

以优质服务 打造最佳营商环境

十九大以来，习近平总书记多次就优化营商环境发表重要讲话，李克强总理也多次强调“优化营商环境”，营商环境已成为高频使用的关键词，被公认为是一个地方发展最重要的软实力之一。在改革开放40年的实践中，我国营商环境不断改善，围绕激发市场活力、优化营商环境，国家层面推出了近百项改革措施。世界银行发布的《2018年全球营商环境报告》显示，中国营商环境便利度列第78位，其中“开办企业便利度”排名表现亮眼，从去年的第127位上升至今年的第93位。

全球竞争的大背景对营商环境提出了更高的要求，好的营商环境应包含稳定清明的政治环境、活跃有序的经济环境、包容大气的文化环境、公平正义的社会环境、健全完善的法治环境等。目前，全国众多省市都在推进营商环境的对标改革工作，深化“放管服”改革。浙江对标国际一流，

以“最多跑一次”改革为重点撬动各方面各领域改革，加快建设服务型政府，努力打造审批事项最少、办事效率最高、投资环境最优、企业获得感最强省份，打造最佳营商环境。近年来，浙江省发展环境指数持续提高，信心指数连续上扬。营商环境的改善为企业的高质量发展和推动大众创业万众创新创造了良好的条件。

政府服务是良好营商环境的关键，而作为介于政府和企业之间的桥梁纽带的商协会组织，有着覆盖广泛、信息灵通、企业信任等天然优势，是政府打造营商环境的得力助手，在社会治理、资源配置、行业规范、构建商业文化等方面发挥重要作用。

“栽下梧桐树，引得凤凰来”，优质的营商环境才能聚企业聚人心，如何种好这棵梧桐树，促进经济社会高质量发展，必将是我国新时代背景下的一项重大课题。

《浙江商贸》编辑部

名誉主任：徐鸿道

顾问：孟刚 周日星 盛秋平 徐高春 王挺革 吴德隆 胡祖光 吴克强

法律顾问：浙江六和律师事务所 王红燕律师

主任：隋剑光

副主任：骆光林

委员（按姓氏笔画排列）：

马更跃	金华市商业联合会	会长
马 剑	浙江联华快餐便利有限公司	总经理
万玲玲	华东医药股份有限公司	副总经理
王忠义	浙江省新华书店集团有限公司	董事长
王钧耀	浙江省连锁经营协会	执行会长
王竞天	浙江物产融资租赁有限公司	董事长
王 磊	浙江国美电器有限公司	总经理
王露宁	物产中大集团股份有限公司	副总裁
叶晓京	银泰商业集团有限公司	助理总裁
叶惠忠	浙江百诚集团股份有限公司	董事长
刘士龙	浙江省吉林商会	执行会长
张月明	海宁中国皮革城股份有限公司	董事长
刘晓明	杭州市商业联合会	会长
刘绪刚	浙江省山东商会	会长
陈可人	浙江省汽车流通协会	执行会长
杨 军	浙江华联商厦有限公司	董事长
欧再福	浙江人本超市有限公司	董事长
赵有国	浙江省兴合集团公司	副总裁
吴波成	义乌市市场发展集团有限公司	董事长
沈国良	浙北大厦集团有限公司	总经理
汪选华	杭州五丰联合肉类有限公司	总经理
张 斌	浙江省土产畜产进出口集团有限公司	董事长、
沈忠达	杭州老板股份有限公司	华东一区总经理
沈 滨	浙江省农都农产品有限公司	董事长
张慧勤	杭州联华华商集团有限公司	董事长
郁义龙	浙江苏宁云商商贸有限公司	总经理
周自力	杭州解百集团股份有限公司	副董事长
欧阳宝坤	杭州碧桂园久泰置业有限公司	碧桂园浙江区域总裁
宗佩民	浙江华睿投资管理有限公司	董事长
郁国培	浙江金融职业学院	合作处处长
郑勇军	浙江现代商贸发展研究院	院长
雍轶群	浙江宏图三胞科技发展有限公司	总经理
赵文阁	浙江中国小商品城集团股份有限公司	总经理
骆左强	浙江上百贸易有限公司	董事长
俞步松	浙江经济职业技术学院	党委书记
赵伯祥	话机世界通信集团股份有限公司	董事长
赵 敏	杭州市商贸旅游集团有限公司	董事长
胡敏杰	宁波太平洋恒业控股有限公司	董事长
徐九成	衢州市商贸业联合会	会长
徐仁艳	浙商银行股份有限公司	副行长
徐承彦	中国银联股份有限公司浙江分公司	总经理
诸奇德	浙江中浙国际展览商务有限公司	董事长
翁南道	颐高集团有限公司	董事长
陶晓莺	杭州三替集团有限公司	董事长
徐祥燕	浙江省成品油行业协会	常务副会长
章凤仙	浙江省餐饮行业协会	会长
屠红燕	万事利集团有限公司	董事局主席
章建成	浙江杭钢商贸集团有限公司	董事长
董伟平	浙江省百货购物中心协会	会长
韩利平	杭州饮食服务集团有限公司	副总经理
蔡玉林	浙江省商业集团有限公司	副总经理
蔡李章	浙江在线新闻网站有限公司	副总经理
潘廉趾	浙江衢州东方集团股份有限公司	董事长
魏君聪	浙江省商贸业联合会	秘书长
戴国海	浙江凯虹集团有限公司	副董事长

contents

卷首语

P01 以优质服务 打造最佳营商环境

特别策划

以优质服务营造最佳消费环境

P04 优质服务 赢战市场

P08 打造“线上+ 线下”二手车综合服务平台

P12 公开 透明 专业 创新

P16 企业品牌文化 助力外包服务与营销

P19 城市旅游服务接待的金名片

P22 专业聚焦，使命必达

决策者参考 政策解读

P25 《浙江省推动批发零售业改造提升五年行动计划（2018—2022 年）》赋予新时代商贸流通新使命、新要求、新担当

观点

P28 乡村振兴战略背景下的衢州九华乡民宿发展之路

商界纵横 诚信兴商

P32 坚守诚信经营 深耕“海亮租赁”品牌建设

P35 诚信经营“365”，放心消费“315”

品牌故事

P39 顾水祥：品牌是踏踏实实做出来的

浙商风采

P42 创新党建+ 模式 厚植发展优势 勇当服务永康经济转型升级的排头兵

P46 巾帼西丽，业务多元下的品质追求

P49 “福泰隆”积极打造浙中商业航母

P51 启良知良能，在突破中谋发展

魅力商街 Glamour Street

P53 南孔朝圣地 中国水亭门——水亭门历史街区

P56 灿若蝶变，龙坞焕颜茗远扬

P58 衢江商业街

浙商联动态 dynamic

P60 浙江省商贸业联合会2018年工作要点

P62 浙商联动态



主管单位：浙江省商务厅

主办单位：浙江省商贸业联合会
浙江省商业经济学会

总编辑：隋剑光

主编：魏君聪

副主编：周鸣阳

责任编辑：章永健

编辑：杜佳音 陈媚媚 徐林娟 潘向中

美编：陈姝莞

特约编辑：王磊迪 叶彩萍 刘 觅 李 蕾

浙江省商贸业联合会

地址：杭州市体育场路508号地矿科技大楼4楼

邮编：310012

电话：0571-85062226

传真：0571-85069995

网址：www.zjsm.org

E-mail：smylhh@126.com

浙商联媒体传播中心

电话：0571-85061053

浙江省商业经济学会

地址：杭州市滨文路470号

邮编：310053

电话：0571-58108123

传真：0571-58108124

E-mail：zmy501@163.com

优质服务 赢战市场

衢州是一个山清水秀的地方，域内的东方集团始终坚持以“做百年老店”为愿景，紧紧围绕吃、住、行、游、购、娱、健康等消费要素，不断深化互联网+多元业态+创新发展，市、县、乡镇三级立体网络密集布局，大旅游战略，打造以顾客需求为导向的三、四线城市消费服务的生态系统。

近年来伴随着互联网技术的快速发展，网店异军突起，相比传统实体经济发展模式，网店以其低廉的交易成本，为经济发展带来新模式，同时也冲击着传统实体经济。然而现代商业的竞争归根到底就是

集团景观



服务的竞争，只有倚靠服务，通过创造良好的服务环境才能吸引顾客，才能更好发展。浙江衢州东方集团深深扎根于三衢大地，秉承衢州独特的南孔儒家文化，有机融合“顾客至上，服务第一”的经营理念，让广大消费者畅享优质服务体验。

创新模式 放心消费在“东方”

东方集团始创于1994年，从一家单体酒店发展至下辖衢州东方商厦有限公司、衢州东方大酒店有限公司等17家子公司，含有连锁酒店、连锁百货、连锁超市、食品加工、旅游服务、电子商务、物业管

理、中央厨房等业务单元，旗下共有10家连锁酒店（其中1家正在建设）、42家连锁超市、6座购物中心（其中1家正在建设），经营网络遍及衢州、龙游、开化、常山和江山，成为浙江省西部地区最大的旅游商贸流通企业集团之一。

一直以来，东方集团非常重视消费安全与顾客满意，以“崇尚品质，追求完美，宾至东方，温馨永存”为服务理念，精心打造卓越的员工品质、产品品质、企业品质，从而成为衢州市首家获得市政府质量奖的服务业企业。

2008年始，东方集团下属衢州东方商厦在衢州市市场监督管理局的指导下，开始全面建设商家自律、确保食品安全、快速化解消费纠纷的流通领域创新模式——“东方模式”。一方面，建立严格的管理制度和流程，如供应商索证制度、商品信息一品一档管理制度、商品质量控制制度等，以及商品准入流程、消费投诉处理流程、生鲜商品制作管理流程等，并通过食品安全电子监管系统”，通过建立一套快速、有效的追根溯源机制，确保食品安全“源头可控，问题可溯”。另一方面，专业设置了35名值班经理，专职负责营业现场的巡查和商品的检查，及时清除、销毁不合格、过期食品，及现场客诉的处理，做好“消费维权服务”，切实维护消费者的合法权益，在消费者反映的第一时间内将投诉处理好，做到事事有落实，件件有回音。该模式覆盖了东方商厦旗下所有的门店，常态化、一体化、公开化，积极营造安全放



真人跳跳棋



创意做风筝



员工厨艺大赛



心的消费环境。

2017年,浙江省正处在推进落实“十三五”规划、全面建成小康社会标杆省份的关键阶段,各地都在根据省政府的要求,开展“放心消费在浙江”行动。作为衢州当地的龙头企业,东方集团积极响应政府号召,从顾客的切身利益出发,结合自身经营特色,为给消费者营造安全放心的消费环境,郑重作出承诺,要求各业务板块要提供给消费者高质量的产品,切实做好服务,力求做到对客服务高效快捷、一站式,让顾客百分百满意。

服务升级 多元消费在“东方”

2000年,东方集团以“星级宾馆的管理来经营超市”的理念开出衢州首家仓储式超市大卖场,东方商厦横空出世。在之后的17年中,随着零售商业环境的变化,纯百货对消费者的吸引力逐渐下降,东方集团不断求变,不断自我否定,及时调整战略发展方向,进行业态创新,积极适应消费升级趋势,以“体验”为重点,打造综合体项目。开化购物中心、衢江东方广场、龙游东方广场和常山东方广场相继落地,这些吃喝玩乐购一站式休闲体验中心,不仅有着丰富的业态,在空间布置上也非常时尚新颖,提供给消费者一个全方位的购物、休闲、娱乐体验型消费服务平台。

同时,为了应对电商以及激烈的市场竞争,东方集团转变方式,以服务为基础构建新型营销模式,不断提升品质,打造“东方”特色。

近些年,全国线下零售店遭遇

前所未有的经营“寒流”,主要原因是在消费升级大潮中,线下商业没有看到消费模式的改变,提供的商品和服务已不能满足消费新需求。实际上,无论电商怎么火,实体店仍然是人们购物、休闲、聚会、娱乐的一大去处,是城市不可或缺的交际空间。在市场环境条件迅速变化,以及商场同质化严重的今天,没有了特色,对于消费者而言也就没有了吸引力。打造特色,是各个商家赢战市场的主要课题。

面对白热化的市场竞争,东方集团旗下东方商厦发挥集团资源优势,做好资源融合工作,突破传统思维,摒弃传统营销模式,以服务为基础,跳出价格战,构建了五大新营销模式:微信营销、服务营销、互动活动营销、公益营销、视觉营销来吸引消费者。首先,商场布置环境出新,设置了多种多样的情景布置点和造型各异的休息椅,氛围强化,提供妈咪暖心小屋,支付升级,让消费者感觉放松,结账无忧。其次,牢牢抓住社会新闻点,紧紧抓住“假日效应”,创新活动方式,同时创造“东方”自己的节日。从2014年的东方内购节,2015年的五折风暴活动,再到2016年的黄金珠宝采购节、“拜月大典”民俗活动、运动名品大促,均引发抢购热潮与社会热议,业绩、客流节节攀升,强势抢占衢州零售市场份额。同时依托微信公

众号,搭建起高效的会员管理体系,并不定期开展活动,加强与消费者的互动营销,组织服装色彩搭配讲座、品牌美妆课堂、口红DIY制作、插花活动等等,升级服务体验;为了更好地、及时地了解顾客需求,各商场、超市还建立了与顾客的交流群,并定期举办沟通分享会,与顾客实现良性互动。

亲切、细腻、人性化的服务,配合以体验式消费感受,“东方”赢得了广泛的消费人群,并将商场与消费者之间的纽带联系得更为紧密。

顾客至上 满意消费在“东方”

服务是什么?当代市场营销学泰斗菲利普·科特勒(Philip Kotler)给服务下的定义是:“一方提供给另一方的不可感知且不导致任何所有权转移的活动或利益,它在本质上无形的,它的生产可能与实际产品有关,也可能无关。”作为一家实体商业,要做好服务,首先要清楚是为谁服务,要打心底和消费者建立真挚的感情,带着深厚淳朴的感情为他们服务,自觉行动;其次,要明确服务的方向,即消费者,把消费者需求作为第一信号,把消费者满意作为第一标准,提供精准服务;最后,要有服务的标准,

对标一流企业，树立一流的服务标准则是服务高质量的前提和基础。

为此，东方集团对员工从服务理念灌输做起，“顾客至上，服务第一”，辅以系列的培训和学习，提高服务水平和专业知识，为顾客提供真诚、温暖和专业的服务。

集团旗下常山东方大酒店一位员工就很好地演绎了东方“顾客至上”的精髓。一位顾客三次入住常山东方大酒店，不论是作为县里重大活动的嘉宾，还是作为散客入住，该员工一如既往地热情、耐心、贴心地为这位顾客进行多方协调，解决各种问题，还为他周到地安排体验常山的饮食特色，处处体现出对这位顾客的关怀。顾客被员工发自内心的笑容与热情所感动，专门撰文在“石界”公众号里描述了自己入住常山东方大酒店体验到的高质量服务，盛赞该员工是“常山善良的好心人，最美的常山姑娘”，并赠予她一枚收藏多年的缠丝玛瑙“心石”，隆重表达自己的感念与感谢。

微笑缩短距离，服务延伸真情。商场、超市、专卖店、购物中心……线下实体仍旧是人们消费的重要场所，而我们要做的正是要跟上甚至要引领消费升级的大潮，用创新的运营模式、优质的服务理念

和完善的配套措施来满足消费新需求，赢战新市场。

东方集团全体员工会继续一起努力、一起奋斗，做到同心同德同向、合心合力合拍、尽心尽力尽责，

用行动书写忠诚和担当，用优质服务开创美好的未来，在消费升级时代的大背景下，为建设“活力新衢州、美丽大花园”的美好愿景而共同努力。

(衢州东方集团 特约供稿)





打造⁶⁶线上 + 线下⁷⁷二手车综合服务平台——

2018年1-2月全国二手车交易量累计198.24万辆，同比增长15.83%，交易量迅猛增长的同时，预示着市场需求越来越严格；另一方面，各大电商平台纷纷转型、升级、并购、协作，加速竞争。为了顺应发展，二手车经营主体势必在传统或是以往的经营模式上进行创新、裂变，才能在大浪淘沙的二手车环境中得以生存和发展。

浙江元通二手车有限公司（以下简称元通二手车）作为有国企背景的专业二手车企业，成立于1999年。经过多年经营与发展，在行业内和社会的影响力稳步提升，先后多次获得“全国百强二手车经销商”“最具品牌影响力”“政府质量



估能力，很有可能收售问题车辆。元通二手车作为浙江省地方标准DB33/T774-2009《二手车检查评估规范》的起草单位，一直以来坚持使用标准化检测流程、服务规范对每一台车辆进行精准评估，并成为由中国汽车流通协会首批“行”认证单位，解决了消费者的信任痛点。

小季是元通二手车一名资深的专业评估师，同时也是浙江省二手车评师大赛的季军。他说在元通二手车公司工作的六年中，评估了10036台车，没有一台问题车能逃过他的火眼金睛。如果车辆经评估判定后，按照国家标准属于重大事故的，按照元通二手车的收购标准，一律不予以收购。这也是元通二手车对所有消费者的承诺。

二、一站式服务 便捷贴心

和其它二手车电商平台不同的是，元通二手车线下设名车馆和交易市场。其中，元通名车馆总面积10000平方米，精品二手车、特价新车、DS品牌车一应俱全。所有车辆自主经营，省去了中间很多不必要的麻烦，经评估、收购及精洗后进驻展厅的车辆，客户只要拿起手机扫描车辆信息表中的二维码，便可直观的看到车辆外观、机械等车况信息，实现了线上展厅+线下门店信息同步、销售同步。

此外，除了车辆买卖，元通二手车还为消费者提供了包括养车、金融、延保、保险、代办过户、上牌等服务，所有交易手续足不出户，均可在元通二手车一站式代为办理，让消费者能够体验透明、放心、

经营，创新线上服务，力求以优质的服务打造全方位二手车综合服务平台，带给消费者诚信、专业、便利、无忧的服务体验。

一、精准评估 专业保障

俗话说，没有“金刚钻”不揽“瓷器活”，在车况纷繁复杂的二手车行业，如果没有对车辆的专业评

奖”多项荣誉，是省内唯一一家通过国家级服务业标准化试点项目的二手车企业。

近年来，通过立足主业和不断创新与探索，元通二手车不断形成自身的发展特色，即立足传统线下



△ 团队整体照



△ 销售顾问



展厅



△ 收 购



便捷、贴心的车辆服务。

三、线上+线下 创新拍卖服务

业务创新是吸引力，管理创新是竞争力，两者结合才能立于不败之地。元通二手车结合互联网+，一边踏实做好线下拍卖，特别是浙江、江苏、江西三个省份的省级公车改拍卖业务和央企改革拍卖，树立了公车拍卖的典范。一边创建互联网拍卖平台，发挥集聚效应，整合了元通汽车集团及社会4s店资源，以轻点鼠标在线拍卖的方式实现了全国范围内的二手车辆买卖。

四、评估师培训服务 助力行业发展

除了出具权威的二手车评估报告外，元通二手车于2004年还获得了二手车评估师培训资质。2018年，

元通二手车评估培训也积极走出杭州，联合周边二手车市场及各大知名车商探索交叉式帮扶培训，为行业的规范发展提供助力。

中国的二手车市场与国外近半个世纪发展成熟的市场相比仍有较大差距，从政策、国民经济水平以及客户对市场的认知方面，二手车市场都还有较大的发展空间，多元化、强服务能力的综合服务平台势必是中国二手车行业的发展趋势。元通二手车将充分利用自身优势，结合互联网+，以新型交易市场为载体，评估拍卖为抓手，打造金融嵌入的线上+线下综合二手车服务平台，致力于更好地整合、联接并服务于消费者，让消费者放心、省心、称心，同时，推动市场的良性、共赢发展。

（浙江元通二手车有限公司 特约供稿）

国内首家互联网物业公司致力于满足业主美好生活

公开透明专业创新

眼下，互联网已经在各个行业生根开花，发展迅猛，正极速改变着人们的思维模式与行为方式。蛋生网络科技有限公司是一家新型居住服务提供商，致力于让业主享受便捷、舒心、安全的居住服务。是，它更专注于线上应用与线下实现良性互动，互为补充，互为依托，通过自主开发的互联网平台，提升了物业管理的效率和标准化程度，并培育出高粘性的用户群体，让更多家庭乐享生活。

公司开创了物业管理与互联网结合的独特运营模式——爱家田螺模式。其子公司——杭州公明物业管理公司于近年悄然诞生于杭州这座城市，跟传统物业不一样的人提供更好生活。



一、做一家真正落地、深度融合的互联网物业公司

著名财经作家吴晓波说：“我们对物质的需求已经被满足，但是我们对美好生活的需求才刚刚开始，它们是品质，是喜欢，是体验、服务、口碑、个性、认同、代入感、科技型和与时俱进。它变得越来越柔软，而这个柔软的本身我想也就是‘美好’的同义词。”前不久，央视财经频道正式发布了中国经济生活大调查(2017-2018)，其中有一个问题：“你努力工作是为了什么？”超过一半的答案是追求更高品质的生活。

蛋生网络与公明物业互联网+物业的田螺模式，呼应了人们对这种美好生活向往，满足了人民这种个性化追求。利用互联网思维与技术，整合物业行业资源，集中为用户提供咨询管理服务，后期充分挖掘物业服务潜力，沟通上下游渠道，完成一个物业产业链的闭环。蛋生

网络集团从2014年成立以来一直专注于物业与互联网结合的研究和探索，并从2015年开始独立承接项目管理，从最开始的业主自治“网络模式”迭代进化到今天的接地气的“田螺模式”，把物业管理从传统的人肉管理模式升级到利用互联网科技手段并且公开透明的阳光管理模式，并积累了丰富的实际管理经验。由蛋生网络公司研发的田螺模式和田螺互联网平台系统，能迅速地帮助我们把物业管理服务效率提升和成本节约，让物业服务效果在管理的小区内获得的业主超高的赞誉和口碑。企业的管理系统还在江浙沪100多个小区项目中运营(面积超1000万方左右)，其中两家中国物业百强企业也在使用这套管理系统。公司还研发了管家田螺、天眼等软件，充实了互联网手段管理物业的利器。

二、真正为客户着想，做良心事业

蛋生网络科技有限公司、公明物业所追求的客户价值——给您带来的价值要达到管控简单：解决标准执行难、过程监管难、风险不可控、决策无依据；效果稳定：解决服务无标准、人员流动大、培训难等造成的服务效果不稳定；满意度高：解决对物业服务不及时、不透明、不信任等造成的传统物业满意度低的现象。

相对于隐瞒经营性收入，或是业委会遮遮掩掩，极力辩解部分收入的来源等不少传统物业企业，公明物业的资金收入和支出完全透明，每个月都会做预算和决算，小到一张纸杯的支出费用，业主都可以在app上看到。为此，本着“公开、透明”的原则，蛋生科技、公明物业打造平台系统，真正实现阳光运行，做良心事业。



■ 公明物业初创团队 ■



■ 全国优质服务公众满意单位证书 ■

(一) 三个在线，以稳固的平台系统确保阳光运行

1. 标准在线

管理标准明确并且深入人心是做好物业管理的前提。传统物业管理的管理标准相对粗糙，且往往只做到了标准上墙，但未能充分发挥对员工的指导作用，更谈不上深入人心。

公明物业并未落入传统物业的窠臼，而是在不断的管理实践中，由专家团队研发出公明物业专有的物业标准，一切从实际工作出发，确保每项标准规定切实可行，且具

体要求不低于物业行业甲级标准。

物业人员上岗前需接受项目管理中心关于工作标准的严格培训。相关物业标准通过互联网系统，形成项目任务库，分配给每个员工，保证标准落实到每一个人。

2. 管理在线

公明物业的产品中，对项目经理及部门主管设有当日任务抽检要求，并且任务执行人能够实时接收任务检查反馈，存在的问题能够迅速改正。通过系统，保证项目自检自查机制切实落实，做到项目管理

除项目自检外，公明物业还研发了“天眼”管理平台，公明物业品质运营中心能够通过互联网平台，实时查看各项目任务完成质量以及相关业务数据，方便进行高效业务监管。

另外，公明物业也充分调动业委会及广大业主的监督作用。对业委会成员开放物业人员APP，帮助业委会实时查看各项具体工作；业主可以通过业主APP参与“守护家园”活动，实时反馈管理问题。

3. 服务在线

通过互联网平台，构建业主与物业团队之间快速沟通的桥梁。业主通过APP实时发起服务需求，物业人员及时响应，服务结束后业主通过APP进行评价，形成工作闭环。相关服务标准业主可见，并可作为服务评价参照。所有服务项目在线上均保留痕迹，方便多方监管。

(二) 夯实模式根基，确保良心事业持之以恒

1. 坚持财务透明

小区收支透明是公明模式能够成立的基本条件。为此，他们坚持通过互联网平台及时公布小区收支明细，确保投入到位，有迹可循。

2. 坚持事务公开

从具体每件业主投诉到物业工作计划，全部在互联网平台上进行公开，每个业主都可查阅，保障服务细节广受监督。

3. 坚持佣金考核

物业服务企业严格按照小区物业服务合同执行，公明物业接受合同约定考核，确保服务质量真正受约束。

三、与业主多方位链接互动，提供更多的超值服务

蛋生科技与公明物业提出了自己的使命，是地产+物业+互联网跨界团队，运用互联网思维和科技手段，重构物业服务及管理流程，打造物业标准化管理及服务平台，为中国居住产业提供行业升级解决方案。针对这个使命，爱家田螺模式在与业主的链接互动中，其产品采用 SAAS 方式实现。

（一）产品服务模块化、流程化

采用 SAAS 方式，其中包括了：管理端+物业端+业主端三方面的构成。

管理端：主要是数据管理平台，通过数据、报表等实时监控公司、项目的运营情况，通过数据、信息反馈，及时去做服务品质的监管；具体模块包括：日常数据管理、人事管理、品质管理、财务收缴管理等。

物业端：主要是通过智能手机管理员工的时间、工作流程、工作内容等。通过标准流程管控业务收入和支出等；通过智能手机及工作流程去管理各类设备空间等资源。具体模块包括：系统考勤、每日任务、小区巡查、住户管理、发布报事报修、投诉处理、总结计划、出入管理、能耗抄表、物业收费等。

业主端：业主物业接触点连接，让业主在线享受物业服务。功能包括客服咨询、报事报修、投诉表扬、生活缴费、通知、投票、邮局、邻里圈等。

（二）呈现七大核心亮点

1. 用户体验人性化。学习成本低，两周熟练操作；学历不限老少

皆宜（会用智能手机即可）；2. 内控管理全局化。人、财、事、物全方位全天候管控；安保、环境、工程、服务等体系化管控；所有服务执行内容、过程、结果实时在线，实时可查；3. 服务过程网络化。物业服务各场景线上网络化覆盖，通过智能手机实时记录、追踪、反馈等服务过程，使服务过程在线，结果在线，并形成完整的服务记录，能满足任何时间的查询；4. 服务流程标准化。通过专业的团队分析和抽象，把物业中主动或被动服务的流程和任务标准化，通过固化的流程和任务，既能提升服务执行团队的效率和稳定性，又能通过标准的差异化凸显服务的个性化；5. 运营成本集约化。提高管理及服务效率，节省人员降低成本。具体是：人员节省（小区客服行政管家类、二级财务收款员、品质监管人员、职能培训人员、项目经理及中层管理者），软硬件成本节省（考勤系统、巡更系统、财务收款系统、智能门禁系统、智能停车系统）；6. 业主 APP 定制化。包装个性化的业主端 APP，满足物业公司连接业主及后续商业运营需求；7. 物业运营数据化。从经验管理到数据化管理，绩效评价有依据；实时数据化结果展示，大数据分析提供决策支持。

四、线上线下落地小区实施深度服务，开花结果于江南大地

2016 年 3 月，杭州市滨江区领导一行 4 人来公司调研，公明物业 CEO 贾利鹏向调研组详细介绍了接管景江苑以来在公明物业新物业

管理模式下的实践成果，得到滨江区领导的高度肯定，并指出，滨江和公明物业能联手打造智慧社区，政府将给予公明物业更多的资源支持，希望以后能够看到发展更加成熟的公明物业，成为杭城的物业风景中亮丽的彩虹。

景江苑是公明物业入驻的第一个物业管理小区。公明物业在接手许多小区物业服务后，进行了多方面改进，如今在管的很多项目，与之前物业对比，有着明

显变化，管理更加智能、邻里之间的关系更加和睦、社区氛围更加活跃。

公明物业经过几年的发展，在服务的的小区有着良好的口碑。公明物业每年通过定期线上业主满意率调查，了解业主的需求，从而有的放矢地对业主实施精准服务。

“莫愁前路无知己，天下谁人不识君。”蛋生网络和公明物业的未来是“做中国最有价值的居住服务管理平台”。专业之道，惟一惟臻。凭借先进的研发技术和丰富的管理经验，诞生网络和公明物业，将致力于向广大客户提供完善的专业物业服务，为中国居住产业提供行业升级解决方案。

蛋生网络和公明物业无疑是行业的先行者。

（蛋生网络科技有限公司 特约供稿）

企业 品牌文化

助力外包服务与营销

随着市场竞争的加剧，专注于自己的核心业务成了企业最重要的生存法则，服务外包也因此普及开来。外包不能以重要不重要、核心不核心来说，而是在资源配置过程中，自己做还是外包出来做，哪个效益更好，是不是最佳的选择，“这件事情，你自己做不划算，那就应该外包”。

深圳市银雁金融服务有限公司宁波分公司（简称：宁波银雁），自2004年成立以来，凭借其项目运营管理的良好口碑及丰富的项目管理经验，目前已在各个区域设立办事处，服务范围逐步覆盖至各个

区县（市），服务客户包括中资银行、外资银行、保险公司、政府机关、企事业单位、上市公司等。

作为专业外包服务平台，宁波银雁在服务外包行业精耕细作十余载，根据不同行业客户需求提供不同的定制化解决方案：文档服务、网点管理、信用卡服务、信贷服务、支付服务、人力资源服务、管理咨询，奠定了卓越的服务交付能力，积累了海量服务案例的同时，洞悉与分担客户所面临的挑战，与客户一起成长。用公司的能力，托起客户的价值，为其节省时间，使其能专注于核心业务，获取标准化服务，

减少业务精力投入，提升产品业绩、人均产能，锁定管理成本，降低交易成本、用工风险、业务风险，帮助客户聚焦核心业务，为其补强短板，最终增强竞争力，从“专家价值”走向“平台价值”，从“辅助服务”走向“合作伙伴”。

“全国网络、海量案例、专家团队、人才储备、长期稳健经营”，宁波银雁的5大优势，成就了“员工招聘培训、精益管理、IT支撑、风险管控、资源整合”的5大能力，从而创造了“简化管理、提升绩效、分摊风险、降低成本、增强竞争力”的5大价值，这就锻造了宁波银雁



价值观

创新提升价值
合作共赢未来



使命

创造价值



愿景

专业外包服务平台

的企业品牌。

宁波银雁以“为客户、公司、员工创造价值”为使命，愿景成为“专业外包服务平台”，始终秉持“创新提升价值，合作共赢未来”的价值观，“恪守诚信、积极创新、专业服务、安全高效、团队协作、学习成长”六大文化因子齐头并进，共同筑造了自己的企业文化。

“恪守诚信”作为“企业文化因子”之首，是员工立身处世的基本道德要求，也是公司生存与发展的基本原则，2017年，宁波银雁荣获了“浙江省商贸流通业诚信示范企业”的殊荣。在日常工作中，公司要求每一位员工均需以职业化的态度对待本职工作，杜绝形式主义，杜绝欺骗行为；公司秉承诚信服务客户的理念，坚持以高标准、高质量及合理的价格实现产品的高性价比，让客户真实感受产品和服务的价值所在；公司承诺保护员工合法权益，营造良好的文化氛围。

有一次宁波银雁承接了某国有银行数据处理项目，距离项目上线

日期只有短短一周不到的时间，且行内要求提前进场承接业务。当时临近年底，扫描量激增，业务量较大，为了完成行内标准化要求，所有管理人员和一线员工一起日夜奋战，没有周末，也没有休过节假日，最终不仅项目按时上线，并在短期内运行顺畅，得到了行内领导的一致肯定与好评，在银行方年度评优时，授予了宁波银雁“优秀项

目交付团队”的荣誉称号。诚信无价，只要承诺于客户的事情，公司必会按时按质按量地完成，在宁波银雁过去十几年，始终坚持“恪守诚信”，信守承诺，使命必达，在未来的公司发展中，仍将一如既往地团结所有员工坚持践行“恪守诚信”的企业文化。

在此基础上，公司崇尚勇于创新、持续优化的文化，倡导每一位



员工均应树立不懈的危机意识和变革创新的心态，保障企业的可持续发展，并持续引领行业前行。凡是能够更好地顺应内外环境、满足客户需求，为公司产生价值的市场、产品、技术、管理等方面的变革创新行为，公司都给予鼓励。各个岗位、每个员工都有平等创新的机会，都应积极寻求创新的切入点，为公司带来价值。

在“专业服务”的道路上，公司一直坚持不懈。宁波银雁致力于打造专业外包服务平台，通过整合线上技术和线下渠道、整合内部资源和外部资源，实现“本地客户，全国服务”。坚持从建立服务标准、流程标准，向建立行业标准和行业规范前进；追求从响应式服务向引

导和创造客户需求转变，推动服务的不断升级。

作为外包服务企业，运营安全是公司的安身立命之本。公司持续强化风险管控的意识，通过规范的运营标准、完善的风险防范体系，确保企业运营安全和客户服务安全。同时，信息安全是运营安全的基础标准，保护客户信息和公司信息是员工对公司的基本承诺。公司追求高效的工作输出，以客户为导向，提高组织响应速度为目标，以程序简洁化、作业标准化、职责明确化、运行信息化为原则，实现效率最大化。

团队是宁波银雁成就梦想的组织基础，公司坚持与员工风雨同舟、荣辱与共，相互尊重、彼此帮助、

共同成就，共同分享胜利的果实，共同承担失败的教训。

与此同时，每位员工均保持持续学习的状态，不断提升个人能力以满足公司发展需求，公司将倾尽全力持续提供发展机会，引导员工自我学习与发展，促进员工的共同成长。公司希望员工管理自己的职业发展，而不是依赖于公司“规划”他们的职业生涯。

未来正是因其不确定才引人遐想，正是因其无穷可能才让人着迷。在企业品牌文化建设中，心怀梦想、追求卓越的宁波银雁人，将继续在各自岗位上坚持践行自己的使命、愿景、价值观，打造有凝聚力的高效团队。

（深圳市银雁金融服务有限公司宁波分公司 特约供稿）





城市旅游服务接待的金名片

——湖州东吴开元名都酒店

湖州作为环太湖地区唯一因湖而得名的江南城市，是一座有着100万年人类活动史、2300多年建城史的国家历史文化名城，湖州交通便利，文化底蕴深厚，生态环境优美，社会和谐，发展势头强劲。湖州因此也成为全国首个地市级生态文明先行示范区。位于境内的湖州东吴开元名都酒店总建筑面积约9万平方米，以57层288米的高度屹立于湖州市中心，雄居浙北

第一高楼，誉美太湖名城新地标。酒店拥有6063间套客房，18个规格不同的会议室和相关康体配套设施。酒店由中国民营企业500强的浙江大东吴集团投资兴建，全球酒店集团20强、中国最大的民营高星级酒店集团、最具规模中国饭店集团第二名的开元酒店集团全权管理，是一家集东方文化和国际标准完美融合的高品质服务于一体的高端商务会议酒店。

酒店于2014年5月开业至今，酒店获得了“服务保障全国生态文明建设工作推进会议先进集体”“中国优秀会议酒店”“中国会议酒店100强”，多家网站口碑榜最受欢迎酒店，“浙江省青年文明号”“浙江省新锐酒店”“湖州市百家优强企业”，慧评网得分95、携程网点评得分4.8分等荣誉，同时也获得了“国家金叶级绿色饭店”，餐饮和客房以及泳池分别获评“湖州市食品



安全量化分级A级单位”“湖州市公共场所量化分级A级单位”以及“湖州市游泳场所卫生监督量化分级A级单位”“阳光厨房”等重要管理指标荣誉，酒店2017年酒店实现全年营业收入2.03亿元(税后1.93亿元)，各项收入指标处于浙江省领先水平，连续三年客房出租率在50%以上，更是在2017年达到72.4%；酒店连续三年获评“湖州市吴兴区纳税大户”，2017年获得“浙江省商贸流通业诚信示范企业”，连续三年获评“开元旅业集团杰出贡献奖”。

酒店开业以来，一直以良好的态势发展并快速进入经营正常化、管理规范化阶段，这得益于酒店的前期筹建的规范建造投入以及开业运营中对成熟酒店必经阶段问题的借鉴。

潜心服务，个性定制，塑品牌品质口碑，基础与个性结合，满足和惊喜并行。作为一家本土酒店，如何让宾客享受殷切贴心的开元关怀，如何让东方文化体现在日常酒店服务之中，是酒店孜孜追求不断努力的方向。针对酒店会员，除了享受到优惠的会员价格和开元专业化服务品质之外，酒店设置会员专属楼层和会员服务产品，让宾客从电话预定、入住、离店、回访全程享受到会员专属礼遇和酒店细致入微的贴身管家式的品质服务。针对会议和宴会宾客，除了提供高规格的会场和音响设施，酒店会议金钥匙、中层管理者参与设计会议接待，酒店高级宴会服务师作为基础服务人员更是为宾客带来娴熟、满意的



服务,承接了诸如:农业适度规模经营座谈会、全国旅游改革创新工作现场会等国家级重要会议。酒店产品设计方面,更好地梳理城市旅游接待,为宾客打造醉美湖城之旅、生态湖州之旅、菰城文化之旅、湖城拾遗之旅等多种主题的印象湖州之旅,以酒店休养+城市文化游+乡村生态游为休养模式,使客户真正感受城市之美,实现城市之旅的超值体验。另外,结合开元名都酒店的定位和客房的布局,在二期项目的建设上,选择更加与城市名片

相结合的休闲酒店品牌——开元名都酒店,该酒店项目拥有330间客房,除了城市休闲风格之外,更是推出一系列主题房、餐饮产品,开业半年时间,便赢得了良好的口碑。

质量管理常态化,品质卓越显成效。酒店致力于精致酒店、内涵酒店的打造,量化工作,以考核为抓手,以激励为手段,将质量管理工作由内至外,由浅及深、自上而下,力求实现质量管理工作的常态化。质量是酒店经营的生命线,质量管理是酒店赢得市场及利润的最有效途径,宾客作为质量管理中心点是检验酒店质量管理水平的重要依据,赢得中心点,才能赢得市场和利润。因此,湖州东吴开元名都酒店一直把对客服务作为酒店品质管理的核心,把宾客口碑作为衡量酒店质量管理高低的依据。

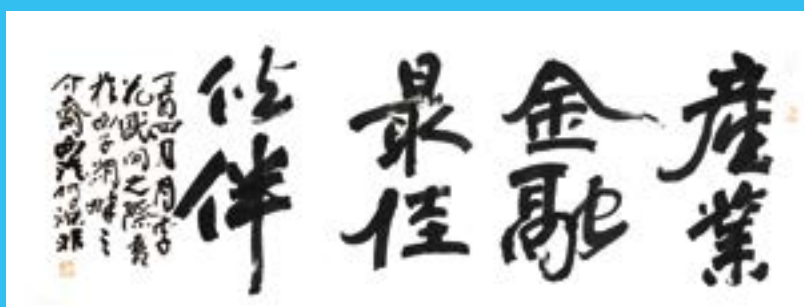
新时代背景下的湖州东吴开元名都酒店,经营管理更加注重微创新。一、创新微培训模式。酒店依据现代信息化时代的特点以及人们常用交流沟通工具,进行创新微信群培训。通过培训,很好地解决了酒店岗位时间不一致、人员忙碌时

间不一致、信息及时传达等诸多问题,获评开元酒店集团最佳管理实践的荣誉。二、网络点评回复与管理。网络点评已经成为潜在客户对酒店选择的重要依据,酒店网络点评回复与管理工作的专人负责、多渠道发布、专人及时反馈、定期分析、培训质检、绩效考核等方面形成良好的运作体系,且2017年初被开元酒店集团作为样板工程进行内部分享。

社会效益和绿色理念始终贯穿酒店经营之中。酒店自开业以来,每年9月1日组织骑行日活动,旨在宣传“低碳环保生活理念”,引导绿色生活方式;每年3月的最后一周的周六组织地球一小时活动,旨在宣传“节能减排”,2017年特别开展了与宾客进行了环保袋制作活动,让小朋友从小更加清楚环保的意义;每年的世界环境日组织保护环境活动,比如绿色出行、绿色消费等。2017年5月,酒店绿色消费引导举措被央视报道。

悠悠太湖情,拳拳匠人心,湖州东吴开元名都酒店始终秉承匠心精神,以一流的设施,优质的服务,最佳的环境,打造太湖之滨城市旅游服务接待的金名片。

(湖州东吴开元名都酒店 特约供稿)



专业聚焦，使命必达

——记浙江物产融资租赁有限公司产业金融发展之路

“产业金融最佳伙伴”，两米

见长的书法横匾，醒目地悬挂在浙江融资租赁有限公司（简称“物产融资租赁公司”）。作为一家经国家商务部、国家税务总局批准设立的国有控股融资租赁机构，它背负着世界 500 强物产中大集团“一体两翼”战略的金融事业担当，虽起跑于融资租赁，却使命于产业

金融。

截止 2017 年底，物产融资租赁公司注册资本 24.17 亿元，资产总额 150 亿元，净资产 30 亿元，成为浙江省非银租赁的龙头企业；业务涵盖商用车、乘用车、公用事业、不动产、工程机械、轨道交通、医疗信息通信、新能源和资产管理、票据经纪、典当、按揭等多元领域，

专业提供融资租赁、经营租赁、商业保理、金融投资等综合金融服务方案。

近年来，公司确立了“产业金融最佳伙伴”的发展战略，按照“金融+产业”的方向，推进“前端厂商租赁、中端服务增值、后端租赁资产证券化”的商业模式创新，提高了产业金融的核心竞争力。

前端——做深厂商租赁

近年来，物产融资租赁公司在创新厂商租赁模式上迈出了坚实有力的步伐，公司选择综合实力较强、产品有竞争力的生产厂家建立长期战略合作关系，由厂家推荐有融资需求的优质经销商或终端客户，取得产品批量优惠价格，或享受厂家贴息的特殊政策，对接厂家售后服务体系，打通租赁标的物的余值处置渠道。

特别是公司的汽车租赁业务，依托深厚的汽车行业经营背景和 20 多年的汽车租赁从业经验，深耕汽车产业，深入产业链服务，打造了强劲的汽车金融竞争优势。其中，商用车租赁业务，与一汽解放、中国重汽等重点厂商建立了稳定的战略合作关系，连续 3 年荣获一汽解放“终端最佳金融支持奖”，并获得了中国重汽“金融创新年度合作

奖”。目前，商用车资产余额近 40 亿元，车辆保有量达到 2.4 万辆，位居国内非厂商系同行首位。乘用车租赁业务，深化与奔驰、进口大众、奥迪等知名品牌的战略互动，发展具有独特竞争力的融资租赁批量营销模式。特别在服务保障 2016 年 G20 杭州峰会中，公司总计斥资约 7.5 亿元，一次性采购辉腾、奥迪、别克商务、宇通客车等车型 2000 余

辆，成为峰会最大的“保障用车指定服务商”和唯一的“租赁平台运营商”，圆满完成了峰会用车重大保障任务。

目前，公司正进一步深化创新厂商租赁模式，商用车业务积极向产业链上下游延伸，努力成为销售、融资、运营的组织者；乘用车业务依

托成立的商务旅游汽车公司平台，进一步扩大批采租赁业务规模，打造省内政企车改出行平台，形成具有物产融资租赁特色的核心业务体系。

中端——做强服务增值

有什么样的服务，就有什么样的业务。在激烈的市场竞争中，物产融资租赁公司充分体现了“提升服务、创造价值”的经营理念，主动贴近客户今天的需求、明天的需求和未来的战略需求，以专业化的风控和服务能力，量身定做针对客户的租赁产品、租股结合、中间业

务，提高客户的价值；选择符合公司准入要求的客户，按照客户的具体情况，设计个性化的融资、融物方案和租金支付方案；让客户手续更简便、放款更快捷、投后服务更周全，从而提高优质客户的获取和长期“织网”能力。

近年来，公司旗帜鲜明地提出

了“大客户、大项目、大平台”的经营导向，坚持战略互动，以大客户带动大项目、以大项目构建大平台。2017年，公司与西安城投集团达成战略合作伙伴关系，通过联合租赁和无追索保理的业务创新，实现了合作双赢。积极推进盾构机业务整体平台的搭建，整合辽宁三三



工业、中国中铁、中国铁建等多方资源，共同构建优质制造企业平台、优质施工企业平台和优质租赁公司平台，打造盾构机生产、融资、施工、维修全链条的经营模式；目前公司已拥有融资性租赁的盾构机21台、

经营性租赁的盾构机6台，业务分布在成都、武汉、苏州等多个城市。开拓公用事业PPP业务，与中建一局等大型企业集团组成联合体，先后实现下城区三村连片综合改造项目

PPP项目的落地。另外，在融资租赁业务客户中，选择企业信用和成长性较好的优质客户，积极开展租股结合业务，取得了租赁、股权的双重收益。

后端——做好租赁资产证券化

租赁资产与证券化是一种天然组合。随着资产端规模的快速扩大，物产融资租赁公司聚焦行业发展趋势，加快了在融资端的创新步伐，盘活存量租赁资产，拓宽融资渠道，积极创造条件实现租赁资产出表；并在资金回流后进行新一轮项目投

放，提高资产周转率，提升净资产收益率。

2017年，公司在上海证券交易所成功发行了首期6.91亿元的商用车租赁资产ABS；其中，优先级5.66亿元对外发售、成本5.65%，次级1.25亿元为公司自持，基础资

产质量优良，产品结构贴近投资者需求。公司通过实施租赁资产证券化，既规范了现有租赁业务流程，更为持续发行ABS/ABN，推进资产出表、资金融通打开了通道。

未来，物产融资租赁公司将秉持“大气、高效、创新、共享”的企业精神，以“产业金融最佳伙伴”为使命，坚持创新驱动，深化商业模式，加快培育商用车、乘用车、盾构机、工程机械、ICT等主导产业，实现从原有单一的融资融物服务环节转变为产业金融的整合者，致力打造成为国内一流的专业金融服务提供商。

（浙江海亮融资租赁有限公司 特约供稿）



《浙江省推动批发零售业改造提升五年行动计划(2018—2022年)》 赋予新时代商贸流通新使命、新要求、新担当

4月23日,浙江省委召开常委会,审议“富民强省十大行动计划”,浙江省商务厅牵头编制的《浙江省推动批发零售业改造提升五年行动计划(2018—2022年)》(以下简称《五年行动计划》)顺利通过。这是省常委会首次研究批发零售业改造提升工作,赋予新时代商贸流通新使命新要求新担当。

权威解读

早在2017年,为贯彻落实省委制定富民强省十大行动计划,批发
委省政府加快“10+1”传统产业改零售业改造提升纳入传统产业改造
造提升要求,省商务厅制定《浙江提升行动计划,由省商务厅牵头制
省批发零售业改造提升三年行动计定。省商务厅对此高度重视,迅速
划》,并经省政府常务会议审议,部署落实,各内贸处室全力以赴,三位一体进行编制。主要体现在以
由省政府办公厅印发实施。省第扎实开展编制工作,于4月23日第
十四次党代会后,省委省政府提出9次厅党组会审议通过后报省政府



1/ 总体思路体现中央和省委省政府新的战略

高举习近平新时代中国特色社会主义思想伟大旗帜，牢固树立新发展理念，加快供给侧结构性改革，把满足人民群众美好生活需求作为根本出发点，凸显高质量竞争力现代化和浙江特色，抓住大都市大湾提升，更好发挥其引导生产、促进消费和保障民生重要作用，为加快新型贸易中心为总目标，以改革创新为动力，以数字化、平台化、品牌化为引领，推动批发零售业改造支撑。



2/ 指标体系体现改造提升后行业新的飞跃

围绕新型贸易中心总目标，提出“打造全国领先的流通强省、引领全球的电商强省、有国际影响力的消费大省，培育有国际竞争力的市场主体”四个具体目标，并配套相应发展指标。



3/ 工作体系赋予新内涵、新要求

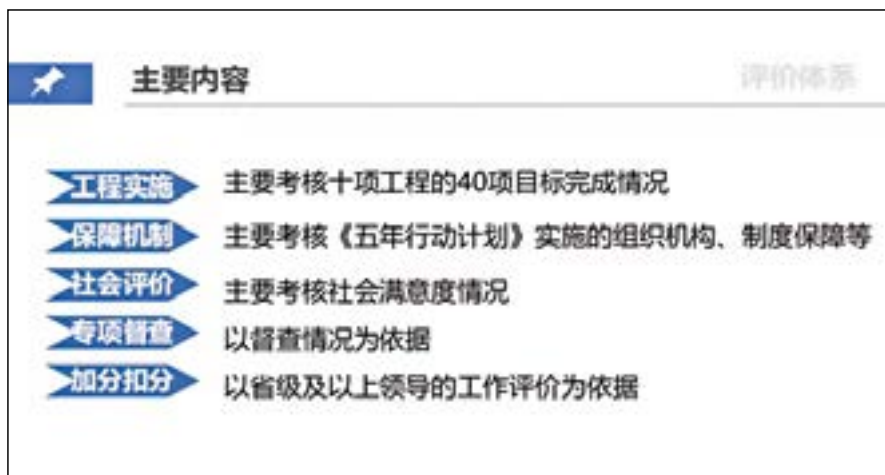
《五年行动计划》包括十大工业集聚区提升、供应链创新应用、新零售、乡村商贸、供应链创新应用工程 24 项任务，涉及 37 个省级部门，商贸品牌振兴、居民消费促进、治用等工作都是结合新时代发展特征即商品市场转型、零售模式创新、理平台构建、公共服务优化。十大首次提出。

乡村商贸振兴、电商平台推进、商工程均有指标配套，其中商品市场、



4/ 绩效考核注重多层次、多元化，构成新的评价体系

在《五年行动计划》中配套考核内容 1300 分构成。既有对部门的考核评价“指挥棒”作用，督促省级考核评价，由工程实施、保障机制、核，又有社会满意度评价，还有省有关部门和各地政府全力推进，进社会评价、专项督查、加分扣分 5 项级及以上领导工作评价。通过发挥进一步增强《五年行动计划》执行力。



同时，为推动各项工作有效落实，《五年行动计划》配套 274 个项目，投资总额 4972.2 亿元，其中商业设施投资额 2700 亿元，实现行动工程化、工程项目化。

下一步，省商务厅将以出台《五年行动计划》为契机，统筹相关部门，加强对各地指导，制定贯彻落实举措，推动浙江省商贸流通业高质量发展。

(转自浙江商务微信公众号)

乡村振兴战略背景下的 衢州九华乡民宿发展之路

文 / 徐祺（衢州市柯城区团区委书记）

做好社区营造，激发乡村活力

衢州九华乡发展民宿经济优势与劣势并存，机会与挑战共生，如何在发展民宿产业上结合前人的经验，挖掘自身的特点优势，让乡村成为民宿发展的热土，让民宿真正成为连接乡村与产业的枢纽。笔者认为，除了前人的政府推动、资本引入、整体规划布局之外，更应该以社区营造的理念贯穿始终，从激发乡村内生力量、发挥村民的主观能动性入手，真正让乡村活起来、热起来。

一、社区营造的概念

社区营造对于我们是一个相对比较新的词，维基百科里的定义是：“居住在同一地理范围内的居民，持续以集体的行动来处理其共同面对社区的生活议题，解决问题同时也创造共同的生活福祉，逐渐地，居民彼此之间以及居民与社区环境之间建立起紧密的社会联系，此一过程即称为‘社区营造’。”

社区营造起源于20世纪五六十年代日本的“造町”运动，它最早

是以发展地方产业、振兴经济为目标，后来内容扩展到生活的各个层面，包括改善景观环境、保存历史建筑、促进健康与福利、生态保育等，并从农村扩大到都市，成为全民社会运动。近年来，台湾的社区营造也进行得如火如荼，桃米村等都成为了社区营造的模板和经典案例。

二、九华乡村社区营造的内容

社区营造，不仅仅是把人聚在一起，乡村的社区营造是社群的经营与创造，是充分运用社区内的各种资源条件，凝聚共识，改善

环境,凝练精神,延续文化,发展乡村产业,重塑乡村的活力,实现可持续发展的行动。通过促进村民主动参与地方公共事务,加强认同感,整治村落环境,全面复兴产业、经济和文化,复兴乡村的活力。以美丽乡村精品村打造为契机,以新宅、茶铺村为试点,通过聘请专业团队实地调研,因地制宜制定社区营造方案,以此为路径激发乡村活力,为民宿产业发展造就沃土。

(一) 重塑归属感

1961年,德国开始举办主题为“我的乡村会更美”的景观与设计竞赛,每两年一次,至今已有50多年的历史,这一举措很大程度上带动了乡村居民自发参与家园营造,从而激发了村民对于家园的热爱与归属感。九华乡也可以开展与类似的活动,培养村民的地区自豪感、归属感,通过设计竞赛,提升乡村空间品质,增加村民的认同感。探索建立政府引导+企业+村民的模式,通过政府、企业、村民的三方的合作加快村庄的建设。也可以通过引进公益性设计团队以及

非营利性组织,提高村民参与的积极性。通过村民参与家园建设的过程,重塑他们对于家、对于乡村的归属感。

(二) 引导产业发展

产业是社区营造的重点,也是社区发展的动力和活力。发展产业,首先要注重乡村中的村民参与,让村民切实从中获利,获得村民的认同,只有这样的发展模式才是最优的、可持续的。

复兴村庄产业是乡村振兴的基础,解决村民劳动就业,尝试不同利益主体合作,构建一个多元合作平台。产业的复兴,不仅仅是政府推动,更重要的是村民的参与而激发出来的一种“自下而上”的力量,发挥村民的主观能动性。依托九华乡的实际,在“产”的选择上,我们更应该树立“绿水青山就是金山银山”的理念,在生态上做好文章,充分发挥自身的优势,发展好、经营好休闲旅游、养生养老、运动健身等产业。

(三) 关注人、文、景

社区营造,首先是关注“人”。对于村民需求的满足,人际关系的

住人,有了人民宿产业发展才有了基础,乡村振兴才有了前提。

其次是延续“文”。村民共同延续历史和文化。积极发展乡贤,延续乡愁,乡贤和乡愁是发展村庄的灵魂,是留住人的精神寄托,是人们不管漂泊多远,老了、累了,想家了都想归属的根。重建村民对于传统文化的信仰,重建日渐减少的凝聚力,培养归属感,乡村发展才能代代相传、永续不断。

最后是营造“景”。村庄之所以吸引人,应该是它独特的环境和气质,空旷的环境、清新的空气、慢节奏的生活、朴素的人文,这些都是大城市所不具备的,这才是乡村的优势,也是下一步九华的规划和开发中应该着重关注的。在美丽乡村建设强力推进的基础上,保留乡村的自然环境、民俗文化和乡土特色,发挥村民自力营造和生活环境永续经营的积极性,让村民能够参与到村庄造景的运动中,以美丽庭院为切入点,增加村民的参与感和融入感。

希望通过社区营造,可以让九华在传统生态优势的基础上,吸引更多的年轻人回乡创业,为民宿产业的发展夯实基层基础。

打造九华民宿发展生态圈

一、做好乡建规划

(一) 注重自然环境和形态肌理的把控

九华乡的传统村落依山傍水，村落与山水和谐共生。而当地的民居建筑的功能、造型虽然都很简单，但当一户户屋舍组合成村落时，往往会产生丰富的肌理形态。继承并梳理村落自然环境和形态肌理，是村域环境提升的第一步。在新建民宿时，不能破坏原有村庄肌理，建筑不应以强硬的姿态对抗自然，而应融于周遭环境。

(二) 加强道路交通系统的梳理

在万坞线沿线布置绿化景观，在庙源溪演戏，建设游步道、观景台等供游客散步或骑行。村落内部的道路系统应遵循原有村落空间肌理，以村民和游客步行方便为准则，并在恰当位置增设停留空间以改善旅游路线中的游客体验。大部分民宿的住客是从城市自驾而来，因此必须为他们设计合理的停车空间。停车场的设计，一要留足空间，满足未来发展需求，二要合理布置，不能破坏原有村落肌理。

(三) 关注节点空间的打造

节点空间应该类型多样，既可以是人工修建的戏台、祠堂、广场，也可以是自然形成的大树下、溪流边等等。它既为村民服务，又可以为游客服务，因此在环境提升规划中应充分重视节点空间的设计，重点整治节点的建筑面貌、景观植被、卫生设施。结合历史古村落文化保

护、古道修复等工程，设置好节点的功能定位和节点间的距离，适当增加商铺、餐饮等服务设施为游客提供便利。

同时，也要继续做好垃圾分类、五水共治、四边三化、三改一拆等工作，为乡村整体环境的提升夯实基础。

二、建设乡村软实力

(一) 加强文化赋能

2016年11月30日，以九华立春祭等为代表的中国“二十四节气”，正式被列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产名录，九华妙源村受到了前所未有的关注。如何发掘好、保护好、利用好立春文化，在创建妙源3A级景区的基础上，建设妙源村“立春文化民俗村”，做好“生态+文化”、“文化+民宿”的文章。

在九华乡境内，延伸立春文化的触角，在新宅村至妙源村沿线，建设以立春文化为主题的民宿群落，引进资本，在打造爆款的基础上，引进文化创意等产业，形成有生命力的民宿社群，形成有养生、文化、美食、农耕体验为一体民宿综合体。开发立春文化产品，比如立春祭大型实景演出等，打造更多的旅游亮点，让更多的人能够留下。

(二) 链接乡村产业

民宿链接当地乡村产业，对民宿主来说，既能丰富民宿文化内涵和个性特征，增强民宿对都市客流的吸引力，同时能够增加收入；对

乡村原住民来说，则能促进农产品销售，提升乡村经济活力，同时避免当地传统手工艺的流失。民宿链接乡村产业的形式，既可以包括提供特色餐饮服务，利用当地的特色菜肴吸引顾客；也可以通过建立乡村文化市集，销售当地农产品、手工艺产品等形式为当地特色手工艺建立过程展示空间；或者通过互动体验，引导游人参与特色活动，体验别样的风土人情。

(三) 加大培训力度

九华的村民，大多数是从田里走出来的纯农户，一旦开始发展乡村休闲旅游、民宿产业，经营农家乐的农户在经营、服务等方面都需要一个提升的过程。同时，在为民宿提供服务，加强民宿与当地农村





九华乡发展民宿产业，有优势也有挑战。在当前的形势下，要以乡村社区营造为基础，引人、留人，造景、美景，发挥自身的生态优势，以产业驱动，以文化添能，打造九华乡的民宿发展生态圈，为民宿产业的发展提供沃土。

第一，政府推动。明确政府在民宿产业中的定位和作用。政府作为推动民宿产业发展的一方力量，既要积极作为，又要明确边界。在服务民宿发展上要主动发力，整合资源，打破壁垒，不破法规破常规；在民宿产业的监管上要主动作为，特别是在准入机制、消防安全、入住制度、环境保护等方面，要确保民宿安全有序地发展。同时，要出台政策鼓励和促进民宿产业的健康

的连接方面，也都需要大力的培训。一方面，应该加大对农家乐经营业主、民宿业主、服务员等在农家菜式、服务质量以及食品卫生等方面的培训和指导。另一方面，我们更应该对村民在文化修养、服务理念等方面进行培养，让民宿能够更好地链接村民，让村民可以更好地服务民宿产业。

（四）创新运营模式

将专业的事交给专业的人来做。成立九华乡乡村休闲旅游发展服务

中心，通过政府购买服务等方式，招引优秀的旅游企业对全乡的旅游产业进行整体谋划和实施。同时，大力引进资本，整合国家级森林运动小镇、省级旅游风情小镇的建设资源，结合通景公路、351公路的建设，全域谋划九华乡的乡村旅游发展，整体规划、整体推进。此外，成立民宿联盟，以民宿自治组织的形式，加强对民宿的价格、服务等方面的监管，共同提升民宿质量。

结束语

发展，通过政策导向的作用，引导民宿产业又好又快的发展。

第二，资本助力。这几年携程、美团、首旅如家等跨界大鳄，以及众多地产商也纷纷挤进民宿市场。据不完全统计，民宿已发生十余起融资。2015年3月，宛若故里获得青骢资本1000万元天使轮投资，瓦当瓦舍、诗莉莉、木西民宿、山里寒舍、康藤格拉丹帐篷营地等相继宣布获得融资，而松赞、千里走单骑、大乐之野等首轮融资也已基本完成。2017年3月，青普旅游收购曾经的“民宿第一品牌”花间堂，引发业内轰动。资本的引入，助推了民宿产业的新一轮洗牌，影响着民宿向高端化、精品化发展。引入资本，既可以充分发挥九华乡的后发优势，打造高端、精品民宿群落，又可以进一步提升九华民宿的品牌和影响力。

第三，由内而外。做好社区营

造，充分发挥所在地居民的主观能动性，为九华民宿产业的发展夯实基础。结合美丽乡村精品村的建设，引入台湾等地的社区营造团队，量身定制方案，落地实施。不仅仅是在“外”建设精品村，而是从“内”激发活力，激发九华当地人民参与建设的热情，真正让美丽乡村建设深入人心。只有这样，社区营造、美丽乡村才不仅仅是政府的推动作用，而是人民的力量在发挥作用，助力民宿产业的发展。

第四，提升环境。一方面，统筹持续推进“五四三”工作，打造良好生态环境。另一方面，梳理村落纹理、交通环境、注重打造节点，加强“立春”文化、竹编文化的发掘、保护和传承，提高当地从业人员的素质，打造优良人文环境。同时，注重单体民宿、民宿群落与在地产业的链接，真正让民宿成为带动九华发展的枢纽。

深耕「海亮租赁」品牌建设 坚守诚信经营

2017年，在浙江省商务厅的指导下，由浙江省商贸业联合会开展的“关于浙江省商贸流通业诚信示范企业创建、评选活动，在此次评选中，浙江海亮融资租赁有限公司荣获“浙江省商贸流通业诚信示范企业”称号，这既是省商贸业联合会对海亮融资租赁的肯定，也是企业以诚信服务赢得



用户广泛认可的一种真实反应。也体现了企业的诚信模范、标杆典范的品牌作用。

被称为“朝阳产业”的融资租赁行业，作为一种金融工具，彰显着其强大的经济助推力，很受到各国青睐，其发展速度特别迅速。近年来我国也在不断加大融资租赁发展力度，陆续下发的利好政策不断吸引各路资本的介入，同时也得到各地政府的大力支持。

浙江海亮融资租赁有限公司，是海亮集团又一重要金融业务板块，母公司海亮集团为国内民营企业第18强，资本雄厚，人才储备充足，为海亮租赁提供了强有力、全方位的支持。依托集团强大的资源背景，海亮租赁将以国际化的视野、市场化运作、规范化经营、全面风险管理理念，为企业事业单位提供专业的融资租

赁服务。在做大做强的同时，始终把诚信经营放在首位，1989年，冯海良先生（现任海亮集团董事局主席）创企之初就提出“诚信立企”的企业发展原则，坚持经营以至诚为根，合作以守信为本。29年来，企业一直坚守对客户的诚信、对员工的诚信、对股东的诚信、对历史和未来的诚信。在浙江省民营企业中首推《失信赔偿制度》，在企业内积极构建诚信体系，把诚信纳入企业制度，与员工签订诚信协议，建立员工诚信守则和职业信誉档案，在海亮官网设立诚信曝光台等，倡导建立产业链的诚信生态圈等。

融资租赁公司更视诚信为精神圭臬，坚持“品质、品牌”的经营宗旨稳步前进，深扎业务，防范风险，规范经营，不断挖掘新的业务增长点，增强企业品牌的竞争力，起到诚信企业的示范

带头作用。

公司自2013年成立以来，历经四年多发展，资本实力不断增强，租赁资产规模迅速增长，业务规模保持增长态势。公司积极开拓健康卫生、教育文化、供水供电等公用事业，致力于发展新能源、节能环保、医药医疗、制造加工等符合国家支持产业，将产业资本与金融资本完美结

合，形成独具特色的租赁运作模式。海亮租赁拟兼营与主营业务有关的商业保理业务。对于贸易供货商，可以为客户提供更具有竞争实力的付款条件，既维护了良好的客户关系，又能够确保资金及时回笼，加速企业资金流通，增加企业利润。

公司以公用事业和医疗产业这两块业务作为公司未来发展的

基石，确保公司一定的业务规模和利润水平。同时进一步开拓新的业务领域，包括新能源产业、城市环保、教育、文化、旅游行业、交通运输业等符合国家支持产业，实现公司业务多元化发展。并找准专业化租赁的切入点，为公司将来在专业化租赁业务领域占有一席之地打下坚实基础。在行业内精准定位、加强合作，探



索自身发展的特殊道路，增强可持续发展实力。在业务模式上力争回租、直租并重；加强资金渠道开发、力争与资金、资本市场更好的紧密结合；扩大合作伙伴体系，发挥租赁的金融媒介功能。同时公司大力推进 ABS 业务，目前已成功发行三期 ABS 产品，有效盘活了存量租赁资产、降低融资成本，实现资源有效配置。

公司目前集合了融资租赁及相关行业的高层次专业人才，领导团队拥有 20 年以上的行业经验，相互紧密配合。下属职员实行大团队定向、小团队精研的工作模式为客户提供专业而细致的金融服务，并与银行、券商、信托、资产管理公司、财务公司等各类金融机构保持良好合作关系。海亮租赁凭借着海亮人“高效、卓越、服务、奉献”的企业精神，积极打造“海亮租赁”品牌价值，提升企业文化内涵，不断完善自身管理模式。公司与各地政府、大型集团以及金融机构保持长期良好关系，不断进行战略合作。携手地方，稳步推动地区构建；深度融入企业集团，创新商业模式，共谋发展之道；全方位优化资本配置，开创共赢局面。

在公司不断发展壮大的同时，时刻怀揣强烈的社会责任感，为广泛的健康产业群体提供综合多元化的服务，持续助力中国健康产业升级，有效解决医疗机构的融资问题；助力交通运输

企业适应日益发展变化的市场形势，加快现代物流业发展；积极参与我国城镇化建设，在全国范围内，为客户及合作伙伴提供涵盖供水、供气、供电、污水处理等城市基础设施建设方面的金融服务方案，助力当地经济发展。

融资租赁是高风险行业，因此如何防范和化解融资租赁的风险，显得既重要又迫切，建立健全完善系统的风险控制体系尤为重要。风控制度是海亮租赁公司战略的有机组成部分，加强内部管理制度建设，建立完善的内部风险控制体系，形成良好的风险资产分类管理制度、承租人信用评估制度、事后追偿和处置制度以及风险预警机制，增强资产管理能力，严格控制经营风险。引导全员加强风险控制意识和合规

经营理念，不断提升公司合规环境，真正打造合规、守信的企业文化，将诚信经营转化为竞争优势，强化社会责任意识、规则意识、奉献意识。

海亮租赁深耕品牌建设，品牌是企业经营制胜的法宝，是企业持续增长的关键所在。而诚信是一切道德的基础和根本，是企业和社会赖以生存和发展的基石，是品牌的根本基础。未来，海亮融资租赁将坚守诚信经营，大力提升服务品质，为行业树立诚信经营典范，助推行业健康持续发展。

（浙江海亮融资租赁有限公司
特约供稿）



诚信经营“365”，放心消费“315”

——绍兴大通购物中心有限公司

绍兴大通购物中心位于上虞城北商业核心区，座落在市民大道与江扬路交叉处，是国内规模一流，定位中高端的现代百货商业摩尔。自2009年9月开业以来，购物中心陆续引入caoch、hugo boss、Maxmara、兰蔻、迪奥、TOMMY HILFIGER、OMEGA等30余个国际一线品牌和哈根达斯、BreadTalk、Starbucks、满记甜品、避风塘、外婆家、炉鱼、大渝火锅等知名餐饮企业，成功打造了全市最全面的休闲娱乐馆，包括大通电影城、健身体验馆、金曲量贩KTV和VR体验馆。购物中心拥有10层建筑，地面主体建筑8层、地下2层，总建筑面积12万平方米，其中营业面积9.5万平方米，包括15,000平方米的地下超级市场和1000个泊位的免费停车场。坚持以高起点起飞，引进先进管理理念，本着“用户至上，顾客第一”的经营理念，围绕公司董事会提出的“内抓管理，外树形象”的目标，把“依法守信、厚德笃诚”作为提高企业管理水平，提高员工素质的经商守则。同时，坚持维护消费者和广大合作伙



伴利益，让消费者和合作伙伴都满意，这既是搞好内部服务，推进文明单位创建的需要，更是企业求生存促发展的需要。

2017年，大通购物中心实现商品销售近10亿元，上缴各类税费达4000余万元，全年保持稳定增长，超额完成了年初预定的销售目标，取得了显著的经济效益和社会效益。成就的取得与公司近几年来开展的诚信经营“365”，放心消费“315”等经营理念和策略分不开的。

一、加强领导，统一思想，健全各项规章制度，保证各项法律法规制度的顺利实施

大通购物中心迅速崛起，是科学化的管理体系和先进经营理念结合具体运用的结果。购物中心在引入国际知名品牌的同时，更明白单纯靠品牌是不行的，必须强调信用管理。为此，购物中心提出了“顾客第一，诚信为商”的经营理念，以优质服务来赢得顾客和同行的信任，着重加强内部管理，宣传法制

教育力度，制订受理和处理投诉的奖惩制度、保护消费者权益实施办法以及供应商反馈机制等制度。为了使管理体系更加完善，大通购物中心还制定了《计量管理规章》《物价、统计管理制度》《供应商联系名录》以及《商品管理制度》《经济合同管理制度》《商品进仓验收制度》《商品质量管理体系》《员工教育培训管理制度》《消费投诉首问和赔偿现付制度》等规章汇编，形成了一整套科学的管理体系，有效夯实了企业的管理基础，从而使公司能够在现代化经营理念和制度指导下，直接从高起点起飞、以高品质服务赢得顾客和社会的认同，为企业的持续健康发展打下了良好的基础。

二、全程的质量保证是大通购物中心经营的重要方向

为消费者提供优质商品，是衡量其诚信经营的重要依据，也是企业应承担的社会责任和义务。大通购物中心根据《中华人民共和国产

品质量法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等规定，制定《商品质量管理体系》和《售出商品修换退制度》，加强对供应商进场审批及后续管理，力求引入符合国家相应质量标准，且知名度高、信誉好的商品，确保有严格质量保证的名、特、优、新商品进店，与此同时供应商必须对新商品提供详尽、有效的证明文件，对供应商不执行“三包”或因质量问题造成投诉的，均予以重罚。为了保证进店商品的质量和实惠，购物中心对商品质量实行全方位动态管理，并积极学习有关质量管理方面的法律法规，加强质量宣传，从行动上、观念上提高全员质量和服务意识，同时制定了翔实的规章制度，确保商品质量。通过建立健全一套系统规范的质量保证体系，公司上下在思想、意识、理念及制度方面都得到了提升和加强，在把控商品质量安全管理的同时，公司获得了显著的经营效益和社会效益，更在广大顾客心目中树立了企业良好的商品质量口碑。



三、全面维护供应商的正当利益，严格履行各类经营合同

作为现代零售企业，公司管理层深刻体会到，企业要做强做大，离不开众多供应商的支持和信任，在大力维护广大消费者合法权益的同时，公司也极力保障供应商的正当利益，决不让合作伙伴受损失。对外拧成一股绳，共同应对市场竞争，全力提升购物中心的竞争力；对内加深合作，增进互信，严格履行双方的契约合同，不僭越，不违规，自上而下遵守合同制度。与此同时对全体供应商开通总经理直线，接受来自外部供应商的投诉和维权。

四、认真贯彻执行《中华人民共和国消费者权益保护法》，将把消费者的利益摆在经营工作的首位

公司一直认真贯彻和执行《中华人民共和国消费者权益保护法》，为提高消费者的购物期望与生活水平积极努力。一方面，重视消费者权益的保护，将消费者利益摆在首位。首先是与当地工商所共同建立

消费维权联络站，并指定公司副总经理专门负责接待处理顾客投诉，在此基础上，公开公司各部门负责人联络方式，方便顾客即时投诉，同时加强对网络投诉的管理与维护，安排专人负责网上投诉的答复及跟踪，形成网上网下两手抓的投诉处理机制，真正将顾客投诉当做售后重点工作来抓。开业以来，已受理顾客投诉逾千起，都得到圆满解决。另一方面加强员工《消法》培训，不定期邀请工商及相关专家对公司基层干部以上人员进行专业指导，提高广大员工对消法的认知水平，确保消法得到有效落实。与此同时每年都制定详尽的员工年度培训计划，对全体员工进行《消法》等相关法律法规的普及教育，整体提高全体员工自觉维护消费者权益的意识。

五、完善监督机制，接受社会各界监督，进一步提高商品质量和服务水平，有计划有步骤地开展多种形式的竞赛活动

购物中心在开展“诚信经营

“365”，放心消费“315””活动中，把内部监督与社会监督紧密地结合起来，营造放心消费的良好氛围。首先，制作温馨告示牌悬挂在营业场所显眼处，提醒消费者加强自我保护意识，并公布投诉电话，进一步落实监督机制；其次，为满足顾客购物、问询及投诉的需要，购物中心在六楼及负一层超市区域分别设立总服务台，加强值班制度，定期收集员工及社会的意见和建议，及时处理消费投诉事件，按照“可修可不修的以修为主，可换可不换的以换为主，可退可不退的以退为主”的向消费者倾斜政策，力争实现“一次投诉，一次解决”，切实维护广大消费者的权益；最后，建立消费者投诉统计制度，每月由各商场上报公司总部，经整理汇编后上报工商等部门。在服务质量建设上，继续加强对员工职业道德教育，培养员工文明经商、诚实守信的经营意识。





六、建立企业信用管理档案，指定专人负责监管

为更好地促进企业健康长久发展，购物中心高度重视企业自身的诚信建设工程，从内部抓效益，分块状强化管理，同时专门指定办公室主要负责人具体负责信用档案的管理与维护。首先，加强合同管理，对公司正在履行的各类经营合同进行回访分析，查看落实情况，对于存在的违约或履行不到位的情况提出整改措施；其次，加强顾客投诉管理，对于登记在册尚未处理的各类投诉情况进行跟踪监督，绝不使消费者产生不快；最后，加强财务管理，特别是涉及公司信贷等一系列的银行借贷协议时，与相关负责

保持联系和沟通，做好及时了解，经常提醒，防止各类信用违约情况的出现。

除此之外，购物中心还制定了完善的退、换货制度，对顾客不满意的商品实行退换商品无障碍、售后服务有保障、处理问题不拖拉、接待投诉有结果。并根据《消法》的有关规定，对各大类商品因出现质量问题的处理和赔偿都有明确的、详细的规定。大通人始终坚信，一流的商业品牌是建立在一流的服务水平之上，只有赢得广大社会各界的信赖，才能推动企业向前发展。

购物中心在开展“诚信经营‘365’，放心消费‘315’”活动中，对照评选标准和要求，认真进行对

照自查，并及时总结活动中的经验教训，发扬成绩，克服不足。购物中心将以诚信经营“365”，放心消费“315”为动力，进一步解放思想，统一认识，加强对职工的法律、法规政策教育，强化企业内部管理，完善各项制度，搞好优质服务。切实维护消费者合法权益，保障广大供应商的正当利益，为保持购物中心经济效益和社会效益同步协调快速发展作出新贡献。

(绍兴大通购物中心 特约供稿)



顾水祥：品牌是踏踏实实做出来的

“一个品牌的创建，并不是一朝一夕就能完成的，品牌是踏踏实实做出来的。”浙江升华云峰新材股份有限公司董事长顾水祥曾这样说过。这位纵横商场几十年的建材行业巨子对木制品行业转变消费观念、创新企业经营管理理念等方面的问题也有自己独到的见解。

转变消费观念：从完美到自然，从同质化到个性化

目前，莫干山地板主营三种产品，实木地板、实木复合地板和强化地板。其中实木复合地板，它所采用的材料80%以上都是人工林的，只是上面一个表层采用了相对名贵的木材。顾水祥认为现阶段实木复合地板市场发展已经非常成熟了，只是老百姓的观念有待去提高和改变。

升华云峰属于浙江湖州全国地板制造核心区域，发展到今年是第23年了，真正的主业是板材，其次

是地板和家居，然后是科技木，四块产业为主。目前在全国范围内的专卖店，已经接近1500家。针对板材、地板、家居和科技木，这四样主营的产品，怎样把它形成一个产业链或者协同发展起来呢？2015年，升华云峰调整战略，对家居这块进行较大的扩张，一次性投资近1.5亿，主要以衣柜为代表。从原先的以半成品为主，逐步地向成品转型，顺应时代潮流，升华云峰的主要业务从2015年起就开始转变，从板材、科技木等半成品制造到地板，然后到衣柜，接下去是橱柜，然后是全屋定制方向发展。

现在特别流行的定制，其精髓就是强调个性化发展，针对这个发展方向，升华云峰也花了心思下了功夫。莫干山品牌旗下一款拳头产品莫干山衣柜，2015年的6月举行了一个设计招聘大赛，通过这次大赛，不仅和国内的许多大学建立起良好的合作关系，包括南京林业大

学、浙江农林大学等在内的一大批优秀大学，而且通过比赛评选，升华云峰给其中在校学习的优秀设计者提供奖学金，给即将毕业的应届毕业生提供工作机会施展自己所学和抱负。同时，升华云峰也为自己招募了一批批年轻的优秀设计师，他们的设计理念和创新角度，对升华云峰的发展有重要的推动作用。

创新管理方式：用数据说话，用量化分析

对于一个企业来说，人员能否各司其职，发挥所长是衡量企业能否健康良性发展的重要体现。从普通员工到高管人员，所有员工每天到底做了什么，在下班前都有数据体现，特别是针对生产销售这些重要环节的效率量化，升华云峰都做到了。

今天你做了什么，你的上级部门，你的主管是否认可？都会作为参考的依据。例如：云峰的微信里



有一个销售团队，这个销售团队里人员的所有数据都有统计，其中包括今天做了什么，走访了哪些市场，客户对公司和产品有什么要求，或者作为一名销售员，有哪些具体的想法，对公司有什么要求等等。同时生产方面的人员，也会有一个微信群，每天会交流今天的生产目标有没有达到，如果达到了，合格率是多少，如果没有达到，其中的原因是什么。

随着现在通信的便捷，管理方式可以通过这些方法作出相应的改善，多做总结和思考，每天都和管理人员开一个简短的总结会，在他们汇报成果总结工作的时候，现场分析每天存在的问题，讨论出解决方案，争取第二天就能解决问题，这样的工作效率和纠错能力才是企业应该追求并努力达到的首要目标。

注重科技创新：着力绿色环保，提高社会责任感

在2000年以前的木制品行业

里，国家对木质胶合板没有严格甲醛控制限量的标准。当时有很多媒体报道了由于装修污染导致用户得重症的案例，升华云峰看在眼里急在心里，想着如何才能控制游离甲醛的释放量？在当时的市场环境中，也没有其他的成功方法可以借鉴。一个偶然的机会，云峰公司结识了已故的中国木业界的权威——中国工程院院士张齐生教授，当时他已是一个全国知名的教授、院长，而云峰那时还是一个很小的民营企业，怎么才能让张院士来企业指导呢？

说来也比较巧合，院士那时要去嘉善，顾水祥就主动提出为张院士带路，顺道经过自己公司时邀请院士参观一下，并向他介绍了想要研发“环保板”的想法。就这样，张院士给云峰的发展提出了很多的整改意见，并设定了一个目标，要共同研发低甲醛含量的环保板。经过近一年的共同努力，终于在年关阶段成功研制出了“环保板”。现在的角度讲，还不能讲“环保板”，只

能说甲醛释放量低（达到目前甲醛释放限量E2级水平）。

2001年，国家首次出台限制甲醛含量的法令，当年升华云峰推出环保板的战略，实际推动了整个木制品行业的进步。随着人们对装修要求的越来越高，在克服甲醛含量高低与胶合强度大小的这一矛盾体上，莫干山品牌逐步推出了E1级和E0级的板材，使得装修更加的环保、健康。

对环保的要求是无止境的，如何跨越E0级也是当时整个木业界的一大难题。一次偶尔吃玉米的经历，顾水祥试着是不是可以用大米、大豆、玉米等植物生态胶来代替脲醛胶？经过和科研单位的合作研究，最终选择了玉米为原材料，于2009年成功研发出了玉米淀粉胶，并运用到胶合板与实木复合地板系列的生产过程中，成功跨越了E0级，甲醛释放量达到了0.3mg/L以下，这就是目前市场上的无添加醛级产品。

从E2级到E0级，再到无添加

醛级，莫干山品牌的目标就是要为消费者提供更加环保、更加健康的产品，让他们有一个健康、美好、舒适的家。

拓宽经营渠道：线上加线下，线上吸引线下成交

在互联网+的大趋势下，如何从传统的线下销售转型过渡到线上线下相辅相成，相互促进共同发展，这是摆在民营企业面前必须解决的问题。

以前是由公司直销，顾客在网上下单之后，公司直接发货给消费者。但是出现一个重要问题：木地板和板材，它们在物流运输方面并不像一般购物网站上的小物件一样方便，还涉及到物流成本，所以木

制品有其特殊性。2016年春节后，升华云峰召开了全国经销商大会，通过大会讨论、设计合适的O2O模式，让全国的经销商门店参与进来，把利润让给经销商，做到真正意义上的O2O。也就是说网络这一块，由公司来操作，如果有下单的消费者，可以让消费者根据其所在的地区，让消费者和升华云峰遍布全国的一千多家门店中距离自己较方便的一家直接联系。亦或是在网上询价的消费者，让消费者留下通讯方式，公司有专门的销售人员和消费者取得联系，邀请消费者到实体店进行体验和购买。消费者在网上看到的只是一些产品的图片，但专卖店有实物，消费者可以零距离体验到所需购买的产品。

在互联网高速发展趋势下，不能否认的是互联网这个新生力量的重要性，企业意识到“互联网+来了，狼来了”这个道理。顾水祥认为只要公司的创新和服务还在加强，就不用怕互联网电商带来的冲击。互联网追求的是一致性，而消费者所需要的个性化是互联网电商无法满足的。升华云峰目前专卖店的店员超过12000人，全国有1500个门店，公司竭诚为消费者量身打造个性化定制化的服务，全面满足客户的消费者需求。云峰人坚信：只要公司真真正正地做好服务，勇于开拓创新，发挥自己的长处，就能有长足的发展。

(浙江升华云峰新材股份有限公司 特约供稿)



创新党建 + 模式 厚植发展优势

勇当服务永康经济转型升级的排头兵

文 / 应晓红（浙江中国科技五金城集团）

中国科技五金城是永康市一张闪亮的金名片。近年来，五金城市场线上线下全面融合发展，市场环境不断优化、发展动力不断增强。五金城集团先后获得“全国诚信兴商双优示范单位”“中国商品市场百强”“中国最具品牌价值商品市场”“中国网上网下融合市场20强”“‘十二五’浙江省商贸百强企业”“浙江省商贸流通业诚信示范企业”等诸多殊荣。

五金城集团的蓬勃发展，红色底蕴不容小觑。长期以来，五金城集团党委按照“哪里有党员，哪里

就建立党的组织；哪里有市场，党组织就建到哪里”的要求，不断扩大党建工作，扩大党组织的影响力，形成了组织建设与市场发展相协调，党建工作与市场管理相结合的党建工作思路，促进了市场持续健康快速地发展，保持了市场的繁荣与稳定。如今，五金城集团党委共建有4个党支部，包括集团公司机关党支部、金城市场党支部、金都市场党支部和电商公司党支部，共有正式党员98人。五金城集团党委通过设立共产党员经营户等举措，打造党建+品牌，厚植党建优势，

充分发挥党组织在市场发展中的坚强堡垒作用和党员的先锋模范作用，党建工作已成为五金城市场中一道亮丽的风景线。五金城集团党委连续两年被评为金华市先进基层党组织，集团党委书记夏霆被评为金华市优秀党员。

一、融合企业发展，让党建+在企业中“有形”

五金城市场、电商公司的商户来自四面八方，其中有下岗工人、农民工、创业人员以及品牌企业和连锁集团等多种成份构成，公司想

■五金城党员志愿者上街宣传■



■志愿者到市场为商户服务■



■电商党建长廊■



方设法把这些散落的“珍珠”串起来，让他们流动不流失、离岗不离党，激发党员的内在动力。近年来，在党委书记夏霆的带领下，集团党委针对市场流动党员、口袋党员和隐形党员多，组织难集中的现状，在市场中广泛开展了“五共党群组织建设”，即“共建组织、共抓队伍、共谋发展、共促和谐、共创先锋”，形成以党委、工会、商会“三位一体”具有鲜明五金城特色的党群共建模式和组织体系，首创把支部建在市场和电商中，建在产业服务链上，建在创新创业平台上，通过上门走访、问卷调查、座谈沟通等形式，及时建立流动党员信息库，把党支部扎根在市场中，把党的思想工作融入于企业发展之中。集团党委始终把党建工作与经济发展相结合，党委班子形成了目标同向、价值同行、发展同步、工作同力的和谐氛围，使党组织成为企业发展的向导、决策的参谋、思想的保障。

集团党委针对五金城市场特点，坚持在市场支部实施“三亮（亮

身份、亮形象、亮承诺）、三定（定网格、定守则、定星级）、三联（联业主、联管理、联经营）、三促（促诚信、促转型、促和谐）、三有（有经费、有阵地、有制度）”标准化建设，在金城市场党支部、金都市场党支部、电商党支部开展市场党建示范点创建活动，构建以党员为链条的诚信体系，把诚实守信、文明经商的“党员诚信示范岗”作为品牌来打造，全面提升党组织建设水平 and 凝聚力。“三亮、三定、三联、三促、三有”工程已成为五金城集团党建的亮点，通过实施党员承诺制、先锋岗、责任区，党员在市场和融入智慧五金城线上线下融合转型发展中，始终走在前、干在先，党员成为诚信经营的带头人，消费者信得过的品牌。如今凡授予“党员诚信示范岗”牌的党员经营商户，投诉为零，产品质检抽查满意率较高，成为市场最信得过的“品牌”，党组织的地位和作用明显增强，党员队伍不断壮大。

二、融合创新创业，让党建+在企业中“有力”

围绕商户创新创业，让党员发挥作用，加强互动交流，五金城集团党委搭建了学习交流、服务群众、爱心互助、创新创业、资源整合、形象展示六大平台，形成了覆盖全市场的党建服务网络。五金城集团公司党委充分发挥五金城实体市场体量优势，打造“智慧市场”，将成熟兴旺的五金城市场整体延伸至网络，发挥网络优势，突破五金城市场区域限制，拓展新的发展空间，打造了线上线下市场的“双轮驱动”发展模式。“智慧五金城”涵盖了五金城实体市场的所有商铺以及永武缙地区的部分生产企业。基于服务实体市场和企业的目的，通过实现将线下的资源整合到线上、商户地理位置采集、定位等功能，方便采购商检索和定位所需要的商品和店铺，完成线上线下的互动。只要扫描二维码、搜索关键词，就能帮助采购商实现精准导购和导航，精确地找到采购商需要的商家和企

■学习省委第十四次党代会精神■



■党员经营户承诺上墙■





■ 党员诚信经营户表彰大会 ■



■ 重温入党誓词 ■

业，并且设置出最短的到达线路。最终，采购商还可以通过“智慧五金城”交易功能完成采购。“此外，在‘智慧五金城’首页，还有实时滚动更新的购买记录，企业、商家、采购商可以一目了然。

与此同时，五金城集团在“智慧五金城”上开通“党员专区”，创新商业信用体，只要打开“智慧五金城”首页，就能找到“党员模范店铺”这一版块，让党员网店“亮明身份、挂牌经营”，带动广大网商共同提高诚信度。与其他电商平

台相比，“智慧五金城”的信用体系建设具有天然的优势，上线店铺中不少都是在实体市场中进行诚信交易10多年的老商户。凭借着实体市场的交易诚信体系评价标准，这些商铺一上线，“智慧五金城”后台系统就会自动为他们打上“诚信”“党员”“四化”等标识，让采购商可以借此做出信用判断，放心采购。如今，五金城市场“党员专区”店铺已经达到400多户，全力促进广大党员店主充分发挥党员的先进性，带头诚信经营、公平竞争。同

时，“智慧五金城”也尝试将优秀电商商户培养成党员，鼓励引导其在产业发展中发挥先锋模范作用。

三、融合企业文化，让党建+在企业中“有为”

文化是企业的灵魂，是企业发展的不竭动力。集团党委创新地把党建+融合于企业文化之中，打造出涵盖“红色文化”和“绿色文化”独具特色的五金城党建文化和企业文化，通过企业党组织这个平台，为企业培育出各具特色的企业品牌文化、创新文化、和谐文化和公益文化，使党建工作更加贴近企业实际、员工的实际和商户的实际，将企业文化转化为一种看得见的生产力，为企业发展提供有力的文化支撑。

市场党支部结合市场发展实际，大力推进市场两新党建工作，明确了《市场党组织十要守则》《市场党员十不守则》《市场党员十条红线》，同时，以“学习党的优秀革命传统，践行红船精神，弘扬党的红色文化”为主题，多次组织开展学习讲座、经验交流会、党委书记上党课、迎新晚会、参观郑义门等多种主题活动，进一步激发党员、商户的热情和潜能，凝聚党员力量，让党员商户耳濡目染红色文化，提升党员商户的政治素养，增强党员的荣誉感、责任感和使命感，商户的精神面貌发生了非常大的变化，两新党组织的“战斗堡垒作用、政治核心作用、经济引领作用”得到充分的发挥。今年初，集团公司党委围绕“思想政治素质、遵守法律

和社会公德、热心社会公益、诚信经营引领”等方面的示范先锋指数进行星级评比和诚信经营户(企业)评定活动,有14名党员个体工商户分别评上三星、四星、五星,379名个体工商户被评定为2016年度诚信经营户(企业),进一步提升市场两新党建整体规范化水平。电商支部积极创新开展“尚五金”电商平台党建工作。在电商公司建立党群服务中心,在“尚五金”平台上开设党员店铺专区,党员店主做到亮照片、亮承诺,电商党员员工做到亮证上岗;利用电商公司走廊设计了50米的党建文化长廊、党群服务中心等设施,真正将党建与电商有机结合,以党建促发展。

多年来,五金城集团党委还积极倡导诚信经营、保护环境、奉献爱心、构建企业与员工,企业与商户,商户与商户之间和谐发展的绿色文化。在永康市创国卫期间,市场党员带头参加创卫活动,发挥表率作用。今年,为贯彻落实省委提出的“决不把污泥浊水带入全面小康”的决策部署,全面打赢“剿灭劣Ⅴ类水”攻坚战,全体党员共同签订了“四带头、零排污”公开承诺书,充分发挥自身的示范辐射作用,带动亲朋好友、邻里乡亲,为整治水环境,建设“优雅城市、大美乡村”作出应有的贡献。

四、融合转型升级,让党建+在企业中“有效”

“传统的商业模式必须变革,转型升级迫在眉睫”这是五金城集团上下共同的呼声。五金城集团党

委多次组织“我为市场献一策”“五金城为我添平台,我为五金城添什么?”“党建电商双促进,融合创新助升级”等多种主题研讨会,激发更多的思想火花,五金城商会、协会组织争相抱团发展,纷纷对五金城市场未来发展进行筹划布局。

五金城集团党委坚决贯彻执行永康市委、市政府的决策部署,紧紧围绕市十四次党代会的目标任务,全面加强党的建设,科学谋划集团发展,瞄准资本上市一个目标,强化电商产业、会展经济两大品牌,提升金城、金都、尚五金三大市场,深入推进电商引领、展贸联动、“走出去”发展、品牌强企四大战略举措,拓展营销网络,推进市场、电商、会展联动发展,线上线下全面融合发展,着力打造一个产业支撑有力、网上网下融合、覆盖全国乃至全球的“中国科技五金城”,通过充分挖掘已有平台上的资源优势,聚合永康五金产业要素和商业要素,通过规划引领、政策引导和创新带动,促进现代服务业在空间的有效集聚与区域的合理布局,由单一的市场和会展交易与服务向电子商务、现代物流等复合形式演化。在商业模式上,推动从市场专业管理能力向基于资源协同的经营能力转变,通过商业创新、模式复制和连锁经营,面向全国发展市场连锁,着力形成以中国科技五金城为龙头的总部基地;构筑全球配销网络,着力形成以中国科技五金城为核心的渠道中心。在经营模式上,推动从市场资源、政策资源为主向人力资源、配销网络资源、客户资源为主转变;

企业运作模式,包括竞争优势、盈利模式、经营模式、项目运作组织形式等方面,由传统向现代转变。致力服务于“全国乃至世界先进制造业基地”建设,继续确保国内五金市场的龙头地位和五金行业的引领发展地位。

在新时代、新常态下,企业党建工作任重而道远,公司深感党建工作有为才能有位,有位才能有为的真谛。五金城集团党委将积极探索党建+模式的新方法、新途径,进一步围绕推动发展、服务群众、促进和谐来发挥党组织的政治引领作用。深入推进“两学一做”常态化制度化,将党建工作与企业发展融合起来,为市场发展提供正能量,不断增强企业员工和经营商户的向心力与凝聚力,大力推进大众创业、万众创新,让“党建+”融合在企业的发展中更为“有形、有力、有为、有效”,切实成为企业转型升级的红色动力引擎,以党建助力五金城发展,让党建成为看得见的生产力,为“全面奔小康、永康新腾飞”添光加彩! 

巾帼西丽，业务多元下的品质追求

文 / 张志远（杭州巾帼西丽市政园林建设集团有限公司）

杭州巾帼西丽市政园林建设集团有限公司

杭州巾帼西丽市政园林建设集团有限公司始创于2002年9月，是一家专业从事道路清洁保洁、家政服务、信息采集、职业技能培训等综合性、多元化经营的服务企业。公司拥有注册资金6000余万元，员工6000余名，业务遍布浙江、安徽、山东、福建、江西、山西等省市，2017年公司主营业务收入达2.5亿元。近年来公司先后荣获“中国驰名商标”“中国清洁行业十大著名品牌”“全国家庭服务行业知名品牌单位30强”，首批“全国敬老文明号”，浙江省服务名牌，省、市著名商标等一系列荣誉称号，成为全国生活服务业的知名企业。作为一家多元化经营的企业，巾帼西丽前瞻市场动向，优化企业资源管理，成功做到了多元化经营和服务品质的有机统一。

制定行业标准，领立行业标杆

作为一家在杭州较早从事道路清洁、家政服务和数字城管信息采集服务的公司，巾帼西丽始终坚持标准化作业，服务质量和专业水平得到甲方单位和社会各界的广泛好评。公司重视标准化建设，2013年公司董事长丁常菊当选为国家标准

化管理委员会委员，并主导公司参与制定主营业务多项国家标准、地方标准和行业标准，成果突出。公司先后参与起草中华人民共和国国家标准《清洁服务通则》、杭州市地方标准《城市环境卫生作业规范》、中华人民共和国城镇建

设行业标准《城市市政综合监管信息系统管理部件和实践信息采集》，为推进城市环境卫生服务标准化，提升管理水平，提供优质的环卫服务质量，创造整洁优美的城市环境提供了重要指引。同时公司在国内道路清洁行业率先推出

巾帼西丽参展浙江省老年产业博览会



巾帼西丽顺利完成杭州市母婴生活护理行业标准化试点工作



“X+1”机械化模式，被有关部门收录进《杭州市道路清洗作业规范》。2011年，根据失能老人照护服务需求化的特点，结合西湖区失能老

人照护工作的特点，公司主导起草杭州市西湖区地方标准《西湖区失能老人居家照护服务规范》。2017年，公司圆满完成承接杭州市质量

技术监督局杭州市母婴生活护理服务标准化试点工作，为杭州市母婴护理市场的规范化管理提供了有力借鉴和参考。

创新商业模式，铸就高端品牌

近年来，公司在商业模式创新和品牌建设上成果丰硕，巾帼西丽打造的“家家喜”高端家政品牌给家政行业标准化和职业化建设上提供了成功的典范。公司家政业务商业模式创新模式被浙江省现代服务业发展工作领导小组和浙江省发展和改革委员会编入《2016年浙江省服务业发展报告》。

为配合公司的品牌推广和新形势下运营模式的转变，公司成立了“杭州家喜科技有限公司”，公司的技术团队开发了“家家喜”APP，用户在手机终端随时随地就可以查询信息、预约下单和留言反馈。同时公司也建立了微信公众号和官方网站，并且在美团、百度糯米和大众点评网上进行线上推广。在O2O形势下，“家家喜”采用C2C+B2B2C

直营为核心兼标准化加盟型运管模式，“家家喜”平台统一为员工进行培训、配给服装、工具和确定服务标准，根据用户位置就近安排员工提供服务，让家政服务和养老服务搭上了“互联网+”的快车。

从客户预约、签订合同到服务结束反馈的全过程，公司制定了一系列服务评价和投诉处理反馈机制。譬如客户满意度考核、质检部电话回访、工作人员按需走访等，在公司、客户、服务员工之间建立了一个畅通的沟通渠道。公司在细分市场里做精、做强，使家政服务内容从传统的事情杂、技术含量低的“家务活”发展成为专业化、职业化的高端服务活动，公司客户服

“家家喜”摒弃了市场上仅仅提

供中介服务的弊端，采用员工制管理模式，服务人员与公司签订劳动合同。“家家喜”所有的钟点工、月嫂、居家养老护理员都经过了巾帼西丽职业技能培训学校严格规范的培训，所有从业人员都持有健康证明、有效身份证明、职业培训证、技能等级证。公司为所有员工建立了档案，档案收录了该员工基本情况、培训记录、考核成绩、相关证书和客户服务资料。通过规范化管理和职业培训，“家家喜”服务人员综合素质不断提升，在2016年全国巾帼家政服务职业大赛中，巾帼西丽公司代表队以总分第二名的优异成绩在全国31个代表队中脱颖而出，获得专家评委的一致好评。

公司党委组织观看十九大开幕会



江干城管驿站巾帼西丽点投入使用



巾帼西丽参加杭州市环卫系统文艺调演



完善内部管理，坚持诚信经营

公司不断完善内部管理，在信用管理方面成果突出，先后被中国商业联合会评为“企业信用等级AAA”、浙江省工商行政管理局授予“AAA‘守合同重信用’企业”，2015年被浙江省企业信用促进会评为“浙江省信用管理示范企业”。

公司先后导入 ISO9001 质量管理体系、卓越绩效管理体系、GB/

T24001 环境管理体系、GB/T28001 职业健康安全管理体系，并荣获“西湖区政府质量奖”，公司设立品质管理部门指导实施公司标准化体系建设，不断发现服务过程中存在的问题并提出改进方案。

公司秉持“客户至尊、程序至严、质量为根、诚信为本”的质量方针，在管理方法上不断探索创新，

建立从员工、班组长、部门经理、总公司四级考核模式。公司设有客服中心、售后服务中心并制定有完善的售后服务管理制度、客户档案管理制度，同时设有相应的专职人员负责对客户的售后服务，顾客投诉处理率达 100%。

开展文化建设，培养合格人才

公司党委积极开展“以党建带群建”工作，积极创建“蓝领驿站”，既依托巾帼西丽职业技能培训学校，采取全免费、针对学、给证书等有效举措，培养出了一大批懂理论知识、知职业礼仪、能动手服务的一线员工，为蓝领工作者提供了成才培训保障。去年以来，公司党委积极开展“两学一做”常态化制度化学习教育活动，组织公司党员、员工学习党的十九大精神，并开展“党旗下的巾帼西丽”系列活动，在丰富员工精神文化生活的同时，进一步提高了公司员工的凝聚力。

公司自 2009 年创办《巾帼西丽报》，报纸每月一期，同时公司业已开通公司网站、公司微博、微信平台等新的宣传载体，公司多元化的宣传平台业已成为巾帼西丽集团企业文化的载体、宣传舆论的窗口、思想教育的阵地、员工学习的平台。公司每年举办“巾帼西丽杯”系列活动，组织员工外出拓展训练

和培训。公司内部积极开展“争先创优”活动和年度“最美巾帼西丽人”评选活动，通过各种形式的活动，员工的凝聚力和向心力得到进一步加强。

戮力同心谋发展，砥砺前行谱

新篇。在新的一年里，巾帼西丽人将继续发扬拼搏奋进的企业精神，敢于奋斗，善于奋斗，为企业谋发展，为社会添福祉，继续做好“家庭好帮手，城镇美容师”！

巾帼西丽集团公司前台



“福泰隆” 积极打造浙中商业航母

浙江福泰隆连锁超市有限公司创立于2000年，是浙江福泰隆控股集团有限公司旗下从事连锁零售业发展的旗舰，现已拥有22家直营连锁超市、2家百货商场、2家市场，85家社区便利店，总营业面积逾24万平方米，年销售8.7亿元，员工（包括促销员）总人数近5000人，拥有超市会员40多万人，是目前金华市零售业的经营典范。

福泰隆超市的五大主力经营业态：超级购物大卖场、大型购物广场、社区连锁便利店、加盟便利店、电子商务泰泰快购平台。

公司立足地区经济发展，积极拓展竞争空间，依靠自己务实的工作作风和开拓进取的创业精神，以“高品质、低价位、优质服务”赢得了广大消费者的信任，实现了自己的长足发展，成为地区商业的重要力量，旗下连锁超市网点覆盖金华本市级、武义、兰溪、龙游。

2017年起，公司将战略和发展的重点放在抓好市本级的经营业态中，提升门店形象、加强服务体验、扩大民生产品和品质生活用品的商品结构，对生鲜、蔬果、进口商品扩充容量、提高质量，同时加紧与品牌合作商、厂商的一线采购合作，让金华的市民、让我们的广大消费者和优质会员能在福泰隆超市享受到最高品质、最低价格的体验和服务。

面对目前竞争激烈的市场环境，福泰隆努力寻找和配置自己的优势，把重点转移到结构调整上，调整到适应市场竞争的需要上。连锁经营布局采取辐射型的营业网点设置，由市区向周边县市扩散，实现由点到线，由线到面，继而覆盖整个金华地区。连锁经营方式采取多层次、多元化





的发展,经营业态向大型购物商场、便利店、折扣店、大型综合性超市、电子商务等多方向拓展。

福泰隆 777 便利店现在已经逐渐发展成为拥有 85 家门店、有了一定仓储、配送能力的、全方面的便利店管理运营机构,取得了较好的社会效益。配送门店数量达到 376 家,包括直营店、加盟店、外围店。

泰泰快购电子商务平台是金华第一个将超市、卖场等线下资源进行整合的一站式平台,将本地企

业在互联网上进行的在线销售、在线采购业务与企业内部的销售、采购、仓储、物流、财务等业务管理网企融合在一起,突破传统线下资源与企业电子商务应用相分离的局限,弥补单纯电子商务平台的缺少线下资源的缺陷,将整个企业经营流程贯通,从整体上提高企业经营效率和效益。为企业更好的进行网络推广提供指导和决策依据,使得企业在互联网上的推广与企业运营完全融合,成为企业整体运营过程中一个不可缺少的组成部分,真正实现基于互联网的经营模式。

福泰隆在发展民族商业的道路上,一步一个脚印不断发展壮大,但其实,每一步都走得很慎重,也很不容易!发展的 18 年来,国内零售巨头、外资零售大鳄等纷纷陆续登陆金华,互联网创业的崛起和迅猛发展,导致行业强行洗牌,使得年福泰隆备受考验。在这场颠覆性的市场变革中,福泰隆展现出了民族商业应有的勇气,并没有放缓前进的步伐,反而越挫越勇,越战越强。福泰隆超市在发展民族商业的道路上成就突出,但是它更不忘把回报社会当作自己一种责无旁贷的义务。对社会,它勇于承担起促进和谐和提高社会保障水平的责任;对政府,它勇于承担起创造税收和创造就业机会的责任;对行业,它勇于承担起引领发展和树立良好社会形象的责任;对顾客,它勇于承担起满足客户需求和提供优质服务责任;对员工,它勇于承担起促进成长和保障合法权益的责任。

自福泰隆出资 1000 万成立了“浙江福泰隆慈善基金会”,基金会的成立,为福泰隆发展公益事业带来新的起点与贡献。基金会成立以来,举行了围绕教育、文化、新农村建议、困难帮助等方面的多次较具影响力和社会号召力的公益慈善活动,累计捐款达数百万元,实实在在解决了部分弱势群体的实际困难,取得了良好的社会效益。

浙江福泰隆连锁超市有限公司经营目标三年内销售额达到 40 亿元,每年利税 2 亿元。我们将积极推动金华商业的发展,更好地树立“福泰隆”这个知名品牌,积极地向周边地、市扩张,真正使“福泰隆”成为浙中地区的商业航母,为金华城市提升品位做出应有的贡献。

(浙江福泰隆连锁超市有限公司 特约供稿)



启良知良能，在突破中谋发展

浙江英诺珐医药有限公司是浙江康恩贝集团下属具有独立法人资格的药品批发企业，于2004年2月在金华注册，2011年并入康恩贝制药股份公司，目前注册资本2.3亿元。公司主要经营中成药、化学原料药、化学药制剂、抗生素、生化药品等。公司目前经营的30多种药品，主要包括康恩贝牌肠炎宁、金奥康（奥美拉唑肠溶胶囊、注射用奥美拉唑钠）、金笛牌复方鱼腥草合剂、可达灵、膏剂、强力枇杷露、小儿止咳糖浆等。

公司成立10多年来，经营规模快速增长，特别是2017年期间，在全体员工的共同努力下，启良知良能，在突破中谋发展，公司业绩取得亮眼成就。全年实现主营业务收入12.32亿元，同比增长35.9%，其中“金奥康”、“肠炎宁”两大主





打品牌销售均突破5亿元；实现经营性净利润1.27亿元，同比增长22.8%。

著名管理学大师彼得·德鲁克说“每一个成功的企业，必定是有人做出过勇敢的决策”。2017年4月9日，公司开始重新打造第一个品牌——康恩贝牌肠炎宁。公司1500多名将士齐聚浙江金华体育中心，正式启动“肠炎宁亿元月活动”，率先打响“康恩贝大品牌大品种工程”的第一枪。

在各级管理者率先垂范的带领下，1500多名销售精英，头顶烈日，日夜奋战在市场一线，热火朝天地开展了10万家终端陈列，近百万店员培训，快速修复了与客户的关系。5月份销售突破1亿元，只用了短短半年时间，康恩贝牌肠炎宁从过去的负推荐，变成了30%以上的终端首推荐。据南方所数据显示，康恩贝牌肠炎宁市场占有率达14.1%，位列全国肠道用药第一份额。

肠炎宁的一举成功，证明了英诺珐公司“以客户为中心”，扎根终端精耕细作战略的正确性。在此基础上，2017年10月6日，全体

将士集结G20会场，激情擂动金笛牌复方鱼腥草合剂四季度“一鼓作气，再战二亿”的战鼓，第二个品牌“金笛”隆重上市。

凭着过人的产品力，及清晰的市场定位，成功推广一个季度后，金笛品牌销售收入超2亿元，与去年同比增长128%。

在锐意开拓市场之时，公司深化内功，不断建立及完善现代化管理机制，建立了符合企业发展的十三五战略规划，建立了科学规范的年度经营计划，建立了市场营销、销售各项管理流程，建立了人力资源管理体系、财务管理体系、质量保障体系等各项现代企业管理制度，同时不断改进与完善招聘、培训、绩效管理、薪酬等机制，不断提升员工“存在感、成就感与崇高感”。

在企业文化方面，公司认真引进学习日本经营之圣稻盛和夫先生的经营哲学，努力创造环境，将“挑战高目标”“付出不亚于任何人的努力”“销售最大化，费用最小化”变成经营者的自觉行为，誓将企业

打造为一家高收益的企业，从而实现员工物质与精神两方面的幸福。

在心灵深处建设心灵品质，是人生的最大战略，只有伟大的心灵，才能成就伟大事业。“阳明心学”是中华文化的精髓和切入点，公司组织管理干部学习阳明心学，提升了大家的心灵品质，并拥有了相应的仁爱、智慧、胸怀和能量，能够真诚地面对消费者和客户，听到市场上“无声的呼唤”；能够真诚地面对管理团队和员工，激发大家的信心和力量，从而实现经营的高质量提升。

在“十九”大开局之年，公司将时刻保持与祖国同频共振，遵循良知商道，以利他思维，超越单纯以营利为目的开展经营。2018年将真正见证我们勇气和智慧的一年，公司将计划组建第二支销售团队，开始打造第三个品牌。5年内，公司将计划组建万人销售团队，以仁爱之心打造出一个又一个伟大的品牌，成为百亿级企业，引领OTC行业，助力康恩贝实现“十年千亿，引领国药”的宏愿！

（浙江英诺珐医药有限公司 特约供稿）



江水流过，归帆飘过，奔波劳碌，烽火硝烟，苦乐人生……帝王之陈迹，圣贤之芳躅。南宋高宗建炎二年（1128年），孔子第48世孙、嗣衍圣公孔端友率支族一路风尘仆仆，护驾宋高宗南渡，最终定居宋高宗所赐安家之处衢州。故衢州被称为“东南阙里、南孔圣地”。

南孔朝圣地

中国水亭门

水亭门历史街区

水亭街的繁华和衢江的水运发达兴衰历史紧密相连，水运兴盛则水亭街兴盛。穿过水亭门城楼，就是码头。作为浙闽赣皖四省商贸的重要通岸口，水面上千帆竞渡，商贾如流。脚夫人抬肩扛，码头人来人往，熙熙攘攘；清波绿水之中，白鹭青鸟的江南水乡恬美之色跃然于眼前，而舟楫争渡、渔舟唱晚的美景正是当年水亭门码头风光的所在。而通往码头的古城楼，也因码头可以通航远方，故名航远门，也称朝京门。

2013年，水亭门得到了整体规划，经过近两年的修缮，水亭门历史文化街区面貌已焕然一新，明、清、民国各时期的建筑得到了有效的保护与修缮。

2016年6月份，水亭门启动“鲜花小镇”项目，街区风格融入了鲜花组合、花境等元素，使原本以黑白色调为主的街区，如同披上了一件色彩斑斓的衣裳。青石板路鲜花掩映，花团锦簇的古街区，是另一



种道不尽的水亭风情。

2016年9月28日,水亭门一期项目正式开街,引进休闲餐饮、时尚潮品、风情酒吧、公益书房等新元素,为街区注入年轻、时尚、活力的因子,明清商贾繁华得以再现。

2017年春节庙会、灯会,水亭门以17天迎客120万的成绩完美收官,成为江浙沪知名的“网红街”。

华丽转型中的水亭门街区,正在讲述一个古老而又年轻、复古而

又时尚、内涵而又有趣的古镇故事。

水亭门历史文化街区以“儒学文化”为背景,以“南孔朝圣地、中国水亭门”为目标,街区包括休闲体验、文创零售、餐饮美食、艺术空间、美体养生、VR科技、国学书院、酒店客栈等业态,成为“城市旅游、文创商业”的时尚聚集地。

作为衢州最能体现古城风貌的老街,水亭门街巷目前尚存有三街

七巷:水亭街、上营街、下营街、柴家巷、天皇巷、黄衙巷、罗汉井、皂木巷、宁绍巷以及进士巷,现存多为晚清至民国时的遗迹。这是一片“没有围墙的博物馆”,周宣灵王庙、神农殿、天妃宫等。

自开街以来成功引进非遗老字号等,邵永丰麻饼、古铺良食非物质文化遗产小吃、白糖饼、天福堂、琉璃工房、儒文化餐厅。

天福堂中医药房,创办于清乾





隆年间，距今已有 250 多年，具有鲜明的中华名族传统文化背景和浓厚的文化底蕴。由于历史悠久，药材地道，成为浙江地区享有盛誉的国药老店，被浙江省商务厅授予“浙

江老字号”。民间也一直流传着这样一句话：“水亭街的白菜，天福堂的药材”。店内主要经营中药材、中药饮片、各类药品等，200 多年来，天福堂崇奉商业道德，童叟无欺，货真价实，以地道的药材、可靠的质量、周到的服务、合理的价格、齐全的品种服务顾客，秉承百年老店的信誉，堪称药界楷模。

邵永丰麻饼，邵永丰是创建于清朝年间的邵永丰面饼店，自问世以后就以生产衢州传统特色麻饼、冻米糖、芙蓉糕、花生糖等产品而蜚声省内外。早在 1929 年南京博览会上，邵永丰（衢州麻饼）就荣获“国家级名品佳点”称号。邵永丰始终以品质打造信誉，以顾客为朋友，深受广大消费者的喜爱。邵永丰麻饼之所以受到消费者的青睐，和它的加工工艺是分不开的。因此，邵永丰在加工工艺上一直保持传统特色，用炭炉烘烤，从原料到成品要经过一百多道工序，坚持现烤现卖。另外，根据现代人的口味和健康新理念，邵永丰开发了许多新的品种，有传统的以糖为主馅的甜麻饼、甜月饼，也有无糖、低糖的麻饼和月饼，品种达 20 多个，现烤现卖，有单个包装或盒装，以适合不同层次、不同市场的需要。

古铺良食，衢州传统小吃，作为衢州小吃店代表，古铺良食可谓

墙内开花墙外香，已在杭州开了 3 家连锁店、义乌 1 家连锁店，在当地名气不小。古铺良食精选的每一道小吃背后都有一段令人遐想和追忆的故事。如徐霞客品鉴过的“三头一掌”，乾隆皇帝钦点的常山贡面，披萨的“鼻祖”开化汽糕等。衢州文化底蕴深厚，古铺良食不仅单纯展示传统小吃，更想通过这个载体，弘扬、传承原汁原味的衢州传统文化。1000 多平方米的场地上，古铺良食引入 100 余种衢州传统小吃，这些小吃全部采取敞开式经营，邀请各县（市、区）老工匠进场，手工制作各式小吃。

2018 年注定是竞争空前的一年，街区本着利益结合项目实际情况，一方面广泛收集客户资料，寻找上档次的主流品牌，了解客户的增店计划以及经营规划思路。另一方面尽可能多地增加预备客户资源，制定目标计划表，完善招商目标责任制，确保完成任务。今年还将对部分商铺进行提档升级，多引进传统文化类、手工艺类、零售文创类及艺术博物馆类等业态，积极完善特色商业街功能，争创古城建筑与古城风貌整体协调的风景旅游区，促进文化与旅游融合发展，打造衢城靓丽的金名片。

（水亭门历史街区 特约供稿）



灿若蝶变，龙坞焕颜茗远扬

龙坞茶镇·九街春暖隆重开街，茶香天下闻



博观约取蓝绿城，厚积薄发造“九街”

“一年之计始于春”，春天是一个孕育播种希望的季节。

2017年的春天，谋定而后动

的西湖区政府，以PPP模式，引进蓝城集团、绿城集团，委任宋卫平先生为名誉镇长，“宋镇长”在2017年开茶节上当即表态要将龙坞

小镇建设成为一流的特色茶镇。当

年龙坞茶镇先期启动了茶创园板块改造，仅历时一年，杂乱无章的民居、厂房、商铺等不见了，缺乏特色的园区消失了，取而代之的是民国风情洋溢的建筑立面，以及和周



边山水、茶园环境交相辉映的雅致园区。新的龙坞茶镇涵盖茶叶精品专卖、茶叶研究、科学饮茶、茶文化延伸产品专卖、酒店式公寓、民宿、茶艺、国学培训、创客空间、文创空间等诸多“茶主题”相关业态，形成以“茶科研、茶文化、茶生活”为内核的茶叶全产业链优质孵化基地。

时至今日，改建焕颜后的茶创园区，又迎来新一轮的勃发。她被重新命名为龙坞茶镇·九街，“九”不仅取义陆羽在《茶经》中对茶所概况的“九事”和“九德”，更代表龙坞茶镇所规划的四横五纵共九条茶主题街巷。用传统文化中最具内涵和传承意义的数字对园区命名，体现了老百姓和政府对于龙坞茶镇的殷切期许和美好祝福。

在万众期待中，龙坞茶镇·九街于3月31日进行了开街启动仪式。在浙茶集团、贡牌龙井、御牌龙井、艺福堂、大茗堂、一茶集团、蓝城恒汇等几十家知名茶企入驻开业的熙攘声中，在人民日报、新华社、央视、浙报等十数家大型媒体的见证下，开街仪式和茶文化嘉年华活动隆重启幕，同期举行的2018年西湖龙井炒茶王大赛、春茶拍卖会、中华戏曲展演、群戏荟萃表演、少儿茶艺大赛等，让龙坞茶镇更深入走进人们心中，以此为契机，将中华茶文化弘扬至世界。

未来，龙坞茶镇·九街将成为

集茶科研、茶文化、茶生活、茶养生、茶游憩为主题的茶创园，目标成为国家级5A景区，为杭州市民提供一个品茶、聚会、休憩旅游的目的地。龙坞茶镇将以“茶产业为引领、茶文化为灵魂、茶生活为核心”，以全产业示范为发展目标，打造成为中国茶文化世界之窗，乃至世界茶文化中心。

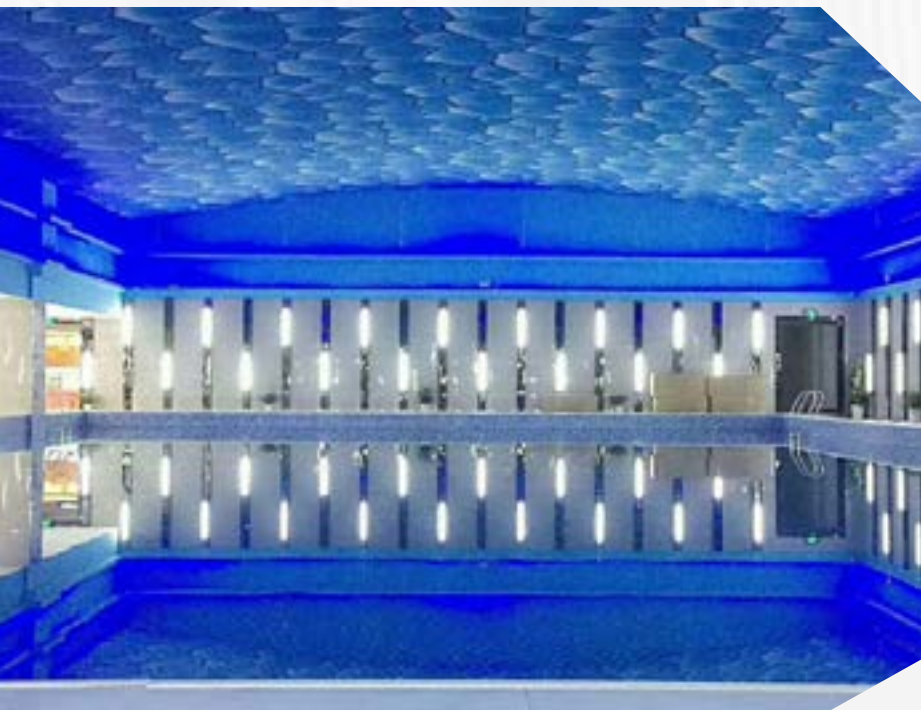
龙坞茶镇，这个浸润于优美原乡茶境中，以悠久茶文化而闻名，同时规划有功能丰富完善、未来前景广阔的特色小镇，于2018年飘出新一缕茶香，九街开街将向全世界展现中国茶文化的时代新颜，更承载起引领世界茶文化复兴、茶香满全球的理想。

（龙坞茶镇 特约供稿）

衢江商业街



商业步行街



四季恒温游泳池

衢江东方广场项目位于衢州市衢江区中央商务区，总投资15亿元、总建筑面积达22万平方米，是集购物中心、金融办公中心、文化娱乐中心、运动健康中心、儿童体验中心等于一体的大型城市综合体，2015年5月20日开业。衢江商业街位于东方广场，同步对外开放。

经过近三年的招商运营，商业步行街引进入驻包括东方运动城、珠江钢琴培训、乐宅装饰、将军馆土特产、香兰阁美容美体、娃娃脸

童装店、炎文电脑未童教育衢江校区、陌生人街舞、凯瑟琳英语、艺尔艺创意美术中心、启迪乐高、阳光天使舞蹈、杭州竹君作文、庆熙跆拳道、初客牛排、过桥米线、开心老婆、泓味无味精厨房、中国联合网络通信有限公司分公司、中国移动网络通信集团有限公司衢州分公司等 50 余家商户，许多品牌更是首次进入衢州。并且通过商场业态的升级和优质品牌的引进，得到了广大消费者认可，丰富的活动引来消费者的多次排队潮，聚集人气，



东方运动城



夜晚步行街

为消费者提供“一站式”吃、住、玩、购时尚新体验。

作为衢江商业街特色项目——东方运动城，是一个集多功能为一体的综合性体育设施项目。不仅引进了一些常规的运动健身项目，恒温游池、篮球场、羽毛球场，还建起金衢丽地区首个真冰场，不仅可提供滑冰休闲活动，还可承办各类冰上比赛。东方运动城致力于打造一个项适合各年龄层运动健身的场所，助力全民健身，为健康保驾护航，同时作为一种新型业态模式，东方运动城为衢江商业街聚集人气提供了不可或缺的动力。

（衢州东方集团 特约供稿）

浙江省商贸业联合会 2018 年工作要点

2018年是贯彻党的十九大精神的开局之年，是改革开放 40 周年，是决胜全面建成小康社会、实施“十三五”规划承上启下的关键之年。浙商联将以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，认真贯彻十九届一中、二中、三中全会和全国两会精神，秉承“服务立会、开门办会、品牌强会、融合发展”的办会理念，推动商务事业在新时代实现新发展，为“两个高水平”建设作出新贡献。根据二届二次理事会确定的工作思路，2018 年的工作要点如下：

▲ 一、围绕一个中心

以“研究消费问题，促进消费增长”为年度工作重心，分析解读商务部消费升级行动计划，加强行业调研和课题研究，指导行业发展；深入会员企业调研，积极反映会员诉求，为政府制订法规、政策提出建议意见；通过举办各类活动促进消费。

（一）根据省政府工作报告要求，围绕“以优质服务打造最佳营商环境”“加强市场消费环境建设、培育

发展放心消费示范单位”“加强行业标准化建设”“大力发展养老服务业”等议题开展调研。

（二）在省商务厅等部门的指导下，联合省相关协会及相关单位全力办好 2018 浙江金秋购物节，打造“金秋购物节”品牌。

（三）在省民政厅、省商务厅等指导下，联合相关协会继续承办好“第七届浙江国际养老服务业博览

会”，拓展养老产业发展常态化服务。

（四）联合浙江银联与全省商业银行、大型商贸企业开展“全省联合营销活动”。

（五）精心打造浙江商贸高峰论坛，加强研究新消费、新热点、新服务，探讨发展新理念，积极推进商贸流通改革创新。

▲ 二、强化两方面建设

（一）制度化建设

健全秘书处工作制度和机制，推动制度和工作创新，坚持市场化运作和规范化管理，提升运作和管理水平。2018 年为“制度建设年”，制定出台商贸统计分析报告

专家论证制度安排、发挥团队精神 and 建立团队协同机制、设立重大（重要）工作管理小组等制度。

（二）信息化建设

开发会员管理系统，强化信息更新，提高浙商联管

理水平和工作效率。继续完善和推广浙商联的宣传窗口，确保会刊、网站、微信等资讯平台正常运作，拓展自媒体发展与自媒体联盟建设。

▲ 三、夯实三个基础性工作

（一）统计工作

加强典型商贸企业统计工作，推进省级商贸流通业统计平台建设，加强数据积累、分析与应用。

（二）标准化工作

发挥省商贸流通业标

技委的作用，全面推进商贸流通业标准化建设，在部分领域推进团体标准的制定与实施。

（三）行业建设工作

评选行业先进，树立行业标杆。继续开展商务诚

信体系建设和商贸流通诚信示范企业创建，积极参与商务诚信平台建设，参与放心消费示范单位创建，营造诚信氛围，宣扬诚信商业文化精神。

▲ 四、突出四项服务

（一）金融服务

成立金融专委会，充分发挥和聚集我省金融行业力量及优质资源，为推动我省商贸流通行业的持续、健康发展做出积极贡献。推动设立凤凰发展基金和养老产业基金。

（二）法律服务

成立法律服务部，整合省律师协会专业力量，服务企业、服务会员。提供法律咨询服务、开展法律协调业务，推广法律知识，举办法

律公益交流活动、开展法律培训。

（三）咨询服务

依托浙江现代商贸发展研究院、浙江省现代商贸企业服务中心，建立完善商贸专家库、商贸人才库、商贸信息库、政策库、数据库，加大行业重大问题研究和动态跟踪，为行业发展和省级有关部门建言献策。定期开展“商贸流通专家行”行动，为会员、为行业提供咨询服务。

全年根据金融、法律、管理等专业需求和业务要求，适时开展培训。

（四）对接服务

建立会员诉求档案，做好精准服务。积极开展各项主题活动，组织多种形式的交流，加强会员活动的针对性和参与性。适时组织会员赴外学习考察。开展采供对接会、洽谈会等活动，为生产商、经销商、品牌商、零售商之间的对接搭建平台。

浙商联成功举办金融沙龙活动

3月1日下午，我会组织10余位金融领域企业代表在会心格举办金融沙龙活动，就成立金融专委会、开展金融服务展开深入探讨。参加“金融沙龙”的嘉宾包括中国农业银行杭州紫金港支行、杭州玖汐资本管理有限公司、浙江中浙国际展览商务有限公司、浙江爱晚基金管理有限公司、通联支付网络服务有限公司浙江分公司、杭州易港金融互联网金融服务有限公司等企业代表。

各嘉宾首先简单介绍了自己公司的业务，随后畅谈意见及建议。大家表示，浙商联金融专委会可着眼于服务浙商联的会员企业及其下游企业，从兼并重组、养老、供应链三个方面着手成立三块基金。以浙商联为核心，搭建大平台，帮助有需求的会员企业及其下游企业解决资金问题。可率先着手于商贸流通领域提供金融服务，并结合一带一路走出去。我会秘书长魏君聪表示今天的收获非常丰富，希望未来金融专委会能发挥和聚集我省金融行业力量及优质资源，为推动我省商贸流通行业的持续、健康发展做出积极贡献。



我会会长拜会省企业家协会会长张蔚文

3月7日上午，我会会长隋剑光一行走访省企业家协会，与企业家协会会长张蔚文，常务副会长慎仁安、姚炳甫展开交流。

隋会长首先表示很高兴能来拜会张会长，并介绍了我会的愿景、战略定位及今年要开展的工作，特别提出将打造浙商联法律服务部平台，为商贸流通企业维权服务。张会长对隋会长提出的观点表示认可，希望协会间能加强联合，服务好政府、企业，发挥好桥梁纽带的作用。



中国香港（地区）商会—浙江欧镇江会长一行来访我会



3月13日下午，中国香港（地区）商会—浙江欧镇江会长率潘伟光副会长、蔡泽源副会长兼秘书长一行来访我会。

隋会长对欧会长一行的到访表示热烈欢迎，并介绍了我会的战略定位及以金融专委会、法律服务部为载体服务会员，推进浙商联制度建设等工作安排。隋会长冀望与中国香港（地区）商会—浙江寻找切合点进行合作。

魏秘书长介绍了我会的基本情况、架构和主要工作，并提出双方合作的设想。魏秘书长指出，双方可在浙江金秋购物节、互访考察、产业对接、召开行业联谊会等方面开展合作。

欧会长也简要介绍了中国香港（地区）商会—浙江的基本情况，希望双方加强产业对接，选择企业互补的节点进行合作，让双方会员相互融合。

通过深入交流，双方就产业对接、商务考察、金秋购物节、浙港合作周、会员联谊等方面合作初步达成一致。

座谈会上，中国香港（地区）商会—浙江潘伟光副会长、蔡泽源副会长和随行人员及浙商联相关副秘书长分别作了交流发言。

隋剑光会长拜访省商务厅盛秋平厅长

3月16日，我会隋剑光会长赴浙江省商务厅拜访盛秋平厅长。

隋会长向盛厅长汇报了我会的基本情况和2018年的工作要点：继续办好浙江金秋购物节、全国消费促进月浙江活动；完成商务部商贸流通业统计数据的报送和分析；进一步做好省厅交办的标准化、商贸诚信体系建设和省级特色商业街（区）等相关工作。

盛厅长听取汇报后，对我会所做的工作表示充分肯定。他指出，协会工作将在现代社会体系发展下有更大作为，政府机构职能转移，更好地调动了社会组织的积极性，浙江作为样板省份，更加注重协会的作用。今年省商务厅的主要工作就是推动消费，加大出口，引进投资。消费在拉动制造、拉动经济中有着不可缺少的能量，协会要承担更多的职能，在促进消费上要以各种形式活动推广浙江优质商品，推动制造业转型。协会也要做好政策的发布，发挥行业自律，帮助企业加快转型升级。



我会会长一行走访澳门贸易投资促进局杭州联络处



3月20日，隋剑光会长、魏君聪秘书长一行走访澳门贸易投资促进局杭州联络处，与联络处经理陈英英、副经理陆洋进行了座谈交流。

隋会长介绍了我会基本情况及开展的主要工作，希望双方互相合作，互相启迪，实现真正互动。借助于浙江金秋购物节契机和展会平台，导入澳门元素；选取澳门商贸流通业的创新典范和亮点，吸引浙江企业赴澳门考察。

陈经理介绍了澳门贸易投资促进局杭州联络处的基本情况。她表示浙江是中国民营经济发展的典范，期盼与浙商联在经贸洽谈、浙江金秋购物节、商务考察等方面开展合作，借助浙江金秋购物节等相关展会进行葡语国家的产品展示，帮助浙江企业赴澳门经贸洽谈、商务考察进行对接。

隋剑光会长应邀出席《现代商业创新浙江样本》发布会

3月19日下午，由浙江省商业经济研究所所长林环总策划及编著的《现代商业创新浙江样本》在浙江商业职业技术学院举行隆重的发布会，我会会长隋剑光、资深会长吴德隆应邀出席会议。

林所长围绕“创新，永远在路上”主题阐述了创作初衷。浙江省政府咨询委员会委员丁耀民和我会资深会长吴德隆以顾问的身份对此次创新样本的立意、创作以及带来的深刻价值给予高度的肯定和赞赏。样板企业代表分别作了发言。《现代商业创新浙江样本》展示了6家优秀样本企业的创新博弈，同时也为变革创新的探索者们提供有益的借鉴。



浙商联二届四次会长会议在衢州成功召开



3月22日，我会二届四次会长会议在衢州召开，会议由衢商联会长徐九成主持。省商务厅政法处调研员许关中、商发处副处长骆林勇到会指导。我会会长隋剑光、资深会长吴德隆、监事长王晓哲、各副会长及特邀单位代表出席会议。

会议审议并通过了我会2018年的工作要点和增补副会长、常务理事、会员的名单；浙江省律师协会张民元律师为与会者上了一堂法律讲座；香港贸发局浙江代表王斌，就“2018浙港经贸合作周”活动向大家作了推介。副会长单位代表分别作了交流发言。

骆副处长高度肯定了我会取得的成绩。他表示，我会在协助省商务厅行使部分职能、推动行业发展、服务会员等方面发挥了重要作用。省商务厅通过购买服务方式，积极为协会发展创造条件，加强与协会的沟通。隋会长认为企业发展要把握好委托管理、生态链与产业链、成本控制、形成合力、产权人格化等几方面要点，并通报了省商务厅盛秋平书记对我会的指导精神。隋会长最后提出几点建议：一是各副会长单位要做好统计、商业街上报工作及配合中国商业联合会的调研工作；二是抓住重点进行调研；三是加强浙江现代商贸发展研究院的工作；四是全国两会结束后，协会主动认真学习贯彻两会精神。

徐鸿道主席莅临我会指导工作

3月30日，我会组织召开《浙江商贸》评刊交流会，省政协原副主席、《浙江商贸》编委会名誉主任徐鸿道到会指导工作，物产中大集团董事长、《浙江商贸》编委会顾问王挺革，我会会长、《浙江商贸》编委会主任隋剑光，我会资深会长、《浙江商贸》编委会顾问吴德隆等领导出席会议。

会上，各位领导对《浙江商贸》会刊的栏目设置、内容编辑、设计排版等方面表示肯定，同时提出了很多切实的关于我会发展的指导意见。

王挺革董事长认为，协会的生存发展不容易，特别是在政府资源利用有限的形势下，要考虑自身如何发展。专委会的架构形式很好，能够聚焦发展，他表示将一如既往地支持浙商联的工作。

吴德隆会长对协会一年来的工作表示肯定，并赞成浙商联的战略定位，指出要在如何为会员创造价值上多作思考。他认为：协会要市场化运作，才能强自身，才能更好地为会员服务；选择与大企业合作，同时善于发现一些发展潜力较好的小企业，去帮助他们成长；建立完善的各项制度。

徐鸿道主席认为浙商联8年来的发展实属不易，今天了解了浙商联战略定位后，对今后的发展信心满满。他指出，浙商联接下来要按照战略定位从三方面去做：一是强服务；二是强特色；三是强自身。



中国商业联合会邓立副秘书长一行来浙江调研内贸流通形势



4月10日下午，内贸流通形势专题座谈会在省商务厅召开，中商联党常委、副秘书长、办公室主任邓立，商务厅商发处副处长骆林勇、市场运行调节处调研员陶洪斌，我会会长隋剑光、秘书长魏君聪出席会议，物产中大集团、百诚集团、浙江联华快客、十足商贸、传化公路港、宏图三胞、解百集团、杭州饮食服务集团、联华华商集团、甘其食、话机世界、老板电器等12家企业代表参与座谈。会议旨在认真贯彻党的十九大精神，推动落实国家出台的扶持内贸流通发展政策，反映行业诉求，向政府有关部门提出政策意见和建议，解决企业面临的实际问题。

隋会长表示本次中商联的调研主题十分精准，紧扣商务部钟山部长指出的必须坚持创新引领、创新流通、扩大消费、增加有效供给，并介绍了我在对行业实行精准指导所做的包括深入调研、课题研究等工作，对中商联的来访表示感谢。骆处长汇报了省厅对国家出台的扶持内贸流通发展政策的落实情况，并提出相关建议。中商联邓秘书长在听取汇报后，表示本次座谈十分务实，了解的情况非常全面，有利于真正为企业解决面临的实际问题。希望各企业遇到相关问题要及时反映，希望加强与浙江省商务厅、浙商联的合作与交流。

4月11日，调研组一行实地考察了联华华商智能物流基地、联华华商鲸选超市、杭州大厦及武林地下商城、宏图三胞生活体验馆、杭州知味观。

中小城市商业地产发展座谈会在上海召开

4月14日，由全联房地产商会商业地产研究会主办，我会副会长单位宁波太平洋恒业控股、恒太商业管理有限公司协办的中小城市商业地产发展座谈会在上海召开。我会秘书长魏君聪应邀出席会议。

全联房地产商会商业地产研究会王永平会长为会议致辞，他表示中小城市市场规模大，但有很多发展不平衡的一面，存在各种各样的矛盾。希望参会的嘉宾能提出一些建设性的解决方案，共同写好中小城市商业地产发展这篇大文章。

中国房地产及住宅研究会顾云昌副会长、全联房地产商会商业地产研究会副会长、原王府井集团总裁东嘉生、宁波太平洋恒业控股胡敏杰董事长和专家们分别作了发言。开发商、营运商、品牌商等专家代表从不同角度对市场现状进行了分析，分享了各自领域的经验和心得，把中小城市商业地产的现状和存在问题从宏观层面一直到实操层面，进行了深入解剖。

与会嘉宾与专家们对此次座谈给予了高度评价，一致认为这次座谈会的举行很有必要，并提议成立全国中小城市商业地产发展研究中心，以解决当前中小城市商业地产发展难题，为全国中小城市商业地产发展搭建合作交流平台，共同促进中小城市商业地产健康发展。



泛长江流域省市商会联盟在武汉成立



4月15日，泛长江流域省市商会联盟成立大会暨产业协作平台推介会在武汉召开。中商联副会长傅龙成、湖北省商务厅原巡视员、湖北省商贸流通业协会原会长杨育顺，中商联副会长冯业跃，浙江、湖北、上海、安徽、江西、江苏、福建、武汉、广州等9个单位代表及10余家企业代表参加会议。会议由我会秘书长魏君聪主持，杨育顺作《泛长江流域省市商会联盟筹备工作报告》。

会上，审议通过了《泛长江流域省市商会联盟章程(草案)》、《泛长江流域省市商会联盟战略合作行动计划》；举行了商盟揭牌仪式；选举傅龙成为首届商盟名誉主席；选举湖北省商贸流通业协会会长赵玉兵、我会会长隋剑光、上海市商业联合会会长蔡鸿生、江西省商业联合会会长郑小奇，湖北省商贸流通业协会副会长、武汉商业总会会长王沅等5人为首届泛长江流域省市商会联盟主席；推举赵玉兵为首届商盟轮值主席，聘请冯业跃为首届商盟顾问；聘请吴德隆、杨育顺、吴玉梅、梁前德、夏仁华、杨玉海、廖思文等7人为商盟专家委员会成员；聘请魏君聪、赵皎黎、周钟鸣、黄怀文、马安学等5人为商会联盟秘书长，马安学为轮值秘书长。

首届商盟轮值主席赵玉兵、首届商盟名誉主席傅龙成作了重要讲话，玉龙湾集团襄阳时代天街、浙江恒太商业管理有限公司、江西网优科技股份有限公司、襄阳时代天街、福建省商业联合会、湖北云联美购信息技术有限公司、江西九江联盛实业集团国贸超级购物中心等7个单位在大会上作了产业协作平台交流及项目推介。