

# 春夏养生 让食物和你一起做运动

春生夏长,万物复苏,草长莺飞,自然界阳气开始升发,而人体也蕴藏着一股勃勃的生机。运动,成为春夏养生的主轴。除了人体自身要加强户外运动以外,最近,九阳压力煲提出了“食物运动”的新型烹饪理念,食物真能做运动吗?这是许多人闻所未闻、见所未见的新鲜事。况且,电压力煲又不是开水壶,全封闭的高压下怎么能实现沸腾呢?

运动是物质的固有属性和存在方式,但一直以来,市场上的压力锅、电饭煲、电压力煲都忽视或者回避了这一重要的自然规律。使用过电压力锅的人们经常发现,压力锅煮饭虽然方便,但米饭始终没有传统煮法香甜。原来,使用传统烹饪方法,大米可以在文火中细细沸腾翻滚,受热均匀。

九阳推出的“沸腾”系列,制作出能够沸腾食物的压力煲,真正保证食物美味。九阳沸腾系列电压力煲安装了“智压睿眼”控制系统,通过检测煲内压力值,提供控制信号给电磁阀,让煲内产生非密封状态,锅内气体适时排出,因高压下煲内液体温度高于沸点温度,在高温效能下,液体将出现沸腾现象,使食物充分对流、翻滚,沸腾入味。就像有一位隐形的专属大厨拿着把大勺在煲内翻炒,饭菜受热均匀,营养得到百分百释放,就更健康美味了。

压力是影响食物营养的另一指标。对比市场上的许多同类产品最多只提供三段压力可调节,九阳电压力煲实现了智能无极调压,实现从20Kpa到70Kpa压力六段可调,不同食物,不同压力。智压睿眼通过温度传感器可以实时检测煲内的温度和压力,并根据食材的不同进行调整,配合智能加热程序,让煲内压力温度始终控制在黄金点上,烹制出恰恰好的营养美味。同时,九阳电压力煲还实现了智捷泄压,让美味随时随享,无需等待。

以煮米饭为例,由于沸腾系列电压力煲能实现其他产品无法到达的沸腾状态,使米饭在沸腾的液体中充分对流,三百六十度旋转运动,颗颗大米都能均匀受热,大米中的淀粉就能充分转化为营养。再利用九阳的智能调压系统,将米饭设于30kPa的黄金压力下,辅以增香吸水、加甜浸泡、沸腾加压、热力冲击、稳压蒸煮、降压焖饭的智能烹饪程序,能更充分地释放天然米的营养,保证充足的蛋白质含量,并保持大米中的B族维生素,煮出来的米饭颗颗晶莹分明,更香、更可口、更营养。

九阳电压力煲快人一步,将行业内各大竞品一直在试图回避的食物成熟度与营养价值之间的矛盾成功解决,创造性的沸腾科技制造了技术革命新沸点,使食材运动成为养生



烹饪的健康新指标,更为整个电压力煲行业的升级发展指引了一个更富挑战的方向。

■洪飞



## 百年生态盛会开幕 中国生态力量吸引世界目光

2011年4月28日,2011年西安世界园艺博览会正式开幕!传统东方文化的传承之地向全世界发出热情邀请——中国进入了“世园时间”。

当天上午10点,开幕式在世园会广运潭举行,中共中央政治局委员、全国政协副主席、2011西安世园会组委会名誉主席王刚、国际园艺生产者协会(AIPH)主席杜克·法博、等国内外嘉宾出席。世园会开幕式没有筹划大型庆典,而是以简约朴素、别具一格的小型开园仪式替代。整个开园仪式由热场、仪式、演出三部分组成,表演环节分为《柳色》《天虹》《花冠》三个篇章,正符合生态盛会的绿色主题理念。

世园会全球合作伙伴蒙牛乳业集团负责人表示,“世园会是一场跨越了文化、科技、经济的百年生态盛会,中国正在世界范围内的生态革命中扮演越来越重要的角色。相应的,中国企业也需要做出更多改变和行动。”

据悉,世园会为蒙牛特别辟出专属规划地建设蒙牛绿色生态园,这座特别的“园中园”通过微缩景观实景还原蒙牛绿色生态产业链,与来自世界的生态环保机构、国际专家及游客共享中国企业在生态实践上的成就。

蒙牛绿色生态园紧邻世园会标志性景观之一的水龙雕塑,包括蒙牛未来乳业世界、蒙牛生态牧场和未来星绿色童趣园三大部分。记者注意到,蒙牛绿色生态园中的路灯和草坪景观灯都采用太阳能环保照明,馆内则采用环保节能的LED灯,从每一个细节处体现绿色生态意识。

世园会期间,主办方还将力邀多位明星开展“我和明星游世园”主题活动,旨在通过公众人物的号召力与亲身示范,推动生态行动全民化。对此,作为世园会全球合作伙伴的蒙牛已经用实际行动表示了支持。据了解,章子怡、王珞丹等明星有望在世园会上客串代班导游,带领游客看世园、享生态。而同时,包括姚明、邓肯、隆多在内的全球顶级NBA球星也将身体力行地感召每个人从身边的小事行动起来。

百年生态盛会汇聚世界目光,“豪华阵容”演绎全球生态最高标准,激发全民绿色热情,展示中国生态力量,或将成为新一轮全球生态热潮的起点。

## 整体厨房价值升级: 从“风尚”到“健康”

“装修好不好,厨房是代表”早已成为家装市场的流行语,厨房在整个住宅装修中的分量越来越重要。美观、简洁、实用的整体厨房因此受到了众多消费者的欢迎。在经历了产品发展初期的狂热后,市场渐趋冷静。尽管厨电企业纷纷推出自己的整体厨房产品,但整体厨房市场却进入了“叫好不叫座”的尴尬境地。在此背景下,基于风格统一化的基础,帅康提出以“厨房七宝”构建完美的整体厨房体系,以“健康”技术挖掘整体厨房核心价值。从“风格主义”到“健康主义”,帅康厨房7宝探索出整体厨房的价值升级之路。

在厨卫市场打拼多年的帅康对整体厨房有自己独特的理解。帅康认为,整体厨房首先要有档次,要体现高端消费人群对产品品质和性能的精致要求;其次,整体厨房要符合家装风格,满足消费者不同的审美需要;第三,对于一个中国家庭来说,整体厨房应该包含7个方面的产品,即吸油烟机、燃气灶具、消毒柜、微波炉、电烤箱、蒸汽炉和净水器。

## 团购替你打造 完美五一小长假

节前,针对这个五一小长假的安排,记者随机采访了一些群众。记者深入了解后得知,原来他们是利用近年来很火的团购准备了一些好吃的和好玩的项目,一位陈先生向记者展示了自己完全利用团购做的一份假期安排。

陈先生告诉记者,自己是国内团购业的元老级用户,也是国内第一家团购网站美团网的忠实粉丝,此次准备的五一假期使用的团购券都来自美团网。他首先向记者展示的是几张位于他所在城市郊区一个新兴风景区的套票,原价每张190元的套票陈先生在美国网仅花57元购得,他计划4月30日和5月1日两天跟几位好友去风景区享受一下“世外桃源”的宁静和惬意。

接下来他向记者展示的是两份SPA的优惠券,一份是来自某汽修的原价690元的汽车桑拿SPA套餐,98元的美团价即可让爱车享受一次由内而外全方位的清洗美容,这对于爱车如命的陈先生来说相当值得;另一份是花68元购得的原价168元的某SPA会馆的经典足道按摩,陈先生说想在回到工作岗位前好好地放松一下。

## 长城桑干三度亮相博鳌 国酒品质陶醉世界

日前,中国葡萄酒行业领军品牌、中粮酒业长城葡萄酒旗下高端品牌长城桑干酒庄酒三度携手博鳌,再次成为博鳌亚洲论坛2011年年会唯一指定葡萄酒,代表中国款待来自世界各国的政要、商界精英及专家学者。

与此同时,中粮集团副总裁迟京涛就长城葡萄酒的全球化战略与媒体展开了深入对话。他表示,长城葡萄酒的全球化战略与本次博鳌论坛“包容性发展”的主题十分契合,旨

在兼收并蓄葡萄酒新旧世界、东方世界优势资源,开创可持续发展之路,并在“全产业链”战略的发展思路下,通过构建“全球酒庄群”和培育“中国特色葡萄酒文化推广平台”实现软硬实力的双重提升,从而打造出具有中国特色的东方葡萄酒文化和国际顶级品牌。

长城葡萄酒从最初在全球范围内精选产地、引进全球酿酒葡萄名种和先进的酿酒设

备,酿造出中国第一瓶符合国际标准的葡萄酒,至现今坐拥智利、法国以及烟台、沙城、昌黎、新疆天山、宁夏贺兰山等全球葡萄黄金产区,长城不仅成为中国葡萄酒第一品牌,更引领了一条适合中国葡萄酒行业的国际化之路,并以其国际化的顶级品质和品牌实力在世界葡萄酒格局中扮演愈加重要的角色。

## 墙纸行业百亿产值呼唤自主原创

2011年3月8日—11日,由中国建筑装饰装修材料协会墙纸专业委员会举办的“2011中国墙纸行业博览会”在全国农业展览馆正式拉开帷幕,来自墙纸行业的国内外一流墙纸品牌共同亮相。刚刚在“2011中国墙纸行业盛典”中获评“中国墙纸行业十大进口品牌

商”的瑞宝(北京)装饰设计有限公司总经理张惟刚告诉记者,中国墙纸行业之所以取得辉煌成绩,与国家、与社会的整个政策、经济大环境密不可分,同时,也是全体行业同仁共同努力的成果。

早在去年8月,瑞宝就在业内率先推出了

“三个统一”政策,不仅在业内树立了诚信标杆,还为瑞宝带来了半年营业额提升三成的优秀业绩。在瑞宝的号召之下,行业内的几大企业纷纷响应,为消费者营造一个透明、舒适的消费环境而共同努力,也让各种潜规则无营生之处。

## 惠普在湖南:西山村要靠信息化再创500万

“惠普在大学生村官的创业之路上起到了关键的作用,产品、技术、培训的支持。”在西山村参观学习的邻村村官小李向记者表达了自己的激动心情。

西山村位于湖南省湘乡市栗山镇,典型的西部山区,从06年到08年,被列为湘潭市首批社会主义新农村示范村,在科技发展和信息化建设方面有着切实的需求。2010年初,西山村大学生村官曹杰参加了惠普电脑“惠出好生活”大学生村官农村信息化方案征集活动,他的团队成为23个胜出者之一。当惠普工程师将设备送到西山村的时候,曹杰和村民们都难掩喜悦。



在惠普的帮助下,西山村正式开展了“土

色土香”农家菜网络营销信息化项目试点。针对一群完全不懂电脑的村民,曹杰的团队开设了手把手教学的电脑培训班。现在,虽然村民们还不能完全独立操作网络营销系统,却已经尝到了电子商务的甜头,有农家创收上万元。如今,试点成功了,曹杰的团队一鼓作气,基于“土色土香”农家菜项目又成立了湘乡栗之缘农业开发有限公司,他们离自己的目标更近了一步。

对于未来,曹杰充满信心:“通过2010年对网络营销的充分实践,近500人都参与进来。我们相信,1到2年内,我们将达到500万收入目标。”

## 以客户为中心 中信信用卡实现“双千”突破

中信银行近日发布的2010年报显示,信用卡累计发卡量逾千万张(达1,158.18万张),信用卡全年交易量突破千亿元(达1,001.80亿元人民币)。发卡量和交易量实现“双千”历史性突破,盈利能力创历史新高。

2010年,中信银行信用卡在多个领域实现了突破和领先:航空联名卡,成功实现“一加四”战略布局,持续保持行业领先地位;成功开发了5款国外旅游卡产品,开辟了数条专

属特色旅游路线,在旅游卡市场站稳了脚跟;在互联网领域开始发力,牵手腾讯、淘宝、支付宝、易宝、盛大开发完成4种网络类信用卡产品。

此外,小额消费金融产品的推出,更是完成了向消费金融转型的关键一步,为持卡人提供了更加便捷的使用体验。

优异业绩背后是独具竞争力的客服能力。中信信用卡坚持“以客户为中心的价值管

理”,努力打造中国乃至全球的最佳呼叫中心。在国家工业和信息产业部唯一认定的行业奖项“2010年中国最佳呼叫中心金耳唛大奖”评选中,连续第四年荣获“中国最佳呼叫中心”,在2010年第十三届世界呼叫中心大会上,夺得了“年度特别成就奖”。

未来,中信银行信用卡中心将依托创新,完善经营模式与业务转型,提升客户价值,向“建立世界级信用卡中心”的目标迈进。

## 平安电话车险:为你呼吸的空气一起上保险

2011年4月11日,中国平安携手世界气候组织践行绿色承诺,继续深入推进低碳100行动——第一批“中国平安电话车险绿色投保 低碳首选”活动正式启动。

记者获悉,此次活动主要针对北京、上海、广州、四川四地进行代客户捐赠树苗。活

动期间,只要通过平安新渠道车险(含电销、网销)成功投保,平安就可以代客户捐赠一棵沙棘树。

同时,客户还可获得电子捐赠证书一份,低碳车主车贴一枚。

另据悉,“中国平安电话车险绿色投保

保 低碳首选”活动仅仅是一个开端,中国平安还将参加活动的客户中,抽选客户参与后续“中国平安低碳驾驶训练营”、“买中国平安电话车险,做百万森林推广大使”等活动;发微博,获取精美礼品等。