

中脉“生态家”：服务亿万家庭



消费者的健康意识在不断增加。网上流传着这样一个小故事：有3个老头敲门，介绍自己说，我们是健康、快乐和富有，您需要什么呢？主人打开房门说，我要“健康”。而当“健康”进来后，另外两位也都进来了。主人说，你们怎么都进来了呢？老头说：有“健康”的地方，我们也都在。

这个故事是想告诉人们，健康太重要了，它是人生第一大需求。21世纪是人类追求健康的时代，而健康产业经过20年发展，正在从传统意义上的医疗医药概念，跨入多维度、多产业协同的“生态健康”时代，同时催生了诸多新品问世，也顺理成章成了业界产品创新的一个基点。

全球“大健康产业”时代已经来临。在中国，健康产业的财富浪潮也正如潮水般涌来，爆点一触即发。据估算，到2020年，我国健康服务业的市场规模将高达8万亿元，届时中国将成为全球第二大健康产品市场。

如何掘金“大健康产业”市场，抢占健康生态高地？坚持做了22年健康产品、并笃定仍然在生态健康业道路上行进的南京中脉科技发展有限公司，率先在业内提出“生态家”的养生理念，服务于亿万家庭。中脉正全力驶进大健康产业深水区。

人人享受巴马式绿色生态“家”

进入21世纪以来，随着生活条件的改善，人均居住面积的扩大，家庭装修变得频繁而普遍。然而，不合格的装饰材料，成为影响人类健康的隐形杀手。

2013年11月，世界卫生组织发布《世卫组织室内空气质量指南》，调查数据显示，每年因室内污染而致命者就有430万人。

生态环境被提到重要的位置。被世界誉为长寿之乡的广西巴马地区，长寿的老人比例很高，据统计，巴马瑶族自治县27万人中，百岁以上老人就有82人，且多数人都行动自如，有的甚至还能穿针引线，因而巴马的生态环境被人们称颂。国内外科研组织研究表明，巴马人长寿和当地的阳光、空气、水、地磁和食物有关，其中空气中负氧离子含量在2万个以上，而我国大多数城市是在5000以下。

中脉人从巴马环境中受到某种启发和创新灵感。“巴马现象让我们认识到，健康的生活不仅仅是吃一些保健品，外部的生态环境对人身体的健康也非常重要。把‘巴马’搬回家，让更多的人和家庭享受巴马的环境，实现‘生态家’，最终创造一个提供生态的生活环境平台。简单讲就是复制巴马生态，把巴马地区的阳光、空气、水、地磁等多种环境因素在家居环境中模拟出来，影响家居生态健康和谐。”中脉领头人——中脉健康产业集团董事长周希俭一直希望企业能持续走出这样一条创新之路，来实施企业战略和品牌的差异化，持续保持中脉在行业的领先地位。

“中脉‘生态家’提出的不仅仅是改变家庭微环境，我们提倡‘养身、养心、养德、养志、养慧’相结合。”中脉一直在努力为人们提供健康产品。

从2009年启动直销板块，到2015年，中脉已发展成为全球直销十强，初步实现了当初立下的“撑起民族直销的脊梁”的梦想。从最初的“能量睡眠系统”切入市场，5年来也逐步改变了上千万个家庭的生活质量。

从“生态家”到“生态智能家”

身居斗室，宛如置身大自然的怀抱。早晨，在轻柔的音乐声中，床头灯自动亮起，智能玻璃自动调节到合适的亮度，避免了刺眼的阳光，厨房咖啡壶里冒着热气。在你走进厨房的刹那，背景音乐自动切换成早间档新闻。当你走出家门，房门关上那一刻，家中电器全部自动关闭，安全防盗系统开启。下班前，你还可以提前打开你家的空气净化系统，而快递小哥也已把你预订的鸡蛋、水果等食品备好，放在您的储备柜里。一切准备就绪，只等你回家享用。

这一生态生活场景，就是未来“生态家”的内涵，而托起这个“家”的智能设备——“健康家电”正成为国内众多家电企业开发新品的新基点，一个新的消费热点正在到来。

这些新产品主要是应对大气污染给人们生活健康带来的威胁，而以健康产品起家的中脉，则有意愿将“生态”概念延伸至更广更深。用中脉

的话说，就是致力于全面改善人类家庭生活品质，创造家庭生活新常态：在家中能呼吸到清新的空气，饮用纯净的水，吃到营养健康的食物，拥有高质量的健康睡眠，从一块地到居住的房子，从家用电器到衣食住行，都是智能、健康、环保、可供全家人安心使用的产品。

中脉自成立以来，也一直在这一领域探索。从早期的远红外系列，到后来的磁系列、水系列，直到今天生态家理念的提出，中脉扮演着“人类健康领域探索者与先行者”的角色，中脉生态家对家庭生态微环境的关注可谓无所不在。

中脉健康产业集团董事长周希俭说：“现在生态概念普遍比较广泛，但中脉的着力点是要落在对家庭微环境进行改善，比如装修残留的甲醛、厨房排放的油烟、PM2.5，中脉可以提供相应产品来快速消除上述污染；对于厨房污染气体排放，中脉与一家美国著名厨具企业合作，开发低温、少油的“唯食帮”烹饪厨具，以减少油烟产生。因此，生态家的打造不局限在保健品，只要有利于改善健康的产品都被囊括在内。”



中脉的产品体系已经开始从单纯睡眠系列向空气净化器、水处理系统扩展和丰富。这意味着中脉“生态家”开始从概念规划走向产品落地。中脉推出“生态家”，并把“生态家”定为中脉未来战略核心，旨在改变家庭微生态，通过提供包括“吃、喝、穿、睡、用”等一系列健康产品来满足家庭养生需求。

“互联网+生态产品”，是中脉产品的战略方向。目前，中脉正与小米科技等公司洽谈，对生态产品进行智能模块化的搭载升级，为消费者提供全系列的智能产品，从“生态家”升级到“生态智能家”。

整合产业做实“大健康”生态

消费需求和国家政策的并驾齐驱，催发了我国现代大健康产业市场的蓬勃生长，国内生态健康产业蕴藏着难以想象的巨大潜力。各级政府、各家企业和各路资金纷纷布局大健康产业，随着苹果、BAT等各路资金的涌入，大健康成了当下热门的投资，大力发展生态健康产业，构建“以预防为主”的大健康产业生态。

这是一个掘金大健康产业的好时机，伴随着互联网、云计算、物联网等高端信息技术的广泛应用，跨界整合、兼并重组已经成为大健康产

业发展的一种新常态。在这样的背景下，中脉又在谋划新的发展路径，引领产业发展。周希俭表示，“今天在大健康产业中的每一个企业，未来可能都是健康产业整个链条中的某一两个环节，只有将整个产业有机地链接在一起，形成全景式健康产业链和产业集群优势，才有望发挥更大的作用，创造出更大的价值。中国健康产业不缺少项目、技术、资金，缺少的是创新思想，缺少道术合一的战略规划与顶层设计。我们推出中脉‘生态家’就是希望通过创新的战略规划，来撬动、甚至改写整个健康产业发展的顶层设计。”

中脉以鲜明的理念和战略，又一次站在制高点上，为跨越式发展寻求突破口。走进中脉生态家展厅，就会感受到一个全新的“生态家”：空气清新、富含负离子；自来水经过层层过滤，安全健康可直饮；若是累了，躺在中脉远红外磁性保健功能床垫上，人体微循环能够不断得到改善，你将享受到一次惬意的睡眠；亲朋来访，“中脉有乐”会为你的客人提供健康饮品。

大健康产业一切才刚刚开始。中脉用“生态家”再造了一个产业平台。从中脉的战略中可以看出，“生态家”最终要打造成一个生态型资源平台，它要联合更多的公司、整合更多的产品和资源进入到这个“生态家”里，由此满足家庭的多方需求。

中脉希望最终能作为主要参与者之一，向社会发布可供参考和借鉴的“家庭生态健康指数”。目前中脉正与清华大学合作，年底将发布《家庭生态健康白皮书》。“目的是，一方面唤起社会各方更加关注家居环境；另一方面要引发消费者对家庭室内环境的重视和科学认知。”周希俭直言，消费者个体并不能左右大环境变化，但小环境家庭生态系统“生态家”是可以自己建立的。但如何建立？什么样的家居环境才可以称得上健康和生态？我们希望能给消费者一个可以参照的答案。



相信中脉将在企业制定的5步战略目标上走向更加灿烂的明天。“第一步，生态家；第二步，物联网；第三步，移动互联；第四步，中脉云；而第五步，不用你走，你将会被风吹上天。”周希俭表示，中脉将以“家”为单位，服务于亿万家庭。未来通过生态家，这个“家”还可以扩展到更广的层面，向教育培训、养老、品质旅游拓展。

憧憬未来“生态家”，这将是一个绿色、高品质、和谐、健康、快乐的“智慧之家”。