



## 当作森林的附属品

整个密支那镶嵌在傲然挺立的大青树和疯长的藤蔓之中，仿佛它只是这个原始森林的附属品。森林才是主角，她只是森林的一部分。路边的丛林里常常会看见零落几间的茅草房，远远望去像鸟巢，巢边的绿荫里，偶尔冒出青烟，那是当地人在烧荒种地。

有河流穿过的城市总是让人有种别样的向往，伊洛瓦底江，如她的名字一样，神秘、美丽。这条宽阔壮美的大江穿过充满原始气息的城市，如同一位温柔多情的少女，步履轻盈地从雪山圣地款款而来。江面平缓，彩色的船只可驶入江中心，沿途寥寥几艘大船停泊在岸边，车水淘金，皮肤黝黑的土著人在烈日下用最古老的办法淘金。有时会遇到渔船捕到不一般大的石塔子（一种江鱼），或者稀有的白色江鱼，如果有游客想尝鲜，百来块人民币就可买走。

早晨，整个城市被薄雾环绕，呈现出淡淡的墨蓝色，蓝色的迷雾中隐隐约约可以看到，摆早市的人，不紧不慢地赶着牛车。

早市开始，九点之后才有人陆陆续续趿拉着拖鞋开始出门采购，买东西是小事，和人唠嗑才是大事，依然是不紧不慢地走着。无论大人小孩，脸上都抹了厚厚一层黄白黄白的东西。这是一种叫特纳卡的木头，每次出门前撒上点水，现磨出来，涂到脸上。这种浆液涂到脸上凉凉的，干了之后就会呈现黄白色，本地人说有防晒护肤的功效。商店里面也有磨好，添加了香料做成的完成品，这是缅甸特有的一种防晒霜。

最热闹的地方也许是这里的农贸市场，各类彩色的手工艺编织品，大块头的牛油果，叫不上名字的蔬菜。这里少有外国游客，当地人不会说英语，一些密支那人说得一口地道的腾冲方言，却说不来普通话。小市上，可以用计算器或纸笔和小贩讨价还价。

毒辣的阳光渐渐变弱，整片伊洛瓦底江渐渐呈现出橙红色，在余晖中，商贩陆续收拾摊子。伊江此时更显平静，渔船也在这个温婉的时刻慢慢靠岸。密支那没有酒吧，但男女都酷爱喝啤酒，生活水平虽然低，啤酒一定是生活必需品。两块钱的饭菜，得配上八块的啤酒，才能犒劳辛苦了一天的自己。



# 消费结构升级，加快育儿产业变革

经过三十多年的大发展，我国经历了温饱到小康社会的大转变，同时中产阶级数量剧增，基本需求得到逐步满足，现在正进入新的消费结构升级转型期，其中教育、娱乐、文化、IT、居家、汽车、旅游等相关行业将迎来新一轮的大发展，同时90后又成为妈妈和爸爸的主体，新老育儿理念的不断升级更新，势必也将迎来育儿产业变革，让好的企业变得更加优秀！

爱他美，秉承40年欧洲先进科研，以帮助满足宝宝天生营养所需为使命，在400多位科研人员的不懈专研下，一次又一次取得了突破性成果。2017年4月17日，卓萃“白科技”爱他美白金版发布会现场，我们有幸采访了Bruno(达能纽迪希亚中国总经理)、兰迪·扎克伯格女士。

**Q: 2012年，纽迪希亚进入中国市场，至今已有5个年头。在这五年中，纽迪希亚看到了中国母婴市场发生了哪些较大的变化？根据这些变化，公司有做哪些战略调整？**

**A (Bruno) :**这是一个非常重要的问题。作为一个商业阵地，中国很吸引人，但是中国的情况也很复杂。在纽迪希亚进入中国的五年中，我们见证了中国的改变、创新以及政府监管力度不断提升完善。这些变化也是我在过去二十五年在其他国家市场所没有看到的。

我们发现最大的变化是，中国的妈妈越来越意识到世界的复杂性，她们在养育孩子的时候，已经不仅仅希望孩子长得更快更高，更重要的是让他们选择适合自己的道路，这也正是纽迪希亚的宗旨。这一点很重要。现在纽迪希亚和中国新生代妈妈有着相同的育儿理念，即不是关注孩子在哪里受教育，为孩子做什么样的未来打算，或是孩子将来做什么工作，更重要的是我们把他们养育长大，让他们能应对世界的复杂和挑战，同时进行自身调整，适应这个世界，未来更好地发展。这就是我认为中国父母在养育下一代时最大的改变。这是他们对于他们的孩子，对于下一代的期待。

**Q: 纽迪希亚公司对于中国母婴市场有没有什么雄心 and 期待？**

**A (Bruno) :**纽迪希亚是中国生命早期营养品行业领先的公



司。我们的愿景并不只为中国的孩子提供有品质的产品，我们还希望赢得中国消费者的认可和信赖。这是我们未来的立足点，是我们最高的目标和最重要的理念。

作为一家生命早期营养品公司，我们都知道早期营养的重要性。现在，我们知道在生命早期的头1000天，为宝宝做出正确的选择，能够帮助孩子更好地成长。纽迪希亚的目标是能够得到妈妈们的认可，成为能够帮助她们做出正确选择的伙伴。第二点，从育儿理念的层面来看，我们希望能够帮助父母一起让孩子为未来做好准备。未来与我们如今认识的世界大不相同，可能更加复杂多变，因此，我们在培养孩子的时候，需要让他们增强适应未来社会的能力，来更好地把握机遇。因此，我为纽迪希亚中国设定的目标就是，帮助中国父母一起让他们的孩子对未来做好准备，不仅仅是从营养和健康的角度，更是从思考和能力的角度。我希望我们公司能够做到这一点。

**大咖嘉宾到场—揭秘扎克伯格家族育儿秘笈**

时代瞬息万变，育儿的理念也必须与时俱进。爱他美在此次白金版发布会上，还提出了“有备而来式”的科学育儿观念。爱他美倡导，应该尊重和保护孩子的兴趣，给孩子充分的空间去体验世界，让孩子健康、独立地成长，迎接属于他们自己的卓越未来

## 速递 NEWS

### 圣地亚哥旅游局2017中国路演

112公里壮阔的海岸线、热情洋溢的当地民众和四季如春的宜人气候构成了圣地亚哥这个城市。近日，圣地亚哥旅游局出席并参加美国加利福尼亚州旅游会展局2017年中国路演，旅游局通过长期推广其旅游业并深度探索和开发中国的新兴市场，加以实现其旅游业在中国市场上的业务拓展。

之路。这一育儿理念与扎克伯格家族的育儿理念相契合。因此，爱他美此次发布会特别请到了全美最具价值五大公司创始元老的兰迪·扎克伯格女士，作为与会嘉宾，她热情地与大家分享了扎克伯格家族的育儿秘笈。兰迪表示，她很赞同中国新生代妈妈们的育儿理念。她同中国的新生代妈妈们一样，愿意让孩子自我体验成长，给孩子足够的失败和自我恢复的空间，让孩子“有备而来”，时刻准备好面对未知的世界。

**圆桌论坛大咖云集，话题互动火热全网**

不得不提，这次的育儿圆桌论坛可谓大咖云集：包括世界级精英妈妈兰迪·扎克伯格、达能纽迪希亚生命早期营养品市场部总监Severine、凯度消费者指数集团业务总监邵正文先生、辣妈帮CEO兼创始人金赞先生和“小小包麻麻”微信公众号创始人孙静。这些嘉宾围绕当下新生代妈妈最关心的育儿难题展开讨论，力求以全球性视角审视和探讨“有备而来式”的育儿理念。

爱他美白金版在众人期待中正式上市，无论是产品的科研实力还是育儿理念的新颖卓绝，都让现场和观看直播的观众赞叹不已。我们可以看到，作为秉承40年欧洲先进科研的奶粉品牌，爱他美正在迅速抢占奶粉市场，不断深入洞察婴幼儿的天生营养所需和新生代妈妈的育儿观念，期待爱他美白金版能够获得更高的突破！

