

封面人物

周国海:我们只营销健康

——艾力斯特健康产业的三次飞跃

■ 本报记者 伏芝勇 特约记者 曾志伟

周国海健康产业的起步,与我国核潜艇事业的起步很有几分相似。从观摩香港生产的玩具模型开始到世界顶尖级的核潜艇水平,与周国海从拆卸摆弄日本按摩机开始到如今的健康产业规模,同时印证了庄子《人间世》中的一句话:作始也简,将毕也巨。而回望周国海健康产业的发展之路,则得益于他不断创新中的三次飞跃。

A 从舶来品到自主研发的飞跃

做企业像木匠修房子,可以从模仿开始,但终极目标是建设出属于自己的宏伟殿堂。

——周国海

20年前,周国海从干木匠活开始,走街串户,风里雨里。当然,生活在“小商品、大市场”之“温州模式”氛围中的周国海,木匠生涯同样也仅仅是他“潜龙勿用”的积累阶段。就在“温州模式”由“传统经济+温州人创业精神”嬗变出“传统经济的提升+新经济的发展+温州人的创新+现代文明”的“新温州模式”特征的时候,周国海拼凑了3万元人民币做本钱,开始了自己的实业人生。

最早他办的是海绵厂,既当老板又当工人地打拼,生产规模不断扩大,令同行们羡慕不已。属虎的周国海勤奋、聪明、踏实,还有一个有口皆碑的优点,就是孝顺。做企业有了成就,他更加挂怀患有风湿病的老母亲的健康问题。

2002年中国进出口商品交易会在广州举行。周国海作为温州市海绵行业龙头企业的代表,随温州商会参加了广交会。回程抵达白云机场时,有一段短暂停留的间歇时间,周国海便乘兴来到机场的休闲区。在这里,一台日本的按摩椅吸引了他的目光。按摩椅周身乌黑、线条流畅,能够借助机械手上下行走,并对人体的背部、臀部、腿部进行按压、揉捏、拍打、敲击,看产品介绍,它有消除疲劳、促进血液循环、松弛紧张肌肉等功效,尤其是对关节疼痛、风湿、类风湿等疾病的物理治疗。

他立刻想到,这样的器具对母亲的健康一定有好处。回到温州后,便用心地大量收集按摩椅的相关资料。这时候,周国海已经不仅仅是一份孝心了,按摩椅的健康功效,同时触动了他开拓休闲保健健康市场的

B 从贴牌生产到自主品牌建设的飞跃

走上自主品牌建设的奋斗之路后,我们的梦想就是百年老店的辉煌。

——周国海

然而,初创时节,市场仍然将艾力斯特逼入了一个贴牌生产的时间段。

2003年7月1日,浙江艾力斯特健康科技有限公司正式挂牌成立,并很快借力发力有了自己的产品,但市场毕竟是残酷的,它的法则没有品牌就没有份额。产品的积压与企业发展的资本需求形成巨大反差,周国



● 周国海总裁在十周年庆典上与十佳国际经销商合影

海心急如焚,为有名气的厂家贴牌生产,借壳上市回笼资金,成为了艾力斯特不得不接受的现实。当然,这也不失为另一种借力发力的发展战略,但对于周国海来说,内心深处总有一丝寄人篱下的隐痛,带着这丝隐痛,他加快了自主品牌的建设:着力引进国内外高技术人才,加强对产品质量、外观、工艺等的改进;与浙江清华长三角研究院进行技术合作,成立了“浙江清华长三角研究院艾力斯特研究中心”,走向了强强联合的技术研发之路;通过与美国 IREST 公司全面合作,产品正式以 IREST 品牌进入大中华市场;通过建立自己的营销渠道:组建营销队伍,并成立产品销售中心,不断开拓产

“野心”。

2002年11月,周国海远赴上海,花8万块钱买回了两台日产按摩椅,一台送给母亲,一台摆放在客厅的中央,一口气将它从外到里拆卸开来。十余年的木工阅历,使他对相关部件的工艺构造做出准确的判断。随后他又从北京买来一台美国生产的按摩椅,同样里里外外拆了个遍。截止到2003年5月,周国海边买边拆边装了十几台不同型号的按摩椅。经过半年的拆装之后,周国海觉得已经掌握了按摩椅基本的结构与原理。这一年,周国海上的休闲保健产品的生产研发之路,并走成了一条辉煌的产业大道。

当然,初始的生产是模仿性的。不过,周国海确属市场的智者。他目光高远,思路清晰,定位准确。既然是先学习洋人的,就不如干脆从国外起步,走回国内。所以,他把品牌源头选在了美国,并在美国注册商标,建公司。更重要的是,跟美国哈佛大学合作,跟浙江大学合作,请国内的高级工程师,大搞研发。毫不夸张地说,他在起步伊始就让国际休闲保健产品市场记住了中国人的两个符号:周国海和艾力斯特,并以此表明艾力斯特从模仿到自主研发的飞跃。



● 周国海总裁和西班牙客户合影

品销售领地。

事物总有它鲜明的两面性,而能将不利变成转向有利之巨大动力的,就只有那些有胆识过人的英才俊秀了。在短短的一年多时间里,艾力斯特就已夯实了自主品牌建设的基础,丢掉了贴牌生产这根拐杖,实现了公司最为关键的一次飞跃,并一路辉煌,不断显现出让人赏心悦目的品牌景区——公司已成为一家集产品研发、生产制造、销售服务于一体的国家高新技术企业。

2009年初,艾力斯特携手央视,正式成为央视的品牌广告。此举推动艾力斯特毅然举起了中国休闲保健行业品牌塑造的大旗。

2009年8月,经过2年多时间融合,艾力斯特正式与韩国 LG 集团签订全球战略合作协议,成为韩国 LG 集团保健按摩器具全球首家战略合作伙伴,为双方资源共享、品牌提升、扩张市场等拉开了序幕。

公司拥有按摩器具产品研发的核心技术和自主知识产权共计100余项,其中发明专利6项、实用新型专利29项和软件著作权2项。2010年创建业内首家按摩器具综合实验室,并获得美国 UL 目击实验室认可和浙江省出入境检验检疫局实验室认可企业。多年来,负责制订了按摩椅、按摩床、脚踏按摩器等多项国家和行业标准,建立了以国标、行标、企标三标一体的 AAA 级标准化管理体系。产品科技水平达到了国内领先和国际先进水平。产品远销东南亚、西亚、欧美、中东、大洋洲、俄罗斯等全球100多个国家和地区,在美国、西班牙、俄罗斯、韩国、马来西亚、巴西、我国台湾等十多个国家和地区设立分公司或办事处。



● 艾力斯特健康科技有限公司总裁周国海

C 从美好愿望到崇高理想的飞跃

利者,义之和也。商业红利应当来自于契合时代的理念和崇高理想,所以,我们只经营健康。

——周国海

已是国际休闲保健协会休闲保健专业委员会、国际休闲保健产业协会主席的周国海有一句豪壮之语:公司秉承“让身体有活力”的宗旨,为2020年前实现“人人享有康复服务”的国家战略目标承担社会责任。

2020,这个对于中华民族来说充满期许的年份,艾力斯特宣示了自己的担当。这份担当的分量就是健康。

几年前周国海就曾对媒体坦言:“在初涉按摩器具时我就有一种感觉,按摩是改善亚健康、延长生命、激活身体机能的



● 周国海总裁与 LG 集团常务副总朴永一先生签订战略合作协议

养生之道。尽管当时机械按摩在休闲保健方面的应用刚刚起步,但我坚信它绝对是人类健康长寿的福音。一种神圣的使命使我义无反顾地打起了按摩器具的大旗,我要把众多科学家、按摩专家的心血,转化为造福人类健康长寿的成果。健康产业将是我毕生的旅途,尽管经历了许许多多,但我从没后悔过。”

不知道周国海是否研读过《易经》,但他的一句话来自于《易经》中孔子为乾卦卦辞“利”的注解:利,义之和也。他进一步诠释说:“商业红利应当来自于契合时代的理念和崇高理想,所以,我们只经营健康。”

有关媒体曾报道过:如今的艾力斯特正以过硬的质量、精美的外观、实惠的价格,刮起了中国按摩器具旋风。周国海也在自己的梦想之路上大步流星,让全世界

每个人都拥有属于自己的按摩器具,让每个家庭都能享受健康长寿带来的快乐!

至此,周国海和艾力斯特已经实现了其第三次的飞跃,即从美好愿望到崇高理想的飞跃。

2003—2013,艾力斯特已经风雨兼程地走过了十个春秋,十年的积累,使艾力斯特成就了品牌的灵魂。它的灵魂因时代意义而鲜活,并且,它灵魂的时代意义同时突破了国界,属于世界。

它也将因品牌的时代灵魂而更加辉煌。

人物档案

周国海,男,1962年10月,生于浙江温州,EMBA 学历。

1982年—1988年,从事木制品生产和经营;1989年—1992年,从事皮革经营(私企)。

1992年创建温州瓯海南堡海绵厂,任董事长;2003年创建浙江豪中豪健康产品有限公司,任总裁;2007年创建艾力斯特健康科技有限公司,任总裁。

担任中国家具协会副理事长,中国保健协会常务理事,中国保健协会休闲保健专业委员会主席,全国保健服务标准化技术委员会委员,浙江省家具协会副理事长,温州家具商会常务副会长。

2002—2004年当选为“温州市瓯海区优秀厂长(经理)”,2005年当选为“温州市瓯海区优秀企业家”,2006—2009年连续4年被评为“温州市优秀企业家”,2012年当选温州市第十二届人大代表。

iphone, android 手机扫描二维码下载安装



健康产业 百亿商机

随着经济的发展和文明的进步,人们的保健意识日益增强,如何提高生命质量,实现人自身的可持续发展,已成为全社会普遍关注的问题,由此形成了对健康产业日益扩大的巨大市场需求。

自从人类进入工业社会以后,迷失在钢筋混凝土森林之中的现代人,既惊且痛地发现自己的生命质量在不知不觉地下降,一些所谓的“都市病”、“文明病”、“富贵病”、“企业家病”等正在悄悄地爬上现代人的病谱。如果我们问:二十一世纪人类最关注的问题是什么?最大的回声将是:健康。

人生七十年,如果从35岁计起,相当多的人生中有一半时间处于各种亚健康状态的困扰之中,这使许多深受其苦的成功人士发出痛苦的叹息:“为成功付出了这样沉重的身体代价,成功的意义何在?”

很长一段时间,社会对医学和医生有着过高奢望,认为良医无所不能。事实并非如此,专家指出:“除了感冒、感染、营养不良等少数单纯生理性病变外,医学对当今临床绝大多数疾病,特别是严重威胁健康和生存的各种慢性病并无根治之法。”

亚健康将是21世纪人们广泛关注的焦点,也是健康产业的一块和日益扩大的领域。正如世界卫生组织(WHO)所指出的:21世纪医学的重心将对病前状态的干预和对疾病的有效防范。20世纪有85%的医生从事临床诊断治疗工作,而到了21世纪将有85%的医生从事关注病前状态的工作,仍坐在医院里干等病人求治的医生将不超过15%。可见,健康产业中市场前景最广的领域是人们长期所忽视的亚健康领域。

我国医学界的研究表明,越是经济发达地区,由于生活节奏快,竞争激烈,心理压力,人际关系复杂,亚健康问题越严重。

哪里有需求,哪里就有市场。在东南沿海发达地区,迎合传统医院所难以满足的社会需求的新的医疗形式正在悄然兴起。与那些专为港澳同胞开设的门诊,后来与老干部中心相结合的“特诊”,乃至最近2至3年出现的各种“特种医疗中心”(会员制贵族医院),在一定程度上缓解了供需矛盾。然而,此类医院实质上只是“传统医院(医疗手段)+星级酒店(服务)”的模式,与传统医院相比,只是在量上的不同,而没有质的飞跃。其改革只是服务形式上的改革。在技术力量上多依附于某个医疗机构,不能拥有自己独立的技术力量,甚至有的技术条件还不如传统医院,这是其致命弱点。

现有的此类医院,虽附设有康复、疗养功能,但却没有一家医院把亚健康病人作为主体服务对象,并有意识地进行深入、全面的治疗。因此,不能在根本上解决日益激化的供需矛盾。

人们对健康产业需求的旺盛势头,将持续推动以亚健康为主体的健康产业的飞速发展,是一个潜藏的巨大金矿。(鑫淼)

