

王珞丹新广告遭遇多人索吻，演绎“香浓的幸福”

在近日为银鹭花生牛奶代言的新广告片中，王珞丹用招牌式的微笑和独有的清新气质，以及一个香浓的热吻，演绎了一段专属于她的“一口香浓、一口幸福”。

从同龄男生到小萝莉小正太，广告的推出使王珞丹粉丝们疯狂索吻。

有粉丝激动高呼：以后每天都要亲吻下银鹭花生牛奶上的王珞丹唇吻再去上班。粉丝的疯狂举动，印证着人气花旦王珞丹在观众心中的地位。

她说：“很多次，大家看到我身上所谓的光环，其实都是因为我的坚持而来的。”没有她的坚持，当初的“米莱”就不是王珞丹，更不会有后面“小样”、“杜拉拉”。

她曾坦言不想长大，愿保住自己的真诚和纯真。或许她特立独行的特质正是被银鹭看重的地方，一个“真材实料”代言人应有的能量。

微博自晒唇吻猜谜 香浓幸福万千传递

随着“珞丹式”香浓幸福的成型，5月15日，王珞丹在新浪微博上自曝一组唇吻，开心的让粉丝们猜测“Which one is my lips-mark?”，引来数千丹磁疯狂转发猜测并大胆索吻，掀起了一股索吻风。

银鹭花生牛奶官微也与其进行互动并为网友支招：去和银鹭海报上的唇印做对比便知。

海报上的她清新短发、身穿白色长裙，面带幸福微笑，简单、

大方，透着足足的阳光清新气息。花生牛奶化作丝带萦绕其周围，仿佛可以嗅到香浓的幸福味道，“一口香浓，一口幸福”的旁边便是她的签名和那大大的火红唇印。顿时明星与粉丝间的情谊通过一个火红而真挚的唇印，将香浓幸福感传递进千万人的心中。

几年前凭借塑造的鲜明人物个性、超凡的表演实力而走红的王珞丹，一直活跃于荧屏，被大众所喜爱。她可以疯，可以静，时而清新文艺，时而叛逆张狂，但终究都在自己的轨道上前行，随时随地的开心。

也正是这种坚持做真实自我的态度促使其人气不断飙升，赢得一批很爱她的丹磁粉，并受到导演、同行的好评，更从众多人气女星中脱颖而出，与银鹭携手

打造“香浓幸福”。

携手银鹭 演绎完美搭档的幸福之约

这次与银鹭携手合作，除了有王珞丹本人清新温暖的气质所在，更有她坚持的最真实自我。另有笔者坦言：“她很清楚自己绝不能被太多的东西束缚，这是一个在主观动机上不太适合娱乐圈的人，但是在客观条件上却是一个天生当演员的料。”

这正与银鹭“真材实料”的理念相吻合，银鹭花生牛奶，采用优质花生和香浓牛奶，经慢火烘焙和精细研磨，每一口都带给你香浓的小幸福。业内人士评价道：真实自我的王珞丹，加上银鹭真材实料的香浓味道，将会组成一对最完美的幸福搭档。



诺奖得主“伟哥之父”广药集团研究总院院长穆拉德亲自签约瑞士 SGS 王老吉全球率先启动凉茶国际标准研究

凉茶始祖王老吉 传世 185 年 坚持走科技创新之路

1991 年广药集团推出首罐(盒)王老吉凉茶 2010 年列入国家 863 计划 2013 年推出无糖型王老吉凉茶新品



广药集团研究总院院长、诺贝尔奖得主穆拉德院士与瑞士 SGS 代表签约王老吉凉茶国际研究

6月13日，在由中国中药协会、广东省中医药学会主办、广州医药集团有限公司联合主办的“诺奖得主携手 SGS 启动王老吉凉茶国际标准研究暨王老吉凉茶国家 863 计划最新科研成果发布会”上，广药集团下属广州医药研究总院院长、诺贝尔奖得主、有“伟哥之父”之称的穆拉德院士代表广药集团正式与瑞士 SGS 签约，双方将开展凉茶国际标准的研究，为我国凉茶产业的国际化建立基础。在发布会上，穆拉德院士还与王老吉正式签约，将在美国的核心实验室开展王老吉凉茶作用机理深化研究，以提高凉茶的科技内涵和质控标准。除此之外，国家 863 项目课题组还发布了关于王老吉凉茶研究的阶段性成果，发现王老吉凉茶实验组的动物存活率优于对照组，意味着王老吉凉茶或可对延长寿命有帮助。目前该课题组正在开展进一步的研究工作。

饮料国家标准)制订工作完成并进行公示,其中凉茶部分由王老吉企业起草。

王老吉国际化战略再添新引擎 全球率先启动凉茶国际标准研究

中国医药工业百强之首的广药集团在科研方面拥有强大的实力,由诺贝尔奖得主、“伟哥之父”穆拉德博士亲自担纲广药集团广州医药研究总院的院长,统领科技研发。广药集团研究总院院长穆拉德博士代表广药集团与 SGS(瑞士通用公证行香港通用公证行有限公司)就“王老吉凉茶植物饮料国际标准研究项目”进行了签约。

据悉,该项目将以欧盟、北美、日本等国家和地区对药用植物的质控标准为参照,按照 FDA、EPA、USDA 等机构公布的食物安全要求,运用高效液相色谱、DNA 指纹鉴定等现代化分析方法对王老吉凉茶的原材料、产品包材、产品所含的所有成分的种类与数量等进行全面分析,以制定凉茶国际标准。

本次携手瑞士 SGS,王老吉全球率先启动凉茶国际标准研究,现场专家一致认为意义重大。

王老吉凉茶以创新为主线 开辟凉茶产业发展新格局

据行业统计,2010 年凉茶的年销量已增至 600 万吨,成为中国第一大软饮料。行业权威人士表示,凉茶作为功能性植物饮料是一种植物依赖性产业,只有保证了从原材料到产品到包装的质量,才真正拥有核心竞争力;另一方面,从传统中医药里脱胎而出的凉茶产业也是一个科技推动性产业,谁的自主创新能力更强,能调动的科技和人才资源更高端,其

企业和产品也必将在市场上有更强竞争力。

据悉,目前王老吉正在积极开拓国际市场,已经在全球 58 个国家和地区开展注册工作,产品出口到全球 19 个国家和地区。今年 3 月,还在王老吉创始人王泽邦的故乡广东鹤山市启动王老吉全球吉文化推广战略,王老吉将通过产品出口、国际标准研究等国际化战略,将中国吉庆文化推向全球。

王老吉前 5 月销售远超预期 今年将实现 100 亿元销售

上个月底,广州药业(SH 600332 HK 00874)新增股份上市交易,广药集团整体上市即将完美收官。整体上市后,广药集团的资金整合能力将更加强劲,将为王老吉的发展提供强大的后盾。

据了解,王老吉目前终端建设以立体化的模式进驻了众多主流市场和差异化市场,如大型商超、餐饮店、

便利店、药店、连锁店以及中石化易捷便利店等,不含大型商超,王老吉已经完成了 300 多万个销售网点的铺货,同时部分区域也在和电商合作,高覆盖的网点加电商的开发,将给消费者带来更大的便利。

据王老吉相关负责人透露,王老吉凉茶 1 到 5 月的销售远超预期,随着饮料旺季的到来,增长速度将更为强劲,今年王老吉有望突破 100 亿元销售。据悉,发布会后第二天,广州药业股票开盘直线拉升,上涨近百分之五。

王老吉 1.828 亿爱心基金助学子 投资 3 亿在雅安建厂支援灾后重建

去年,王老吉成立 1.828 亿元的爱心基金,一年以来,在云南彝良地震,四川雅安地震捐款捐物,还资助了多个贫困家庭和学子。4 月雅安地震,王老吉投资 3 亿在雅安建立生产基地,通过“造血”方式拉动当地经济,开创了我国公益慈善的新模式。



创新无限，梦想启辰

经紧锣密鼓的激烈角逐与严谨专业的评选审核,由东风日产和《中国青年报》社联合举办的首届“最美启辰车”设计大赛获奖名单于 6 月 10 日正式揭晓公示。

本届大赛评选出一等奖 1 名、二等奖 2 名、三等奖 3 名共 6 名获奖者,授予“最美启辰车设计师”称号。其中中国石油大学王新翰凭借作品《Funbox》摘得金奖。

本届设计大赛主题是“最美启辰车”,希望能借助年轻大学生的创新激情和创意视角,激发更切合未来消费者需求的汽车造型设计。据组委会表示,本届大赛青年选手们在对启辰“国民车”主题的诠释,自我理念的表达及设计水准等方面,都远远超出了组委会的预期,体现了“专业、品牌、高端、创新”的设计诉求,整体创造性和潜力不可估量。

据了解,大赛得到了高校学子的广泛关注和热情参与,短短一个月的征集期内,共收到来自全国 100 余所院校的 168 件作品。“这些优秀获奖作品,展示了中国新生代设计人才的无限未来,而围绕启辰品牌理念设计作品,更给了东风日产一次对‘国民车’进行全新解读的机会,为中国未来汽车工业注入了新鲜血液。”东风日产副总经理任勇表示。

值得一提的是,大赛金奖作品《Funbox》,紧扣扣合节能环保大趋势,强调车辆的轻量化、小型化、节能化和个性化,坚持一切从功能出发的审美观点,在设计每个细节都将汽车、时尚与节能环保有机地融合在一起。

“设计源于生活,我们身边的每一个细节,都有可能成为我们设计

“最美启辰车”设计大赛圆满收官

的元素。”今年大四的王新翰分享了自己的设计理念。“为了诠释东风日产‘人·车·生活’的品牌理念,我在设计中充分融入节能环保理念,旨在为中国消费者带来最舒适、最畅快驾乘体验的同时,也更好地体现环保新时尚,充分契合启辰‘打造高品质汽车生活’的品牌梦想。”

东风日产造型室部长山根真表示,“本次设计大赛的 168 件作品都让人耳目一新。其中,冠军作品把汽车技术等通过造型等设计表现出来。值得一提的是,作品还充分考虑到众多细节,让人看到了设计师的热情。”

近年来,随着中国汽车市场的崛起,越来越多的新生代设计师通过各种汽车设计大赛,站到了汽车设计潮流的舞台,而这些从专业比赛中脱颖而出的新锐设计作品也越

来越受到业界的广泛关注。业内人士认为,青年设计师代表中国汽车设计界新锐力量的崛起,将引领未来汽车造型的潮流。

作为一家将创新基因融入血脉的企业,东风日产十年来,锐意创新,凭着敢想敢做的拼劲、脚踏实地的作风,创下了从 0 到 450 万产销规模,年产值过千亿,稳居行业前五的东风日产奇迹。旗下合资自主品牌“启辰”,更以月销过万的成绩笑傲同侪。以“尊重”为信念,以“亲和力”、“信赖感”为品牌特征,启辰品牌承载的,不仅是中国汽车人的梦想和使命,更是中国消费者对美好汽车生活的愿景。

此次“最美启辰车”设计大赛,

正是东风日产创新理念的延伸和再升华。东风日产将以此为基础,挖掘更多青年汽车设计人才,以推动中国汽车工业设计的发展。

东风日产副总经理任勇表示,设计大赛只是起点,未来,东风日产将挖掘更多青年力量,在未来的汽车设计中,更好地融合“高品质汽车生活”的设计理念与更多中国元素,打造真正贴合中国消费者需求的“国民车”,为消费者提供高价值的创新产品和服务。

