

富春人

2017.3 季刊

MAR 2017 QUARTERLY

VOL.23



关于表彰集团 2016年度杰出团队、 杰出管理者、杰出员工及新锐团队、 新锐之星的决定

集团各部门、各公司：

2016年，集团积极适应发展新常态，在持续推进“回归”项目落地、主动“走出去”对接国际资本市场、推动产业格局的优化与升级等工作中，取得了一定成绩，呈现了富春控股新一轮发展的良好开局。

在集团2016年度各项工作的开展过程中，涌现出了一批对公司发展作出重要贡献、努力践行富春核心价值观、合作紧密高效的团队及个人。经集团评优委员会决定，对2016年度做出突出贡献的团队及个人给予表彰及奖励。

杰出团队：

集团本级 战略投资团队
网赢供应链 实施部
张小泉实业 生产管理部
富春山居度假村 机修组
浙商建业·富阳东方茂 智趣街销售部

杰出管理者：

集团本级投资总监 穆文涛
张小泉实业副总经理 甘述林
渔山基地研发试验安装组长 徐冬冬
网赢供应链东洲仓一期经理 袁邢春
富春山居度假村财务部经理 陈洁
浙商建业·利坤项目副总经理 吴萍

杰出员工：

王雯洁（集团本级）、王海江（集团本级）、马维均（渔山基地）、张华民（渔山基地）、熊伟（工程代建中心）、吕凡明（富港供应链）、章孟（富港供应链）、孙群超（网赢供应链）、冯超（运通网城）、沈高楠（运通电商）、周汉良（恒悦投资）、俞琴芳（恒悦投资）、詹垚武（张小泉实业）、夏明玉（张小泉实业）、张鑫鑫（上海张小泉）、夏华英（富春山居度假村）、罗意（富春山居度假村）、陈鑫伟（浙商建业）、赵圣燕（浙商建业）、汪俐响（浙商建业）

新锐团队：

张小泉实业 销售部KA销售团队

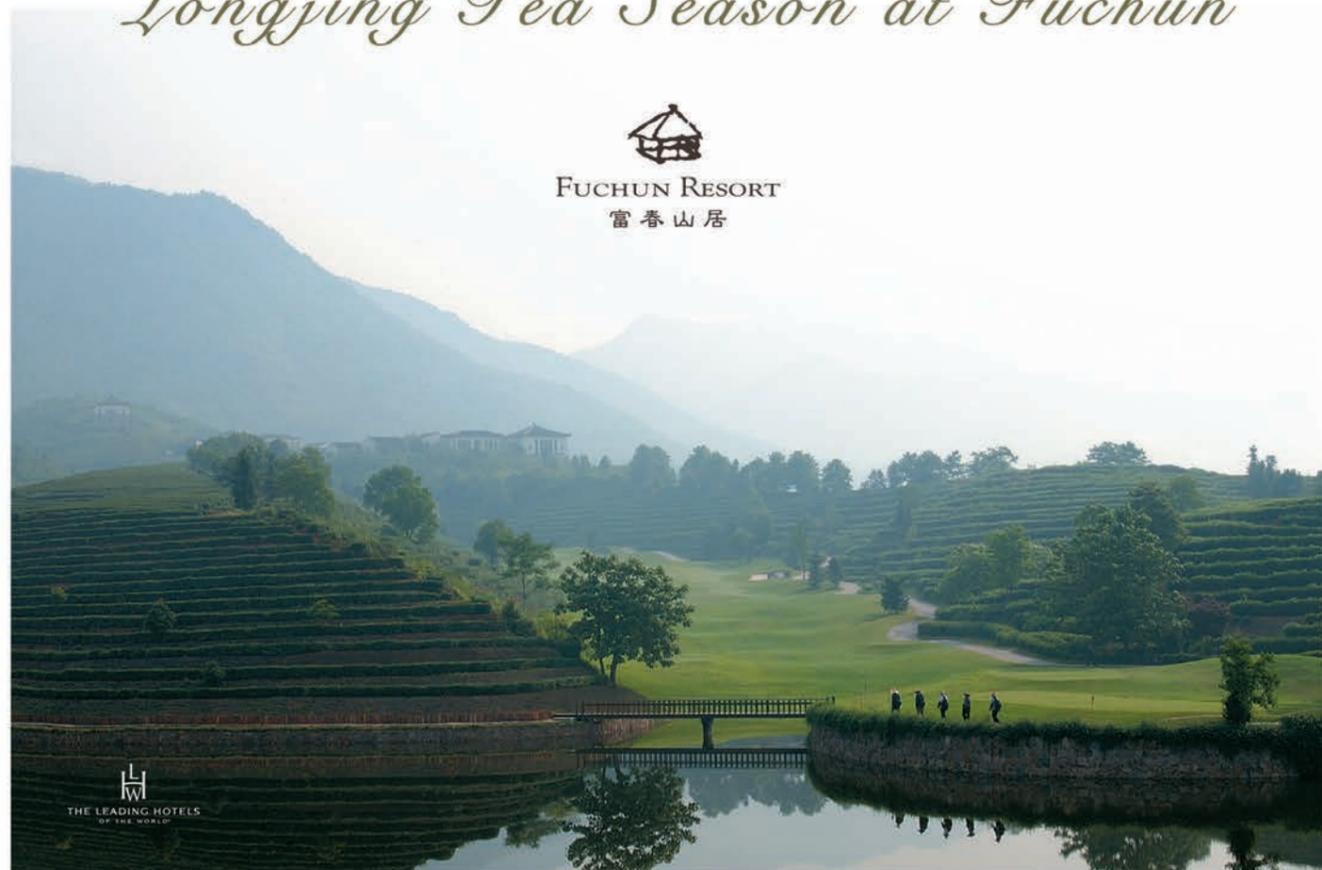
新锐之星：

集团本级招聘经理 章剑
渔山基地建筑设计师 张峻
运通网城招商专员 周艳
网赢供应链 WMS 产品经理 张学军
富春山居度假村餐饮服务副总监 李欣

希望受到表彰的员工珍惜荣誉，戒骄戒躁、谦虚谨慎、再接再厉，以更高的标准严格要求自己，在工作中更好地发挥模范先锋作用。希望集团广大员工，认真学习他们的先进经验及模范事迹，爱岗敬业、奋勇争先、扎实工作，为富春的发展再创辉煌。
特此通知。

二〇一七年一月十三日

Longjing Tea Season at Fuchun



龙井茶乡之旅

4月1日至5月31日，敬邀您阖家莅临度假，
体验富春山居年度最具特色二天一夜龙井茶香之旅！

入住献礼：

- 园景豪华房住宿一晚，另享续住第二晚房价8折礼遇
- 湖廊居阳光露台精致早餐套餐二份
- 同行12岁以下不占床儿童免收宾客附加费及早餐费
- 体验龙井茶采摘野趣
- 画舫摆渡悠闲品茗龙井茶
- 雅致湖廊居晚安热饮
- 客房迷你吧冰箱每房晚赠饮
- 十项丰富宾客活动任选
(山居健行·骑单车·植物导览...)
- 单次餐饮人均消费达200元时，
招待主厨现烤蛋挞配手磨杏仁豆腐甜品一份
- 购买SPA 60分钟经典疗程(太和元气或水连天碧)
升级至90分钟

富春礼遇二选一：

- 客房尊荣升等至园景套房
- 杭州萧山机场或高铁站来回接送服务

RMB 2,500元(周日至周四入住)

RMB 3,000元(周五、周六入住)

预订：+86 571 6341 9500

E-mail：reservation@fuchunresort.com

www.fuchunresort.com

微信：fuchun_resort

微博：@杭州富春山居度假村

QQ：2899139472

CONTENTS

目录

01 富春专题 FORCHN SPECIAL TOPIC

喜聚富春 锦上添花——富春控股2017新春年会精彩回顾 / 集团机关 谢洁梅

全球最大零售市场二次变天,如意仓以全渠道物流为品牌零售插上翅膀 / 网赢供应链 章雯

20 富春产业 FORCHN INDUSTRY

上海市浙江商会房地产联合会三届二次会长议事(扩大)会议

在沪举行 / 上海浙江商会 唐文洪

坐而论道不如起而行之 / 张小泉机构 夏乾良

做强创业载体 激活“创客”活力 / 运通网城 王亚静

“张小泉”披锦归来 重返河坊街 / 集团机关 顾金生

如意仓为新零售企业布局全渠道指明前路 / 网赢供应链 章雯

34 富春文化 FORCHN CULTURE

做优、快、先0.01的富春人——张小泉青苗工程训练营

交付答卷 / 张小泉机构

快乐女神节 欢笑富春人——富春控股三八女神节

精彩各异 / 综合报道



编委会主任：张国标

副主任：张樟生 张新程

编委：崔俊 俞斌荣

吴军旗 詹关平

张新夏 夏乾良

穆文涛 余伟青

方醒华 熊海东

孙建平 丁成红

俞成林 史墨威

主编：方醒华(兼)

责编：谢洁梅

发行：集团品牌文化部

编辑出版：《富春人》编辑部

地址：浙江省杭州市下城区庆春路200号

邮编：310006

网址：<http://www.forchn.com.cn>

微信公众平台：



富春控股



富春学苑

喜聚富春 锦上添花

——富春控股2017新春年会精彩回顾

■ 集团机关 谢洁梅

2016年是中国全面建成小康社会决胜阶段的开局之年、推进供给侧结构性改革的攻坚之年，此经济环境中，富春控股积极适应发展新常态，发挥企业既有优势，坚持资源全面整合，加快传统产业向智慧经济转型，持续推进“回归”项目落地，主动“走出去”对接国际资本市场，推动产业格局的优化与升级，展现了新一轮发展的良好开局。

为了更好地总结过去、展望未来，1月17日，富春控股集团2017新春年会在富阳东方茂开元名都大酒店隆重举行。此次年会分为“布局·精耕·闪耀”年度工作会议、“荣耀富春”表彰会和“喜聚富春 锦上添花”新春团拜会三个篇章。以总结分析、表彰激励和欢聚同乐的多元方式，为富春控股的2016年画上了圆满的句号，也由此开启了更具机遇与挑战的2017新篇章。

FORCHN 富春

布局·精耕·闪耀

富春控股集团2016年度工作会议
FORCHN ANNUAL WORK MEETING 2016

回顾2016，我们战略布局海内外，精耕深作各产业，缤纷闪耀新光芒。以此为主题，2016年度工作会议拉开帷幕。崔俊副总裁主持会议。

集团副总裁、建业科技总经理俞斌荣，集团副总裁、运通中国总经理吴军旗，集团总裁助理、张小泉机构总经理夏乾良，三林基地总经理孙建平，渔山基地总经理熊海东，恒悦投资总经理俞成林，浙商建业高级总裁助理沈斌，运通网城副总经理蔡晓霞，集团投资总监穆文涛等管理层领导，围绕集团建材、五金、地产、物流等事业板块的运营发展情况以及战略性投资情况作年度工作报告。

通过各项回顾、梳理、总结、探讨、规划，对富春控股2016年的发展过程进行了全面复盘、深刻解析，既汇报了年度重要业绩，也总结了完成目标的主要抓手，同时提炼出主要问题点以及2017年针对性的整体规划与解决方案。

作为富春大家庭的新成员，史墨威总经理代表富春山

居度假村表示，针对富春大健康产业发展战略5年计划，富春山居度假村将在高端品质的基础上着重提升业绩、打磨服务；富春山居开发项目总经理董欣分析了富阳在目前城市定位中的角色，并向大家简要介绍了富春·山水小镇“一带八心”的功能规划，表示该项目集中整合的资源已覆盖国内外。

通过这次年度工作会议，各板块精准定位发展方向、有效制定计划目标，充分展现了各大产业齐头并进的势头和“撸起袖子加油干”的劲头。

张樟生总裁作集团2016年度运营报告，他总结了富春控股这一年在资本层面、运营层面、集团管理层面的亮点与不足，并着重提出2017年度工作目标及要求：

1、资本运作，实现外延式快速发展。充分发挥资本市场平台效能，积极寻求机会，做大做强，服务公司战略发展大局；

2、基金运营，服务集团发展。2017年，由富春控股主



▲张樟生总裁作运营报告

导的物流、健康产业等基金公司，应快速形成基金管理能
力，拓展渠道，扩大规模，服务富春产业快速拓展；

3、张小泉股改，务实上市垫基石。在稳步提升业绩的
同时，积极与资本市场对接；

4、如意仓网点布局国内外，不断提升自身的运营
及盈利能力；

5、崇贤港、恒德物流重在稳定经营，并寻求合适的标
的扩张经营，延伸服务，实现新的跨越；

6、及时捕捉市场信息，加大北港招商力度，快速
提升盈利能力；

7、梳理大健康产业板块思路，注重区域布局，及时捕
捉政策信息，想在前，做在前；

8、积极向全世界推广东阳木雕品牌，未来寻求新的产
业再整合，品牌再提升；

9、加强人才梯队建设，跟上集团战略发展规划；

10、2017年，提升集团自身的运营能力是各项工作的重
中之重，逆水行舟不进则退，希望管理层多思考，勤创新，做提升。

张国标董事长在讲话中与现场嘉宾探讨了关于如何推
进富春新一轮发展的几点想法。

核心文化基因——精与诚

富春控股是一个多元化运营平台，产业跨度大，管理模
式、运营方式也不尽相同，但基本的、核心的企业文化与价
值观是一致和一贯的，即我们一直倡导的“精诚”二字。他
认为，不管处于哪个时代和哪个产业，如果不精耕细作，不
充分发挥才能和智慧，不用工匠精神好好打磨，再好的机会
也抓不住，再好的产业也无法盈利。“精”与“诚”这两个字
不管是用于日常管理、企业经营，还是用于队伍建设，只要
做到位，都是推动企业发展的“灵丹妙药”。

平台与生态

到目前为止，我们所构建的版图、所涉足的领域，都是
极具发展前景的朝阳产业。在与市场对接的过程中，通过时
间证明，我们走的是正确的道路，选择的是适合的产业。只
是，反过来我们要从内部审视自己正在做的是何种形态的
事业。富春控股是平台，如意仓、张小泉等都是平台，但是
在快速多变的市场形势下，单理解为平台还不够，有些状态
下更应理解为是一种生态。

C2M理念

C2M这种新型的电子商务互联网商业模式的出现，给
整个互联网市场带来根本性变革。富春控股也应该用C2M
的理念和思维去进行思考，去影响我们的行为模式。C，某
种程度上就是发现我们的消费者和需求者；M，就是国务院
倡导改革的供给侧。这个供给侧的提供，一部分来自我们自
己的制造体系，另外的极大部分产品和相关联供应链或产
业链需要我们进行整合。如果实体经济都能用互联网思维
和C2M生态系统打造的理念去思考、去行动，那么我们就能
打造更具优势的产业生态系统，并形成相对竞争对手的超
维度优势。

互联网思维

外部环境瞬息万变，互联网环境变化日新月异，快到让人
充满了危机感。他认为，互联网对整个人类的影响，这才刚刚
开始。以前仅仅是对消费和社交的影响，如今则是对制造端、
对供应链、对决策层处处有影响，可以说已经渗透到每个“毛

细血管”。“互联网思维”是一个很熟悉的词汇，但富春控股所
需要的，是与整体不断变化的互联网环境相匹配的思维。

“优、快、先0.01”人才

区别化、差异化的人才队伍建设是富春控股2017年的
核心任务。速度上比别人快一点，能力上比别人强一点，视
野上比别人宽一点，我们需要的正是这样的人才。在信息化
时代，大家接收信息的面都是平等的，关键差异在于敬业精
神、学习态度和团队组合的能力。当我们在各方面都比别人
优、快、先0.01，叠加起来就能形成独特的竞争力和优势，
才能符合这个时代对人才的不断高阶进化的要求。

最后，张国标董事长总结道，富春的路还很长，前景美
好，面对这样的局面，我们要明白外部形势发生了什么样的
变化，我们需要打造什么样的企业，应该用怎样的思维去思
考和运营我们的生态系统。同时，他希望能看到更多人为企
业发展建言献策，看到不断有新鲜血液加入富春，发挥他们
的创新意识和执行能力。

▼张国标董事长作总结讲话



荣耀富春

富春控股集团2016年度表彰会



▲ 杰出团队

他们之中也有很多是新富春人，他们的身上既有初生牛犊不怕虎的无畏勇气，又有携手进取创佳绩的合作精神。他们充分认同“精以敬业，诚以待人”的富春企业精神，在各自的岗位上积极进取、蓬勃绽放，展现出了独属于“新锐”的生机与力量。其鲜活生动的团队力量，也给企业注入了源源不断的生命力。

▼ 杰出管理者



在富春控股的发展过程中，每一年都会涌现出大批对企业发展作出重要贡献、努力践行富春核心价值观的杰出团队与个人。

他们勤奋、务实、创新、进取，这些看似朴素的品质，经日积月累，达完美蜕变，促使他们在一个个平凡的岗位上做出了与众不同的成绩。作为基层员工，他们以优秀的业务素养传达专业、专注的精神；作为管理者，他们充分整合人力资源、有效执行业务计划，促使部门与公司的经营目标充分落地。他们用协作精神告诉我们，个体的智慧与能量一旦巧妙融合，必将迸发出惊人的聚变效应，收获超乎想象的累累硕果。

▼ 杰出员工



为了最大化提升榜样效应，感谢富春家人过去一年的付出，大会现场对集团2016年度20位杰出员工、6位杰出管理者、5个杰出团队、1个新锐团队和5位新锐之星作了表彰。希望大家再接再厉，以更积极的姿态、更创新的思维，推动企业新发展，同时营造更具“共创、共建、共享”精神的企业“家”文化。



▲ 杰出员工

▼ 新锐团队



▲ 新锐之星

借此次新春年会，合上富春2016的答卷，我们思绪万千；打开2017的问卷，我们严正以待。面对更加频繁的交流机会，更加广阔的合作平台，更加丰富的市场资源、资本资源、品牌资源，富春控股将铭记“精诚铸辉煌”的企训，以诚恳务实的作风积极地去融入、去整合、去提升、去求发展。让我们一起期待，2017年，富春控股在世界的舞台上，闪耀出更多属于每一位富春人的荣光。



随着明快悠扬的小提琴声曼妙而起，集团2017新春团拜会拉开序幕，穿着红红火火的富春女儿们送上了一坛坛温热的女儿红，寓意富春开年鸿运当头。张国标董事长率领集团高管和各公司管理层上台祝酒，为大家送上了“喜聚富春 锦上添花”的祝福。

随着诗意古韵的音乐响起，各公司精心准备的节目演出轮番上场。

富港供应链将新点子融入传统节目三句半，运通网城完美反串演绎“六小天鹅”，富春山居一曲山水合璧引人遐想、奇幻之旅妙趣横生，电商百乐门引发啼笑皆非的相亲误会，富春山居开发团队唱出不忘初心的情怀，渔山基地为歌狂了一把，杭州张小泉用厨房五金敲出了动感乐章，上海张小泉的祖师潮爷也来“搞事情”，三林基地回归本心、感恩富春，网赢供应链将好日子歌唱得更红火，恒悦的林妹妹跳起了广场舞，浙商建业则带着大家步入青春的回忆……抽奖与抢红包环节更让现场高潮迭起，精彩不断。晚宴上，富春家人们举杯同庆，觥筹交错，其乐融融。

▶▶ 富春专题
FORCHN SPECIAL TOPIC

▶▶ 富春专题
FORCHN SPECIAL TOPIC



富春山居《山水合璧》



恒悦投资《红楼新梦》



富春山居《标哥的奇幻之旅》



浙商建业《青春的回忆》



富港供应链《丁酉新说》



运通电商《电商百乐门》



运通网城《天使与恶魔》



杭州张小泉《欢乐颂》



网赢供应链《好日子》



集团机关《女儿红》



上海张小泉《祖师潮谷》



渔山基地《我为歌狂》



富春山居开发团队《不忘初心》



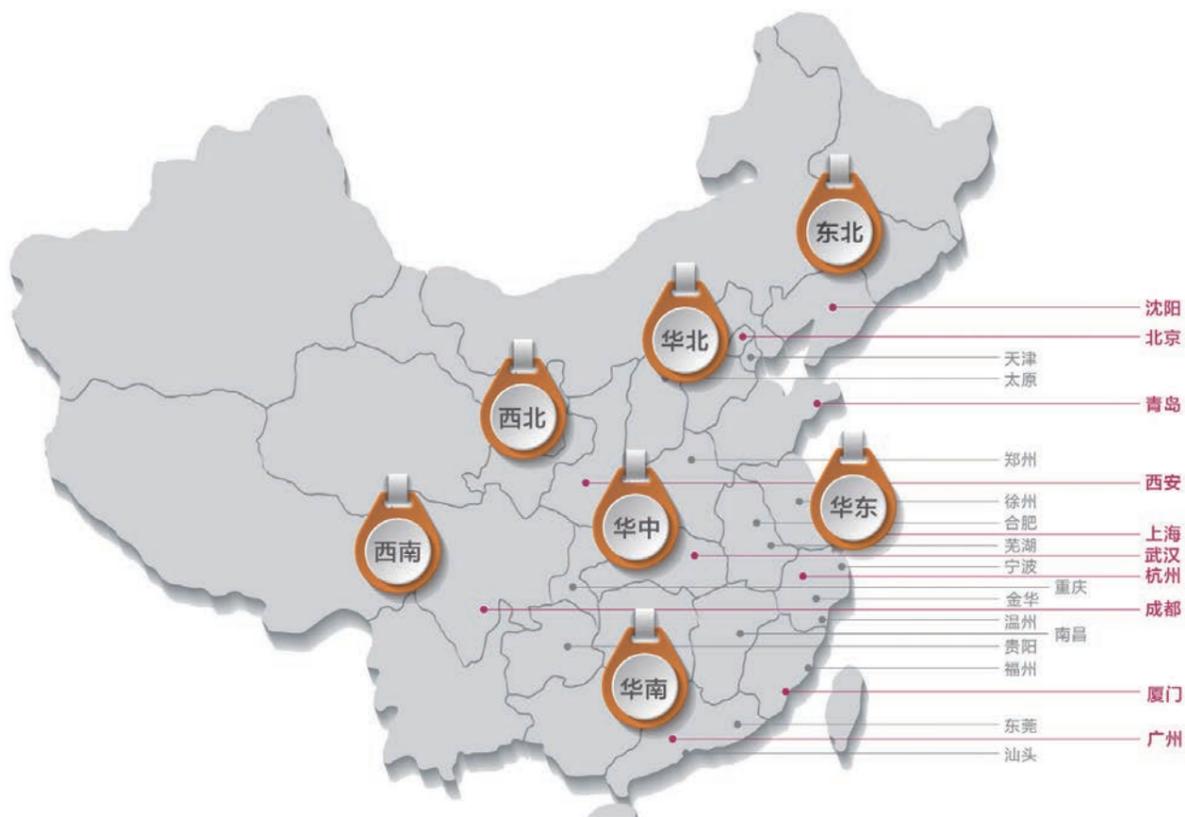
三林基地《感恩的心》

全球最大零售市场二次变天 如意仓以全渠道物流为品牌零售插上翅膀

网赢供应链有限公司 章雯

几年前，电商来了，零售业变天了！波司登、美邦、达芙妮等传统品牌关店上万家，面对电商冲击折戟沉沙。现如今，电商红海，零售业二次变天！阿里、京东、苏宁等几大电商平台纷纷联手传统零售巨头，它们为何从相杀走向相爱？

3月16日，富春控股集团副总裁、网赢供应链有限公司（品牌名：如意仓）总经理吴军旗，富春控股集团副总裁崔俊等集团领导出席“2017第四届中国电商物流大会”，就如意仓物流+互联网模式如何助力品牌企业布局全渠道，与亚马逊、韩都衣舍、华润万家、比亚迪、中粮等零售、物流领域企业家大咖坐而论道，审视、分享、探究行业变革方向，为发展辨明前路。



▲吴总会后接受广东电视台采访

万亿级零售大蛋糕，全渠道是最佳切入点

吴军旗总经理作为企业家代表，第一位登上演讲台，发表重要演讲。他提到，我国电子商务市场规模预计2017年超越美国市场的3倍，到2020年将超过9.4万亿人民币，B2C销售额增长冠绝全球，电子商务市场成为我国为数不多领跑全球的领域。但2015年以来，做电商却越来越难，10个淘宝店9个亏，电商的引流到达率一度低至1/1000。

从2016年双11来看，电商也正在经历变化：

- 一是优衣库、三只松鼠等开通线下提货服务，释放线上线下融合加剧的信号；
- 二是移动交易占比近90%成为主流，电商订单更加可视化，交易更及时化；
- 三是网红、直播等成为新渠道，营销更精准化，渠道更加多样化；
- 四是各品类热销店铺TOP10中，传统品牌占比均高达90%以上，标志着传统品牌正在觉醒。

他认为，电商发展进入红海，渗透率趋于饱和。随着国内消费升级，信息技术的进步，一个以线上引流、线下展示、协同交易为特征的新零售商业生态正在诞生，而全渠道正是新零售的核心要义。



▲吴军旗与行业大佬探讨行业变革

新零售放大物流痛点，企业不转型将很危险

吴军旗总经理表示：“新零售时代的到来，预示着批销、门店和电商渠道在整个渠道端的比重将趋于平衡，这就需要更适合的物流结构给予支撑。”

传统物流模式下，生产与库存的矛盾加剧。一方面，实际库存与市场需求不匹配的问题带来大量呆滞品和废品（或者需要返工的产品），生产浪费的情况极其严重。另一方面，生产过程中原料组织和半成品组织问题突出，由于不知道未来生产方向和市场结构导向，导致前端生产原料的库存占用量非常大。

物流与经营需求的匹配性也越来越差。分级销售逐渐被打破，销售个性、时效和客户体验的要求增强，线上线下协同性增强，数据成为渠道和物流的核心等……

面对比发达国家高出6%的物流与GDP占比，零售企业转型升级离不开物流的转型升级，用物流反向指导并提升线上线下零售的效率，才是品牌零售转型的关键所在。

互联网时代的物流组织不仅仅考虑物流本身的问题，更应该关注对前端生产的反向促进作用。基于数据逻辑的网络分仓是物流互联网化的明显特征，物流外包是物流互联网的趋势。

摆脱纯电商掣肘，如意仓搭建独有物流生态

中国拥有4.5万亿美元的零售总额，位列全球第一。“蛋糕”虽然诱惑，市场却瞬息万变，有的人如雾里看花保持观望态度，有的人早已前瞻未来、直击目标。作为仓配物流行业的一匹黑马，如意仓显然属于后者。

早在2015年，如意仓就提出四点转变：一是从纯电商物流向全渠道物流的转变，打造全渠道特色；二是从中间商户向品牌商户的转变，深耕品牌客户；三是从运营驱动向数据驱动的转变，定制数据模型解决方案；四是从区域市场向网络分仓转变，打造全国仓网体系。

经过2年的打磨，如意仓由此搭建起一套独有的物流生态体系，摆脱了“纯电商”物流模式的掣肘，做有思想的物流。



网赢供应链有限公司 广州市新易泰物流有限公司 东百瑞兴资本管理有限公司



▲网赢供应链有限公司荣获“中国电商物流行业最佳物流服务商”

无独有偶，网络零售市场份额占比80%的阿里、京东、唯品会，也正在改变和调整其物流结构，宣布转战全渠道。以阿里为例，布局天猫、苏宁、盒马生鲜、三江和银泰等，整合快递和干线资源，以线上导流，移动端突破区域限制，发挥线下门店的展示优势，提升类目宽度。

如意仓启动打造“全渠道”物流模式，比他们早了近两年。

基于数据逻辑的网络分仓，助推品牌全国化

这两年，作为有着20多年物流经验的富春控股集团的全资子公司，也是菜鸟网络的核心股东和菜鸟联盟的CP合作伙伴之一，网赢供应链有限公司（品牌名：如意仓）在全渠道物流服务领域，付出了大量努力。

首先是建立全国仓网体系，如意仓已在全国19个城市开放仓储网络，仓配运营规模超过60万平方米。到2018年底，将形成包括七大区域、10个中心城市，51个节点，布局超过300万平方米的全覆盖仓网体系，让客户库存处于离消费者最近的位置。

其次是全渠道的柔性化供应链系统，包括OMS、WMS、TMS和APP等全程可视系统应用，将传统的产供销联成一个整体，数据高效协同。

基于数据逻辑的网络分仓，让如意仓能够帮助零售商家打破单点发全国的传统模式，促使2C的物流路径从1500公里有望降到800公里，进一步优化物流成本。另一方面，数据共享让根据订单配置库存成为可能，区域调拨、就近配送，使综合成本达到最优。

与此同时，如意仓能有效化解品牌零售企业全国化产业拓展中面临的分仓、建仓压力。

一般情况下，传统建仓流程必然经历买地、施工、购买设施设备、整合物流资源、招募团队、培训上岗……最终才能投入运营，耗时、耗力、耗钱，效率还无法保障。而如意仓的全覆盖仓网体系，支持子母仓、平行仓等多种分仓模式，能随时随地响应客户需求，短时间内快速将全渠道销售辐射至全国各地。

物流外包效率更高，让专业的人做专业的事

目前物流的模式无外乎三种，自建、外包和自建兼外包，其中外包效率最优，一方面用金钱换精力，省去设备折旧、人力成本、资源分散等投入浪费。更重要的是，让专业的人做专业的事，第三方仓配物流企业更为智能化、信息化，效率往往更优。

不约而同，阿里、京东、唯品会、当当网等纷纷将如意仓列为主要合作方或物流服务商。另有KAPPA、浙江中烟、松下、张小泉、科勒、欧姆龙等50多家核心品牌客户，以及多家世界500强企业选择将仓配运营业务外包给如意仓。

2016年7月，如意仓开始负责阿里零售通的杭州仓配业务，随后在无锡、郑州等地打造零售通标准仓，基于零售店终端APP系统以及数据后台的分析与决策，快速响应并高效协同各种问题和需求，通过城市仓同时向多店配送，以按件补货的柔性化服务克服零售店供应链效率不高的难题，赋予传统小店更多的能量。目前如意仓已占到菜鸟零售通仓配物流超60%的市场份额。

2016年12月，如意仓成功中标国内首个跨境宠物食品保税仓，成为钱塘智慧城一般贸易公共型保税仓唯一运营商，进军规模超2000亿的中国宠物食品蓝海市场。

为表彰如意仓为数百家品牌企业提供的全渠道优质服务，以及其在物流转型升级所作出的突出贡献，3月16日晚“第四届中国电商物流大会组委会”正式授予如意仓“中国电商物流行业最佳物流服务商”称号。

在这个全球最大的零售市场里，物流业正在发生着翻天覆地的变化，已经走在前列的如意仓，随着仓网触角的深入，数据系统的完善，运营实力的稳步提升，未来将在助推零售业转型升级中做出哪些成绩呢？我们将拭目以待。





上海市浙江商会房地产联合会三届二次会长议事(扩大)会议在沪举行

■ 上海浙江商会 唐文洪

每年3月,与房地产市场相关的话题便盛嚣尘上,上海市浙江商会房地产联合会三届二次会长议事(扩大)会议(以下简称联合会)在一派春意盎然中启幕。联合会名誉会长、易居(中国)控股有限公司董事长、总裁(CEO)周忻,会长、富春控股集团有限公司董事长张国标,联席会长、腾达建设集团股份有限公司董事长叶林富,监事长、上海汇金融担保有限公司董事长虞晓东,执行会长、上海星月投资管理有限公司董事长吕彪,常务副会长包括朱斌、阮兴祥、杨文仕、陈永锋、林翰海,以及其他副会长、理事等;上海市浙江商会副会长、上海爱登堡电梯股份有限公司董事长李绥,商会副会长、上海鲁班软件有限公司董事长杨宝明,商会副

秘书长、联合会秘书长顾国强,商会常务副秘书长陈丽群,商会秘书长助理段寅燕,联合会副秘书长陆君等出席了此次会议。易居(中国)企业集团CEO丁祖昱作为特邀主讲嘉宾解读2017年房地产市场发展趋势,顾国强主持会议。

根据联合会议题,首先审议并通过“上海市浙江商会房地产联合会第三届理事会候选人建议人选增补名单”,新增补了李绥、杨宝明为副会长,上海嘉荣建设工程有限公司董事长阮建荣为理事。其次审议并通过了涉及组织人选的调整,增补了2位联席秘书长,即上海市浙江商会会长单位、复星地产公共事务部执行总经理陈琦;联合会执行会长单位,星月投资管理有限公司总裁助理肖竞。

李绥在随后发言中表示,爱登堡电梯发展多年,通过对外发展实行并购,已成为带有德国血统的民族品牌电梯企业。相应的,爱登堡的产品具备了安全、节能与人性化等特点,与碧桂园、绿地、上海城投、城开、城建及光明地产等房地产企业均有过合作。李绥希望,加入联合会之后,与各家企业的合作互动更为密切。

有意思的是,鲁班软件已与此次会议举办地上海中心进行了BIM(建筑信息模型技术)方面的合作,即在电脑里把整体建筑所有管线系统先行虚拟建造好,预先模拟,并且可以形成数字化工程的数据,将所有数据、技术方面的分析在系统内完成。杨宝明表示,如果没有BIM技术,很难想象将上海中心这样建造复杂的建筑迅速搭建起来,BIM是下阶段开发商在实现项目管理、企业管理现代化方面的重要工具。“它不仅加快工期,还可以降低总的建设财务成本,提升产品品质,尤其可以成为后期项目运营的数据库,在房地产项目开发中展现出它的价值。”

此次联合会会议现场,特地邀请到了丁祖昱对今年房地产做整体分析判断,他分别从数据、政策、市场等多维度进行解读,结合自己在业内浸润多年的理论判断,对未来房地

产市场做理性判断。他表示,首先,今年的政策不可能放松,限制政策将持续运作;其次,从土地市场及城市供求关系的表现来看,不排除会有表现出色的地方市场出现;最后,他提醒在座房地产企业家们,寡头垄断愈发明显的大趋势下,产品垂直细分化与跨界将是企业转型的好机会。

作为最早在房地产中介行业实现创新,并逐渐拓展至集团多元化运作的易居而言,周忻的发展目光已不仅仅在房地产市场。他以自身经历为举例,深入浅出地表述对未来中国房地产市场的预判。同时,他亦以房地产为切入点,对未来理财产品的衍生性做分析。这给在联合会会议举行前已对上海中心“宝库1号”实地参观的各位会长们,留下了深刻印象。

作为房地产联合会会长,张国标董事长在最后总结时表示,回顾过去一年联合会活动,充分体现了当初换届时对“联合会”这三个字的理解与作为。他认为,这2017年举办的第一场活动,氛围轻松却专业,主题深入且及时,他说:

“相信大家跟我一样受益匪浅,希望今后有不同意见与想法能够继续沟通调整及修改。”

▼ 张国标董事长





坐而论道不如起而行之 ——从刀具锋利度测试仪谈“张小泉”的质量建设

■ 张小泉机构 夏乾良

2017年初，张小泉公司的理化实验室引来了一个大家伙——刀具锋利度测试仪，顾名思义，这个大家伙就是用来检测刀具的锋利程度的。以往，“张小泉”凭借自身数百年来对于五金刀具的经验，通过切割纸张、橡胶和布料来形成对于刀具锋利程度的自身判断，但是这样的判断因为角度不同、切割对象不同和测试人员手法的不同往往有比较大的差异，又难以形成数据化的结论，因此多少有点“不着边际”的感觉。这次由张小泉工艺品部牵头，在制造事业部和外加工单位的共同努力下，历时三个多月制备而来的刀具锋利度测试仪，不仅统一了刀具的切割测试角度，也锁定了外力和对于同种介质的切割测试方法，使得刀具的锋利度测试真正做到了检测科学和数据溯源。这些对于“张小泉”而言，是实实在在的一个大进步。

有人说最近领导很忙？忙着干嘛呢？忙着抓质量。所以2017年肯定是我们公司的质量年。我的看法是，这句话“既对也错”，2017年必须是“张小泉”的质量年，在经历了市场风云变化和原材料价格大幅上扬之后，“张小泉”更加清晰明白地看懂了全球工业制造业的演变趋势：在各项经济资源越来越昂贵

的中国市场，高端制造业才有未来，而一般意义上的劳动力密集型低端制造业正在以飞快的速度向全球其他发展中国家转移。在未来的中国市场，随着国民经济水平和消费者消费能力与审美能力的提高，没有个性、没有品质以及没有核心技术的产品将会越来越被动，越来越被消费者所遗忘，因此量大质劣的产品，是没有未来的。在浩浩荡荡的发展浪潮之下，“张小泉”要摆脱传统“做大”的发展战略，并且要把目光聚焦到“做强”的思路上来。那为什么我又认为2017年是质量年这句话不对呢？因为对于一个求发展的企业来说，应当是每一年都是自身的质量年，这是必须渗入骨髓的根本大法，是“国之大事，死生之地，存亡之道，不可不察也”，对于质量的关注绝不是一时一刻一日一月一年的口号，从这个角度上看所谓的质量年的提法就根本是个笑话了。

刀具的锋利度测试仪只是个开始，它为“张小泉”建立透明质检、数据质检和全程质检开启了一个大幕：“张小泉”的品质管理工作，必须是透明、科学和全面的，上述这些要求，就是从穿透的角度来看待品质管理的问题，比如剪刀的螺丝、铆钉，它的扭力是多少？它的拉伸极限又是多少？网上说德国人的严谨体现在拧个螺丝要正转三圈，反转半圈，作为中国人制剪的高峰，我们“张小泉”至少应该说得出我们要求剪刀的螺丝、铆钉扭力达到多少牛吧，而不是诸如“经验告诉我们榔头要敲三下”这么儿戏。有人说，剪柄虚焊无法检验，模具寿命上限无法检验，为什么不能呢？工件的裂缝、气泡不都可以通

过超声波测试仪和振动测试仪来检验吗？不是不能，而是我们以为不能，而是我们几十年的因循守旧禁锢了我们的思想，为“张小泉”的发展带来了可怕的桎梏。透明的品质管理工作就是从原料之初到成品之末建立穿透的检验监督机制，通过有效的看板数据管理、定期仪器抽检形成品质管理工作的全景图。我认为，作为制造业企业的管理者，每天要看的报表不仅仅是一份销售日报、一份库存日报，还必须有一份工厂生产质量日报。

刀具的锋利度测试仪还是一把尺子，它为张小泉员工的质量考核提供了数字化的依据。以前，我们更多依赖肉眼来判定质量的优劣，而有了相应的检验设备之后，我们员工的生产质量究竟好不好，有多么的好，都有了一个科学的定量评价机制，而不再只是通过优良中差来定性评价。在2017年，“张小泉”决心已下，要把产量和质量放在一起作为考核的指针，落到到整体员工的评价体系里面去，单纯一味的蛮干在2017年里是要吃大亏的，我们不仅要做得多，还要做得好。任何把麻烦留给下道工序、忽视设备养护维修、制作过程中不能够精益求精等忽视质量的行为都将受到严厉的惩处。“张小泉”会配置更多的诸如刀具锋利度测试仪的装备，为全面科学的质量管理体系奠定基础。



刀具的锋利度测试仪更是一面旗帜，它扬起了“张小泉”全面质量管理工作的发端。曾几何时，我们只将质量两个字用在产品上，其实不然。真正的质量管理，是产品质量、服务质量、管理质量和人格质量四种质量的叠加，这才是“张小泉”的全面质量发展观。产品质量是企业赖以生存和发展的基础，服务质量是企业适应和赢得市场竞争的关键所在，管理质量是公司降本增效制订和执行有效发展策略的最有效方式，而所有员工爱厂爱司、维护张小泉品牌崇高荣誉、端正言行的人格质量则是所有质量真正得以实现的根本保障和最终输出形式。“张小泉”要生产一把好产品，要通过优异的服务将好的产品送到消费者手中，要通过杰出的管理水平控制成本、提高效率，更要在这个过程中实现张小泉人的知行合一，在宝剑锋从磨砺出的过程中实现自我的成长和升华。同样的一张表单发给我们的客户，字迹潦草和毕恭毕敬就是我们服务质量的差距；同样的一个会议，简单高效和冗长拖沓就是我们管理质量的差距；同样的地面一张纸片，俯身拾起和视而不见就是我们人格质量的差距。所以，张小泉人的全面质量发展观不是空中楼阁，不是镜花水月，而是实实在在构筑在每一件日常小事之中的，小到一片厚度，小到一个螺丝松紧，小到一封邮件，小到一句日常的言语。

先秦著名的法家代表人物李斯曾经写过一篇传世之作《谏逐客书》，这里面说：“泰山不让土壤，故能成其大；河海不择细流，故能就其深；王者不却众庶，故能明其德。是以地无四方，民无异国，四时充美，鬼神降福，此五帝三王之所以无敌也。”意思就是有成就的组织从来不推却任何好的东西，从善如流，从不拒绝任何敢于创新发展的人才，求贤若渴，这才是国家兴旺、企业发达的根本原因啊！“张小泉”的全面质量发展观就是要求我们从善如流、求贤若渴，做好质量管理，真正的把“张小泉”这个金字招牌做成我们所有人可以依赖的铁饭碗！不仅让它领先神州，更让它倨傲环球！

所有的张小泉人们，值此金鸡一唱天下白的新年之际，祝福大家新年吉祥、阖家安康！也请大家牢记，让“张小泉”和张小泉人的名字充满神圣和庄严，或许是我们祖祖辈辈几代人的梦想。

坐而论道不如起而行之，让我们一起努力吧！



做强创业载体 激活“创客”活力 浙江首个汽车后市场创客孵化 基地落户运通网城

■ 运通网城资产管理有限公司 王亚静

前段时间，余杭区运通网城丑马汽车创客孵化基地正式开园，杭州启车、杭州轩腾、杭州保创、杭州钛钽、杭州原典等汽车服务企业成为首批入园的汽车服务企业。作为杭州首家以“汽车创客”为主题的孵化基地，该基地凭借先进的合作形式、创新驱动力和政府支持，有望成为“创客”的新天堂。

浙江首个汽车后市场创客孵化基地

运通网城丑马汽车创客孵化基地以汽车后市场服务为主要服务方向，也是继梦想小镇、未来科技城、滨江创业大街之后，杭州再添一处的创业高地，将引进国内一流汽车创业服务机构，要做杭州地区第一的汽车服务创业集聚区。

开园仪式上，该基地被授予“丑马创客基地——ADBM001号孵化基地”、“联合国采购中心供应商孵化基地”、“浙江省汽车后市场产业链孵化基地”等名号，中国汽车维修行业协会、中国汽车用品联合会、浙江省汽车装饰美容养护行业协会、电商促进会汽车产业链分会、联合国采购中心、杭州现代汽修学校、典典养车、汽车超人、迈道夫、众泰新能源汽车等机构、企业的领导共通见证了开园盛况。

杭州城北地区最大的创客集聚区

运通网城是一个全国领先的全服务链电商产业园，位于杭州城北崇贤，总规划建筑面积约70万平方米。运通网城规划了网商办公、O2O商业街区、电商仓储物流、商业配套四大功能区，提供了包括线上电商运营、O2O电商仓储物流、创业孵化、人才培养、视觉摄影、营销、商务秘书、投融资、办公后勤等全方位的服务。

自国家提出“大众创业，万众创新”的战略规划以来，杭州作为全国创业第三极，已有近百家创业园区和创业服务机构。杭州已然成为除北上广深以外又一个创业高地。运通网城积极布局创客服务，坚持往专业化、特色化的发展方向，通过搭建众创空间新型服务创业平台，更好集聚优质创新资源。

6000平方米创客基地——青创园，已于2015年正式落成开放，以全精装修拎包办公、席位式灵活办公、全配套服务、极低办公成本受到创客的欢迎。据了解，入驻青创园，宽带费、水电费、物业费全免，为处于创业初期、资金紧张的“创客”们省下了不少成本，已吸引了舜禹教育、车途腾文化创意、迭创网络、易析汽车、网特科技、千和人力资源、盛成汽车、御佳电商、顺粒财务等上百家的创客入驻。

在积极为“创客”们节流的同时，运通网城主动与金融单位联手，为创意之火引入资本“助燃剂”。运通网城负责人表示，将鼓励和引导社会力量参与，积极探索与企业、媒体、资本、高校、民营科技载体等的合作，搭好平台，营造环境。力求在“创客”被创意的“苹果”砸中后，能帮助“创客”更好地接住“创意的苹果”，培育、孵化出有价值的、有需求的创意产品。

青创园的良好运作，再加上本次丑马创客孵化基地的开业，运通网城已成为杭州城北地区最大的创客集聚区，为杭州双创热潮再添柴火。运通网城在后期，也将积极配合推动空间、配套、产业、政策等方面的融合，通过企业自主搭建“孵化器”，与“产业园”形成接力式培育体系。



“张小泉”披锦归来 重返河坊街

■ 集团机关 顾金生

随着“互联网+”的不断爆棚，无法与电商博弈的市场、商场及各类门店，或瘦身，或转型，或也从线下转到线上经营。但“生意人人会做，各有窍门不同”，3月，上海张小泉刀剪总店逆势而行，在杭州河坊街高调开出一家“张小泉直营专卖体验店”。由于其装修古朴雅致，所售商品又新颖独特，与常规家用刀剪有所差异，凡走过路过的中外顾客总会情不自禁地踏进门去，媒体也纷纷上门采访、报道。

不知情的消费者也许会产生这样的疑问：张小泉是有着近400年历史的杭州著名老字号，怎么会冒出一个“上海张小泉”，而且堂而皇之地登陆杭城著名商埠河坊街开店？关注富春控股集团的人大致知晓杭州张小泉和上海张小泉已同归富春的事实，但关于两地张小泉的故事还是不甚明了。

事情还得追溯到计划经济年代，在政府制度监管缺失、行业自律监督缺位的情况下，“张小泉”品牌多次被同行随意侵占，只要做刀剪，就可称“张小泉”。在各地以“张

小泉”或近似“张小泉”为字号与产品标识的刀剪企业中，尤以“南京张小泉剪刀厂”和“上海张小泉刀剪总店”的影响为甚。

进入20世纪九十年代，杭州张小泉品牌维权意识被市场经济改革所激活，遂于1993年向南京市中级人民法院提起诉讼，要求南京张小泉剪刀厂停止使用张小泉字号及产品标识，受到法院支持，以杭州张小泉胜诉结案。

上海张小泉刀剪总店坐落在“中华商业第一街”——南京路步行街上，也是一家经商务部认证的“中华老字号”，以其“规格全、品种多、质量优”而闻名全国。1991年以来，上海张小泉刀剪总店连续十五届荣获上海市百货行业“百花杯”金奖企业，连续多年被评为上海市商业系统优质服务先进集体，多次获黄浦区政府授予的“文明单位”荣誉。上海张小泉刀剪总店商铺单位面积销售额连续10多年在南京路上名列前茅，成为国内刀剪零售第一店。

基于长期以来所形成的复杂的历史原因，以及该店的



小泉品牌及产品花开全国。

正是基于这家店与以往大不同的经营理念与模式，自开业以来，不仅吸引了大批消费者，也聚焦了主流媒体的目光。近日，浙江日报、钱江晚报、每日商报、浙江工人日报、浙江电视台、杭州电视台等媒体纷纷前往河坊街采访、报道，通过各个媒体窗口向大众展现出一个与时俱进的老字号形象。

大凡熟谙河坊街历史的杭州人应该都知道，这里本就是老字号张小泉的发祥地，从明·万历年间至上世纪五十年代，张小泉在这里整整度过了300多年，是这方宝地成就了我们民族的这个著名品牌。在重新开埠并日趋兴盛的今日河坊街，在外漂泊经年功成名就的“张小泉”，如今披锦还乡、重归故里，既为古老的街埠增添了一道古朴厚重的商业韵味，又使杭州人及中外游客分享到一种历史陈香与念旧情怀。我们有理由相信，由杭州张小泉和上海张小泉联袂打造的这第一家刀剪专卖体验店，必定会备受更多杭州市民和中外游客的青睐。



市场地位和上海市民与中外游客对其的高度认知，造成杭州张小泉与上海张小泉的品牌纷争旷日持久。不少读者或许还依稀记得当年媒体对杭州张小泉与上海张小泉品牌之争的大量报道。

自1997年杭州张小泉向上海黄浦区工商局提出，要求撤销上海张小泉刀剪总店名称中的“张小泉”字号及产品包装中使用的相关元素未果，继于1999年依法向上海市第二中级法院提起第一次诉讼、2004年向杭州市中级法院提起第二次诉讼，最后经浙江省高级人民法院于2006年做出终审裁定止，前后历时9年，纷争才暂告一段落。

2007年，本着振兴中华老字号的诚意和热忱，张国标董事长将杭州张小泉收归旗下。为了最终结束品牌纷争，消

除隐患，富春控股从长计议，在2012年完成了对上海张小泉刀剪总店的控股后，又于2014年收购了原股权持有方的全部股份。从此，杭州张小泉与上海张小泉同归富春旗下，成为了名副其实的一家人。

上海张小泉素以商品零售、市场开拓与服务为经营强项，而杭州张小泉一直以研发、生产高质量产品被称为行业翘楚，正是基于这两个关键因素，集团决定对两个子公司实行一次内部的“强强联手”，由上海张小泉领衔、掌柜，在杭州河坊街232号开出一家融合杭州张小泉之优质产品和上海张小泉高超的经营管理理念的张小泉直营专卖体验店，向杭州市民和中外游客完美立体地呈现近400年历史的张小泉之“良钢精作”，从而向全国复制、延伸，使张

如意仓为新零售企业布局全渠道指明前路 ——《天下网商》专访吴军旗总经理

网赢供应链有限公司 章雯

日前，富春控股集团副总裁、网赢供应链有限公司总经理吴军旗接受了《天下网商》记者专访，梳理如意仓抛开纯电商物流、转向全渠道供应链的过程，为零售企业及物流同行转型升级提供了新的思路和经验。



吴军旗总经理认为，割裂、分散的电商物流无法发挥出供应链的价值，未来供应链导向的全渠道物流管理将成为如意仓的发展方向。

刚刚中标国内首个跨境宠物食品保税仓，如意仓在今年正式进入规模超2000亿的中国宠物食品领域。而在上海奉贤全仓投入AGV机器人，意味着如意仓正在仓储科技方面追赶行业巨头。

作为运通中国的仓配服务平台，如意仓是一家相对新兴的电商化仓配物流品牌，但依托富春控股20多年的物流运营经验和布局，如意仓整合了仓储、物流、信息系统、金

融等国内外跨行业资源，打造出电商化的仓配运营服务平台。但如意仓很早意识到电商物流的不足，开始转向全渠道供应链服务。

电商物流红海中的风险

电商物流的崛起促使富春控股进入电商物流领域，如意仓品牌就是这个阶段的产物。

吴军旗总经理表示，进入电商物流领域后，如意仓初期以2C业务为主，与当时的心怡、百世、天图、网仓模式相似，“就是在阿里、京东、唯品会等平台，找一个品牌经销客户，

做一些C端的仓配操作，借助于OMS系统与各平台对接，获取订单，然后通过WMS系统进行仓内管理。”

如意仓的第一家客户是富春控股旗下品牌张小泉，小试牛刀之后，如意仓陆续与花花公子、荣氏玉米油、QCT等品牌合作。但到了2014年底，如意仓发现这条路走起来特别难，也逐渐发现了电商物流的三个问题：

- 1.商家抗风险能力非常差，容易影响物流企业。
- 2.价格被扭曲了，资本和期望烧出来电商和电商物流的繁荣，导致行业竞争低质化、价格战。
- 3.最核心的是，如果物流只做搬运工的活，即便“+互联网”，价值也是虚的。“外行人看到了很多新的设备、新的技术，但实际上做的事情无非是卸货分拣打包转运，空有新技术却还是搬运工，实际价值比较低。”

整个如意仓当时进行了反思，认为物流不应该无限制地压缩成本，然后进行价格竞争，真正的核心应该放在做供应链上，要给品牌商户产生价值。在吴军旗总经理看来，供应链的核心是组织和数据，他希望如意仓通过集成订单、数据，反向给商户带来价值。但在做电商物流的过程中，如意仓一时无法把供应链的价值发挥出来。一方面，“在

电商物流里面，如意仓接收京东、天猫、唯品会等平台导出的订单，是被动的物流执行者，只能按照客户的要求做，在供应链组织中的角色定位很弱。”吴军旗总经理这样告诉《天下网商》。

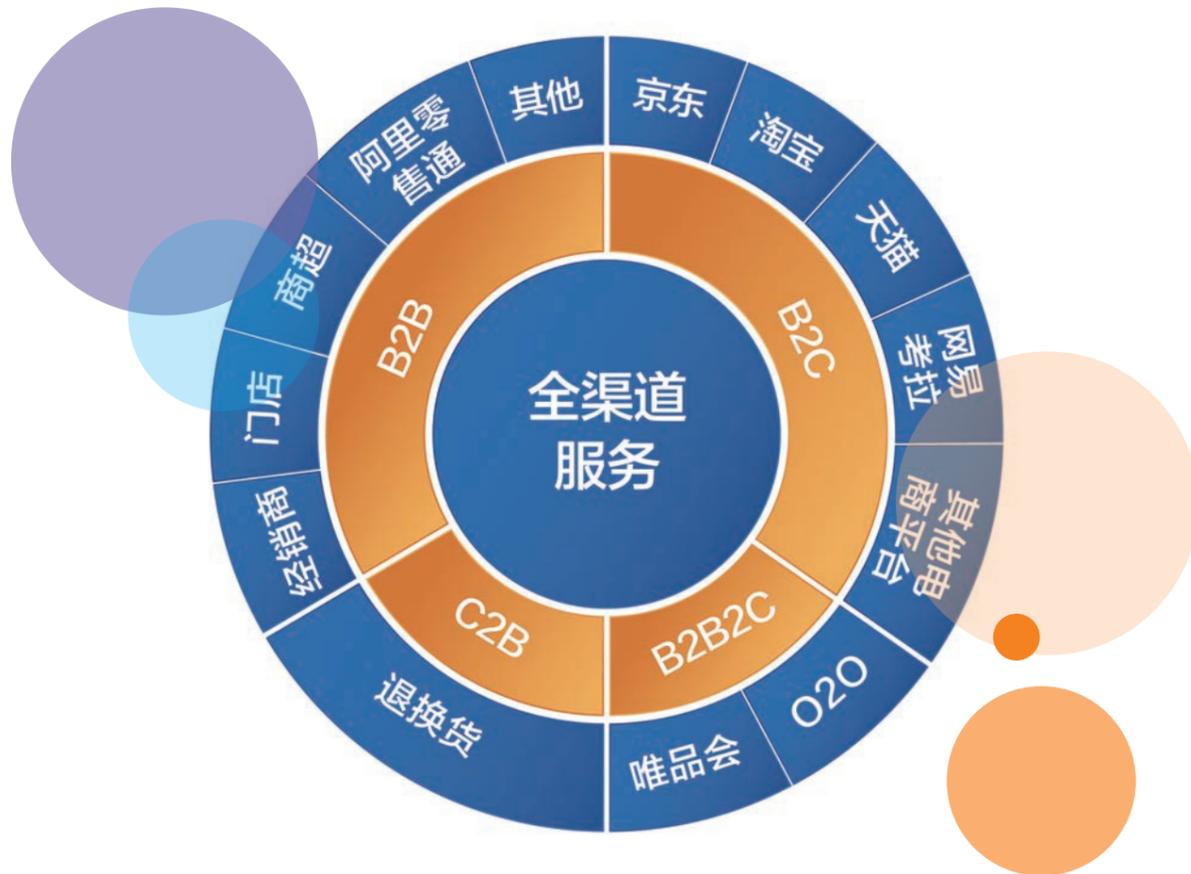
更重要的是，如意仓承接的电商订单在商家的整体订单中占比很小，一个品牌商到经销商、门店、电商平台的通道仍然很大。这种情况让人明白，只做电商物流，如意仓在供应链上将毫无用武之地。另一方面，电商平台的销售额还不到社会销售额的10%，但电商物流成本在社会物流中的占比则超过了10%。这说明2C的物流成本是偏高的，电商物流需要变革。

转型供应链思维的全渠道物流

如意仓的变革从2015年下半年开始，决策层正式提出不再做纯C端的电商物流，要做品牌客户的全供应链物流。“电商、门店、批销订单一起做，无论通过什么渠道销售，客户的销售流通信息可以互通，数据的价值出来了。”

张小泉成了如意仓转向全渠道物流的试验田。如意仓根据张小泉各渠道的数据，建立全面的数学模型，来给张小





泉做全渠道全国的分仓方案，确保给全国各区域都匹配合适的库存量，保证各渠道都能最快地就近补货，但又不至于发生库存积压。张小泉整体供应链和团队运营效率得到全面优化，促进了销售增长。

从2015年开始，如意仓逐渐淘汰了一部分纯做电商渠道的客户。“没有全网发展计划的品牌，抗风险能力较差。”吴军旗总理解释道。

在如意仓的品牌客户中，仍然留下来合作拓展全渠道业务的品牌，包括马凯奴、卡帕、蓝色天空、七匹狼等。以马凯奴为例，如意仓已经帮助马凯奴做到了单仓库存200万件，而且能同时处理多个电商平台和渠道的订单需求。

随着全渠道运营的逐渐成功，如意仓提出了全渠道物流的三大核心战略。

首先是建设全国仓网体系，包括七大区域、10个中心城市，51个节点，能够让客户库存处于离消费者最近的位置。很

多商家的物流是单点发全国，物流服务商根据按区域、按城市层级报价，物流成本偏高。但随着分仓体系的建设，2C的物流路径已经从超过2000公里降到了将近1000公里。

而在如意仓看来，分仓体系、物流成本还有进一步优化的空间，“例如我们在北京建一个5万平方米的仓，其中3万平方米作为2-3个品牌商的CDC（中央仓储），1万平方米作为5-10个客户的RDC（区域仓储），数千平方米可以作为20-30个客户的HUB（集散中心），通过结构优化，实现仓库利用率最大化。”

其次是做全渠道的柔性化供应链系统。与以往OMS电商订单、ERP批销推送订单需要即时响应不同，柔性化供应链系统的订单逻辑是根据区域远近、地址分配、订单优先级来进行管理，避免即时响应带来的订单拥堵，提高出仓效率。在仓内操作上，柔性化供应链系统需要实现BC同仓的分类和拣选，满足不同的订单模式需求。

最后，如意仓将建立数据模型，给品牌客户做全渠道的供应链管理。这个体系建设完成后，如意仓不仅有能力推出全渠道物流的数据解决方案，也能做到资源最大化利用。

如意仓不仅有30多人的系统开发团队，还有一个5人的数据研究团队，而借助菜鸟等外部资源，如意仓的数据能力也能进一步放大。

目前，如意仓已中标宝洁的赠品供应链运营项目，还在与多个服装鞋包类品牌合作全渠道供应链的运营。

合作零售通拓展全渠道布局

在2C业务全面转型全渠道的同时，如意仓也开始在2B业务方面全面发力。

2016年7月，如意仓与阿里、菜鸟合作，开始负责阿里零售通的杭州仓配业务。在杭州仓内，如意仓辟出了2000-3000平方米作为零售通的仓储。

零售通是阿里巴巴B2B事业群针对线下零售商店推出

的解决方案，与优秀的本地供应商合作，为零售店提供品质好货，升级社区零售店的便民功能。以往零售店是通过经销商进货，而阿里掌握了前端的品牌商资源，阿里零售通可以直接为这些小店供应品牌货源。在阿里零售通体系中，物流都是透明的，并且取消了中间经销商环节，可以优化零售店供应链的效率。

吴军旗总经理向记者介绍，原来零售店进货是成箱进货，供应链效率不高，但如意仓的仓配服务可以提供柔性化补货服务，城市仓同时给多店配送，实现按件补货。据了解，零售通业务的仓内操作与2C相似，订单拆零率超过90%。另外，阿里零售通可以通过蚂蚁金服对零售店授信，建立零售店的供应链金融体系，降低零售店的资金占用。

据了解，由于物流和金融方面的便利性，零售通扩张非常迅速，2016年12月的流量比同年9月的流量翻了三倍，仓配服务面临很大的压力。

▼ 吴军旗总经理





做优、快、先0.01的富春人 ——张小泉青苗工程第一期训练营交付答卷

■ 杭州张小泉公司 王艳

富春控股集团素来重视人才发展，并以“解决问题皆人才”作为企业人才观。在今年年初集团“布局·精耕·闪耀”年度工作会议上，张国标董事长又提出了更高的要求——做“优、快、先0.01”人才的理念，并强调区别化、差异化的人才队伍建设是2017年的核心任务，要速度上比别人快一点，能力上比别人强一点，视野上比别人宽一点，提高敬业精神、学习态度和团队组合的能力。只有各方面都比别人优、快、先0.01，叠加起来才能形成独特的竞争力和优势，才能符合这个时代对人才的高阶进化要求。

为帮助员工自我成长，实现个人价值，保障企业培养发展人才和后备力量，践行企业长期人才发展观，去年下半年，张小泉机构开展了第一期青苗工程项目。青苗工程

既是学员们通过培训、交流，打开眼界，夯实基础管理知识的过程，也是被企业了解、培养、识别、甄选、再造的过程。各部门推荐并经机构评估后确定的20名公司储备人才成为第一批青苗班学员，参加了为期三个月课程的学习。这些课程形式多样，覆盖面广，既有像张小泉发展史、刀剪产品知识等基础课程，也有像企业战略和竞争策略这类高阶课程；既有非财务人员的财务管理、营销溯源等理论知识，也有像“团队熔炼、合作共赢”素质拓展、“当小泉遇见茶”茶艺活动等体验式训练。

学员们非常珍惜每一次的相聚和学习，通过“蓄能”和“充电”，不断成长为企业的中坚力量。让我们走进青苗训练营，共享学员们的收获。

1.01的365次方

■ 沈高楠

高空抓杠，是要爬上8米高的小圆台，从空中跃起，抓住1米4外的横杠。虽然我没有恐高症，但还是觉得害怕，因为越往上爬，柱子摇晃得越是厉害，到圆台上后，几乎是眩晕的，仿佛什么都在晃动，脑子一片空白。所幸，这次我不是一个人，我还有很多队友，一些有经验的队友在下面喊着，告诉我应该怎么做，总结一下步骤就是：先把一只脚抬上去跪着，再抬一只脚跪着；接着踮起一只脚，同时手使力撑膝盖，两只脚站起来，半蹲；然后使劲站起来，往前稍微挪一点，记住别往下看；最后看准横杠，跳！

高空抓杠考验的是我们的勇气，但我觉得更是考验我们的耐力。这不是一个遥不可及的目标，而是有好多小目标组成的大目标。

很多时候，我们都会被遥不可及的困难吓倒，在还没有迈出第一步的时候就放弃了；很多时候，我们会像蜗牛一样缓慢地往上爬，缓慢到连自己都害怕；很多时候，我们会迷茫得手足无措，不知道哪里是自己的方向；很多时候，我们会被乱象迷了自己的眼睛，生怕一失足成千古恨。在终点的前面总是有无数个可以放弃的理由，但是每一个困难都去慢慢克服，每一个目标都去努力达成，最后那个遥不可及的目标也就近在咫尺了。

作为销售人员，我们总会给自己喊口号：一年要完成几千万，利润增长多少个点，三年后要翻几倍，有时候感觉压力好大。但如果能像这次高空抓杠一样，从一开始站在下面觉得那是不可能完成的目标，到后来慢慢地爬上去，一步步地按照细分的步骤完成，实现自己设定的每一个小目标，再到最后，也是最重要的一步“奋力往前一跃”，最终都会有一个灿烂的结果。

一个远大的目标很难完成，那么可以先定一个自己能够完成的小目标，完成后再定一个小目标，就像1+1%，那1%从数学的角度看是微乎其微，但是365天后，那就是1.01的365次方，即37.8。





发展规划和战略,以适应市场环境的变化。公众的美誉度,无疑让企业健康而快速发展。企业要做大做强,健康的制度,健康的文化都是不可缺少的,而更重要的是企业管理者要有健康人格,健康心智,即他们的修身养性。

最流畅的沟通是自我沟通,品茗小叙,通常说的是知己话、贴心话,平日里不曾说的话。茶就是人际沟通中最好的桥梁,可使关系和睦,增进情感交流。因此,在企业中建立良好的人际关系是非常重要的。

茶有茶德,人有人道德要求,企业也有企业的道德标准。茶的品格,更适于东方文化的柔韧幽深。国人固有的性格,不同于西方注重自我、原则性强。企业经营也如饮茶:清醒、理智地看待世界,不卑不亢,执着,持久……理智和气、礼敬仁爱,在企业里人人中和敬业,达到融合一切的境界。

茶道也是一门以饮茶为内容的文化艺能,是茶事与传统文化的完美结合,是社交礼仪、修身养性和道德教化的手段。这些手段总结起来,就形成了茶道的寂、廉、圆、正的规则,这些规则也与企业有着千丝万缕的关系。

其实,茶道的历史源远流长,与儒家、佛家、道家都有很大的关联,而中国儒、道、佛各家也都有自己的茶道流



派,其形式与价值取向不尽相同。佛教在茶宴中伴以青灯孤寂,意在明心见性;道家茗饮寻求空灵虚静,避世超尘;儒家以茶励志,沟通人际关系,积极入世。他们之间的融会贯通形成了独特的茶文化。而企业也有文化,对于“张小泉”来说,“良钢精作”的祖训,就是我们的企业文化,几百年来由张小泉人身体力行,最终成为“张小泉”企业文化核心理念。

茶道与管理

■ 吴晓明

人有人品,茶有茶品,人品如茶品;茶有茶道,人有人道,茶道似人道。企业也有“道”,犹如“茶道”。器道相宜,方能相得益彰。在忙碌的工作中,来一次“小泉遇见茶”,让我们的心灵静一静。

茶道以深远的哲理通向彻悟人生之路,茶道是至茶之境,又是至心之路。茶之道,不仅仅止渴、消食、提神,更能将人的精神引入超凡脱俗的境界,于闲情雅致的品茗中悟出人生的点滴。茶道包含茶艺、茶德、茶礼、茶理、茶情、茶学说,以“和”为精神核心,引导个体在美的享受过程中完成品格修养,引导企业构建一个和谐美好的团队,从而提高员工的工作效率,缓解工作带来的压力。

茶道崇尚的是忠贞不二,倡导的是和、静、怡、真。同样,企业虽讲究的是在商言商,但要想在市场中生存下

去,就要懂得应有的规则、规定,以及人与人的微妙关系。“和”为贵,“静”是修,“怡”则乐,“真”乃得。

茶道之美有一种规律,概括起来就是美的规律,也就是沏茶时态度从容,连贯而下,能显示幽雅的旋律美,造成最佳气氛。企业之美,美在员工之于企业的归属,在顾客之于企业的忠诚,在企业之于社会的贡献,在公众之于企业的盛誉。在市场竞争愈来愈激烈的情况下,企业之间的竞争已不仅仅是产品、质量、技术等方面的竞争,而是发展为多元化的整体竞争,如人员、创新、文化、对社会的责任等等。前者停留在企业生存的基本层面,后者则已经上升到基业长青的高点上。有人喝茶只为止渴、消食、提神,有人喝茶则是怡神、冶趣、尽趣,人空灵之境,而物我两忘。企业欲求发展必须从管理和创新等方面进行调整和更新,制定出长远的





读《竞争战略》有感

■ 沈灵蓉

本月青苗计划有一堂《竞争战略》的课程，为此夏校长特意让每个学员买了本迈克尔·波特的书《竞争战略》，这是迈克尔·波特最有名的一部作品。迈克尔·波特是当今世上少数最有影响力的管理学家之一，被誉为“竞争战略之父”，是现代最伟大的商业思想家之一，他的三部经典著作《竞争战略》《竞争优势》《国家竞争优势》，被称为竞争三部曲，而我们所看的就是其中之一，正是这部作品的出版使其登上世界管理思想领域巅峰。

这本书对于我而言是有一定难度的，因为它主要讲的是理论知识，本身难度就大，而且因为全是理论，缺乏趣味性，不像我曾经看过的青春文学、长篇小说那样浅显、有趣。这本书是翻译过来的，书上的语句和例子比较生涩，难理解，而所谓的“理论和实践相结合”，以我现在的经历和理论功底，读懂这本书也是一个很大的挑战。

迈克尔·波特在书中总结了三种竞争的战略模式：“差异化”、“成本领先”和“集中一点”，这些战略类型的目标使企业的经营在产业竞争中高人一筹；在一些产业中，这意味着企业可取得较高的收益；而在另外一些产业中，一种战

略的成功可能只是企业在绝对意义上能获得些许收益的必要条件。但是，随着技术的变革和各行业竞争情况的变化，主要是企业经营环境的不确定性的增加，其中也有所不能解释的一些理论。波特理论的中心是“产品”——顾客是因为低价格，或是某种独特之处，才选择这种产品的。而实际上，仔细观察如今成功企业的案例并不一味是这样。苹果公司的产品是最有个性的，但是微软公司的成功并不是源于“最佳产品”，不是因为它便宜，更不是因为它独具特色。实际上，从MS-DOS到WINDOWS，微软的大多数产品都不是最好的，尽管如此，微软还是牢牢地占据了行业领导者的地位。它的竞争优势既不是因为低成本，也不是产品差异化，而是源于整个系统的支持。

通过阅读，我觉得战略不是一个目标，应该是一个方法，我们如何去读懂这本书也需要一种方法；战略是如何用自己的竞争优势立足市场地位，就像我们如何发挥自己的优势运用到工作中去；战略还是一个分析的工具，而在具体的实施过程中会有各种各样的困难，我们走在困难前面，才不会让困难成为阻碍我们前进的绊脚石。

非财务人员如何快速看懂财务报表

■ 沈立霞

2016年，12月9日，运通电子商务有限公司财务经理平燕娜给青苗计划的学员们讲授了“非财务人员如何快速看懂财务报表”，使“苗苗们”受益匪浅。

通过培训，大家首先了解了什么是财务报表，知道了财务报表是由资产负债表、利润表、现金流量表、财务报表附注四部分组成。其中，资产负债表代表着企业的实力、底子，利润表代表着企业的能力、面子，现金流量表代表着企业的活力、日子，财务报表附注则是对以上三张表的补充。

其次，在看财务报表时，要注重三张表的勾稽关系，如表内勾稽关系和表间勾稽关系。看各张表时，也要有重点地看，比如：利润表重点看“毛利率”，资产负债表重点看总资产负债率，现金流量表重点看“余额”。史玉柱曾就巨人大厦的失败案例总结道：企业亏损不一定会破产，但现金流一断企业就会完蛋。由此可见，现金流对于企业的重要性，企业没有了现金，就像人体停止了造血，必将迅速死亡。而财务报表附注，则重点关注会计政策/估计方法的变更、合并报表范围、分部报表、或有事项、非经常性损益以及关联方交易情况。

在看的同时，可以利用一些财务指标工具来看，如盈利能力分析可以通过营业收入利润率和总(净)资产收益率来看；偿债能力分析可以从短期偿债能力和长期偿债能力两个方面分析；资本运营能力分析重点看总资产周转率；成能力分析则重点关注总资产增长率和营业收入增长率。

当然，在看一份企业财务报表之前，最好先关注以下几点：

一、了解当前的宏观背景，国家政策。如果经济低迷，那企业的报表上可能净利润值就会受到影响，特别是政策导向型企业尤为如此。

二、分析公司所在的行业特点。可以运用波特五力模型对行业中的竞争格局、发展现状、成长性和产业链等进行分析。

三、运用SWOT分析法分析公司本身的优势、劣势，以及外部的威胁和机遇，了解公司的核心竞争力，战略规划等。

财务报表的内容很多，作为一个普通的信息使用者无需对财务报表的内容做到面面俱到，只要抓住财务报表的主要方面认真分析研究，就能达到事半功倍的效果。不同的分析者进行财务分析的目的有所不同。使用者应根据自己的目的来分析报表，这样才能做到重点突出，有的放矢。



迈出脚下一小步收获人生一大步

俞志珍



拓展训练结束了，但留在心里的回忆却很美好。细细想来，拓展对我的磨练真的值得回味和咀嚼。

整理队形时，“石头”教官就让我们分组，定战服、战旗、国名，并且选定“大王、爱妃、战地记者”等角色。我很荣幸成为了我们天竺国的战地记者，因为我很喜欢摄影。

首先，我们开始“信任背摔”。石头哥告诉我们，销售团队就是一个团体，要相信每个队员，把自己全心全意交给队友。信任背摔就是考验团队信任度的训练，背摔者站在高台上，背对队员倒下，由站在台下的队友们接住。因看不到身后的情况，背摔者心里会产生恐惧感，如果不能充分信任队友，则挑战必然失败。站在台上的我很紧张，迟迟不敢倒下去。石头哥便和我聊起了天，无意中转移了我的注意力。可我还是很害怕，队友们见状，纷纷给我加油鼓劲。我深吸一口气，闭上眼睛，往后倒下，虽然没有完美地直挺挺地倒下去，而是臀部先下去，但是我突破了自我。被队友们接住的那一刻，我感到了信任的力量。相互信任是团队建设的基石，离开信任的团队是松散的、是毫无战斗力的，建立一支相互信任的团队，比任何激励都重要。

《真正男子汉》有一期“直升机倒摔”节目，很像我们在8米跳台抓杆一样。我被教官选中做安全带示范的时候，教练说这个安全带很适合我都不需要调整，为此我还有些小得意。没想到得意不了多时，就被教练再次选中让我成为这个项目的首个挑战者。我一下子懵了，突然心跳加速，双腿发抖。教练见状，让我在一边冷静一下。我缓缓，心想总要做的，于是我小心翼翼地往上爬，此时的我只能听见自己不断

加速的“砰砰”的心跳声。快到离地8米高的圆盘的时候，整根柱子都在剧烈摇晃着，我害怕地跪在圆盘上，两条腿已经不听使唤了，完全站不起来。队友们都抬起头为我打气加油，大声地对我喊着：“你可以的，慢慢站起来！”我慢慢抬起右腿，但左腿还在摇摇晃晃的圆台上跪着，于是我又想了想教练的示范动作和讲解要领，最后终于一鼓作气站起来了。站起来后，我发现没有刚开始那么害怕了，虽然前方的杆子离我有1米多远，我觉得自己是抓不到杆的，但很幸运，在我义无反顾地纵身一跃后，我居然稳稳地抓住了杆子。突然之间，队员们都沸腾了，从下方传来一片欢呼声。我知道，我赢了。紧接着，越来越多的队员都克服了自身的恐惧，勇敢地跳出去。其实，不管最终有没有抓到杆，你在勇敢跳出去的那一刻就已经成功了。在面对人生道路上一个又一个困难和险阻前，只有克服心理压力和恐惧，建立挑战困难的自信心与勇气，敢于尝试，才会有胜利的可能性。

通过这次拓展，我深深体会到，表面看起来很难的事，其实并没有想象中那么可怕。在工作、生活中，遇到困难并不可怕，怕的是失去解决困难的勇气和信心！心理的障碍是最难逾越的，我们如果要成为强者，首先就必须战胜自己的恐惧感，当我们豁出去一搏，勇敢地跨出一小步，也许就能抓住属于自己的机会，实现人生一大步的跨越。尤其是自己站在那个高台上，底下有队员们和教练的加油、打气，为你指导、欢呼，亲历者能深刻地体会到团队的鼓励与支持。每一次的前进，如果得到同伴的喝采和认可，所有的压力都将化成前进的动力，这就是团队中鼓励、赞美和支持的作用！



人人需要一颗匠心

刘原池

自青苗班开课以来，不知不觉课程已过去了三分之一，从以往的课程中我进一步了解了“张小泉”的悠久历史和产品信息，认识了不同部门、不同岗位的小伙伴，这些都使沉闷的工作变得有意思起来，当然最让人难忘的要算博物馆参观了。

博物馆参观的最后一站是去看传承人丁师傅制作剪刀的过程。我们一边看着丁师傅熟练的制作手法，一边听着他对制作过程中每一个步骤的细致讲解。终于，一根之前还不起眼的铁片在师傅的手中不断变化，最终成了剪刀。师傅的额头满是汗水，但他自己好像并没有注意到这些，只是笑呵呵地和大家说别看做了几十年的剪刀，但还是有很多不娴熟的地方，很希望和比他技术高的人交流切磋。

我想，这应该就是所谓的匠心精神。

匠心是恒心。刚开始工作的时候，我们总会干劲十足，但随着时间的推移，不断出现的问题让我们的积极性很容

易被打击，此时我们需要有恒心，这比激情更重要，因为如果激情是百米冲刺，那恒心就是一场持久的马拉松，我们能做的只有奔跑，恒心比激情更考验着匠人的毅力。

匠心是细心。在细节之处彰显非凡的品质，这是张小泉人应该传承的品格，因为这将影响我们品牌的发展。

匠心是虚心。宽以待人，严于律己，只有心态放得低，才会对本身所拥有的技术有更深层的发现、更深刻的理解和感悟。

匠心是执着追求的进取心。只有不断地追求，才能有所谓的创新。创新并不是没有根基的天马行空，而是对身处领域的全面认识和把握，是锻打后的淬火，是浴火后的新生。静下心来做一名真正的匠人，拥有一颗纯粹的匠心，我想创新也只是水到渠成的事儿。

人人都需要有一颗匠心。



人生如茶

■ 沈灵蓉

在中国传统文化中，茶文化历史悠久且底蕴深厚。虽然我对茶艺文化知之甚少，但有一句话我却是熟谙的：开门七件事，柴米油盐酱醋茶。茶和我们的生活息息相关，在未接触茶艺课程之前，生在茶乡的我，只知道采茶、制茶，从未考虑过太多关于茶艺、茶道的知识，我所知道的只是在来客时必泡一杯茶，以示对客人的诚心欢迎与尊敬。无论是茶的历史文化、茶的分类、喝茶的器皿以及泡茶的方法，都是我之前所知之甚少的。

佛家常讲“茶禅一味”，禅意太深，而泡茶时情境的惬意与美好，专注于内心深处的宁静，这才是我所向往的。在当今都市的喧闹中，外因诱惑太多，浮躁、功利、琐事……使我们身心疲惫，内心空虚，我们更应停下脚步反思。而公司开设这样关于茶艺的培训课程，想必是为了能让我们的心由浮躁变为平静，而茶能使人静心，可以让我们看到生活中更多的美，这也是一个人品质升华的微小一步。

茶艺老师何悦讲了泡茶与饮茶的技巧，茶艺包括选茗、择水、烹茶、技术、茶具艺术、环境的选择等等。泡茶的环

境清静、幽雅，各种茶具的干净、整洁，会让人觉得舒服，让泡茶和品茶的人心平气和，气氛也更和谐融洽。泡茶是茶道里最高的境界，它体现的是一个人泡茶的心境淡定、从容。而泡茶的一个关键是水，茶性必发于水，八分之茶，遇十分之水，茶亦十分矣；八分之水，试十分之茶，茶只八分耳。茶艺的另一境界还包含了饮茶和品茶的心境，而饮茶的技巧是对茶汤的品尝、鉴赏，对它的色、香、味、形、韵的体味。郑板桥诗“不风不雨正清和，翠竹亭亭好节柯。最爱晚凉佳客至，一壶新茗泡松萝。”写的就是心境——心静、云卷云舒的泰然。我愿做如茶一样的人，让心慢慢沉稳下来，除了享受茶水带来的甘甜之外，还有待人接物淡定而平静的心境。

人生之路曲曲弯弯，生活风风雨雨，做人也应当像茶一样，当还没有被摘采的时候，要经得起风吹雨打；当被摘采下来之后，还需修剪加工；当被人品尝的时候，要经得起评价和回味。人的一生如同茶的一生，经过考验才能回甘。这次能在工作之余抽出一个上午参加这样一门课程，真是一件非常惬意的事，人生幸福莫过于此也！

做一个卓越的营销人

■ 刘晓咪

2016年12月9日，公司组织青苗班学员参加营销管理培训，也吸引了我们销售人员前去听课。相信类似的课程平时听得也不少，但是公司为何还要组织呢？俗话说：虾有虾道，蟹有蟹路，如何营销，向来是个很大的课题，因为没有统一的套路，所以每个优秀的营销人员，都有其各自的一套！

首先是姚总的讲解，他从营销的溯源说起，强调的是团队精神及营销制度，包括个人的营销激情。其中，姚总一再强调激情是职业的生命，激情是生命！的确，不管是从事何种工作，每个人心中的激情，从一定程度上会直接影响结果，没有激情的营销，就像是行尸走肉，再多的机遇对你来说，都没有任何意义，也是枉然。

而KA部的王总，他所强调的是如何成为一个卓越的营销人员，用什么样的方法和行动，朝着这个目标去努力。营

销向来是一个以成败论英雄的行业，所以，业绩才是硬道理！如何做，其中有一条我是深有感触，就是时间管理，它是把工作中的内容分成了四大块：紧急又重要、紧急不重要、重要不紧急、不重要不紧急。然后，王总问我们，哪块工作是急着需要做的？大家基本上异口同声地说是“紧急又重要”。其实，非也！在实际工作中，我们应该把60%的时间放在重要不紧急的事情上，只有把这块先处理完了，那么后续的那些工作又有哪些会是紧急又重要的事呢？哇！一语点破，好有道理！

所以说，营销的大道上，条条大道通营销，不管你是用什么样的方式方法，只要是做对了，能够达到事半功倍的效果，那么，你就是一个优秀的营销人员。2016年的最后一课，我受益匪浅，你呢？





这一天，富盛浙工举办了“走进春天，美丽富春”活动，获得了公司全体女性员工的积极参与。当天，一行人靓丽地出现在邵楼古镇。古镇商市景点坐落在一条小河两边，粉墙黛瓦、亭台楼阁，都是明清建筑风格。漫步在古镇小路上，女神们都露出了轻松自在的笑容。

为了让女员工们度过一个有意义的节日，上海张小泉也是费尽心思。由于上海张小泉属特殊零售行业，为确保公司经营活动的有序进行，3月8日工作日当天无法组织全体女同胞开展活动，因此，公司为每一个坚守在工作岗位中的女同胞送上了一台养生壶，并组织当天休息的12名女员工参加上海中心大厦登高活动，从118层高楼俯瞰上海滩。在上海张小泉，女性员工占了公司总人数的69%。生活中，她们是温柔美丽的可人儿；工作中，她们是坚韧有力的顶梁柱。经常可以看到，品牌部的四朵金花时常对产品与市场工作展开激烈的“辩论”，时而针锋相对、时而握手言和；人事行政部则忙于人员配置、绩效

快乐女神节 欢笑富春人 ——富春控股三八女神节精彩各异

综合报道

对于富春众女神来说，每年的3月8日无疑是个值得期待的日子，花样百出的女神节活动在此期间轮番上演，为忙碌的工作增添了不少乐趣。观影、品茗、赏梅、毅行、DIY美食、学习瑜伽、参观教育基地等等，往年精彩纷呈的节日活动让人记忆犹新，那时的欢声笑语也一路蔓延到现在。

今年3月8日前后，寒冷的空气还不肯散去，各公司的节日活动纷纷开场。富春女神们有的去客串了一回艺术家，有的去挑战了魔都之巅，有的悠闲地享受了春日暖阳，有的干脆过了个“六一”节，而有的则放弃了节日福利，默默坚守在工作岗位上。

3月8日下午，集团本级的女神们驱车前往预约的咖啡馆学习油画，别看大家平时在格子间一丝不苟、一本正经地工作，心里可都蕴藏着满满的文青范。色彩、明暗、结构……听老师讲得津津有味，可真正要下笔时还是难免不自信，深怕一笔下去没掌握好。在老师的鼓励下，大家逐渐放开，从临摹到自由发挥，慢慢地，画笔挥舞得越来越得心应手，在花瓶中盛放的小花、在海边随风飞舞的蒲公英都生动地出现在画布上，咖啡馆内欢声笑语，就连平时埋头为大家提供美食的食堂师傅们也画得非常开心。这也许就是大家所说的，人人都有艺术细胞吧。看来，新时代的女神，既热爱工作，也热爱生活。



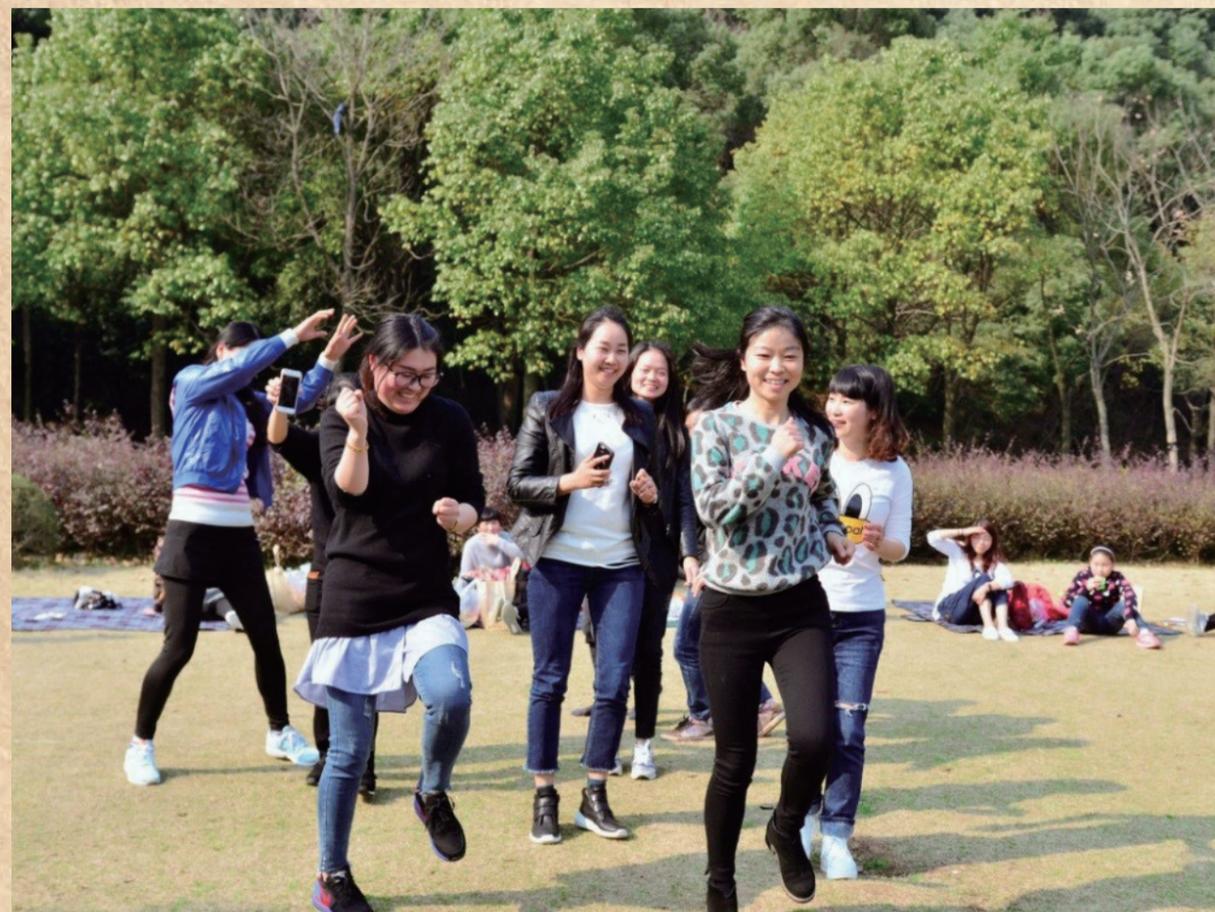


考核等人力资源、行政工作，办公室中总少不了她们埋头苦干的身影；财务是像风一样的女子，穿梭于门店、银行、税务，计算机上缺失字母的按键是她们努力工作的见证；采购部和仓储物流部日复一日地做好产品储备及调配工作，给予经济命脉最有效的支持；业绩要冲刺了，值班长们总说“有我在”，欣然奔赴一线与“红色娘子军们”并肩作战，实现销售业绩的突破。张小泉的女神们个个不甘示弱、勇于拼搏、顽强突破，默默地坚守在各自的岗位，实现着自己的价值。

有句话说得好，是女人就爱美、爱浪漫，初春是个富有想象力的时节，院子里樱花烂漫、桃红柳绿，大棚里草莓也成熟了。宋代诗人叶绍翁在《游园不值》中写道：“春色满园关不住，一枝红杏出墙来。”描绘的是生机勃勃的春色意境，杭州张小泉、运通电商、运通网城等几家公司的女神们不约而同地选择了春游+下午茶活动，一方面享受了浪漫的春色，另一方面体验了一把“很值”的游园下午茶活动。

节日当天，杭州张小泉公司组织部分女神踏着春色，迎着春风来到富阳大庆栗园草莓种植基地，一睹那“一颗草莓挂田埂”的自然美味，开展了“亲近自然，健康生活”为主题的女职工活动。一进大棚，女神们立刻褪去矜持，对着满田埂的草莓就赶紧自拍起来，似乎把自己也融入了自然。“快看，这些草莓又大又红！”“嗯嗯，这里的草莓好甜哦！”只见各位女神对着红得鲜艳欲滴的草莓有点爱不释手。





手，摘下的草莓都不知是往嘴里送还是往篮中放。活动尾声，每个人都捧上了满满一篮子草莓，脸蛋上挂着与草莓般的红晕，身上洋溢着春天的烂漫，大自然的美好和其乐融融的氛围，让我们看到了张小泉女员工的另一面。大家纷纷觉得活动让人身心愉悦，蓄满电力，充满能量，可以更好地投入到工作中。

都说男人是长不大的小孩，其实女人也一样，富春供应链和富春山居的姐妹们童心未泯，趁着节日的大好春色做起游戏、跳起舞，吸引了好多关注。富春山居一行人来到杭州东吴公园，玩游戏、做表演、赢礼品，引来不少路人驻足拍照。手拉手抱团游戏最能体现默契与乐趣，数字刚一报出，夹带着乱哄哄的笑声挤出了一个个抱团小组。击鼓传花重燃气氛，一圈手拉手，将娃娃传递，主持人喊停，娃娃在谁手中，谁就要展示个人才艺。有人生怕娃娃在自己手中，有人喜欢娃娃不肯松手。表演接力赛又考验着大家的肢体语言，场上同仁挤眉弄眼，手舞足蹈，诞生了不少表情包，也给观众带去了欢乐。在大家的热情表演下，奖品逐渐清空，活动也接近尾声。山景、夕阳，这一切的美好都被消化在幸福的余热中。

3月8日当天，虽然大部分女神都过节去了，但还是有一些仍然坚守在工作岗位上，网赢供应链因近期订单增多，全体人员都在加班加点，当然还有其他女神们也放弃了节日福利，维持照常工作秩序，给她们点赞。

冰心曾说：世上若没有女人，这世界至少要失去十分之五的“真”，十分之六的“善”，十分之七的“美”。女性对于家庭、后代、社会的作用，既能为母则刚，又能将刚硬的力量化为绕指柔。四海八荒都在过女神节，富春女神又有什么不同呢？她们文艺、她们浪漫、她们爱玩，这些都只是其中一面，而那共同的一面，就是在工作中展现的专业与敬业，工作中的女神，最美！

每年三八节，由集团公司领头，各下属公司举办各色活动已成为富春不可或缺的美好传统。大家表示，在工作之余，即使只是抽出短短的时间，能够亲密互动，放松心情，享受愉悦，增进情感，都能激励她们以饱满的热情和最佳的状态继续投入到接下去的工作中。此次活动不仅丰富了女员工的业余文化生活，更融洽了同事之间的关系，增强了凝聚力。

