

周厚躬淡定做珠宝

□苏宏伟

“钻石恒久远，一颗永流传。”珠宝是奢侈品，也是表现人们美丽情感和净化灵魂的商品。

坚持做好眼前的事

“珠宝行业是一个能够锻炼高尚人格的行业。”深圳宝怡珠宝公司总裁周厚躬如是说，“细细回味我在珠宝行业的20多年，大浪淘沙，所有经营的较为成功的珠宝企业家无不在个人魅力和人品上都是可圈可点的。这并不是恭维的说法，确实是这个行业独有的特性造就了这些经营者高尚的道德素养及包容心。”

“20多年前，我是深圳第一家首饰厂的一个学徒工，那时我并不知道什么是我的梦想。只是因为年轻，觉得需要学习的东西很多，然后慢慢懂得开始钻研，知道要想有所成就，就必须先认真把眼前的事情做好；20年过去了，我依然在坚持做好眼前的事情。把首饰行业当成自己的终身事业来经营。”周厚躬话语里透着平实。

周厚躬刚踏入珠宝业，还只是一个十几岁的珠宝首饰加工厂的学徒工，通过奋发图强，20多年后，他成为国内知名钻石镶嵌首饰生产供应商，拥有近千人的珠宝首饰镶嵌厂。

拥有一颗创新和淡定的心

这些年来，周厚躬一直在珠宝工艺方面潜心钻研，其中代表业内工艺技术创新的实用新型专利方面就取得了很多的成就。宝怡也成为了业内钻石镶嵌领域名列前茅的首饰生产商。

“我一直认为，黄金珠宝首饰业不是一个能让人瞬间暴富的行业，因为它根本就不存在太多的投机性，你只能稳步求进。特别是在生产加工领域，你必须一步一步的更新机械设备，提高生产技术，降低生产成本，通过规模化生产增加你的利润。除此之外，别无他法，根本没有捷径可以选择。”周厚躬认为。

“经营实业你必须有一颗

淡定的心态，要想到不是所有钱你都能挣的，你只能挣你该属于你的那一部分。只有保持这样一个心态，你无论是遇到‘利好’局势还是‘利差’局势，你都能从容应对。”周厚躬对经营宝怡有着绝对的自信。

上市是“水到渠成”的事

福麒、潮宏基的成功上市



给业内的触动很大，近来业内掀起了一阵“上市”热，很多珠宝企业提出要筹备上市，并且专门组建了上市筹备工作组，而不少基金公司也嗅到了其中味道，纷纷介入珠宝企业，协助他们打包上市。

“不止一个基金公司跟我联络过，希望能将宝怡打包上市，都被一口回绝，我很了解我自己的企业，宝怡还处在成长期，根本没有具备上市的条件，为何要跟着别人去啃这个硬骨头呢？”周厚躬很坦然地表示。

周厚躬并不认为这是一件好事，在他看来，上市其实是一个双刃剑，企业还没有足够的造血功能，也没有明确的中长期规划，贸然上市，即使成功也会存在着很大的风险，因为珠宝企业都是以经营实业，就不应该是“圈钱”为目的。在这样的理念下，宝怡一直坚持稳中求进的发展战略，不固守但也不激进，在基本条件都已经成熟的情况下，才会选择“水到渠成”的进入。

“如果说珠宝行业的从业人员最大的追求，那应该是不不断的创新，无论是设计理念和经营理念都要创新。创新是珠宝设计的灵魂，也是珠宝上最闪亮的点。”周厚躬对创新有着很深刻的感悟。

双星新产品 潜水鞋国际市场受宠

本报讯 近年来，潜水鞋被广泛用于潜水、游泳等户外运动，市场潜力巨大。双星海江公司积极研究潜水鞋制造技术，最近研制出了功能过硬、个性十足的双星潜水鞋。

双星潜水鞋帮面运用四面弹布和胶部件，大部分采用胶部件覆盖，结合水中运动要求，鞋的上口进行了无弹性处理，而同源胶部件，满足了鞋面贴

片与大底同料的技术要求。该鞋鞋帮外侧附有PP带和不规则“8”字形胶皮装饰件，大底是“葫芦形”胶皮，使该鞋在确保水中运动良好的防滑、隔凉、舒适的功能化基础上，兼具美观、时尚、个性特色。目前，双星潜水鞋已成功打入美国等国家和地区的高端市场，客户多次追加订单。

(王开良 李树勇)

责编:邓梅 编辑:林南
版式:张彤 校对:阳红
2010年10月19日 星期二

JINGYINGCHUANGXIN

经营创新

唐本国：创新是诺亚舟最坚实的“根”

□伍亚玲

9英寸大小、银白色的质感外壳，外观酷似Iphone的放大版……这是中国教育电子产品行业先锋诺亚舟公司明年3月即将推出的新产品，这是上市公司诺亚舟移师成都一年后，继续坚持自主研发和技术创新，即将向市场交出的又一份漂亮的“答卷”。诺亚舟总裁兼首席运营官唐本国先生形象地把该系列产品称为专属学生的“i Phone”、“iPad”。

科技创新领跑电教行业

作为中国电教行业的领军者，诺亚舟自创立之初就一直致力于技术的不断创新与开发，将“科技创新”作为企业发展的动力引擎。从第一款拥有自主知识产权的电子词典到网络学习机，从“新状元”到“搜学王”，从2005年推出的全球首项NP-Itech技术簇，到2010年最新推出的二代搜学——万维搜，都体现了诺亚舟对技术的不倦追求。对于今年推出的“万维搜”新功能，唐本国总裁高兴地说：“这是我们在搜学技术上的又一重大突破创新，因为它强大的关键字+知识网双引擎搜索，可以让学习者由一个知识点进而发散学习到与之相关联的一片知识，让学习



诺亚舟赚足学生人气，更赚够家长现金。

效率更高！”

诺亚舟人的拼搏与努力不仅让诺亚舟成为了家喻户晓的教育品牌，更让诺亚舟在企业荣誉上收获连连：2004年诺亚舟被人民日报评为“中国市场产品质量用户满意消费者首选第一品牌”；2006年诺亚舟被Red Herring评为“亚洲商业百强”；2007年10月，诺亚舟在

美国纽交所主板成功上市，融资约14亿美元；2009年12月，诺亚舟与新东方等教育集团一起入选腾讯教育“2009中国最具影响力教育集团”。诺亚舟总裁唐本国先生在接收采访时表示：诺亚舟将继续加强自主研发和技术创新再过不久，诺亚舟精心研发的互动学习平台也将会面世，这个具有划时代意义的教育学习平台将会将整个电教行业带入新的发展时代！

从制造商到资源服务商

诺亚舟总裁兼首席运营官唐本国，毕业于清华大学，本科学的是核物理。毕业后，被分配到川东一家企业。1992

年，他选择南下广东，开始接触电子产品工作。1998年5月2日，对唐本国来说是一个终身难忘的日子，他和许东、王晓童两位伙伴“结盟”于青城山，正式开始策划创业。

1999年2月，深圳市诺亚舟实业有限公司注册成立。这就是现在的诺

亚舟教育控股有限公司的前身。短短十余年时间，诺亚舟飞速发展成为了今天的中国电教行业领军品牌，国内领先的教育辅助内容及服务提供商，旗下产品全面涵盖了3岁到19岁之间广阔的学生用户群，业务版图也从中国扩展到了欧美等海外市场，根据公司的战略部署，目前诺亚舟正在逐步实现教育产品制造商向教育资源服务商的战略转变。

志在教育辅助行业第一品牌

2009年10月，诺亚舟移师成都，落户成都市高新区，在高新区政府的支持下，继续走技术创新道路。

谈起迁到成都的原因，除了西部广阔的发展前景、成都深厚的文化底蕴等因素，唐本国总裁给我们举了一个印象深刻的例子：他们从广东迁到成都，各种审批手续只用了一个星期时间，“即使在深圳，也要几个礼拜。成都的效率让我惊讶和感动。”

诺亚舟的未来是令人振奋的，唐本国总裁表示：未来三年，诺亚舟仍将稳扎稳打，继续以电子产品为经营主体。同时，不断拓展实体教育领域合作，现在诺亚舟在全国共有实体学校共有近20个，成功实现长沙和深圳两家最终实现互联网共享的“三结合”发展道路，争取5年内做到中国教育辅助行业第一品牌。

让中国人穿得更舒适 “南极人”创新力推“北极人”

□杨联民

国际金融危机爆发后，调整结构、转变发展方式成为我国民营企业新一轮发展中的主旋律。眼下，民企怎么转型发展成为各界关注的热点。记者从上海南极人纺织品有限公司获悉，近两年来，该公司根据市场需求和市场环境变化，不断创新，因地制宜地转变发展方式，在企业升级的同时，尝到转变发展方式的甜头。

据悉，创建于十多年前的南极人公司是保暖内衣行业“领头羊”。创业初期，该公司创建的“哑铃式”经营模式曾取得了巨大的成功。国际金融危机爆发后，南极人公司从调整产品结构和调整经营模式两方面着手。在行业内率先发展四季内衣，产品从过去的几十种猛增

到数百种。

并根据自己的品牌优势和销售网络优势创新形成南极人品牌共同体经营模式，这一调整使南极人公司在2009年销售达历史新高，全年销售四季内衣400万套。

今年以来，南极人公司在上述基础上，把培育自主品牌作为抓手，新推出“北极人”自主品牌。据称，这是该公司转变发展方式的继续和深化。根据设计，“北极人”这一自主品牌，将在南极人合作团队现有技术力量和设计能力基础上，加大研发投入，着力于技术进步提升产品档次质量和舒适度，通过与专业高校合作，将之培育和打造成专门生产销售技术含量较高，绿色成分更多的内衣新品牌。新品牌产品首先在新材料应用上有所突破，随后的研发重点在

功能性和舒适度上，力争在2-3年内让其成为行业技术进步领跑者，并形成一定规模。以此进一步强化南极人公司“让中国人穿得更好”的经营理念，形成新的增长点。

南极人公司董事长张玉祥在接受记者采访时表示，中央提出的转变经济发展方式，是在国际金融危机爆发后，国际国内形势发生重大变化情况下制定的重要国家战略，转变经济发展方式刻不容缓。胡锦涛总书记对于广大非公经济在转变经济发展方式有更大作为方面寄予厚望。作为行业领头羊应该成为转方式的领头羊。培育打造自主品牌是转变增长方式的一种，不同的企业可以根据自己的实际情况决定自己转变发展方式的方法。我们新推“北极人”品牌是以现有南极人销售网络为基础的。

“北极人”品牌产品定位“与技术进步同行”。这得益于上海世博会召开给我的启发。世博会是展示世界前沿技术、产品、理念的地方，本届世博会理念是“城市让生活更美好”。南极人公司提出“让中国人穿得更好”理念是与本届世博会理念相吻合的。同时，技术进步也是提升产品档次、质量、舒适度等方面的重要推力。我构想，让“北极人”品牌站在现在南极人品牌的肩膀上，让其一开始就有高起点的发展。

据了解，南极人公司创建以来，已累计成功销售各类内衣数千万套，从而使南极人品牌已成为家喻户晓的内衣品牌。该公司新推出的“北极人”品牌内衣由于起点高、科技含量高，在日前举办的首次订货会上，已订出近百万套。

民间藏医学的千古传奇 雪域俄色 现代文明病的古老克星

炉霍雪域俄色茶 产于青藏高原东南缘的四川省甘孜藏族自治州炉霍县雀尔章谷地区，是生长在海拔3000米至3500米之间的野生俄色树的一年生嫩芽，经现代工艺加工精制而成的雪域天然绿色药食两用健康饮品。

俄色树是在无任何污染环境中自然生长的野生绿色无公害药食两用植物，为雪域高原地区独特的稀有树种，在雀尔章谷地区，许多树龄已达百年甚至数百年。千百年来，生活在高海拔、高寒地区的藏族同胞，为维持体能的需要，以牛羊肉、酥油奶制品等高脂肪、高蛋白食物为主要食品，多年大量食用高脂肪、高蛋白食物，很少患有高血压、高血脂、高血糖等相关疾病，就是饮用了“**炉霍雪域俄色茶**”的缘故。当地藏族同胞发现“**炉霍雪域俄色茶**”较一般的茶更能强身健体，具有神奇的功效，被视为珍贵饮品。但由于制茶用的原材料“俄色树”只在高海拔的鲜水河流域地区生长，产量稀少更显弥足珍贵。因此，长期以来，“**炉霍雪域俄色茶**”在藏区仅作为接待贵宾、节庆活动和专供土司、活佛以及贵族阶层的奢侈饮品，它的神奇药用功效被录入了最具权威的藏医学著作。

通过茶马古道专家殷晓俊先生公布的一组百年川藏茶马古道老照片，考证出千年以前，藏区就使用“俄色树”制出俄色茶（“**炉霍雪域俄色茶**”的前身），填补了藏区无茶的历史。

“三高”者喝了再说！

温馨提示：低血脂，低血压者慎用！

冲泡方式：每日2次，每次2g

公司地址：四川省炉霍县新都镇建设路99号
电话：0836-7322817 0836-7326817（F）
手机：13508293002 13548409866
Http://www.xyesc.com
E-mail:tubuxyesc.com

全国订购热线：400-88-71733

炉霍专卖店：四川省甘孜州炉霍县商业街95号
电话：13550458090

康定专卖店：四川省甘孜州康定县光明路9号（州政府门口）
电话：0836-2872777

泸定专卖店：四川省甘孜州泸定县泸桥镇宏城西楼11号
电话：0836-3127988

成都专卖店：四川省成都市武侯区外双楠青羊路1号附6号
电话：028-87031888

上海专卖店：上海市卢湾区泰康路308号
电话：021-64669341

深圳专卖店：深圳市福田区八卦1路盛世国际花园2号楼裙楼107号
电话：0755-22311911

云南专卖店：云南省丽江市古城停车场二楼东面12号
电话：13680003950

随着现代人们生活水平提高，生活环境的变化，“三高人群”（高血压、高血脂、高血糖）等现代文明疾病的患病率以惊人的速度快速增长。据调查：近年来我国糖尿病患者已超过四千万，有1.8亿成年人血脂异常，“三高人群”已呈年轻化趋势，治疗虽有一定的疗效，但同时也存在一定的毒副作用。

经农业部食品质量监督检验测试中心（成都）检验结果报告：俄色树“**炉霍雪域俄色茶**”的制作原料中，各种人体所需营养物质含量丰富，其中：蛋白质25.7%，不溶性膳食纤维17.9%，碳水化合物44.8%，维生素C257.4mg/100g，维生素B2072mg/100g，维生素E83.5ug/g，钙0.56%，铁337mg/kg，锌38.9mg/kg，铜17.7mg/kg，硒0.12ug/g，β胡萝卜素7.0mg/kg。经有关部门研究证明，“**炉霍雪域俄色茶**”中含有大量类黄酮物质。

现代药理学研究证明，俄色树的叶、芽制成的产品“**炉霍雪域俄色茶**”的有效成份是天然食品的重要组成部分，是一种很好的天然抗氧化剂，具有降血压和降血脂、降血糖的功效且无副作用，有着良好的使用安全记录，对“三高”有神奇的效果。