青年报 2015年8月12日 星期三
责任编辑 吴炜 美术编辑 林婕

“道艺春秋”《孔子》主题画展开幕

以德载艺，以艺载道，2015年“道艺春秋”台湾国画大师江逸子《孔子》主题画展，近日在上海图书馆第一展厅盛大召开。

青年报 解敬阳

师从溥心余、彭醇士、吕佛庭等大师的江逸子，进行国画创作已有六十载，画作《孔子》系列专辑，享誉海内外，曾受到董作宾、于右任等大师亲蒙启示，张大千等赞许和画作题跋。

江逸子《孔子》主题创作，多年来共创作《孔子圣迹图》33幅，《论语画解》3部专辑，《孔子圣贤图》72幅，《孝经》18幅作品，目前已成为孔子画像、孔子一生、孔子诸弟子的文献标本。将传统文化与笔墨态势融合，描绘中华文化之精髓，把仁爱的儒家思想与普济的释尊情怀汇聚笔端，寓教于艺，已成为两岸文化稀世瑰宝。

本次画展共设3个主题，孔子圣迹图、孝经、人物花鸟，及一幅巨作《地狱变相图》，共79幅作品。这是上海首次展出江逸子的作品。江逸子认为，画展的3个层次——展示、收藏、教育，我们要做的就是通过笔墨教育后人，中华五千年的传统文化。据悉，“道义春秋”主题画展多年来已持续在美、加、澳、日等各国展出。2012年初，应国家文化部之邀，在故乡福建博物院作首展，促进海峡两岸对中国传统艺术的传承、研究与发展。

每一幅作品都蕴含着教育寓意，每一幅作品不仅要仔细看，还要仔细听。本次展会也有创新，每位观众可以五种形式观展：专业解说、视频导览、手机导览、志愿者导览、自由观展等，通过不同角度，观众可以领悟每幅画作的意境和寓意。

本次画展由和风来中国承办，至8月13日结束，《孔子》画展将为学生提供一个有教育意义的暑期活动。

数十家媒体齐聚沪上，聆听“中国调味品在世界地位”报告

聚焦“3个4亿人群”认识市场求新求变

青年报 解敬阳

本报讯 近日，全国数十家媒体齐聚上海太太乐食品有限公司，总经理荣耀中以“中国调味品在世界的地位”为主题，介绍了以太太乐鸡精为代表的中国调味品行业在世界范围内的快速发展。同时表示虽然今年经济形势较为低迷，太太乐积极聚焦3个4亿人群，三方出击，企业取得了稳步、健康的发展，上半年销售增长接近7%。

何为3个4亿人群？

经过30年改革开放以后，中国的市场已经改变了原来“大一统”的局面。以前所谓市场“大一统”，就是一个产品打天下，一个品牌唱响全国，一个策略就可以管全国，每家企业都是这样。但现在不一样了，人们的消费水平提高了，对商品的要求也越来越高，而且迅速出现分化。因此企业只有去正确认识市场，才能制定出正确的企业发展策略，再用一种思路打天下，行不通了。因此，将中国市场太太乐消费人群总体分为3大块，称之为“3个4亿消费群”。

第一块：“4亿大妈”

这是传统消费群，是最忠实的消费群，但是大妈们的水平也在提高，怎么更好地为她们服务？怎么更好地匹配她们的喜好和要求？而且在这一人群中，太太乐的产品普及率已经达到70%以上，而且她们的年龄正在老化，她们对家庭的决定权估计在将来的7-8年以后都要移交到年轻一代手里。所以对于她们，企业始终坚持用心、至诚的服务于这4亿消费者。

今年，针对这部分人群以及目前火遍全国的广场舞，特意策划了正在全国500多城市开展的“太太乐广场舞大赛”，以大妈比较喜闻乐见的广场舞形式，和太太乐的市场服务、营销活动结合起来，不仅非常热闹，而且又贴近消费者。并通过营销结合，使5个组合产品——“五福临门”走进每家每户的厨房。如今百万大妈广场舞比赛在全国红红火火展开，短短几个月时间累计已有接近4300支广场舞队伍参加了比赛，共计获得300万张有效投票。

第二块：“4亿农民”

随着我国经济发展水平的不断提高，中国蓬勃发展的乡村经济已成为一个最新鲜、最有潜力的大市场。从2007年开始，太太乐就部署了向农村市场发展的战略——“1680战略”，就是在全国1680个县城以及在县城以下建立产品终端和产品服务体系。经过7-8年的发展，这个市场的销售量在太太乐的总销售量里已经占据30%以上。

今年太太乐独辟蹊径在其中发掘了一个独特的、具有乡镇特色的角色——“乡厨”。现在中国估计有将近60万乡厨，他们活跃在乡村、城镇里，不管是小孩满月、年轻人结婚、或者老人庆寿、过世，他们都会提供服务。而且他们的水平也不像以前拿一把菜刀走天下，他们的装备和服务水平也提高了，可以提供全方位服务。好的乡厨能有3辆大卡车，一辆装桌椅厨具，一辆装食材，一辆装现场烹饪的器具。甚至还会张灯结彩，有的贴大标语、放红气球等等。

正是看中了全国近60万名乡厨们在乡村里的活跃度与影响力，太太乐举办的“全国10万明星乡厨大赛”活动正在全国范围内如火如荼地展开着。从乡镇评选开始，层层选拔最后进入全国大赛，并利用点赞“手艺和菜肴”的方式，线下线上相结合，运用互联网+扩大了传播和影响力，目前全国乡厨报名人数已接近万人，总投票数近40万。

第三块：4亿网民

抓住70后、80后和90后对于网络购物的依赖心理，太太乐在网络商城特别推出一款“爱的礼物”礼盒。“爱的礼物”不只是商品，它更是爱与感情的传递，是一种品牌文化的渗透。礼盒内五样特色产品分别单独包装并配有浓情的心声寄语。消费者拿到产品首先得到的是一种感情的享受，而后这五样东西厨房里都用得上，且品质精良，价廉物美，口感一流。

这一个活动推出以后，受到很多网民的好评。其实企业想要做的是要把传统的产业和互联网的传播形态以及精神层面的需求结合起来。也许短期内不可能得到立竿见影的效果，但是3-5年以后影响力可能会慢慢显现出来，因为里面的东西是消费者永远需要的。

最后，荣耀中表示，企业要发展，每年都要接受各类艰巨的挑战。太太乐将始终把紧贴3个4亿消费群，做好质量、做好服务作为企业发展之道，同时不断在营销方式上推陈出新，落到实处，因为只有紧跟消费者需求的企业才可以稳健的不断发展，才不至于被市场竞争所淘汰。

■资讯

金域发布“检验+”发展理念

推出首款线上酒量测试产品

青年报 邵炯

本报讯 近十年来，我国第三方医检行业发展迅猛，也已然成为医疗健康事业的中坚力量。

8月4日，我国最大的第三方医学检验机构——金域检验发布“检验+”创新发展理念，探索检验行业发展的新思路。在“检验+”构想中，金域检验将依托覆盖全国的服务网络、优质的检验检测能力和庞大的检验数据，通过跨界融合形成更为广泛的检验检测平台，在更多领域寻求合作发展契机，推动检验行业的“进化”，打造检验检测全新的商业生态。

据金域检验董事长、首席执行官梁耀铭介绍，“检验+”发展理念正是基于金域检验二十一年积累的丰硕成果而提出，旨在借助金域检验现有的优势资源，打造开放的检验检测平台，尝试与其他行业进行融合，拓展检验检测技术的应用范围，从而打造检验检测的全新业态。

金域检验除了依托庞大的检验数据，对各类疾病的防控、发病、治疗规律等进行深入探索与研究外，还在在诸多领域展开“检验+”新模式的探索和应用。日前，金域检验联合GO健康和淘宝聚划算，推出我国首款线上酒精基因检测产品，通过简单的DNA检测就可以知晓自己的酒量。在此次活动中，普通消费者在网上购买产品，取样自行操作完成，快递送检后，既可通过网络查询电子检验报告，又可在家里接收到纸质报告，整个过程得以简化，省去了往返医院这一环节。

金域检验还规划成立产业基金，引进国际先进的生物技术，共同研发适合中国医疗服务市场的产品，并通过“孵化+创投+加速器”的模式，培育扶持产业链上的中小微企业，建设体外诊断产品（IVD）国际产业园，打造生物医药产业链公共服务平台，为行业的发展再次贡献一份力量。

在未来，检验将会与生活息息相关，衣食住行每一个环节都需要有检验服务。“检验+”带来的将是一场全新的变革。

七彩台灯环保又护眼

青年报 解敬阳

本报讯 伏案疾书，只有书桌上那盏一成不变的台灯相伴，不免有些小单调。

若有那么一盏七彩台灯，在感到枯燥、缺少灵感之时，给生活增添一点色彩，燃起那一份激情，灵动整个书桌，仿佛想象和灵感也随之绚烂丰富起来。

欧普照明流光幻彩系列七彩台灯，护眼LED搭配七彩氛围光设计，色彩灵动变幻，给生活注入一丝灵感，为您和家人营造舒适别致的氛围。

台灯底座有一个七彩无极调光触摸圈，指尖轻触就能调节出心仪的色彩，为居室烘托出不同色彩氛围。除了色彩的灵动变化，欧普照明三段调光功能的加入，轻松实现休闲、阅读、书写场景的自由切换。优质LED光源在节能环保的同时，更用舒适自然的光线呵护双眼。

外观时尚，功能新颖的七彩台灯，不仅是家居生活的必需品，作为礼物也再合适不过。送给孩子，可以丰富他每个学习的夜晚；送给伴侣，可以共同感受多彩绚丽的氛围；送给朋友，可以一起秉“灯”夜谈，说说小心事、谈谈大理想。

如果厌烦了家里平淡的气氛，让欧普照明七彩台灯一流光幻彩给生活来点不一样的灵动和惊喜吧。

光明健能kids积木乐园开幕

本报讯 由光明健能kids联合冠名的“2015上海积木魔幻乐园”日前在浦东正大广场9楼开幕。到8月31日活动结束前，积木乐园每天上午10点至晚9点对外开放。城堡所有的一切都由积木组成。另外，即日起至8月31日，购买儿童健能促销装产品，扫描包装上的二维码，输入包装内的序列号参与游戏并抽奖就有机会赢取积木魔幻乐园门票。

“Speak Out”总决赛落幕

本报讯 近日，由爱贝国际少儿英语主办的第二届“Speak Out”少儿英语风采全国总决赛在沪举办。55名幼儿组和29名少儿组选手闯入决赛。溧阳上河城的朱芷玥获得幼儿组一等奖，少儿组一等奖花落苏州星尚中心的熊美淇。