

解密“营养”定律

“豆维家”为食用油注入新鲜元素



食用油是人们生活中必不可少的。习惯上人们按照家人的口感来选择食用油。但是随着人们生活水平的提高,特别是非典和禽流感之后,人们的健康生活意识大大增强。近日,邦基(南京)粮油有限公司的营销总监林国峰在接受记者专访时表明,人们选择食用油,应该从营养的角度来选择,营养和口味都很重要。

业的文化背景,只有了解产品的内涵才能确定产品的可靠性。而邦基公司的“豆维家”就是用实力证明一切。

大众产品,一点也不“简单”

在《大长今》中,小长今给尚宫娘娘端水前会先问一句:“你有没有不舒服吗?你头痛吗?你肚子痛吗……”然后根据不同“症状”端来不同的水。而一切追求新鲜和营养的林国峰被人问及食用何种种油最好时,他也会先问:“你爱吃肉吗?你有高血脂吗?你平时的饮食如何安排……”然后根据不同的情况推荐不同的食用油。

“食用油是一个大众得不能再大众的食品,然而,正是这种简单,容易让人不留意。如果我们还简单从事,一定会吃香的。”林总表示,现在的都市饮食潮流已经不是“吃油”的问题,而是吃什么油以及如何吃得更营养的问题。在食用油行业,风味和营养是两大发展主线,“营养”才是最永恒的发展主题。所以“豆维家”对于产品瓶身的设计,以及包装确保新鲜等方面,都进行了多元化、多层次的考虑。

“豆维家的瓶身造型很像一粒大豆,也有人像一滴油滴,其实这不光是品牌的宣传效应,更是我们对于科学摄油的先决条件。”林总向记者展示说,食用油的主要成分是甘油和脂肪酸,容易被氧化而产生酸败现象,影响新鲜度、破坏营养价值。氮气无色无味,对人体无副作用,又是惰性气体能够有效隔离空气的氧化作用,从而保存了食用油固有的新鲜和营养。邦基在监控散装油被灌装成瓶装油的过程中,添加了“充氮保鲜”技

术,来保证油品的新鲜。

营养把关,关注消费者的“健康”

事实上,我们看到,目前市场上的食用油品种繁多,花生油、大豆油、葵花籽油等等,品种一多,消费者难免会有无所适从之感。林总对于这个问题的回答毫不掩饰,他说,营养的油,可以让消费者认为除了消费油本身还可以带来其他的附加值。“其实我并不赞成消费者长时间食用同一品种的油,只有分别摄入不同合理数量的油品,消费者的营养才会均衡。”林总表示,为了让消费者买到新鲜的大豆油,“豆维家”在制作过程中进行了一条龙品控体系,真正从种植、收获、运输,到加工、灌装,全程皆由世界500强企业邦基公司进行质量监控,为消费者的营养层层把关。

“豆维家”的大豆种植在水源纯净、阳光充沛的地区,大豆成熟后,邦基从农民手中收购高品质大豆,进行检验、评级,并且由高效、安全的物流体系运输到加工地,采用德国原装进口设备“真空封闭式”精炼工艺对大豆进行加工,保证油品的高质量、无污染,在灌装过程中,“充氮保鲜”技术的应用,更有效地保留每滴油所饱含的新鲜和营养。“我们目前的生产基地就在南京,所以南京当地生产当地销售更是保证‘豆维家’新鲜品质的又一优势。邦基从‘农场到餐桌’的专业全程品控产业链确保了‘豆维家’安全、可靠的优质油品,用自然新鲜留住天然养分。”林国峰最后说道。

快报记者 闫弋
快报记者 路军 摄

打造品牌,文化营销抢先一步

目前“大豆专家”邦基公司旗下的精炼一级大豆油品牌“豆维家”正式进入南京市场,这一全球500强企业之一,在农产品行业内处于世界领先地位的公司在产品推广上更是大下苦功。何谓“豆维家”?面对这一问题,邦基(南京)粮油有限公司营销总监林国峰倒考起了记者的地方话。“你知道‘豆维家’三个字用南京话怎么说吗?就是‘都-为-一家’的谐音。”林总笑着告诉记者,自己喜欢生活里时常出现新鲜元素,而此次打造的大豆油新品牌,特别选择了南京作为第一开拓市场,命名时也刻意选用了颇有趣味的南京话谐音。

据林总介绍,邦基公司在世界32个国家里拥有450多家实体,22,000名邦基雇员致力于帮助培育和消费世界上质优、价廉和健康的农产品、整合全球农业、食品业供应链和生产链,从而使得邦基通过一体化提升业务效率、产品质量和食品产业链的可靠性,进一步提高人类生活品质。“我们之所以不断地用文化底蕴来向消费者宣传推广品牌,就是希望能够拨动消费者心里的一根弦。”林总表示,市面上的食用油品种繁多,但是作为家人营养的把关者在选择油品时,往往会刻意去了解企

苏宁银河 打造时尚圣诞达人

12月份是一个令人期待与充满惊喜的月份。圣诞节,一个充满着浪漫和期许的日子,在这个美丽的冬季里悄然来临。大街小巷挂满MER-RY XMAS的圣诞标语,到处都洋溢着欢乐与祝福。无论是参加PARTY,还是约会或是和朋友出游都需要准备一身时尚而又优雅的装扮。饱含圣诞风情的少淑女装,其味道就在于那份甜美的俏皮,将经典与时尚巧妙地组合,让人感觉到最温暖、最欢愉,最能与时尚挂牌的Christmas。她们清新自然的装扮,优雅而绝不高傲,时尚而绝非张扬,让你在寒冷的冬季走在时尚潮流的最前端。苏宁银河把握时节,联合MODA、JUST IN TIME、纳帕佳等众多流行品牌,推出了今年圣诞的女装新品。

而同时,游走在雍容与温柔气息间的皮草和皮衣今冬依然大行其道,柔和浪漫情怀一直是几个冬季以来的潮流,而设计师们不断从欧亚浪漫风格中提取新元素,使这种趋势持续到了2007/08秋冬季节。今年冬季皮草的流行方向,向年轻化、时尚化、休闲化的路线迈进。传统意义上的纯奢侈、贵夫人服装开始OUT,而年轻、简洁的短小皮草开始IN。设计大师从中捕捉到了纤巧温和的女性气息,短腰夹克搭配花边、皮毛及蕾丝,唤起高贵、从容、优雅的女性魅力。

苏宁银河重点品牌如圣罗兰、马天奴、声雨竹等皮草系列今冬都有上佳表现。在色彩上中性色将被推崇,灰色、

啡色、驼色、黑色和白色成为常色。在款式上,摒弃了以往的臃肿,回归简洁的线条。合身的剪裁,皮草内衣、小披肩、小风衣、小翻领成了亮点。在材料上,狐狸皮、水貂皮仍是主要用料,混搭成为主角,羊毛、闪光皮革、真丝、雪纺和皮草相交汇,不同质感和肌理的面料撞击出别样火花。

为营造浓郁的节日氛围,苏宁银河还将从12月12日起举办“圣诞文化推广周”活动,在12月14日-15日推出特别活动,有圣诞派对服饰讲座、化妆讲座、圣诞派对发型等,大力度促销全面启动。

- 马克华菲
- ① 金色羽绒服 995
 - 针织衫 355
 - 皮带 255
 - 休闲牛仔 425
 - ② 白色羽绒服 895
 - 针织衫 395
 - 配饰 115
 - 牛仔裤 395
 - ③ JUST IN TIME
 - 帽子 329
 - 项链 329
 - 大衣 2299
 - 针织衫 569
 - 裙子 549

快报记者 闫弋



①



②



③

商业信息

华联商厦“进价销售”大酬宾最后三天

为期十天的南京华联商厦提前完成全年销售计划“百万现金”大酬宾已进入倒计时最后三天(12月14日至16日),七天来,南京华联商厦采取“进价销售零毛利”的方式,每天的销售毛利实实在在地以现金的方式当场回馈消费者,引发了广大

市民争相转告、普遍认同和热烈追捧。连日来销售天天创新高,现在酬宾活动已过去七天,笔者从该商厦相关部门获悉,昨天商厦召开专题会议,分析了七天的销售情况,对消费者给予的厚爱深表谢意。同时,对即将到来的最后三天作了

详尽安排,考虑到双休日因素,各品牌,特别是近日畅销品牌普遍放大了备货量,并对货品结构作了认真的普查。商厦强调,酬宾就是要让消费者得实惠,让工薪阶层得到在其他商场得不到的实惠,得到比其他商场更多的实惠。 弘翌

山西路百货大楼 The ShanKilu Department Store

活动时间: 12月14日-25日

炫彩圣诞狂购

送200

元礼金券+赠礼

满218元

重磅出击

(同品牌可累计,多买多送不封顶)

全面参与: 男女装、皮鞋、珠宝玉器、羊毛衫、内衣、床品、童装等

满额赠好礼 12.15-16

双休日购物满118/218/318元即送精美圣诞礼品

双倍送积分 12.15-16

双休日持山百积分卡购穿着类商品可享双倍积分

- 1F波司登山百独家特惠48元-198元
- 老人头、宾度男鞋全场5折
- 海尔曼斯06款5.8折,07款200减40
- 赛兔、格拉斯混绒衫全场99-198元
- 劲草大衣300元,羽绒服5折
- 充绒3.8折 ● 羊绒衫团购热线: 83238082
- 购物满300元免费停车2小时

时尚羽绒服节

扮靓一整冬 送暖千万家

羽绒服3.5折起

活动时间: 12月14日-12月20日

南京山西路百货大楼有限责任公司 中山北路 107-141 号 传真 025-83303197 http://www.nj300.com 专线 025-83238013