注入资金,对其进行改造升级,由此,公司原本濒临冷却的铸造车间才重新燃起熊熊大火。

因为这次收购,波鸿集团一举将威斯卡特在亚洲、欧洲和北美地区的7个工厂收至麾下,其中,加拿大、美国和匈牙利分别有两个,另外一个位于中国武汉。

此外,还包括威斯卡特在美、德、法、英和日本的研发中心和销售机构,员工总数超过3000人,年营业收入超过35亿元。其中,仅在匈牙利的两个工厂,员工人数就达1500多人,年销售收入超过10亿元人民币。

如今,通过这次跨国收购,波鸿集团已经在为全球众多原始设备制造商和一级主要零部件供应商提供服务,业务遍及北美、欧洲、亚洲、非洲、南美和澳大利亚。

由此,波鸿集团从一家名不见经传的西部民营企业,一跃成为一家生产基地遍布三大洲、经营范围面向全球的跨国公司。

众所周知,汽车产业,尤其是全球汽车产业巨头,对于零部件供应商的选择,条件极其严苛,不仅要看其产品本身的品质,同时更注重企业的履历,没有几十年上百年的历史,没有长期的合作关系,很难进入其供应商名单。尤其是中国新生代民营企业,更是难以进入其考察范围。

“铁三角”支撑起跨国战略

如今,波鸿集团的主要客户包括通用、福特、宝马、克莱斯勒、大众、日产等汽车公司以及三菱重工、博格华纳、霍尼韦尔等汽车零部

件巨头。当前,集团在北美、欧洲排气歧管市场的份额分别约为29%和12%。

以亚洲、北美和欧洲三大区域共同构成“铁三角”,稳稳支撑起波鸿集团的跨国战略,同时在全球范围内将中国的资本和市场、北美的品牌和管理以及欧洲的技术、市场等重要要素有机整合。

在世界地图上波鸿集团现有的领地连接起来,可以清楚地看到,这是一个横跨欧、美、亚三地的等边三角形。并购完成之后,空间上稳固的三角关系,背后有更深的内涵——

在研发领域,集团的研发中心将从加拿大迁至美国,同时在德国、英国、法国和日本保留销售和设计中;

在制造环节,集团除继续保留在北美、欧洲和亚洲的13家工厂外,将分别在四川盐亭、美国密歇根和匈牙利新建一家工厂,成为全球范围内唯一在北美、欧洲、亚洲三大主要汽车区域均有制造加工能力的铸造排气系统和涡轮增压器部件生产商。

在运营领域,集团的运营区域主要分布在北美、欧洲和亚洲,在美国、德国、法国、英国、日本设立了销售公司,在中国上海设立了亚太销售服务总部,负责相应片区的销售和客户支持。

由此一来,集团能够通过在各个业务板块的分支机构与客户保持近距离接触,快速响应并提供专业化服务,同时通过全球化的布局优化资源调配,有效地在全球范围内开展业务。

更重要的是,这个稳定的“铁三角”成功地将中国的资本和市场、北美的品牌和管理,以