



張小泉

Zhang Xiao Quan
Since 1628

FORCHN

富春

2020 VOL. 34

FORCHN 富春

让生意更简单 让生活更美好 / www.forchn.com.cn

2020 VOL. 34

P04 特别策划

网营物联：
构建产融供应链 服务天下生意人

后疫情时代
产业供应链发展的“危”与“机”
杭加深度对标“行家”

P03 国标家话

张国标：
让每个富春人安居乐业，是我最大的责任



富春控股官微

P44 商业评论

新时代，万物皆可播

P62 风雅阅读

杂件“复兴”奏响厨房新乐章

上 海
上海黄浦区中山东二路 600 号 BFC 外滩金融
中心南区 S1 幢 27 层 01-02 单元
Tel: 021-6879 5788
Fax: 021-6879 6878

浙 江
浙江省杭州市下城区庆春路 200 号
Tel: 0571-8707 8590

新加坡
9 Raffles Place #45-02 Republic Plaza
Singapore 048619 (莱佛士坊 9 号 共和大厦
45 层 2 号 新加坡邮区 048619)
Tel: +65 6221 9018
Fax: +65 6221 9338

香 港
香港中环花园道 3 号中国工商银行大厦
501-2 室
Tel: +852-2116 3283
Fax: +852-3585 0610

郑重声明：本刊属于内部交流刊物，不作商业用途。

 unilogix 网营物联	网营物联 国内领先的智能化供应链生态平台
 RUYEE 如意仓	如意仓 数字化仓配物流引领者
 EC World 运通网城 REIT	运通网城 (EC World) 物流资产管理专家 开创中国物流地产 REIT 海外上市之先河
 Hengde 恒德物流	恒德物流 专业领域烟草物流运营专家
 FORCHN 富春 崇 贤 港	崇贤港 浙江省重点建设工程，国家 AAAAA 级物流企业
 张小泉 Zhang Xiaoquan Since 1720	张小泉 390 余年品牌史、400 余年企业史的 著名中华老字号刀剪品牌
 HIGA 杭加	杭加新材 绿色建筑行家
 FORCHN 富春 泽 通 新 材	泽通模具 综合规模大、研发能力强的 PC 模具制造商
 FORCHN 富春 富 盛 浙 工	富盛浙工 浦东城市建设的见证者与守护者
 FUCHUN RESORT	富春山居康养小镇 现代版“富春山居图”
 浙江大学康复医院	富春山居 高端养生度假村，拥有江南丘陵地形、 以龙井茶园为主题的高尔夫球场
 公望健康 公望仁雅	浙江大学康复医院 民营康复旗舰
 公望健康 公望仁雅	公望健康 私享健康管理平台
 est mall 東方茂	东方茂 富阳人民的“市民中心”
 富阳东方茂开元名都大酒店 GRAND NEW CENTURY HOTEL Fuyang Hangzhou	富阳东方茂开元名都大酒店 五星标准高端商务酒店
 公望置业	公望置业 康旅胜地缔造者
 FORCHN 富春国际 INTERNATIONAL	富春国际 富春控股集团海外旗舰
 FORCHN 富春瑞资	富春瑞资 专业资产管理平台

CONTENTS 目 录



编 委 会	
主 任	张国标
副 主 任	张樟生 张新程
编 委	周军福 张新夏 汪 轲 崔思维 王 斌 张凯锋 赵双双 詹关平 吴军旗 夏乾良 李克宽 翁永堂

编 辑 部	
主 编	赵双双
执行主编	谢洁梅
责 编	吴云天 刘灵渊 曾 礼
美 编	陈倩莹
发 行	富春控股集团

03 让每个富春人安居乐业，是我最大的责任	03 让每个富春人安居乐业，是我最大的责任
03 让每个富春人安居乐业，是我最大的责任	03 让每个富春人安居乐业，是我最大的责任

04 后疫情时代 产业供应链发展的“危”与“机”	04 后疫情时代 产业供应链发展的“危”与“机”
08 根植于富春血脉的供应链产业基因	08 根植于富春血脉的供应链产业基因

12 网营物联： 构建产融供应链 服务天下生意人	12 网营物联： 构建产融供应链 服务天下生意人
-----------------------------	-----------------------------

16 打造浙江农产品网络 网营物联助力全省三农发展	16 打造浙江农产品网络 网营物联助力全省三农发展
------------------------------	------------------------------

18 主打 S2B2b2C 模式 提升产业竞争力	18 主打 S2B2b2C 模式 提升产业竞争力
--------------------------	--------------------------

20 如意仓：智能化供应链集成服务商	20 如意仓：智能化供应链集成服务商
--------------------	--------------------

24 杭加，AAC 制品的“技术大拿”和集大成者	24 杭加，AAC 制品的“技术大拿”和集大成者
--------------------------	--------------------------

27 杭加深度对标“行家”	27 杭加深度对标“行家”
---------------	---------------

31 杭加联姻坤正	31 杭加联姻坤正
-----------	-----------

34 张国标： 打破疫情桎梏 重塑供应链市场活力	34 张国标： 打破疫情桎梏 重塑供应链市场活力
-----------------------------	-----------------------------

38 “报复性”消费真的来了？ 富春山居度假村创下历史同月最好业绩	38 “报复性”消费真的来了？ 富春山居度假村创下历史同月最好业绩
--------------------------------------	--------------------------------------

42 湖北日报： 主动作为彰显湖北疫后重振信心 外地企业家携真金白银来鄂投资	42 湖北日报： 主动作为彰显湖北疫后重振信心 外地企业家携真金白银来鄂投资
--	--

43 钱江晚报： 老字号“新制造”， 392 岁的张小泉怎样获得 90 后的芳心	43 钱江晚报： 老字号“新制造”， 392 岁的张小泉怎样获得 90 后的芳心
--	--



封面人物

网营物联管理团队：

富春控股集团总裁张樟生，网营物联总裁吴军旗、副总裁单迅、副总裁兼如意仓总经理张琳、人事行政总监陈玉奇、财务总监杜峰涛、投资总监何浩

富春控股集团自媒体平台

微信公众号：

富春控股（微信号：FORCHN1992）

新浪微博：富春控股集团

<http://weibo.cn/forchn1992>

今日头条：富春控股

搜 狐 号：富春控股



富春控股官微



今日头条

商业评论 BUSINESS REVIEW

- 44 后疫情时期，数字经济的短板与挑战在哪里？
- 47 新时代，万物皆可播
- 50 如何永葆创业激情？
亚马逊“Day One”创业文化落地指南

富春人 FORCHN PEOPLE

- 52 **只争朝夕 拼创未来——**
富春控股集团召开 2020 年度工作会议
- 56 **杜峰涛：**用初心与热血浇灌富春土壤
- 58 **张晓海：**脚踏实地 用心做品质
- 60 历史富春人：书法大师孙过庭

风雅阅读 ELEGANT READING

- 62 传承建筑美学
打造“Modern Chinese”新典范
- 66 杂件“复兴” 奏响厨房新乐章
- 68 从一饮一食中，收获夏日健康生活

富春荐读 READING TIME

- 72 《菜根谭》：嚼得菜根，百事可为
《定位》：赢得用户心智之战



“让每个富春人安居乐业，是我最大的责任！”

张樟生

张国标

6月9日，在富春控股集团召开的集团本级2019年度表彰会上，张国标董事长表示：

刚刚过去的2019年，是富春控股集团“2351工程”的开局之年，集团战略目标稳步推进，但面对疫情形势，富春人要有充分的危机感和责任感。他认为，集团总部作为中枢与核心，承担着服务、监督、支持等职能，工作的好坏，直接关系到各产业板块和子公司的工作效率，要积极做到以下三点：

第一，要充分具备责任意识，深入基层、深入业务，摸清各产业板块和子公司的情况，要有敏锐的洞察力和细致的观察力；

第二，要以热情的工作态度与专业的业务能力，对各业务板块进行有效的工作支持与指导；

第三，在持续的工作中要有担当，也要逐步在工作中建立威信，便于工作的开展和管理。

“让5000多位富春人安居乐业，有安全感，是我最大的责任，要达成这个目标需要每个富春人共同努力。我由衷地希望每位富春家人都能平安、健康、快乐、激情地工作，共同将富春这艘大船驶向理想的彼岸。”张国标董事长说道。

后疫情时代 产业供应链发展的“危”与“机”

文 | 网营物联总裁 吴军旗

接到约稿，要谈谈后疫情时代供应链的危与机，犹豫了几天不敢动笔。

原因有二：一是供应链的概念太广泛，不同行业、不同节点和不同的服务内容，对供应链理解的角度不一样，容易引起争议；二是疫情对经济的真正影响才刚刚开始，围绕疫情所带来的社会、经济等领域的调整会不断深入，对供应链的影响将是个长期的过程，当前所下的一些结论和建议不一定真正准确。因此，在这里，我只能根据自己有限的经验和理解，宏观地谈谈对产业供应链领域的一些思考。



吴军旗

网营物联控股集团总裁

20 多年物流与供应链、企业经营管理经验。现任浙江省物流协会副会长、仓储分会会长，中国物流学会青年专家，中物联 2016 年度供应链年度人物，2018 年度中国物流学会物流新锐。

疫情为供应链创新和新模式、新技术应用创造了机会。

疫情给我国经济带来的影响

首先，从供应链角度分析一下疫情对全球经济尤其是我国经济带来的一些变化，主要表现在三个方面。

第一，疫情强化了区域供应链的地位。最近，受疫情带来的逆全球化思维的影响，很多人认为，未来区域供应链将逐步替代全球供应链，我并不认同。供应链作为赋能商业和消费的一套服务体系，网络结构是其核心特征，广域供应链（市场全覆盖供应链体系）作用是提高商业服务能力和竞争力，而区域供应链（本地供应链）更多的是审视经济体的抗风险能力。受疫情影响，区域供应链将得到极大关注，对我国而言，逐步降低外向经济的依赖度，提高国内经济循环能力，本来就是大势所趋，疫情只是加速了这个进程而已。中国拥有庞大的市场和完善的产业链结构，完善国内供应链体系，才能真正打造中国制造在内销和外需中不可替代的地位，也就是我们常说的，供应链将逐步成为国家战略。同时，从另外一个角度看，逆全球化只是经济全球化的一个缓冲阶段，改变不了全球化的大趋势，短期的调整，正好给我国近 20 年来快速融入全球化一个总结和反思的机会。

第二，疫情使全球经济发展降速，企业经营压力增大，在市场回报降低的大环境下，从非市场环节降本是大部分企业选择的应对策略。优化供应链结构、降低供应链成本、提高供应链效率成为大趋势，这种改变，既会进一步压缩现有业务的利润空间，也会推进供应链服务外包的可能性，对于供应链服务企业而言，既是压力也是机会。

第三，疫情后对供应链的重视，促进企业对供应链的整体认识的提高，从供应链角度看待企业商业链路和结构，而不是仅仅围绕物流成本、物流效率和商

业融资等节点问题，使得供应链技术、信息化、科技化的作用得到发挥，新的供应链模式和技术的应用，将助力供应链行业的变革。

后疫情时代 产业供应链面临的挑战

从以上分析可以看出，疫情加速了供应链的变革，增强了现阶段供应链运营企业的经营压力，同时也为供应链创新和新模式、新技术应用创造了机会。从现阶段带来的困难看，有如下几个方面：

在物流业务领域，经济下行必然带来社会物流总需求增速的减缓和对物流费用降低的苛求。物流增速的减缓，使得行业竞争进一步加剧，在传统的运输、仓储和配送领域，企业只能压缩运营成本来应对甲方的诉求。在传统物流行业的毛利率本就偏低的情况下，降低价格和利润，必然是雪上加霜，很多企业的生存和发展受到挑战。为应对影响，物流企业唯有向管理和运营要效益，一方面强化运营管理，通过内部效率提升降低成本，另一方面通过智能化应用和信息化建设，从技术上降本提效，以争取市场机会和利润空间。

在采购及供应领域，出口的降低，将扩大传统供应链资源的竞争局面，产品同质化、功能同质化、价格同质化等将大量存在，对供应方来说，在保住客户源和保证利润率上面临两难的选择，如何在生存中求发展，企业必须突破现状，谋求变革；对于需求方而言，在采购资源的选择上，判断的标准需要及时调整，从源头上降本提效是必然的课题。

在渠道及销售领域，互联网和电商的发展，促进了需求的个性化和渠道的多样化，新渠道不但不意味着新的需求，反而会调整传统渠道的格局，如何在传统渠道保份额，在新的渠道快速融入，很多企业面临挑战。

在供应链融资方面，经济下行必将导致产品周转率的下降，过程资金占用的压力增加，而金融机构受风险管控的压力，在传统融资方面更加谨慎，中小企业融资难和融资贵的问题也将进一步加剧，供应链企业金融风控的难度也将增大，如何从供应链角度赋能链路，既有主动的链路调整，也需要跟进技术的创新。

后疫情时代 产业供应链发展的机遇

新冠疫情所导致的经济减缓和行业竞争加剧，给产业供应链及相关企业带来了极大的压力，但也给行业发展和创新带来了机会。

首先，企业经营压力的增加使得供应链管理得到重视，相对于市场的压力，从供应链领域降本难度更低，如何以系统视角和全局视角，从链路上优化供应链结构，更能够得到企业的支持。这对于以解决方案为核心的供应链物流企业（如网赢如意仓）有了更多的机会，对于这类供应链企业而言，其竞争力不再是传统的运输和订单作业报价，而是方案能力和运营整合能力。

其次，区域产业链的格局将进一步调整，提高产业集中度，优化产业结构，搭建完整的产业供应链体系，成为我国区块产业经济调整的重要方向。这对于产业供应链运营方来说，能得到更多的行业和政府的支持。由于产业供应链的门槛高，整合难度大，对这类企业来说，如何总结并探索一套有效的产业整合模型，机会和挑战并行。网营物联的战略定位为产业供应链的整合，正符合区域产业的发展方向，要尽快做出示范，总结模式，快速形成产业整合可复制的运营能力。

第三，经济下行压力下的企业融资问题更加凸显。传统银行融资受限于企业资信能力，融资增量有限；传统供应链贸易融资，在行业利润降低、价格下行区间下，风控方式受到挑战。供应链金融借助全链路的

运营数据，全程跟踪业务路径，能快捷的实现物权、资金和订单自由切换，是更有效的金融赋能方式。尤其对于独立体系的产业链而言，企业资信评价及业务风控管理更匹配业务实际，有助于金融机构判断风险，准确匹配资金支持。

第四，供应链新技术的应用范围不断加大。在降本和提效的双重压力下，企业将更务实地落实智能硬件、大数据、区块链等技术尝试，从技术上寻找出路。供应链科技将加速工业互联网和产业大数据发挥真正作用，用数据画像指导商业、商品和供应链组织，使得渠道布局更有效，商品分布更合理，供应链组织更完善。这对于在供应链技术上有准备的企业创造大量持续发展的机会。

第五，产业协同发展将成为趋势，区域供应链结构并不代表企业独立性增强，反而要求在国内建立类似于全球供应链的协同机制。这对国内供应链网络和供应链平台运营提出了更高的要求。网营物联作为布局全国的产业供应链运营平台，既有全国一盘棋的网络优势，更有产业供应链平台的运营能力，如何抓住机会，进一步完善网络结构和提高平台运营整合能力，是摆在眼前的重要任务。

总之，新冠疫情和逆全球化对我国乃至全球经济带来了重大影响，也对供应链提出了巨大挑战，每一家企业都不能独善其身。但是危险中往往蕴含机会，我国供应链才刚刚起步，整体能力与产业格局不匹配，目前正是迎头赶上和不断尝试的重要时期。机会永远给有准备的人，我相信，我国供应链能力建设必将和产业链发展一样，成为我国经济二次腾飞的新引擎！



富春山居高爾夫夏令營

富春山居高尔夫夏令营是量身为6-16周岁儿童定制的专属缤纷假期活动，每日高尔夫运动搭配山居内各种丰富多彩的宾客活动，让您孩子的假期在运动及欢乐中轻松度过！

为满足不同家庭及孩子的需求，我们设计了4种不同的选择：

富春山居纯享高尔夫7天夏令营

富春山居纯享高尔夫14天夏令营

富春山居 高尔夫+游泳 夏令营

富春山居 高尔夫+游泳+住宿 夏令营

（针对老学员，我们还制定了进阶班课程）



扫一扫，了解详情
团体报名有优惠

僕泊富春山居

根植于富春血脉的 供应链产业基因

文 | 谢洁梅

2017 年，富春控股集团与浙江省“凤凰行动”专项基金联合设立供应链领域投资运营主体——网营物联，规划建设并运营覆盖主要消费城市及产业集聚区的物流基础设施约 500 个，致力于打造一个商流、物流、资金流和信息流集成化运营的全渠道供应链服务平台。

“中国经济高速发展，供应链贯穿于产业的采购、生产、销售和物流等全过程，但我国供应链的管理能力却还处在与经济发展极不匹配的阶段。”董事长张国标的这句话，简要地解释了富春控股打造“网营物联”的环境背景，但在外因背后，更为关键的决定性因素，是根植于企业血脉的供应链产业基因。



杭州崇贤港



嘉兴乍浦港富春码头

从单一港口物流，到江河海联运

1997 年，以建材贸易起家的富春控股在上海浦东三林镇开辟了第一个综合性生产基地，为满足日渐扩大的生产、仓储、运输等综合性需求，在黄浦江沿岸先后配套建成了两个 5000 吨级泊位的中转码头，成为上海最早拥有码头岸线的民营企业，也是唯一一个在黄浦江沿岸拥有两座码头的民营企业。

2002 年开始，全面提升中国制造业水平与竞争实力、向世界制造强国进军的号角正式在国内吹响。也是由此开始，“中国正在成为全球制造业中心”的认知与趋势越来越清晰。此时，仍以上海为发展重心的富春控股敏锐地意识到，当这种趋势逐渐落地成为现实，国内尤其是长三角现有的物流格局必然满足不了货物流通的需求，而企业已经在上海黄浦江沿岸拥有独特的优势资源，是否可以借机整合、拓宽渠道，由此成就企业的另一番事业？

一项大物流规划在掌门人张国标的脑海里慢慢清晰——江河海联运。

江河海联运，能使内河经济与海洋经济形成有效联动，实现港口后方经济腹地与沿海港口资源优势的有机结合，最大程度地扩大沿海港口的货源辐射范围，

进一步增强沿海港口作为“综合物流中心”的重要作用。无缝对接式的江河海联运，能最大限度地提高港口作业效率，大幅度减少对环境的污染，明显降低物流成本，其对经济社会发展的积极影响十分突出。

江河海联运的规划形成后，富春控股着手定点布局，最终确定上海、嘉兴、杭州、舟山和常州五个城市，分别对应连通黄浦江、杭州湾、京杭大运河、东海和长江。如此定位宏大、格局高远的项目要完全落成绝非易事，在这个过程中，企业经受了前所未有的重大考验，最终成功完成了杭州崇贤港和嘉兴乍浦港的建设，并如期投入使用，产生了预期的经济效益与社会效益。

杭州崇贤港项目是被列入《中华人民共和国国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》的浙江省重点交通基础设施项目，其建设背景是要从根本上改变京杭大运河杭州市区段码头作业区常年落后、无序的状态。在投资建设崇贤港的决策背后，富春控股承担了巨大的压力，但凭借多年经营上海黄浦江港口的经验，及对中国市场经济改革的信心，在进行了充分的市场调研并作出合理判断后，行动开始了。

整个崇贤港项目总规模 800 亩，设计年作业能力 1200 万吨，概算总投资 12 亿元人民币，一次规划，



2013 年 5 月，与阿里巴巴、银泰、复星等联合创建菜鸟网络



2013 年 9 月，创建数字化仓配物流平台“如意仓”



2015 年底，收购恒德物流一期二期全部物业



2017 年 9 月，联合设立供应链领域投资运营主体“网营物联”

分两期实施。2006 年初，项目一期开工建设，2008 年 8 月开港运营，实现了港口建设工程的优质与高效，一举成为全国内河港口作业区排名前列，功能齐全、装备先进的依托港口作业的现代物流园区。为支持港区建设，申嘉湖杭高速公路专为崇贤港设置匝道连接口，极大地便利了进出港区货物的疏港流动。

为了优化港口物流的区域布局，实现江河海联运的战略目标，富春控股决定投资被誉为“东方大港”的嘉兴乍浦港的海运物流基地，建设 2.5 万吨级乍浦港富春码头。嘉兴乍浦港是长江三角洲南翼一处地理位置十分特殊的海港，是浙江省内第一个可以实现江河海无缝对接联运的深水良港。乍浦港后方腹地经济繁荣，仓储物流业发展空间巨大。投资乍浦港，完全契合富春物流业实现江河海联运、多基地联动的发展规划。在杭州崇贤港项目开工仅三个月后的 2006 年 4 月，2.5 万吨级乍浦港富春码头开工建设，至 2009 年 8 月建成并投入运营。

乍浦港富春码头是嘉兴港第一个采用专业化煤炭装卸工艺的公用码头，具有装卸速度快、效率高、消耗低、污染少等特点，并可提供分筛、配煤服务，可实现社会效益和经济效益的“双赢”。当时正值上海市筹办世博会的关键时期，上海市政府要求黄浦江上

海中心城区段禁止容易造成污染的煤炭等散货的装卸作业，乍浦港项目的及时建成，不仅为浙北的交通运输增加了新内存，根据当时媒体的说法，并且还解决了上海市的“燃煤之急”。

同时，其进一步拓展的常州长江港口项目、舟山外钓岛海港项目后因企业发展战略的调整和现实条件的各项限制而未完全落地。但至此，富春控股在国内经济最发达的长三角杭州湾地区已经拥有黄浦江、大运河、海港三座港口，向着江河海联运的目标迈出了坚实的步伐，成为业内举足轻重的民营港口物流运营商。

从数字化仓配物流平台，到物流资产证券化

至 2013 年，富春控股经过 20 年的发展，已经形成了稳固的产业板块，也正式步入第三个十年的发展规划。时值国内电商产业还未形成完备体系，但董事长张国标认为，企业对接互联网的趋势不可逆转，富春控股要实现产业的新时代跨越，必须与时俱进，以主动之姿拥抱互联网、拥抱电子商务。

2013 年 5 月 28 日，阿里巴巴、银泰联合复星、

富春控股、顺丰、三通一达（申通、圆通、中通、韵达）、宅急送、汇通，以及相关金融机构共同宣布，“中国智能物流骨干网”（简称 CSN）项目正式启动，合作各方共同组建的“菜鸟网络科技有限公司”正式成立，旨在建设一个数据驱动、社会化协同的物流及供应链平台。

以此为契机，同年，富春控股独立创建的数字化仓配物流平台“如意仓”应运而生。它以帮助客户解决全渠道同仓共配为核心，通过以商品为中心的物流数据应用和全国分仓网络，提供 BC 同仓管理、多区域分仓配送、跨境保税等物流解决方案和仓配运营服务。2016 年，如意仓成为菜鸟联盟首批全球仓配物流合作伙伴之一，为天猫、零售通、京东、唯品会等知名平台客户和耐克、宝洁、联合利华、可口可乐、浙江中烟、得力文具、壳牌石油、丰田汽车、宝钢、武钢等国内外知名企业提供全渠道物流运营服务。

也正是从 2013 年开始，富春控股响应国家“一带一路”倡议，在海外设立投资拓展平台“富春国际”，积极对接国际资本市场，加快推进企业资产证券化。在这个过程中，为吸纳优质物流资产，提升企业物流产业仓储规模与物流能力，2015 年底，富春控股收购专为浙江中烟工业责任有限公司提供烟叶存储、包

装、货运及劳动力输出等服务的专业（烟草）物流运营平台——浙江恒德桑普物流有限公司的一期、二期全部资产。至此，富春控股物流产业涉足烟草、钢铁、建材和电子商务等多行业的仓配、运输和供应链管理业务。

2016 年，以位于中国杭州的六处成熟运营的物流资产为构成，富春控股旗下“运通网城房地产信托（ECWorld REIT）”（股票代码：BWCU）在新加坡交易所主板成功上市，开创了中国物流地产 REIT 海外上市之先河。该房地产投资信托主要投资于以电子商务、供应链管理及物流为主要用途的多样化收益型房地产投资组合，致力于在东南亚和中国境内不断扩大资产规模，现为唯一被列入新加坡海峡时报中国指数的中资信托。

2017 年，富春控股与浙江省“凤凰行动”专项基金合作，创建“网营物联”，将供应链产业正式纳入企业发展三大核心产业。

从单一港口物流，到形成江海河联运，到发展数字化仓配物流，推进物流资产证券化，再到构建专业化供应链服务平台，富春控股一直在探索 and 开展供应链的运营，历经近 30 年时间，伴随了一个产业不断深化的过程，也助推了供应链行业的快速发展。

网营物联： 构建产融供应链 服务天下生意人

文 | 蒋红

经过四十多年的改革开放，中国经济已经进入世界前列，在许多产业领域形成了相对完整的产业链结构，产业竞争力日益增强。但近几年来，随着全球和国内经济的下行，我国的产业发展也遭遇了瓶颈。究其实质，则是供应链不成熟所致。

目前，重视度不足、服务模式相对单一的产业供应链物流，已成为我国区域产业转型升级的突出短板。未来，产业链生态和产业供应链能力将成为我国经济的主要竞争力，即产业链生态下的供应链化，也就是发展产业要用供应链的思维。

鉴于此，网营物联将以产业链为视角、供应链为核心、金融服务为依托，充分运用大数据、物联网和区块链等技术，打造一个商流、物流、资金流和信息流集成化运营的全渠道供应链服务平台。目前网营物联主要有两大服务体系、三大运营业态和八大核心优势。



两大服务体系 促进金融与实体经济融合

目前，网营物联在浙江、江苏、湖北、山西、山东、江西、河北等地运营及开工建设或签署投资协议项目达 50 余项，以物流节点、直辖市、省会地级市及产业集聚地为重点，形成国内全域化的供应链网络。未来网营将建设并运营约 500 个面积达 5000 万平方米，覆盖全国的供应链基础设施，为国内主要产业集聚区与城市商圈的企业、商户及居民等提供基于大数据分析 with 智能网络体系的全渠道供应链服务。

网营物联通过打造全渠道供应链管理平台，为供应链各环节提供金融支持。通过物流供应链（产业整合、仓配作业、运输配送、分拣加工、大数据分析）和金融供应链（原料、配件代理采购、集中采购、区域分销集中备货、仓单、库存质押融资、营收款保理、运费融资）双链合一的运营服务模式，促进企业实体业务与金融服务的有效融合。

三大运营业态 助力产业转型升级

网营物联为厂家生产调度、渠道销售、融资和风

控等提供运营支持和解决方案；通过自主研发和系统集成，帮助客户整合前端采购资源、后端分销资源，实现数据互联互通、全程可视、实时信息反馈和大数据沉淀，已拥有三种主要业态，助力多个产业实现阶段性目标。

一是产业型供应链运营平台，围绕特定产业，整合产业链上下游的采购、生产、销售、物流、研发、办公等各种资源，以优化供应链结构和搭建供应链生态为核心，帮助中小企业降低成本、提高效率 and 解决融资等问题，提升产业竞争能力。

在产业型供应链运营平台，主要运营业态有办公与研发中心、交易及展示中心、产能中心、智能仓储、运力平台等。办公与研发中心以产业供应链为主轴，满足办公、企业孵化、行业培训、员工生活等公共性服务需求；交易与展示中心在满足供应链贸易和仓配运营的场景下，为企业提供商品展示、尾货处理、贸易嫁接等服务；通过产能中心，实现中小企业集聚与集约化运营；通过智能仓储，为企业提供原材料与成品集中存储与及时配送服务；在运力平台，实现对干线、城配、快递等运力资源的整合与集约化运营。

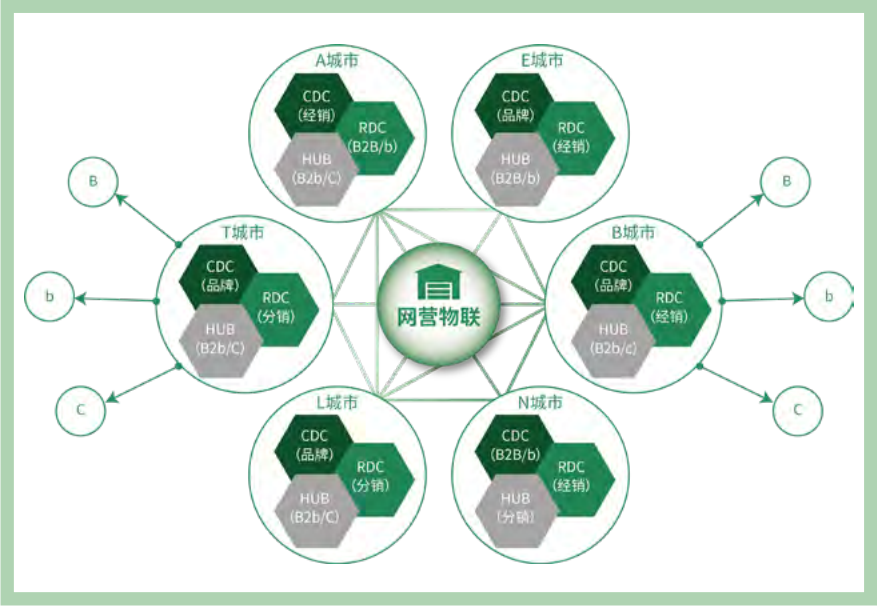
二是冷链供应链运营平台，整合国内超过 40%

的进口肉类、鱼类采购，集中通关；通过分割加工、全国分仓、产品溯源等服务的延伸，解决从进口源和产地到零售环节的采购、通关、存储、加工、分销等供应链问题，助力上下游的渠道畅通和金融融通；并在此基础上延伸到生鲜、农产品、医药等其他冷链运营生态中。

在冷链供应链运营平台，主要运营业态包括海外集中采购（集中货源、订单融资）、一站式通关口岸（进口配额、检疫和商品分流）、加工和溯源平台（解决从进口到分销的转换）、分销和展示中心（商品展示，助力渠道拓展和品牌提升）；主要提供消费地分仓和解决方案（以需求为终端搭建网络）、灵活的金融服务（采购融资、质押融资、备货融资、分销融资等）。

三是消费型供应链运营平台，通过全国分仓网络、同仓共配管理，布局全国供应链设施，优化供应链结构，在国内主要消费城市和交通枢纽区域，建立高标准仓储、自动化立体仓库、运输配送分拨场站、加工厂房和商品分销展示等供应链设施，满足公共性物流的运营需求。

在消费型供应链运营平台，主要建造类型有标准化仓库（包括单层仓和双层坡道仓）、智能化、自动化立体仓库（24米层高）、供应链及市场、卖场集成设施和仓库与零担、专线物流设施集成体系。单层仓和双层坡道仓均以行业高标准净高9米以上、全钢结构来建造；自动化立体库主要应用在通用型的公共



资源中，如家电、酒水、服装等，通过自动化设备，解决存储、拣选、发货、补货等问题；供应链及市场、卖场集成设施，是结合不同业务场景服务于大型商超、卖场或行业市场；仓库与零担、专线物流设施集成体系不仅有仓库设施，还能满足专线、零担、快递等运营需求，实现仓储、运输和配送服务等有机结合。

八大核心能力 形成竞争优势

网营物联通过融投管退的重资产运营模式、提供可靠保障的自营物业网络、网络化的仓配物流运营、全品类全流程全渠道的物流服务、全程可视的系统介入和数据应用、定制化的供应链解决方案、灵活的供应链金融服务、智能化的物流装备集成等八大核心能力，形成行业竞争优势。

通过科学选址、立项，针对市场配置建筑结构和



通过搭建全链路系统架构，自主研发 WMS、OMS，整合开发 TMS，帮助客户实现系统和数据互联互通，优化供应链效率，提供全供应链物流仓配运营服务。

通过打通供应链研发、采购、生产、分销、零售等环节的数据和信息，搭建可视化供应链场景，为各环节精益生产和精准运营提供有效的决策依据，提升效率、降低成本。

依托多年供应链运营经验，基于大数据分析和数据建模，结

成本，定制化建筑形态；通过基金模式构筑大网络，实现全国主网络和区域、行业网络的三网联动，共同搭建供应链平台；将物业租赁、仓储作业、运输配送、供应链金融、解决方案、信息系统等作为客户可选择的服务产品，深入客户供应链，帮助客户解决短板；在新加坡 REITS 平台的基础上，扩大资产证券化的通道，借力资本作用，提高资产回报率。

通过布局全国的自营物业网络，以各区域项目为载体，服务当地制造厂商与商贸零售企业，有效集聚生产、物流及贸易零售等业务流量，并通过基于大数据的智能分析与决策支持系统，为客户搭建跨区域的智能供应链与生产服务体系。

通过旗下供应链运营品牌如意仓，以帮助客户解决全渠道同仓共配为核心，以商品为中心的物流数据应用和全国分仓网络，提供 BC 同仓管理、多区域分仓配送、跨境保税等物流解决方案和仓配运营服务。

合客户业务实际，提供可操作的供应链解决方案和经营策略。

通过与银行、保险和社会金融机构合作，提供个性化的金融服务，彻底解决中小企业融资难、融资贵等问题，降低银行等金融机构的风险管控难度。

通过智能设备研发、集成与应用，实现仓库的信息化、自动化与精细化运营，指导和规范仓库人员日常作业，实现数字化管理。

网营物联要做的就是在国内主要产业集聚区及城市商圈，投资建设智能供应链基础设施，提供智能及信息化的供应链运营服务，一方面有效服务产业集群，助推产业发展；另一方面优化产业和城市供应链结构。网营物联将构建出一个良好的供应链生态，为上千家大中型平台企业和上万家品牌商提供全渠道供应链服务支持！

打造浙江农产品网络 助力全省三农发展

文 | 蒋红

我国农产品市场资源丰富，不仅有上行市场的全品类农业产品（蔬菜、水果、肉类等），还有下行市场的农资产品（种子、化肥、农药等）、农村消费品（家用电器、日用品、劳动防护用品等）。然而，目前农产品市场普遍存在没有物流支持、消费和供应不匹配、流通渠道分散等问题；尤其在流通环节，没有完整的产业链管理、没有完整的物流供应链支持、没有完整的金融供应链服务……产业链没有管理，供应链没有体系问题明显。

冷库是农产品、水产品、畜牧类等食材品质的重要保障设施。2019年，浙江省冷库库容量全国排名第9，人均冷库保有量全国排名第15位，这与浙江的经济地位和消费地位极不匹配，成为全省农业经济发展和民生消费的短板。

鉴于此，网营物联规划布局行业一盘棋，打造1+10+N全省网络；全链路介入农产品运营，实施数据化管理，打造农产品大数据平台；以多温层冷链为核心，运营一套上行城市、下达田间的物流供应链体系；将小、散、多的农产品标准化，创建一套统一认证、统一品牌、统一市场的产品质量体系，实施浙江省农产品供应链整合，助力农民增收、促进农业发展，改善农村消费。



全省网络实现浙江农产品全覆盖

截至目前，网营物联基本完成浙江省农产品物流基础设施网络布局，拥有1个杭州总部基地（富阳东洲，含23万平恒温仓库），10个冷链物流中心（嘉兴桐乡、湖州南浔、绍兴滨海、绍兴嵊州、金华金义、舟山定海、台州玉环、丽水缙云、衢州江山等），多个农产品周转库。

浙江由于地缘区位独特、农产品资源尤为丰富，太湖蟹、千岛湖鱼、云和黑木耳、仙居鸡、玉环柚...蔬菜、水果、肉类、水产等农特产品遍布全省。

网营物联全省网络通过三级运输配送体系+无车承运人平台，超2000辆可控车辆，实现覆盖浙江全省所有县域城市；通过多点联动，组成覆盖浙江全境的1小时仓配网络。网营物联全省设施网络已实现浙江特色农产品和农村消费全覆盖。

双网联动 扩大销售渠道 丰富农民消费

浙江省的农产品供应链网络，与网营物联全国网络融合，形成“双网并行，相互联动”，助力浙江农产品走向全国，让全国优质农产品快捷便利地送达浙江人餐桌。同时，网营物联整合县域及乡镇的农村消费流通渠道，以农村消费品供应商体系、农村消费

品流通体系和农产品物流体系三个运营体系为支撑，为县域及乡镇居民提供安全、低价和丰富的农产品，服务三农。

网营物联将拥有全省农产品“三全”展示平台：在杭州总部实现对全省水果、蔬菜、肉类、水产、蛋奶、农副产品等全品类农业产品的展示，尤其是具有国家地理标志的特色、优质的农产品；依托覆盖全省的10个中心，实现将浙江的优质、特色农产品在省域内进行全面展示，带动各地农产品走出产区，扩大销售半径；依托移动互联网的高渗透，构建线上的展示展销平台，实现全省农产品的全时段展示，破解物理空间带来的不便，促进交易的实时进行。

此外，网营通过搭建农产品大数据智慧平台，提供金融、信息、风控等服务；通过灵活的农产品供应链金融产品体系，强化资金使用监管，加强事后风险管控；通过多温层、可溯源的农产品质量认证体系，实现对整个体系内的产品监管。

网营物联浙江农产品及农村消费品供应链网络，助力农村发展和消费升级，探索出一条适应农村供应链发展的新路，与全国物流设施网络融合，促进浙江省农产品走出省域，走向全国，推动浙江农产品供应链模式在全国复制。

主打S2B2b2C模式 提升产业竞争力

——网营物联（海宁）智慧经编创新示范园案例分享

文 | 朱英晶

海宁经编产业供应链现状分析

海宁智慧经编创新示范园，是网营物联打造产业型供应链运营服务平台的典型项目。该项目位于浙江省海宁市马桥经编产业园区。2019 年，被誉为“世界经编之都”的海宁，整个行业实现产值 287.15 亿元，其中马桥经编产业园整个经编产业经济总量占海宁经编行业的 60%，约占全国行业总量的 20%。

目前整个经编行业在供应链上，上游化纤原料供应商（S 端）集中度较高，头部企业有桐昆、荣盛、恒力、恒逸、盛虹和新凤鸣等，均为上市企业，占据海宁 70% 原料丝市场供给份额；下游经编制造企业（B 端）约 2000 多家，90% 为中小微企业，采购形式比较单一，都是小批量多频次采购，备货周期 3–5 天，平均 50 吨左右备货量，结算方式为对上游全款现结；下游客户（b 端）账期 2–3 个月，资金周转十分紧张。

在物流上，六家原料供应商都各自拥有自己的物流企业与运作模式，整个行业从 S 端到 B 端的运输多为零担运输，一装多卸模式，调度车型复杂。粗略统计，13m 车型占比约 60%，9.6m 车型占比约 30%，其他车型占比约 10%，物流整车率不高，运输成本较高，没有形成规模经济效益。原料丝（涤纶丝）主要几个大品种 POY、FDY、DTY 等，SKU 较少，均采用木托盘存储、装卸及配送，每托盘载重 720–

750kg 左右，托盘用量极大，每个木托盘价格 40 元左右，同时极易损坏，在供应链链路上看成本占比较高。

海宁产融供应链项目案例分享

通过对马桥经编产业供应链的调研，网营物联将集中优势资源，以打造产业供应链服务平台为核心，整合产、供、销体系的供应链资源与角色，提供四流合一的全渠道集成化一体化服务，助力经编产业转型发展。

本项目用地面积约合 104.1 亩，距离海宁最近经编企业 2 公里左右。总建筑面积近 14.1 万平方米，总投资 5 亿元，共提供 1 幢自动化立体仓库、2 幢车间及 1 幢综合办公大楼，主要由产能中心、集成化仓储中心、设计创意、展示展销、数据中心及辅助配套构成。

网营物联在打造海宁经编生态模式中，始终以一个平台服务者角色参与进来，实际搭建了一个实体场景，通过库存前置方式，将上游供应商的原料丝在编企业的需求地做集中备货，货权转移在消费地实现，以此来提高下游企业采购频次，提高配送服务效率，这种模式也为制造端的供应链的升级与创新提供了新思路。



海宁现有经编企业多是中小微企业，在采购的时候，大部分为刚需采购，业务操作上通常是提前 1 天打款，第 2 天早晨到货，通过库存前置，可以把原来 3–5 天备货缩短到 1 小时内，交易方式由“T+1 天”到“T+1 小时”改变，如此经编企业就可以用少量资金满足生产要求，解决资金问题。同时，网营物联可以让更多贸易商、资金方参与进来，帮助他们做代采；做代采过程中，用动态存量库存，让银行机构参与，提供相应的供应链金融服务。

在货流巨大的规模流量运营基础上，网营物联通过整合经编行业从 S 端到 B 端的干线运输，提高行业整车效率占比，即从原料到网营集成化仓储中心采用标准 17.5 米干线运输车辆，进行定期补货，末端配送通过发挥无人化立体仓库功能进行自动化装卸，减少产品损伤，提高下游提货效率。

同时在整个供应链上，针对木托盘用量大，成本占比高，易损坏等问题，网营物联以本项目集成化仓储中心作为覆盖海宁的标准托盘池，由木托盘改制塑料托盘，建立塑料托盘循环共用管理系统，通过和上

下游企业进行带板运输，可有效降低传统装卸作业的高昂人力成本，提高货物流转效率，同时人工搬运的减少能降低货物损坏的风险，提高货物装载效率，减少货物破损风险。对于几家寡头企业，更是提高了资产利用率，大大降低采购成本。

最后，在提供供应链整体业务运营服务过程中，背后沉淀的一定是海量的数据支持。未来基于大数据和智能算法，可以精准预测海宁整体市场需求。之前涤纶丝原料商通过传统销售人员摸底，未来可以通过大数据分析及时地调整产品品类和数量。

基于上述的 S2B2b2C 模式，海宁经编产业供应链从各自为政到一体化，从上游强势、下游弱势的供应链结构到协同发展的结构优化，提高了供应链的响应速度，缩短了响应整体时间。未来项目整个园区将入驻约 20 家左右经编厂商、整合银行、资方、贸易商等多种合作伙伴，拉动产业链产销平衡，提升当地产业竞争力，让资金流与物流真正在流通中体现价值。

如意仓：智能化供应链集成服务商

文 | 董璐



2013年，阿里巴巴、银泰联合复星、富春控股、顺丰等组建“菜鸟网络”。基于此，富春控股集团独立创建“如意仓”品牌，成立网赢如意仓供应链有限公司。发展至今，如意仓已成为富春控股供应链产业旗下“网营物联”物流供应链服务运营主体，为网营物联提供整体物流供应链的解决方案以及智能集成化解决方案，通过软硬件集成对于多场景的应用、自动化运用和方案型集成化处理，解决客户的多种不同物流供应链需求，成为目前国内知名的第三方智能化供应链集成服务商。

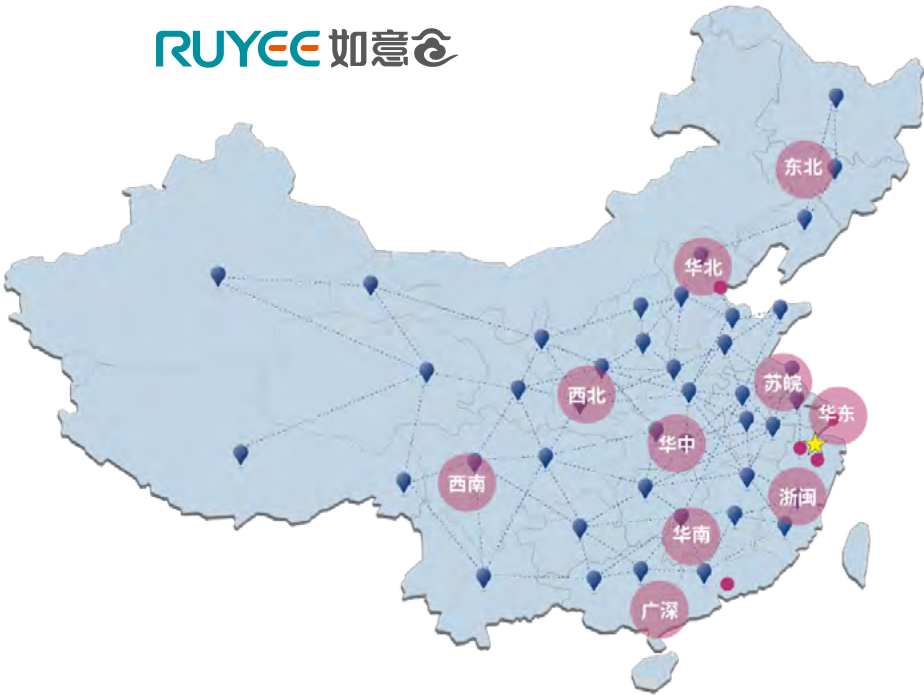
依托富春控股 20 多年物流运营经验，如意仓以全渠道物流运营为核心，为客户提供仓配一体、BC 同仓管理、多区域分仓配送、跨境保税、供应链金融等物流解决方案和仓配网络运营服务。同时以软硬件服务集成能力，通过自主研发的软件系统，对仓内智能化硬件设备进行高效、集约化管理，满足客户大体量、多层次的个性化服务需求，降本增效，为客户创造价值。如意仓意在转变被动的合约物流为主动物流，站在物流、供应链的角度反向指导客户的生产经营，更好的服务品牌厂商；同时，基于富春的资产规模优势，整合分散网点资源，构建全国协同的仓储网络。打造独有物流生态，能够提供数据驱动下的物流解决方案，拥有线上 + 线下全渠道配送体系和全覆盖的仓

网体系，并且在仓配两端实现智能化、标准化的高效运营，做“有思想”的物流。

如意仓率先在行业提出以商品为中心的全渠道物流服务理念，打破了线上线下相互分离的物流结构，率先实现 B2B/B2C/B2B2C/C2B 同仓管理、共享库存，提供一站式全渠道仓配服务。如意仓通过自主研发的系统和数据集成，根据客户区域订单数据和物流组织形态，为客户动向设计 CDC+RDC 的全国市场分仓方案，根据季节配置合适库存量，极大的优化了客户的库存结构和物流动向，不仅降低了物流成本，更重要的有效提高了物流时效和客户体验。以快速机动灵活的服务特点，个性化服务能力强的优势，在物流硬件基础、软件基础和运营团队服务能力基础扎实的情

况下，给客户相对更个性化和定制化服务，满足不同客户的不同服务类型的需求。

如意仓互联网技术将传统的产供销环节联成一个整体，通过应用数据驱动、全程可视、网络分仓、智能化以及标准化等多个模块的技术，实现对传统物流的升级改造。如意仓拥有自主研发的 OMS、WMS、TMS 等六套仓储物流管理系统，以及获批国家专利证书的扫描装置和智能理货系统，将供应链过程中的厂家、销售渠道商、平台商、物流服务商、消费者等节点有机的连接在一起，实现全链路系统介入，形成完整、高效的供应链闭环。





同时，如意仓的智能装备以单元标准化为核心，在机器人拣选、智能中转箱、语音图像识别、无人设备、多SKU密集存储、智能识别理货等领域进行了精益应用，结合数据分析，在提升效率、降低成本、节能环保等方面取得了显著成效。

目前，如意仓有百万级运营面积，在华北、华中、华南、华东、西南等区域设有自主独立运营的仓储机构，服务于国内知名品牌方、大型电商平台及知名商超品牌，为客户提物流供应链中仓储、运输，软硬件集成化能力，供应链整体解决方案，满足不同时期不同客户的订单需求，为客户赋能。如意仓专业的仓配运营实力能够为客户提供一站式精细化服务，通过在运营端的合作，从而帮助客户实现物流升级；另外，借助富春国际在新加坡上市的资产包，通过物流资产证券化的模式，帮助客户解决存量资产变现难题。

如意仓现服务的客户体系有电商平台类客户、知名品牌商、大型商超和其他中小综合型客户。目前服务的平台类客户有菜鸟、苏宁、天猫国际等，解决客户单量阶段性爆发、品类丰富、SKU量大且处理时效要求高的平台仓配需求；品牌类客户有乐高、戴森、耐克童鞋童装、KAPPA、顾家家居、李维斯等知名企业，为客户提供线上线下全渠道、BC同仓、多平台

模式发货等服务；同时作为商超品牌家乐福的一级合作供应商，如意仓给大型商超品牌如家乐福、苏宁等提供仓配一体、软硬件智能集成方案的服务。

如意仓在全国有三大跨境保税仓，其中下沙保税仓是中国（杭州）跨境电商综试区首批试点企业，位于杭州市下沙经济技术开发区跨境电商产业园内，仓储面积约10000方，拥有跨境电商进境宠物食品指定检疫监管场所资质，是天猫国际指定的仓储合作伙伴之一，2019年双十一期间单仓发货量超40万单。目前，入仓产品主要涵盖美妆、奶粉和宠物食品多个品类，其中美妆和奶粉类品牌有法国理肤泉、韩国雪花秀、后、澳洲爱他美、牛栏等；宠物食品品牌有GO、NOW FRESH、百利本能、NATURAL BALANCE天衡宝、ORIGEN渴望等。

近年来，如意仓加速全国仓网布局，截至目前，已经在杭州、北京、天津、武汉、郑州、无锡、嘉兴、东莞等地建立多个分仓，仓网体系初具规模。未来，如意仓将围绕华东、华中、华南、华北、西北、西南、东北七大区域，搭建覆盖全国的全渠道立体化仓配网络，致力于提供以软硬件集成智能供应链解决方案的仓配一体物流供应链服务商。



私享天空別墅套餐

RMB **20,888** (周日-周四) RMB **24,888** (周五-周六)

入住自2020 /5/22起至2020/12/31止

独踞山巅幽处，绿茵球场静卧眼底，传统江南山村风情精髓，揉合当代极简建筑风尚，一入室自然神闲气定。得天独厚私人别墅，私人订制行程，倾全富春之力许愿您一个终生难忘的度假体验。

入住献礼：

· 富春四合院优雅山林别墅酣眠一晚

· 一次8人晨曦慵享早餐套餐和一次8人主厨定制晚餐

· 一次8人60分钟高尔夫练习场体验，含4支租支租杆及12盒练习球（如有需要可以配备一位技术指导，额外支付800元可升级为教练指导，教练需要提前预约）

· 一次双人60分钟SPA浪漫体验

· 室内温水游泳池24小时私密独享沉静内敛和私人管家提供最无微不至的贴心服务

预订专线：+86 571 6341 9500

reservation@fuchunresort.com www.fuchunresort.com

套餐恕不适用中国法定节假日入住/富春山居拥有活动最终解释权 2020/06

僕泊富春山居

杭加 AAC 制品的 "技术大拿"和集大成者

文 | 程相东

当前，在 AAC 板材行业，一提起“杭加”二字，很多人都会不由自主地竖起大拇指。“杭加”已成为蒸压加气混凝土制品的“技术大拿”和集大成者。

杭加新材始创于 1976 年，为富春控股集团下属子公司。公司长期投入加气混凝土产品与应用研发，系统解决了 AAC 板材在住宅内隔墙应用中容易开裂的行业难题，率先打开了民用住宅 AAC 板材市场，填补了国内 AAC 板材市场空白。



ACB 砌块



刚出釜的 AAC 板材



实验研发中心

不断提升技术研发水平， 为推进产品及服务升级赋予新动能

多年以来，杭加新材积极构建产品及服务升级新支点，结合绿色建筑行业发展新态势和加气混凝土市场的新需求，积极筑巢引凤，引进一大批行业一流技术研发人才。同时，牢固树立高质量发展理念，不断创新公司技术研发管理，并积极推进与高校的产学研合作，切实提升公司的研发技术能力。公司在产品材料、工艺配方、安装技术等取得质的提升，真正体现“绿色建筑行家”之风范。

公司按照行业最高标准，建立了国内加气行业最先进、实验设备及检测能力最齐全的实验室。公司的实验与研发中心占地 3000 多平方米，是国内加气行业最先进，实验设备、检测能力最齐全的实验室，得到了国家相关专业单位、检测机构的高度评价和大力支持。这对进一步提升产品原材料检测的精细化、标准化、系统化、规范化等具有十分重要的意义。

公司还建立了完备的技术体系，在产品配方、应用技术领域及专业装备上取得了 30 多项发明及实用新型专利。其中，产品配方、板材专用粘结剂、PC+AAC 整体外墙板专利技术等技术成果在行业内名列前茅。

其次，公司还参编了《蒸压加气混凝土板》GB15762 等 7 项国家标准，以及《高层钢结构住宅设计规范》等浙江省级标准，并且是浙江省《蒸压加气混凝土板应用技术规程》唯一主编厂家。



深度发力建筑集成化服务，
为提高产品及服务粘性奠定坚实基础

杭加分别从产品和服务两个维度，深度提升特色产品的规模化生产能力，以及 AAC 制品安装应用技术的创新能力和服务能力，同时形成标准化的技术服务体系，高姿态地彰显杭加建筑集成化服务的水平、能力和粘性。

公司主导产品包括高品质的 AAC 板材、ACB 砌块以及建筑产业房屋集成化、一体化服务及整体解决方案服务等。其中，AAC 板材、ACB 砌块主要适用于两大方面，一是按干法薄层砌筑工艺作非承重墙体材料的民用与工业建筑；二是保温节能建筑，包括住宅、办公楼、医院、宾馆、学校等各类民用、公共、工业建筑，几乎可以用在建筑物围护结构的所有部位。

相比行业同类产品，杭加新材的 AAC 制品在外观、质量、使用效能等方面都具有非常突出的优势。公司先后荣获国家高新技术企业、“中国墙体建筑材料质量信誉模范企业”“中国墙体建筑材料质量管理先进单位”等一系列荣誉资质，俨然已成产业链上的翘楚和行业中的超级“行家”。

凭借一流的生产工艺、一流的信息管理和一流的产品和服务品质，近年来，公司在物流地产、民用住宅等诸多领域备受青睐，并收获无数好评和赞许。公

司与国内近百家知名行业“大腕儿”开展了商务洽谈和战略合作，客户资源优势日益凸显，产品订单量大幅提升，并成为万科、碧桂园、绿城等众多知名房企以及菜鸟、普洛斯等知名物流地产的指定品牌。杭加仅供应万科的 AAC 板材每年就接近 100 万平方米。

值得一提的是，在 2017 年 6 月，中国核电向杭加抛出了“橄榄枝”。杭加作为唯一的指定品牌，成为中核援建巴基斯坦卡拉奇 K2K3 核电项目墙体材料的供应商。

杭加新材在深度扎根国内建材市场的同时，也在以更高的站位谋篇布局，努力让先进的绿色环保技术工艺及建材产品走出国门，踏入国际建材市场。截至目前，杭加新材产品远销澳大利亚、南非、印度、新加坡、菲律宾、巴拿马、斯里兰卡、马尔代夫、新西兰等众多国家，广泛应用于各类住宅、商业、工业等建筑，并获得国外用户的普遍好评。公司产品的年出口量占年产量的 20% 以上，在加气混凝土行业中名列前茅。

“杭加”品牌之所以能够宝刀不老，追本溯源，除了产品的技术、品质得到客户的广泛认可之外，更重要的因素还在于传递了一种可以引领行业进步的价值。而杭加新材在实现巨变、腾飞的同时，也在不断地向外界传递着品牌正能量，并在引领着行业的发展。

杭加深度对标“行家”
品牌扩张，我们下的是一盘大棋

文 | 程相东

当前，杭加新材紧紧抓住绿色建筑行业发展的新风口，在审时度势、因势利导的基础上，顺势而为、乘势而上、蓄势而发，以期驭势而胜。公司以前瞻性的眼光，坚定不移地推进规模化扩张，规划五年内在国内投资建设 50 条 AAC 板材生产线，努力使杭加市场和营销网络覆盖全国大部分区域并迈向国际化。





中国是世界上最大的建筑材料生产国和消费国，而装配式建筑作为建筑领域里的热门话题，其发展更是突飞猛进。加之国家环保政策的逐渐收紧，处于建筑行业产业链上游的加气混凝土产业的市场空间和发展前景非常可期。数据显示，目前，我国蒸压加气混凝土生产能力约 2.5 亿立方米，年产量约 1.6 亿立方米，整个行业应用技术日臻完善，应用领域逐步拓宽。

这为企业的创新升级和高质高效发展蓄积无限动能，对杭加实现品质新突破、渠道新动力、销售新目标、品牌新高度具有重要意义。杭加新材总裁李克宽表示，建材行业是一个对物流距离极为敏感的行业，而杭加的客户企业往往是全国布局、多点经营的地产开发商和总承包商，所以缩短销售半径贴近用户需求

对公司尤为必要，生产基地在全网的落子布局是公司聚势谋远进而实施品牌扩张的基础保障和必备条件。目前，杭加紧跟市场需求，深度对标“行家”，以志存高远、精益求精的执着不断推进品牌和产能的扩张。现在，杭加产能提升规划有序，杭州以外投资拓展紧密跟进，同步推进自建项目和股权并购项目。其中，自建项目已整体确定十多条生产线的建设用地。

杭加新材杭州总部生产基地位于杭州市富阳区渔山工业园区，可年产 60 万立方米加气混凝土砌块、20 万立方米加气混凝土板材。湖北基地投产之后，广东基地等项目也将紧随其后进入投产阶段，广西项目、安徽项目、四川项目等多个项目也在紧锣密鼓推进中。2020 年，杭州总部基地及新投产项目的 AAC



制品年累计产能将突破 200 万 m³，2021 年底预计可形成 20 条生产线的能力。

如今，杭加（湖北）建筑节能新材料有限公司项目建设正在如火如荼地开展，即将竣工并进入投产试运行阶段。该项目位于孝感市汉川市经济开发区，系富春控股集团旗下杭加新材第一个在异地落子布局的新型墙体材料项目，也是湖北省孝感市重点招商引资的项目。

项目投产后，预计年产 80 万立方米 AAC 板材 / 砌块暨装配式建筑部品部件，并可带动当地近 200 人的就业。其生产线装备自动化水平、信息化管理水平、产品品质水平均将达到行业一流，并将成为杭加新材的精品工程、样板基地以及行业里的示范项目、标杆企业。

6 月 5 日，由杭加新材与汉驭钢构共同投资建设

的四川杭加汉驭项目盛大开工，该项目将以装配式产业发展示范项目带动行业配套和集群式发展，努力将其打造成西南地区规模最大、水平最高的新型建筑材料生产基地。

在股权并购合作方面，杭加大力拓展与一线省会城市周边的 AAC 板材优势企业广泛接触，不断增强杭加的品牌张力和竞争优势。4 月 30 日，公司已与四川坤正公司签订股权合作协议，成功收购其 70% 的股权。其他地区的一些企业也向杭加抛出了“橄榄枝”，目前正在密切洽谈中。在快马加鞭地推进 AAC 生产线的建设的同时，杭加也在积极寻找合作伙伴，努力尝试推进品牌技术输出的轻资产合作方案，助力杭加的旗帜插遍全国各地，让杭加的品牌辐射力覆盖至五湖四海，并走向国际。

不积跬步无以至千里，不积小流无以成江海。



在品牌拓展方面，杭加下的都是真功夫，做的都是大手笔。公司正在借助这些年来品牌技术管理优势和行业先发优势，着力搭建高效率、高品质的工程建设管理体系，并建立标准化项目合作机制及高效的项目管理团队。

从调研、洽谈到合作运营，公司都会严格把控，以确保各个新建项目的工程建设和投产准备工作能够做到时间可控、成本可控。

“品牌力是企业真正的免疫力。当前的市场竞争，已从产品竞争、技术竞争发展至品牌竞争。品牌的影响力将成为企业问鼎行业、逐鹿市场的关键因素和坚甲利器。”李克宽总裁说道。

一个众口交赞、行稳致远的品牌绝非一蹴而就，需要在深度沉淀中下真功夫推进品牌的创新、成长，不断提升品牌的张力和粘度。在品牌建设方面，杭加还有很长的路要走，我们坚信在不懈努力下，杭加的发展必将迎来新的曙光。



搜狐焦点： 杭加联姻坤正， 这两大 AAC 制品厂家将碰撞出怎样的火花？

日前，浙江杭加泽通建筑节能新材料有限公司与四川坤正新型材料有限公司签署股权合作协议，收购坤正公司 70% 的股份。这标志着两大 AAC 制品厂家正式宣布“联姻”。

杭加新材是首家采用国内设备生产 AAC 板材并率先在民用建筑中推广应用 AAC 板材的企业，主导产品包括高品质的 AAC 板材、ACB 砌块以及建筑产业房屋集成化、一体化服务及整体解决方案等。作为加气混凝土行业里“超级行家”、AAC 产品的集大成者以及百家名企指定品牌，杭加品牌蜚声海内外，已成为全球极具影响力和竞争力的“绿色建筑行家”。

而四川坤正新型材料有限公司是西南地区规模最大的加气混凝土产品生产企业。公司地处四川省眉山市，紧邻天府新区，专业生产、销售 AAC 板材、ACB 砌块及配套砌筑砂浆、专用界面剂。公司与中建、中铁、万科、华润、万达等名企建立了合作关系，产品广泛应用于诸多具有重大影响力的建筑项目。

股权变更工作完成后，四川坤正新型材料有限公司将更名为“四川杭加坤正新型材料有限公司”。那么，“杭加”联姻“坤正”，这两大 AAC 制品厂家的融合，将碰撞出怎样的火花？

资深专家分析，这两大厂家的深度融合，对企



业深度聚焦加气混凝土主业，融合产业优势，完善产业布局，扩大企业的产能、规模和体量，增强企业的市场竞争力等具有十分重要的意义，可较好实现“1+1>2”的规模效益，为公司创新升级、高质高效发展蓄积动能。

近年来，杭加新材以推进“五年战略规划”为契机，厚植深耕，积极做好“聚势”之功，念好“谋远”之经，大力拓展与一线省会城市周边 AAC 板材优势企业的广泛合作，快速延伸在全国生产和销售的触角。当前，杭加新材橡笔绘图，计划五年内在国内密集布局 50 条先进的 AAC 板材生产线。此次与坤正的股权合作，正是杭加推进“五年战略规划”的一项有效举措。



富春控股集团董事长张国标：

打破疫情桎梏 重塑供应链市场活力

中资企业(新加坡)协会“共同抗疫”栏目访谈

新冠疫情给新加坡市场多领域多行业带来了深远影响，这其中亦包括国际贸易供应链领域的众多活跃企业，在后疫情时期，供应链企业将如何作为，走出疫情阴霾？本期“共同抗疫”栏目特别邀请到了富春控股集团董事长张国标先生。张国标在接受专访时详细介绍了富春控股集团在防疫抗疫、投身履职社会责任所做出的一系列行动，并相信广大供应链企业必将走出疫情阴影，全面重塑供应链市场领域的经济活力。



新冠疫情目前对企业经营造成了哪些影响？

张国标：2020 年疫情冲击始料未及，对富春控股集团这样一个既有生产型又有服务型企业、员工近 5000 人的产业集团而言，从没有一场考验像这次一样，冲击如此之深，影响如此之大。

从实际经营情况来看，商贸服务板块的人流和人气依然难以恢复，经营水平只有上年同期的 40% 左右。初步判断，要恢复到正常经营水平，还需要 3-6 个月的时间。集团供应链板块全国运营及在建智能供应链项目 21 个，自 2 月 20 日开始陆续复工，但因疫情防控，员工返岗等因素，开工建设进度依然缓慢。

在疫情结束后，企业在恢复生产经营方面有哪些计划和措施？

张国标：自疫情爆发以来，富春控股及旗下企业运用精细化管理手段科学防疫，同时发挥产业资源优势，以旗下公望健康为平台，成立专业防疫指导小组，在做好全体员工内部防控工作的前提下，推进复工复产，努力恢复正常生产与经营，助力社会经济与秩序的恢复。

这场疫情对企业而言，危与机一定是并存的。接下去，企业在恢复生产经营的过程中，一定要做好三件事：一是全方位接轨数字经济，保持企业生命力；二是精细化管理，推进企业结构性降本增效；三是抓住机遇，做深做强朝阳产业。

您认为企业在疫情应对中应该扮演什么样的角色？在履行社会责任方面富春控股集团做了哪些工作？

张国标：对于富春控股集团而言，作为一家在国内外

都有资产和战略布局的企业，面对国内外疫情的蔓延，我们一定有责任和义务，在做好企业自身疫情防控的同时，去给予国家、社会、群众以回馈和帮助。

疫情最初爆发后，1 月 23 日，我赶到新加坡，第二天就组建了海外采购小组，最终联合多方资源，从世界各地共计采购到 64000 余件以防护服为主体的紧缺防护物资，支援中国抗疫一线。其中，第一、二批物资于 2 月 1 日分别捐赠给浙江省红十字会和杭州市红十字会，是浙江省当时收到的最大一批紧缺防护物资，在抗疫关键期发挥了重要作用。富春旗下国内企业在自身遭受重大冲击的情况下，尽力承担社会责任。富阳东方茂商场对因疫情防控而闭店期间的商户租金、管理费给予 50% 的减免，与商户一起共克时艰；富阳东方茂开元名都大酒店为来自富阳第一人民医院的“白衣战士”在休养期间提供最全面、最贴心的服务保障；富港供应链针对疫情期间滞留崇贤港口的 160 多条船、400 多位船员，在做好防疫工作的同时，负责为其提供生活物资保障等。

4 月，我们在新加坡的上市公司 EC World REIT 负责人向新加坡政府捐赠 1 万套医用防护服和 50 万只医用外科口罩，为当地医护人员提供防护保障，助力全球抗疫。

在您看来，疫情后供应链及智能制造领域的市场发展态势如何？

张国标：随着中国经济从规模型向质量型的转变，面对新技术、新平台、新制造和新金融的全面升级，供应链的整合、优化和生态能力将发挥重要作用。如同全球发达国家一样，供应链将逐步上升为中国的国家

战略，成为推动企业发展、城市变革和产业升级的软实力！

中国的供应链业务经过几十年的发展，已经从单纯的工贸服务、物流服务阶段向纵深方向发展，借助互联网、大数据和 AI 等技术，在产业整合、供应链链路再造、金融赋能等领域发挥更大的作用，供应链和产业链能力的提升将弥补中国人力成本上升的劣势，成为推动“中国制造”向“中国智造”转变的核心竞争力，这是富春控股集团最近几年深耕的方向，我们将借助物流供应链和金融供应链领域积累的经验和运营能力，围绕产业供应链、冷链供应链和消费供应链实施网络布局，引领行业的发展并有所收益。

对于中资企业如何更好融入新加坡当地，您有什么样的建议？

张国标：中新两国传统友好、人缘相亲、文化相通，同时两国又互为重要的经济贸易合作伙伴。新加坡以完善规范的法律制度和高效廉洁的政府治理享誉全球，同时也是以全球资产管理为主、独具特色的国际金融中心之一。我认为首先要秉持互相尊重、理解的态度，在保证企业自身业务水准和品质的前提下“入乡随俗”。

所谓“入乡随俗”的第一点，就是要严格遵守当地的法律法规，甚至要以比国内更严格的标准来规范企业的行为，绝不为眼前利益而放弃长远利益。通过2016 年我们“运通网城房地产投资信托”在新加坡



2018 年 8 月 21 日，张国标董事长陪同浙江省委副书记、省长袁家军赴新加坡参加浙江 – 新加坡经济贸易理事会专题会议



2016 年 7 月 28 日，富春控股集团旗下“运通网城房地产投资信托”在新加坡交易所主板成功上市

上市的经历，我认为，新加坡监管层和专业机构严谨规范的审核审查制度，客观上提升了中国企业登陆新加坡资本市场的准入门槛，所以要用更高层次的约束力来提升企业良好形象。

第二点是建立多方合作关系、最大限度地整合资源。要与当地有关部门、业界朋友、合作伙伴、客户等各方资源建立良好的沟通机制，发挥所长、互利共赢。

第三点是战略实施的“本土化”，每个企业都有自己的战略目标，当我们置身于一个全新的发展平台，就要审视原有的战略是否适合当下的环境，一定程度上要做针对性调整，提升落地性。

您认为后疫情时期中新两国如何开展国际供应链领域的合作？

张国标：本次疫情不仅对国内贸易供应链产生深远影响，也将对国际贸易供应链结构产生巨大改变，新加坡作为中国链接世界的桥梁，在全球供应链中的作用将越来越大，我们将紧跟这一趋势，借力新加坡先进的供应链服务能力和地域优势，为中国产品走向东南亚市场和中国进口业务的全球发展提供一流的供应链服务。我们建议新加坡能提供更加便利更优惠的贸易政策，继续发挥全球贸易区域中心、金融中心和物流中心的作用，在全球供应链结构调整中发挥更大作用，同时中新两国企业发挥各自优势，携手共进，取长补短，在这轮全球贸易结构调整中赢得更多的机会。

在当前形势下，您希望中国政府、新加坡政府为在新投资企业提供哪些支持和便利？

张国标：富春控股与新加坡素有渊源。自 2013 年开始，富春控股着手布局东南亚市场，基于新加坡发达的 REIT 市场优势及毗邻东南亚的地理优势，作为集团在海外的投资平台，“富春国际”在新加坡设立了总部，寻求在亚洲及全球的投资机会，负责管理集团海外投、控资产，这一平台将为集团的国际化发展起到主导作用；2016 年，集团旗下“运通网城房地产信托（EC World REIT）”（股票代码：BWCU）在新加坡交易所主板成功上市，开创了中国物流地产 REIT 海外上市之先河。应该说，富春控股已在新加坡拥有多年战略与资产布局，有着许多友好合作的伙伴，它是我们非常重要的发展平台，继续拓展在新加坡的投资，是必然趋势。

疫情对整个世界经济造成的冲击和影响具有高度的破坏性，中国和新加坡也不例外。当前及今后很长一个时期，两国都面临恢复经济秩序，重塑经济活力的严峻挑战。企业作为国家发展的经济细胞，能否克服疫情造成的严重冲击，突破目前的发展困境，很大程度上反映一国经济内在的调节能力和自我修复能力。为此，我们希望两国政府营造更加公平、便利以及更有竞争力和吸引力的企业投资环境，针对企业在疫情中遇到的暂时困难，在资金、税费、金融等方面给予针对性的支持和引导，鼓励并协助企业克服困难，尽快恢复经营生产秩序。

“报复性”消费真的来了？ 富春山居度假村创下历史同月最好业绩

文 | 谢洁梅

俗话说，春江水暖鸭先知。疫情对经济领域最根本的影响在于大规模人口流动的戛然而止，植根于人口流动的酒店旅游业第一时间受到了重创，如今疫情稳定，大家都期待着“报复性消费”，对于酒店业来说，更是如此。

这个春节，也本应是富春山居度假村的旺季，节前一个多月，酒店各个餐厅和大部分客房、别墅都已订满。但随着疫情的爆发与蔓延，大量订单被取消。春节过后，疫情进一步恶化，富春山居的营业利润跌到负数，更是经历了自 2004 年开业以来的第一次闭店。整个 1-4 月，受疫情全面冲击，酒店同比增长率为 -34%。酒店不盈利，但 500 多名员工的工资要照发，可想而知给经营者带来了多大的压力。酒店总经理司维说：“面对着空荡的酒店大堂，每天看着不断上涨的感染病例的数据，看不到转折的曙光，那时心理压力巨大。”

然而，2020 年 5 月，富春山居度假村一跃实现逆转，创下了疫情后的首次营收新高，同比 2019 年 5 月增长 9%，这是过去几年同时期中最好的成绩。如此逆势增长的背后，是“报复性消费”带来的转机吗？

事实上，富春山居实现逆转的本质仍在于其产品和服务。利用这段堪称黑暗的疫情时期，酒店迅速改变传统路径，扎实提升内功，并运用多元化、现代化手段，将产品与服务亮点推到消费者面前，以最大程度地满足大众放松受疫情禁锢的身心的需求。

提升产品服务 转变营销方式

经历了疫情初期的慌乱之后，富春山居管理团队很快冷静了下来。除了争取外部支援，酒店将最多的精力放在了提升产品服务、转变营销方式上。

疫情期间，为在减少接触的前提下提供高品质餐饮服务，酒店餐饮团队集中精力开发出一系列外卖组合，将一直以来的“爆品”富春下午茶、寿喜锅等单品通过外卖的方式送达客户家中。

“即使仅与前几年相比，现在的商业模式就已经发生了翻天覆地的变化，原本被视为尝试性的营销方式，在经过市场的磨练和沉淀之后，形成了较主流的商业模式。”总经理司维介绍到。而直播带货就是其中一种当下非常热门的新型服务方式。

经过今年五一假期，富春山居度假村又多了一个“网红酒店”的称呼，在与携程创始人梁建章的直播带货合作中，酒店售出 2500 多套产品，超过 5000 个间夜。即使富春山居在业界早已闻名遐迩，酒店自身也通过抖音等自媒体平台提升粉丝粘性，但以这种直播带货形式出现在消费者面前，还是头一次。紧跟潮流、拥抱变化，为酒店带来了五一假期 4 天满房的好业绩。



倡导全员销售 发挥员工价值

结合酒店四季特色分明的优势，以及 400 亩龙井茶园的环境条件，富春山居分别推出季节性预售产品、全年热卖套餐和采茶套餐，除原有线上线下渠道合作，也提出了“全员销售”政策，最大限度发挥员工的价值。截至目前，相关产品已售出 4000 套 +，预计带来 1200 万以上营收。

而随着旅游市场的回暖，企业会议的需求也开始复苏，团队业务的争取也成为富春山居业绩迅速回升的一大助力。所有售出套餐的持续转化，以及 6 月更多的企业会议及婚宴的需求，让整个度假村 6 月的预订情况看上去非常乐观，周末平均出租率也已达 70%。

满足多样需求 增加健康元素

“人们经过较长期的被动禁足之后，对于安全出行会有一个旺盛的需求，甚至可以说是刚需，这个刚



需对我们来说就是绝佳的发挥优势的机会，为社会提供高品质的旅游资源，以满足消费者的多样化需求。”总经理司维介绍到。

据悉，富春山居度假村后续也将提供一系列以防疫为核心的产品和服务，例如在 SPA 中引入中医传统艾疗概念，在餐饮中着重加入健康饮食元素，以确保每一位来到富春山居的客人，都能够乘兴而来、安全入住、满意离开。

面对即将来临的暑假，富春山居也为孩子们准备了丰富的体验活动，比如室外的菜园采摘、茶叶采摘、山居植物导览与标本压花，也有室内的烘焙、竹艺编织、剪纸、脸谱彩绘等，一年一度的高尔夫夏令营也即将推出。

经此疫情，每个人对健康都有了一个全新的认识 and 追求。欢迎天下宾朋来到富春山居，体验身、心、灵融合的健康之美。

湖北日报： 主动作为彰显湖北疫后重振信心 外地企业家携真金白银来鄂投资

文 | 湖北日报 全媒记者 黄璐 李婷

在市场大潮中摸爬滚打的企业家，对机遇有着非同寻常的敏锐嗅觉。
自湖北全面重启后，国内外企业家纷纷拿出真金白银加大在鄂投资。
为什么要选择湖北？湖北又将给企业带来哪些机遇？
近日，湖北日报全媒记者采访了多位来鄂投资的外地企业家。



钱江晚报： 老字号“新制造”， 392 岁的张小泉怎样获得 90 后的芳心

文 | 钱江晚报 · 小时新闻记者 鲁佳

“快似风走润如油，钢铁分明品种稠，裁剪江山成锦绣，杭州何止如并州”。这是我国杰出的剧作家田汉在走访张小泉剪刀厂时写下的一首赞美诗。

从一把小小的剪刀开始，如今，张小泉已经发展为集刀、剪、个人护理、厨房用品、儿童用品以及园林工具等六大产品类别、一千多种优质产品的行业领军企业。尽管今年的疫情影响了出口生意，但却催生了“宅经济”，更多的年轻人开始下厨房，对张小泉来说也算是不小的商机。

在传统制造业的史册，含“嵌钢”工艺在内的张小泉剪刀锻制技艺 72 道工艺被列为第一批国家级非物质文化遗产。在张小泉剪刀厂试制车间，钱江晚报 · 小时新闻记者见到了张小泉“镶钢锻打”的市级非遗传承人陈伟明，今年 58 岁的他在张小泉做剪刀已经有 30 多年，师傅是国家级非遗传承人施金水。

已经过了退休年纪的陈师傅返聘后仍然每天从萧山赶到富阳，在厂里做剪刀，带了 4 个徒弟，“我觉得有责任把这门手艺传承下去。”陈师傅说，无论是能剪鸡鸭肉的 1 号剪，还是绣花用的 5 号剪，他都能打出来，“一把剪刀保养得好用几十年都没问题。”

车间的另一头，一台开锋机器人正在运行。在全自动操作下，一把把刀具按确定的磨削角度倒角、开锋、去毛刺，刃口最终达到“竖看一黑线”的工艺要求。刃口开锋，是刀剪制作的关键工艺，以往全凭手



工操作和个人经验。张小泉花了两年时间研发了开锋机器人，不仅单日效率是人工的 3 倍以上，而且锋利度等技术指标得到进一步稳定保障。

传承了近 400 年的张小泉刀剪，秉承着“良钢精作”这一祖训，在新时期的“新制造”时代，焕发出全新的活力。

从 2011 年搬迁改造以来，张小泉的生产规模、技术装备上了新台阶。有剪刀自动落料生产线、注塑机械手，还有国内五金刀剪业少有的数控加工中心、理化实验室。近年来，张小泉还在生产自动化、管理信息化方面大投入、大升级，并突破了业内多个机器人生产自动化工艺方面的空白，目前共有 3 台机器人正在试验试用过程中。

广东阳江的刀剪智能制造中心也在建设之中，这个工厂基本上是以信息化、自动化为主。产能规模将再扩大两倍，预计年底可进行试投产。

后疫情时期，数字经济的短板与挑战在哪里？

文章转自“首席数字官”（ID：ChiefDigitalOfficer）作者|单志广

疫情对全社会是一个大的考验。从数字经济的维度来讲，线下经济的脆弱性暴露无遗，产业受到严重冲击，过去我们非常熟悉的线下经济的场景，在这次疫情中受伤是最重的，例如旅游、交通运输、餐饮、影视、娱乐等等。传统的制造业方面，工人无法复工、原料进不来、产品出不去。与此形成鲜明对照的数字化线上经济则显示出非常明显的优势，以网络、数据空间为代表的数字经济，具有天生减少物理空间依赖的基因，所以在疫情的应对中，体现了非常好的韧性。

短板与挑战：数字经济面临的短板梗阻与矛盾风险

核心技术受制于人更加凸显

数字经济确实在这次疫情中表现得非常的抢眼，但是在发展过程中，长期存在的短板也集中地暴露了出来，需要积极应对。

比如，数字经济领域的核心数字技术受制于人的软肋更加凸显。现阶段的数字技术总体是处于落后的局面，跟先进的技术、先进国家相比，是属于被动的跟随状态。关键核心技术仍然落后于发达国家，核心器件对外依存度非常高，特别是在中美博弈的大的背景下，加之疫情的影响，对我们国家很多产业都带来了非常高的风险，未来的手机芯片、电子器件等等，疫情期间，医疗器械中差压传感器、磁传感器、超声波传感器、氧气传感器等核心器件高度依赖进口。国

内有超过 16,000 家的医疗器械企业，但普遍缺乏核心开发能力和生产能力。

疫情期间，美国实行长臂管辖，借机收集美国制造的含量限制，适用标准从 25% 调整到 10%。出口我国的数字技术产品受到美国的限制监管，对我们国家的很多方面造成很深刻的影响。这也给我们国内的自主软硬件产品的开发、创造市场形成新的发展空间，提供了非常重要的发展机遇。

数字产业链脆弱性的风险更高

受国内和日韩疫情的影响，部分电子元件供给不足，国家虽然在加速复工复产，但实际上电子信息制造等产业链的复工难度仍然非常大，而且面临断链和外迁的高风险。如何能保证产业链的健康安全，这是我们现在必须要高度思考的问题。

企业数字化转型的短板更加突出

在疫情中，不少企业都开始转战数字化：拓展直播、电商、无接触贷款、在线办公。但数字化转型整体上仍然短期收益低、转换成本高、风险大，所以企业普遍存在不愿转、不想转、不敢转、不会转、不善转的问题。

数字化转型不是一个简单的信息技术使用，涉及到要把过去工业企业中的知识模型、机理模型和数据模型相融合，真正对业务进行重塑和再造，来改变过去生产方式和价值链的生成方式。



实际上，现阶段我国制造业企业的生产设备数字化率不到 50%，企业信息技术实现业务集成比例也不到 20%。企业数字化转型成效显著的比例甚至不到 10%，仅为 7% 左右。

数据资源治理制度的梗阻更加明显

这次疫情期间，各个行业的数据资源孤立、封闭、隔离在不同的系统中，要高效地应对疫情，就需要非常强的数据融合能力，但实际上在这方面融通、活化、融合的能力，仍然是高度欠缺的。

城乡区域鸿沟更加明显

由于疫情影响，学校采用上网课的形式，但大量中西部的农村学生，仍处在找不到网络信号，没有有效的上网设备和网课资源的状态。报告显示，全国仍然有超过 5 亿人无法正常上网，其中超过 3 亿是农民，超过 8000 万人没有电脑等上网设备，超过 2000 万人在当地无法连接互联网。这种数字鸿沟以及它背后所显现的经济鸿沟，值得我们在发展数字经济中要高度的思考。

出路与政策：
助力企业数字化转型
释放数据生产要素价值

《关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》

国家对数字经济的发展非常的重视，从理念上、策略上都已经开始积极应对，而且要拿出真正的实招、狠招，能够有实效的这些政策。

4月9日，中共中央、国务院发布了《关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》。这是落实十九大和十九届四中全会的重大改革部署。文件指出，把数据并列为与土地、劳动力、资本、技术同样重要的生产要素。这是中央和国务院文件中第一次把数据作为生产要素，与传统的土地、劳动力、资本、技术相并列。

数据作为一种新型的生产要素，要发挥数据对经济发展的放大、叠加和倍增作用。培育发展数据要素市场，使大数据成为推动经济高质量发展的新动能。数据要素的属性提升，对整个数据发展将提供长期的动力、助力和引擎。

《关于推进“上云用数赋智”行动 培育新经济发展实施方案》

4月7日，国家发改委、中央网信办联合印发了《关于推进“上云用数赋智”行动培育新经济发展实施方

案》，针对广大中小微企业在疫情之后的数字化转型短板问题，提出政策和措施。文件主要解决的问题是过去整个数字化转型中长期所面临的、没有有效解决一些问题，用“上云用数赋智”，来推动数字化转型。

相关数据表明，在不考虑疫情影响情况下，数字化转型可使制造业成本降低17.6%，营收增加22.6%；使物流服务业的成本降低34.2%，营收增加33.6%；使零售业的成本降低7.8%，营收增加33.3%。可见，推动数字化转型，提高数字化转型的质量和能力，已经成为后疫情时代的当务之急。

“上云用数赋智”行动计划，就是要通过打造数字化企业，构建数字化产业链，培育数字化生态来解决后疫情时代整个数字经济发展的的问题。未来，通过三个数字化发展目标，将会构建起设备数字化、生产线数字化、车间数字化、工厂数字化、企业数字化、产业链数字化、生态数字化等相互连接的发展的一种范式。

在行动计划中定义了六个方面的政策，一是筑基础，二是搭平台，三是促转型，四是建生态，五是新业态，六是强服务。通过六个方面的赋能计划，给整个未来的后疫情时代数字经济提供了非常重要的政策保障。

注：文章摘自4月16日2020中国数字企业峰会上国家信息中心信息化和产业发展部主任单志广所作报告。



新时代，万物皆可播

文章转自“三茅网”（ID: sanmaohr）作者 | 大阎

直播电商的元年 机会正汹涌而至

5月10日，董明珠的第二场直播，迎来了高光时刻。继上次董小姐的第一场直播只卖了不到24万，这场在快手上的直播，30分钟成交额破1亿、100分钟后成交额破2亿、爆款空调单品销量超6.7万台、3个小时卖了3.1亿。这场直播，无疑刷新了很多人的认知。15天前董明珠播首秀翻车后招到全网群嘲，15天后的战报却让人震惊。董明珠用最身体力行的方式告诉大家，拥抱时代，不气馁，向时代看齐才是硬道理。

当然，董明珠这两次销售数据上呈现如此大的差距，也离不开平台的运营策略、主播的带货策略。这场漂亮的翻身仗背后，也预示着，2020直播电商的

元年，机遇正汹涌而至。

商务部大数据显示，今年一季度，电商直播超过400万场，直播带货成为助力线上消费的重要渠道。不夸张地说，半个互联网都在玩直播带货。

伴随着疫情的影响和后电商时代的来临，各大平台都在思索如何抓住当下这个不可多得商业模式，利用直播火热的优势杀出一片天，无疑是今年疫情对实体企业最好的帮助。

新时代万物皆可播

从2019年开始，网红直播带货屡见不鲜，毫无疑问，在去年双十一的催化后，直播带货已经成为今年的营销趋势。而让这个趋势更为明显的是，很多企

业的 CEO 纷纷涌入直播间，成为带动企业业务的排头兵。在直播带货的风口上，继万科、恒大后，世界 500 强龙头房企碧桂园也开始了直播卖房。

5 月 5 日，碧桂园 5.5 直播购房节在某音首秀，这场直播最大的亮点在于，碧桂园邀请了两大综艺顶流汪涵、大张伟助阵主会场，且有另外 29 个分会场同步直播。会场之间打通流量入口，来自山东、湖北、广东、辽宁、甘肃等地的碧桂园区域总裁、副总裁、营销总们轮番上阵走进直播间。

被疫情影响了一整个季度的销售，在现金流重压之下，房企不想坐以待毙。地产圈联手综艺咖直播，这三个圈子的跨界，整场直播还是挺有看头的。他们跟网友们聊房子聊生活，而在直播间一波又一波的购房福利轰炸下，看客们也是热情高涨。据数据统计，直播两小时内，主会场在线观看人数近 670 万人，连同 29 个分会场，累计总观。在看人数近 800 万，直播收获总浪 478 万，也是某音直播小时榜第一名。

当然，直播卖房也不是什么新鲜事了，云卖房早已成为今年楼市的热词。“人气明星”和“促销优惠”的直播卖房创新方式已经是不少房企销售的战术。从线上售楼处，到走向直播带货风口，疫情下的房企，无不在经历着一场营销变革。早在 4 月份的时候，复地集团联手“直播一姐”薇娅、富力地产携手李湘、恒大邀请演员佟大为“试水”直播卖房。

不过，网上曾有业内人士表示，房子是大宗交易，网上直接下单买房几乎不可能。线上买房的可能性确实不高，但一场直播下来，固然已经是让不少房企收获了一波曝光度和关注度。

销售环境逐渐多样化，供顾客选择的形式也越来越多，对商家和用户都是良性的。以前很多人也觉



得不可能直播买几百元的口红和几千元的手机，现在却是人人疯抢。很难说以后线上看房会不会成为主流，但这样一个宣传渠道，实体业大佬们肯定是不放过这样的机会。或许随着越来越多人的消费观念改变，和线上营销的优惠力度加大，直播卖房还是未来可期的。

说到这里，很多人应该也意识到了一点，直播带货，显然是蓝海。直播卖货同时也不止是卖货，更注重私域流量的运营。如今越来越多的企业家关注到这个领域，很明显，他们也不是盲目凑热闹。如此说来，网络直播带货的利大于弊，它可以减小中间环节的流通成本，直接和厂商合作，达到既能让消费者体会到实惠，与便利，又能让厂商的利益最大化，促进企业生产和创新。

新时代，万物皆可直播，我们的社会，其实一直在拥抱变化。

“李佳琦”们的转正带来职业发展的渐变性

而在最近，直播带货这个新兴行业，终于被国家

正名。前几天，人社部正式发布了“中国新十大职业”，李佳琦正式被国家“点名”！

“中国新十大职业”包括：区块链工程技术人员、社区网格员、互联网营销师、信息安全测试员、区块链应用操作员、核酸检测员、在线学习服务师、社群健康助理员、老年健康评估师、增材制造（3D 打印）设备操作员。

其中，“互联网营销师”职业下增设了“直播销售员”这一工种。该工种的工作任务包括：搭建数字化营销场景，通过直播或短视频等形式对产品进行多平台营销推广；提升自身传播影响力，加强用户群体活跃度，促进产品从关注到购买的转化率等。也就是说，李佳琦和薇娅的职业名称就是直播销售员。

从上面这些新增的职业可以明显看出，我们和互联网息息相关，往后的生活、学习模式也会有很大的改变。职业的形成是市场行为，在搞清楚俗话里的“三百六十行”这个事情的过程中，可以深切的体会到职业发展的渐变性。人社部这个新拟职业，会不会是为以后相关职业技能认证铺路的呢，不得而知。

“李佳琦”们可以说是“转正”了，而“李佳琦”们背后的新职业自然就火了。据智联招聘发布的《2020 年春季直播产业人才报告》显示，受疫情影响，企业整体招聘职位数与招聘人数分别同比下降 31.43% 和 28.12%。但针对直播相关岗位的招聘职位数却在一个月内同比上涨 83.95%，直播行业招聘需求同比上涨 1.3 倍。除大家熟悉的主播之外，客服、直播内容策划、主播助理等后台工作人才也非常缺乏。

每个人都能创造不同的可能性

梁建章 6 场直播带货一个亿，罗永浩首场直播交

易总额也达到 1.1 亿。谁能想到，很多年前似曾相识的电视购物，仿佛又以另一种形式回来了。这种方式卖不出去了，就换个场景；大家的业绩都下滑，就寻找新的增量方式，以变化应万变。

讲真，相对于网红直播，CEO 直播不光能够给品牌省下一大笔钱，还能够把品牌领袖人物的个人魅力与品牌融合起来，赋予品牌一种鲜活的生命力。有规划的 CEO 直播以后一定会成为品牌 IP 建设的一部分，现在是个万物皆有 IP 的时代，CEO 们确实也需要有自己的“人设”。

不过，直播带货只是零售模式的一种而已，既不能笑话，更不能神话。虽说这种行业模式不会是零售行业的主流，但也是一种不可或缺也不容忽视的零售模式，应该成为各个零售企业全渠道零售的一种标配渠道。

生物学家里昂·麦金森曾说：“根据达尔文《进化论》，能够生存下来的物种，并不是那些最强壮的，也不是那些最聪明的，而是那些对变化做出快速反应的。”

今年的疫情给经济带来了一定的打击，但是同时也让我们看清了新的商机。有需求就会产生新的就业机会，生产关系适应生产力，新职业还会继续出现。这些岗位的设置，体现出时代的需要，社会的进步。

无论哪个年龄段，我们还是要以更积极的心态去拥抱新生事物。在任何行业，与时俱进、懂得跨界才是在同质竞争中脱颖而出的硬道理。把握当下，把握机遇，创造更多的可能性。希望未来我们做任何事都能有自信心，当然，永远别忘了保持那份触底反弹的勇气。

注：原文有删减。版权归原作者所有，如有侵权，请立即与本编辑部联系，我们将及时处理。

如何永葆创业激情？ 亚马逊“Day One” 创业文化落地指南

大家都知道，企业文化一旦形成，就会像 DNA 一样，成为底层的组织心智，长期、持续且很难改变。既然企业文化如此重要，应该如何定义，如何打造呢？

如果你认真通读自 1997 年以来亚马逊创始人杰夫·贝佐斯写的每一封致股东的信，你会发现在这 22 封信中，“第一天”这个词，出现了 22 次。过去 10 年，其结尾惊人地一致，最后一句都是：“我们还是第一天。”

如果你去亚马逊的西雅图总部，你就会发现有幢名叫“第一天”的办公楼，这就是贝佐斯的办公室所在。这是亚马逊的新总部，当年搬家时贝佐斯特意把“第一天”的名牌也带了过来。上面刻着：“还有很多事物，有待发明；还有很多创新，有待发生。”

贝佐斯此举用心良苦，他用实际行动提醒自己并告诫所有人：亚马逊永远都是第一天。无论公司发展多快、规模多大、实力多强、市值多高，都要像创业第一天一样，快速灵活，持续迭代。

为此，亚马逊坚决与熵增做斗争，抵制形式主义，打击骄傲自满，力求消灭官僚主义；始终坚持真正痴迷客户，拥抱外部趋势，不断提高决策速度。

为持续打造并不断强化“第一天”的组织文化。亚马逊完成了从口号到具体行为的清晰定义，设计了



从理念到日常工作的落地方法，做到了在每个决策中以身作则，并通过独创奖项，赋予了组织文化特殊的意义。本文将重点分享亚马逊从口号到具体行为的经验。

明确具体定义：从口号到具体行为

企业文化通常根植于企业创立之初，深受创始人及核心创始团队的影响。发展过程中的关键决策、成功失败以及对人的选用育留和激励奖惩，都对企业文化的塑造产生深远的影响。随着业务的不断发展，组织的不断壮大，企业文化也会随之演化，变得更丰富，更符合时代的要求。

亚马逊企业文化的形成也是这样，也是不断丰富

发展的结果。1998 年时，亚马逊倡导的价值观有五条：痴迷客户（Customer Obsession）、勤俭节约（Frugality）、崇尚行动（Bias for Action）、主人翁精神（Ownership）、对人才坚持高标准严要求（High Bar for Talent），后来加了创新（Innovation）。

今天亚马逊的企业文化，体现为 14 条领导力准则：

1. Customer Obsession：痴迷客户。
2. Ownership：主人翁精神。
3. Invent and Simplify：创新与简化。
4. Are Right, A Lot：决策正确。
5. Learn and Be Curious：好奇求知。
6. Hire and Develop the Best：选贤育能。
7. Insist on the Highest Standards：极高标准。
8. Think Big：远见卓识。
9. Bias for Action：崇尚行动。
10. Frugality：勤俭节约。
11. Earn Trust：赢得信任。
12. Dive Deep：刨根问底。
13. Have Backbone, Disagree and Commit：敢于谏言，服从大局。
14. Deliver Results：达成业绩。

如此看来，亚马逊也没有什么特别之处。这些口号或是类似的口号，很多企业不是也用、也喊、也贴在墙上吗？为什么结果差别这么大呢？关键就在于，亚马逊每条领导力准则后面还有两三句话。

比如，“痴迷客户”很抽象，很难定义。亚马逊是这么描述的：领导者从客户入手，再反向推动工作。他们努力工作，赢得并维系客户对他们的信任。虽然领导者会关注竞争对手，但是他们更关注客户。

再比如，什么叫“最高标准”？标准本来就已经很难定义了，最高标准更是难上加难。亚马逊是这么

描述的：领导者有着近乎严苛的高标准，这些标准在很多人看来可能高得不可理喻。领导者不断提高标准，激励自己的团队提供优质产品、服务和流程。领导者会确保任何问题不会蔓延，及时彻底解决问题并确保问题不再出现。

如果你对这两三句话的扼要描述没什么特别的感觉，强烈建议你多读几遍，字斟句酌地品味其中的深意。因为这两三句话正是亚马逊定义企业文化的独特之处。他们没有停留在抽象概念的层面，而是将其一条条准则细化为一个个明确具体的日常行为。只有细化为具体行为，对企业文化的理解，才能统一；对企业文化的落地，才有保障。更为精妙的是，一旦细化为具体行为，就可以通过观察具体行为分析和判断每个人在日常工作中是否真的在践行企业文化的要求。

比如，某人是否真的痴迷客户，我们很难抽象地评价。然而一旦将其具体化，如此人在思考工作时，究竟是从客户需求入手，反向倒推，还是习惯性地从现行做法、现有能力出发；此人在面临冲突，必须有所取舍时，究竟是为了赢得并维系客户的长期信任，还是为了达成自己的业绩，我们还是能观察、能判断的。

再如，某人是否真的坚持最高标准，我们很难抽象地评价。然而一旦将其具体化，如此人制定标准，尤其是给自己定目标、定要求时，是否真正做到了近乎严苛，在很多人看来高得不可理喻，并且做到了持续提升；此人在解决问题时，究竟是在打补丁，临时糊弄一下，还是真正做到了及时彻底，并确保同类问题不再出现，我们还是很有感觉的，毕竟事实胜于雄辩。

注：转载自公众号：【高绩效 HR】，微信号：Excellent-HR。本文节选自全球著名管理大师拉姆·查兰新作《贝佐斯的数字帝国：亚马逊如何实现指数级增长》。



只争朝夕 拼创未来

富春控股集团召开 2020 年度工作会议

文 | 吴云天

5月7日，“只争朝夕 拼创未来”富春控股集团2020年度工作会议在富阳东方茂开元名都大酒店举行。富春控股集团董事长张国标、党委书记周军福、总裁张樟生、集团各中心总经理以及各产业公司、各直属公司负责人、各职能部门负责人和表彰人员参加会议。

本次年度工作会议由张樟生总裁主持。杭加新材总裁李克宽、张小泉股份总经理夏乾良、富春康旅总裁翁永堂、网营物联联席总裁吴军旗、网赢如意仓总经理张琳、集团运营风控中心总经理王斌等，围绕各自负责的产业板块与业务

核心，分析、总结了2019年度运营情况，提出了疫情冲击下企业2020年所采取的发展思路和应对举措。

杭加新材总裁李克宽作“聚势谋远 朝夕必争”工作汇报。他表示，2019年，杭加新材超额完成“五年战略规划”首年目标，年度重点指标均圆满达成。在项目拓展方面，确定了7个自建项目生产线建设用地；同时，深度培育市场品牌，加大了市场扩容步伐，进入出口市场和大开发商集采目录得到新突破。2020年，杭加新材将进一步致力于提高产品质量与创新技术研发，

构建产品升级新支点，在做专、做精墙体材料基础上努力做好装配化建筑系统的行业引领者，在新材料、新配方、新应用研发方面得到质的提升。

张小泉股份总经理夏乾良作“战略同频 共克时疫 探寻新赛道”工作汇报。2019年，张小泉销售额同比增长11.7%，利润总额同比增长60.1%；流通、电商、外贸、零售四大渠道销售额均保持稳定增长；张小泉四大事业部销额整体呈增长态势；广州阳江项目基建也在稳步推进中。面对市场环境中的重重困难，张小泉迎难而上、转危为



机，完成了组织重构，积极推进智能化、信息化、自动化、精益化，促成了品牌的多维度升级。2020年，张小泉将加大对整体性市场推进策略的摸索，突破潜在渠道和关联渠道，提升制造现场的精益化管理，进一步实现营销突破。

富春康旅总裁翁永堂作“发现健康产业新价值”工作汇报。他表示，随着国家经济高速发展，人民生活水平不断提高，健康产业成为刚性需求，作为一种新兴服务业，健康产业具有巨大发展潜力，已然成为全球热点。富春康旅将通过一个平台“富春智能康复产业园、一个核心“康复医疗”、一个窗口“公望仁雅”、一种模式“康复+康养=医养结合”和两个目标“轻重兼顾”，致力于打造具有富春特色的健康产业价值链。目前，各大重点工作任务正在有序稳步推进中。

网营物联联席总裁吴军旗围绕经营情况及战略发展计划作工作报告。2019年，网营物联项目拓展积极有效，开工项目10余个，工程建设与招商运营的相关工作推进有序。2020年，将紧以“实”字为主题，整合推进投资、建设、招商、融资等各项核心条线工作。围绕“产业供应链”“冷链供应链”“城市供应链”三大业态，深耕浙江，聚焦核心产业，突破北上广深等一线城市资源。进一步抓实基础工作，并完善管理体系，整合产业供应链，通过行业合作、行业收购等做大网络规模，走向深水区，实现大发展。

网赢如意仓总经理张琳作如意仓年度工作报告。自2019年至今，如意仓进行战略转型升级，逐步转变为以提升运营质量、建立服务体系、利润导向为目标。一方面，以仓配服务为核心，整合供应链资源，切入产业链，打造全链路智能化供

应链服务集成商，为网营物联提供核心产品，提高市场竞争率；另一方面，通过供应链服务整合上下游服务资源，优化业务价值链，为客户提供一站式供应链管理服务。如意仓将全面依托网营物联向上下游两端业务延伸，做好产业供应链模式的服务，致力于成为市场认可的优质物流供应链服务集成商。

集团运营风控中心总经理王斌分别作富港供应链与富盛浙工年度工作报告。2019年，富港供应链超额完成年度考核各项指标，作业效率精细化管理使整体运营效率大幅提升。后续将进一步细化并落地提升管理能力与服务措施，并加强运营成本精细化管理，提升运营效率；富盛浙工超额完成年度考核指标，并取得绿色建材产品认证证书，成为上海第二家取得此证的民营企业，接下去将加大环保与安全投入，以确保持续有效发展。

张樟生总裁作“勠力同心 团结一致”主题讲话。他表示，因新冠肺炎疫情的影响，企业面临的内外部环境都不容乐观，全体富春人要勠力同心、团结一致地应对这场危机。对此，他提出了七点要求。

一 . 必须注重目标管理，全力以赴实现年度目标

以目标为导向，抓住年度目标这个年度工作的“牛鼻子”，坚定信心在逆境中发现和培育有利因素，从“危”与“机”的转化中用好发展机遇，从企业内外资源的优势互补中创造发展条件，围绕目标全力以赴做加法优化存量，坚定不移做乘法提升增量，牢牢把握发展的主动权。

二 . 必须注重运营管理，全力以赴确保企业稳健运营

“稳”字当头，“实”字打底，高度重视企业的生存基础和风险防范，把运营管理精细化，全面强化生产经营各流程、各环节。发挥资源比较优势，着力提高战略、资源、业务等方面的整合能力，着力解决制约企业效益和价值提升的突出问题，优化管理流程，确保管理有的放矢，经营效率有效提升，产出效益有效提高。

三 . 必须强化执行力，全力以赴确保任务执行不留死角

目标方向确定后，最重要的就是围绕目标任务脚踏实地地做好执行。我们既要有战略的高度，更要有执行的定力，要有扎实的做事精神和态度，把每个产业、每个项目、每件事情真正执行到位。

四 . 必须强化科学决策，全力以赴以认真求实效

我们要搞清楚做每件事情的目标，坚持结果导向认真去做事，要树立对企业负责就是对自己负责的责任感，要注重数据和事实说话，通过对数据的认真分析，弄清楚数据背后的信息来做出决策和制定措施。

五 . 必须强调上下联动，全力以赴以协同提效率

全体富春人要敢于真实、勇于坦诚地进行信息反馈、沟通与讨论，促使“上传下达”更为顺畅、高效。对解决不了的问题和情况要及时上报，不能因瞒报漏



富春控股集团总裁张樟生

报，而造成更大的损失。上下之间、横向之间要加强信息交流、相互学习和互动，增强相互之间的信息共享，加强协同效应。

六 . 必须强化做到求真务实，反对盲目自信想当然

随着全球经济形态和商业模式的迭代更新，集团产业发展进入新的宽度和深度，各项工作和项目推进要以战略为先导，按照“专业化运营”的总体要求，重视专业化的人才、专业化的规划方案、专业化的运营策略以及专业化的管理措施。

七 . 全员发挥敬业专业职业精神，切实践行真抓实干

敬业就是要有敬业乐群、忠于职守、勤勉勤奋的工作态度；专业就是要求我们富春人都要有自己的专业化技术、能力和水平，与富春控股产业专业化运营的战略定位相符；职业就是要求我们要有职业化的操守和素养。所有富春家人都要具有职业化精神和职业化操守，为我们实现基业长青和美好未来，贡献应有的力量。

张国标董事长作“谋势突围 变中求进”主题讲话，就推进和完成 2020 年目标任务提出了几点意见。

一 . 以全局的视野看清今年的非常背景

清醒地研判我们当前所面临的内外形势，客观地把握企业谋势突围变中求进的发展之策。珍惜我们



富春控股集团董事长张国标

在大变局中依然具备的稳定发展基础和稳中向好的态势，面对非常之事，我们要拿出非常之举，勇担非常之责，力求非常之效，必定能率先走出危机，率先突破发展，顺利完成年度目标任务，为实现五年战略目标打下坚实的基础。

二 . 以坚定的决心锚定今年的工作方向

我们必须跳出习以为常的舒适区，找到改变的方向、路径以及抵达目标的工具，越在形势复杂的情况下，越要形成我们独特的韧性和发展的潜力。今年的各项工作要按照“保增长，促提升，增活力，稳运营”的总要求，围绕一个核心，聚焦两条主线，推进十大重点，提升六项能力，坚持逆势而上、变中求进、难中取胜的工作方略，全力以赴完成预定目标任务。

“一个核心”：以“年度目标任务”为核心，一切为了目标，一切围绕目标，一切服务目标。

“两条主线”：以年度目标为指引，牢牢抓住“降本增效”和“稳中求进”两个关键。

“十大重点”：围绕年度目标，沿着两主线，全力抓好集团今年十大重点工作。一是要坚决落实“四个确保”：确保平稳运行，防止大起大落；确保聚焦方向，防止执行走偏；确保抓牢重点，防止多头发力；确保风险可控，牢牢守住不发生系统性风险的底线。二是要精细化统筹全方位赋能。三是要强化现金流安全管

控。四是要强化资产与资金的循环。五是要聚焦存量加快形成产能。六是要源头上掌控市场上加速。七是要业态上创新生态上布局。八是要全力以赴推进上市进程。九是要全力以赴实施转型升级。十是要全面提升项目建设水平。

“提升六项能力”：针对我们当前工作中存在的短板，为实现年度目标任务，必须下大力气提升的发展能力。包括提升企业创新力、产品迭代力、品牌塑造力、营销传播力、项目管理力、文化凝聚力。

三 . 要以扎实的行动凝聚突破发展的能量

要切实提高工作的执行度和落实度，确保今年的工作部署不折不扣地落地见效，主要包括三个方面：一要实化工作推进机制。一分部署九分落实，企业不仅要有目标计划，更要有行动方案，要细化完善落实举措，建立责任到人的工作推进体系，层层落实工作责任，确保各级干部各负其责、真抓实干，把工作部署落到实处。二要落实目标责任分解。每家企业都要把年度目标逐级进行分解，不仅要分解到部门，还要分解到车间、班组、个人，以此来凝聚每一个推动企业发展的力量。三要强化监督检查考核。工作部署落实，目标责任分解要建立督促问效机制，并同步落实考核办法，形成从目标计划到部署落实再到评价考核的闭环体系，确保每名员工都成为守土尽责的“卫士”，脚踏实地的“干将”，真抓实干的“能手”。

“用奋斗追逐梦想，用奔跑追赶希望，让我们以‘只争朝夕，拼创未来’的决心，以‘逢山开路，遇水架桥’的闯劲，用‘铁杵磨针、滴水穿石’的韧劲，全面掀起‘变中求进、攻坚夺胜’的工作高潮，为圆满完成年度目标，时时刻刻抓任务，争分夺秒赶进度，把失去的时间补出来，把耽搁的产量追回来，坚定不移地沿着既定的战略目标而砥砺前行。”张国标董事长说道。

杜峰涛： 用初心与热血浇灌富春土壤

文 | 曾礼

初次见到杜峰涛，戴着眼镜看上去十分斯文的他，笑起来格外爽朗。在不久前的富春控股集团 2019 年度表彰大会上，他被授予“集团特别奖”。提及获奖原因，杜峰涛笑称可能因为自己是个富春“老人”吧。这当然只是玩笑话，毕竟“集团特别奖”的表彰对象可是为富春作出突出贡献的人，而事实上，加入富春近 20 年，他早已是表彰榜单上的常客。

时光荏苒，世事变迁，他用实际行动一步一个脚印地诠释了责任的含义，用初心与热血在富春这片土地上浇灌出了最艳丽的花。



杜峰涛
网营物联财务资金总监

“耐得住寂寞，
才能走得更久远，
富春是这样，
我也是这样。”

永不过时的“螺丝钉”精神

2003 年，杜峰涛加入富春，从上海三林到杭州崇贤港，从集团总部到杭加新材，他在富春的工作经历可谓辗转。2017 年，由于人事调整，此前一直在上海工作的他被调到了杭州，负责集团总部的财务和资金管理工作。也正是基于他在富春旗下各产业公司有过工作经历，对集团上下有相当程度的了解，到 2018 年网营物联成立后，他又经历了一次调任，担任网营物联的财务资金总监。

无论何时何地，只要富春需要他，他总是毫不犹豫地担下大任，为推进富春的发展贡献自己的力量。在富春的近 20 年时光里，伴随着企业高速发展，他不仅历经了自己职业生涯的多个转折点，也实现了人生角色的各种蜕变，从单身到恋爱到结婚再到生子。

不惧挑战迎难而上

尚处于开拓期的网营物联，其财务部门的工作甚是繁杂，从核算、内部资金管理到税务、预算以及工程成本等，点面俱全、环环相扣。同时，网营物联财务部还代管了运通网城以及部分成熟运营项目的财务工作。作为网营物联重资产布局的资金保障部门，保证资金的流通性、稳定性是其关键所在，而资金当然也成为他工作的重中之重。

从 2018 年下半年到 2019 年末，杜峰涛基本处于全国各地“漂”的状态。由于网营物联在全国各地陆续有近 30 个项目落地，而不同地域、不同银行在风险偏好、融资规则上都有所差异，因此，他经常需要到各个项目地出差，与当地银行进行洽谈和协调。工作过程中，他也时常会遇到融资难的问题。这时，他往往需要通过大量的沟通交流，甚至邀请银行机构人员到项目实地考察，让银行对企业和项目有充分的了解与信任，才能进一步推进融资工作。尽管面临着

巨大的考验，但所幸在他及团队的付出与努力之下，项目融资的总体进展仍旧取得了理想的效果。

与 90 后共同进步

出差频繁，工作忙碌，杜峰涛留给自己的生活时间几乎很少。私底下，他喜欢快走等运动，也会抽时间和朋友小聚，而工作上，如银行或其他金融机构的合作伙伴，他也往往能与其变成朋友，如此一来，大家在工作上的交流也越来越顺畅。

与外界对财务工作严肃枯燥的印象不同，杜峰涛所带领团队的氛围是轻松愉快的。由于部门里的 90 后几乎占据半壁江山，他不希望给大家造成严肃的刻板印象，相反，他认为应该与时俱进，跟上时代的步伐，让这些年轻人在相对轻松愉悦的人际环境中更好地工作。由他带头，部门里也经常聚餐、谈心。当然，对待工作，他始终要求保持严谨认真的态度。

在与这群 90 后朝夕相处的过程中，杜峰涛也深受感染，工作起来更富活力，心态也更积极乐观。而这个各尽其职、齐心协力的团队，也成为了他在外忙碌时最安心的保障和依靠。

一路走来，初心不忘，感恩常在。富春见证了杜峰涛各个重要的人生时刻，而他也见证了富春日趋平坦而广阔的前途。富春于他，是梦想生长的土壤，是人生演绎的舞台。这里，饱含着他最初的赤子之心；这里，寄予了他最真挚的情感；这里，承载着他最美好的期盼和祝愿。

二十年如一日，兢兢业业，尽忠职守，在富春走的每一步最终成就了今天的他。“耐得住寂寞，才能走得更久远，富春是这样，我也是这样。”杜峰涛如是说道。

张晓海： 脚踏实地 用心做品质

文 | 吴云天



张晓海
杭加制造质量总监

“产品质量是企业的生命线，是企业的立身之本。”

自 2017 年加入富春以来，这已经是张晓海第三次登上富春荣誉榜了。没错，还是“三连冠”：2017 年、2018 年，他获评富春控股集团“杰出管理者”，2019 年，他又将“集团特别奖”收入囊中。短短三年时间，他用“硬核技术”和“匠心态度”交出了一份份斐然的成绩单，其“份量”早已深深印刻在富春这艘开往梦想彼岸的大船上。

每个脚印下是必经的酸甜苦辣

“我本身学的是经济管理专业，机缘巧合之下进入加气混凝土行业，也没想到这一干就已经二十多年了。”张晓海笑着说道，“行业的特殊性和专业性，注定了这是一条需要长期艰苦奋斗的道路。”

与所有人一样，踏入加气行业的第一步，张晓海也是从基层做起。从质量检验员到班组长，从化验员、物检员到工艺质量工程师、工艺质量主管、工艺质量经理……这是一个漫长且考验毅力的成长阶段。早期在车间的工作经历尤为难熬，学习的辛苦、工作的枯燥，做工艺技术 24 小时待命的要求，曾一度让他想要放弃。“幸运的是，在我学习质量控制时，我遇到了一位给予我很大帮助和启发的老师傅，他的谆谆教诲和丰富经验，让我坚定了在加气行业走下去的信心。”张晓海感慨，“这是一个极其需要耐心、细心与恒心的行业，踏下的每个脚印都承载着酸甜苦辣，每一个阶段、每一段经历都让我刻骨铭心。”

走在最前线的管理者

三年前，张晓海来到富阳，加入了富春控股旗下的杭加新材。彼时的杭加新材正处于发展的艰难突破期，身为制造质量总监的张晓海也承担着不小的压力。如何平衡成本、利润与高品质产品质量？如何进一步深化杭加的品牌形象？这是他一直在思考并为之努力的事情。

“产品质量是企业的生命线，是企业的立身之本。”张晓海认为。为推进产品升级，他带领着技质团队，日以继夜地投身研究如何优化产品的工艺配方、工艺流程。“按照最高标准严控每一个环节，必须坚决杜绝‘差不多’现象。”他这样要求团队的每一个人。很难得在办公室看见张晓海的身影，因为他不是常驻在闷热难耐的车间指导工作，就是与研发人员窝在实验研发中心废寝忘食。

走在最前线的张晓海带领他的团队斩获多项荣誉：2018 年、2019 年，杭加新材连续两年获得“中国墙体屋面及道路用建筑材料产品质量信誉模范企业”称号。2019 年，杭加新材被授予“中国墙材产品质量管理先进单位”称号。“这只是最基础的成绩。”张晓海说道，“产品质量管控是一分钟都不能松懈的过程，我们的团队每分每秒都严阵以待。”

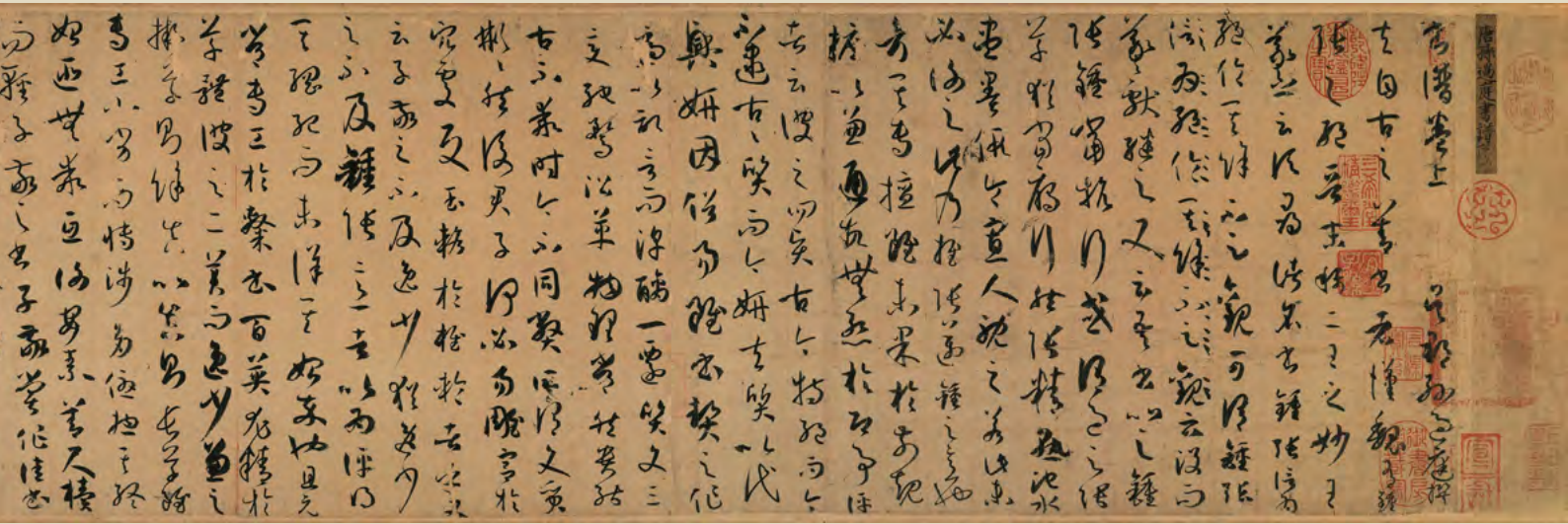
与时俱进的除了产品品质更是个人能力

“老话说得好，活到老、学到老，还有三分没有学到。学无止境，那我们又怎能停下学习的脚步呢？”头戴安全帽的张晓海，摸着车间摆放整齐的 AAC 板材笑着说道。产品品质会随着产品工艺的不断提升而改变，这是一个持续创新的过程，此外，个人能力也要与时俱进。

在业内，提到“张晓海”这个名字，很多人都会竖起大拇指，对他在行业里的造诣表示赞许。他不仅参编了多项国家标准、行业标准与行业应用技术规范，更曾主导某板材整模生产，并形成批量规模生产出口，开创了行业之先河。

张晓海认为，一颗精益求精、严谨细致的“匠心”，是对工作最好的尊重。他所获得的一系列荣誉，则是对他能力的最佳肯定。2018 年、2019 年，国家建筑材料工业墙体屋面材料质量监督检验测试中心授予他“质量管理先进工作者”和“优秀厂长（经理）”称号；2019 年，中国加气混凝土协会授予其“加气混凝土行业 20 年以上工程技术人员”荣誉称号；2020 年，他获评“2019 年度建材工匠”荣誉称号……

“只有把工作做到极致，才能从中体会到最大的成就感。”他说，脚踏实地，用心做好品质，这是对工作的负责，更是对客户的负责。



历史富春人： 书法大师孙过庭

文 | 曾礼

在中国的书法史长河中，涌现出了无数璀璨的明星，有被誉为“书圣”的王羲之，有开创“颜体”的颜真卿，有独创“柳体”的柳公权，亦有创作出“天下第一楷书”的欧阳询……然而，有这样一个 人，倾其一生奉献给了书法，却宛若沧海遗珠般，被湮没于历史的尘埃中。他，就是书法家孙过庭。

孙过庭（公元 648—703），是唐朝的书法家、书法理论家，字虔礼，吴郡富阳（今浙江富阳）人，其传世《书谱》被称为“天下第一草书”，在古代书法理论史上占有重要地位。孙过庭历任右卫胄曹参军、率府录事参军，与书法家王绍宗、诗人陈子昂交好。其生平事迹，正史中无记载，仅见于陈子昂《孙君墓志铭》和《祭孙录事文》等少量文字。



孙过庭擅工正、行、草书，尤精于草书，妙于用笔，直逼羲献。传世墨迹有《书谱》一卷，又名《书谱序》《运笔论》，为孙过庭于唐垂拱三年（公元 687 年）撰文并书。真迹原藏清内府，刻入《三希堂法帖》，后归故宫博物院，现藏台湾。《书谱》作为书法理论著作，收入《书苑精华》《四库全书》等丛书集成本中，其文字宏丽、见解精辟的著述和出入规矩、姿态横生、妙趣无穷的手书真迹被世人视为双璧。此外，孙过庭所写的《千字文》《景福殿赋》，亦传世之不朽之作。

孙过庭所撰《书谱》原稿二卷，现仅存上卷。文中，他提出了诸多自己对于书法独到的见解。他反对如绘画般写字：“巧涉丹青功亏翰墨。”他认为，学书要“趋变适时”，追求形质与性情，尤其重视书法的抒情性。“达其情性，形其哀乐”是书法创作的目的，也是书法创作的要求，更是孙过庭书法理论的精髓和核心。在论及真草书体的关系时，他认为“草不兼真，殆于专谨；真不通草，殊非翰札”。最值得后人注意的是，他反对当时那种把书法当作秘诀，择人而授的保守态度，提倡书法理论与经验的交流。难怪清人包世臣在《艺舟双楫》中盛赞书谱给他的影响是“余今日不啻亲承狮子吼也”。他认为，如果不是孙过庭这样明白地把草书笔法流传下来，草书很可能失传。

《书谱》在书法艺术上的成就也相当高，其通篇以章草为基础，以今草为形貌，以圆笔为至，兼用方笔，正侧锋兼施，藏处含蓄蕴藉，耐人寻味；露处妍美达情，神采飞扬；时而珠圆玉润，时而生辣险绝，其可谓“心手双畅”“翰逸神飞”“穷变态于毫端，合情调于纸上”。今人评《书谱》为“文茂、形美、韵胜、力遒、穷变”。所以历代不少大家多有临此卷

者，当代亦有大量以《书谱》为范本走上书坛的书家。现在，《书谱》正以其字数多、规矩严、变化微，便于初学而日益受到书法爱好者的青睐。

历代名家推重其书法并给予了极高评价。宋米芾在《书史》中评道：“过庭草书《书谱》，甚有右军法。作字落脚差近前而直，此乃过庭法。凡世称右军书有此等字，皆孙笔也。凡唐草得二王法，无出其右。”清朱履贞在《书学捷要》中提及：“唯孙虔礼草书《书谱》，全法右军，而三千七百余言，一气贯注，笔致具存，实为草书至宝。”明王世贞云：“《书谱》浓润圆熟，几在山阴堂室。后复纵放，有渴猊游龙之势。”

孙过庭出身寒微，少年时也曾胸怀济世安民之志，寒窗苦读，广学博览，热爱翰墨，用功不辍。如他自己所言：“余志学之年，留心翰墨，昧钟张之馀烈，挹羲献之前规，极虑专精，时逾二纪。有乖入木之术，无间临池之志。”孙过庭苦心钻研书法达二十年，凭着坚持与热爱终于自学成才。到了四十岁，才做了“率府录事参军”的小官，因操守高洁，不满官场黑暗，遭人谗议而丢了官。辞官归家后，他便抱病潜心研究书法，撰写书论，可惜未及完稿，孙过庭却因贫病交困，暴卒于洛阳植业里之客舍。

孙过庭的一生贫病交缠，命途多舛，却始终怀有一颗对书法的赤子之心。尽管其拥有如此巨大的艺术成就与影响，但仍旧无法摆脱历史对他的冷漠，以至于后人无法完整了解其潦倒坎坷的身世际遇，甚至无法确认其生卒日期与籍贯。孙过庭留下的宝贵而丰富的书法理论也并没有得到后世书法人的重视和珍惜，这在中国书法史上实为了一件莫大的憾事。

传承建筑美学 打造“Modern Chinese”新典范

文 | 王祎

当富春山居激情碰撞 Jean-Michel Gathy，恢弘的“汉唐遗风”霸气地结合江南传统建筑；当富春山居遇见印尼设计巨匠 Jaya，古典的东方元素温柔地融入现代设计。西方碰撞东方，诞生了中国风，中国遇见世界，更新了中国风。感知生命、体验风雅，寻找生活原本的温度，就在富春山居度假村。

独树一帜江南韵味

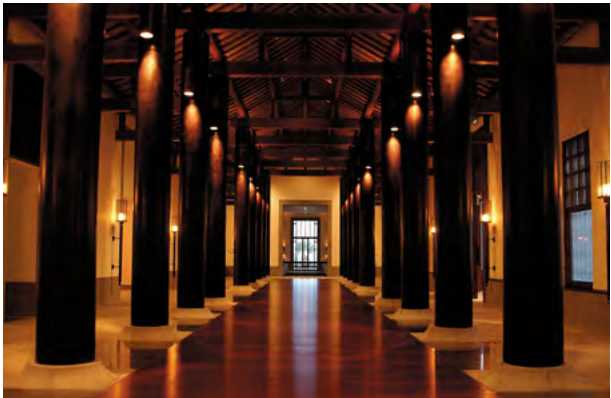
富春山居度假村是安缦御用设计师 Jean-Michel Gathy 在中国的第一个设计作品。柚木廊柱设计的酒店大堂，硬木与石料所铺成的地面，宫殿般气宇的穹顶，巧夺天工的榫卯结构搭建的挑高屋梁……左右对称、横向延伸，蕴含着汉唐风格的仪式感，与近似庙堂的气场令人震撼。古朴而宁静的禅意，有种



归来的心安，除了大面积黑白灰的主色调，红棕色提亮了空间意境感，各个空间皆用对称或排列的手法，将石狮、花艺、灯光营造出远近有趣的透视美感。

深入其中，登高望远，湖廊居、富春别墅、富春阁、高尔夫会馆……山居的建筑次第映现，参

差错落的屋顶也构成了天际线的一道景观。四条粗粗的斜脊从东南西北四方拢聚起来，撑起了整个屋顶的支架。黑瓦，一片叠着一片，一排挨着一排，有一种秩序之美。穿过曲径通幽的竹林，山居柳暗花明出现时，抬头望去，就是这样一个具有江南韵味的屋顶。



在中国传统建筑美学中，屋顶样式可以起到对整个建筑风格画龙点睛的作用。缓缓延展的屋檐、优美弹性的曲线、微微起翘的屋角以及形式多样的屋顶，有时再辅以灿烂夺目的琉璃瓦，凝练成惊艳的视觉艺术，让沉重的建筑有了飞动轻快的韵味。

可是山居的屋顶又好像不那么“中国”。按照建筑礼制来讲，攒尖式屋顶不应该出现正门；按照建筑风格来讲，屋顶少了那些繁杂的、具有深刻寓意的装饰；按照建筑美学来讲，屋顶显得不那么对称与方正。

这大概就是外国人眼中的“中国风”。作为富春山居总的建筑规划设计师，Jean Michel Gathy 对于东方文化情有独钟，所以他在打造富春山居时，摒弃了一味仿古的做法，他想要呈现的是他所理解的“中国味”——化繁为简，去芜存菁，把最具中国意象的气质符号提炼出来，最终发展成为独树一帜的“Modern Chinese”风格。



最美泳池汉唐风韵

1828 年，英国在利物浦乔治码头修造了第一个室内游泳池。也大概是从这个时候才开始，游泳被作为一个专门的运动项目渐渐推广开来。作为一个舶来之品，当游泳池成为各大顶级奢华酒店的标配时，莫不是以现代、时尚的设计风格示人。

作为富春山居的室内设计师，来自印尼的 Jaya Ibrahim 却坚持把古代的魅力带到现代的文明，在打造游泳池时，摒弃了各种现代风格，以独具汉唐风韵的室内装修风格来设计酒店和私家别墅游泳池。富春山居的游泳池因此也被誉为中国最美的室内游泳池。

设计时，Jaya 仔细研究当地文化与建筑特色，在用色方面，他总是选择一些自然的色调，不愿制造太大的空间冲突，又能很好地融汇于建筑主体。富春山居游泳池的设计则汲取了中国古代美学元素，从大堂款步来到游泳池内，一眼望去，黑色马赛克装饰的泳池，上方以漆木条为支撑，搭建起了一个传统的挑

高木支架穹顶，四周点缀了石刻雕像和舒适的躺椅。无主光源的灯光设计，如遥远的殿宇，幽静、深沉、内敛。

在私家别墅区域，游泳池在沿袭酒店风格同时，也把私密性做到极致。木柱环绕，红烛摇曳，高度的隐私与宁静，远离喧嚣，紧张而又躁动的身体，也得到彻底的舒展。没有了木柱的环绕，视野也更加开阔，窗明几净，炽热的阳光穿过玻璃，不自觉地也温柔了许多，洒在水面上，波光粼粼。绿树倒影在泳池中，游弋其中，仿若身体享受了一场来自大自然的 SPA。窗外是静谧的风景，窗内是清晰的倒影。古风桌凳、菱花窗格、书法匾额，与现代感的游泳池相谐，最好地诠释了 Modern Chinese。

一步一景，一景一意境，方寸之间，各有天地。



杂件“复兴”奏响厨房新乐章

文 | 潘岑

中国从古至今，从不吝啬对器具的喜好和追求，从厢房到膳房，从客堂到花园，大到家居陈设，小到锅碗食器，器具将人物、情感、生活和艺术糅合在一起，传递着浓厚的历史质感。如今的生活场景越发丰富、细腻而又多变，快速的生活节奏不得不让产品更高效、准确地满足人们的需求。但同时，生活的雅意与乐趣也不容被忽视，好的厨房器具总能在“快”和“慢”之间寻找到平衡，帮助我们料理好每一餐、每一食，而那些历经时光岁月打磨的器具也因此蕴藏着无限的爱与包容。

抱着这般对生活的美意，“张小泉”的厨房杂件迎来了一场“复兴”，这也是对生活智慧及现代美学最大的致敬！也许你会说，厨房里有一套好刀、有几口好锅，便能满足基本的烹饪需求。诚然，我们总是不遗余力地置办厨房里的主角，却不曾发现那些小杂件的丰富和精彩，它们总是默默付出，低调做事，潜移默化地提升我们的生活质感。然而哪天没有它们，我们恐怕要捉襟见肘、措手不及了。

当食材遇到对的器具就仿佛遇到对的人，哪怕是厨房里的配角也有自己的高光时刻，让我们来瞧瞧它们是如何叮叮当当奏响厨房新乐章的！



全新鬼冢系列杂件系鬼冢家族的又一新作，也是该系列产品的首套杂件产品，延续鬼冢系列的良好基因，好用又好看，超高的性价比让人心动。



全新菱锐系列厨房杂件，让下厨事半功倍、趣味多多，莫兰迪系的“美色”，让人一秒就上头。开罐器，一切开盖尽在“掌”握，从此厨房的瓶瓶罐罐都交给它，那些用尽洪荒之力的尴尬再也不是事儿。刨丝器，get 厨师级的刀功，再也不会把土豆丝切成粗细不均的“薯条”。打蛋器，加倍马力，轻松破壁，让烘焙的兴致不输在打蛋器这根起跑线上。提盘器，牢牢端稳你的那盘“菜”，拥有双层卡口的专业提盘器最是可靠，不会一言不合就滑盘。刨皮刀，一刨到底，完美成形，即使刨去外衣，“我”还是那个精致的“美男子”。



全新菱钻系列便携餐具安全环保的材质解决了上班一族棘手的餐具问题，美丽的颜值还丰富了时尚行头。



全新巧厨系列料理器精通切蛋、碎菜，有 400ml、900ml 及 1200ml 三种容量，手拉式和按压式满足不同使用习惯。不管是肉糜、蒜蓉、土豆泥，还是各种辅食，统统搞定。



“国粹风华合金筷”、“状元及第合金筷”，让你领略筷尖上的风华，筷头水晶胶镶嵌铝片，形态各异，让每一双都有自己专属的主人，还能进洗碗机，真所谓“上得了厅堂，下得了厨房”。

幸福不是什么都拥有，而是你想要的恰好都在身边。愿“张小泉”的每一件器具都能温暖当下，绵长情谊，在未来美好的时光里相逢。

从一饮一食中， 收获夏日健康生活

文 | 王炜炜



步入炎夏，一年中气温高且又湿热的日子就要来了。

在夏季，高温、高热、高湿的“桑拿天”会频繁出现，很多人往往会觉得身体乏力、精神不振。因此，在民间，夏季也被称为“苦夏”。

酷暑天带来的负面效果可不只是精神萎靡，各类健康问题接踵而来才最让人担心。比如中暑、心血管疾病、心衰等，外加我们身体出汗多，消耗大，容易出现疲劳、消化功能减退的情况。

如果不注意保养，做好自身的健康管理，很容易导致免疫力降低，埋下各种病根。

学会夏季健管小知识，安心过苦夏

防中暑

中暑是夏季最常见的“高温杀手”，烈日曝晒，工作强度大、睡眠不足、过度疲劳等都是中暑的诱因，尤其是长期户外的工作者及体质较差的老人、小孩、产妇更易中招。

中暑后果可大可小，轻则神志恍惚，四肢痉挛，重则发展成“热射病”，导致晕厥癫痫，呼吸衰竭，如不及时治疗甚至会有生命危险。近几年，每逢盛夏，都会出现几例“热射病”致命的案例，因此要夏天一定要做好“防暑”！

防暑小窍门：

- 1、尽量避免在上午十一点至下午三点的高温时间段出门，不要长时间在阳光下暴晒；
- 2、户外工作者要注意高温防晒，及时补充水分，最好是劳逸结合；
- 3、外出时提前准备一些如清凉油、风油精、薄荷锭等降温药品；

中暑怎么办？

- 1、迅速脱离高温环境，移至通风好的阴凉处休息；
- 2、身体喷洒适量凉水降温，或用冷水毛巾敷头部、颈部等处降温；
- 3、降温的同时补充含糖或电解质的饮料；
- 4、病情严重且无好转，应及时拨打 120 急救；

防受寒

夏季最炎热，也最容易受寒，听起来是不是很矛盾？酷热中，人体血管处于扩张状态，肌肤腠理开泄，因此外界寒气极易入侵。

尤其因为高温，人们常喝冷饮、洗冷水澡、吹空调，过度贪凉会导致外湿入内，反会引起脾胃升降，造成消化功能障碍，引起食欲不振等问题。

防寒小窍门：

- 1、冷饮食用要适量，以免贪图一时凉爽而落下病根儿；
- 2、多喝常温凉白开、茶水解渴；
- 3、空调 26 度最适宜，两三个小时后需要开窗透气；
- 4、尽量不洗冷水澡，养成洗热水澡的习惯；
- 5、夏日睡觉少贪凉，至少盖住肚脐和胸口；

重膳食

夏季需注重养心安神，在饮食方面适宜清热消暑的配搭。

苦夏饮食推荐：

- 1、“夏吃苦”，即适合吃苦瓜、莲子、新鲜百合等“凉性食物”，可以刺激胆汁、胃液分泌，增进食欲，帮助消化吸收。不过，“苦味”食物药性偏寒，多为凉寒之品，虽有清热解毒的功效，但食用太多也不好，特别是老人和小孩，食用适量即可。
- 2、“冬吃萝卜，夏吃姜”。夏天炎热，体内阳气空虚，温热的姜汤既能补体内阳气之虚以温中，又能借助阳气发散排毒。
- 3、宜食绿豆汤。绿豆有健脾的功效，可以适当喝些绿豆粥祛湿、健脾。绿豆煮汤能够消暑益气、清热解毒，对于轻度中暑，头昏头痛、胸闷气短、无汗烦热症状能起到治疗效果。

4、宜喝绿茶。绿茶清热去火，还可以对人体流失的电解质进行迅速补充，进而维持体液的动态平衡，能够帮助消除倦意，提神醒脑。

5、忌食太咸的食物，如咸鱼、咸菜等。夏季燥热，人体水分本就容易流失，摄入盐分太多，更易导致烦躁干渴。

健康生活往往就藏于这些细微之处，看似一动，一静，一饮，一食的生活琐碎，却时刻影响着我们的体魄健康与精神状态。所以，即使平平无奇的夏日里，也要认真去过，做好自身的健康管理，从一饮一食中收获宝贵的健康生活。





▶ 4月27日，浙江省委常委、统战部部长熊建平莅临富春控股集团开展“新时代浙江人经济与浙江民营经济融合发展”调研工作。



▲ 4月21日，杭州市委副书记张仲灿一行莅临富春控股集团杭州余杭基地，开展“走亲连心三服务”活动，了解企业疫情防控和复工复产进度，并现场协调解决企业面临的问题。



▲ 4月底，富春控股采购并捐赠的1万套医用防护服和50万只医用外科口罩抵达新加坡，为当地医护人员提供防护保障。



▲ 5月8日，张国标董事长出席杭州市红十字会举办的纪念第73个“五八”世界红十字日暨杭州城市大脑·杭红捐赠平台发布仪式。



▲ 6月8日，湖北汉川市委书记李先乔、汉川经济开发区党工委书记鞠鹏程一行，来到杭加湖北公司，就有关工作进行现场调研和指导。



▲ 近日，网营物联鄂东南智能供应链运营中心项目和网营物联汉川智能供应链运营中心项目入选《湖北省2020年省级重点建设计划》。



▲ 近日，中国物流与采购联合会物流企业综合评估委员会第二十九次会议审定通过第二十九批A级物流企业341家，如意仓获批AAAA级物流企业。

《菜根谭》：
嚼得菜根，百事可为



推荐人：富春控股集团董办主任 崔思维

推荐理由：

宋朝诗人黄庭坚曾说“三日不读书，便觉语言无味，面目可憎。”读书不仅开阔视野，也滋润心灵。经常读书的人，大多清澈而灵动，悠远而恬淡，面目也便平和而淡定。一本好书带给人最大的享受，就是富于哲理而又文辞隽永，发人深思而又生动有趣，令人回味无穷而又心智大开，不同的人读出不同的感悟。《菜根谭》就是这样一本好书。

内容简介：

《菜根谭》是明代人洪应明收集编著的一部讲述人生、处世、修养的语录性著作，和《围炉夜话》《小窗幽记》一起并称为“处世三大奇书”，是一部能够让现代人开阔思想、安顿心灵的智慧之作。毛主席曾经这样评价：嚼得菜根，百事可为。本书文辞优美、含义深邃，众多富含哲理的名言警句，教世人入世之法，处世之道，微言大义，引人入胜，发人深思且耐人寻味，不仅滋润心灵、陶冶情操，更磨炼意志、催人奋发。它就像一盏指路明灯，在品读中令人“身如菩提树，心似明镜台”，不断明理，致知、格物，完善自己的人生和智慧，提高自己的境界和格局。



《定位》：
赢得用户心智之战



推荐人：富春控股集团市场品牌中心总经理 赵双双

推荐理由：

本书提出了被称为“有史以来对美国营销影响最大的观念”——定位，改变了人类“满足需求”的旧有营销认识，开创了“胜出竞争”的营销之道。在竞争日益激烈的今天，它揭示了现代企业经营的本质（争夺顾客），为企业阐明了获胜的要诀（赢得心智之战），是商业人士的必读之作。它从心智的角度，探析了品牌在面对竞争激烈、同质化严重的当下，如何定位的逻辑，以及如何占据顾客心智、提升形象、彰显个性。定位理论与品牌管理具有密切的关联，对品牌管理具有重大的指导意义。

内容简介：

圣人孔子说过：“知人者智，自知者明，胜人者有力，自胜者强。”能认识别人的叫做机智，能认识自己的才叫做高明，能战胜别人的叫做有力，能克制自己的人才算刚强。在营销市场中，我们不仅要了解市场（市场需求、顾客心理和竞争对手等），还要了解自己（产品的特色、公司的优势和员工认知等）。定位的精髓就是只有“知己知彼”，才能“百战不殆”。



健康管理铂金会员尊享权益

GONGWANG RENYA



疫情来临时，方知健康与生命之重！

成为公望仁雅健康管理铂金会员，

余生，为自己的健康加油！

总价值：45000元 铂金特惠价：**28000元**

（注：不包含健康管理服务中所需购买的干预产品费用、日常单项诊疗费用以及绿色通道指定专家费用。）



从成为会员开始，我们将为您提供以上会员尊享权益，为您妥善解决健康问题，维护健康状态，让您享受到涵盖前沿科技、高端医疗、私密关怀的会员制服务。

公望仁雅健康管理中心 身边的健康促进专家
台湾天成医疗集团 浙江中医药大学 富春控股集团
健康管理服务咨询电话：0571-28231801



扫码关注我们哦