

淬煉瓷藝名牌 鉢傳中國文化

——訪深圳市斯達高瓷藝有限公司董事長詹培明

「不能讓中國瓷器在我們手中沒落，要以精湛的瓷藝作品讓世界服氣，瓷器還在中國！」21年來，揣着這一民族信念和創業初衷，創始人詹培明總裁率領斯達高淬煉瓷藝名牌，鉢傳中國文化精髓，透過STC品牌在歐美的十五個代理商，斯達高經典名瓷暢銷歐美30多個國家和地區。

文：梁彥

貧苦勵志 創業陶瓷

1979年詹培明輾轉到香港，將自己在艱苦拚後積攢的10萬餘元投入在自己熟悉的瓷器上。1989年，憑藉在德國考察後獲得的市場認知，他在深圳橫崗投資開工廠，註冊成立斯達高公司。斯達高是英文Stechcol的譯名，簡稱STC，而STC同時又是Superior Technology Colorist第一個字母的合成，即「超高科技用色專家」的意思。詹培明如是解讀斯達高的品牌文化：「表明我們斯人斯業，傾力創新出高質量、高境界的瓷藝。」

初創時期的斯達高連續虧損長達五年之久，但詹培明不計得失地專心培訓員工，培養出一支200多人的高水準團隊。這些生產、管理方面的骨幹力量在斯達高後繼續運營中發揮了重要作用，絕大多數一直幹到今天。

就在斯達高負重拓荒之際，詹培明關注到中國瓷器傳統城市唐山有幾家瓷廠因缺資金和技術力量，產品工藝粗糙。他不簽合同，不要紅利，果斷投資520萬元，為這些瓷廠新建窯爐，進行技術改造，很快讓這幾家企業起死回生。作為回報，幾家復活的瓷廠成為斯達高的供應商，斯達高執行市場價格收購了他們生產出的優質白瓷。

斯達高誕生之際，正是品牌意識傳入中國之時，詹培明把企業定位為集高端陶瓷產品研發、設計創作、生產和

銷售為一體的文化實業企業，開始了品牌發展之路，並把研發和設計作為增加品牌價值和文化含量的利器。

品牌發展 創新價值

斯達高的品牌之道，可歸結為詹培明的「軟硬兼施」之策。

「硬」是說瓷器產品本身質量。斯達高的瓷器產品，均採用來自五大窯「素肌玉骨」頂級高嶺土原料，頂級瓷藝所需的頂級白胎。公司投入鉅資採用世界先進的無鉛無鎘環保顏料，引進分段自控恆溫隧道窯。斯達高先後發明了「恆色瓷板畫」、「網印彩粉浮雕瓷器工藝」等科技成果，並申報了國家發明專利。

「軟」即創意。斯達高不斷加大資本和人力進行研發和創新，公司成立瓷藝研究所，聘請清華大學美術系教授、中國瓷藝界權威學者張守智擔綱領銜。而張守智設計的茶具，經斯達高的燒製，無論從質地上還是工藝上都超出設計者的初衷。

斯達高是目前國際上更是國內唯一一家連續三次蟬聯該獎的企業。憑藉作品「蛇年」年曆掛盤、「龍袍」紀念掛盤、「熊貓·九寨溝之春夏秋冬圖」，斯達高2002至2006年連續三屆榮膺每兩年一屆、在業內有奧斯卡獎之稱的國際網印及製像協會(SGLA)藝術陶瓷大賽金像獎之金



斯達高創作的產品蟬聯三屆國際網印及製像協會(SGLA)大賽金像獎金獎

獎。此外，斯達高設計製作的「嫦娥奔月」、「三十六頭餐具」、「清明上河圖」榮獲2008廣東省陶瓷藝術精品展金獎；「水果」榮獲2009中國網印及製像協會第14屆恆暉杯金像獎，「乾隆大閱軸」清·明世寧榮獲2009亞太網印及製像協會網印精品獎兩個金獎之一。

靈動經營 蜚聲中外

斯達高品牌價值也在不斷提升，2006年被評為深圳市「外商投資先進技術企業」、深圳市評為「先進技術企業」，榮獲「國家奧林匹克體育中心指定瓷藝禮品」授權，被國家質檢總局和中國名牌戰略推進委員會聯合授予「中國名牌產品」稱號；2007年被深圳知識產權局、深圳市版權局評為「深圳市知識產權優勢企業；被中國陶瓷工

業協會評為「中國陶瓷行業名牌」；2008年4月，斯達高榮獲國家質檢總局「出口免驗企業」證書。此外，公司2005年還獲評為全國誠信印刷企業，2009年6月被中國陶瓷工藝協會評為AAA信用企業，被深圳市文化產業發展辦公室評為深圳市重點文化企業、文化+旅遊示範單位……

以高新技術提升產品含金量，以文化內涵增強產品競爭力，以優良品質贏得市場份額。秉持這一創新理念贏取長足發展的斯達高，業已成為中國陶瓷業最前列的引領者，在業內具有相當的影響力。近年來，斯達高以精確、快速的產品開發、來圖來樣的加工能力與優良品質，製作的奧運國禮、城市禮品和公司禮品、紀念品、藝術品已大量供應各地客商，並承接各地各行各業的生產加工委託。

中山茶協辦展會提升影響力

由中山市經信局、農業局、食監局等單位聯合支援、中山市茶業協會主辦的「2011中山春季茶業博覽會」於端午節期間開展，本次展會以「科學環保無公害，和諧健康茶文化，打造優質品牌，創建和美茶業家園」為主題，在中山市博覽中心隆重舉行，吸引了來自港澳、本土和珠三角周邊城市消費者來觀光和選購。

李章

本屆展會借辛亥百年和端午節的重要時機，集珠江口西岸大部分茶葉品種，努力打造中珠江地區的茶文化、品牌和交流盛會，深受社會各界歡迎。據介紹，此次展會有近三百家客商參與，匯集了湖南安化黑茶、大益、香港裕葉金榮、天下普洱和白沙溪等著名品牌。

據茶業協會副會長介紹，中山市的茶文化和消費力一直比較旺盛，是珠三角重要的茶葉集散地，而中山又是著名的華僑之鄉，茶文化和習慣受港澳的影響頗深，協會成立以來，就積極與港澳進行交流、學習，組織會員參加一年一度的香港國際茶展，學習香港成熟的茶業辦展經驗和理念，而經過自身主辦四屆茶業展會以來，在珠三角地區的影響力日趨增大，與香港和廣州的茶葉市場相輝映，相得益彰。

據了解，中山目前有茶業商戶4000餘家，擁有珠江中江地區唯一一個茶葉專業交易市場華通茶業市場。今年4月份，中山南區招商簽約項目龍環茶業商貿城也正式開業，該項目總投資額為1.2億元人民幣，佔地50畝，建築面積約3萬平方米，規劃商舖300多間，是大型的高端茶業商貿項目。中山市經過多年的辦展和發展，已逐步成為珠江口西岸茶葉的銷售中心、品牌中心和茶文化中心。

此次展會邀請了中國茶業協會副會長穆有為、曹文長，湖南農大教授蔡正安和中山市政府農業主管領導陳錦標等嘉賓參加了開幕式，並首次邀請了德國和日本的友人參加。



中山市茶展開幕隆重熱鬧

上海國際機床展月底開幕

華東地區最具規模的機械行業盛會——第13屆上海國際機床展，將於6月28日至7月1日在上海新國際博覽中心舉辦，屆時，來自海內外的一千多名廠商將為汽車、船舶、航太航空、新能源、國防軍工等下游用戶行業將提供高精度、高效率、高可靠性的基礎裝備設施。

本報記者 干谷

本屆展會總面積84000餘平方米，同比增長20%；有來自中國、瑞士、德國、美國、日本、韓國、意大利等二十餘個國家和地區、1126家機床廠商報名參展，同比增加9%，其中境外展商佔了26%以上，既有德馬吉、海德漢、山崎馬扎克、大連機床、瀋陽機床、漢川機床等國內外著名機床生產廠商，也有如廣州數控、發格等數控系統翹楚。

展會將同期舉辦「2011上海韓國機械展」，由韓國機械產業振興會組織100餘家韓國企業參展，現場會進行「迷你機器人秀」表演，觀眾不僅可以欣賞到機器跳舞、韓國傳統武術表演，還可以現場體驗縱橫機器賽跑。

高精、高效、柔性、複合、智慧化是本屆展會主基調，展品中具有多軸聯動功能的臥式銑、車複合加工中心，體現了當今數控機床的發展趨勢；此外，帶AB軸的高速曲軸五軸聯動加工中

心、由多台主機和機械手組成的發動機缸套加工生產線、系列多工位柔性製造單元、高精度數控立軸複合磨床、七軸五聯動數控強力成形磨床等，無不展示了當今機床行業尖端產品的風采。

展會同期將舉辦多項高層活動，如中國機械工業聯合會主辦的「2011高端裝備製造業企業上海沙龍」，將有中國南北車、中國機電集團等主要企業高層100餘人與會，在技術、管理、市場、金融等一系列領域推動機床行業與用戶間戰略層面的密切合作。「第五屆國防科技工業生產製造技術與工藝創新研討會」，由國家國防科技工業局創新中心主辦，屆時將有中國航空、航太、船舶、兵器等行業在內的十一大軍工採購團300多名領導、專家與會。其他諸如「長三角機床加工與機床團購交流會」、「新品發布會」等專場論壇達10餘場次。

紅雲紅河易地技改屢創第一

2011年5月27日，紅雲紅河集團總投資超50億元的昆明捲煙廠易地技改項目正式竣工投產。新的昆明捲煙廠年生產量可達150萬箱以上，可同時生產12個規格的產品，是目前中國煙草行業技術最先進、建設規模最大的捲煙工廠。

新廠區佔地1177畝，項目主體工程包含聯合工房、動力車間、製絲車間、捲接包車間、資訊物流系統，是中國最大的單一捲煙製造綜合性建築群。此次易地技改在工藝設備技術、物流資訊、業務流程等方面均達到了「國內一流、世界先進」的建設目標。製絲設備和捲接包設備均是世界頂尖設備，捲接包設備產能可達每分鐘12,000支，代表了當今捲接包設備最高的裝備技術；而從意大利引進的軟包包裝機是世界上最上一台真正連續運動的軟包包裝機，每分鐘可達到生產800包香煙的速度；整個物流系統運用了先進的資訊化技術和自動化控制技



嘉賓參加竣工儀式

術，還有光學、仿真、類比等各種技術應用，是目前行業內最先進的工廠物流系統。

據悉，紅雲紅河集團是國家煙草專賣局「中式捲煙」特色工藝研究項目的承擔單位，此次昆明捲煙廠易地技改在製絲工藝方面進行了大膽的創新和嘗試，採用三條主生產線並行，與現代工業物流相結合的柔性工藝布局方式，這種針對不同品牌實行差異化的工藝路線，能夠有效節降耗，實現生產成本的差異化控制。

本報記者 保紅

科酷進軍國產手機新生代市場

深圳科酷通信日前在東莞發布旗下「風尚」、「英尚」、「智尚」三大主題概念系列手機，簽約新一代玉女掌門人劉詩詩為其形象代言人，並高調宣佈全面進軍國產手機新生代市場，引來業內一片關注目光。

本報記者 黃仰鵬

專業人士分析，自從「山寨機」恣行手機市場以來，國內手機品牌的市場佔有率每況愈下、一落千丈，而隨着市場競爭的自然化和市場整頓雙重壓力的加重，國內手機品牌紛紛開始重拾品牌利器。目前，國產手機已經具備撼動國際手機市場版圖的實力，隨着擴大內需和城市化進程加快，國內手機市場的需求仍有很大提升空間。

據深圳科酷通信董事長王金鵬介紹，科酷通信推出的COOCO時尚手機，將18



至23歲年齡段的群體作為主力消費人群，着重研究這一年齡段，也就是新生代群體對時尚的理解力和消費心理，力求建立一個具備行業影響力的時尚、年輕、個性化的手機品牌，成為手機界的一個時尚符號。王金鵬表示，科酷計劃用三年時間建立品牌基因，並利用品牌基因做到品牌的差異化，擴大和提升品牌知名度和影響力，成為國內手機市場時尚手機的領導品牌。

此間，中國社科院財貿經濟學研究所WTO與服務貿易研究室主任于立新研究員表示，西部地區西三角是一個西部高科技「金三角」，這三個城市的面積約38萬平方公里，人口總數約1.3億，周邊輻射了60座大中小城市，2010年三個城市的GDP佔西部地區GDP的40%。

本報記者 任麗

簡訊

亞洲LED照明峰會廣州舉行

亞洲LED照明高峰論壇近日與第16屆廣州國際照明展覽會同期在廣州舉行。論壇以「技術」與「市場」作主線，由2場主題報告大會以及6個場專題分組組成，透過商環境概述、競爭優勢分析、LED技術探討、企業競爭策略及未來市場市場預測等議題，集思廣益共同探討「亞洲LED照明產業的機遇與挑戰」。

在以「亞洲LED照明產業競爭力——市場、創新及機遇」為主題的開幕式主題大會上，美國Philips Lumileds公司前首席技術官，「黃光LED之父」George Craford(喬治·克勞福德)帶來第一場主題報告「LED照明與傳統照明」，以LED技術先驅的眼光看待LED照明與傳統照明的區別和發展；第二場主題報告是「中國的照明產業與LED照明」，由中國照明電器協會理事長陳燕生講述近年來LED照明為中國照明產業帶來的衝擊與希望；天電光電科技總經理萬喜紅作為首位企業演講嘉賓，以市場化的眼光看待「提升LED質量，降低單位照明成本」的趨勢；台灣區照明燈具輸出業同業公會理事長張孔誠以及韓國釜慶大學劉永文教授則各自介紹了台灣與韓國地區LED照明產業的最新發展趨勢。來自台灣的晶元光電總經理特別助理王希維分析了「LED照明普及化遇到的挑戰」；香港地區代表香港應用科技研究院LED照明組總監盧博士從LED照明看未來照明技術的發展；國際半導體設備材料產業協會(SEMI)副總裁Tom Morrow以國際視野勾畫了當今全球的LED製造業藍圖。

(潘納新)

陝川渝成就西部經濟「金三角」

6月8日，首屆西三角外商合作交流會上，隨着西安、重慶、成都即場簽訂「共同搭建西三角」合作協議，標誌着這三個城市形成了帶動西部經濟發展的重要「經濟圈」。

根據三城市簽訂協定，三市將共同搭建區域經濟合作平台，暢通投資貿易渠道，促進三地客商交流合作，「西三角」城市將共同發展、共同繁榮。

據介紹，西安至成都城際高鐵將於2013年建成運營，屆時兩地僅需2小時就可直達；重慶至成都城際高鐵於2015年建成運營，兩地只需1小時就可直達；西安至重慶1小時直達高鐵正在規劃設計中。在產業特徵方面，西安科研力量與研發能力較強，航空航太領域水平高，但受產業基礎限制，科研成果轉化能力偏弱。成都是一個典型的消費城市，其航空產業與西安互補，電子資訊產業也相對發達。重慶市製造業基地，在一定程度上能夠承接成都、西安的科研成果，迅速轉化為生產力。且「西三角經濟圈」資源種類豐富，儲量巨大，優勢產業集中，能源、化工、裝備製造、高新科技、旅遊業發展迅速。

此間，中國社科院財貿經濟學研究所WTO與服務貿易研究室主任于立新研究員表示，西部地區西三角是一個西部高科技「金三角」，這三個城市的面積約38萬平方公里，人口總數約1.3億，周邊輻射了60座大中小城市，2010年三個城市的GDP佔西部地區GDP的40%。

本報記者 任麗

「靈秀湖北」粵港澳巡迴推廣

由湖北省人民政府主辦的「靈秀湖北」主題宣傳年——粵港澳大型旅遊推廣活動日前正式啓動，以「樂遊荆楚，體驗靈秀」為主題，在廣州、香港、澳門分別舉行湖北旅遊產品推介會，吸引更多粵港澳遊客前往湖北旅遊。

據了解，「靈秀湖北」主題宣傳年，粵港澳大型旅遊推廣活動將圍繞靈秀湖北內涵和湖北旅遊資源，結合湖北全年節慶、季節旅遊市場，將分四個階段推進：5至6月，以「靈秀湖北·秀美山水」為主題，推介湖北山水旅遊資源；7至8月，以「靈秀湖北·燃情紅色」為主題，推介湖北紅色旅遊資源，展開湖北紅色景點推介；9至10月，以「靈秀湖北·熱血辛亥」為主題，展開湖北辛亥首義尋蹤的深度推介。11月至2012年1月，以「靈秀湖北·靈動荆楚」為主題，介紹湖北深厚的人文旅遊資源和滑雪探秘等冬季旅遊產品。年底還在廣州舉辦一場別開生面的「靈秀湖北」歡樂會將全年活動推向高潮。

期間，湖北重點推介十條旅遊線路，包括武漢都市遊、峽江神山遊、世界遺產遊、三國勝跡遊、恩施風情遊、荆楚文化遊、辛亥風雲遊、紅色勝跡遊、炎帝祭祖遊、宗教朝聖遊等。湖北省旅遊局表示，將於近期出版《靈秀湖北——十大主題旅遊線路指南》，在粵港澳地區發放，以便這些地區的遊客了解湖北旅遊產品。

本報記者 黃寶儀

中國東盟合作 防城港建影視文化產業園

中國—東盟(防城港)國際電影季、中國—東盟(防城港)影視文化產業園建設備忘錄簽字儀式日前(5月30日)在北京隆重舉行。全國人大常委會周鐵農、嚴雋琪兩位副委員長、全國政協副主席羅富和等領導同志非常關心重視中國—東盟(防城港)國際電影論壇和影視文化產業園的建設，百忙之中抽空聽取匯報，並就加快推進項目建設做出指示和要求。中共廣西防城港市委書記、市人大常委會主任譚沛鈞，中國電影家協會主席、中國電影基金會會長李前寬，北京廣西企業商會會長、北京中國商聯投資管理服務有限公司董事局主席鄭志出席了簽字儀式。

防城港市在中國—東盟自由貿易區、泛北部灣區域合作中具有得天獨厚的發展優勢，居於特殊重要的戰略地位。建市以來，特別是2008年以來經濟文化建設蓬勃發展，是廣西北部灣經濟區發展最快、最亮麗、最具魅力的城市，為建設中國—東盟(防城港)國際影視文化產業園提供了優越條件。在防

城港市建設中國—東盟(防城港)國際影視文化產業園，包括影視工業產業園、國際影視製造基地、影視國際貿易中心、影視人才教育培養基地、國際影視文化休閒中心、影視文化廣告創意中心，對於防城港市建設國際濱海旅遊勝地和中國海洋文化名城，推進東盟國家重點開發開放試驗區建設，加快廣西北部灣經濟區的發展，提升廣西文化實力，促進我國影視文化與東盟國家的全面交流與合作，讓中國影視文化進一步走向東盟、走向世界，具有十分重要的戰略意義。

據了解，中國電影家協會、中國電影基金會將對此項目進行指導和扶持，項目由北京中國商聯投資管理服務有限公司運營，項目總投資約1000億元人民幣。北京中國商聯投資管理服務有限公司是區域經濟和產業園區建設、運營、管理的知名機構，在產業園區區投資、建設、招商、運營、管理等方面具有良好的資源優勢和組織管理能力。

本報記者 李福生