



祖國不會忘記 港澳同胞奉獻祖國60年



香港，一向被視為福地，尤其在二、三十年前經濟高速發展期間，更為奮發上進的普羅市民，提供了創業致富的大好機會，現任深圳市皇室太古實業總裁的何漢才，正是當天脫穎而出的其中佼佼者。他，與很多出身草根白手興家的港、澳企業家一道，走過艱辛但最終成功的路：內地出生，香港成長，憑著刻苦幹勁和靈活腦筋，為自己創造了成功的事業和人生，為客戶注入了優質的生活品味和色彩，為國家的建設發展作出了默默無私的貢獻。



何漢才 誠信立基石 務實創豐收

當學徒做小販掙第一桶金

何漢才建國初年於肇慶四會出生，在家鄉成長並接受教育，18歲時移居香港。回想當年，何漢才表示，自踏足這小島，已心知沒機會繼續升學，因此決意以積極的態度和拚勁，冀憑一技之長傍身並改善家人的生活。沒多久後，他進入一家小型珠寶工場當學徒，面對師傅嚴厲的督促，年輕的他不但要做雜務，還要燒飯洗碗，過著早起晚睡的刻苦生活。「當年的日子真的不易挨呀！但心想：如今要自食其力，就硬有咬緊牙關地熬，總還還有父母需要我照顧，一點點苦頭，咬咬牙，也就過去了！」何漢才娓娓道來。

簡陋的小工場，打造出門閩生輝的珠寶首飾，也鑄就了何漢才如鑽石般堅毅的性格。兩年間，他已學曉看色、鑲嵌以至起版各種知識和技能。兩年後，他獲另一工場聘為師傅，為多職點兼。他日間在工場打工，晚上則兼著木頭車，做起賣衫小販。就是在這段「走鬼」營生的日子，何漢才練就了銷售、理財的技巧，鞏固了當高的志願和膽識，更重要的是，他賺得了足供發展個人事業的第一桶金。

「資金是有了，做哪門生意呢？思前想後，答案只得一個，就做珠寶首飾買賣吧！」說起當年創業的始末，何漢才露出一絲自得的笑容。創業之路並非一帆風順，上世紀80年代初，他與友人合作開設了一家小型工場，接一些大廠外判加工單的定單，穩扎穩打算是有一個不錯的開始。不料一次偶然機會，聽說美國西雅圖對珠寶產品的出入口政策頗為寬鬆，入關亦相對容易，因此與幾個朋友商議後，未經報關便帶貨往美國銷售，最後當然沒那麼好運，帶去的貨品被三藩市海關扣留。兜兜轉轉幾經折騰，一個月後才在重新報關下，賣掉貨品，結束了這次「冒險之旅」。

「當時真的膽粗粗就去做，英文又不會說，與買家討

價還都是靠按計算機，不過還勉強強講得到吧」，何漢才笑說。不過，也是這個大膽的決定，無心插柳地成為他日後開展出口歐美業務的難得經驗。

乘改革之風內地設廠騰飛

1989年，有見中國改革開放成效漸見，國家經濟漸趨興旺，何漢才決定將生意北移，成為第一批進軍內地珠寶市場的港商。乘捷足先登之利，他不但鳴了業界起勁發展的「頭啖湯」，且憑著獨到的眼光、靈活的頭腦、勤懇的態度，將自己個人事業一步一步的引向高峰，從在深圳開設第一家小型工廠，到將中國品牌「金龍珠寶」出口美國，再到與友合資設立「寶昌珠寶」，承包內地珠寶首飾批發業務，以至於2000年成立深圳市皇室太古實業有限公司，二十年來他的珠寶業務不斷擴大，至今，公司自營珠寶店已逾65家，加盟店逾35家，終端營業額高達2億元以上。而為配合今日消費者越來越高的要求，公司更建立了專業設計隊伍，在緊握潮流趨勢之餘，近年分別以高檔、時尚和傳統的設計意念，陸續發展起皇室太古(Royal Decor)、美時鑽(MACY)、周新新(Chow San San)三個自主品牌，藉此滿足廣大客戶不同的需要。

作為早期回國發展的廠商，基於對當時內地情況的不熟悉，很多人都會問他同一個問題：怕時局生變，會血本無歸嗎？何漢才毅然答道：「我在內地出世、長大，對國家抱有百分之百的信心。現在國內經濟正起飛，只要把握良機，訂立明確方向，踏踏實實去幹，這必是大展拳腳的最佳時機！」

何漢才表示，相較出口美國和日本的激烈競爭和艱辛程度，內地的營商環境其實更佳，原因是這裡始終是自己的地方，人脈關係較易發展，而與一向勤奮、聰明的祖國同胞合作，辦起事來自然得心應手，事半功倍。當然，珠寶銷售始終是一門涉及貴重奢侈商品的行業，對從業員的操守要求極高，因此，何漢才非常重視團隊精神，更將之



▲何漢才與香港特區區政長官曾蔭權(左)在「祖國不會忘記」圖片展上合照留念

父子同心齊家興業報桑梓

對員工要求嚴格，對子女亦不例外。多年來，何漢才以身作則，待人重誠信，處事務實，他希望以此作為榜樣，誘導下一代重視品格，踏實上進。今天，兩個兒子不負所望，已成為他的左右手；長子何松傑專責設計鑲嵌的業務，次子何錦楠統籌推廣銷售的事宜。所謂「父子同心，其利斷金」，皇室太古在三人同心協力下，業務必將更上一層樓。

事業有成，何漢才不忘回饋社會、報效桑梓。兼任中國珠寶玉石首飾行業協會第四屆理事會常務理事、廣東省黃金協會副會長的他，常在社會上奔波發聲，為爭取同業權益，為推動業界發展不遺餘

力。而為支援家鄉的慈善事業，十多年來，他不但作出經常性的捐款，在家鄉四會資助營運護老院及傳教服務機構，興建希望小學等，還親力親為親往探訪慰問，為有需要的鄉里長者和孩子弟送上關懷。去年四川大地震期間，他更發揮一方有難，八方支援的團結精神，捐出了一批銀飾義賣，所得款項交予深圳經十字會轉送災區作重建之用。今年，乃共和國六十華誕大慶，走過數十年的創業歷程，何漢才可謂與祖國一起成長，目睹國家取得今天的輝煌成就，實在令他深感鼓舞和振奮。際此中華盛世，他衷心祝願國運昌隆的同時，更希望能繼續帶領皇室太古闖關越高峰，為建設國家經濟作出更大的貢獻。



▲皇室太古及美時鑽均被選為中國珠寶首飾業馳名品牌



▲皇室太古與香港特區區政長官曾蔭權(左)在「祖國不會忘記」圖片展上合照留念

勇闖高峰 ▲從徐麗姿在「祖國不會忘記」圖片展上頒贈獎狀予何漢才

▲何漢才與全國政協副主席董建華(右)在「祖國不會忘記」圖片展上合照留念



▲皇室太古贊助世界小姐選美杭州站活動，圖為何漢才及何錦楠與得獎佳麗合影



▲何氏父子同心，為集團創造輝煌，圖為何漢才與長子何松傑(左)及次子何錦楠(右)攝於皇室太古深圳店內



▲皇室太古——揚州金店 ▲皇室太古——杭州大廈店

皇室太古——奪目耀眼珠寶新星

光彩奪目、盡顯雍容華貴的珠寶，歷來都被當作品質生活的象徵，為時尚人士所追捧。而中國，古老而又充滿活力的國度，以其經濟的快速發展，為營造全球最高潛力的珠寶消費市場奠定了基礎，為躍身其中的業界人士搭建大展身手的舞台、更為嶄新的創意品牌提供綻放光芒的空間。抓緊中華盛世於新世紀展開的良機，何漢才2000年10月在深圳市成立皇室太古實業有限公司，經過十年不斷的開拓、創新，已將旗下中西文化相結合的創意品牌，打造成奪目耀眼的珠寶新星。

堅不可摧金三角戰略

對自己一手扶持成長的心血結晶，何漢才對皇室太古滿帶感情和厚望。他表示，公司成立之初，經營的業務以黃金、白金、鉑金、玉器、鑽石、紅藍寶等首飾的生產、加工和零售為主。隨著消費者對生活品味及設計要求日高，已根據市場需求在品牌上陸續發展了多個自主品牌，以滿足不同客戶的不同需要。

對自己一手扶持成長的心血結晶，何漢才對皇室太古滿帶感情和厚望。他表示，公司成立之初，經營的業務以黃金、白金、鉑金、玉器、鑽石、紅藍寶等首飾的生產、加工和零售為主。隨著消費者對生活品味及設計要求日高，已根據市場需求在品牌上陸續發展了多個自主品牌，以滿足不同客戶的不同需要。

「公司現已擁有皇室太古(Royal Decor)、美時鑽(MACY)、周新新(Chow San San)三個自主品牌，分別代表高檔、時尚、傳統三類格調品味，由於各有各的市場消費群體，已基本形成一個堅不可摧的金三角戰略。正因如此，在今年全球的金融風暴的衝擊下，我們的國內自營店營業額也比去年同期有所增長，而且遞增比例也不斷提

高。」何漢才對公司的發展和品牌部署充滿絕對的信心。

自主品牌魅力顯特色

當然，十足的信心，是源於上述品牌的品質和設計，均是上乘之作。且聽何漢才娓娓道出她們的設計意念和獨特魅力：

皇室太古(Royal Decor)——乃源自法國的經典珠寶品牌，由十八世紀法國皇室珠寶設計師勞爾斯·太古創立，基於精細材質與典雅形式來勾勒女性的獨有魅力，結合法國古典浪漫和現代流行時尚，簡約、明快的創意氣息，渲染低調的浮華特質，於自然生活氣息中探幽感，發揮極致的創新精神，使珠寶具有跨越時空的永恆質感。

皇室太古致力於為女性創造實現理想的氛圍，自進入亞洲市場，以其獨特的奢華魅力，掀起了時尚珠寶界絕色驚濤駭浪。其中，「LOVE」系列頗獲演繹愛的浪漫；「初夏裡的第一顆祖母綠」璀璨光芒激發彩色熱潮；「全世界只有你是我的另一半」引響半克拉鑽石文化的時尚風尚。可以說，皇室太古頂級珠寶的品質，體現的是一種精神，一種品味，更是一種獨特的文化榮耀。

現時，皇室太古珠寶品牌主要分佈於浙江省和江蘇省的各大城市，而皇室太古的標旗專屬定製品牌，已在長江三角洲一帶深入人心。

美時珠寶(MACY)——來自美國紐約的優雅飾物品牌，植根於紐約特有的生活模式，穿透時尚的現代都市氣息，簡潔明瞭的表現直率、樂觀、浪漫的美式風格。MACY美時鑽珠寶精心挑選完美鑽石及各類時尚貴金屬材質，以精細的製作工藝，注重創意的藝術性，以簡約明瞭的線條，表達不折不撓的優雅。MACY塑造極具時尚的現代感，將流行元素與快樂概念連成一體，將個性化的珠寶飾品重新定義，展現動感的時尚輪廓；更藉鑽飾完美閃耀的光芒，煥發無限的優雅魅力。

美時鑽珠寶品牌於瀟湖、杭州等城市設有專賣直營店十餘個，以優雅的風格，帶給人與眾不同的時尚與魅力氣息的品牌優勢，不僅成功得到了消費者的認同和支援，且擁有了部分美時鑽品牌的忠實追隨者。

適應時勢迎接新挑戰

何漢才自豪地表示，目前公司自營珠寶店已逾65家，加盟店逾35家。隨著企業業務不斷發展，珠寶加工工廠已由原來的200平方米擴大至2000平方米，年首飾產量十萬件以上，其中四成以上為出口產品，約六成為自營店和加盟店產品。

「為迎接未來的挑戰，深圳皇室太古特積極適應時代發展趨勢，調整並優化各項管理制度，鞏固並發揚現有的市場消費群體，已基本形成一個堅不可摧的金三角戰略。正因如此，在今年全球的金融風暴的衝擊下，我們的國內自營店營業額也比去年同期有所增長，而且遞增比例也不斷提

高。」何漢才對公司的發展和品牌部署充滿絕對的信心。

自主品牌魅力顯特色

當然，十足的信心，是源於上述品牌的品質和設計，均是上乘之作。且聽何漢才娓娓道出她們的設計意念和獨特魅力：

皇室太古(Royal Decor)——乃源自法國的經典珠寶品牌，由十八世紀法國皇室珠寶設計師勞爾斯·太古創立，基於精細材質與典雅形式來勾勒女性的獨有魅力，結合法國古典浪漫和現代流行時尚，簡約、明快的創意氣息，渲染低調的浮華特質，於自然生活氣息中探幽感，發揮極致的創新精神，使珠寶具有跨越時空的永恆質感。

皇室太古致力於為女性創造實現理想的氛圍，自進入亞洲市場，以其獨特的奢華魅力，掀起了時尚珠寶界絕色驚濤駭浪。其中，「LOVE」系列頗獲演繹愛的浪漫；「初夏裡的第一顆祖母綠」璀璨光芒激發彩色熱潮；「全世界只有你是我的另一半」引響半克拉鑽石文化的時尚風尚。可以說，皇室太古頂級珠寶的品質，體現的是一種精神，一種品味，更是一種獨特的文化榮耀。

現時，皇室太古珠寶品牌主要分佈於浙江省和江蘇省的各大城市，而皇室太古的標旗專屬定製品牌，已在長江三角洲一帶深入人心。

美時珠寶(MACY)——來自美國紐約的優雅飾物品牌，植根於紐約特有的生活模式，穿透時尚的現代都市氣息，簡潔明瞭的表現直率、樂觀、浪漫的美式風格。MACY美時鑽珠寶精心挑選完美鑽石及各類時尚貴金屬材質，以精細的製作工藝，注重創意的藝術性，以簡約明瞭的線條，表達不折不撓的優雅。MACY塑造極具時尚的現代感，將流行元素與快樂概念連成一體，將個性化的珠寶飾品重新定義，展現動感的時尚輪廓；更藉鑽飾完美閃耀的光芒，煥發無限的優雅魅力。

美時鑽珠寶品牌於瀟湖、杭州等城市設有專賣直營店十餘個，以優雅的風格，帶給人與眾不同的時尚與魅力氣息的品牌優勢，不僅成功得到了消費者的認同和支援，且擁有了部分美時鑽品牌的忠實追隨者。

適應時勢迎接新挑戰

何漢才自豪地表示，目前公司自營珠寶店已逾65家，加盟店逾35家。隨著企業業務不斷發展，珠寶加工工廠已由原來的200平方米擴大至2000平方米，年首飾產量十萬件以上，其中四成以上為出口產品，約六成為自營店和加盟店產品。

「為迎接未來的挑戰，深圳皇室太古特積極適應時代發展趨勢，調整並優化各項管理制度，鞏固並發揚現有的市場消費群體，已基本形成一個堅不可摧的金三角戰略。正因如此，在今年全球的金融風暴的衝擊下，我們的國內自營店營業額也比去年同期有所增長，而且遞增比例也不斷提

高。」何漢才對公司的發展和品牌部署充滿絕對的信心。

自主品牌魅力顯特色

當然，十足的信心，是源於上述品牌的品質和設計，均是上乘之作。且聽何漢才娓娓道出她們的設計意念和獨特魅力：

皇室太古(Royal Decor)——乃源自法國的經典珠寶品牌，由十八世紀法國皇室珠寶設計師勞爾斯·太古創立，基於精細材質與典雅形式來勾勒女性的獨有魅力，結合法國古典浪漫和現代流行時尚，簡約、明快的創意氣息，渲染低調的浮華特質，於自然生活氣息中探幽感，發揮極致的創新精神，使珠寶具有跨越時空的永恆質感。

皇室太古致力於為女性創造實現理想的氛圍，自進入亞洲市場，以其獨特的奢華魅力，掀起了時尚珠寶界絕色驚濤駭浪。其中，「LOVE」系列頗獲演繹愛的浪漫；「初夏裡的第一顆祖母綠」璀璨光芒激發彩色熱潮；「全世界只有你是我的另一半」引響半克拉鑽石文化的時尚風尚。可以說，皇室太古頂級珠寶的品質，體現的是一種精神，一種品味，更是一種獨特的文化榮耀。

現時，皇室太古珠寶品牌主要分佈於浙江省和江蘇省的各大城市，而皇室太古的標旗專屬定製品牌，已在長江三角洲一帶深入人心。

美時珠寶(MACY)——來自美國紐約的優雅飾物