

解读产品纯天然之意 三十余载持绿色理念

——专访 Utama Spice 产品第二代继承人莉亚女士



从巴厘各药店到各大超市,有机餐厅到酒店零售等日用护肤瓶, Utama Spice 土生土长100%纯天然的本地品牌可谓无人不知。此30多年老字号的身体护肤乳、洗发水、洗手液到香皂精油等一系列产品一直备受当地人及游客的青睐。日前《国际日报》巴厘岛分设专访第二代继承人莉亚女士就产品系列、市场销售秉承的生产理念及今后的规划进行采访。

1. 您是否可以谈一下主要产品系列及目前疫情下销售情况?

Utama Spice 品牌创立的初衷还是源于我母亲当时对每日巴厘岛人所用拜香所散发的强烈刺激的味道难以接受;

此外,其对草药的浓厚兴趣也促使她研究出了一些纯天然的拜香,并希望推广给更多人使用,最终在1989年创立了此品牌。当时,由于产品的天然性被很多高端及酒店及环保企业所使用,尤其身体乳、各类精油、驱蚊剂及游客所需的防晒霜都极为畅销;相比目前疫情下更多人有着居家的时间,瑜伽垫消毒喷雾剂、消毒搓手液、有利静心的薰衣草精油反而销售更佳。

2. 您是否可以谈一下您产品“纯天然”的含义?

首先,产品原料成分都是生态种植,即从用水喷洒不添加任何杀虫剂,到水循环使用都不可产生污染,即使垃圾都需要重复利用或可降解;其次,在

我们产品中100%百分之百使用椰子油,不添加任何人工造油或动物油,也不使用棕榈油进行替代,因为棕榈油砍伐后再生需大量用水;如果无足够的水源将留土地10至15年的贫瘠;最后,在检验标准中也不可在动物身上进行测试。

3. 您和您母亲之前的营销策略有何异同?

我母亲是位较理想化的女性,她一直希望通过自己的能力来支持当地女性,比如2004年独自前往亚齐支持20个村庄妇女,留下公司内部出现一系列问题;2010年我接手之后更注重品牌盈利和市场推广,在10年多陆续开了5家门店,进驻大量商场和超市进行零售。

4. 您是否可以谈一下未来的目标?

因为品牌自创立以来一直秉承巴厘“三合一”的理念,因此“绿色和可持续发展”一直是未来考虑的重中之重。我们希望未来可研究出更多可回收绿色的包装盒来替换目前塑料成分;同时,鼓励更多顾客携带使用过的瓶子来店里重新灌装。当然,最大的梦想就拥有自己的椰子种植园,因为由于巴厘岛土地种植面积缺乏,大部分椰子油都来自亚齐 Simeulue 地区。

可持续发展的绿色产品定是未来发展的主流,也希望此来自巴厘岛本土天然品牌能够被印尼更多的城市和国际游客所认知和喜爱。本报记者叶露

和平友好,家国情怀,融合东西方姓氏家风互为共建

“国际家庭日-姓氏好家风论坛”在北京举行



从左至右为沈德福、闫金昌、陈柏光、龚巧玉、聂振强、周易、刘国强



参加本次北京“国际家庭日-姓氏好家风论坛”代表合影

【本报讯】2021年5月14日,由中国北京《京视网》主办、中华姓氏频道承办,中国农工民主党中央联络委为指导,中国报道文化中国频道、中国生命关怀协会心身健康委等为协办,福建省晋江市谱牒民俗学会、台湾中华民族致公党、致公文化总会、韩国·韩中姓氏文化交流中心等为支持单位联合举办的《国际家庭日-姓氏好家风论坛》在中国北京举行。论坛活动分为“主旨演讲,主题发言,学术交流,专题访谈”等四个版块,从姓氏亲文化的学术理论和姓氏好家风践行方面展开研讨。

该论坛的举办的宗旨是“姓氏与家风”、“中华姓氏与国际家庭”相结合,体现了中华姓氏好家风融入国际大家庭,和平友好,家国情怀,融合东、西方“姓氏家风”互为共建,构建人类命运共同体。

论坛上,中国国务院机关事务管理局人事司原司长闫金昌及论坛发起人刘国强、聂振强、沈德福向参会代表分送“习近平关于注重家庭家教家风建设论述摘编”图书,学习、理解、掌握习主席关于家风建设的重要论述材料。

首先,由沈德福先生代宣读中宣部办公厅原主任薛启亮先生发来的贺信,他说,今天举办的《国际家庭日-姓氏好家风》论坛,她弘扬了中华民族优秀的文化传统。古往今来,家风、家教、家训,是人类非常重视的家国情怀,中华民族之所以在世界具有重大的影响力,不是靠“穷兵黩武”,而是中华民族高尚的家国情怀,得到了世界的认可。对于落实党的大政方针政策,具有重要的意义。

发来贺电贺信的还有:韩国·韩中姓氏文化交流协会会长金明俊,《联合国友好画报》出品人、总编胡多多,中国生命关怀协会心身委,中国高科技产业化研究会品牌委,福建省晋江市谱牒民俗学会,青岛市礼仪文化交流协会,北京零度创意文化中心等。

塞拉里昂驻华大使馆商务参赞、中非国际俱乐

部主席周易在贺信中称“祖谱文化是中华民族最伟大的传承,家教培养了人的品德,家风形成了人的规范。非常希望建立“中华祖谱文化大数据库”,便于全球海外华人、华侨寻根问祖,具有十分重要的指导意义。让我们坚持文化自信,构建人类命运共同体”。

中国台湾中华民族致公党中央主席、致公文化总会会长陈柏光会上演

讲,称“中华姓氏家风文化即根亲文化,其核心在于孝文化,孝是家庭中的重要体现。希望扩大“两岸姓氏家庭文化”的交流,让海外华人华侨回到祖国家乡,广泛的融入姓氏家庭文化建设之中”。

会上联合国国际生态生命安全科学院中国籍院士龚巧玉在会上阐述本次论坛的意义如何把中华民族好家风向联合国宣传国际家庭日好家风做法;沈德福介绍举办515国际家庭日活动的背景情况,京视网副台长寇迎介绍姓氏文化与家风建设宣传活动的计划。

主旨演讲:聂振强谈《姓氏家风一谈家庭家风家教建设在构建人类命运共同体中的作用研究》;周南谈《论家庭系统在家庭教育中的重要作用》。

王忠谈《展望姓氏家风文化》;杨双雨主持《女性和礼仪在家庭中的重要性》访谈,周南、刘洪、陈丽娜、谢芳、徐朝阳等5人举手报名接受访谈交流。

学术交流发言热烈有序,他们是:“上慈下孝对中华传统教育影响及发展的作用研究”(龚艳)、“谈生命关怀身心健康”(徐朝阳)、“复兴礼法共建的家风文化,传承生命之爱”(马皓月)、“家风文化—女子礼学”(杨双雨)、“家教的基本原则和家风建设的重要性”(陶金)、“中华百姓宗祖与关公文化—谈关公民族独有的道德精神楷模”(世诚)、“姓氏好家风0-3岁科学育儿家庭教育的重要性”(谢芳)等6位,主持人对论文中理论研究、学术观点,进行点评。

本次论坛现已征集到姓氏家风方面学术论文50余篇,27万字。待补充论文完善后,编印成册。



国际家庭日-姓氏好家风论坛会场一角

专题论坛:王

印尼最大并购震动东南亚市场



英国《金融时报》17日报道说,印尼两大互联网巨头Gojek和Tokopedia宣布合并,这

将创下印尼有史以来最大企业并购纪录,并将组建一个超大规模、业务覆盖东南亚各国

的互联网消费及电子商务集团,预计估值超过180亿美元。

《金融时报》称,私人打车及支付平台公司Gojek和电子商务公司Tokopedia是印尼互联网商业的龙头企业。两者自今年年初起正式谈判合并事宜,并于4月取得实质突破。两家公司的共同大股东包括谷歌、新加坡淡马锡等。Gojek的投资者还包括脸书、华平投资、阿斯特拉国际、腾讯控股等,而Tokopedia的投资者则包括软银、阿里巴巴等。新组建的企业集团将更名为

GoTo,集合两家企业主要业务,包括餐饮配送、乘车与电子商务等。两家公司并未明确公开合并后集团价值,但根据两家公司历史筹资情况,合并后估值高达180亿美元。合并后新成立的GoTo集团今年将准备在印尼公开上市,且未来可能在美国公开上市。而两家公司表示,该联合企业集团的目标是公开市场估值达到400亿美元。在2020年,两家公司交易额总和达到220亿美元,活跃用户超过1亿人。

《日本经济新闻》称,Gojek与Tokopedia的合并,是印尼有史以来最大并购案,也是迄今亚洲最大的互联网与媒体服务公司并购案。并购完成后,

将打造东南亚首个集合电子商务、移动消费服务和金融服务于一体的互联网生态企业。新组建的GoTo将依托印尼庞大人口及消费能力日益增长的中产阶级,不断向东南亚其他国家拓展业务,乃至在东盟主要经济体的互联网消费市场占据垄断地位。该公司高管也毫不掩饰其野心,希望将这一集团打造成亚洲顶级的互联网企业巨头。有分析称,尽管无法与中国互联网巨头相比,但GoTo仍期望在区域乃至国际市场上与阿里巴巴等巨头相抗衡。而中国、印度等互联网巨头进入东盟时,也将遭遇该公司有力挑战。(环球网 特约记者雁初)