


# 新消费·心服务

日益增强的消费驱动力，迅速改变着消费对象、消费渠道和消费方式，蓬勃兴起的新消费浪潮碾压了传统的消费时代奔涌向前，并在服务消费、信息消费、绿色消费、时尚消费、品质消费和农村消费等重点消费领域积极发挥着新消费的引领作用。

当前，国家正以高质量发展以及满足人民日益增长的美好生活需要为己任，努力提升人民的获得感、幸福感、安全感……我们正从以往的物质消费进入到精神消费阶段，伴随而来的是居民新消费需求的提升，人们更加注重品质、品位、环境、健康、社交、文娱、安全等方面的消费需求，更加追求时尚、个性、舒适、有趣的消费体验，更加需要线上线下全渠道融合，精准的触达，同时享受科技创新带来的消费时速与便捷。新消费已经成为消费市场新的亮点。

新消费不约而至，商贸企业是创新还是坚守？明者因时而变，知者随事而制，顺势而为的广大商贸流通企业纷纷以破冰前行的勇气和创新发展的智慧迎接新消费时代崛起。商业始终以人为本，有效满足人的个性化需求，因此企业终将围绕人进行创新，用心去做服务，在激烈的服务市场竞争中赢得客户，赢得市场，赢得发展。

有人，便有服务，好的服务更能打动人心、留下顾客。将人性化服务融入到顾客消费的每一个环节和维度中，由过去的被动服务转变为主动服务。时刻以顾客为中心，想顾客之所想，解顾客之所难，供顾客之所需，切实维护和保证顾客的利益。用心提升服务水平，针对每个细节实施全程优质服务，满足和超越客户的需求，让顾客感觉物超所值，实现与顾客情感连接，做到让顾客消费得放心、省心、开心，以更优的商品、更好的体验，更高的性价比、更用心的服务赢得客户的微笑、信赖、尊重和赞誉。

服务是永恒的话题，它藏于每一个细节中。服务是软实力，是长期积淀，更是持续打磨。我们相信，新消费时代要用“心”服务，才能让服务更有温度，让消费更加从容！

《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）：

王国强	金华市商业联合会	会长
吕 梁	华东医药股份有限公司	总经理
王 磊	浙江国美电器有限公司	总经理
王永清	杭州市商业联合会	副会长
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 强	浙江省山东商会	副会长兼秘书长
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	十足集团股份有限公司	总经理
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、 华东一区总经理
沈忠达	杭州老板电器股份有限公司	董事长
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
郁士裕	浙江联华快餐便利有限公司	副总经理
郁义龙	浙江苏宁云商商贸有限公司	总经理
郁国培	浙江金融职业学院	合作处处长
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
郑勇军	浙江现代商贸发展研究院	院长
雍铁群	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	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

# 目录 contents

## 卷首语

P01 新消费·心服务

## 特别策划 创新前沿

P04 义乌之心城市生活广场的自我迭代  
体验升级演绎进阶之路

P07 转型创新，努力发展主食产业化

P09 盒马鲜生——新零售商超的传奇

P11 生活选集——新零售概念下的生活美学

P14 创新服务体系 探索专业市场发展新模式

P17 弯道超车 大有可为

P20 云泰商业——做商业地产最好的店小二

P22 “情满江南”一站式消费维权服务中心

## 决策者参考 两会精神

P25 2019 年两会精神内容解读  
2019 全国两会精神及要点概括

## 观点

P29 运动小镇培育“森林+ 电竞”业态的路径探讨

P33 互联网+ 衢州有礼

## 商界纵横 品牌故事

P36 释放舌尖不寻常美味

P40 抓机遇谋发展，新起点再出发

## 浙商风采

P42 三大平台创新 浙商银行助企业降成本有新思路

P45 以诚信经营塑家政标杆

P49 让智能回收分类成为可能

P52 多方联动发展，推动市场建设

## 魅力商街

P56 蝶变转型 逐梦创新

## 浙商联动态

P60 浙江省商贸业联合会2019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

梁梅 刘觅 潘向中

美编：陈姝莞

### 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.zjshm.org

E-mail：smylhh@126.com

浙商联媒体传播中心

电话：0571-85061057

### 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

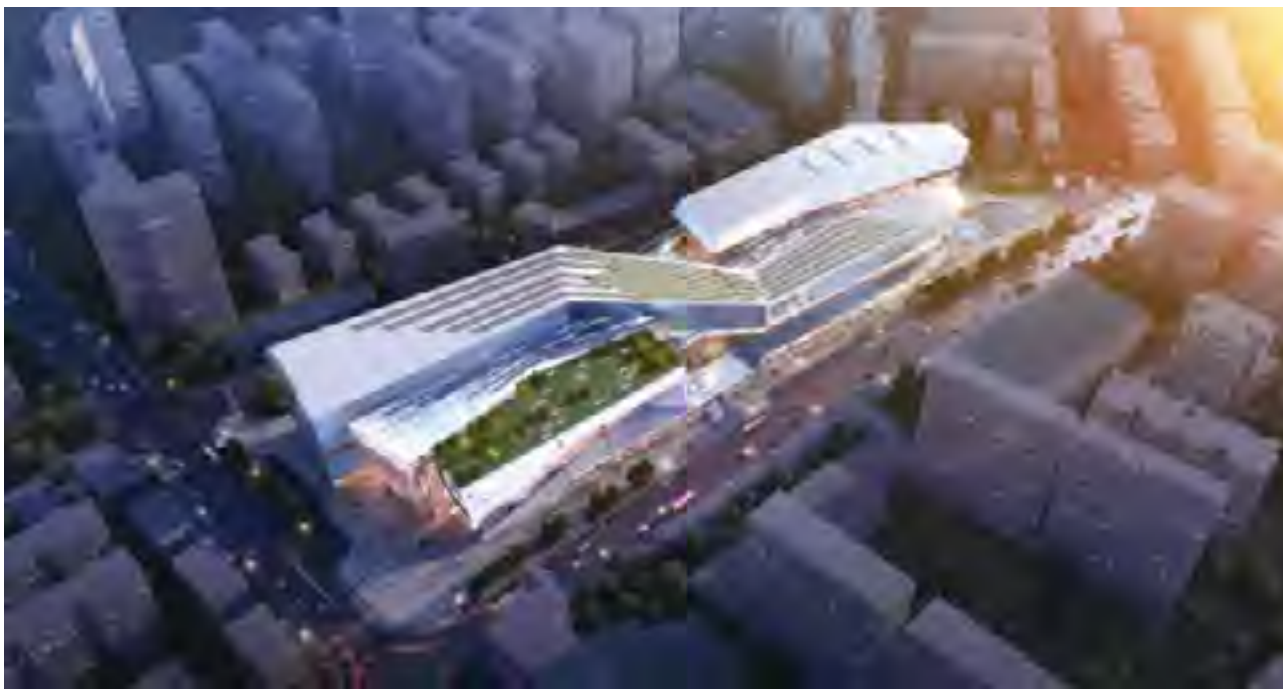
E-mail：zmy501@163.com

印刷单位：浙江国广彩印有限公司

## 编者按

为挖掘我省商贸业不断涌现的好项目，表彰积极创新的商贸企业，进而起到示范引领作用，激发商贸企业应对新消费需求，创新经营模式和机制，开拓培育具有前瞻性且能更好满足新消费需求的项目，浙江省商贸业联合会联合联商网共同开展征集2018浙江商贸创新示范项目活动。活动自开展以来，全省各相关企业按照要求，积极申报，协会推荐，并通过行业专家对征集项目进行认真评审，审定“盒马鲜生”等12个项目为“2018浙江商贸创新示范项目”，“义乌中国小商品城多业态融合提升项目”等16个项目为“2018浙江商贸创新项目”。现通过《浙江商贸》对获选项目及企业集中进行宣传展示。

# 义乌之心城市生活广场的自我迭代 体验升级演绎进阶之路



**独**具特色的商业风格、清晰的市场定位、围绕核心目标客群打造沉浸式消费体验……如今，消费者喜欢的不只是产品本身，还有产品所处的场景以及场景中浸润的个人情感。如何将这些概念落地，真正在运营过程中发挥购物中心体验式消费优势，通过营造轻松愉悦且好逛的商业氛围，成功在消费者心中留下深刻的美好印象，为消费

者创造更有品质的生活空间，成为购物中心抢占市场的关键。

2017年6月24日开业的义乌之心城市生活广场(以下简称“义乌之心”),便很好地实现了这些概念。据悉,自开业以来,义乌之心不仅凭借一系列活动频频刷爆消费者朋友圈,更成为义乌集购物、餐饮、商务、休闲、亲子等多功能于一体的高品质生活空间的代名词。

同时,在独特的商业经营内涵及消费者的良好口碑之下,义乌之心经营数据表现也十分出色:2018年,义乌之心城市生活广场全年销售达13亿,全年客流达1900万。凭借良好的营收情况和客流数据,义乌之心也获得了行业内外的认可,荣获2017年度影响力商业项目、2018年浙江商贸创新示范项目等多个行业大奖。



## 【一】超级 IP 集群 焕新空间引力



◆蜜丝心卡通版



◆蜜丝心猪年版

从流量红利时代到如今的体验式场景化消费时代，购物场景的 IP 化已经是大势所趋。这种移动互联网时代诞生的新网红，有着无与伦比的人格化魅力和粉丝粘合力，它已经是现代商业当之无愧的超级入口。同时，IP 又是一个很宽泛的概念，它可以是一场活动、一个品牌、一个卡通形象、一家店铺，乃至购物中心本身……如何更好地运用和打造这些 IP，破解购物中心内容和场景同质化难题，义乌之心在这方面一直处在行业前列。

### ◆打造原创 IP 营造故事场景

义乌之心超前定位为第四代商业综合体，超越传统售卖者，以生活方式提供者的角色，关注顾客精神需求，运用视觉、听觉、触觉、嗅觉与味觉实现手段，以情景化的场所空间和人性化的细节服务，构

建人与空间的连接，以超级 IP 集群的创新践行不断吸引消费者沉浸在义乌之心营造的故事场景中。

开业以来，义乌之心先后打造了以义乌“拨浪鼓”精神为创作灵感的卡通形象 IP——“蜜丝心”、会员 IP——“25 会员日”、周年庆 IP——“义城 one 岁”、服务 IP——“88 服务”等多个原创 IP，并引进 emoji 等知名 IP，通过在共享空间中持续营造的 IP 化场景，融入社交、艺术、人文等属性，给消费者带来多元化的消费体验。

值得一提的是，义乌之心自主创作的 IP——“蜜丝心”，自问世以来，先后诞生了周年庆版、万圣节版、圣诞节版、新年版等蜜丝心形象，在不同场景中得以发挥。海报、宣传册、美陈、活动中被频繁带入，从种类与风格上进行多种尝

试。此外，义乌之心还发布了原创 IP 微信表情包“蜜丝心义乌话版”和“蜜丝心普通话版”，并定制了一批“蜜丝心”玩偶。表情包与玩偶得到用户一致好评并被频繁使用，这些都充分展现了义乌之心的创新意识与独有的时尚调性。

### ◆更新品牌 IP 满足消费诉求

义乌之心不断根据消费者需求及项目自身定位，及时调整业态，引进具有 IP 效应的品牌，提升项目品质。开业以来，不断引入时下最火爆、聚人气、具有话题性的业态和品牌，让项目在有限的空间里可以容纳更丰富的业态和品牌，更好地连接人与空间，也为项目带来了流量和业绩的持续增长。如场内 ZARA、HM、优衣库、保利国际影城等十余家不同业态多个品牌年营业额突破千万，HAZZYS、井格、巴拉巴拉、施华洛世奇等多个品牌在领域系统内名列前茅。

### ◆打造项目 IP 重塑商业格局

义乌之心除了在空间打造、业态引入、客户服务等各个环节创新精进外，还不断刷新义乌商业记录，引发行业热议，已经成为义乌消费者心目中理想的购物休闲圣地，可以说是义乌商业的超级 IP。



◆义乌之心 400 日庆活动



◆义乌之心 2019 跨年活动



◆义乌之心一周年庆“蜜丝心”形象蛋糕分享活动

## 【二】时髦打卡地 潮玩不停歇

对于现在的消费者，特别是具有更加多元的兴趣爱好，对互动性要求更高的年轻消费者来说，“颜值即正义”。随着消费升级，场景互动体验的需求不断释放，购物中心需要迸发出充满创意的新事物，从时间、空间上给消费者带来新鲜感和全新的体验，利用场景氛围的营造增加顾客停留时间。因此，义乌之心每场活动要打造的不仅仅是视觉盛宴，更要联动场内商户将真

人实景沉浸其中，从极致的视觉呈现、极高的互动参与、极好的活动体验这三个方面赢得顾客。

◆时尚创意 增强消费者代入感和互动感

当客流争夺战越来越激烈，考验的是购物中心主题创意力、场景营造力、美陈设计力、活动互动程度以及各种资源的统筹能力。2018年，义乌之心共策划执行7档一级活动，10档二级活动，10档三级活

动，全年客流达1900万。基于义乌之心发展定位，开展了1月蜜丝心的跨年狂欢、3月共享男友女神节、6月周年庆活动、10月国庆趣玩节、12月圣诞等大型活动。一场场全新的充满创意的活动展现了义乌之心的特色，为消费者增强代入感和互动感，同时也吸引了大量时尚年轻群体，在消费者中树立了良好口碑。

## 【三】服务升级 线上线下相结合的精细化服务

义乌之心定位为义乌市中心全业态、智慧型、全时段、体验式生活中心，覆盖义乌全客层，一系列的主题营销活动，更是源于精细化服务与运营的创新实践。无论是线下还是线上，义乌之心希望切入到消费者生活的方方面面，展示出更多除物质消费之外的人文关怀。

◆线下注重细节 尊重人性 以人为本

对义乌之心而言，母婴室是最能体现人文关怀的地方，暖黄色的灯光映照出温馨的氛围，专门配备的牛奶恒温器，为妈妈们创造出一个舒适的活动空间。除此之外，义乌之心还提供婴儿车租借、爱心轮

椅租借等增值服务，为顾客创造一处便捷、贴心的生活空间。

◆完善的会员权益 贴心的客户服务

目前，义乌之心有近20万会员，去年又完成了一次会员权益全新升级。新推出的“88服务”用更扎实的会员福利、更有质感的会员活动以及更快的响应速度，更用心地诠释出义乌之心“客户至上”的服务理念。

◆情感互动 以消费者需求为导向

创设微信公众号“义乌之心”“义乌之心通心粉”，集推广、会员中心、停车等功能，通过情感

营销、有奖调查、主题策划与消费者粉丝互动，业态布局、品牌规划、商业运营等，充分立足于义乌本地消费者的需求。2018年10月的“寻找义乌锦鲤”活动，“义乌之心”微信公众号半小时破100000+，刷新了之前的义乌微信阅读新纪录，“义乌之心”微信阅读量一直领先于浙中地区商业类公众号。

◆智慧商业 为运营保驾护航

全面整合应用大数据一体化解决方案，涵盖商铺管理系统、会员服务体系、POS系统、客流统计系统和专属APP，店铺布局优化、精准营销、经营帮扶均基于大数据分析，大大提升了租户商业运营价值。

“世上有一千种等待，最美好的一种叫未来可期”。义乌之心一直秉承“让中小城市生活更美好”的理念，不断求新突破，沿着精细化道路精益求精，相信更多消费者能够在义乌之心找到不同的惊喜与期待。

(义乌之心城市生活广场 特约供稿)

◆义乌之心开业活动



◆义乌之心圣诞活动



# 转型创新，努力发展主食产业化

## ——浙江衢州东方集团股份有限公司

浙江衢州东方集团股份有限公司(以下简称:东方集团)是衢州市首家新三板创新层企业,始创于1994年。创立以来,公司始终坚持“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+多业态+创新发展、区域立体密集布局、大旅游三大战略,转型创新,积极构建城市商业服务链。经过23年的诚信经营和用心服务,在本地消费市场树立了良好的品牌知名度和美誉度。2017年实现销售额达12.22亿元,同比上年增长9.55%。

2017年阿里巴巴和银泰百货入股东方集团,进一步促进了集团在供应商资源整合,市场拓展和主食产业化创新方面的发展。特别是通过阿里巴巴平台,结合东方集团经营特色,逐步成为连锁大型生鲜超市、社区中心连锁超市、乡镇连锁超市、星级酒店大型餐饮、营养食品加工、单位食堂学校食堂集体配餐、早餐工程的健康主食食品供应的主力军,并形成了由农超对接体系、中央厨房食品加工体系、配送中心食品配送体系所组成的的主食产业化系统,为东方集团进一步整合主食产业化资源,创新发展主食产业化新模式打下坚实的基础,也为企业向以平台领先、信息优化、资源整合、连

接终端的创新模式的主食产业化龙头企业发展指明方向。

### 一、农超对接体系

2010年东方集团下属全资子公司衢州东方商厦有限公司加入商务部农超对接综合试点。2011年完成了试点的全部建设内容,实现了与60多家农产品专业生产合作社的合同采购、基地对接,连续八年完成当地农产品和鲜活农产品的采购销售目标,达到年销售超2亿元人民币的优异业绩。

农超对接体系通过这些年的不断深化建设,基本形成了农产品专业合作社采购对接模式,通过合同采购、订单农业、定牌加工、设立店中店等方法,将农产品从种植端引入流通渠道,并开展鲜活农产品粗加工业务,配置了净菜清洗生产线和充氮包装机,具备了向酒店厨房供应大包装净菜的生产能力。同时在43家超市门店建设配置了冷链保管和陈列设备,确保了鲜活农产品在销售端保持新鲜。

2014年东方商厦参加了浙江省政府推出的“鲜活农产品放心柜”建设,在配送中心及各大型超市设立了“农残快检室”,对鲜活蔬菜实行每日普检、水果实行每日抽检、肉类每周普检、水产品每周普检。“农残快检室”的设立,为消费者建设了一道食品安全最后防线。

2017年东方商厦参加浙江省政府推出的“品质农产品进超市”建设,增设农产品二维码溯源,设立“品质农产品”专柜,提升农产品价值水平。

### 二、中央厨房食品加工体系

中央厨房是东方集团在农超对接的基础上,创新发展的项目,即通过采购优质农产品,进行深加工,生产主食和菜肴。目前东方集团中央厨房生产车间面积3000平方米,设有净菜加工车间、糕点加工车间、面点加工车间和饮品加工车间。主要产品有放心早餐系列、酒店餐饮系列、食堂配送系列和超市销售系列四大系列产品。

中央厨房由东方集团全资子公司衢州衢佬大食品有限公司(以下简称:衢佬大食品)运营,并注册了“衢佬大”食品商标。2016年初集团提出深化中央厨房改革,实行五统一管理的餐饮农产品主食产业化模式。该模式的主要做法是:改变酒店餐饮业手工采购管理为计算机信息管理系统处理业务单据;所有酒店净菜加工由各酒店自行加工改为中央厨房集中加工;净菜加工操作人员集中到中央厨房上班;厨师长也集中到中央厨房上班,研发菜品,所有酒店厨房的菜肴均由中央厨房配送半成品和成品;实行统一采购、统一加工、统一配送、统一标准和





■ 净菜研发



■ 配送仓库



■ 放心农产品展示



■ 卤菜系列研发



■ 中央厨房——蔬菜自动化清洗



■ 中央厨房——统一配送

统一管理的“五统一”模式。2017年中央厨房实现主食产品生产产值3400万元人民币，同比增长33.8%。

2017年衢佬大食品和衢州市供销合作社、衢州市粮食局合作，在中央厨房设立了“三衢味”研究院。该研究院的主要任务是基于衢州市的农业生产产品特点和商务酒店客人餐饮消费的特点，研究出符合大众口味的衢州特色菜肴，然后提供给各酒店、餐饮出售给客人。

### 三、配送中心食品配送体系

随着“农超对接”综合试点项目的建设，东方商厦同步建设了配送中心。核心内容是10000平方米的常温日用消费品仓库，2800立方米的冷冻冷藏库，3辆冷藏运输车，5辆常温箱式配送车。目前东方商厦配送中心实现了200公里配送半径的配送能力，每天为东方商厦43家超市配送商品、为40个“放心早餐”销售点配送早餐、为集团内九

家星级酒店的餐饮厨房配送净菜、为浙江省6个监狱配送蔬菜、粮油、加工食品和商品、为100多家食堂配送食材、为开化县学校系统配送蔬菜、粮油和加工食品、为衢州市高级中学、第二中学配送主食和菜肴。2017年完成配送额6511万元。

2017年由于通过主食产业化模式创新，集团突破了酒店业主食产业化的孤岛，实现了集团效益大幅度增长，主要表现在以下几个方面：

(一) 配送量明显增加。与2016年相比，东方集团为集体配餐提供食材配送额达5499万元，增长13.68%、为集团旗下酒店餐饮配送配3400万元，增长33.8%。

(二) 配送成本明显下降。与2016年相比，东方集团为集团旗下酒店餐饮毛利率由行业一般水平的55%，飙升至行业领先水平的62%，个别酒店甚至达到65%。

(三) 配送调度更加方便和便

捷。由于通过中央厨房统一采购、统一加工、统一配送、统一标准和第一管理，信息平台的作用得以充分发挥。

(四) 客户的满意度逐步提高。表现在集体配餐单位对配送的农产品质量投诉减少；在酒店餐饮方面用餐客人对食材的品质，特别是对中央厨房推出的无味精菜肴，突出了优质食材的原汁原味，深受欢迎。

下一步，东方集团的目标是建设或合作建设专业主食产业化平台，即通过互联网平台，对接供需双方，并通过大数据，引领双方精准对接。简单说明就是平台加实体。平台是为了成为国家级专业的主食产业化，实体是为了做好样板和支撑平台，力争发展成为具有国内先进水平的专业的主食产业化网络平台，引领行业的发展。

(衢州东方 特约供稿)



# 盒马鲜生——新零售商超的传奇

**盒**马鲜生是阿里巴巴集团在新零售领域孕育了三年的项目，是阿里新零售重构“人货场”的模式探索者。

通过数据驱动，线上、线下与现代物流技术完全融合，盒马开创了新零售商超的创新业态，为周边

消费者提供 30 分钟无门槛免费送达的智能购物体验。盒马不是超市，不是便利店，不是餐饮店也不是菜市场。很多人说盒马是个“四不像业态”，但我们更愿意把盒马看成一个数据和技术驱动的新零售平台。

## 盒马的商品与服务

为消费者提供“鲜美生活”是盒马的使命。盒马的商品坚持原产地直采+本地化直采两种方式相结合。

原产地直采方面，盒马每天都从世界各地引进最优质的生鲜产





品。来自美国,加拿大,智利,秘鲁,墨西哥,阿根廷,新西兰,澳大利亚,俄罗斯,英国,丹麦,意大利,菲律宾,泰国,韩国等国生鲜原产地的果蔬、海鲜和肉类产品,通过数十班航班,货柜,源源不断以最快速度送到盒马顾客的手上。

而平价大路菜,盒马则有“日日鲜”,前一天晚上在各个蔬菜基地采摘的蔬菜,连夜包装,第二天一早上架,最快只要八小时。“日日鲜”蔬菜包装上均有日期,采用大数据指导进货,如果卖不完当晚销毁。

“生熟联动”是盒马的另一个特色。用户下单购买海鲜后,可以到加工柜台称重,选择加工方式,稍作等待后就可以吃到刚刚下单的生猛海鲜了。盒马为“逛吃”型用户提供了简单却干净舒适的就餐环境,这也是“以人中心”的一种创新,为家庭、好友、办公人群提供了更丰富的消费场景。

对上千万“盒区房”用户来说,盒马的配送是最贴心的服务。基于门店特色的悬挂链系统和数据化的卖场设计,盒马可以为门店附近约3公里范围内的用户,提供最快30

分钟可以送上门服务,而且没有配送费和起送门槛。而且盒马的配送时间是按照30分钟为单位供消费者选择,掌握得特别精准。比如消费者如果在14:50在APP上下单,可选最近预约送货时间是15:00-15:30,确定性十足。

2018年,盒马的俄罗斯帝王蟹、波士顿龙虾、英国面包蟹等进口食品热销;潜江小龙虾,安吉冬笋,武汉藕带,海口火山荔枝等各地特色农产品也受到全国消费者欢迎。

### 盒马的模式探索和成果

盒马的核心能力是算法驱动。消费者看到的是琳琅满目的商品,被30分钟送货上门的速度震撼,但内行的人看盒马就像在看一个斯坦福的大数据算法实验室,DT和AI才是这里的主角,智能算法已经渗透到了盒马选品采购、销售、最后物流履约的全流程当中。

2018年9月17日,盒马作为阿里巴巴新零售板块主力军之一,首次亮相阿里巴巴投资者大会,公布成立三年来的第一份成绩单:运营1.5年以上的盒马鲜生门店,单店坪效超过5万元,单店日均销售

额达到80万元,线上销售占比超过60%。

截至11月30日,盒马在全国拥有100家门店,覆盖北京、上海、广州、深圳、杭州、成都、西安、苏州、昆山、南通、南京、贵阳、武汉、宁波、福州、海口等全国16个城市。盒马会根据不同城市地区消费者的需求,调整店内商品结构,现有的商品结构也是动态调整的,根据用户的消费数据和商品供应时时更换。

盒马CEO侯毅表示,盒马模式跑通后已经进入快速复制期。在此基础上,盒马还在探索机器人餐厅、便利店等创新业态,并将成熟的新零售经验开放给行业内的其他零售商。

投资者大会上的数据显示,大润发运营3个月以上的淘鲜达店铺(指被盒马模式改造、介入手机淘宝),单店日均新增线上订单1200单以上,单店月度销售额提升10%以上,单店累计新增年轻顾客2万名。

(盒马鲜生 特约供稿)





## 新零售概念下的生活美学

生活选集创立于2016年12月，是阿里集团与银泰集团共同打造的新零售标杆家居美学馆，致力于整合全域供应链家居品牌，贯彻“线上线下、同款同价”的理念，旨在为顾客提供物美价廉的家居软装“一站式”服务。通过大数据选品，3D样板间设计服务，电子价签等创新在业内备受关注，并且该品牌得到顾客的一致好评。

开业2年以来，生活选集打通线上线下，推行全域运营，在杭州、温州、金华、湖州、西安已有6家线下实体店，线上拥有生活选集天猫

旗舰店与银泰自有喵街家居馆模块，订单最远抵达香港、新疆、哈尔滨、内蒙古等地。战略合作品牌达40余家，线上粉丝总人数超1000万，经营商品涵盖住宅家具、家纺布艺、餐厨用具、家居饰品、清洁收纳五大家居品类。

迄今已接待国内外媒体超200家，包含时代周刊、TVBS、今日头条、联商网等知名媒体；接待政府、商界、投资等领域的考察团超100家，包含国务院商务部、阿里巴巴美国、加拿大、新加坡、马来西亚、印度等参访团、步步高集团、宜家集团、

南京中央商场等；举办网红潮流活动共10档，店铺品牌活动超100次，相关文章阅读总量超1000万。

生活选集敢于创新变革，已成功探索出三种不同定位的店铺模式，分别为概念体验馆、独栋家装馆、mini家居精选店。2018年实现年销售同比增长590%，初步跑通新零售盈利模式。

2017年上海天猫双11媒体大会中，生活选集作为新零售智慧门店参展，在竞争激烈的新零售项目中站稳了脚跟。2018年，生活选集入选国务院商务部新零售案例，入选



3D样板间



合作街拍



生活选集网红直播



生活选集武林店客厅





生活选集武林店门头





淘宝企大学等代表案例；同年7月，生活选集与必胜客、肯德基等齐名获得下城区政府颁发的实体零售转型升级奖项。8月30日，生活选集与网易严选、饿了么等齐名获得“中国安心奖”；11月14日，与鲸选等齐名获得联商网与浙江省商贸联合会颁发的“2018浙江商贸创新示范项目”。

家居行业的零售业态目前仍处于市场极度分散、区域发展不平衡的发展阶段，生活选集家居行业注入了一股新的活力。我们通过大数据和互联网重构“人、货、场”，实现线上线下一体化运营，让更多的消费者能全方位体验接触到中国制造的好商品。这不仅促进消费转型升级，提升流通效率，而且为阿里的新零售生态布局以及社会经济发展做出积极贡献。

(生活选集 特约供稿)



2018 浙江商贸创新示范项目



中国安心奖



## 创新服务体系 探索专业市场发展新模式

温州大象城国际商贸中心于2017年8月17日盛大开业，大象城位于火车温州南站以东，紧邻景观河，中汇路以南，宁波路以西，为温州高铁新城最核心的黄金地段，是单体26万方电商化体验式鞋服展贸商城，投资总额20亿元，致力于为商户创造了一个集产销展贸、电商仓配、品牌孵化、人才培养、总部办公为一体的全产业链生态体系。并吸引了来自温州市纺织品商会、温州市瓯海区鞋服批发商会、温州市服装批发商商会、温州市瓯海区童装批发商会的数千家鞋服品牌经营户及鞋服面辅料商户入驻，也促进了大批在外鞋服知名品牌温商的回归入驻，促成全国优势品牌资源的全面集聚。2019年年底，温州大象城二期“温州鞋服时尚创意城”首期项目温州大象城国际面辅料中心将建成投入使用，面辅料与鞋服





之间形成互动格局，加强产业集群的交流合作，形成鞋服品牌矩阵与联动效应，促进鞋服产业融合。

大象城周边，潘桥客运中心、新火车南站、国家级潘桥物流基地，已经形成一小时经济圈、两小时交通圈，辐射浙南闽北6大城市的3500万人口。便捷的公路交通和城市轨道交通M1/S1线的建设，使瓯海站南成为每天数十万人流的国家级运输枢纽。

开业一年以来，大象城一直致

力于打造“新商业，新批发”的商业模式，在全国专业市场领域一直走在前列。2017年12月19日，与阿里巴巴正式签约，成立全国首家1688电商服务中心。整合1688的优势资源，目前已经建立了“电子商务平台和O2O系统融合商业线上线下”共同发展的新型销售模式。2018年10月17日，温州黄龙服装面辅料商户整体搬迁温州大象城国际商贸中心开业盛典成功举办，迭代温州鞋服产业链升级，已经形成规模效应。公司突破专业市场运营传统思维，通过多项服务创新，探索出了专业市场创新发展新模式。

### 一、VR 仿真市场

帮助打破传统市场低于限制的窘境，提高用户体验感，助力传统市场与新零售的结合升级，仿真市场上线实现720度展现市场全貌、买家身临其境逛市场，打破传统格局感受全新购物体验，随心逛任意选，3D查看热销提升购物体验，是一次线下专业市场的重大尝试。

### 二、百屏互动技术

(一) 展现市场内商家情况，智能热度排行，筛选出近期高热度优秀商家供买手选择，使商家采购商品了然于心。

(二) 结合市场活动开展营销活动，采购商也可通过百屏领取店铺红包，直接去实体档口消费，方便、实惠、更加智能的采购。

### 三、探针项目

(一) 探针项目。利用阿里巴巴

大数据分析，能把采集的客流做精准分析，形成客流画像，知道客流人群的购物信息，包括消费能力，来自于哪里，主要来拿什么货源，以及市场变化和行业发展，打造市场大脑，精准分析数据。

(二) 大数据分析。结合自身的物流发货数据，能形成完整的数据分析图，用于数据大屏上，既能用于领导参观，也能用于公司分析物流的基本情况，为物流发展决策参考。

(三) 形成人体画像图。能为商户匹配精准的买家画像，同时也可借此筛选出优质商户以及货源，在对应的下游市场和城市，做精准的广告营销，同时还可以通过阿里体系内的APP做精准的流媒体营销，让广告更加精准有效，也给市场推广和活动提供更多的素材。

(四) 建立大数据中心。以日常运营为基础，生成数据体系沉淀客流数据，建立大数据中心，为直观的分析 and 后续其他项目发展有了数据支持和分析依据。

(五) 以线上线下的结合，加快转型升级步伐，给予来客更好的购物体验，快速搜索到所需求的货物。

### 四、金象云APP

(一) 创建了金象云ERP软件。整合了商户开单、收银、经销存管理、财务管理、物流管理于一体，通过该系统真正做到商家线上交易数据和线下开单数据实时采集。同时，利用好线下开单数据，形成消费者人体画像，匹配1688上精准的客户资源，真正给线下商户引来核心客户。从后仓管理到客户寻找，



一方面便于商户的整店管理，另一方面能成为数据中心的一个重要部分。金象云 ERP 工厂端，解决了制造企业业务一键生成项目、流程无缝衔接、流程灵活便捷等功能，让整个中小型工厂提高柔性生产能力，加大产能，降低能耗。

(二) 建立了物流快递系统。建立了全国首创物流快递系统，不依托外部外地公司，便利了商户的收发货，物流仓储于一体。一键下单寄快件，上门收件寄出，收寄件尽在掌握。商户出货量、分布地域、周期性的经营行为都能作为日后数

据中心的内容因素。

(三) 建立商场会员系统。建立了商场的会员体系，商场会员积分制度，划定清楚的等级升级条件对应等级享受会员福利、新品推送提前享有新品的购买权等。

(四) 建立了物业缴费管理系统。智能化经营管理，足不出户交纳物业费用、领取单据，这一系统改变了传统物业费收缴模式，节约时间成本，数据、费用、单据一目了然。

大象城精细化的管理和一站式的贴心服务，营造了良好的商业氛围，吸引了来自全国各地的客商洽谈合作，成为温州乃至全国传统鞋服批发市场转型升级的典范和标杆。

(温州大象城国际商贸中心 特约供稿)

## 封面人物介绍

**陈龙秋**——现任森象控股集团有限公司董事局主席、温州大象城国际商贸中心董事长，北京大象城国际投资有限公司、温州大象城创业服务有限公司、温州大象网络科技有限公司、温州天图供应链发展有限公司、乌牛嘉鸿公馆董事长。

陈龙秋 16 岁外出创业，上世纪九十年代回归家乡创建永嘉乌牛皮服城，并在全国迅速形成集聚市场效应。2013 年，响应政府温商回归，作为在专业市场领域颇有影响的温商，他把在外累积数十年的运营专业市场的经验和先进的开发理念带回温州，成功开发了温州大象城国际商贸中心。大象城作为温州实业回归的扛鼎之作，将依托当地发达的轻工产业基础，在整个浙南闽北扮演“贸易集散平台+电商服务平台”之角色，打造成为温州鞋服产业转型升级平台和鞋服贸易总部集群。陈龙秋不断拓展鞋服行业产业链全配套，创建全新的行业体系，推动温州鞋服的快速发展，重启温州鞋服批全国的宏伟蓝图。

作为较早外出经商的温州人，陈龙秋在服装生产、投资、贸易、酒店和物流等多领域成就卓著，在温州永嘉创办的职业服生产基地成为国家铁道部指定的制服生产基地；在北京木樨园、大红门共同投资开发、精心打造的十大商业地产项目，已深刻地改变了北京南城的商业格局，旗下的服装、鞋帽、轻纺、面辅料等专业市场，成为辐射华北的商贸核心之一。



# 弯道超车 大有可为

## ——买新能源汽车到九紫新能

近年来，我们赖以生存的环境污染越来越严重，空气、水源、土壤都不同程度的受到了污染，特别是空气的污染尤为严重，PM2.5值一直在升高，局部地区的空气污染达到了严重污染的程度。

在众多的污染源中，汽车尾气的污染“首屈一指”，近年来世界各国都在加紧研发和应用新能源汽车。我国社会经济不断发展，居民生活水平不断提高，对汽车的需求也日益增强，发展新能源环保型汽车成了当务之急，浙江九紫新能源汽车有限公司(以下简称“九紫新能”)也应运而生。

九紫新能成立于2017年5月26日，其前身系国正集团旗下新能源汽车连锁超市项目，是一家以拓展新能源汽车市场，普及新能源汽车环保理念为宗旨的新型现代化汽车集团。公司可以在全国范围铺设建

立新能源汽车多品牌旗舰店和新能源汽车一体化充电桩以及新能源汽车分时租赁(共享汽车)为主要产业，以新能源汽车维修、保养、保险、二手车置换等为辅助产业，旗下拥有诸多新能源科技研发团队及多家成熟的新能源汽车制造合作厂商，线上和线下销售团队及经营管理团队。截至目前，公司在全国范围内拥有60余家新能源汽车连锁超市经营单位，以及14个直营充电站，在新能源汽车行业已具有一定的影响力。公司商业模式新颖，管理规范，是国内首家新能源汽车连锁超市的创新领航者，也是国内较大的新能源汽车经销商之一。九紫新能现拥有比亚迪、吉利、北汽、奇瑞、江淮等20余家新能源汽车经营合作车企；拥有北京中电博域、特来电科技有限公司和友邦电器3家充电桩合营企业；拥有国轩高科、福斯

特电池研究所等7家新能源汽车主机厂以及电池合作厂家；拥有北京天九幸福控股集团、清华启迪之星等众多资本平台以及企业孵化器合作单位。公司产品跨度大、经营范围广，服务覆盖全，致力于打造顾客一站式购车服务平台。

“同创造，共分享”是九紫新能开疆扩土的理念基础。今日的九紫新能凭借完善的商业模式和企业理念得到了各地政府和合作伙伴的鼎力支持。自李克强总理提出“大众创业，万众创新”之始，九紫新能一直紧跟国家步伐，以国家的政策导向，深入实践一带一路的企业使命，将普及新能源汽车市场，助力中国成功迈向汽车强国为企业的发展目标，共筑新蓝天，惠民利企福泽百姓。







### 公司战略布局

九紫新能目前一期战略布局于山东、河南、安徽、江苏、江西、湖北、湖南、浙江、广东等中东部省份；二期布局从中东部省份向全国覆盖，实现新能源汽车超市全国联营；三期布局将以国产品牌新能源汽车涉足进出口贸易，同时运作国外新能源汽车品牌平行进口项目，真正让新能源汽车走进千家万户。

### 选择九紫新能的五大优势

- \* 紧跟新能源汽车行业发展的优势；
- \* 九紫新能全线销售网络；
- \* 投资方式安全；
- \* 微投资撬动大平台资源；
- \* 宽广且“优质合伙人”人脉资源共享。

### 九紫新能互联网+运营模式

\* 九紫新能汽车连锁超市 九紫新能以拓展新能源汽车市场，普及新能源车环保应用为己任，打破单一汽车销售制度，迎合现代人们的需求，实现一站式看车、一站式比较、一站式服务、一站式购车，实现多个品牌共同经营、销售，大大节省了消费者购车、选车的时间。

\* 互联网+新能源 在全国各地搭建新能源汽车连锁超市旗舰店，以城市合伙人个体代理分销的模式进行销售，帮助新能源汽车生产厂家解决汽车产能过剩，大量囤积的痛点问题，同时九紫



新能在全国各地铺设充电站和换电站，解决新能源汽车充电问题。

以车辆销售为主干业务，同时以实体店铺为依托，搭建汽车电商平台，实现物联网的转型，将新能源汽车连锁超市升级为新能源汽车体验店、品牌推广店、线上app提货店，有效地实现消费者线上下单实体店体验，实现新能源汽车销售多样化，增加销量，同时整合汽车消费数据、消费水平、消费习惯，并反馈给经销商，从而进一步扩大销量，打破汽车电商行业订单销量、退换货、售后服务等问题，最大程度展现电商的优势，实现线上线下并进新局面。

\* 智能共享+体验+数据 以新能源汽车连锁超市为载体，搭建全国范围内的新能源汽车共享平台：  
1. 分时租赁，以租代售。以每个城市的一家实体店铺和一百名城市合伙人资源，对投放共享的新能源

汽车进行集中管理、维护保养、集中充换电，极大降低人工成本。同时可以为市场当下的其它分时租赁等共享平台，提供低成本的配套服务，实现双赢。  
2. 项目用车，政府公车采购、物流公司运输车采购、集团用车等，通过九紫多品牌车辆对接，实现用车多样化、实用化。同时整合所有车城服务的新能源汽车数据，建立新能源汽车专业测评体系，从而进一步扩大平台影响力以及车辆销售量。

\* 车辆回购 通过和消费者协商，在购买车辆上安装九紫新能的租赁系统，在每天享受2-3个小时的免费用车的同时把自己的车辆共享出去，而共享所得费用为销售者所有，5年期限消费者将车辆返还给九紫新能，九紫将消费者购车费用全部返还给消费者。而九紫将对此款新能源汽车进行电池更换，投放到分时租赁的平台上，极大地实现新

能源汽车的循环利用，同时加快新能源汽车销量、增加流水、增加大数据。

\* 资源整合，合理利用 以每个城市的一家实体店铺为依托，合理利用城市合伙人资源，将传统的坐等顾客上门接待演变成主动出击寻找潜在客户的销售模式。同时不断完善新能源汽车共享车辆回购、售后服务等体系。

### 九紫新能多品牌一体化服务

\* 多品牌新能源汽车销售 九紫新能是一家多品牌、全方位、多档次的新能源汽车销售服务平台，海量优质车源为广大客户群体提供一站式购物体验。

\* 权威的充电系统 对接国内一流的充电桩制造业，全面保障新能源汽车后续服务，精准到位。

\* 专注新能源维修 为广大消费者提供最专业优质的服务和最低的维修价格。

\* 金融分期 强力打造全国最大的新能源汽车全国连锁超市，与各大银行及金融机构保持密切的合作关系，为客户提供方便快捷的分期购车服务。

\* 汽车保险 九紫新能旗下汇聚各大保险公司为广大客户提供全面周到的超便捷保险代理服务，实现真正的安心用车。

\* 汽车精品 九紫新能车饰精品店，运用成熟盈利模式，整店复制更专业、更用心，打造真正的一站式新能源用品大卖场。



(浙江九紫新能 特约供稿)

## 云泰商业——做商业地产最好的店小二

云泰商业是中国最大的混合所有制商业轻资产管理公司，受托管理股东方云南城投与中国银泰旗下商业资产，并以此为基础，通过内涵提升和外延拓展，不断扩大管理规模，为更多投资人、基金和业主服务。云泰商业管理范围涵盖购物中心、会展商业、特色街区、旅游小镇等业态。目前，云泰商业已进入杭州、成都、昆明、武汉、长沙、哈尔滨、宁波等城市，旗下运营银泰城、环城 MALL、茶马花街等多条特色产品线，管理规模超过 300 万平方米。

以“阳光、诚信、创业、创新”为企业文化的云泰，聚焦产品，聚焦人性，通过创造并运营有灵性的空间和场景，激发人的思考，促进人的连接，提高生活品质，使人们的生活充满乐趣，打造中国最具影响力和创新力的专业化商业运营公司。

### 云泰的商业模式

云泰商业的商业模式核心是依靠轻资产的商业运营撬动重资产增值收益，持续提升项目经营表现和价值，形成行业口碑，进而获取更多潜力项目，分享短期经营收益和长期价值增长。具体表现为内涵增







长和外延扩展两大核心：

一、内涵增长，在精细运营基础上，通过特色主题场景和独有IP形成客流发动机，通过可视化、体验化、平台化的会员中心建立用户粘性，将精准海量的客流提供给品牌租户产生销售，同时通过客流变现获取增值收益。

二、外延扩张，一方面通过大量的市场研究与项目考察获取潜力合作项目，另一方面与拥有众多项目的集团化企业或基金合作，管理其持有项目，通过调整和培养释放存量低效项目价值，依靠轻资产的商业运营撬动重资产增值收益。

### 创新运营——做“商业地产最好的店小二”

云泰商业总裁吴铮，对云泰商

业的创新商业理念作了阐述。他对云泰商业的定义是做“商业地产最好的店小二”，实际上是对投资方、品牌商、运营企业、消费者等多方利益结合的考虑。“店小二”是一个完美的中间角色，既要为业主服务，又要对用户负责，更要将产品很好地包装出售。云泰所做的，本质上是B2C2B的模式。

传统的商业，注重租金收益，而云泰则更关注客流，通过产品创新、场景塑造和IP主题街区等创新模式引流，从而与消费者、品牌合作商、投资商实现多方共赢。

云泰创新将重点打造不同商业场景下时钟化运营的主题市集。比如：鲜花市集、后备箱市集、二手物品市集等，使得商业内容更丰富多彩，吸引更多消费者参与其中并

形成习惯，增加消费者到店频次；吸纳更多不具备入场条件的场外商家，让购物中心更加生活化。

同时，云泰商业也希望品牌合作商将最新的模式和产品，放到云泰商业的平台上来试验。这里是一个试验田，也是一个不断创新，跨界提升的平台，让行业保持活力。

对于未来发展之路，云泰商业希望像试验田那样，去不断的尝试新物种，通过跨界来推动行业的发展，或者共同来探索商业地产的未来。“我们很年轻，我们有热情、我们不断的在突破，这就是云泰商业。”

（云泰商业 特约供稿）



## 情满江南

# 一站式消费维权服务中心

浙 江江南大厦股份有限公司是嘉兴市规模最大以百货零售、超市服务为主的商贸服务型企业，其前身嘉兴江南大厦于1988年6月1日建成开业。30年来，在社会各界及各有关部门的关心指导下，紧紧围绕“发展”这个中心，以“诚信、务实、创新、发展”的企业精神和“没有最好，只有更好”的服务理念，坚持贯彻执行《消费者权益保护法》《质量法》《计量法》《价格法》《食品安全法》《专利法》《商标法》等法律法规，深入开展“消费者信得过”“百城万店无假货”“诚信经营”等活动，在经营管理中守信自律，创新务实，为推动经济社会又好又快发展发挥积极作用，企业建设连年发展，经营规

模逐年壮大，逐步发展成为集百货商场、连锁超市、天天农展、金融服务、城镇化建设于一体的多功能、多业态、综合性的现代企业集团。

近年来，随着新消费形式不断出现，《消费者权益保护法》及相关法律法规宣传贯彻深入人心，消费者的维权意识不断增强，消费者对商品质量、服务态度、消费环境也提出了更高的要求。我厦以科学发展观为指引，以坚持“诚信、务实、创新、发展”的企业精神，以“树品牌、创名店”的经营理念，建立了消费维权联络站。2017年，公司认真执行国家新“三包”制度，履行服务承诺，做到换位思考，积极为消费者排忧解难。全年服务站受理消费者投诉100余起，100%处理结案，满意率99%。消费者维权联络站的工作，为创建和谐社会、和

谐企业，作出了一定的成绩，积累了大量的经验，赢得了社会各界和广大消费者的信任和肯定。

## 一、情满江南优化售后服务

### 1. “不满意七天内可退换”服务

自江南大厦开业以来，一直推行“不满意七天内可退换”服务——“凡在本厦商场购买的商品(食品、烟酒、化妆品、贴身衣物、工艺品、奢侈品、钟表、首饰、打火机、加工定制商品和标明处理商品的除外)，顾客若感到不满意，只要商品保持原质原样、原包装，不影响第二次销售的，自购货之日起七天内凭购货凭证可退可换。”此项服务切实地保障消费者权益。

### 2. 投诉处理首问负责制

根据现代百货业发展的要求，从实际出发，积极开展了全员培训，把处理消费者投诉列为一个重要内容，把顾客满意率作为各商场工作的考核内容，实行首问负责制——规定如有消费维权投诉第一接待人必须负责到底，根据工作权限逐级协调解决，直至消费者满意为止。首问负责制的建立和完善，极大地方便了消费者维权投诉，提高了解决消费维权投诉的效率，得到了广大消费者和上级相关部门的好评。

## 二、多维度一站式纠纷处理服务

在上级消保委的指导 and 帮助下，公司进一步完善了消费维权服务工作制度，将相关制度上墙公示，共上墙公示了《无障碍退货制度》《消费纠纷调解制度》《消费维权服务站工作程序》等11项制度。







还在商场的显要位置制作了指示标志，引导“消费维权服务站”的走向、电话、工作时间等。

健全消费纠纷处理机制，建立与工商和市场监管投诉举报体系互联互通的消费争议快速处理绿色通道，江南大厦消费维权联络站，由专人负责消费投诉处理，并设立消费者权益保护基金，为维护消费者的权益建立了经济保障。主动自行协商和解消费争议，一般性消费投诉做到3个工作日内处理完结，履行服务承诺，做到换位思考，积极为消费者排忧解难。

顾客投诉基本处理流程：营业员→商品部→卖场管理中心(业务中心)→消费者联络站→南湖区工商局消费者协会。也可直接到消费维权联络站进行一站式维权。

### 三、贴心的售后“老娘舅”服务

换位思考，做一个努力维护消费者权益的“老娘舅”。

随着新消费形式不断出现，消费者对消费质量、消费环境也提出了更高的要求，新老矛盾交织，给

消费维权工作带来了一定的难度。消费者投诉的接待处理，是现代服务企业管理水平的重要因素，关系到企业的信誉和口碑，作为消费者投诉的管理和直接处理部门，自觉责任重大。对于处理顾客投诉要求及时、迅速，见到顾客主动问好，停止手头一切工作，态度诚恳，认真耐心听取顾客投诉内容，做好接待工作，对商品所出现的问题，处理参照《三包服务实施细则》及《商品退换货管理规定》，投诉责任所涉及在商家的，应立即解决；责任在顾客的，应耐心做好解释工作，积极协调，避免矛盾激化，投诉处理在《三包服务实施细则》及《商品退换货管理规定》的基础上从宽从速，尽可能的偏向消费者，并进行跟踪服务，保证消费者满意，维护公司形象。

下一步江南大厦消费维权联络站将进一步提升履职能力，加强消费维权工作人员业务学习培训，努力研究工作中遇到的新情况并加以解决，努力提高各项消费维权能力建设，适应新形势维权工作的需要，

提高协调、服务和调解消费纠纷的能力及为消费者维权的创新能力；其次，进一步规范消费投诉处理程序，规范自身接待形式、规范服务作为主要工作目标，作到投诉规范化、接待礼仪规范化、接待程序规范化、处理结果落实规范化、做到接待一起，处理完结一起，并时刻以顾客的满意度来衡量我们的管理水平，站在消费者的立场上考虑、处理问题，在今后的工作中坚持以人为本，再接再厉，不折不扣贯彻执行各项法律法规，切实维护消费者合法权益，为创建和谐社会、和谐企业，进一步做好今后的消费者维权服务工作。

保护消费者合法权益，让消费者敢消费、能消费、愿消费，也是社会的共同责任。我们将一如既往地做好消费维权工作，为消费者营造便利、安全、放心的消费环境，切实提升消费者的信任感、幸福感和安全感。

(江南大厦 特约供稿)



# 2019 年两会精神内容解读

## 2019 全国两会精神及要点概括

3月15日，全国两会落下帷幕。13天时间里，来自各地的5000余名代表委员聚于中国政治中心，共议中国发展大计。本次两会信息密集度之大、开放度之高，令人印象深刻。

今年是新中国成立70周年，是全面建成小康社会、实现第一个百年奋斗目标的关键之年，我国发

展仍处于并将长期处于重要战略机遇期，同时面临复杂严峻的内外部环境。

全国两会的胜利召开，对于坚定中国信心、凝聚奋斗力量具有十分重要的意义。习近平总书记在会议期间看望全国政协文化艺术界、社会科学界委员，参加联组会，分别参加了全国人大内蒙古、甘肃、

河南、福建、解放军和武警部队代表团审议，同代表委员充分讨论交流、共商国是、听取意见和建议，就文化文艺工作和哲学社会科学工作、生态环境保护、脱贫攻坚、乡村振兴、创新创业、军队建设等重大问题发表重要讲话，为我们做好各方面工作、完成今年各项目标任务，提供了重要遵循。

### 全国政协十三届二次会议

中国人民政治协商会议第十三届全国委员会第二次会议，于2019年3月3日至13日在北京举行。

这次会议是在全面建成小康社会、实现第一个百年奋斗目标关键之年的重要时刻召开的。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平等党和国家领导同志出席会议并参加分组讨论，与委员共商国是。会议审议批准汪洋主席代表政协第十三届全国委员会常务委员会所作的工作报告，审议批准苏辉副主席代表政协第十三届全国委员会常务委员会所作的关于提案工作情况的报告。

委员们列席第十三届全国人民代表大会第二次会议，听取并讨

论李克强总理所作的政府工作报告，听取并讨论最高人民法院工作报告、最高人民检察院工作报告，讨论外商投资法草案及其他有关报告，对上述报告和文件表示赞同，并提出意见建议。

全体委员认真学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，以高度的政治责任感和历史使命感，紧扣决胜全面建成小康社会等重要问题，深入协商讨论，积极议政建言，广泛凝聚共识，取得重要成果。会议务实高效、风清气正、圆满成功，是一次民主、团结、求实、奋进的大会。

会议认为，2018年是全面贯彻中共十九大精神开局之年，也是党

和国家事业发展极不平凡的一年。面对错综复杂的国际环境和艰巨繁重的国内改革发展稳定任务，以习近平同志为核心的党中央团结带领全国各族人民，砥砺奋进，攻坚克难，统筹推进“五位一体”总体布局，协调推进“四个全面”战略布局，着力打好三大攻坚战，坚定不移全面深化改革开放，保持了经济持续健康发展和社会大局稳定，朝着实现全面建成小康社会目标迈出了新步伐。

政协第十三届全国委员会及其常务委员会以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻中共十九大和十九届二中、三中全会精神，深入学习贯彻习近平总书



记关于加强和改进人民政协工作的重要思想，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，聚焦党和国家中心任务，履行政治协商、民主监督、参政议政职能，发挥专门协商机构作用，建言资政和凝聚共识双向发力，为党和国家事业发展作出了新的贡献。

会议认为，习近平总书记在文化艺术界、社会科学界委员联组会上的重要讲话，从党和国家事业发展的全局出发，强调要坚定文化自信、把握时代脉搏、聆听时代声音，坚持与时代同步伐、以人民为中心、以精品奉献人民、用明德引领风尚，为增强社会主义意识形态凝聚力和引领力，推动社会主义文化繁荣兴盛，进一步做好培根铸魂的工作，提供了根本遵循。

广大政协委员反响热烈，表示要深入学习贯彻习近平总书记重要讲话精神，树立高远的理想追求和

深沉的家国情怀，自觉践行社会主义核心价值观，扎根人民群众，以奋进新时代、争创新业绩的实际行动，为国家、为民族、为人民贡献智慧和力量。

会议强调，今年是中华人民共和国成立70周年。站在新的历史起点上，要深刻理解在中国共产党领导下新中国70年历史性变革中所蕴藏的内在逻辑，把握历史性成就背后的中国特色社会主义道路、理论、制度、文化优势，坚定信心决心，增强行动自觉，在接续奋斗中创造新的辉煌。

会议认为，2019年必然是机遇和挑战相互交织。要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持稳中求进工作总基调，贯彻新发展理念，推动高质量发展，把握重要战略机遇新内涵，做好稳增长、促改革、调结构、惠民生、防风险、保稳定各项工作。

围绕今年经济社会发展重大问题，委员们认真协商讨论，提出意见建议，认为应持续深化供给侧结构性改革，在“巩固、增强、提升、畅通”八个字上下功夫。实施好减税降费改革。

继续打好防范化解重大风险、精准脱贫、污染防治三大攻坚战。营造有利于创新创业创造的良好发展环境，支持先进制造业、现代服务业、新兴产业发展，集中力量突破一批关键核心技术。推动区域协调发展，持续释放内需潜力。加快国资国企改革，推动促进民营企业健康发展的政策措施落实落地。

实施乡村振兴战略，做好“三农”工作。保持加强生态文明建设的战略定力，持续改善生态环境。扩大高水平对外开放，推动共建“一带一路”走深走实。

切实保障和改善民生，着力做好就业、教育、社会保障、医药卫生、



食品安全、安全生产、住房等方面工作。加强和创新社会治理，深化依法治国实践。

委员们高度评价全面从严治党取得的重大成果，拥护中共中央关于加强党的政治建设等重要决策部署，认为注重持之以恒正风肃纪，集中整治形式主义、官僚主义，树立过紧日子思想，厉行艰苦奋斗、勤俭节约，具有很强的针对性。推动全面从严治党向纵深发展，是实现中华民族伟大复兴的根本保证。

全国政协系统党的建设扎实推进，为做好人民政协工作提供了坚强的政治保证。会议强调，参加政协的各党派团体、各族各界人士要深刻认识人民政协是一个政治共同体，必须共同落实中共中央对人民政协的领导和对政协工作的要求。

会议指出，今年是人民政协成立70周年。70年的实践证明，人民政协是适合中国国情、具有鲜明中国特色和独特优势的制度安排。

在新的时代条件下，要不忘初心、牢记使命，坚持中国共产党的领导，把习近平新时代中国特色社会主义思想作为统揽各项工作的总纲，把握人民政协的性质定位，把推动人民政协制度更加成熟更加定型、发挥好专门协商机构的作用作为新时代的新方位新使命，把加强思想政治引领、广泛凝聚共识作为履职工作的中心环节，提高建言资政和凝聚共识双向发力工作的质量，切实担负起把中共中央的决策部署和对人民政协工作的要求落实下去、把海内外中华儿女实现中华民族伟大复兴中国梦的智慧和力量

凝聚起来的政治责任。

会议强调，充分发挥专门协商机构的作用、广泛凝聚正能量，是人民政协服务党和国家中心任务的必然要求。要围绕决胜全面建成小康社会，把思想和行动统一到中共中央对当前形势的科学判断和对重大工作的决策部署上来，做好协商议政、宣传政策、释疑增信、鼓舞干劲的工作。

要完善政协协商的制度机制，

丰富运行方式，营造讲真话、讲实话、讲心里话的良好环境，协助党和政府听取民声、汇聚民智，及时发现风险隐患，有效提出对策建议，使政协协商的过程成为发扬民主、建言资政、凝聚共识、共建小康的过程。要加强和改进政协民主监督工作，寓监督于协商之中，助推中共中央的决策部署落实落地。

会议强调，人心是最大的政治，共识是奋进的动力。要发挥人民政



协大团结大联合组织的作用，广泛凝心聚力。积极为民主党派和无党派人士在政协履职创造条件，加强同党外知识分子、非公有制经济人士和新的社会阶层人士的联系。推动各民族交往交流交融，引导宗教与社会主义社会相适应。

全面准确贯彻“一国两制”“港人治港”“澳人治澳”、高度自治的方针，支持香港、澳门特别行政区政府和行政长官依法施政，推动落实好粤港澳大湾区发展规划纲要，促进内地与港澳青少年交流。

深入学习贯彻习近平总书记

《告台湾同胞书》发表40周年纪念会上的重要讲话精神，坚持一个中国原则和“九二共识”，探索两岸融合发展，深化与台湾岛内有关党派团体和人士的交流，坚决反对“台独”分裂图谋和行径。广泛团结海外侨胞，维护侨胞合法权益。积极开展对外交往，推动构建人类命运共同体。

会议强调，政协委员是政协工作的主体。要按照懂政协、会协商、善议政，守纪律、讲规矩、重品行的要求，加强委员队伍建设，提高整体素质和履职本领。广大委员要

当好人民政协制度的参与者、实践者、推动者，在方方面面都发挥带头作用，不负重托、不辱使命。

会议号召，人民政协各级组织、各参加单位和广大政协委员，更加紧密地团结在以习近平同志为核心的中共中央周围，高举中国特色社会主义伟大旗帜，同心同德，奋发进取，为决胜全面建成小康社会、夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利、实现中华民族伟大复兴的中国梦作出新的更大贡献，以优异成绩庆祝新中国成立70周年！

## 十三届全国人大二次会议

第十三届全国人民代表大会第二次会议已经圆满完成各项议程。

会议认为，过去的一年，以习近平同志为核心的党中央团结带领全国各族人民砥砺奋进、攻坚克难，各方面工作取得新成就，会议对此高度评价。会议充分发扬民主，严格依法办事，审议批准了政府工作报告和其他报告。

各位代表忠实履职，反映人民意志，展示了良好风貌。这是一次民主、团结、求实、奋进的大会。我们要勇于担当、扎实工作，确保完成大会确定的各项目标任务。

会议审议通过的外商投资法，是一部新时代推动高水平对外开放的基础性法律。我们要深入学习、全面贯彻，以高水平对外开放推动经济高质量发展。

中国特色社会主义进入新时代，对做好人大工作提出了新的更

高要求。人大及其常委会要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻习近平总书记关于坚持和完善人民代表大会制度的重要思想，坚持党的领导、人民当家作主、依法治国有机统一，围绕党和国家工作大局认真履行宪法法律赋予的职责，不辜负党和人民的信任与重托。

中华民族正处在伟大复兴的关键时期。我们要更加紧密地团结在以习近平同志为核心的党中央周围，高举中国特色社会主义伟大旗帜，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，牢记使命，开拓进取，为全面建成小康社会收官打下决定性基础，以优异成绩庆祝中华人民共和国成立70周年！

(内容转载自网络)



# 运动小镇培育“森林+电竞”业态的路径探讨

文 / 黄志辉 裴凡

## 第 1 章 序言

自 2017 年灵鹫山国家森林公园运动小镇(以下简称运动小镇)启动以来,浙江省首届森林运动会、灵鹫山国际汽车穿越大赛等一批极具特色的自主 IP 型赛事成功举办,中国运动汽车城、千里岗徒步森林穿越营道等一系列精品特色项目即将落地,大荫山“滑鼠”丛林穿越火爆运营,中央电视台等国家级媒

体多次报道点赞,“森林运动小镇”这一国内首创的森林运动产业 IP 从“纸上”到“林间”、从寂寂无名到全国典范,已初战告捷,打响柯城区“运动振兴乡村”的金字招牌。

回顾森林运动小镇一年多来的发展历程,以运动休闲产业为支点,以溪山田园环境为特色,抓住

汽车消费升级、运动消费升级的机遇风口,撬动“运动+旅游”“运动+健康”“运动+汽车”的多业态融合,是小镇发展的灵魂之钥。按照这一思路,经过筛选分析,笔者认为,“森林+电竞”符合小镇“运动+”发展的产业逻辑,具备成为小镇下一款“新爆点”的巨大潜力。

## 第 2 章 运动小镇发展电竞业态的逻辑探讨

一、为什么需要发展电竞业态  
(一)电竞产业风口已至,机遇

难得。预计至 2020 年,我国电竞产业实际销售收入将超过 1000 亿

元,其中赛事市场将超过 200 亿元,在收入水平上将和网球持平,







小镇-女子马帮汽车穿越赛



小镇-灵鹫山电竞大赛

在用户人数上将超越足球、篮球成为“第一大用户赛事”。以目前国内发展最为成熟的英雄联盟项目为例，从赞助商角度来看，它已完成了从游戏、硬件等厂商赞助向“欧莱雅”“奔驰”等消费客群赞助的导向性转变；从收入配比来看，已完成了从游戏内销售向周边产品、衍生文娱销售的立体化转变；从直播平台来看，已完成了从点对点游戏播放向包含主流电视媒体在内的全平台赛事化的转变。随着我国游戏产业政策不确定性的增强和中国电竞在世界大赛上的成绩突破，电竞产业摆脱“游戏附属”的共识日益增强。2018年雅加达亚运会首次将电竞列入表演项目，2022年杭州亚运会电竞将成为正式项目，“重赛事、轻游戏、正向化”的产业发展思路逐渐清晰。

(二)“森林+电竞”是对小镇业态矛盾的有效补充。运动以户外为主，客源以周末为主是小镇已规划业态的共同特点，受天气影响大，周一到周四人流量过低

是影响小镇所有业态收入的主要原因。电竞运动以室内为主，客源群以青年学生为主的特点，可以有效弥补这一短板。

(三)“森林+电竞”是打破引流瓶颈的天然客群。小镇主要客源以本地市场及周边县市区为主，以户外运动为主，以200公里自驾到达为主，缺乏对200公里以上远距离客户市场的吸引力，缺乏对户外运动以外的消费粘性，导致整体留驻率较低，是影响小镇业态客单价提升的主要原因。电竞运动人群主要集中于特大城市，规模巨大、群体行动力强，“追星”“追赛”需求强烈，且与户外运动同为青少年人群，叠合度高，是拓展小镇潜在用户市场的理想目标。2022年杭州亚运会电竞会形成较大热度，也是小镇引流的重要机遇。

(四)“森林+电竞”是提升营销成效的有力武器。小镇当前知名度相对较低，品牌形象尚未得到充分宣传，也是制约小镇发展的重要原因。电竞运动作为目前

青年人群的热点运动、“网红”运动，具有天然的强传播效果，互联网营销影响力甚至超过普通文艺明星。运动小镇极限、刺激的运动体验，与电竞赛事、明星结合，具有形成宣传爆点的巨大潜力。

## 二、电竞小镇的典型案例分析

(一)江苏太仓“电竞直播小镇”。5年内计划投资25亿元，依托英雄联盟LPL联赛、王者荣耀KPL联赛直播中心和上海区位优势，计划以赛事直播为核心，打造以电竞内容制作为业态主题的“电竞横店”，目前已落户电竞直播企业120余家，预计至2020年将实现电竞产业增加值20亿元。太仓的优势在于，距离上海只有45公里，得益于早起电竞赛事控制成本要求，具备大型赛事长期举办和直播的经验，起步较早。劣势在于缺乏互联网产业基础支持和职业战队资源。

(二)杭州下城“数娱电竞小镇”。计划投资10亿元，依托LGD等一线职业战队主场，以赛事体验为核心，建设电竞赛事直播、演艺



小镇-汽车穿越山顶



小镇-溯溪跑

综合体。目前位于下城区石桥街道的数娱小镇已启动建设，电竞影视文化中心已开业运营。下城的优势在于，位于杭州市内，已有全球顶尖战队入驻，互联网及电竞产业基础较好，主要由社会资本投资建设。劣势在于起步相

对较晚，场地相对偏小，大型活动拓展有一定难度。

(三)安徽芜湖“电竞乐园小镇”。依托现有的自媒体企业集群，联合腾讯公司，计划以电竞主题乐园、电竞嘉年华为业态主题。目前已有超过30家电竞媒体企业落

户，主题乐园预计2020年开工建设。芜湖的优势在于，具备一定的互联网媒体集群基础。劣势在于距离核心市场较远，电竞主题乐园投入巨大，存在客源不足隐患。

## 第 二 章 发展原则与业态谋划

### 一、发展原则

综合电竞小镇的产业逻辑和优劣分析，笔者认为，在运动小镇发展电竞产业，核心在于“发挥特色、错位竞争”，具体来说，应当遵循“一重、二轻、三新、四借”原则：

“一重”就是始终要以森林运动主题为重点。即要明确运动小镇仍然以森林运动、户外运动、亲子运动为主题主线，引入电竞该项目要与武侠文化、运动汽车和丛林穿越冒险等森林运动具体内容结合，作为森林运动的电竞化补充，避免对主题的冲击淡化。

“二轻”就是要采用轻资产投入。在必要电竞比赛场馆建设上，可以考虑采用“1+3”模式，即在小镇客厅中建设一个多功能演播厅，在可以举办其他会议、晚会等前提下，具备举办中小型电竞比赛并实时直播功能。同时参考韩国举办“海边露天电竞赛”的经验，在众园地块、丛林穿越二期、水上亲子乐园地块中，提前安装电源、网络接口，以“草坪赛、森林赛”的形式，规划3个可以临时改造后举办露天比赛的场地，从而基本满足电竞线下赛举办的需求。在资源招引上，也要“避重就轻”，重活动、重引流，

重自有IP的有机结合，避免举办“一锤子”型的大型电竞赛事。

“三新”就是要突出“健康电竞”新概念。运动小镇发展电竞产业优势在于特色，在于健康运动的这一品牌形象，目的在于引流转化。因此，在小镇举办电竞赛事、电竞宣传活动时，要鼓励电竞用户在比赛前、比赛后积极参与到绿道慢行、森林骑行、山地越野等户外运动中，从而形成“健康体魄+无畏精神”的品牌形象，也为电竞比赛形象改造提供合作空间。

“四借”就是要借势借力引入电竞要素。要利用山海协作、“四省



“边际城市”及与阿里体育战略合作的有利条件，积极吸引位于杭州的LGD等顶级战队资源，在条件成熟后，在小镇内设立“第二主场”、“休养训练基地”，在重大比赛期间设立“线下聚会观赛点”，集聚四省周边电竞用户人群。

## 二、业态谋划：瞄准引流转化，建设青年社区

(一) 谋划四大品牌赛事。1. 引入户外电竞趣味赛。该系列赛以引流为目标，以现有丛林穿越、森林汽车穿越、水上乐园的现有草地空地为场地，以社会资本组织为主，开展机器人格斗、手游挑战等趣味型项目，结合赛车电竞、2K篮球电竞、生存类射击电竞等和小镇结合度高的电竞赛事，考虑引入仿真型彩弹射击场，和笼式足球、小轮滑场地等智能运动设施，形成户外电竞系列趣味赛，进一步丰富小镇主打赛事的业态。2. 举办四省边际电竞邀请赛。对接国家体育总局信息中心，适度引入NEST(全国电竞大赛)分站赛等比赛规格较低，但人流量较大、互动性强的国家级中小型比赛，在此基础上逐渐培养电竞赛事举办经验，在小镇客厅多功能演播厅建成后，考虑定期举办四省边际精英邀请赛、挑战赛，力争形成四省边际电竞业余比赛第一品牌。3. 举办健康电竞挑战赛。按照跨界理念创新思路，以“寻找中国健康电竞王者”的概念，举办健康电竞挑战赛。在比赛形式上，可以采用线上+线下方式，先举行主流项目的爱好者线上赛，作为积分的一部分，然后到小镇举行户外拓展、

湖溪、攀瀑等小型线下户外挑战赛，并形成周冠军、月冠军，给予奖励。在观众组织上，可以与电竞赛事方举办合作，采用积分兑换奖励形式，将线上赛的奖励设置为线下赛周边的民宿、运动项目门票，形成联合营销、立体营销手段。4. 远期谋划AR、VR电竞试验赛。积极跟踪增强现实(AR)和虚拟现实(VR)技术的发展，在条件成熟时积极利用小镇优越的森林环境地貌，尝试在小镇举办先进AR、VR电竞试验赛或相应活动，抢占行业发展先机。

(二) 建设两大特色基地和一个社区。(1) 建设健康电竞训练基地。主打健康电竞品牌，利用山海协作等渠道，积极争取吸引职业电竞战队到小镇设立训练分基地，牵线专业的越野跑、铁人三项教练团队对电竞选手进行户外拓展培训，帮助职业选手走到户外、恢复身体机能、实现动态平衡，邀请电竞战队作为特邀代表参加森林运动会，同时在小镇举办战队团建、爱好者团建活动，并参考江山“高铁免费游江山”模式，为战队爱好者提供高铁票折换运动小镇项目门票的活动，从而与职业战队联合营销，促进用户导流。(2) 建设欢乐电竞嘉年华基地。积极利用小镇各项目场地，针对电竞项目宣传、俱乐部宣传等需要，以户外电竞趣味赛、健康电竞挑战赛、四省边界电竞邀请赛为内容主线，同步配套开展包括重大比赛线下集中观赛、COSPLAY大赛、电竞音乐节等娱乐型活动，将著名游戏人物、IP与森林运动小镇内巧妙植入，适度建设小型电竞乐园，从而把小

镇建成四省边际乃至华东地区的欢乐电竞嘉年华基地。(3) 打造一个青年运动社区。在小镇建设国家体育培训学校的基础上，积极推动专业体育培训机构与阿里体育、腾讯互娱等电竞资源方合作，为小镇的国际体育培训基地拓展电竞培训门类，为电竞爱好者提供电竞从业培训、游学观看世界赛等系列服务。未来在电竞业态引入逐渐成熟的基础上，围绕青年运动主题，引入YOU+等成熟的青年社区运营机构，定期举办电竞赛、森林趣味赛、Plogging(慢跑中捡垃圾定向赛)等时尚化活动，建设青年度假生活圈，使之成为青年聚会、观赛、户外拓展的目的地、集聚地，体育网红、电竞网红创造话题流量的诞生地和乡村国家运动公园的青年动力发源地。

越运动，越幸福；越幸福，越运动。从游戏到竞技，从“毒药”到“运动”，电子竞技产业的发展其真正是绝不保守、敢于挑战的运动精神的再次诠释，在森林运动小镇发展电竞产业，帮助电竞从室内走向户外，从“亚健康”走向“真健康”，这是一次全新的挑战，也是一次难得的机遇。只要拥抱变化、敢于变化，未来足可期待。

\* 作者黄志辉系衢州市柯城区府办党组成员、副主任；裴凡系和君咨询业务合伙人

# 互联网 + 衢州有礼

## ——关于衢州城市品牌建设电商赋能的思考

文 / 姜洪梅 裴凡

### 一、现状概况

衢州，一座最有礼的城市，国家历史之城，一座已有 6000 多年的文明史和 1800 多年建城史的江南文化名城。作为一个三、四线城市，以及浙江省的欠发达地区，如何把握住互联网时代、高铁时代和消费升级时代为内陆城市带来的重大复兴机遇，站上属于自己的强劲

风口，任重道远。习近平总书记曾在中央城市工作会议上就提出了要深入贯彻通过品牌势能的积累，最终实现国家特色城市战略里的生态之城、文明之城、智慧之城的目標，并指出：“要结合自己的历史传承、区域文化、时代要求，打造自己的城市精神，对外树立形象，对内凝聚人心。”打响城市品牌，既是一个地区发展全方位、深层次的战略工程，更是一座城市软实力和竞争力的体现。今年以来，衢州市委市政府“1433”战略确立了衢州发展的战略体系，以打造“一座最有礼的城市”为导向，确立了“南孔圣地、衢州有礼”的城市品牌，引领和推动高质量发展，向全国乃至全世界展示“衢州印象”的城市标







签。一场轰轰烈烈的全民“有礼自觉行动”践行在各行各业，各个领域、各个群体。城市品牌标识、城市吉祥物、城市卡通形象在公务系统、城市环境、文化产品、重大活动等领域推广使用，城市品牌发布会相继在北京、上海、深圳等城市召开，通过一次次的引爆点和热点宣传，城市品牌深入人心，衢州再一次以全新的形象迎来了属于自己的发展强劲风口。

## 二、存在问题

(一) 载体不足。当前，中国市场已经进入一个以品牌为核心的“第三代竞争”时代，文化渗透、资本、人才和资源等都是品牌竞争的要素。打造城市品牌，实际上就是一个商业化的过程，也是与市场充分沟通、建立良好互动关系的过程。衢州城市文化底蕴深厚但缺乏有效的载体支撑。特别是在南孔文化深层次挖掘上还不够，市场化、商业化、互联网化运营度不高。尤其是受现有文化景点的利用局限，文化带动项目形式单一，景点规模小而散，大型文化活动欠缺，传播特色不明显，没有形成最佳竞争优势。

(二) 黏性不强。在移动互联网时代，人人都是“自媒体”，很多城市因为某一点而被人记住，如七彩云南、好客山东。城市形象传播已经进入3.0时代，城市形象正是通过记忆、环境、传媒综合作用而形成的。当前，衢州的都市品牌宣传还没有形成一个完整体系，市外受众不多不精准，城市发声、亮相还不足以让人过目不忘，特别是在有礼品牌文宣内容的创作上、传播媒介的多样化上、与潜在消费群体的互动黏性上等方面，与新时代新经济背景下的要求还有差距。

(三) 变现不易。优秀的城市文化品牌能够转化为产品、转化为商品，能够带来人流、资金流和信息流，从而创造物质价值，推动城市经济社会发展。当下，衢州城市品牌建设还处于初级阶段，知名度还没有完全引爆，以“南孔圣地、衢州有礼”为核心的成熟拳头产品、知名爆品还处于空白阶段，城市品牌变现经济价值效益不够，如城市旅游上只能吸引“表层旅游”。表层旅游看地是新鲜，浅尝辄止，而以深层游看文化、感受城市魅力的“深

度游过夜游”有待提高。

## 三、对策建议

(一) 礼塑“有礼电商客服”之都。2018年3月，衢州与阿里巴巴签订全面战略合作协议，阿里巴巴集团衢州客户体验中心建成，并立足浙江面向全国，服务世界。2018年将建成不少于1200名在册员工、可支持700座席的客户体验中心。至2020年底，增加5000-10000名在册员工。随后，网易严选客服基地也落户衢州。衢州将成为电商服务之都，与杭州电商之都一脉相联。在此基础上，建议政府可整合平台资源，以礼链接，通过加大客服有礼培训力度，逐步建立线上客服“有礼云智能”常规回复用语体系，规范客服团队管理，培育“最美有礼小二”客服人等，通过客服这一载体端口，对外输出衢州有礼元素，传递衢州有礼声音，塑造良好电商形象。如以衢州城市吉祥物、卡通形象等制作有礼表情包，让客服变得彬彬有礼，与众不同。

(二) 礼遇“有礼包裹”流动风景线。快递包裹作为链接售买双方的重要载体，其覆盖领域广，辐射




人员多，多频消费指数高，是传递衢州有礼元素的重要输出渠道。建议从快递包装设计入手，整合现有电商企业总量，以快递面单、封箱带、纸箱包裹等为载体，在原有的设计基础上，融入“南孔圣地 衢州有礼”元素，打造流动中的“有礼风景线”。假设如果2018年衢州市全年有1亿个包裹快递输出，那么一年就能有1亿份的“衢州有礼”以快递路径，被送至全国各地，甚至通往海外，实现有礼宣传半径的无形扩大，进而带来流量转化，品牌渗透。再者，通过在包裹内放设“全球免费游衢州”的福利券，即可作为商家促销手段，又可为城市免费引流，从而让更多的人认识衢州、走进衢州，进而加强消费者的黏性，精准营销，促进城市消费升级，实现人流、资金流、信息流的导入变现，为城市创造价值。

(三) 礼创“让人心动尖叫”的超级产品。衢州有礼，要实实在在地体现在打造一款让消费者心动和尖叫的“礼品”上。从核心产品、爆品，再到超级产品，既要吻合衢州“绿水青山、大花园”的基因产品，又要凸显地方产品创新土特色。

作为中国柑橘之乡，柑橘是最深刻的衢州老印象之一。在经过科研、院士专家、科技融入传统柑橘转型之后，衢州新一代的橘子(如鸡尾葡萄柚、春香、秋见等)是有“格橘”的，是有含金量的。如以现代农业作为切入点，与阿里巴巴合作，嫁接“农场大脑”，实现柑橘从田间地头到城市餐桌全链路智能化数据化品牌化体系，打造衢州柑橘“数字农场”，让农业不再是种植、加工和销售割裂分开，而是由第一产业变身为打通一二三产业的第六产业，实现多点增值，直接对接市场，为广大消费者呈上属于衢州特色的“绿色之礼、产业之礼”。再如，九华灵鹫山国家森林公园运动小镇，作为最活力的衢州新印象，也可以打造具有衢州有礼特色的森系户外运动尖叫“超级产品”，为广大消费者呈上属于衢州特色“活力之礼”。

(四) 礼育意见领袖“有礼达人”。以人为本，要注重发挥城市主体的作用，人人参与、共同推动。城市因人而生，因人而兴。要打造

城市“有礼达人”个人IP体系，通过举办大型有影响力、知名赛事，及其海选、造势宣传推广等等培养城市“有礼达人”，孕育“有礼意见领袖”，形成衢州有礼达人人格魅力，积极引导正能量。同时，作为城市主体的“人”，包括居民、企业、政府以及其他社会机构。要统筹调动各方面的力量，充分发挥全社会的创造力，提升市民的参与度和参与能力，形成城市建设主体的合力效应。牵起政府的有形之手、市场的无形之手和市民的勤劳之手，促进城市主体之间协调协同，行动上同心同向，实现城市品牌建设的共治共管、共建共享。

\* 作者姜洪梅系衢州市柯城区经济技术协作中心副主任；裴凡系和君咨询业务合伙人







## 释放舌尖不寻常美味

文 / 孙大牛

一方水土养一方人，一地特产显一地情。绍兴市一家企业传承“嵯厦”地域特产，蝶变为声名卓著的豆制品大佬，生产的臭豆腐闻着臭、吃着香，列入上海知名酒家餐桌的“绍兴三臭”拼盘，冠名“臭大王”。

日前，浙江省商务厅公布第六批“浙江老字号”，绍兴市嵯厦传统食品有限公司注册的“嵯厦”地域商标，延袭当地明清以来豆制品传统名号，跻身该批30家“浙江老字号”行列，形成特色小吃一道映照古今的靓丽风景。

### ◆ 农家特色小吃榜首 ◆

浙江的“吃货”有福啦！去年11月22日，省农业农村厅公布“2018浙江十大农家特色小吃”评选结果，荣获榜首的特色小吃竟是“闻着臭、吃着香”，在沪誉为“臭大王”的“绍兴臭豆腐”，选送单位为绍兴市嵯厦传统食品有限公司。

评选活动历时2个多月，经过报名、挖掘、初选、公众投票，结合美食达人、美食专家及媒体代表现场评审等多个环节，万众瞩目的“2018浙江十大农家特色小吃”新鲜出炉，绍兴臭豆腐也位列其中。去年11月23日至27日，2018年浙江农博会隆重举办，杭州萧山新农都会

展中心小吃街区集中展示了绍兴臭豆腐在内的88个浙江农家特色小吃，整体亮相100余种家乡小吃，来宾寻找儿时妈妈的味道，品尝美食小吃，感念淡忘的乡愁。

谈到十大农家特色小吃，“吃货”各有赞誉。说起绍兴的嵯厦臭豆腐，几乎是众口一词：啥都别说了，一听到臭豆腐，口水不自觉流下来！摊位前始终排着“长龙”，顾客宁愿花上1个小时的排队时间，执意品享“浙江第一农家小吃”。

早在2007年，浙江省农业博览会在杭城举行。绍兴市嵯厦传统食品有限公司的一块小小的臭豆腐名声大噪，获得博览会金奖。2009年，我省晋京举办的“浙江商品大集”，



“崧厦豆坊”展位人流如潮，江南的臭豆腐照样受到北京市民的热烈欢迎。

绍兴市崧厦传统食品有限公司每年代表“绍兴臭豆腐”形象产品出展数十次不同类型的节会，几乎每次都进入展会的热销排行榜，成为一道靓丽的风景。国内外主流媒体争相报道绍兴臭豆腐特色，推介绍兴臭豆腐的风味。

最早发掘绍兴臭豆腐风味特色的是国家高级厨师、国家厨师职业鉴定高级评委周瑞兴。他说，人家的臭豆腐是闻着臭、吃着也臭，而绍兴市崧厦传统食品有限公司的臭豆腐是闻着奇臭，吃着很香。不光如此，它的特点是“臭得够劲，香得过瘾”。



上海绍兴饭店大厨推荐崧厦“臭大王”

上海中高档饭店有一道“绍兴有限公司的臭豆腐排名第一臭，销量也最好，上海餐饮界称它为“臭三臭”的特色拼盘：臭豆腐、臭冬瓜和臭豆豉。绍兴市崧厦传统食品大王”。

#### ◆ 事关两个皇帝传说 ◆

崧厦臭豆腐驰名遐迩，热遍神州。然而，绍兴市崧厦传统食品有限公司还有更多的拳头产品，包括霉千张、霉豆腐、油豆腐、素鸡、五香干、豆腐等20多个系列豆制品，品牌食品新鲜独特，深受顾客青睐。其中，崧厦霉千张是绍兴市上虞区城市礼品，崧厦霉豆腐每年销量翻番，当地市民“一瓶难求”。

“崧厦”老字号豆制品源远流长，清代已声名卓著。据“光绪《上虞县志校续》点校本”（清 储家藻修）下册“饮食之属”记载，“豆腐，虞城为佳，别制豆腐干、豆腐皮、油豆腐、千张之属……”其中，“千张之属”就是“崧厦”字号霉千张前身。

对于“崧厦”豆制品老字号的历史传承，西泠印社出版《上虞地方文化丛书·上虞名优特产》介绍比较清楚。据记载，崧厦霉千张黄亮、松软，香味无穷，乃上虞的著名特产，制作历史悠久。到了清代，“崧厦”字号门店已成相当的气候。当时还详细记录“崧厦”霉

千张的制作方式和口感美味。

绍兴市崧厦传统食品有限公司的历史传承源于清代的“钟万和水作坊”。据西泠印社出版社出版的《上虞记忆名录——老字号篇》记载：崧厦境内的水作坊星罗棋布，遍布城乡，仅崧厦街较大的作坊就有“蔡万盛”“杨兴记”“赵永





裕”“钟万和”“郭顺兴”等。民国以后，其它作坊湮没无闻，唯有“钟万和”水作坊由钟家子弟代代相传。

传统小吃能够热销，不光需要吃出感觉，还要吃出文化、吃出故事。崧厦老字号产品有着精彩的历史传承故事，其中，臭豆腐和霉千张，事关两个皇帝的传说。

相传，“崧厦”臭豆腐由明太祖朱元璋首创。当年，朱元璋征战东南沿海的方国珍割据势力时，途径绍兴，崧厦居民躲避，正巧军中缺粮，士兵饿得难受，朱元璋走进民居，饥不择食，拿起发霉长毛的豆腐块往油锅煎炸，发现香臭杂陈、

美味可口。大军走后，这种最原始的油炸臭豆腐方法在崧厦流传，后由当地居民代代传承，俗称“崧厦臭豆腐”。

崧厦霉千张也源远流长，文化底蕴深厚。当年，清朝乾隆皇帝下江南，曾品尝过“崧厦”霉千张。相传，乾隆皇帝下江南，每到一地都想尝尝当地的风味土产。有一次，他来到绍兴，知府办了不少土特产，其中就有崧厦霉千张……乾隆见这碗菜颜色清淡嫩黄，十分文雅，又闻到一股诱人的香味，即用筷子夹起一尝，感觉酥酥鲜美，不觉大吊胃口，因其陈中带鲜，腌

里夹香，去膻解腥，化积消食，称为“绝品”。后来，清代崧厦所产的霉千张曾被皇宫誉为“宫廷奇菜”，后人咏叹：“崧厦百年霉千张，乾隆美誉天下张”。

如今，绍兴臭豆腐已“香”飘世界，而“崧厦臭豆腐”代表绍兴臭豆腐的特色和亮点。2015年9月8日，新华社“新华国际”称：美国知名美食杂志《美味》发布年度美食奖项名录，中国绍兴的臭豆腐获评“最不寻常美味奖”。《美味》杂志对绍兴臭豆腐的评价是：“恶臭但纯粹，让人躁动不安同时又无比可口”。

#### ◆ 传统食品创新发展 ◆

崧厦豆制品经过百年传承，今已创设绍兴市崧厦传统食品有限公司，形成工厂化生产格局。企业跻身中国豆制品协会团体会员和上海市烹饪协会团体会员，已成绍兴市规模最大的豆制品生产基地，旗下的“崧厦”品牌系浙江省著名商标。

走进绍兴市崧厦传统食品有限公司，可以感受臭豆腐生产的16道工序，包括筛选、浸泡、磨浆、煮浆、点浆、制坯、脱布、切块、浸泡、

包装、冷藏等。据介绍，绍兴臭豆腐结合传统手法和现代工艺：传统手工制作方法保留崧厦臭豆腐独特口感和原有风味，现代工艺和包装技术保障崧厦豆制品的规模产量和安全卫生。

中国烹饪大师茅天尧介绍说，绍兴臭豆腐独特味道与制作工艺有关，它用苋菜梗发酵制成卤，再放入豆腐浸泡而成。方法听听简单，操作起来却是极为复杂，对发酵中

的温度、湿度和时间把握都有极高的要求。

传承老字号品牌发展豆制品事业，创建绍兴市崧厦传统食品有限公司离不开今天的“当家人”钟文江。钟文江出生在浙江上虞沥海贺孙村，13岁那年跟着父亲学做豆腐，15岁挑起担子走街穿巷叫卖豆腐。当时的菜市场老摊贩欺生，沿路叫卖也受人讥笑，18岁的钟文江血气方刚，决然外出打工做木匠，这一走就是三年。

22岁那年钟文江回到家乡，再次接过父亲的豆腐摊子，开始独当一面。他进行豆制品设备改良和工艺改造，买来电动小钢磨，采用蒸气冲浆提高豆制品的加工产量，逐步减轻劳动强度。1998年，钟文江在沥海菜市场边买下三间两层楼房，楼房前有100平方米空间造了





省农博会“崧厦豆坊”热销场面

两间豆腐房。豆腐房做出的新鲜豆制品即时送到菜市场上卖，这一年，凭着的可靠的质量和经营的诚信，钟文江的豆制品在沥海市场拥有40%份额。

当年，在工商所人员的引导下，钟文江注册“崧厦”商标，拥有全市第一只属于自己的豆制品商标。随着“崧厦”商标进入“绍兴名牌”“浙江省著名商标”“浙江省放心食品”行列，“崧厦百年霉千张，乾隆美誉天下扬”等广告语也驰名遐迩。

2003年，钟文江开始豆制品事业质的飞跃。他到沥海买地造厂房，到沥海农行贷款20万元，建起豆制品生产流水线，成为豆制品工厂化生产的第一人。此后，他不断投入，提高豆制品产能，把产品主要市场

推向上海，再逐步覆盖当地和周边地区。

近期，他开设淘宝店，注册天猫店，考察旅游景点直营店，筹划城市旗舰店，招揽加盟店，立志将老字号品牌做大做强，做出亮点和特色。

聊起老字号品牌建设，钟文江有着自己的见地。他说，申报老字号不是为了念旧，发展老字号也不是固守传统，天地有沧桑变化，人文有继承发展，要将继承传统和改良创新结合起来，把传统小吃和时尚口感融会贯通，在呈献古人传统风味的同时，创出现代风情的特色小吃。钟文江举例说，霉千张消食去积，受到老年人的喜爱，但被年轻人排斥；臭豆腐“臭味香投”，年轻人特爱，但被老年人拒绝。如果

我们在保留传统霉千张的同时，研发出口感上佳的“鲜千张”；在弘扬臭豆腐的同时，创制醇美清淡的“香豆腐”，那么适应人群就会大幅度增长，老字号产品才能走出狭隘的老旧胡同，受到不同市民的欢迎。创新是民族进步的灵魂，也是老字号提升发展的动力。

据称，绍兴市崧厦传统食品有限公司正在与相关大专院校的食品研究所合作，进一步开发崧厦老字号系列新品，在优化质量、保证安全的前提下，力争口味创新、花色创新、包装创新、品牌创新，融洽传统与现代关系，适应不同人群味蕾，满足更多层次需求，最大限度释放舌尖上的美味，为“崧厦”老字号进一步传承发展奠定良好基础。





# 抓机遇谋发展，新起点再出发

## ——楼外楼新时代背景下“永葆青春”的秘诀

楼外楼创建于清道光二十八年（公元1848年），是一家具有170年历史的餐饮老字号企业。楼外楼地处风景秀丽的杭州孤山南麓，位属西湖核心景区，以经营杭州传统名菜而享誉中外。长期以来，楼外楼秉承“以菜名楼，以文兴楼”的发展精髓，经过多年的发展，形成以餐饮为龙头，集工商商贸为一体的多元化股份有限公司，并以令人瞩目的经营业绩、丰厚的历史文化底蕴跨进全国名楼行列。

一、传统餐饮企业对非物质文化遗产的坚守

楼外楼是一家餐饮百年老字号企业，有着深厚的历史文化底蕴，吸引无数中外名人，也先后多次接待党和国家重要领导和社会文化名人，得到一致的赞誉。新中国成立前，孙中山、鲁迅、竺可桢、马寅初等名人都曾多次光临。新中国成立后，周恩来总理九次莅临楼外楼，陈毅、贺龙等老一辈革命家和丰子恺、潘天寿等文化名人也多次临楼品尝名菜佳肴，题诗作画。近十多

年来，楼外楼接待过江泽民、李鹏、李岚清、贾庆林、李长春、俞正声、贺国强、吴仪、李铁映等党和国家领导人。也接待了新加坡总理李显龙、新加坡前总理吴作栋夫妇、俄罗斯副总理茹科夫、澳大利亚总督迈克尔·杰弗里等国际友人，获得一致好评。

浙江省公布的十二道非物质文化遗产菜肴烹饪技艺，其中六道已成为楼外楼的看家菜。如西湖醋鱼、龙井虾仁、宋嫂鱼羹、东坡焖肉、叫化童鸡、干炸响铃等风味独具一

格，成为中外宾客所倾慕品尝的名菜。同时，企业高度重视食品安全工作，始终把食品安全的生产经营放在首位，严格执行 ISO22000 国际食品安全管理体系，全员关注采购、贮运、生产、销售每一个环节，确保食品安全关。

多年来，企业先后被授予全国饭店业劳动关系和谐企业、全国驰名商标、中国饭店业优秀民族品牌、浙江省重点流通企业、浙江省诚信示范企业、浙江省服务保障杭州峰会先进集体、“十二五”浙江省商贸百强企业等荣誉。

现集团公司旗下拥有楼外楼菜馆、岳王庙分公司、东楼菜馆、玉泉山庄、杭州楼外楼食品有限公司、杭州虎跑矿泉饮料厂、杭州铭楼水产养殖有限公司、杭州湖畔居花港茶楼有限公司、杭州天外天菜馆有限公司等多家子公司，近 40 家遍布杭城的直营门店。

## 二、借力“互联网+”，非物质文化遗产的传承与发展

楼外楼是杭州知名企业，也是中国驰名商标。企业一直坚持品质经营、品质发展，以《楼外楼杭州传统名菜制作技艺》非物质文化遗产为主线，致力于杭州传统菜肴的发掘和传承。在“互联网+”的时代背景下，楼外楼进行了以下新的尝试：


(一) 凭借史诗大剧《楼外楼》的热播，有力提升了楼外楼的影响力和地位，并且适时推出民国菜肴和民国风的产品，让更多的老百姓爱上杭帮菜。

(二) 食品公司围绕做强做优楼外楼的发展理念，重点做好生产经营和新门店开始等工作。并充分利用天猫、淘宝、京东、微商城、东家等电商平台，从而让更多的楼外楼产品走入千家万户，不断提高产品知名度和市场占有率。

(三) 分支企业天外天菜馆适

时推出新菜，并利用促销活动，增加消费者粘性。花港茶楼除了增设盖浇饭的品种和数量外，还积极做好与阿里巴巴、淘宝等公司的小型会议接待，增加回头客和满意度。玉泉山庄结合自身实际，及时更新时令季节菜，各具特色，彰显本领。

(四) 是定期在楼外楼微信公众号发布企业动态及产品信息，不断推陈出新，借力《楼外楼》电视剧的热播和《我和楼外楼故事》征集活动，不断“吸粉”，壮大“粉丝”队伍。

一个半世纪以来，楼外楼走过了艰苦创业、发展繁荣的不平凡道路，如今又在新时代背景下抓机遇谋发展，新起点再出发，使楼外楼百年老字号永葆青春。

(楼外楼 特约供稿)





# 三大平台创新

## 浙商银行助企业降成本有新思路

从“去杠杆”到“调结构”，实体经济企业是否改善了自身融资情况，融资成本是升还是降？近日，记者跟随浙商银行的调研团走进武汉，走进当地实体企业，可喜地发现，在中央和地方政府引导下，优质企业经过“大浪淘沙”，造血能力回升，降低了融资杠杆和融资成本。当然，这背后少不了金融机构的贴心服务。

化解高杠杆难题，金融机构不该也不能一刀切地减少贷款。浙商银行提供的流动性服务，正是通过池化融资平台、应收款链平台和易企银平台（简称“三大平台”）等创新金融工具帮企业盘活了票据、应收账款等流动资产，使企业能够主动减少融资进而降低负债率。“三大平台”通过嵌入企业生产经营管理的方方面面，提高效率、减少传统融资，逐步将企业财务成本、杠杆降下来。截至2017年12月末，浙商银行“三大平台”共服务实体经济企业超1.7万户，帮助企业节省利息支出超7亿元。

打个比方，池化融资平台（涌金票据池、出口池和资产池）就像银行给企业建了一个“池子”，企业可以把报表上难盘活的资产，如应

收票据、应收账款、理财产品等资产放进池子里，灵活转化成随时可以使用的银行融资产品，同时还可以把银行授信也放到池子里，使“池子”蓄水量更足。应收款链平台利用区块链技术，可以把企业的应收、应付账款转化为数字化资产，“点石成金”激活应收款，用来支付、转让给上下游，也可以向银行融资，减少新的负债进而稳定杠杆率。易企银平台是一个现金管理平台，可以更好地盘活企业和供应链上下游资源，用管家式服务降低产业链整体成本。

### 盘活流动资产 降成本的“利器”

如何服务经济高质量发展，尤其是知识、技术密集型的新兴企业，是浙商银行一直在探索的问题。新兴企业以轻资产运营为主，较难获得传统贷款，浙商银行另辟蹊径，通过盘活企业的存量资产，帮助他们降成本。

武汉都市环保工程技术股份有限公司（简称“都市环保”）是国家级环保高新技术企业，业务涉及能源清洁高效利用、污水处理、固废处理、废气治理和环境修复五大领域，其氨法脱硫系统是废气治理的

主流技术路线之一。

都市环保主任会计师梁丹向记者介绍，“公司下游多大型钢铁厂，日常结算大量使用票据。但因为收到和支付的银行承兑汇票在金额、时间上很难匹配，所以经常需要将大票换成小票。”

大票换小票通常需要质押大票，大票到期后资金会形成冻结，降低资金周转效率，因此我们收到的银承更多是存放在手中，同时在银行存一定比例的保证金去新开银承，也占用了一部分流动资金。用了浙商银行的池化融资平台后，大票可以在线随时换开成小票，不挑票、质押额度不打折，公司付款压力减轻了很多。都市环保自2016年第一笔票据入池后，已在池化融资平台累计入池质押15.1亿元，开票11亿元，有效盘活了存量资产。

针对都市环保应收、应付账款量大的痛点，浙商银行进一步创新了应收款链平台，延伸到公司的供应链上下游。上游分包商利用都市环保授信将应收款链进行转让融资，从而盘活了其应收账款，解决上游分包商无授信、融资难的问题。

池化融资平台的设计，找准了各类企业的资金融通痛点。全国最

大的民营医药商业流通企业之一、上市公司九州通也是池化融资平台的“粉丝”，有了浙商银行的票据贴心管理助手，再也不用对票据管理头疼。公司还通过池化融资平台项下“超短贷”滚动融资近8亿元，充分盘活自身的未用授信，满足短期流动性需求，仅半年节约利息支出150万元。

浙商银行公司银行部相关负责人介绍，据测算，企业通过“票换票”、“超短贷”等池化融资方式盘活票据等资产，可有效减少企业调头备付资金约20%，切实降低企业财务杠杆。

### 池化+线上化 集团票据管理省时省力

三环集团是湖北省机械汽车行业的龙头企业，拥有完整的汽车整车生产、零部件制造、汽车销售产业链，由于集团下辖子公司众多，且分散在湖北省汽车走廊的十堰、襄阳、黄石等地。集团每年回款约200亿元，月均约17亿元，由于汽车行业票据结算占70%以上，集团对子公司的资金和票据归集管理需要耗费大量人力、物力，财务人员有时为了一张票据要当天往返两地，费时又费力。

浙商银行的“池化”和“线上化”业务模式巧妙化解了企业难题，平台支持7\*24小时在线操作，资金实时到账。三环集团最初开设池化融资平台时，有几家备选银行，前期主要考虑已有合作、额度充足、成本较低的国有大行，但在充分了解产品功能及操作便利度之



后，最终选择了刚入驻湖北不久的浙商银行。

三环集团财务公司董事副总经理宋华强表示，“虽然业务各有千秋，不过浙商银行的池化融资平台在业务便利及“不换票”“不打折”“全线上”等方面优势更突出，给我们留下了深刻印象。我们特别看中浙商高效、专业的服务，大部分操作都能通过企业网银完成。”自从开通了集团池化融资平台后，成员单位无需频繁往返银行，在系统上“点一点”可以入池各项资产，总部就能实现对各家分子公司票据的集中管理、余缺调剂，优化资源配置。短短两个月时间，已有13家一级子公司加入集团池，入池票据6.3亿元，开票共计3.6亿元。按集团口径一年平均入池5亿元测算，

一年至少可节约财务成本500万元以上。

“操作简单、全线上化、利率低”，是记者在调研中听到企业财务人员几乎一致的评价。都市环保财务部主任会计师梁丹介绍，其他银行电票支付至少三个工作日，浙商银行池化融资平台从财务人员发起操作到票据付出仅半个工作日。

截至2018年6月末，池化融资平台签约客户超1.9万户，池内资产余额超3400亿元，融资余额近2700亿元。

### 打通供应链上下游 小微企业融资到账快

小微活，经济兴。浙商银行的“三大平台”，不止服务大中型企业，也关注“毛细血管”末端的畅



通与否。通过供应链金融缓解小微企业流动资金压力，浙商银行提供了一种新的思路。

武汉市市政建设集团(简称“市政集团”)是一家国有大型建筑施工企业，其上游原材料经销商多为小微企业、民营企业。

借助浙商银行的供应链金融创新，在依托区块链技术建设的应收账款链平台上，市政集团的应付账款可以改造成“区块链应收款”，灵活支付给上游企业，帮助上游企业获得融资。而且全程线上化操作，高效便捷，一改过去保理手续繁琐、耗费时间和人力成本的缺点。

市政集团作为核心企业，目前

已签发区块链应收款金额近8000万元，帮助上游企业第一时间收到工程款，大大缓解上游中小企业资金压力，有效降低了企业资金成本。

截至2018年6月末，应收账款链平台推出短短半年多，该行帮助企业搭建平台558个，累计签发应收款超2600笔，签发金额260多亿。

服务小微企业，以武汉宝洁环境工程技术有限公司为例，公司是都市环保的上游供应商，此前与浙商银行没有业务往来。2017年末，企业面临续贷难的困境。经过多番考察，浙商银行武汉分行认定这家企业经营稳定、技术领先，出于对核心客户都市环保的信任，很快就

给企业放了1000万贷款。这笔专门针对小微企业的“便利贷”手续简便，原本需要十多天的手续在两天之内就完成，帮企业节省了一大笔过桥融资的费用。事后，董事长王佐力连连夸赞浙商银行“站在客户的角度考虑问题”。

响应国家号召，浙商银行连续十二年乐此不疲地支持小微企业，小微贷款多年稳定增长。截至2018年3月末，浙商银行小微贷款余额超1900亿元。其中单户授信总额1000万元以下的超1200亿元，占各项贷款比重位居全国性银行第一名。

(浙商银行 特约供稿)



# 以诚信经营塑家政标杆

## ——巾帼西丽多元化经营铺就崛起之路

杭州巾帼西丽家政集团有限公司始创于2002年9月，是一家专业从事家政服务、全方位养老服务、母婴护理服务、物业管理、职业技能培训等综合性、多元化经营的服务企业。公司成立16年多来，在各级党委政府的关心重视下和在广大员工的共同努力下实现了跨越式发展，成为一家全国生活服务行业的知名企业。目前公司下辖100多个服务网点，拥有员工6000余名，业务分布在浙江、安徽、山东、福建、江西、山西等地。公司先后被授予“中国驰名商标”“中国十大家政服务著名品牌”“全国家庭服务行

业知名品牌单位”“全国家庭服务行业百强单位”“全国重质量守诚信单位”等300多项荣誉。董事长丁常菊也先后荣获全国“三八红旗手”“第二届中国生活服务业年度人物”“全国城镇妇女‘巾帼建功标兵’”“浙江省职工创业十佳”杭州“十大再就业明星”等称号。巾帼西丽学校先后被有关部门确定为“全国总工会培训示范基地”“杭州市巾帼就业创业基地”“杭州市工会促进就业援助行动就业创业基地”“杭州市职业技能培训品牌机构”，并被杭州市委、市政府授予“杭州市社会责任建设先进企业”等多

项荣誉称号。

巾帼西丽集团公司经历了三个发展阶段，从2003年由下岗失业妇女丁常菊创办的一个小小家政公司起步，到2006年公司以“错位发展、多元化经营”为发展战略，在激烈的市场竞争中站稳脚跟，走出了一条有特色的差异化发展新路子。根据社会需要和潜在的需求，公司以家政服务为龙头，逐步开发了居家养老服务、母婴护理服务等业务，赢得了市场的认可，成为下岗失业妇女创业的成功典范。2006年起公司步入稳步发展阶段，公司以“品牌为先导，实现跨区域发展”为战略目标，率先在行业中导入了ISO9000质量管理体系，通过资本输出、技术输出和管理模式输出等投资方式，公司先后成立了福州分公司、威海分公司和景德镇分公司等下属企业，开始迈向跨地区、跨区域发展，为公司的发展壮大奠定了良好的基础。2010年起公司进入快速发展阶段，公司成立了集团，凭着企业品牌效应和规模实力，公司走上了一条综合发展、多元化经营的发展道路。公司经济效益持续快速发展，营业收入平均每年以30%以上的速度递增，2017年实现收入超3亿元，名列省市家政行业前列，成为行业的排头兵。





### 一、多方创新突破瓶颈，推动企业特色发展

2018年以来，一线员工随着中西部开发，新农村建设等国家开发，越来越多外来务工人员的减少，导致在招工数量方面急剧下滑。随着50多岁的老一批家政人员退休后，新一代外来务工人员不愿意从事一线家政工作，整个家政行业呈现青黄不接的用工情况，制约行业的发展和提升。就此公司采取一系列措施，推出巾帼西丽特色的高端家政服务。

(一) 依托职业技能培训学校，培养专业的家政服务人员

公司于2010年成立巾帼西丽职业技能培训学校，建立教学和实操实训教室9个，面积达600平方米。包含多功能培训教室、烹饪实训教室、礼仪实训教室、婴童实训

教室、护理实训基地、家庭环境实训教室和居家养老护理实训教室。

学校师资力量雄厚，拥有30多名培训教师和管理人员。学校严格按照“国家人力资源和社会保障部、中国就业培训指导中心”及“中国家庭服务业协会”指定的培训教材施教，并根据杭州市人力资源和社会保障局、“杭州市家政服务工程”确定的培训项目安排课程，积极为学员提供理论学习、实践操作和专业考核鉴定的培训，对于考核合格的学员发放职业资格证书并推荐或安排就业。同时学校也秉承巾帼西丽一贯履行企业社会责任的宗旨，积极为下岗失业人员、失地人员和外来务工人员开展技能培训，累计培训40,000多人次，为解决社会就业问题做出自己的贡献。

(二) 坚持规范化、职业化建设，

打响家政服务品牌

巾帼西丽近年来打造的“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。

在家政服务行业，每个服务的家庭环境不同，以及不同家庭主人心中的“服务”标准不同，所以客户的需求十分个性化。对于家政服务企业来说，在保证服务质量情况下，标准化服务是巨大的挑战，这就需要家政服务企业按照质量标准牢牢把关员工的素质和作业的标准流程，让员工以扎实的专业技能、专业的服务意识和企业完善的从售前到售后的保障体系去应对客户需求的不断变化。

“家家喜”所有的家政员工，包括钟点工、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，并通过了职业

巾帼西丽总部



技能考核，他们都较全面掌握了职业道德、家庭保健、电器使用、孕产妇和老人病人护理、营养配餐、早教知识、礼仪规范、心理学、生理学、营养学、医药学等基本知识，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。同时为了加强对员工的规范化管理，通过与社会管理系统对接、与劳动力输出地对接、与职业教育体系对接等方式，公司为所有员工建立了档案，档案收取了该员工基本情况、培训记录、考核成绩、相关证书和客户服务资料，由培训专员整理归档计入个人档案。

“家家喜”摒弃了市场上仅提供中介服务的弊端，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。

“家家喜”除了从员工培训、安排上岗、提供服务到客户反馈的纵向一体化运营外，也围绕家政服务的相关市场，积极开展横向多元化经营。比如在居家养老板块，公司在派遣员工为客户提供服务外，还专门开设了老年用品超市，为行动不便的老人选购代步车、拐杖、轮椅、病床等特殊商品。为居家老人和卧床病人提供家庭便利设施安装和改造服务也已经提上了公司日程。

(三)以家政 O2O 为平台，推行“互联网+”的经营方式

为了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，根据用户位置推就近安排员工提供服务。“家家喜”平台通过服务培训、服务担保、过往服务数据分析等为用户提供服务。除了公司直属可自由支配的阿



中恒西丽老人服务中心



培训学校



品牌推广研讨会



职业化建设





巾帼西丽参展浙江省第五届老博会

姨外，“家家喜”通过吸引中介机构加盟的方式，在确保服务质量的前提下，逐步扩展服务市场。借助这些推广平台，“家家喜”主要瞄准中高端市场，提供专业陪护工、居家养老、金牌月嫂、专业育婴师、育婴早教、幼教保育等服务。

## 二、发挥标杆企业作用，助推行业集聚发展

巾帼西丽学校每年培训学员5000余人次，培训合格率达95%，为社会培养了一大批懂理论知识、知职业礼仪、能动手服务的服务员。并先后与浙江大学、浙江计量学院、杭州师范大学、浙江建设职业技术学院和浙江老年大学展开合作，利用高校资源，积极探索家政服务行业发展方向，分析市场需求，构建家政服务行业专业人才培养机制。

国内的大多数家政企业都存在一定的问题，诸如管理方式陈旧、无自主的品牌等等，因此导致在互联网的冲击下，毫无立足之地，尤

其是以中小型的家政公司为代表，落后的管理模式注定要“挨打”，不懂得品牌推广的家政公司在未来或将面临着淘汰的局面。互联网的普及，传统家政企业运营模式最终将会被互联网新形式下的模式所取代，在二胎政策开放、人口老龄化的大环境下，家政行业在未来也势必会迎来新的转机，这对于家政企业来说既是机遇也是挑战，只有把握好未来的大趋势才能在家政行业立于不败之地。

传统家政行业发展较迟，各方面都不成熟，出现了价格乱、服务差、信息不透明、中介坑人等现象，家政O2O的重要特点是，通过互联网通讯技术加快信息流通，随之是信息流（商业流）的效率提高。家政O2O，以互联网或特别是移动互联网平台（如APP或微信公众账号）作为信息公开查询平台，打破传统家政行业对阿姨信息等信息的封锁，实现买方和卖方的信息对称。

公司针对当前家政服务市场情况进行分析和数据收集，通过数据

挖掘出客户的差异化需求，积极拓展细分市场，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，确保客户服满意率一直保持在98%以上，在服务行业中名列前茅。去年8月在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。

通过O2O环境下的“家家喜”平台，巾帼西丽综合服务有限公司将能够做到“三高三低”，即：让员工工作效率高、学习成本低；从消费者的角度来说，做到品质高、价格低；从O2O平台的角度来看，做到效率高、成本低。

巾帼西丽集团依托集团的综合发展优势，以家政服务为主导，将家政服务与养老服务、月嫂及清洁保洁等结合起来，推动多元产业联动发展。

（巾帼西丽 特约供稿）



## 杭州村口互联网 + 便捷回收设备

# 让智能回收分类成为可能

杭州村口再生资源有限公司成立于2014年，致力于城市垃圾分类回收，拥有4500平方米标准厂房，现有员工120余人。公司引进各类尖端技术人才，将二维码技术、物联网、云计算技术运用于城市再生资源回收管理领域，独立自主完成“智能分类回收”的系统开发和系统实现。作为社区物联网系统应用服务整体解决方案提供商，村口取得了完全自主知识产权的研究成果，并在杭州市部分社区再生资源回收领域广泛应用。该模式适用于物业管理较为规范的大中城市的社区再生资源回收体系建设。

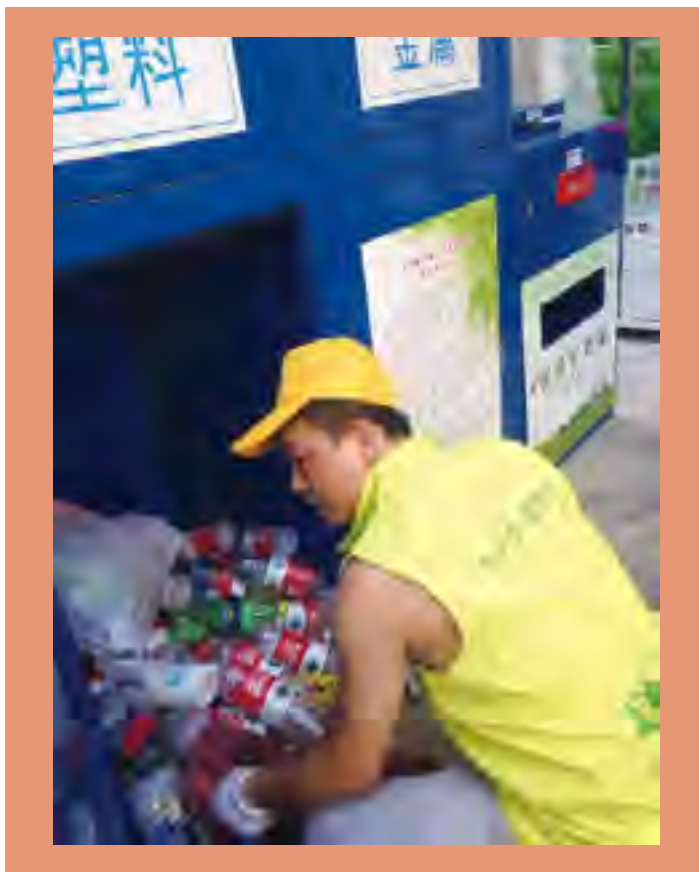
### 一、智能回收成为杭州村口发展的风向标

村口利用智能分类设备和各种服务引导居民进行正确投放再生资源，使居民提高分类的意识。通过开展“互联网+回收”，有效的解决了传统回收领域长期以来存在的信息不对称、回收困难等问题，构建起了社区居民再生资

源回收便捷通道，降低了再生资源从业人员的回收成本，提高了产业链的核心盈利能力。利用“村口服务”APP、微信公众平台及村口网络PC，实现了大数据统计、居民线上交投废品与“村口服务”线下回收的深度融合，从而实现

了“居民、村口服务、商家、政府与企业”五位一体的循环经济发展模式。

杭州村口再生资源有限公司利用互联网+移动回收平台(APP)、智能回收箱进行可回收物、低价值再生资源全自助式回收工



作，现已开拓203个生活小区，铺设智能回收箱217台，20万+用户。项目实施以来，已取得了较为良好的社会效益和经济效益，公司将及时总结实际工作经验，在继续做好再生资源智能分类回收工作的基础上，进一步强化智慧应用，互联网+智能分类回收工作在广州、武汉、宜昌、合肥、铜陵、蚌埠、盐城、苏州、杭州、宁波、温州等地小区试点推广。

根据市政府垃圾分类工作的目标和要求，村口运用二维码识别、物联网、云计算等技术手段，结合先进的垃圾分类回收管理理念 and 大数据分析开发出一套智能分类管理平台。

引导居民垃圾分类的正确意识，通过人性化激励措施提高居民垃圾分类的参与率和正确率，建立再生资源分类管理和考核体系，打通产业链各个环节，实现垃圾减量化、资源化、无害化。

## 二、充分利用互联网技术，促进回收方式多元化

(一) 智能分类回收。用户将不同种类再生资源分类打包，贴上二维码，通过设置在小区的智能回收箱进行自助回收，即刻获取积分回馈，引导居民分类投放再生资源，强化居民垃圾分类习惯。

(二) APP+上门服务。用户发出上门回收的请求时，软件通过读取用户的手机GPS数据来获取用户当前所在的位置，然后将数据传送到村口系统平台，村口回

收员根据平台信息，规划最优回收方式完成上门服务。

(三) 智能云平台。利用物联网技术把再生资源、智能终端、社区居民、管理员和系统平台通过新的方式联在一起，形成人与物、物与物相联，实现分类回收管理信息化、设备管理智能化的网络。

## 三、全方位立体宣传，带给客户新体验

媒体大力宣传。与报社、广电等媒体联合开展的宣传活动，邀请公益组织现场讲解；与公交车、地铁、文化长廊等媒体合作，投放垃圾分类公益广告及开展宣传活动。

小区定时宣传。村口公司每周组织工作人员进入小区宣传再生资源分类对保护生态环境的意义和指导居民如何操作自助回收设备，还开展趣味环保知识竞答、模拟分类投递再生资源的互动游戏等活动，同时给予积分奖励。同时，相关工作人员也会定时检查再生资源分类情况，对分类优秀的家庭给予积分奖励，不分类的进行通报批评。

积分兑换礼品。智能分类回收系统对居民自行分类的再生资源进行换算，居民获得相应的积分，根据积分数量兑换村口环保智能系统平台相应的商品。

上门服务指导。村口工作人员入户对居民进行面对面的再生资源分类指导，及时沟通问题。通过这种方式使居民越发觉得分

类回收是一种正能量的事情。

专业分拣服务。村口由专门垃圾分类指导员对居民投放垃圾进行检查，厨房垃圾与其余垃圾有没有混合在一起，可回收垃圾有没有掺混。对于分类正确的指导员会在巡检的app上进行积分奖励，对分类不够好的予以短信提醒，并打电话指导。村口环保团队还将回收来的再生资源进行更细致的分类处理后运送至专门的再生利用工厂，厨余垃圾通过专业处理后加工成有机肥料，实现垃圾减量，剩下的其他不可回收垃圾则会被运到垃圾填埋场。

智能云平台分析。通过云平台建立居民垃圾分类档案，通过强大的云计算获取居民的投递及回收数据，实现再生资源分类回收管理工作简易化、智能化、高效化。社区管理员可随时查看定期报表，包括参与率、投放率及分类回收良好家庭、单元、分类“钉子户”等数据并提供合理化建议，以此开展针对性的奖励、培训、辅导等监督机制。

## 四、成效分析

### (一) 互联网+智能回收

智能分类回收箱包含四个箱体：废纸箱、废塑料箱、废金属箱、玻璃箱，村口智能回收箱具有自动称重功能及先进的嵌入式信息处理模块，运用二维码、IC卡识别及GPRS远程通信等技术，实现可回收垃圾智能称重回收。居民将再生资源投递到智能分类回收箱后，自动换算碳币(积分)并上

传数据至村口云平台，省去人工环节，居民凭碳币可在村口商城或到小区附近的村口合作商处进行消费。智能分类回收箱满后，系统自动报警，并根据分类回收箱位置自动定位，将位置及最优路线等信息自动反馈至村口服务平台，村口回收队伍根据接收到的讯息前往回收箱位置进行清运。

#### (二) 手机 APP+ 上门服务

此种回收方式主要适用于特殊居民用户，以及家电等大件物品回收。首先，用户需要安装一个“村口服务”手机 APP 或关注“村口智慧社区”微信公众号。当用户发出上门回收的请求时，软件通过读取用户手机的 GPS 数据来获取用户当前所在的位置，然后将这个数据传送到村口系统平台，此时村口回收员看到这个用

户请求信息，并且根据用户当前的位置，分单给最近的回收车，并且通过地图规划出最近的上门路线，一般 30 分钟内实现上门回收。如果年长者不会使用，也可拨打 4008870870，村口上门服务。然后，根据回收量，村口服务平台自动换算碳币（积分）给用户。

#### (三) 积分管理云平台

村口推出云数据平台、移动终端、智能终端、智能回收箱等产品来配合社区的管理工作，帮助居民养成良好的垃圾分类及再生资源回收习惯。通过云平台建立居民垃圾分类档案，通过强大的云计算获取居民的投递及回收数据，实现垃圾分类管理工作简易化、智能化、高效化。通过智能云平台的监控及村口的引导监督，生活垃圾总量同比大幅减少，减

量率达 16%；试点小区的垃圾“投放准确率”从原来的 42% 提升至目前的 93.7%；“分类正确率”从原来的 48% 提升至目前的 89.7%。

#### (四) 分类回收清运分拣体系

村口安排专人负责分类回收各个小区的再生资源，将垃圾与再生资源正确分类，不混在一起。将易腐的厨余垃圾单独分类，通过堆肥生产出优质有机肥，有利于改善土壤肥力，减少化肥施用量；将有害垃圾分离出来，减少垃圾中的重金属、有机污染物、致病菌的含量，有利于垃圾的无害化处理，减少了垃圾处理的水、土壤、大气污染风险；将可回收物品单独分类，提高了再生资源回收利用的比例，减少了二氧化碳的排放。

(杭州村口再生资源有限公司 特约供稿)





# 多方联动发展，推动市场建设

## ——嘉兴水果市场内外协同发展

2017年以来，嘉兴水果市场加快推进品牌输出步伐，加速交易布局调整，积极推进精品水果交易中心，山东临沂嘉兴水果市场一期项目，粮油市场整体租赁项目，园区临时停车场建设项目的稳健进行。去年，嘉兴水果市场全年交易保持高速增长，交易量、交易额同比分别增长19.43%和37.39%。在嘉兴市供销社的正确领导下，紧张而忙碌，扎实而稳健，有序推进本年度的各项工作部署。





## 一、确保市场平安有序，开展各项安全管理

平安市场建设历来是市场管理 整改为重点，进一步巩固经营区域 严格执行市场内装修搭建改造审 的重中之重，嘉兴水果市场坚持重 火灾隐患整治工作成果，着重开展 批。 点突出，全面统筹；制度从严，规 统一风机托盘安装整治，加强经营 市场积极落实治安管理工作与 范管理；注重常态，创新办法。嘉 区域火灾隐患排摸和检查，完善消 交通秩序管理工作，加强治安巡逻 兴水果市场以消防安全工作以检查 防设施、开展各类培训、演练以及 联防和防盗宣传，加强中班人员巡



市场一期全景



嘉兴水果市场

查，利用监控和微信及时发布偷盗信息，全力配合辖区派出所工作；修订叉车安全责任书，细化叉车使用标准，并对所有叉车操作人员进行全员培训考试，加强路面管控，对

违规行为加强检查处罚。

市场积极调解纠纷，推进市场稳健发展，以成立帮扶小组的方式深入经营户及时掌握矛盾问题，通过沟通、座谈等及时解决矛盾，

切实做好调解维稳工作。通过纠纷调解及时化解驾驶员和货主、货主与经营户、经营户与采购客商之间的矛盾，切实维护了市场内各方的利益。

## 二、维护市场交易环境，打造诚信品牌市场

诚信市场和品牌市场建设一直是嘉兴水果市场发展的重点工作，其中诚信市场以果品包装为抓手，结合农产品质量监管，确保市场内的果品诚信经营；品牌市场的打造以市场自身品牌的输出和经营户果品品牌的推广为中心，品牌市场效应逐渐凸显。

嘉兴水果市场严格检查果品包装管理，针对芒果、零担等难管控的果品实行24小时重点管控，每天由协会和包装组联合开展两次检

查，在检查过程中全程进行录像取证，坚持公开、公平、公正的原则，对不合格采取零容忍。同时建立起果品质量安全保障，加大农残检测力度，确保市场销售果品的食品安全，突出了可溯源管理为重点的食品安全工作，要求所有经营户做好果品的可溯源编码登记，做到果品销售可逆查询。

市场自身在品牌建设方面一直致力于不断加强内部管理，营造良好的市场氛围，打造嘉兴水果市场

特有的品牌形象，山东临沂将是市场品牌输出的第一步。同时市场也不断鼓励广大经营户开拓思路，加快品种结构调整步伐，创立和打造自有品牌，不断提高自身竞争力。在市场经济竞争日益激烈的大环境下，更加注重品牌的力量，以鼓励在品牌建设上走在市场前沿的批发部，成规模上档次，继续做大做强经营。



### 三、发挥协会作用，打造特色市场文化

嘉兴水果市场继续发挥公司工 领导作用。第二届元宵灯谜会、徒步走湘家荡绿道活动、趣味运动会等，一系列的 活动为职工和市场从业人员搭建了一个参与运动、强身健体、享受快乐的舞台。此外，市场在社会公益方面继续开展慈善献温暖活动。分别为市

场的困难职工送上爱心款。公司职工开展“慈善一日捐”活动将捐款全部解缴至经开区慈善总会，工会组织职工为在事故中受灾的职工募捐；送清凉志愿服务活动，分别为区消防大队和福利院送去了夏季防暑解渴的西瓜。

### 四、深化为农服务，发挥市场服务职能

嘉兴水果市场作为农产品集散市场，为农服务一直是市场的一项重要工作。在各产地走进市场，了解市场行情、推广自身产品的同时，适时地出席参加产地举办的各类推介会等，为广大经营户寻优良品种，为产地果农谋销路。

除了做好为农服务，市场积极发挥为经营户服务的职能，坚持为广大经营户贷款提供担保服务。嘉兴水果市场积极与嘉兴银行秀洲支行和农业银行合作为经营户提供担保支持，以支撑市场经营户不断努力扩大自己的经营，做大做强自己

的批发部，向果品销售上下游双向延伸的探索步伐在不断加大。截止2017年底，累计为经营户担保贷款余额达到1.95亿元。市场将进一步做好为农服务工作，力争扩大交易规模，帮助更多的果农实现增收。

(嘉兴水果市场 特约供稿)

临沂嘉兴水果市场



# 蝶变转型 逐梦创新

## ——海宁中国家纺城

**海**宁中国家纺城，坐落于“中国布艺名镇·许村”，是目前中国具有较高行业知名度和影响力的家纺布艺专业市场。市场地处海宁融杭前沿，杭州、海宁、桐乡三地交汇地带，距杭州市区仅半小时车程。

目前，海宁中国家纺城已开业市场及配套设施建筑面积 50 余万平方米，设有被面装饰布市场、家纺装饰城、纺织原料交易中心、国际贸易中心四大交易中心以及科技产业园、联托运中心等配套区块，入驻经营企业 2500 余家，主要经营家

纺装饰布、窗帘布、沙发布、窗纱、墙布、布艺沙发、床上用品、酒店用纺织品、纺织原料、辅料、软装配饰、家居饰品等。2018 年市场年成交额达到 107 亿元。

发展至今，市场先后获得了“中国家纺家居产业推动奖”“中国布艺活力市场”“中国十大纺织专业市场”“浙江省重点市场”“浙江省重点培育市场”“浙江省三星级文明规范市场”“浙江省‘百城万店无假货’活动示范市场”“浙江省服务名牌”等众多荣誉。

### 产业孕育，雏形初现

20 世纪 80 年代，零零星星的家庭纺织作坊出现在海宁许村，扣启了海宁家纺产业发展的大门。在镇办、村办、联户办、个体办“四轮齐转”的发展模式下，许村出现了“家家织机响、户户织绸忙”的繁荣景象。在许村七号桥路段的马路两旁，织户们挑布售卖，从一个又一个的路边摊逐渐发展成为小有名气的马路市场。

20 世纪 80 年代末，伴随着全国大建市场的发展浪潮，浙江许村被面市场（海宁中国家纺城前身）建



1992 年，许村被面市场开业。



2001 年，家纺装饰城开业。



成开业，并逐步形成了产业支撑市场、市场诱导产业的发展模式。

### 顺应时代，拓建转型

面对激流涌荡的市场竞争和产业升级的新趋势，1994年，海宁中国家纺城开启经营转型，市场经营业态由单一的被面逐步向被面、装饰布、经编织物等转型和丰富。

千禧之年，随着许村家纺产业的快速发展，海宁中国家纺城以完善和提升家纺产业链服务，推动产业发展为立足点，开启了新一轮的创新发展进程。2001年，建筑面积近6万平方米的海宁市“十五”规划重点建设项目——家纺装饰城建成并开业。随后，又陆续建成家纺城联托运中心、家纺城纺织原料交易中心等市场区块，市场总建筑面积超过20万平方米，入驻经营企业超过1600家，成为国内家纺装饰布重要的集散地。2001年成功举办“首届海宁·中国家用纺织品博览会”，至今已连续举办19年，累计办展23届，成为国内家纺行业重要的展



国贸内景

销服务平台。

### 资源整合，平台完善

2012年，在海宁市委、市政府的大力支持下，海宁中国家纺城股份有限公司注册成立，为市场的第二次转型升级奠定坚实基础。2013年，总投资近6亿元，总建筑面积超过20万平方米的家纺城国际贸易中心启动建设，并于2015年3月正式开业。家纺城国际贸易中心集

总部商务、展览展示、市场经营、餐饮服务于一体，其建成和开业强有力地推动了市场的现代化发展进程，成为家纺专业市场平台建设领域的又一个新标杆，同时也加快了市场由商贸平台向服务平台转型升级的步伐。

### 营销创新，服务升级

近年来，伴随消费升级、产业升级步伐的加快，海宁中国家纺城



2019 海宁春季家博会开幕典礼（省商贸业联合会隋剑光会长致辞）



金秋购物节海宁中国家纺城分会场启动



展会现场



海宁家纺城成为许村镇的地标

以打造集研发设计、品牌展销、智慧服务平台为核心定位，围绕服务产能仓储、物流配送、电子商务、大数据、服务经销商，不断创新营销，数据共享等于一体的产业公共创新完善升级服务。

2015年开启家纺博览会市场化运作转型，并成功实现海宁家博会由一年一届向一年两届的升级。不久前在海宁中国家纺城顺利闭幕的“2019海宁·中国家用纺织品(春季)博览会”，共有3000余家商家企业布展，吸引了全国各地客商前来采购。展会历时三天，累计观展人次超过5万人次，实现(意向)交易额达23.96亿元，创历届家博会新高，取得了巨大成功。回顾本届家博会，其成功不仅离不开展商们的积极配合，离不开广大国内外客

海宁中国家纺装饰城全景图





商的信任，更离不开政府、协会以及各界精英大咖的大力支持与帮助。

2018年9月，在省、市等有关部门的大力支持和省商贸业联合会的协助指导下，海宁中国家纺城成功举办以“千家工厂店·万款齐促销”为主题的2018浙江省金秋购物节海宁中国家纺城分会场活动。本次活动为期近两个月，吸引了窗帘、窗纱、床品、小家纺、花卉绿植等数百家商家企业参与，销售额达到15.87亿元。

2018年10月，海宁中国家纺

城携手海宁市家用纺织品行业协会，共同主办“2018第二届国际软装设计分享及画稿交易会”，共有来自意大利、法国、英国、西班牙、美国、韩国等11个国家和地区的3000余张原创设计画稿同台展出。为期两天的交易会吸引了海宁、余杭、桐乡、绍兴等地诸多企业和设计师参观和交易，为家纺产品创新、产业升级注入更多国际前沿元素和理念。

新形势下，海宁中国家纺城将继续秉承“满足消费者需求，促进

经销商发展，推动布艺产业升级”的发展宗旨，以产城融合为切入点，加快深度融杭，积极转变发展思维，与时俱进，大胆创新，多措并举，推动市场转型升级，努力将海宁中国家纺城打造成为品类齐全、创意集聚、品牌荟萃、服务至上的长三角最具影响力的时尚布艺专业市场和布艺家居时尚中心。

(海宁中国家纺城 特约供稿)



# 浙江省商贸业联合会 2019 年工作要点

在省商务厅行业管理指导下，以“美好生活需要的满足者、优质产品服务的提供者、高效网络价值的构建者、智慧商业生态的建设者”为目标，努力构建“价值型、友好型、研究型、智慧型”社会团体，以优异成绩迎接新中国成立 70 周年。根据二届三次理事会确定的工作思路，2019 年的工作要点如下：

## 一、强化责任，发挥好桥梁纽带作用

（一）根据省委省政府的部署，联合辖下的各行业协会，以各行业协会自身宗旨为已任，想省委省政府所虑，积极践行和落实“稳企业、增动能、保平安”的举措，发挥联合会、各行业协会与政府、企业的纽带功能，配合所在地党委、政府和企业，守住底线思维，防范风险，在体现增强“四个意识”、坚定“四个自信”、坚决做到“两个维护”政治觉悟基础上，切实提高政治站位，以实际行动为新中国成立 70 周年做出贡献。

（二）促进消费对经济增长的拉动作用。推动实施商务部《消费升级行动计划》及省政府《浙江省推动批发零售业改造提升行动方案（2018—2022 年）》，创新流通方式提升城市消费、扩大乡村消费、发展服务消费。响应袁省长在政府工作报告中提出的消费升级的号召，引导各行业协会从面向单一的物质消费客户向数据化、场景化、品牌

化，满足需求转型的客户转移，在特色商圈、特色步行街、百货、商超、餐饮、特色生鲜、连锁便利、线上线下等新的消费形式，打响“放心消费在浙江”的品牌，激发居民和游客的消费潜力。2019 浙江金秋购物节，以国际化、市场化、专业化、便民化的办节方向，按照朱从玖副省长在金秋购物节总结批示“成效明显。今年要继续抓好，以支持扩大内需。这个活动要在节字上下功夫，让居民和游客感受到节日氛围”的要求，组织省百货购物中心协会、省餐饮行业协会、省汽车流通协会、省家用电器流通协会、省连锁经营协会、省老字号协会、省美发美容协会等有关行业协会办好品质、高效、特色、创新的展会和促销活动，以提高消费对经济的贡献，打造“金秋购物节”品牌。整合资源，联合有关单位共同办好“第七届浙江国际养老服务业博览会”，联合浙江银联和全省商业银行开展“全省银联卡联合营销活动”，协助商务厅组织好企业参加第二届上海进口博

览会。帮助推进工业品下乡、农产品进城，通过浙江现代商贸特色小镇、商贸发展示范村的创建，为实施乡村商贸振兴工程做贡献。

（三）围绕省委“服务企业、服务群众、服务基层”活动精神，加强调研与走访。建议各行业协会根据所在地党委、政府的要求，深入企业，深入基层，切实了解企业、基层碰到的难点、困点，反映企业诉求、在调研的基础上，向党委、政府和商务部门提出有价值的政策建议。整合各种资源和渠道为企业、基层提供精准服务。根据省委省政府促消费战略要求，办好刊物、网站、微信等资讯平台，助力政府促消费宣传。以庆祝新中国成立 70 周年为契机，宣传商贸流通行业优秀事迹案例。

## 二、以专业化为导向，服务好行业企业

（一）加大行业重大问题研究和动态跟踪，始终坚持以“优化营商环境”为核心，帮助企业削减不必



要的制度性成本，推动新技术在商贸流通各行业的普及，2019年重点推广电子发票的使用，当好智库型平台角色，为行业发展和省级有关部门建言献策。联合各相关商贸流通行业协会加强调研，定期开展“商贸流通专家行”行动，为行业、会员提供咨询服务。今年根据会员建议，拟开展大宗商品贸易领域风险管理、商业模式创新方面的研讨，以及大宗商品领域内企业的交流和相关企业经营数据的分析共享。继续准确报送，及时分析商务部、商务厅委托的零售、餐饮、住宿、仓储、农批、电商等12个行业数据统计分析及行业发展报告。

(二) 定期举办专业化论坛、专家论证分析会，加强调研与走访，帮助企业转型升级。针对当下营商环境打造，消费升级变化，开展研讨。继续办好“浙江商贸高峰论坛”“银企座谈会”等活动。

(三) 积极参与商务诚信平台建设，继续开展商务诚信体系建设，通过标准化建设推进商贸流通诚信企业评定工作。

(四) 发挥省商贸流通业标技委的作用，积极推进商贸流通业标准化建设，推进商贸流通领域标准的制修订与宣贯。

(五) 发挥好有关专委会的作用。依靠金融专委会，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。

在省商务厅指导下，组建好供应链专家委员会，开展专业性的讨论和研究。

加强法律服务部建设，聚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。

发挥省商业街专委会的作用，强化商业街统计分析，继续推动省级特色商业街的打造与培育，推动政府出台并落实提升和改造商特商业街成为高品质步行街三年行动计划方案。

乡村消费方面，推动政府出台省内区域高速公路网双休日实行免费通行政策，带动企业和农民工业品下乡、农产品进城，农土特产消费品促销及自驾游、民宿、农家乐等旅游消费。

### 三、加强自身建设，创新服务平台

(一) 加强党组织建设，突出基层组织政治性，在坚定党员“四个意识”中提升组织力。不断增强党的政治引导力、思想引领力、群众组织力和社会号召力，与党同心同向同行。


(二) 健全秘书处工作制度和

机制，理顺薪酬体系，建立适应市场化运作的薪酬及绩效激励机制，推动制度建设和工作创新，落实现代企业对标管理，坚持市场化运作和规范化管理，提升运作和管理水平。定期召开读书会，加强学习，进一步提高秘书处基础素养和工作能力。

(三) 充分发挥浙江现代商贸发展研究院和浙江省现代商贸企业服务中心的作用，继续做强做精“浙江商贸服务行”活动。完善商贸专家库、商贸人才库、商贸信息库、政策库、数据库建设。

(四) 加强与中国商业联合会、省内外联合会及协会、省内外有关政府部门、大专院校、科研中介机构、金融服务和媒体等的合作与交流，推进商贸发展。适时组织省内外走访考察。

(五) 推动行业企业赋能培训和制度化培训工作，加强企业管理和防范风险培训，加强行业技能人才和管理人才的培养，提升行业人才队伍。

(六) 建立会员诉求档案，通过咨询、培训、联谊、座谈等形式积极开展各项主题活动，组织多种形式的交流，适时组织会员赴外学习考察。

## 浙商联一行走访浙商银行

1月24日,我会会长隋剑光,副秘书长沈小平、杜佳音一行走访浙商银行,与浙商银行总行办公室主任郑矫、公司银行部总经理颜怀彬、授信评审部副总经理阙伟亚、公司银行部·创新产品推广中心高级经理斯婧等进行了座谈交流。

隋会长首先表明了此访目的是倾听会员的心声,特别是国家在防范金融风险方面的举措,进一步支持实体经济发展,优化流动性结构,降低融资成本等方面听听金融界的声音,以利于浙商联更好地开展工作,以问题为导向精准指导。就当前形势下金融如何支持会员企业,隋会长还提出了联合浙商银行等金融业召开银企座谈会的设想。

郑主任介绍:浙商银行已经出台了40多条举措支持民营企业的发展,努力创新金融产品,为企业提供综合解决方案,以精准滴灌式帮助解决企业困难。颜总经理指出,民营企业面临严峻形势下信心很重要,浙商银行始终把服务小微企业作为重中之重,创新开发了基于区块链技术的应收款链平台、池化融资平台和易企银平台三大金融产品,切实解决企业融资难问题,帮助支持企业发展。颜总建议充分发挥浙商联合会刊的传播功能,以案例的形式多宣传解决企业流通性问题。



## 浙商联召开2018年终总结暨员工表彰会



1月24日,浙商联召开2018年终总结暨员工表彰会,隋剑光会长出席会议并做重要讲话。

会上,各部门成员就2018年度工作作了回顾总结,提出2019年工作计划。魏秘书长对秘书处2018年的工作给予充分的肯定,他表示,2018年浙商联工作的顺利开展离不开全体成员的努力,更离不开会员企业的支持。2019年浙商联要更加深入了解会员,加强与主管部门的联系,进一步规范并提升现有规章制度,加强自主创新,提升市场运作能力。

隋会长指出,要发挥好浙商联的纽带作用,将浙商联打造成价值型、友好型、研究型、智慧型的社团组织。对内要在“协”字上下功夫,强基础、练内功、精服务,充分发扬内部团队精神。对外要在“联”字上下功夫,要联合各地市、各行业协会、会员企业。加强调研,挖掘行业痛点,提供精准服务,在服务中体现价值,加强数据分析,坚持统计分析制度。

会上还对浙商联秘书处2018年度“先进工作者”进行了表彰。

## 浙商联召开2019年首次读书会

2月13日,浙商联举行了2019年首次读书会,会长隋剑光、秘书长魏君聪等浙商联秘书处全体人员参加了会议。

会上,隋剑光会长对“省委书记车俊在12月26日浙江省委经济工作会议上的讲话”作了重要的解读。参会人员还通读了“2019年1月27日浙江省省长袁家军在浙江省第十三届人民代表大会第二次会议上的政府工作报告”,并进行了热烈地讨论,对于2019浙江金秋购物节工作的开展有了初步的规划。此外,对报告中提出的企业金融风险防范也作了深入地讨论,并计划在3月份针对浙江商贸企业举办一场银企流动性风险防范研讨会。

会议还对浙商联近期工作及今年的重点工作作了部署。



## 浙商联一行走访经职院

2月14日,我会会长隋剑光率秘书处一行走访了常务副会长单位——浙江经济职业技术学院,与学院党委书记骆光林、原党委书记俞步松、院长绍庆祥、副书记吕红刚、纪委书记朱利萍进行了座谈交流。

会上,双方围绕浙商联的发展和如何更好地赋能企业,以及浙商联今年工作重点作了深入交流与探讨。就双方发挥各自优势,通过市场化可持续的运作,协助浙商联做好会员服务,浙商联可以根据会员企业运作中碰到的困难提出课题,学院发挥师资优势针对性地设计教材,围绕重点工作开展赋能培训和制度化培训达成共识。当前以守住底线防范企业流动性金融风险为切入点开展赋能培训。下一步,要在企业调研走访基础上挖掘企业内生动力,开展以企业绩效改进目标精准管理为课题的制度化培训。

座谈会上隋会长还特别邀请了学院院长绍庆祥担任浙江省供应链专家委员会专家。





## 隋剑光会长一行走访泰隆银行



2月25日上午，浙江省商贸业联合会（以下简称“浙商联”）会长隋剑光一行走访浙江泰隆商业银行（以下简称“泰隆银行”），与泰隆银行战略委员会副主任、首席经济学家郑勇军进行了座谈交流。

郑勇军副主任向隋剑光会长简要介绍了泰隆银行的基本情况。他指出，泰隆银行以服务小微企业为己任，在实践中探索小微企业信贷服务和风险控制技术，创造以‘三品、三表’（三品：人品、产品、押品；三表：水表、电表、海关报表）为特色的金融服务模式，更好地解决了小微企业的融资难问题。郑勇军副主任自豪地说：“我们的不良贷款率、资本收益率等重要指标远远好于其他银行。”

会谈中，郑勇军副主任还就政府层面的稳企业、保增长、保就业出发支持小微企业发展等方面话题表达了自己的观点。

隋剑光会长对泰隆银行的发展历程和取得的成就表示震撼，对泰隆银行服务小微企业的金融模式表示赞赏。隋会长指出，为推动金融服务对企业的赋能，助力解决企业融资难题，防范企业相关金融风险，倾听困难企业心声，浙商联定于3月中旬组织召开银企座谈会，会议将邀请多家金融机构和金融服务需求的企业参与，届时希望泰隆银行派代表出席。郑勇军副主任当即欣然接受了隋剑光会长的邀请，并对召开银企座谈会事宜提出了建设性意见。

隋剑光会长一行还参观了泰隆银行的行史馆，浙商联副秘书长沈小平、葛平、杜佳音陪同参观。

## “物产中大号”盾构机始发仪式隆重举行

2月25日，由我会副会长单位物产融资租赁公司、中铁十一局集团城市轨道交通工程有限公司共同举办的“物产中大号”盾构机始发仪式在余杭区金星地铁站隆重举行，主办方领导及相关企业代表出席仪式。

始发仪式正式开始。两家主办方领导分别作了热情洋溢的致辞。物产融资租赁公司董事长王竞天在致辞中强调，“物产中大号”盾构机的顺利始发，凝聚了2家世界500强企业、杭州地铁公司的千辛万苦和千万重金。物产中大作为省属国有企业，积极服务浙江重大战略，全力支持杭州地铁建设，热切期待联手中铁十一局，共同开创杭州地铁建设的新时代、新速度、新质量。中铁十一局城轨公司副总经理刘志斌在致辞中表示，参建杭州地铁离不开物产中大和杭州地铁的关爱和信任，相信强强联合必将开启双方多领域、全方位的深度合作、互利共赢。

仪式现场，在各界领导的共同见证下，物产融资租赁公司总经理李永成与中铁十一局城轨公司副总经理刘志斌共同签署《战略合作协议》，掀开了双方合作的新篇章。

浙江省省部属企业工会主席吕美溪、物产中大集团党委副书记宋宏炯、杭州地铁副总经理朱秋林、中铁十一局集团工会工作部部长张小林为盾构青年突击队授旗。在热烈的掌声与礼炮声中，与会领导为杭州地铁五号线二期折返线项目进行开工剪彩。



## 隋剑光会长应邀出席2019海宁·中国家用纺织品（春季）博览会

3月3日，2019海宁·中国家用纺织品（春季）博览会于海宁中国家纺城国际贸易中心开幕！国家、省、市的相关部门领导、协会及企业的代表出席开幕式，我会隋剑光会长应邀出席并讲话。

本届家博会以“智造·让家更美好”为主题，持续升华“一块布”到“一个家”的发展理念，引领产业转型发展。海宁市人民政府副市长杨文华先生代表海宁市人民政府致辞。

我会隋剑光会长在致辞中表示：许村是一个有着独特魅力、文化特质的地方，不仅是拥有极具生命力的家纺产业集群，也打造了以产业为依托的专业市场和家纺展会，需要注重融合创新，加快转型提升，专业市场的发展须与我国生产力水平和经济发展水平相适应。在全球经济一体化及国际产能转移的格局下，国内的综合竞争压力、市场需求、资源配置正倒逼专业市场加快转型和走向国际。依托强大的产业基础，借助家纺展会等营销服务渠道，通过产城联动、融合创新，海宁中国家纺城必将打造出一个全新的专业市场发展模式，带动家纺产业向全产业链进一步转型发展。

在热烈的掌声中，2019海宁·中国家用纺织品（春季）博览会启幕。



## 浙商联银企对接会成功召开



3月13日,由浙商联组织的以“金融服务赋能、防风险、走出困境”为主题的银企对接会在物产中大集团召开。会议邀请了工商银行、浙商银行、浦发银行、泰隆银行、恒生银行等8家金融机构和物产中大集团、兴合集团、海宁中国家纺城等十几家企业共同参与。浙商联会长隋剑光出席了座谈会。会议由浙江现代商贸发展研究院院长、泰隆银行首席经济学家郑勇军主持。

隋会长指出,此次座谈会既是根据浙商联今年的工作要点,也是响应省委省政府的“三服”,以及车俊书记提出的“稳企业、增动能、保平安”的指示精神,浙商联主动作为组织银企对接。隋会长认为金融赋

能要回归本源为实体经济服务,激活存量资产,防范风险,助力企业走出困境。会上,参加座谈会的金融机构和企业的代表分别作了针对性发言,银企双方充分沟通,企方就资产状况、成本水平、现金流补充、融资近期与远期需求等作了介绍;银行方就当前货币政策、适应产品、场景应用平台、资金池化功能、无抵押贷款等提出可对接安排,为有金融服务需求的企业提供资讯和服务。

郑勇军院长认为,商贸流通业是一个大产业,资金的需求量超过制造环节,服务实体经济的大头是服务商贸流通业,此次银企座谈会为银企双方提供了一次很好的交流学习和合作机会。

## 浙商联一行走访香港瑞丰德永

3月18日上午,浙商联隋剑光会长一行走访香港瑞丰德永,与董事长麦世颂先生和顾问蔡泽源先生等进行充分愉快的交流与会谈。

座谈会上,双方围绕浙商联的发展和如何更好地赋能企业,以及浙商联今年工作重点作了深入交流与探讨。瑞丰德永表示用自身优势参与支持浙江商贸高峰论坛,并为浙商联的会员企业提供在境外上市、跨境并购、财富传承等方面的专业培训,同时将在浙江金秋购物节等促进消费活动等方面提供宣传支持,为浙江省消费促进添砖加瓦。

参加会谈的还有浙商联秘书长魏君聪,副秘书长杜佳音。



## 浙江省贸促会张青山副会长一行来我会调研



3月22日,省贸促会副会长张青山一行来我会走访调研。

张青山副会长介绍了省贸促会基本情况和近期工作,并希望与浙商联开展相关合作。双方初步拟定了3月27日上午,4月25日上午和下午共同组织3场国际贸易洽谈会,由省贸促会组织韩国、奥地利等贸易代表团来杭寻找代理与合作,由我会组织相关会员企业组成贸易代表团参与采购洽谈。为使这种形式国际贸易洽谈会制度化,双方商定签署长期合作备忘录,以备备忘录形式开展活动。

隋剑光会长介绍了我会的组织架构、重点工作及行业建设、自身建设等情况,希望与省贸促会就会员出访、培训等方面开展长期合作。

参加交流的还有省贸促会国际联络部部长吴萍、联络部主任科员刘斌渊,我会秘书长魏君聪、副秘书长葛平。

## 浙江省商业街专业委员会一行走访调研建德市寿昌镇商业街

3月29日,浙江省商业街专业委员会主任魏君聪、副主任唐水龙、顾问唐跃、专家郑红岗,浙商联副秘书长杜佳音一行走访调研建德市寿昌镇商业街。建德市商务局局长将华平、寿昌镇人大主席宋有军、寿昌镇副镇长关城一行当地领导进行了接待。

本次调研主要以寿昌镇中心的中山街、西湖水街以及建国路等三条商业街区为主。中山街为230米步行街,基础建设、建筑外立面已改造完成,眼下着重是规划合理业态和品牌的引进。西湖水街沿水而建,规划以休闲、夜生活为主,建国路是充分展现当地文化的支线。随后还参观了航空小镇,了解了整个寿昌镇的下一步发展规划。

商业街专委会顾问专家一行在实地走访街区后,提出了几个建议和意见:街区的当地文化展现还需要深挖,如当地特色产品、手工艺品;餐饮可大力引进;街区名称有待斟酌,叫得响亮的同时不能太同质化;寿昌的3条商业街要结合周边特色小镇统一规划,合力宣传相互引流。

