

## 伊利母婴营养研究中心诞生记

日前,国内首家真正建立在母乳数据研究基础上的母婴营养研究机构——伊利母婴营养研究中心在内蒙古呼和浩特宣告成立。据该中心主任、中国预防医学科学院营养与食品卫生研究所副所长安研究员介绍:“这家科研机构将与中国疾控中心、中国营养学会、荷兰 Lipid Nutrition、新西兰皇家农业研究所等国内外顶级研究机构通力合作,我们的目标,是为中国宝宝提供最适合自己的优质营养,研发真正专属级的营养食品。”

### 外国的月亮一定圆吗?

作为国内备受尊重的妇幼营养权威,研究中国妇幼营养近 50 年的中山大学苏宜香教授始终坚持着一个观点,那就是“外国奶粉的配方与中国宝宝的体质,不一定兼容”,面对伊利号召发起建立“中国母乳研究数据库”及成立母婴营养研究中心的邀约,她没有丝毫犹豫:“婴幼儿配方奶粉就

是最讲究专属性和适合度的,你不同的区域、不同的时代,当然应该有不同的配方。对于中国而言,如果仅仅参考外国标准、盲目使用未必适用且成本难测的外国产品,不考虑自身的体质实际怎么保证孩子能在适合的营养环境下茁壮成长?”

### 选择奶粉的标准:“只有最适合的,才是最好的”

面对“你推荐给孩子的奶粉标准是什么”这个问题,北京大学公共卫生学院营养与食品卫生学系唐仪教授的答案是:“现在市场上多数婴幼儿奶粉的配方都是国外在上世纪五六十年代推荐使用的,早已不符合当代中国宝宝的需求。尤其是对于那些母乳不足,需要更早使用配方奶粉的婴儿来讲,配方奶粉作为膳食中很重要的部分,必须要能满足其对蛋白质、优质钙、氨基酸等方面的需求,只有最适合



的,才是最好的。”

### 全球首部《中国母乳研究白皮书》发布:责任源自专业

据了解,伊利母婴营养研究中心的数据库汇集了有关和全球母乳、母婴营养、婴幼儿配方产品、功能配料、奶粉配方、包材等方面的自主创新的、具有自主知识产权的研究成果和成果文献,为母乳的研究和婴幼儿配方产品的开发提供了全面、完整、科学的资料库,共计原始数据量达到 20000 个,文献总量达

2000 余篇,婴儿配方奶粉的研究资料涵盖全球 49 个国家和地区 20000 多个产品,其覆盖率、可靠性和准确性在国内首屈一指。

伊利集团执行总裁张剑秋介绍,继《母乳中氨基酸分析研究报告》发布之后,伊利母婴营养研究中心的研究成果还将陆续以《中国母乳研究白皮书》的形式向世界发布。国内知名营养学家刘冬生教授表示,此举“彰显了中国奶粉第一品牌的责任,开创了国内乳业科技创新的先河”。

## 支付宝:五年“天下无贼”之路

曾经在网上有这样一段对话,淘宝小二问卖家,网上卖东西,你最大的感触是什么?卖家毫不犹豫地说:“我从来没有收到过假钱!”支付宝作为淘宝网支付工具,已经在“天下无贼”之路走了五年,没有 IC、IP、IQ 卡,支付宝仅凭独创的信用担保模式和独有账户体系,为网上消费群体打造了“无假”环境。

2009 年 12 月 8 日,支付宝日交易额突破 12 亿,在高速发展的电子支付行业中,支付宝巨大的业务量和 2 亿多的注册用户数,已经成为业内的领头羊,在网上支付的诚信环境中,也成为屈指可数的企业。支付宝总裁邵晓锋表示,“电子商务是一

个高速发展的行业,单纯把自己当作一个工具,那就只能跟着大势走,市场发展多大,你做多大,但是在我看来,今天的支付宝有能力跑在前面,拉动这个市场,带领它跑得更快。”

易观国际报告曹飞认为,正是信用中介模式推动第三方支付市场近 5 年的高速发展,这一模式开始于 2004 年,由支付宝首创,由于中国互联网交易信用体系一直不健全,信用中介模式能够通过第三方介入的模式有效解决在线交易中的信任问题,真正实现促成交易。

随着这一瓶颈的突破,中国网上零售市场得以飞速发展,而信用中介模式的第三方在线支付方式也迅速成

为主流,也培养了最广泛的使用人群。从最初的网络购物开始,支付宝的担保交易功不可没,直至今日,淘宝已经坐拥 1.45 亿用户,成为亚洲最大的零售交易商圈,而得益于网购市场的崛起,支付宝也在淘宝这个大商圈基础之上发展出 2 亿多用户。

商户经理鲁尧是七彩鲜花网的创始人,原来供职于凯雷投资集团,收入稳定、生活安逸。当被问及为什么放弃原来的工作而选择了上网卖鲜花时,鲁尧表示,因为看到了电子商务广阔的发展前景,希望改变原来的工作模式,尝试新鲜事物。七彩鲜花是国内最早进入互联网的鲜花网店之一,短短 4 年时间营业额达到 800 万,服务

范围包括国内各大城市以及香港、台湾地区。“支付宝的诚信担保改善了互联网的支付环境、改变了中国超过 2 亿人口的生活,也改变了我的卖花模式,我不得不感叹电子商务的魅力,当然也体会到了支付宝改变生活的意义。”鲁尧说。

“在这样一个逐渐获得认可的诚信平台上,人们没有理由不相信他们的选择是正确的。”邵晓锋说。以巨大的数据库为基础,支付宝每天产生大量可记录、可监控的信息,这些都可以成为评判个人诚信体系的重要指标。网上支付环境“无贼”,是因为互联网是一个透明公开的环境,只有从诚信的环境中人们获得的更多的收益和回报。

提高国人口腔保健水平,深入解决牙齿敏感难题

## 中国首个抗牙齿敏感研究中心在渝成立

一组数据显示,我国约有 30% 的成年人患有牙本质敏感,牙齿敏感正由人们印象中的小毛病演变成给健康生活带来巨大困扰的难题。

为了提高国人的口腔保健水平,推进抗牙齿敏感工作的研究,近日,重庆登康口腔护理用品股份有限公司联合中华口腔医学会、中国口腔清洁护理用品工业协会,在重庆成立了中国第一家抗牙齿敏感研究中心——冷酸灵抗牙齿敏感研究中心。

该中心拥有由多名国内外知名口腔专家组成的专家顾问团和技术评价委员会,

以及高精尖的研发仪器及设备,技术研发能力在行业中处于领先地位。

冷酸灵抗牙齿敏感研究中心由技术咨询委员会、技术评价委员会和研发中心组成。中心成立后,将致力于中国国人抗牙齿敏感及口腔保健的研究工作,推动国内外的学术交流。同时,中心在中华口腔医学会和中国口腔清洁护理用品工业协会的指导下,走产学研结合的道路,促进抗牙齿敏感研究的发展,为提高国人口腔健康水平服务,力争在抗牙齿敏感研究方面达到国际先进水平。“一直以来,登康坚持以‘关心国人口腔健康’为使命,成立冷酸灵抗牙齿敏感研究中心是公司履行使命的具体行动。”

登康公司相关负责人表示,计划将冷酸灵抗牙齿敏感研究中心打造成集“研究、技术交流和产品研发”一体的综合性研究平台,并在这一平台上具体开展四项工作。首先,中心将以抗牙齿敏感研究为主,研发出更多适合国人口腔健康的抗牙齿敏感口腔护理产品。

其次,中心将组织包括自主开发、合作开发等多种形式的技术研发,开发有利于国人口腔健康较长远的基础性技术、关键技术及产品。

再次,中心将对先进的抗牙齿敏感技术成果及引进技术转化为商品的中间试验及批量生产的工艺技术进行研发;最后,中心将广泛进行国际国内的技术交流,进一步加强与科研院校、高



校和社会科技力量的合作。

多年来,登康公司在口腔护理用品领域深入开拓,公司已经形成冷酸灵抗敏感系列牙膏、冷酸灵保健牙刷和登康三面护理牙刷三大产品线。与此同时,“冷酸灵”品牌也在不断发展壮大,先后获得“中国驰名商标”、“中国名牌”等称号。

此外,登康公司相关负责人表示,冷酸灵抗牙齿敏感研究中心将积极参与中华口腔医学会承办的各项公益活动,共同推动全民口腔公益事业的发展。

## 世界上最大太阳能空调在国内投入使用

比常规制冷方式节能 60%  
每年可节电 100 多万度

笔者了解到,大型太阳能空调系统日前在中国太阳谷日月坛大厦投入使用,该系统由中国太阳能龙头企业皇明集团自主研发,比常规制冷方式节能 60%,可满足日月坛 11 层大楼 45% 的制冷负荷,每年节电达 100 多万度。行业人士指出,日月坛太阳能空调是目前世界上最大的太阳能空调系统,对在单位集体推广太阳能空调具有非常好的示范及带动意义。

该项目将太阳能系统与空调机组完美结合,利用太阳能集热器产生的热量驱动制冷机进行制冷,应用集热面积为 9188.7 m<sup>2</sup>,比世界杯足球场的面积都要大两千多平方米。另外,该系统可与其他空调系统相结合,可满足大楼 45% 制冷负荷,其耗电量极小,比常规制冷方式节能 60%。“日月坛空调系统一年就可节电达 100 多万度,对酒店、宾馆、学校、医院等企事业单位非常适用,其节能效益和经济效益非常明显。”皇明集团相关负责人表示,太阳能空调系统已具备了大规模推广的能力,并且前景非常广阔。夏天太阳辐射较强,太阳能空调利用太阳能的效率同时提高,系统制冷量也越大,另外,太阳能空调系统还可实现冬季采暖及过度季节供应生活热水的多重功能。

除日月坛公共建筑之外,皇明正在建的国家级节能示范小区——蔚来城,优先使用太阳能空调系统,将太阳能与土壤源热泵空调系统有机结合,实际运行比常规能源方案节能 40%,而且只需消耗少量的电能就可达到 3—5 倍的效果。行业人士指出,皇明已率先将太阳能空调系统发展成熟,并在公共建筑和民用建筑上做了很好的示范,大力推广太阳能空调可以大大减轻用电的压力,为国家节能减排事业做贡献。

## 乘胜出击 天语手机再推 G3 商务新机

日前一份赛诺数据显示,天语手机凭借单款 TD 产品 E500,已经拿下中国 TD 市场份额第二位。而前不久推出的 T200/T230 为天语手机注入了新的活力。在目前的利好形势下,天语手机再推两款 G3 商务新机——T260/T290。这两款支持“高速上网+视频通话”的功能组合,堪称 G3 商务手机中的硬派小生!

TD-SCDMA 是我国自主研发的技术标准,自 2008 年初试商用以来,初期匆忙上马的大多是老样式的低端机型,让准备尝鲜的 3G 用户望而却步。作为国内手机领先品牌,天语手机并没有急于抢占市场,仅推出一款在功能上和价格上都具备优势的 E500。

随着长达两年的研发积累,天语手机年底频频推出 G3 新机,近期推出了专门针对移动商务市场的 T260/T290 手机。T260 2.8 寸 QVGA 触摸屏,非常适合移动商务人士使用。T290 简约时尚的键盘式设计,2.4 寸 QVGA 屏,让时尚商务人士玩酷 3G 生活。



## 炊具老大欣然换装 续写品牌新篇章

目前中国炊具行业面临来自国外巨头的强力冲击,法国 SEB 集团完成了对苏泊尔的进驻,借助国内平台对民族企业步步紧逼,此外德国双立人也在高端市场加大投入,进一步挤压国产炊具的生存空间。

尽管如此,在 2009 年全球金融危机的形势下,作为国内炊具行业老大浙江爱仕达电器股份有限公司代表行业业绩作出了最好的回击,此外爱仕达成为了 2010 年上海世博会(中国)民企馆的联合参展商,这也是炊具行业的唯一代表。

在此之前,联想等民族品牌在走向世界舞台时均因为企业标识问题而错过了最好的竞争时机,此次爱仕达充分汲取了前人的优秀成功经验提前对标识进行了统一调整,更加符合国际化标准。此外全新企业品牌口号的发布更是能够充分地体现爱仕达致力于科技创新,心系消费者健康的企业价值观,也代表爱仕达即将开始实施新的品牌战略,在稳定国内市场的同时加大国际市场的开拓,在全球炊具行业凸显来自中国炊具品牌的竞争力。

## 奥克斯获中国营销第一奖

奥克斯在刚结束的 2009 年中国营销盛典中成为空调业唯一斩获中国营销界最高奖“中国企业营销创新奖”的品牌,其中“家电下乡营销案例”更是获得了“年度最佳模式创新奖”。

奥克斯的营销手段一直

备受业内推崇,甚至有人把奥克斯称为空调业的“营销教父”。在行业形势十分严峻的 2009 年,奥克斯人不但没有胆怯恶劣的市场环境,而是继续不失时机地将营销优势成倍数放大。最经典的案例包括联手全国核心经销商

启动“清仓换货”大型促销,牵手湖南卫视启动“一呼百应大型娱乐营销”,构建 5 大产品体系,启动“下乡是国策、实惠是真理”活动。

据悉,全部采用了 R410a 新冷媒无氟制冷剂等国际尖端技术的奥克斯变频

空调将在元旦、春节促销中大唱主角,奥克斯也为此准备了惊喜的价格、丰富的赠品。作为无氟变频空调的开创者,消费者可以享受到奥克斯规模化优势中生产出来的高端产品。也能享受到奥克斯营销创新带来的实惠。