



责编:邓梅 编辑:林萌  
版式:张彤 校对:梁英  
2010年8月3日 星期二

# JINGYINGCHUANGXIN

## 经营创新

### 打造千亿稀土钨产业集群 赣州扶持创新企业上市

赣州市将用5年左右时间,打造千亿元产值稀土钨产业集群。这是近日在赣州举办的中国江西(赣州)稀土钨产业合作推进会上传出的消息。

“这个推进会是全国稀土钨业一次最高规格的会议,研究的不仅仅是赣州的问题,而是着眼于引导整个稀土钨业的健康发展。”国家工信部原材料司副巡视员王彩凤近日在江西省赣州市如是表示。

此次合作推进会由江西省政府、工业和信息化部、科学技术部、国土资源部联合主办,赣州市人民政府、江西省工业和信息化委员会、江西省科学技术厅、江西省国土资源厅、江西省发展和改革委员会、江西省商务厅承办。参会者近700人,包括300多名海内外企业高层,中国五矿集团、中国铝业公司、中钢贸易有限公司、广东广晟有色金属股份有限公司、江西铜业集团公司、新疆金风科技股份有限公司等国内大型企业集团负责人悉数参加了此次会议。

在合作推进会上,包括上海国盛集团公司、广东广晟资产经营有限公司、中国五矿集团在内的近20家企业共签约24个项目。项目内容主要包括稀土深加工及技术合作、投资等方面,项目总投资总额逾73亿元人民币。

中国五矿集团副总裁李福利称,未来几年内,中国五矿准

备把五矿稀土(赣州)股份有限公司发展成为全球最大的集采、选、加工及应用于一体的稀土企业集团。

李福利还透露,中国五矿将逐步在赣州开展一系列稀土深加工投资项目,继续整合赣州周边优质离子型稀土资源和稀土分离冶炼企业,投资稀土功能性材料、应用产品项目,并择机上市。

据李福利介绍,目前中国五矿在江西省控股投资企业已达到8家,投资总额达345亿元人民币。

江西省常委、赣州市委书记潘逸阳说,赣州将推动稀土、钨产业的转型升级,发展新能源新材料等战略性新兴产业,着力打造产值分别超千亿元的优势产业集群,建设稀土永磁材料和永磁电机基地、新型光源材料和节能灯具基地、硬质合金和刀钻具基地,启动稀土、钨矿资源储备体系建设,加快筹备建设矿业银行。

据悉,江西方面还将探索建立稀土深加工产业发展基金,扶持一批稀土钨创新企业上市。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

“中东有石油,中国有稀土。”这是邓小平1992年南巡到达江西时的“名言”。

稀土作为战略资源,素有“工业味精”之称,在航空、航天、电子信息、钢铁、有色金属、机械制造、农林牧业等产业用途广泛。赣州则素有“稀土王国”、“世界钨都”之称。

### 战略创新 | Zhanlue Chuangxin

## 朗诗地产董事长田明:创新使人充满激情

□王其明

认识田明的人对他都有相似的看法和感觉:田明总是那么冷静,语调平和,鲜有慷慨激昂或豪言壮语,这在官员出身的企业家中并不多见。

### 创新理论为发展导航

可能也正因为这种平静,让朗诗始终默默坚持自己的战略,走差异化路线,坚持做低碳、生态节能住宅,多年来始终不渝。在熊彼特的企业创新理论中,企业创新有五方面的内容:在企业中引入一种新产品或提供一种产品的新质量;在企业中引入了一种新的生产方式或方法;开辟一个新的市场;获得一种原材料或半成品的新的供给来源;实现一种新的组织方式。

对照可见,朗诗是完全符合熊彼特的创新理论的。

朗诗创业之初,适逢中国房地产业腾飞,可以说当时做什么都赚钱。但是朗诗抵御住高利润的市场诱惑,最终选择坚持走低碳节能建筑,这在当时实属另类。如今低碳已成显学,昔日的冷门,



如今成为一种远见和决断力。

中国房地产少有能够靠产品盈利的企业,大多是依靠地价升值来赚钱。朗诗则不然,坚持依靠产品的科技附加值以及资产快速周转实现盈利,6年间资产翻升何止百倍。地价升值不可能永续,当房地产行业从高潮走向平和之时,将会显示出谁是真正的强者,相信这一天并不遥远。

### 走绿色地产之路

当一个个豪宅大盘用奢华来迎合中国的爆发时代,朗诗率先提出不用名贵材料,这是中国房地产业的振聋发聩的声音。奢华、名贵、稀有固然可以取得一时之市场成功,但长此以往,名贵材料又如何能复得?某企业连车库都用紫檀木,以至于将东南亚市场紫檀木购买一空,这种因为生长缓慢才以稀为贵的珍稀树种被用来充实富人的车库,绝不是中国房地产业之福。

田明一直说,朗诗是中国房地产业的非主流。但田明肯定坚信,绿色地产之路会成为未来中国房地产的主流,只有在社会责任和企业价值间找到平衡的企业才是行业真正需要的企业。从这个角度说,朗诗是中国地产行业的颠覆者。也正因为如此,朗诗日益受到了地产行业的大佬们的重视。

朗诗用自己冷静、坚持和成绩赢得了朋友或者对手的尊重。

### 在冷静中稳步前行

朗诗很冷静,田明很冷静。在冷静中前行,做绿色地产的百年老店。未来的路,田明已经想得很明白。

## 体育营销出奇招 隆力奇冠名家门口的“世界杯”

项目银牌,获得了广泛的社会关注。

隆力奇董事长、总裁徐之伟表示,隆力奇从事的是时尚、美丽和健康的产业,隆力奇赞助此次国际比赛就是要人们感受健康、美丽、时尚的品牌力量;见证艺术、活力、优雅的运动魅力。隆力奇把借势黄金体育资源作为撬动整个体育营销和媒体传播的关键点,放大传播效果,而央视在直播、转播体育赛事的实力和影响力方面有非常突出的优势。

据统计,一个企业的品牌认知度在世界范围内每提高1%,就需要2000万美元的广告费,但借助大型的体育比赛,这种认知度可提高到10%。借助体育事件进行品牌营销,可以赋予品牌更多年轻、健康、积极向上等正面的理念,能够有效地与观众达成情感共鸣,同时也能配合企业线下的活动展开品牌的整合传播。因此,体育事件已经被越来越多的企业所接受,成为越来越多品牌完成价值提升的“高速公路”。

据悉,近年来,隆力奇先后实施了名牌战略、多元化战略和国际化战略。创业25周年之际,隆力奇希望通过世界性的体育赛事,使得隆力奇品牌在世

界范围的知名度和美誉度大幅提升。隆力奇深知体育对于企业营销的促进作用,全国蹦床比赛、中美滑水对抗赛、十运会等重大赛事上频频出现隆力奇品牌的身影。隆力奇作为中国民族日化品牌,高度注重把握事件营销的机会,通过一系列重大体育赛事来提升品



图为隆力奇集团董事长徐之伟(左)从中共常熟市委常委、宣传部长王建国手中接过冠军匾额。

牌影响力。因为体育赛事项目周期长、传播次数多,可与消费者在激情时刻反复沟通,传播效果很好;此外,对隆力奇这样一个知名度高、销售网络完善的企业而言,体育赛事更重要的目的是不断积累和提升品牌力,实现与消费者的深度沟通,强化品牌偏好度与忠诚度。

### 芬兰通力集团创新开拓中国市场

□赵长春

芬兰通力集团(KONE Corporation)成立于1910年。多年来,该集团凭借领先的技术,提供最先进的产品和服务,在激烈的国际竞争中不断发展壮大,成为享誉全球的专业电梯制造商。

100年的时间里,通力集团如何从一个小机械厂发展成为全球电梯和自动扶梯行业技术领先的开拓者?

位于芬兰首都赫尔辛基地区埃斯波的通力集团总部,主管新电梯和自动扶梯业务的执行副总裁海基·莱佩宁先生娓娓道来——

莱佩宁介绍说,通力之所以能取得今日的成功,其中非常关键的是“我们总在寻求客户的需求和潜在期望,以此作为创新动力”。他说,通力不但敢于挑战行业传统,而且能对市场作出快

速、灵活反应,成为电梯行业技术领跑者。

莱佩宁介绍说,通力目前在全球50多个国家和地区设有分支机构,生产基地遍布欧洲、亚洲和北美洲,在芬兰、意大利、德国、美国、印度和中国设立了研发中心,因地制宜地为当地市场开发新电梯,研究新的维护和服务方案。

与此同时,通力集团重视开拓中国市场上。莱佩宁在采访中强调,通力上世纪90年代就已经认识到进军中国市场对其在全球竞争中的重要意义,并开始积极开拓中国市场。他说:“通力是最先将最新技术介绍到中国的电梯制造商。从那时起,我们不断为中国开发产品组合,并对员工的发展进行投资。通力每时每刻都在细心观察市场,并对中国市场出现的机会做出迅速反应。”

## 浙江海宁家纺数企业 倒逼中织出“新花样”

□高洁民

日前,浙江农富纺织有限公司在许村工业区总投资3500万元的新厂房即将竣工。这是该公司应对家纺行业面临的诸多挑战,要走的一条新路。

今年以来,海宁市家纺业遭遇了“人民币升值、劳动力成本上升、原材料价格上涨”等许多压力,企业利润空间再次受到挤压。农富公司介绍,就公司每月用量50吨雪尼尔纱,要多支出10万元成本。

这些压力无形中形成了倒逼机制,促使众多家纺企业在生产、开发、营销等方面进行创新。

### 扩大投入提高竞争实力

农富公司新厂房,是公司二次创业的新平台。公司这次引进12台电子织机,用于企业订单生产量的增加。位于长安镇的浙江汉帛家居有限公司近

年来引进72台世界一流的织机,一方面为欧洲客户提供高端产品,另一方面为国内家纺知名品牌提高配套服务。公司董事长王高明表示,企业发展三个内容一起抓,一抓先进制造,二抓商贸服务,三抓品牌文化。

### 产品研发赢得定价权

家纺产品的特点是周期短,变化快,是“快鱼吃慢鱼”的竞争业态。所以,众多家纺企业重于产品开发和参展境内外,赢得客户决胜市场。

只有家纺企业独立开发,才能赢得产品定价的话语权。

坐落320国道沈士路口的胜宇布艺有限公司,是一家有着30多年纺织生产历史的专业企业。2002年公司转行家纺业,一直致力于产品创新和经营内外贸市场。最近公司开发了新品剪花绣花窗帘,价格每米66元;另一个新品高档丝绒布,每米50-130元之

间,门幅28米,目前两个新品在国内尚属首家生产,公司董事长王其生说:以公司特宽幅的高档产品,参展今秋上海家纺展会,一定能抢占先机,受到市场的青睐。

### 营销创新提高盈利模式

在许村许巷轻纺科技园内,汇聚了一大批做内贸为主的企业,比如“新天、豪士、民辉、嘉宏、百川”等,这些企业主导产品为各色窗帘布,尤以开发新品是这些企业的长处,而且其产品价格高于一般企业。近年来,这批企业中,除了进一步扩大营销网络建设,还在全国一线、二线城市设立经销网点。浙江新天布艺有限公司对品牌作了前期规划,既制定长远的发展计划,又积极实施近期的营销目标。目前,该公司率先在全国各地建立20多家“新天布艺”专营店,此举成为家纺企业营销创新的一大亮点。

### 中医膏方:提高你的精气神(下)

□凤玲

“年逾四十,精气自半”。人体的各种机能,都将随着年龄的增长,趋向衰退。上海中医药大学夏炎教授经过多年研究十分慎重的表示,虽然不能说膏方是延年益寿的灵丹妙药,但冬天补精气,则能增强体质,延缓衰老是不争的事实。中医讲究“正气内存,邪不可干”,膏方正是通过平衡阴阳,调养正气,起到“冬令进补,来春打虎”之功。

脾胃主全身元气,脾胃虚弱,元气不足,容易造成女性的衰老,若脾胃能吸收饮食中的营养,就可充分滋养全身脏器及皮肤腠理。上海市名中医、上海中医药大学附属龙华医院主任医师吴银根提醒女性,可选当服用膏方健脾胃,疏肝气,补肝肾。当脾胃正常运转时,全身的营养不断得到补充,人的抗衰老能力、生命力随之增强,脸色自然红润,皮肤就会充满光泽和弹性。

吴银根认为,儿童可根据生长发育需要适时进补,尤其是反复呼吸道感染,久咳不愈,厌食、贫血等体虚的儿童易于采用膏方调补。

膏方调治之功全在缓缓图治,当以平均为期,且长期服用更应避免偏颇,无使补益太过而致邪,攻邪过猛而伤正;无使偏温热而助火,偏寒凉而败脾胃;滋腻太过而碍运化,升散太过而精髓不藏。故应注意标本正邪,寒热温凉,动静升降的平衡及顾护胃气。吴银根还特别提醒,亚健康人群膏方组方时要结合临床表现辩证论治。重点补脾胃、补气血。补脾要注意疏肝解郁、化湿、行气、消导,补肾要注意肾阴、肾阳、肾气、肾精、肾血的偏重,补气血要注意理气行气,和营、活血、化瘀的配合。亚健康人群平时精神压力大,情绪疏泄不畅,膏方调治应更重视养心补脾。

一料好的膏方,要做到开好方、配好药、熬好膏,服好药,才能达到养好神,视精气神以神为贵的施药举例说,众所周知,阿胶是膏方用之最首。它不仅起到收膏成型、矫味的作用,还具有滋阴补血,养阴添精之效,尤为重要的是,阿胶中含有丰富的I型明胶蛋白及钙、钾等多种微量元素,所含有的蛋白质水解后能产生20多种氨基酸,这些成分既是营养人体的重要物质,也有抗衰老、延年益寿的功效。

上海中医药大学专家委员会副主任委员施杞特别强调,阿胶是用驴皮和水熬制的,之所以称为阿胶,是因为出自山东的东阿县。正是东阿县的地下水决定了阿胶的品质和道地性。只有具有“性温、清而润”之性的东阿县地下水熬出的东阿阿胶,才是有滋补养生功效道地的阿胶。

施杞曾经给包括日本前首相在内的很多慕名而来的外国人开过膏方,这些人服过一年后,年年来,他说,膏方具有深厚底蕴的中医药文化特征,因而久盛不衰。膏方自明清以来,不仅成为医家研究的课题,也成为医家医理乃至文化修养和水平的象征。随着人们对健康投入的与日俱增,膏方已经成为大众喜爱的冬令进补常用方式。膏方文化之花已在长江三角洲地区遍地绽放,并正走出大江南北,传遍全球。

膏方文化让我的健康 我管理!