

宋胤之表示，“东方美谷”的定位和当前的消费趋势、消费热点非常吻合，健康与保养是未来不断增长的消费升级板块。企业也在积极布局大健康产业，产品线从入口的保健食品扩展到各种健康用品。

去年，企业专门在浙江常山胡柚产地建了一座分厂，用当地采摘的新鲜胡柚直接投入生产，保证了原材料的新鲜和可靠，提升产品的品质。

传统中医讲究药食同源，食物中的营养成分如果能被人体充分吸收，是更自然纯粹的保健品。企业还推出了其他取自天然原材料的蜜炼花果茶系列，很快受到都市白领女性的追捧。“过去一种保健品全家都适合吃，现在保健品行业已经过了粗放式增长的时代了，国家也有相关规定，一种保健品的功能不能超过三种。所以未来市场越来越细分化，不同人群需要适合自己的定制产品。”

恒寿堂员工也都放心吃自家生产的产品，午餐时会在食堂享用自制的鲜酿酵素，单位发的蜜炼茶、金乳钙、深海鲨鱼肝油等福利品，员工会带回家孝敬长辈。

布局大健康产业

经营企业多年，宋胤之认为，人们服用保健品的目的是为了健康，而健康是个很大的概念，除了入口的保健品以外，还有很多因素能改善人们的健康状况，比如生活习惯、居住环境、环境质量等等，换言之，从中可以延伸出很多产业。大健康产业是保健品行业的未来发展方向。

这一理念和奉贤打造的“东方美谷”不谋而合。党的十八大报告中提出建设“美丽中国”的宏伟构想，习近平总书记也曾多次提到，“美丽中国”是中国梦的重要内容。美丽中国梦离不开美丽健康产业的支撑。上海是“海派文化”集大成的地方，是美丽健康理念和潮流时尚的风向标，奉贤作为上海产业经济的重要承载区，未来将把优越的自然禀赋与坚实的美丽健康产业基础有机整合，打造一个东方美容化妆界的“硅谷”。

宋胤之表示，“东方美谷”的定位和当前的消费趋势、消费热点非常吻合，健康与保养是未来不断增长的消费升级板块。企业也在积极布局大健康产业，产品线从入口的保健食品扩展到各种健康用品。

恒寿堂元气道场最近推出了一款酵速桶，可以方便人们在

家用新鲜果蔬自制酵素。宋胤之最初在日本喝到一种鲜酿酵素，冒着气泡，带有发酵后的微微酒味，一入口清爽甘甜。听说这种酵素可以改善人体的肠胃环境，促进吸收和消化。“在中医看来，很多疾病都是和消化不良有关的，肠胃乃后天之本，很多病的治疗方法就是先调理肠胃，消化系统循环好了，很多问题就迎刃而解。”

很多中国人去日本旅游时会采购酵素浓缩汁，回来兑水喝，酵素成为继马桶盖、电饭煲之后的新一大赴日消费热点。但酵素在常温环境下带回国内，很多有益菌就损失了。宋胤之发现日本有一种酵速桶，人们可以用它在家里自制酵素，方便而高效。他考察了多个品牌之后，选定其中一个，拿下中国总代理权，引进国内。

“跟朋友说起酵速桶，别人会问，你自己喝么？我每天都会喝鲜酿酵素，几乎每顿饭都要酵素佐餐。只有自己觉得好的东西，才有底气推荐给别人。”

企业的另一个新产品是纳碳木地板。市面上的传统普通地暖分为水暖和电暖，水暖是把水管铺在地板下的混凝土层中，用燃气锅炉加热水，发热慢、效率低。电暖是把电缆、电热膜等铺在地板、地砖下面，用电热转换的方式供暖。两种产品进入市场多年，缺点是发热慢、能耗高、比较难维护。

纳碳木地板是一种新技术，在每一片木地板内植入纳米级碳晶分子芯片。即开即热，启动后3分钟发热，15-20分钟地板表面温度即可达到设定值，通过远红外制热方式向上辐射传递热能。同时，远红外线技术还拥有净化空气、消除疲劳、杀菌消炎、活化细胞、缓解疼痛、舒缓减压等理疗功效。

纳米碳晶芯片材料本身是不是有无污染？有没有辐射？是不是适用于家居生活？为了找到答案，宋胤之花了一天时间，在自己办公室装上纳碳木地板试用。实验下来发现，纳碳木地板发热很快，冬天别人到他办公室都觉得很暖和。而且经过专业仪器检测，屋子里确实没有增加电磁辐射，他才拍板决定将这款产品投入市场。

“做健康产品的企业尤其需要以‘工匠精神’来要求自己，从产品的研发，到原材料采购、生产制作等环节，都要贯彻精益求精、品质至上的精神。”宋胤之说。■