

从IBM“合伙人” 到成都国际化教育“合伙人”

很多人向往冒险,却不是每个人都拥有超凡的勇气,对社会的责任感……沈翼,从2012年到现在任四川嘉祥教育集团副总经理,而在这之前他是美国世界500强企业总监、IBM大中华地区咨询服务部政府行业副合伙人,“跨行到教育源于我长期对教育行业的兴趣,成都的教育环境能吸引人静心探索。”

资历:在美国当“副合伙人”

昨日下午1时50分,记者在成都嘉祥九思培训中心见到沈翼,蓝色圆领衬衫、黑色西裤,沈翼的举止谈吐显得谦逊,温文儒雅。

“我是江苏苏州人,之前因为在成都读书,所以对这个城市的感受很好。”沈翼1993年在西南财经大学念国际贸易专业。之后他前往了美国圣迭戈州立大学商学院深造,然后在美国工作。沈翼的工作经验不可谓不丰富,曾任国际商业机器(中国)有限公司(IBM)大中华地区咨询服务部政府行业副合伙人;埃森哲中国及美国公司咨询总监、经理及顾问……工作类型涉及政府、能源、传媒、高科技等多个行业及服务领域。



沈翼

虽然美国的工作方式,如周末不加班、专业化的角色分工让沈翼非常省心,但他还是因为文化等因素选择了回国。

冒险:到成都“合伙”办教育

回国后,沈翼先是到苏州、上海从事此前在美国做的商业咨询行业,一次契机改变了他既定的职业规划。“当时四川嘉祥教育集团向克坚董事长为我描述了整个嘉祥教育集团的发展轨迹,先进而又系统的教育理念让我找到了

事业上新的渴望。”而这个“渴望”促成了沈翼的冒险。

“成都近几年的教育改革成果是十分显著的,无论是公办教育还是民办教育,它们都能在这块肥沃的教育土壤里兴盛发展,它的教育环境确实非常吸引人。”最终他决定再次来到成都,寻找发展的机遇。

来到成都,沈翼负责推进四川嘉祥教育集团国际化教育的发展,而在美国生活所观察到的一些微观的教育现象启发他思考。“美国的中学生也很努力,他们有时也会温习到凌晨,最重要的是他们没有应试的负担和压力。”沈翼侃侃而谈。

办学:高水平的国际化教育

如何在学校里实现素质教育、国际化教育?沈翼找到了一些答案。“目前成都实行了免试入学,这种均衡化教育政策消除了学生们升学的负担,为我们开展素质教育提供了条件。”沈翼与集团老师一起研究多元化发展国际教育体系,在传统教育以外拓展素质教育的发展空间,在国际教育里植入思考、独立等人文精神。

沈翼和同事的努力并没有白费,学校吸引了更多海归老师,同时也体现了高水平的国际化教育。“未来还要在教育事业上做到产业化发展。”沈翼继续构思着他的想法,他希望继续与集团一起拓宽整体素质教育的市场,做到产业化与集团化。

成都晚报记者 郭涛

同一片天空,同一个梦想



9平方米鞋店起家 川妹子打造名牌女鞋

古典建筑的飞檐、华丽富贵的牡丹、蜀绣工艺以及具有藏式风情的彩色线条……这些中国元素被运用到皮鞋上,成都市艾民儿皮制品有限责任公司董事长刘琼英的自创品牌sheme女鞋在欧洲市场平均能卖到400欧元一双。

“现在,我的梦想是做世界一流品牌”,刘琼英说。

流泪要做自己的品牌

“我做鞋已经整整28年了。”28年前,职高毕业的农家姑娘刘琼英带着仅有的600元钱,骑着一辆自行车,走街串巷卖鞋子。随后,她用攒的钱在成都市武侯区簇桥镇开了第一家鞋店——面积仅9平方米的小店铺。

1996年,刘琼英用“艾民儿”注册了一个皮鞋加工厂,在红牌楼,只有20人。她拎着装满样品的两只箱子,一个人去了俄罗斯。白天找销路,晚上学俄语……她发现,莫斯科人舍不得将皮鞋踩进春天的泥地里,如果生产出保温性能好、



英国前首相夫人切丽·布莱尔赞赏成都女鞋

结实、不怕泥泞的鞋,销路肯定不错。信息立即反馈回成都,设计、打样、下单、生产、销售,刘琼英在俄罗斯站稳了脚跟。

1999年,刘琼英远赴意大利参加波罗尼亚国际鞋展,却被展会上一家国际品牌参展商赶了出来。刘琼英流泪了,“这个参展商怀疑我是去抄袭他们的最新设计。我发誓要创立自己的高端女鞋品牌,我们有那么深厚的文化,怎么就做不到世界级的中国品牌?”

年前,刘琼英再次参加这个鞋展,这次她带来了sheme这个来自中国的原创品牌。刘琼英的照片登上了当地的时尚杂志。

将蜀绣与国际时尚融合

sheme女鞋首次亮相是在2009年,“最贵的一双女鞋卖到了36800元,那双采用蜀绣工艺的女鞋设计得非常复杂,仅鞋面就足足绣了一个月。”刘琼英介绍。

2011年5月8日,英国前首相夫人切丽·布莱尔首次到访成都,期间,刘琼英赠给切丽·布莱尔一双量身定制的sheme女鞋。鞋上精致的蜀绣工艺以及漂亮的缎面,让切丽·布莱尔惊呼“这双鞋将成为我最高级别的收藏品!”

刘琼英将打造中国第一个高端定制女鞋品牌作为自己奋斗的目标,自己的“中国梦”。

“我们将每年利润的70%投入研发。”刘琼英称。去年9月,sheme走上了伦敦时装周。sheme不但在2013年成功地成为了格莱美“唯一指定女鞋品牌”,更是被德国百年历史的鞋类博物馆收藏,在国际市场绽放异彩。

成都晚报记者 李华琼

如何选空调 志高来支招

6月6日是芒种节气,气温将显著升高,面对市面上琳琅满目的空调产品,笔者特意走访家电卖场,跟消费者一同分享选购空调的经验。

U雅:节能还要省钱:虽然在价格上较定频空调高出千元左右,但由于变频空调是超高频启动,超低频运行,所以如果家里是长时间使用空调,选择变频还是更省钱的。如志高U雅系列空调,采用双节能变频技术,运行二级能效。待机情况下,功率低至0.5瓦。省电等于省钱,所以作为勤俭持家的主妇,选空调就该这么选。

V尊:一切以舒适为先:志高V尊采用国际名牌高效压缩机、电子膨胀阀及高效换热器,整体优化空调的制温能力,30秒急冷,令舒适无需等待。由于采用了大直径贯流风轮,该机能够以更高转速送出更强风量,超宽导风条送风距离更远,送风角度更大,从而使强劲冷风迅速到达室内各个角落。舒适的温度能让精神得到放松,让疲惫的躯体得到

休息,所以作为追求生活品质的精英人士,选空调就该这么选。

U静:生态睡眠更健康:志高U静拥有自然醒生态睡眠模式,主动探测人体的睡眠状况,根据人体体温的变化情况,自动调节空调运行频率,保持符合人体睡眠曲线的室内温度。±0.5℃精确控温,告别忽冷忽热,令你一觉睡到自然醒。一个人只有拥有良好的睡眠,才会有健康的体魄,所以作为注重养生的老年人,选空调就该这么选。最后一点也是关键的一点,你还要考虑服务。空调往往在被业界视为半成品,因此售后服务比产品本身来得更为重要,志高空调服务堪称一流,世界创举性的“零配件终身免费更换”,承诺贴心到位,令你使用无后顾之忧。



蒙牛推新品美蕾兹 进军中高端婴幼儿奶粉市场

近年来中国中高端婴幼儿奶粉市场销量快速增长,市场潜力被国内外厂商看好,不仅世界级乳品巨头在觊觎中国这个大市场,以蒙牛为代表的国内各大乳企也开始愈发重视并着手开垦婴幼儿配方奶粉这块沃土。其中,蒙牛将于六月推出全新品牌——美蕾兹婴幼儿配方奶粉,在激烈竞争的中高端婴幼儿配方奶粉市场中抢占一席之地。

据了解,美蕾兹婴幼儿配方奶粉是蒙牛研发团队通过对中国宝宝成长发育特征和营养需要进行深度研究后,结合专业喂养建议,根据中国宝宝消化吸收系统需要和膳食营养摄入标准,依托“优选呵护配方”,精心打造和研制的全新配方奶粉。

美蕾兹婴幼儿配方奶粉100%优选北欧5大牧场奶源,这些牧场没有污染,充足阳光、纯净水源保证每一头奶牛健康,是世界公认的黄金奶源

地之一。在配方方面,美蕾兹婴幼儿配方奶粉特别添加益生菌、益生元组合、核苷酸、DHA、ARA等多种营养成分,促进宝宝对营养的消化和吸收,调节肠道功能、提高抵抗力和降低敏感。

为满足家长对婴幼儿配方奶粉品质越来越高的要求,近年来,蒙牛着力整合全球优势资源,先后与多家国际乳品巨头达成战略合作,建立起具有国际一流水准的生产和质量保障体系,美蕾兹的产品品质便是依托于此。

本次美蕾兹新品上市,被视为蒙牛大举进军中高端婴幼儿配方奶粉市场的开端,因此受到业内外外的广泛关注。据悉,蒙牛将于6月11日在成都举办首站上市订货会,并联合区域母婴系统经销商和终端门店,于6月18日正式面向全国上市。

唐铭