

**帮助恢复视力的隐形眼镜**

最常见的视力受损情况是角膜的损伤，而引发眼角膜受损的原因有手术伤痕、感染、遗传性角膜缺陷及慢性干燥性眼炎。日前，英国谢菲尔德大学的科学家们发现了一种恢复视力的新方法。他们认为，新发明的隐形眼镜可以帮助人们快速、简单及自然的恢复视力。此次科学家们研制出的新型隐形眼镜上涂有一层干细胞，这些细胞会在人的眼角膜上扩散繁殖，并开始修复眼角膜，使视力恢复正常。目前，第一批新型隐形眼镜的试验正在印度进行，那里居民的视力健康常会受到来自化学污染、感染等其他因素的威胁。

**披萨味香水**

加拿大Pizza Hut的广告公司Grip Limited八月份在Pizza Hut的Facebook页面以开玩笑的口吻虚构了一款以Pizza Hut pizza盒的香味为灵感的香水。结果粉丝对这款虚拟的香水反应热烈，于是Grip和Pizza Hut决定将其投产。这是一款有披萨饼味道的限量款香水，但这不是餐饮公司第一次涉足化妆品行业。几年前，汉堡王就公布过一款男士香体喷雾“汉堡王火焰”，味道是让人无法拒绝的烤肉味。

**安全教育从娃娃抓起**

为提高公民的交通安全意识，韩国政府从儿童教育着手。韩国将保育所、幼儿园、小学、残疾人学校等周边划分为“儿童保护区”，限速每小时30公里。道路公司则专门为儿童开发模拟安全乘车体验装置，并将这一设备广泛安装在韩国全国的高速公路休息站、学校和儿童活动场所，儿童可亲身体会不使用安全带引发交通事故的感受。目前韩国全国已拥有100多处各种交通安全体验教育中心。据韩国国土海洋部公布的数据，自从交通安全体验教育中心运营以来，交通事故下降了56.2%，重伤者事故下降了59%。

**欢乐的葬礼**

葬礼本该充满悲戚的氛围，但近年越南南部一些地区流行起又吵又闹的葬礼。办丧礼的家庭会邀请歌舞艺人进行表演，表演者又唱又跳，还会玩杂耍。整个葬礼不见眼泪，充满笑声。河内的殡葬业为最大限度满足客户要求，还提供编剧为客户量身撰写“剧本”。若死者生前酷爱韩国文化，整个葬礼就会引入“韩流”，接待者和主持人都穿韩国葬礼服装，祭品采用韩式小点心，而背景音乐也用韩国歌曲。

**椰子味菠萝**

澳大利亚的研究人员近日宣布，他们在培育更佳口味菠萝的过程中，意外培育出了一种椰子味的菠萝。研发出这种新口味菠萝的研究机构位于澳大利亚的昆士兰，主要专注于研发农作物的新品种。澳农业部证实，这一新品种的研发工作已经进入了尾声，预计两年内进入商业种植。澳大利亚高级园艺家盖瑟·森威斯基表示：“这种菠萝的味道很好，有浓郁的椰子味。目前我们没有发现别的菠萝能有这样的味道。”关于这种新型菠萝的口感，森威斯基说：“这种菠萝非常甜，没有酸味而且非常的多汁。”

**味觉至上的新体验****——玫瑰山庄发布全新酒标酒款**

近日，玫瑰山庄Rosemount陆续在上海和广州揭幕了新包装酒款的发布会，新酒标的特殊设计使澳大利亚五星级酒庄——玫瑰山庄葡萄酒系列焕然一新，打开了全新的历史篇章。

本次推出了5款全新包装的混酿系列，新包装的口号是“味觉至上”，它们分别是琼瑶浆-雷司令、瑟美容-霞多丽、歌海娜-设拉子、赤霞珠-梅洛以及设拉子-赤霞珠。新酒瓶的设计和全新的葡萄酒体现了玫瑰山庄真正的创新精神和现代风格的回归，不同以往的经典钻石型酒标的设计，这次的酒标焕然一新，亮丽的色彩让人眼前一亮。“味觉至上”的理念也使得过去几十年中玫瑰山庄已经成为消费者饮酒首选之一。

众所周知，玫瑰山庄是澳大利亚最知名的酒庄之一，葡萄酒庄由罗伯特奥特雷于1969年在猎人谷建立，如今在南澳已经有了7个葡萄园。每一个葡萄园均对应不同的系列与葡萄品种，以保证每一款玫瑰山庄都能独自体现出澳洲本土特性。东部出产的霞多丽、赛美蓉和雷司令品尝价值非常高；南部有赤霞珠、梅洛等红葡萄品种，它们均带着浓郁的果香和多变的口感。玫瑰山庄一直凭借着自己鲜明的特色，酿造的葡萄酒以其一贯的高品质而名扬澳大利亚，乃至全世界。

玫瑰山庄以其风味浓郁，个性鲜明的葡萄酒屡获殊荣和好评。在圣弗朗西斯科国际葡萄酒竞赛上荣获年度最佳酒庄称号。在2009年皇家葡萄酒展示会中获得Ian Thornquest奖牌。接下来在2010年的皇家墨尔本葡萄酒品鉴会及Jimmy Watson总决赛中又获得了金牌，如此殊荣足以与世界级名庄媲美。直至今日，玫瑰山庄的美酒畅销全世界50多个国家。

一直以来玫瑰山庄Rosemount的独具特色，始终如一醇厚品质总是被人赞扬。如同本次发布的五款美酒：琼



瑶浆-雷司令的白葡萄酒的圆润丰腴，活力绽放；瑟美容-霞多丽的清醒生动，芳醇迷人；歌海娜-设拉子的甜美饱满，馥郁弥漫；赤霞珠-梅洛的柔和绵软，顺滑完美；设拉子-赤霞珠的馨香浓郁，均质悠长，让每一位饮用者都体会到味觉的完美盛宴和玫瑰山庄酿酒师团队的高超技艺。

在短短几十年里，玫瑰山庄已经在澳洲确立了葡萄酒生产的领先地位。适应当地的土壤和气候，使葡萄果实不同的品种和葡萄产区都是最佳的，并把每一瓶香气四溢的葡萄酒送到消费者手中，这是玫瑰山庄一贯追求的目标。

**快访问****Matt Koch (Rosemount首席酿酒师)**

作为专业酿酒师，能否推荐对亚洲消费者最具有性价比的玫瑰山庄葡萄酒？为什么？

Matt Koch:今年我们新上市的新口号“味觉至畅”，每一种不同的葡萄单品中有一些特别的口感，这些不同之处会表现出一些葡萄酒的细微变化。我们的产品酒标系列霞多丽，是比较中高端的一个系列，也是全澳大利亚卖得好的。在中国卖得好的是白葡萄酒霞多丽，口感比较浓郁，符合中国人的口味。

这些年来，玫瑰山庄一直在努力带给消费者怎样的体验？

Matt Koch:每个葡萄园区是其品牌酿酒师的财富所在，我们则拥有150年历史的葡萄园。这还是蛮少见的。古老的葡萄藤也是玫瑰山庄酿造优质葡萄酒的重要保证。让消费者也感受到葡萄酒背后酒庄的价值所在，吸引更多的消费者来购买玫瑰山庄的葡萄酒。

Rosemount标志性的钻石酒标有了很大的改变，为什么？

Matt Koch:Rosemount的钻石瓶标现在决定改成传统的圆底的包装，有两个原因。一个是瓶标是不规则的，你没有办法把酒标变得很大，容易被忽略。另外一个原因即是在酒架上不是站立式地摆放，它的正标不会对着消费者。所以我们忍痛采用新式的包装，把复杂的东西变得简单化了。包括其混酿的葡萄酒，它的风味最大的两个关键词表达是辛辣味和平衡的液体。另外一个式样就是柔顺顺滑，供消费者多种选择，特别是在不成熟的市场中。

这次全新酒标的混酿系列有哪些杰出的特点？

Matt Koch:我们现在还有一款单一产区库纳瓦拉的赤霞珠，它是区域珍藏的。现在强调单一产区。就像库纳瓦拉，现在的这瓶就是产自其库纳瓦拉赤霞珠。玫瑰山庄酒标是跨产区的荣耀。就像马克拉伦产区单一葡萄园产出的设拉子是年份当中最好的。