

台风“黑格比”来袭之日 浙农领导严密部署抗台工作



汪路平一行冒雨在横店星耀城项目工地协调防台抗台工作

□ 稼轩

8月4日,台风“黑格比”在乐清登陆,并由南往北移动,对浙农遍布全省的项目设施和职工人身安全造成威胁。本次台风预警发出以来,集团主要领导密切关注台风走向,嘱咐安全领导小组不间断联系一线地区经营机构,确保把灾情损失控制在最低范围。

台风登陆后,集团党委书记、董事长汪路平通过多种渠道了解集团各农资、汽车经营机构和房产项目的受灾情况,对各单位应对灾情的准备和抗台防汛的成果给予充分肯定。同时,汪路平要求各农资仓储机构继续查漏堵缺,确保肥药膜等

农资产品不受雨水浸湿,并做好灾后救灾农资商品的准备;各汽车4S店要以灾情为大考,急客户所急,想客户所想,克服一切困难帮助车主抢救受灾车,减少客户财产损失;各地产业企业要紧绷工程安全之弦,仔细排查项目周边地质、水文情况和项目内设施安全维护情况,做好各项物业服务工作,以灾情为契机提升品牌形象。

4日下午,在台风中心进入浙中区域后,汪路平冒着暴雨驱车前往浙农实业所属横店星耀城项目工地,召开现场会协调抗台工作。汪路平强调,包括星耀城在内的地产项目公司一定要提升认识,绝不可轻视台风及其次生灾害的影响。要明确责任,项目主要领导亲自抓,落实具体责

任人,切实做好在建工程、小区物业的安全防护;要落实措施,灾后对受台风影响的广告牌、塔吊、脚手架、临时工棚进行检查、排查,消除隐患;要立整立改,对周边环境、排水设施和倒伏绿化等进行逐个提升,推动物业品质明显提升,确保居民住宅小区长治久安。

当天,公司总经理包中海、浙农股份总经理林昌斌等领导也分别打电话了解指导各地经营机构抗台工作。台风过境后,各级抗台人员仍然坚守岗位,严密防范台风的次生影响。此次台风期间,浙农省内各经营单位未发生重大灾情损失和突发事件,取得了防台抗台工作的全面胜利。

□ 办公室 刘苏蒙

8月14日,上城区委书记陈瑾率队走访浙农控股集团,与集团党委书记、董事长汪路平等就企业发展、政企合作座谈交流,了解企业发展的现状和需求,帮助企业协调相关问题,最大限度地为企业发展提供优质服务。

陈瑾高度评价了浙农在为农服务、企业发展和文化建设等方面取得的成就,称赞浙农是一家有实力、有担当、有情怀的大型综合性企业,并对浙农集团一直以来给予上城区的支持表示感谢。陈瑾指出,浙农集团拍下70亩园区用地,启动公司总部迁建提升和大众创业平台建设的计划,体现了浙农的魄力。新启用的浙农科创园体量大、布局好、入驻企业较优质,希望浙农能进一步发挥优势,打造明星园区。上城区各相关部门将就浙农提出的问题做好协调和落实,为浙农的发展提供优质服务,营造良好的营商环境,希望双方能进一步加强交流与联系,共同努力,携手发展。

汪路平对上城区在疫情期间的为浙农下属企业提供防疫物资并指导企业做好各项防疫工作,解决企业复工复产、退税等多项难题表示由衷的感谢,对上城区提供的营商环境给予高度评价。他指出,浙农从上城区起步,发展与上城区有着密不可分的联系,未来浙农将继续发挥产业优势,坚持“以商哺农”的发展理念,重视资源整合,促进企业高质量发展,为助力上城区创收贡献更多的力量。

期间,陈瑾一行在汪路平的陪同下参观了浙农名特优产品体验中心、“浙农视界”企业形象展厅等园区设施,详细了解了浙农的发展历程、为农服务、产业结构和企业文化等方面情况,对浙农企业发展取得的成绩表示祝贺与钦佩。

上城区政府副区长孟晓斌,区有关部门、紫阳街道负责人、浙农集团有关领导林昌斌、叶郁亭、刘文琪及有关部门和子公司负责人参加交流活动。

送服务鼓干劲 携手同心谋发展 上城区委书记陈瑾一行到访浙农

速 览

汪路平调研金华茂阳

8月12日,控股集团党委书记、董事长汪路平在赴金华茂阳考察调研时强调,金华茂阳要着力抓好项目基建,充分把握农合公司组建机遇,加强与浙农茂阳的资源整合,有效发挥整体优势,深耕区域市场,切实保障农产品配送竞标项目落地,有效实现战略布局目标,为后续发展打好坚实基础。农合公司总经理陈锡锋等参加调研。(办公室 周颖颖)

探访农企轨迹 共话窗口担当

8月14日,集团第一党支部与浙报经济新闻网党支部开展“探访农企轨迹 共话窗口担当”主题联合党日活动,参观建于1960年代的公司萧山仓库,并来到浙农科创园,就提升农业企业的社会形象、促进“重要窗口”建设以及支部党建特色工作等内容进行了座谈,进一步加强了两支部间的党建工作交流与合作,促进了党建与业务的融合。(办公室 陈叶霖)

惠多利同雅苒中国交流商务及农艺

8月3日至4日,惠多利同雅苒中国开展商务及农艺交流活动,总结回顾上半年度雅苒产品销售及农化推广进展并对下半年工作作出具体安排。雅苒中国商务总监雷蕾表示将继续全力支持惠多利下半年各项推广活动,并从加强渠道建设优化、推进作物与方案有效结合、继续做好宣传推广工作等方面提出建议。(惠多利 胡略)

浙农金泰与天津坤禾达成战略合作

7月30日,浙农金泰与天津坤禾达成战略合作意向,双方将充分发挥各自资源、品牌、区域等优势,在产品代理、自营产品、OEM服务、布设“TTB”模式生物有机肥工厂、农产品分销等方面开展全方位业务对接,通过专业的技术服务,优质的产品、科学的配方方案,为促进农业产业发展贡献力量。(通讯员 万良群)

爱普科技助力武鸣柑橘种植

近日,浙江爱普农业科技发展有限公司协助广西客户在南宁武鸣举行柑橘现场会,邀请当地及周边地区的种植户观摩对比实验。实验结果显示示范地使用“诺普丰”速溶硫酸钾的柑橘叶片浓绿,几乎没有缺素症状,果实较大且均匀。此次观摩活动较好地提升了“诺普丰”速溶硫酸钾在当地的名知名度。(浙农爱普 徐柠)

明日控股召开导师制分享会

为进一步完善新人培养模式,探讨和改进内部导师制的发展思路,7月23日,明日控股召开2020年半年度导师制分享会。控股集团副总经理、明日控股董事长韩新伟在会上表示,导师制对留住人才、培养人才,破解“招人难”问题有着至关重要的作用,要把培训学习平台和公司现有的其他制度结合起来,把物质激励和精神激励结合起来,让导师制项目的内容变得更加有效。(明日控股 郑妮)

华悦物业垃圾分类工作获省市表彰

近日,浙江省建设厅公布2019年度全省生活垃圾分类示范片区、高标准示范小区名单,华悦物业在管的安吉华都·龙山玺园、龙游华都·首府两项目获“2019年度浙江省生活垃圾分类高标准示范小区”荣誉称号。同时,安吉华都·龙山庄园、紫竹山庄两项目获“2019年度湖州市垃圾分类标杆小区”荣誉称号。(华都股份 郑利利)

华都股份成功续评“AAA级信用企业”

近日,经杭州资信评估公司的严格考核与综合评选,华都股份再度被评定为杭州地区“2019年度企业信用等级AAA级”资信单位。AAA级是企业信用评级的最高等级,华都已于8次获得该项殊荣。未来,华都股份将继续坚持诚信为本,进一步提升企业实力和品牌影响力,实现企业信用价值最大化。(通讯员 张文萃)

浙农药业二期基金投资项目登陆创业板

8月4日,创业板上市委员会2020年第12次审议会议召开,由浙农药业管理的二期基金——浙农鑫翔所投资的项目熊猫乳品集团股份有限公司(首发)获会议通过。熊猫乳品自成立以来一直运营“熊猫”品牌系列炼乳产品,经过多年的发展已成为国内炼乳领域的领军企业,主营业务为浓缩乳制品的研发、生产和销售以及乳品贸易。熊猫乳品是浙农二期基金首个过会项目,也是浙农药业管理基金过会的第二个项目。(浙农投资 周震东)

宝马练摊——宁波宝昌举办汽车集市

近日,宁波宝昌举行了一场别开生面的“超好玩”汽车集市,参加人员可以自带“装备”,在宁波宝昌准备的安吉华都·龙山玺园、龙游华都·首府两项目获“2019年度浙江省生活垃圾分类高标准示范小区”荣誉称号。同时,安吉华都·龙山庄园、紫竹山庄两项目获“2019年度湖州市垃圾分类标杆小区”荣誉称号。(金昌汽车 丁露露 归佳)

宁波凯迪宋明权街头义助临盆孕妇

8月7日早高峰,宁波凯迪售后服务经理宋明权正在上班路上,看到一位待产孕妇产在小区门口急切寻求车辆帮助。宋明权毫不犹豫地上车这名孕妇产,以最快的安全时速前往医院。但在距离医院还有500米时,婴儿出生在了他的车上。当孕妇产及婴儿被安全送入医院后,宋明权就默默地离开了。事后,被救孕妇产通过媒体辗转联系到宋明权,向他表示由衷的感谢。(通讯员 虞佳)

华通医药收获业界两项大奖

近日,华通医药捷报频传。在由中国医药物资协会、人民网·人民健康联合发起的“致敬逆行者·2020全国药店人、医药企业榜样”推荐展示活动中,华通医药获“2020全国医药企业榜样”称号。另外在2020西湖论坛开幕前夕,“连锁药店杰出人物奖”隆重发布,华通医药总经理朱国良获此殊荣。(浙农股份 戴以壮)

持续精准 久久为功 ——浙农控股集团结对帮扶龙游柑橘产业转型升级工作纪实

□ 通讯员 郭婧

“老师,希望您能够为我们制定柑橘种植的全程方案,我们就照着方案干!”8月14日,在龙游县湖镇镇上范村金秋红柑橘专业合作社的会议室内,一位刚刚听完一堂关于柑橘种植技术课程的种植大户发出了这样一个“请求”。

原来,这是一场由浙农控股集团主办,浙农爱普科技、龙游县金秋红柑橘合作社承办的龙游县柑橘产业转型升级技术培训会。会上,来自浙农集团下属爱普科技公司的技术人员就目前市场行情、柑橘栽培技术及当期用肥建议,结合实例向到场的11位种植大户进行了深入讲解,并通过互动提问的方式,“点对点”帮助大户解决平日里积累的技术难题。龙游的这场培训会,正是浙农集团近年来发挥自身优势,积极助力脱贫攻坚的一个片段。

找准帮扶切入点 精准深入下功夫

一直以来,浙农集团尝试着摸索一套切实可行的产业扶贫模式。2018年,在党委书记汪路平的大力倡导下,集团党委主动加压、认真研究,制定出台了《精准帮扶工作实施意见》,由集团本部联合11家主要成员企业共同出资设立了总额2000万元的浙农精准帮扶基金,并结合自身农资主业优势,初步确立了产业扶贫的思路举措。2018年,浙农控股集团与金秋红柑橘合作社结对子。金秋红柑橘合作社,成为浙农专项帮扶工作的第一个受助对象,也是浙农深入扶贫实践的“起点”。

柑橘是龙游县传统的经济作物之一,在带动当地农户增收致富方面发挥着重要作用。但在产业结构上,一直以品种老化、附加值低、竞争力弱的椪柑为主,收益不如从前,对增加当地农民收入已无法形成有效支撑。龙游县金秋红柑橘合作社的负责人朱江宜,是一名与椪柑打了30多年交

道的“老橘农”,也是龙游县柑橘协会的会长,手头有着包括东北亚、东南亚等国内外市场在内的完善销售渠道。他每年通过保底收购的形式,帮助当地橘农销售产品,常年维系着数百户橘农的3000多亩椪柑,是当地名副其实的产业“带头人”。引进培育新品种,实现产品的换代升级,正是朱江宜一直想做的事情。据他介绍,传统椪柑近年来的市场价基本稳定在0.8-1元/斤。而新品种普遍能卖出个好价钱,如“红美人”的市场价格在15元/斤左右,最高可超过20元/斤,每亩地的收入相比椪柑可以翻上两三番。“我们曾尝试引进价格好的新品种,但苦于种植技术跟不上,一直没有形成好的收益,大家都快丧失信心了。”朱江宜说。

根据浙农控股集团党委的安排,具体为朱江宜提供技术帮扶的,是集团旗下从事高端进口肥料经销的浙农爱普科技公司,他们从内部抽调“精兵强将”,迅速组建起以1名博士、3名硕士为骨干的8人帮扶团队。为更好“嫁接”国外先进种植技术,爱普科技甚至还专门邀请了1名西班牙籍专家加入队伍。

“我们第一次到朱江宜的地里,就发现他的栽培技术和用肥方法都比较粗放落后。这样的种植模式下,想要种出有竞争力的产品,显然不现实。”团队技术负责人童旭宏博士介绍道。经过多轮“会诊”,帮扶团队最终为朱江宜“量身定制”了一整套作物解决方案。2年多来,团队成员定期上门提供服务,实地跟进果树长势,了解肥料施用效果,及时根据气候、水分、土壤等“小环境”变化,调整阶段性用肥思路,始终保证技术方案针对性和实用性。除此之外,在当地农业主管部门、供销社、行业协会的支持下,团队还多次组织召开技术培训会,先后请来华中农业大学、华南农业大学的柑橘类专家学者,邀请当地及周边橘农参加,同步引导农户转变观念,从思想上为后续帮扶成果的推广打下了铺垫。

以点带面共提升 实事求是绘新卷

“效果真的很明显!去年这些新品种的第一批果卖出去后,有许多回头客,都说我这个产品的口感很好,”在爱普科技的帮助下,朱江宜的新品种市场反馈良好,让他彻底改变了传统的栽培和用肥观念。“确实只有科学的技术搭配优质的肥料,才能种出高质量的好产品。”

凭借着“带头人”的影响力,当地橘农们在听说技术提升带来的喜人成果后,纷纷到朱江宜的合作社实地观摩,一致希望能用上同样的技术方案。8月14日的这场培训会,来到现场的11名大户共计种植柑橘近1500亩,正是当地柑橘新品种引种的“主力”。通过他们,帮扶成果的示范作用将进一步扩大,有望让更多农户受益。

当天,浙农控股集团相关负责人出席了培训会,在现场倾听了橘农们对柑橘种植技术方案的认可和对技术指导的强烈需求后,双方表示,将继续支持当地柑橘产业发展,改变以往送肥料、送资金的简

单“输血”扶助,让产业帮扶模式更好转化为“自我造血机制”,以持续的柑橘增产、农户增收来检验精准帮扶成果。

“复盘”浙农围绕龙游柑橘产业所开展的帮扶工作,“培养内生动力”“稳定增产增收”“可持续”的脉络清晰可见。以金秋红柑橘合作社为龙头的龙游柑橘产业,其自身优势是拥有较为完整的销售渠道,但传统低效的种植技术严重制约了产品竞争力。浙农集团正是准确把握住了这一问题的关键,结合自身农资供应和技术服务优势,以产业“带头人”为纽带,始终坚持以市场化的思路开展帮扶工作,通过引入先进种植技术、引导种植观念升级,准确切入、直达“病灶”,帮助他们打通在生产种植环节的瓶颈,推动老品种提质、新品种培育,切实提高了当地柑橘产业的竞争力,从而带来较高经济效益。

“开展扶贫工作实事求是,对症下药很重要。”浙农控股集团党委相关负责人表示,集团将进一步总结好的经验做法,积极探索包括产业扶贫、消费扶贫在内的不同扶贫模式,为决战脱贫攻坚贡献更多的浙农力量。



在龙游县柑橘产业转型升级技术培训会上,参会种植户每人领到了价值2500元的“诺普丰”水溶肥

员工担当主力军 热力促销拓经营

□ 办公室 刘苏蒙

7月9日至24日,华通商贸旗下唯尔福公司举办了为期半个月的生活用纸促销活动。全体员工担当“销售员”,热力推销“纸音”系列产品。在大家的共同努力下,这次活动售出29000余组促销套装,比原先设定的20000组销售目标多出45%;销售



唯尔福员工自费用私家车送货

额达到170多万元,较去年同期绍兴本地超市促销增长近40%。

唯尔福旗下的“纸音”系列纸品在绍兴本土具有较高的知名度,市场占有率约为50%。近年来,许多新兴纸巾品牌进入绍兴市场,一定程度上对“纸音”的市场地位形成了挑战,加之每年的6-8月是生活用纸类商品的销售淡季,仅靠与超市合作

的促销活动已经不足以稳固市场。此外,今年“纸音”品牌重点推出了新款可湿水面巾纸,也迫切需要创造新的宣传热点,为新产品赢得口碑。 “如果一成不变的话,等待我们的只有被市场淘汰的命运。”唯尔福董事长何幼成说,今年公司除了开展超市促销等活动外,第一次走出“舒适圈”,尝试让所有员工担任销售人员,发掘新客户,掌控销售的主动权,用前所未有的促销力度拓宽市场。此次活动促销套装由新款纸巾和传统产品搭配而成,共含有26包408张至450张不同型号的四层软抽与10筒180卷卷纸,价格仅59元,而消费者通过其他渠道购买同样的产品,最优惠也需要70余元。对于许多非销售业务岗位员工来说,走出办公室成为一名“销售员”亦是人生第一次,克服“面子”问题与熟人分享,向陌生人推荐产品,也需要迈出第一步的勇气。促销活动一开始,何幼成便带头行动起来,立即着手联系朋友推销产品,第一天就售出了500组促销套餐。在董事长的带头下,员工们也慢慢克服了心理障碍。他们主动在社区里进行推销,在小区门口或夜市上摆地摊,在各自的朋友圈推广,在亲友群等途径扩散……穷尽一切办法联系客户、成交订单。看着不断上涨的销售数据,大家心里充满了成就感,销售热情不断高涨。在大家的努力下,订单量不断上涨,

活动开始不到一周,唯尔福仓库的库存告急,出现了供不应求的状况。“销售淡季出现这样的情况还是头一遭。”何幼成说,往年淡季唯尔福工厂机器每天仅运作8小时,出现货品供应问题后,工厂立马开启24小时运转模式,在短暂的商品缺货后,迅速补足库存,保证促销活动正常进行。

订单量的激增同时带来了物流配送的问题。唯尔福公司只有两辆物流车,如果仅由公司物流车送货的话,将耗费大量时间。唯尔福员工主动请缨为公司分担压力。数量大、距离远的订单由公司物流车统一配送,一些数量小、距离近的订单则由员工利用下班时间配送。每天下班,仓库门口便排起了长长的取货队伍,有的员工开着私家车踏上送货之旅,有的用电瓶车载着商品冲进风雨里,有的拎着纸巾套装走路去送货……员工们不辞辛苦、忘情投入的身影成为这个夏天最美的“风景线”。“团结、勤奋、高效、挑战自我、超越自我。”何幼成说,这是唯尔福的企业精神,每一名员工都是脚踏大地的践行者。此次促销活动的成功举办不仅创造了良好的销售业绩,也达到了新品宣传的效果。未来,唯尔福计划每隔半年举办一次促销会,继续发挥员工主力军的作用,在实践中不断优化提升,提升公司品牌影响力,创造更好的经营效益。