

打响“浙里来消费”金字招牌



消费是最终需求，既是生产的最终目的和动力，也是人民对美好生活需要的直接体现。中共中央、国务院《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》指出，要加快完善促进消费体制机制，增强消费对经济发展的基础性作用，坚持消费引领，顺应居民消费升级趋势，切实满足基本消费，持续提升传统消费，大力培育新兴消费，不断激发潜在消费，更好满足人民日益增长的美好生活需要。

目前，我省消费总体水平处于全国领先地位，最终消费率已达到49%，GDP的一半是由消费构成的。

为推动消费，我省出台了《浙江省推动批发零售业改造提升行动方案（2018-2022）》《2019年浙江省促进消费重点工作计划的通知》等一系列促消费重大举措。2019年，浙江省商务厅成立消费促进处，把消费促进工作列入全厅九大攻坚首要任务。

为认真落实党中央、国务院关于扩大消费的系列部署，省商务厅办公厅《关于组织开展2019年“消费促进月”活动的通知》要求，为期两个月（5月-6月）的2019浙江消费促进月活动，于4月30日正式拉开帷幕。活动首次提出“浙里来消费”口号，打造浙味美、浙里购、浙里优、浙里行、浙里游、浙油礼、浙丽人、浙最惠八大“浙”系列促销活动，聚焦餐饮、家电、汽车、老字号、成品油、美发美容等行业，引领绿色、智能、时尚、品质等消费热点。形成各行各业并举，重点企业支撑、线上线下融合、进口出口互动、省市县三级联动的消费促进新格局。此次活动得到了政府相关部门的充分肯定和鼓励，朱从玖副省长在省商务厅报送的消费促月工作总结上批示：“活动多，内容丰富，成效明显。要进一步深化促消费的各项活动，通过‘消费促进月’等多项活动，强谋划、强推动。”

一场场消费活动，一阵阵购物狂欢，让消费者尽情拥抱美好生活。干在实处，走在前列，勇立潮头的浙江再行动，鼓足干劲，切实打响“浙里来消费”金字招牌。

《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、
沈忠达	杭州老板电器股份有限公司	华东一区总经理
沈 滨	浙江省农都农产品有限公司	董事长
张慧勤	杭州联华华商集团有限公司	董事长
郁士裕	浙江联华快客便利有限公司	副总经理
郁义龙	浙江苏宁易购商贸有限公司	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
雍轶群	浙江宏图三胞科技发展有限公司	总经理
赵文阁	浙江中国小商品城集团股份有限公司	总经理
骆左强	浙江上百贸易有限公司	董事长
俞步松	浙江经济职业技术学院	党委书记
赵伯祥	话机世界通信集团股份有限公司	董事长
赵 敏	杭州市商贸旅游集团有限公司	董事长
胡敏杰	宁波太平洋恒业控股有限公司	董事长
徐九成	衢州市商贸业联合会	会长
徐仁艳	浙商银行股份有限公司	副行长
徐承彦	中国银联股份有限公司浙江分公司	总经理
诸奇德	浙江中浙国际展览商务有限公司	董事长
翁南道	颐高集团有限公司	董事长
陶晓莺	杭州三替集团有限公司	董事长
徐祥燕	浙江省成品油行业协会	常务副会长
章凤仙	浙江省餐饮行业协会	会长
屠红燕	万事利集团有限公司	董事局主席
章建成	浙江杭钢商贸集团有限公司	董事长
董伟平	浙江省百货购物中心协会	会长
韩利平	杭州饮食服务集团有限公司	总经理
潘廉耻	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
马 剑	浙江罗森百货有限公司	执行总经理

contents

卷首语

P01 打响“浙里来消费”金字招牌

特别策划

浙里来消费 生活更美好

P04 点亮“浙里来消费”
2019 浙江消费促进月盛大开启

P08 2019浙江消费促进月地市启动

P11 华润万家“美丽生活这里购”
助你实现端午“自由”购

P13 2019 浙江消费促进月暨“全球海尔浙里购，
美好生活来定制”正式启动

P17 “浙里来消费”联华华商助力生活更美好

P19 顺联动力“鸡哥庄园”促销游戏上线，点亮“浙
江消费促进月”启动现场

决策者参考 政策文件

P21 国务院办公厅关于在制定行政法规规章行政规范性文件过程中充分听取企业和行业协会商会意见的通知

观点

P24 衢系餐饮在杭发展现状及品牌化对策研究

商界纵横

品牌故事

- P28 善蒸坊、德辉——百年老号 匠心传承
- P32 标准化、数字化升级连锁快餐服务
——老娘舅餐饮“二化融合”发展
- P36 元于臻选，和则至诚
——万元和致力于做传统食品的养生专家

浙商风采

- P38 2019 银盒子年中复盘纵观风险与机遇下的餐饮市场
- P42 浙江银联积极服务实体经济移动支付便民“十大场景”全面开花
- P46 打通企业境内外融资需求 浙商银行的池化融资平台有“大奥秘”
- P48 打造一流陆路港 构建危化品物流全新生态圈

魅力商街

- P52 江南古民居大观园——璟园
- P56 以文为魂 以业为美——全面建设文化传承与旅游产业融合发展的千年古镇

浙商联动态

- P60 第七届养老服务业博览会
- P62 浙商联动态



主管单位：浙江省商务厅

主办单位：浙江省商业联合会
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

浙江省商业联合会

地址：杭州市体育场路 508 号地矿科技大楼 4 楼

邮编：310012

电话：0571-85062226

传真：0571-85069995

网址：www.zjsm.org

E-mail: smylhh@126.com

浙商联媒体传播中心

电话：0571-85061057

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



点亮“浙里来消费”

2019 浙江消费促进月盛大开启

4月30日下午，由浙江省商务厅主办的“2019浙江消费促进月·浙里来消费”活动启动仪式在杭州嘉里中心举行。朱从玖副省长点亮“浙里来消费”，开启了“浙”里消费的盛宴，省商务厅盛秋平厅长代表组委会致辞。启动仪式举行了“浙”系列八大主题活动发布、代表企业促销内容发布、“诚信经营、促进消费”联合倡议签名等活动。

4月30日-5月1日，启动现场设置八大“浙”系列主题快闪体验店，为消费者打造了一场“浙里来消费”沉浸式开幕盛宴。缙云烧饼、嵊州小笼包等地方特色小吃，老字号国潮经典、海尔智慧家庭、宋城景点、联华缤果无人店等快闪亮相；宋城古装穿越、浙丽人化妆美发秀、胡庆余堂手工泛丸、杭州茶厂手工炒茶、朱府铜艺铜雕展演、

寿仙谷铁皮石斛现场制作、王星记扇面作画、张小泉凿花技艺等齐秀现场；原创音乐大赛、“浙里扫一扫”抽奖等互动活动等，给现场老百姓带来味觉、视觉、听觉多重享受。

5月-6月，浙江消费促进月活动将围绕“浙里来消费，生活更美好”主题，浙味美、浙里购、浙里优、浙里行、浙里游、浙油礼、浙丽人、浙最惠等八大“浙”系列持续开展



省商务厅盛秋平厅长代表组委会致辞

活动。“浙味美”百城万店惠民促消费、世界厨王争霸赛，“浙里优”老字号巡回展、天猫百大老字号唤醒计划，“浙里行”好车“贷”回家、新能源特卖试驾，“浙油礼”中石化易捷饮料节、中石油“10”惠送大礼、中化石油超级会员日，“浙里游”“门票当钱花、小票抵门票”商旅互动促销、银联“云闪付”享优惠，“浙里购”银泰520相亲大会、世纪联华粮油品类5-8折促销、沃尔玛大卖场5月5折大促、来苏宁



朱从玖副省长点亮“浙里来消费”



“诚信经营 促进消费”联合倡议签名仪式





“浙”系列八大主题活动

- ① 浙油礼 ② 浙最惠 ③ 浙里购
- ④ 浙丽人 ⑤ 浙里优 ⑥ 浙味美
- ⑦ 浙里游 ⑧ 浙里行



抢空调、海尔家电焕新健康节、华润万家洗护美发用品满减优惠，“浙丽人”百家门店优惠促销，“浙最惠”阿里口碑新零售生活节、苏宁红孩子商城“嗨购五一嘉年华”等发起全省消费总动员。

各地积极响应，将举行杭州春季购物节、宁波“鼓楼好品味·浙里来消费”主题活动、温州智能家电·品质生活购物节、嘉兴端午运河文化美食节、湖州刷卡有礼银行促销、绍兴“越惠悦生活”购物节、金华特色饼一条街开街活动、衢州建材节、舟山“普陀幸福购”时尚购物节、台州温岭农（渔）业博览会、丽水网上惠生活美食节、义乌之心周年庆等。据统计，本次消费促进

月全省活动达 400 多场，将带给消费者丰富多彩的消费体验。

4 月 30 日 -5 月 1 日，一场为期两天的开幕盛宴。

5 月 -6 月，一场覆盖全省持续两个月的消费盛会。

浙里更美好，欢迎来“打卡”！



领导巡馆



2019 浙江消费促进月

地市启动



杭州

“2019 浙江消费促进月·浙里来消费”杭州市系列活动以“春暖杭城”为主题，已于4月5日先期启动，将一直持续到5月31日，其间65场主题展会、行业展销等将轮番“上演”，“承包”消费者的吃喝玩乐，进一步激活杭州“消费引擎”，助推杭州打造东方品质之城和“购物新天堂”。



宁波



5月11日，“2019 浙江消费促进月·浙里来消费”（宁波分会场）启动暨镇海第三届家装博览会、第六届《中国达人秀》宁波专场活动隆重开幕。众多国内外优质品牌商参展，小强热线栏目主持人——小强现场为消费者全程保价、监督，第六届《中国达人秀》宁波专场也在开幕式现场助威造势，为现场群众带来一场视觉盛宴。从5月上旬到6月中下旬，浙味美·海鲜配、浙里购·全品类、浙里行·好车贷、浙油礼·真实惠、浙丽人·品质优等“浙”系列主题活动将发起宁波消费总动员。

温州



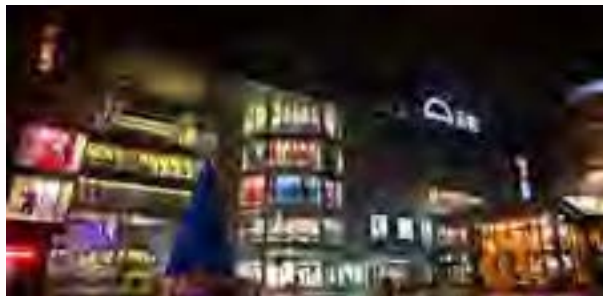
4月25日,2019年浙江消费促进月温州活动在鹿城区五马街正式拉开序幕。活动将聚焦智能家电、高品质家居、进口产品、休闲娱乐等消费新增长点,以此增加高品质商品和服务供给。活动期间,商业综合体、大型百货商场、超市等将在节假日推出系列个性化活动。以苏宁电器、一百家电等为引导带动,推出开展智能加点促销活动,举办品质生活购物节。重点汽车4S店将开展新车品鉴会、团购、试驾、易捷饮料节和智慧洗车等活动。围绕瓯菜主题开展万福宴等活动,进一步弘扬瓯菜文化。

湖州

浙北大厦超市举办八店同庆活动,东吴银泰城举办5周年庆活动,星火百货推出“银行助力”刷卡赠券、“5折风暴·1促即发”等各类促销打折活动。

5月19日,德清雷甸第十四届枇杷文化节精彩启幕。同时,雷甸镇将与淘粉吧、温州深夜食堂、澳范儿、杭州美食、杭州吃货、六膳门、超成都等多家优质的美食电商平台合作,共同成立全国首个专门线上销售推广雷甸枇杷的电商联盟,将为雷甸枇杷搭建一个成熟的线上体验圈、线下销售圈,与消费者建起良好信任和互动。

5月25日-26日,2019安吉第二届建材博览会暨安吉汽车4S店惠民服务月在安吉会展中心举办,50+建材家居品牌强强联合,家装建材、家具家电、窗帘壁纸、开关灯具、地板门窗等几十类类家装建材、上千款产品、上百个畅销品牌给消费者带来福利。



嘉兴

2019 第十五届嘉兴汽车文化博览会暨第十一届香樟树汽车文化节于 5 月初在嘉兴市国际会展中心举行，参展企业达 86 家，汇聚了国内外上百款车型。

5 月 19 日，嘉兴“百县千碗·嘉肴百碗”IP 发布暨“嘉肴百碗进万家”活动启动，将在全市范围内组织开展“百县千碗·嘉肴百碗”IP 评选推广活动，将美食、文化、旅游活动深度融合，组织开展丰富多彩的系列活动，配合消费促进月“浙”系列主题活动，掀起“浙味美”饮食文化狂欢。



衢州

衢州新城吾悦广场“我爱你·吾悦”消费月系列活动于 5 月初启动。衢州东方商厦各购物中心将推出黄金珠宝、化妆品、服饰折扣，衢州、龙游大润发从 5 月 15 日将推出国货节促销活动，还有房博会、婚博会等大型展会。除了商场的促销活动外，活动期间全市共计划推出 83 场促消费活动，涵盖了餐饮、家电、成品油、美容美发等行业，整个消费促进月活动将持续到 6 月底。



华润万家“美丽生活这里购” 助你实现端午“自由”购

为引领消费者追求美好生活，5-6月份，浙江省商务厅在全省举办浙江消费促进月活动，以“浙里来消费·生活更美好”为主题，让消费者尽情拥抱美好生活。

华润万家积极响应省商务厅“2019浙江消费促进月·浙里来消费”活动，广泛发动各合作伙伴努力营造消费促进氛围，加大货源组织，保障节日市场产品供给，通过线上线下齐造势，推出系列优惠活动，让消费者实现“自由”购。

五一假期为出游商品需求旺季，作为消费促进月重要档期之一，“五一焕新季5折起”的优惠活动，掀起了抢购热潮。据吾悦广场店负责人介绍，除了休闲食品的优惠活动引来许多出游消费者，买三送一，118元享4斤小龙虾更是受到了年轻消费者的欢迎。不亚于酒店专业烹饪水准的蒜香小龙虾迎来了许多回头客，“壳薄肉质紧实鲜美”这是家住东方明珠的陈女士在朋友圈对小龙虾的评语。

除休闲食品、生鲜堂食热销外，华润万家基地直采的应季瓜果消费也在升温。东方蜜、网纹瓜、西瓜……一上市便受到消费者的青睐，促销价的麒麟西瓜、荔枝销量更呈爆发性增



长。“华润万家一向重视基地直采工作，基地直采的水果不仅新鲜，价格优惠，品质更有保障，而且随着新型农民越来越多，品种更加丰富、来源更加优质。虽苹果、菠萝、哈蜜瓜等个别水果因天气原因整体市场较往年价格均有上涨，但来自基地直采的水仙芒、西瓜等价格优势明显，一季度水仙芒就销售了350万”，生鲜部采购人员对记者说道。

据悉，华润万家浙江省区大卖

场已推出美丽生活这里购“浙”里喝牛奶(5月22日-6月4日)，单笔消费满120元送60元蒙牛常温奶代金券(6月3日-6月9日)，期间购买蒙牛常温奶每满120元可抵用。“浙”里来洗护(5月22日-28日)指定品类满78元凭券立减30元。“浙”里享六一(5月22日-6月2日)文具办公用品、玩具、体育用品满120元凭券立减60元等“浙”里专享优惠活动。同时，为了丰富端午节庆，提升消费者购物体验，

还将“浙”里过端午(5月31日-6月2日)酒、粽子、保健品、包装冷冻牛排统统参加满99元凭券立减40元的促销活动，豆沙粽、板栗粽、蛋黄粽……各口味齐出动，部分门店更有传承发扬中华优秀传统文化习俗——包粽子与市民互动活动。

此外，华润万家还不时推出了外场新品推介、美食试吃，足不出户享受美团下单优惠等活动，深受消费者欢迎。



(华润万家 特约供稿)



2019 浙江消费促进月

暨“全球海尔浙里购，美好生活来定制”正式启动

5月8日，由浙江省商务厅主办，各市商务主管部门、省商贸业联合会、省家用电器流通协会等七大行业协会及全球白电第一品牌海尔，共同打造的浙江消费促进月“全球海尔浙里购，美好生活来定制”暨海尔国潮家电节活动在新新饭店启动。浙江省商务厅消费促进处领导，浙江省商贸业联合会、浙江省家用电器流通协会等协会负责人以及100余家杭州海尔事业核心伙伴莅临本次活动现场。

2019年“消费促进月”活动的通知》(商办运函【2019】58号)要求，在省商务厅的指导下，聚焦新时代主要矛盾变化，以内贸流通创新推动供给侧改革为主线，围绕消费大省和流通强省建设目标，着力构建多元普惠的消费促进体系，进一步





完善促进消费的体制机制，培育和壮大消费热点，营造安全放心消费环境，推动消费成为浙江经济高质量发展的新引擎，更好满足人民对美好生活的需要。

随着消费者消费的品质化、个性化、差异化，促使商品供给不断丰富，智能、中高端商品销售增长明显。目前以家电行业为代表调整产业结构，满足智慧高端的发展成为目前供给侧改革的重要发展核心，让浙江人民不断增强品质消费的意识，同时满足消费升级的需求，这是政府与企业携手并进的结果，也是浙江省商贸业联合会、浙江省家用电器流通协会等行业协会，海尔和千万家庭交互沟通的结果。未来，我们这一成果必将影响到全国家电行业的品质消费形势，把以海尔为代表的成套、品质家电带给亿万家庭，引领全国家电新型消费时代！

海尔作为中国民族品牌的世界名片，30多年来，深挖用户需求，洞察不同时期用户生活方式特点，持续推出满足用户需求、引领行业发展的家电产品和服务标准。在消费结构升级、消费品质提升的大背景下，此次“全球海尔浙里购，美好生活来定制”暨海尔国潮家电节活动，海尔将进一步升级社群交互模式，唤醒消费者的品质生活意识。

时代变迁，海尔是见证者也是引领者

海尔始终屹立于中国家电行业的潮流之巅。在海尔家电博物馆，除了煤油灯、组合音响、缝





纫机等“三转一响”老物件，还有这台时称“琴岛——利勃海尔”的冰箱，它不仅帮助海尔拿下中国冰箱史上首枚质量金牌，也开启了海尔引领从质量到节能、高端、再到当下智慧潮流的家电行业演变史。

海尔推出7大系列爆款及5大智慧套系新品

海尔空调能在不开窗情况下换新风，保证空气新鲜和恒温，而且语音就能控制，包括能预约热水的热水器、会自动调节风力的吸油烟机等，海尔7大品类潮品都具备智慧功能。

不止有潮流单品，海尔还带来智慧厨房、智慧浴室、智慧客厅、智慧卧室、智慧阳台5大场景智慧套系新品，为用户呈现一站式智慧

生活方式。比如智慧厨房的全空间保鲜冰箱，工作人员打开“U+”APP，就能查看存储的食材种类、产地等信息；我们平时洗衣服需要分类、分批，某些面料还不知道如何洗，智慧浴室里的海尔洗衣机可以自动识别衣物、水质等，还能根据桶内衣物类型和数量，给出洗衣液用量参考。这些功能是基于海尔“生态”实现的。比如衣物识别是源于衣联网打通了服装品牌、RFID物联网识别技术等资源，食材溯源则因为海尔与诸多绿色食品供应商建立了合作，这种生态是开放资源生态，能提供传统家电无法提供的生态服务，更好的去完善用户的智慧生活方式。

在物联网时代，海尔不再是一个单纯的产品品牌，更是一个以智

慧生活方式为核心相互连通的生态品牌。而场景和生态正是海尔智慧家庭形成的两大差异化优势。通过“互联互通、主动服务、语音交互”让用户体验到真正的新潮智慧家居生活。

海尔引领智能家居国际市场趋势和消费浪潮

近年来，随着物联网的飞速发展及人工智能的深入应用，人们的消费升级趋势也越来越明显。从去年消费促进月开始，“消费升级”也在家电市场初露端倪。而浙江省作为我国的经济强省，互联网产业发达，消费者对品质生活的要求更高，在高端、品质消费方面趋势更加明显。

海尔家电携手浙江省600多家



核心经销商，同步开启“海尔国潮家电节”-国之潮品，海尔当之无愧。我们希望通过不断扩大智能家电消费升级的规模，给消费者带来高端智能的消费体验。

此次“全球海尔浙里购，美好生活来定制”暨海尔国潮家电节的举办，不仅为用户带来最领先的智能硬件，更基于海尔智家“5+7+N”全场景定制成套方案，构建起智慧家庭美好生活服务平台，为用户呈现可体验、可购买的全新智慧生活方式，领创智慧家电潮流新风尚。

事实上，基于全球建立的7大品牌矩阵，海尔智家具备为全球用户提供差异化解决方案的能力，譬如美国GE Appliances有“北美版”智慧厨房套系，旗下品牌斐雪派克为新西兰用户推出了“社交厨房”等。目前，海尔智家俨然掀起了全

球用户的全新消费需求，以领先的产品套系及服务，为全球智能家居市场迭代提供标准尺，打破愈演愈烈的价格战竞争格局，开辟新一级增量市场、新一轮消费潮流。据数据显示，海尔智家成套销量已突破1000万套。

智能家居曾被视为物联网时代率先引爆的风口，而今，智慧潮品及套系的亮相、以及全球市场的持续落地，都在印证着海尔在以智家创物联网时代生态品牌的路上，已然率先占据了时代风口。除此之外，海尔智家在“人单合一”模式指导下，还有着全球标准制定者、国际潮流领创者的诸多标签，成为国际家电产业迭代趋势和消费潮流的风向标。

在此次从6月1日正式启动，持续到6月18日结束的海尔国潮

家电节当中，海尔7大品类潮品以及5大场景智慧套系新品都将开售并参与活动。活动期间，海尔将创新交互体验，改变以往以企业为主的营销活动，而是让用户做主角，产品好不好，用户通过现场交互体验活动即可验证。在这一轮家电消费升级过程中，海尔提供的不只是新技术、新产品，而是基于互联网时代的智能应用场景和智慧生活体验。海尔家电杭州中心携旗下三大品牌，通过“卡萨帝玫瑰跑”“海尔爱到家”“统帅Lone系列新品发布”等主题活动，让更多的消费者体验到海尔整套智慧家电带来的生活享受。

(海 尔 特约供稿)

“浙里来消费” 联华华商助力生活更美好

4月30日，由浙江省商务厅主办的“2019浙江消费促进月·浙里来消费”活动在杭州嘉里中心正式开启。朱从玖副省长点亮“浙里来消费”，开启“浙”里消费盛宴，省商务厅盛秋平厅长代表组委会致辞。启动仪式举行“浙”系列八大主题活动发布、代表企业促销内容发布、“诚信经营促进消费”联合倡议签名等活动。同时，“浙味美”“浙里购”“浙最惠”等八大“浙”系列主题的快闪店炫彩亮相。杭州联华华商集团有限公司作为省内商贸主渠道企业代表和“浙里购”活动参与单位，携世纪联华鲸选无人便利店亮相展会现场。

新型业态无人超市带给市民新体验

世纪联华鲸选无人便利店作为“浙里购”的新零售业态亮相活动现场。启动仪式结束后，副省长朱从玖、省商务厅厅长盛秋平、杭州市副市长胡伟来到联华无人便利店参观体验，对顺应新消费趋势下的联华华商探索新零售场景充分肯定。

无人便利店是杭州联华华商集团重点孵化的零售新业态，占地面积仅15平方米（长6米；宽2.6米；高2.76米），不需要依托建筑物便可开店，它使用目前最先进的商品识别技术，通过大数据、物联网、人工智能等黑科技加持，真正实现了24小时全时段无人化运营，将服务和商品从“最后一公里”推向“最后一米”。

市民只需要通过手机扫码作为身份验证，便可进店选购商品，内商品根据商圈与季节变化适时优化商

品结构，所有的商品由世纪联华统一管理，经过层层把关精挑细选，确保了店内商品的优异品质。此种新业态，从定点试点到目前已经在浙江省先后开出了30多

家，尤其解决了较偏远区域市民的购物需求，未来还将配合杭州智慧城市打造进程，更好地满足消费者细颗粒的全域购物诉求。



民生让利多档活动 助力生活更美好



用券开展，很好地带动洗化美妆部整体销售，同比增幅 22.9%。参与活动人数明显增加，25.8 万人次参与了活动。顾客对于此类活动认可度很高，互动非常受欢迎。活动期间，我们也利用了自媒体的宣传和配合邮报、朋友圈广告宣传及都市快报，公交视频及朋友圈推广进行，所有门店店内氛围装饰进行宣传露出。联华周年庆的效应达到了很好的效果，周年庆的活动将持续到 6 月中旬，超市会根据不同的时间点和不同的品类推出各类活动。让更多的消费者参与到消费促进月优惠让利活动中来，享受美好生活的消费乐趣。

(杭州联华华商集团有限公司 特约供稿)

为积极响应省商务厅开展的“2019 浙江消费促进月·浙里来消费”活动，结合联华 28 周年庆的契机，联华华商从 4 月份开始推出一系列民生、应季、回馈消费者的优惠活动。

4 月下旬期间，推出了粮油节活动。顾客单笔消费粮油商品实付满 198 元即送 18 元粮油商品抵用券一张，活动期间，粮油品类整体销售有了明显提升，同比增幅达到了 156.77%，目标达成率 104%，通过消费送券的活动，参与人数达到了 15.6 万人次，粮油商品抵用券回笼率 22.04%；顾客单笔消费速食米面商品实付满 48 元即送 15 元速食米面抵用券一张，活动期间，速食米面品类整体销售也是有了很好的提升，同比增幅 15.85%。速食米面活动参加人数达到了 4.8 万人次，抵用券回笼率 58.57%。

五一期间推出“洗护节”，5 月上旬，洗护嘉年华活动主题围绕洗





顺联动力“鸡哥庄园”促销游戏上线， 点亮“浙江消费促进月”启动现场

五一小长假期间，由浙江省商务厅主办的“2019浙江消费促进月·浙里来消费”启动仪式在杭州举行，朱从玖副省长点亮“浙里来消费”，开启“浙”里消费盛宴，省商务厅盛秋平厅长代表组委会致辞，为期两个月的消费盛会将由此拉开大幕。启动仪式上，除了“浙”

系列八大主题的活动发布，亮点还有很多，比如代表企业顺联动力发布的促销社交游戏应用——“鸡哥庄园”正式对外公测。

5月-6月，浙江消费促进月活动将围绕“浙里来消费，生活更美好”主题，浙味美、浙里购、浙里优、浙里行、浙里游、浙油礼、浙丽人、

浙最惠等八大“浙”系列持续开展活动。据统计，本次消费促进月全省活动达400多场，将带给消费者丰富多彩的消费体验。

除此之外，2019浙江消费促进月活动发挥电商平台优势，发动线下商家积极参与，设置八大“浙”系列主题快闪体验店，供市民提前



体验。其中，“浙最惠”阿里口碑新零售生活节、顺联动力快闪体验店、苏宁红孩子商城等发起全省消费总动员。

其中值得一提的是，作为浙江本土社交电商新势力代表，顺联动力与一甄优品携手为“浙最惠”献上一场商城特惠盛宴的同时，借“2019浙江消费促进月·浙里来消费”启动仪式之际，顺势发布顺联动力社交促销游戏—《鸡哥庄园》正式公测。

顺联动力负责人介绍，《鸡哥庄园》是顺联动力APP推出的首款

社交游戏促销应用，引入了娱乐社交玩法，丰富平台内容，在增加平台用户的娱乐方式提高平台用户粘性的同时促进平台消费，让未完全了解社交电商的用户，通过娱乐化的应用让用户参与并体验社交电商的便利性和亲民性。应用围绕轻松愉快的氛围设计，本身随时随地都可以快速进行操作，不需要太多的在线时间。保证用户不花钱可以正常体验游戏的主体流程，满足游戏的基本消费和用户的基本需求。

前期，为了测试平台用户对游戏接受度，针对部分用户优先测试1

个月，测试用户52万，30日留存70.5%；首日活跃用户（操作用户）46万人，30日留存77.2%。平台用户对社交游戏有较好的接受度，是此次社交游戏正式公测的重要依据之一。

短期来看，《鸡哥庄园》只是一个提高平台用户粘性和活跃度的产品，但其核心目标旨在跨足游戏娱乐领域，了解平台用户本身的游戏接受度、用户的游戏行为习惯以及其它层面的数据收集和反馈，从而为之后更多样化的游戏开发方向提供参考，打造“社交+电商+游戏”的创新电商模式。

此次购物节通过线上线下联动结合，多活动叠加释放倍增效应，引爆了一个个消费热点。阿里口碑、顺联动力·《鸡哥庄园》、苏宁商城等代表企业的加入，掀起了一阵阵消费高潮。顺联动力表示，会继续积极探索促销新模式，不断丰富平台创新形式和内涵，助力杭州在抢抓“后峰会、亚运会、现代化”的历史机遇中，进一步激发消费引擎，释放内需活力，助推杭州打造东方品质之城。

（顺联动力 特约供稿）





国务院办公厅关于

在制定行政法规规章行政规范性文件过程中充分听取企业和行业协会商会意见的通知

国办发〔2019〕9号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

近年来，在制定与企业生产经营活动密切相关的行政法规、规章、行政规范性文件过程中，各地区、各部门通过扩大听取意见范围、拓宽听取意见渠道等方式，为企业和行业协会商会参与制度建设创造了条件，取得了积极成效，但听取意见对象覆盖面不广、代表性不足，征求意见事项针对性不强、程序不规范，意见采纳反馈机制不健全等问题还不同程度地存在，未能充分反映企业合理诉求、保障企业合法权益。为深入贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神，推进政府职能转变和“放管服”改革，保障企业和行业协会商会在制度建设中的知情权、参与权、表达权和监督权，营造法治化、国际化、便利化的营商环境，经国务院同意，现就制定有关行政法规、规章、行政规范性文件过程中充分听取企业和行业协会商会意见通知如下：

一、科学合理选择听取意见对象。在制定有关行政法规、规章、行政规范性文件过程中，各地区、各部门要科学评估拟设立制度对各类企业、行业可能产生的影响及其程度、范围，对企业切身利益或者权利义务有重大影响的，要充分听取有代表性的企业和行业协会商会以及律师协会的意见。有关行政法

规、规章、行政规范性文件对不同企业、行业影响存在较大差别的，要注重听取各类有代表性的企业和行业协会商会的意见，特别是民营企业、劳动密集型企业、中小企业等市场主体的意见，综合考虑不同规模企业、行业的发展诉求、承受能力等因素；涉及特定行业、产业的，要有针对性地听取相关行业协

会商会的意见；涉及特定地域的，要充分考虑当地经济社会发展水平和产业布局特色，充分听取地方行业协会商会、律师协会的意见。听取企业意见时，要注重听取企业内部不同层级代表特别是职工代表的意见。

二、运用多种方式听取意见。行政法规、规章、行政规范性文件



出台前,凡是与企业生产经营活动密切相关的,各地区、各部门都要通过多种方式听取企业和行业协会商会的意见,做好沟通协调,提高企业贯彻落实的积极性。除依法需要保密的外,要通过网络、报纸等媒体向社会公开征求意见,并有针对性设计有利于企业和行业协会商会参与公开征求意见的各项工作机制;要在政府或者政府部门门户网站上搭建公开征求意见平台,积极探索与知名商业网站、影响力较大的行业协会商会的网站建立链接;要保证公开征求意见的期限,杜绝走形式、走过场。采取召开听证会、座谈会、论证会方式听取意见的,要提供制度设计的背景、目的、适用范围以及对相关人员或群体可能产生的影响等资料,引导企业和行业协会商会围绕主要问题和不同意见,进行充分有效的讨论。采取问卷调查、书面发函方式听取意见的,要围绕直接关系企业切身利益、各方面分歧较大的问题,科学设计问卷、调查提纲等,积极探索委托专业机构进行调查。采取实地走访方式听取意见的,要找准问题、开诚布公、平等交流,认真倾听企业和行业协会商会的意见,深入了解其诉求。对争议较大的事项,可以引入第三方评估,全面充分听取利益相关方的意见。

三、完善意见研究采纳反馈机制。各地区、各部门对企业和行业协会商会提出的意见,要认真分析研究,充分考虑其利益诉求以及该利益诉求对其他相关企业、行业的影响,吸收采纳合理的意见。采纳

情况要积极运用政府或者政府部门门户网站、移动客户端、微信公众号、报刊等方式向社会公布,或者通过电话、短信、电子邮件、信函等多种方式向有关单位反馈。对相对集中的意见未予采纳的,要通过适当方式进行反馈和说明。

四、加强制度出台前后的联动协调。制定与企业生产经营活动密切相关的行政法规、规章、行政规范性文件,要结合实际设置合理的缓冲期,增强制度的可预期性,为企业执行制度留有一定的准备时间。要加强新出台规章的备案审查和行政规范性文件的合法性审核,维护法制统一,确保文件合法有效,为企业发展提供制度保障。制度出台后,要注重执行过程中的上下联动,坚持实事求是,避免执行中的简单化和“一刀切”,不能让市场主体无所适从。要注重制度实施效果监测,开展后评估工作,充分听取企业和行业协会商会对有关制度的实施效果评价和完善建议,将后评估结果作为有关制度立改废释的重要依据。

五、注重收集企业对制度建设的诉求信息。拟订行政法规、规章、行政规范性文件制定计划时,要主动及时了解企业所需、困难所在,注重征集企业和行业协会商会的意见,积极研究论证企业和行业发展急需的制度建设项目。要有效发挥人大代表建议、政协委员提案等的

探索在行业协会商会建立基层联系点等制度。加大对有关制度建设意见建议的收集整理力度,增强有关行政法规、规章、行政规范性文件的针对性、有效性、可操作性。

六、加强组织领导和监督检查。各地区、各部门要切实提高政治站位,坚持以人民为中心的发展思想,把在制度建设中充分听取企业和行业协会商会意见作为推进科学立法、民主立法、依法立法,加快建设法治政府,进一步优化营商环境的一项重要工作来抓。要加强组织领导,健全企业和行业协会商会参与制度建设工作机制,完善与企业的常态化联系,主动研究解决有关重大问题,多途径做好宣传工作,鼓励、支持、引导企业和行业协会商会积极有序参与制度建设。要加强综合协调和督促落实,广泛凝聚共识,形成工作合力,不断提高听取企业和行业协会商会意见的实效。要加强监督检查,建立健全行政法规、规章、行政规范性文件动态清理机制,加大规章备案审查和行政规范性文件合法性审核力度,对发现的问题及时纠正,对未按规定听取企业和行业协会商会意见的严格责任追究。

衢系餐饮在杭发展现状及品牌化对策研究

文 / 徐九成 徐文娟

摘要

衢州，有浙江“大花园核心景区”自然之美，有“南孔圣地、衢州有礼”人文之美，更有“好吃衢州”的故事之美。近年来，随着都市经济的快速发展，城市间各种餐饮文化不断跨界融合。杭州市内遍布全国各地的特色餐饮店，其中衢系餐饮显得尤为瞩目。据调查统计，在杭衢系餐饮和特色小吃门店超过一千家，占餐馆总数约3.5%。衢系餐饮不仅代表衢州美食的金名片，更是融入杭州都市圈，加强杭衢两地经贸交流与往来的重要媒介。因此，深入研究杭城衢系餐饮发展现状，分析问题，提出品牌化发展对策建议，对挖掘传承创新衢系餐饮城市品牌具有重要意义。去年衢州市商务局委托衢州市商贸业联合会，商大智慧商业营销实验室及衢州学院联合组建课题组，对杭城八个主城区餐饮业1300余家餐馆进行抽样调查，对其经营条件、模式、菜品、食材供应以及店铺分布情况与分类特征进行数据采集和分析。通过到店访谈、专题座谈会、问卷、网络搜索等方式掌握经营者、消费者信息资料。对衢系餐饮今后对外发展，提出“美衢美味”“衢州有味”“厥里风味”和“信安食府”四个区域品牌建议名称，及系统的对策思考，以提升衢系餐饮综合竞争力。此外，课题组还与当地美食专家共同推荐具有衢州风味的十二道特色菜及八种特色小吃，作为支撑衢系餐饮区域品牌的标准品类。



发展现状 >>>>>

经网络大数据统计,目前杭州主城区内名称中含“衢”字或带有衢州地区地名特征的餐馆数量已达千余家,衢系餐饮的发展潜力和由此产生的商旅文农联动效应对于衢州城市品牌建设、文化传播及服务业发展具有重要意义。

课题组通过定量、定性研究,抽样调查550家衢系餐馆,回收有效问卷496份。分析数据得知,在杭的衢系餐饮主要聚集于老城区和城郊区域,经营业主以衢州人为主,中青年居多。餐馆以个体户经营为主流,中低档占居多数,公司化连锁经营开始起步。餐馆类型以传统食堂型饭店为主,外卖形式为辅,其中新开设店铺占比多,发展潜力大。品牌方面,店铺设计注重衢州特色,店名突出“土菜”和“农家菜”,定位区域特色,商家推广衢州菜区域品牌积极性高;营销方面,促销方式单一且模式较传统;经营方面,餐馆总体盈利状况良好,但经营成本上升较快,税收和租金成本是影响盈利的主要因素。

通过抽样调查消费者分析数据显示:衢系餐饮消费者年龄主要集中在19~40岁,基本覆盖各年龄层;而在衢系餐饮就餐的消费者大多不是衢州人或曾经在衢州生活/学习的人,该比例达到66.7%,可见衢州菜的普适性较强,能较好地满足大众需求。消费者外出就餐人均30~50元占比61.5%;口味偏“鲜”“辣”其中“较鲜”占比63.4%，“较辣”占比50.2%，说明

衢州菜在消费者的口感知中较有特色。衢州特色小吃在消费者的衢州特色菜认知中占比达到81.4%，有很高的知名度。在杭城衢系餐馆的口味、环境和服务评价主要集中在6.9分，处于中上水平。

从上述调查分析，杭城衢系餐饮业的发展有规模、有速度，已经从形成中低档数量规模优势，向中高档品牌主力店、旗舰店群体进军的金三角力量。但是，衢系餐饮在杭发展整体上仍存在以下问题。

一是菜系缺乏标准，品牌形象欠缺

近年来，凭借着杭城衢系餐饮的快速崛起，市场对衢系餐饮的认可度在不断增强。但衢系菜品种类较多，差异较大，缺乏以基础特色菜为核心，差异特色菜为延伸的标准菜单指引，地方性、独特性、正宗性等优势难以凸显，整体外观形象粗放。另外，衢系餐饮仍未形成统一、鲜明的品牌特征及菜品标准，许多商户缺乏规范的标准化、品牌化经营、品质化发展的能力。

二是人才支撑缺乏，发展动力不足

餐饮业特别是中餐向来以手工操作为主，对厨师要求甚高。餐饮企业跨地区发展，竞争优势的取得，需要基于人才数量、质量和技术复制能力，因为菜品工艺的特殊性，要成为一名合格的“衢菜掌勺人”存在一定的难度。当下餐饮业竞争日益激烈，而受制于资金、渠道等因素，杭城衢系餐饮企业对人才的

吸引力有待提升，厨师、店长等高端人才炙手可热。

三是门店档次不高，体验消费不够

根据数据分析，衢系餐饮整体营业环境有待提高，目前的餐馆以中低档次居多，全市餐位数超100位的规模商家仅占18.3%，在经营模式、服务体验、形象打造较为出彩的商家数量也屈指可数。而除个别主体之外，目前多数在杭的衢系餐馆无论是内部的经营管理，还是店铺装修等商业形象均停留在较为粗放的状态，品牌店、连锁店、体验店数量偏少。

四是运营模式落后，提升发展乏力

衢系餐饮存在着从业者素质普遍不高，松散的单店经营缺乏规范等问题，目前整体的运营水平有待提高。高端业态、连锁业态、综合业态、标准化业态、品牌化业态偏少。同时，多数餐馆的半成品比例也较低，中央厨房、智能厨房等概念还未普及，现代化的运营体系尚未形成。另外，当前衢系餐饮业态缺乏创新，动能不足，以体验化、场景化、特色化为卖点的店铺较少。

五是联合互动缺乏，文化特色不浓

在商户联合发展方面，尽管开化、龙游等商会为部分企业提供了行业的促进服务，但目前仍缺乏专业主体为整个衢系餐饮行业进行引导。商户联动能力较差，技艺

相互封锁，难以形成良好的竞合环境。即便出现少数具有实力的民间主体，但缺乏同类或互补性商户的支撑，品牌效应难以形成，在商旅文结合上，店面、菜单体现特色文化的商家稀少。

六是产业平台未建，供应体系不全

虽然衢系餐饮在杭州的发展速度很快，但现有配套设施难以满足市场需求，餐饮产业平台尤为欠缺。多数商家自主进货、配送、制作、销售，供应链服务大平台尚未建

立，产品溯源、仓储服务、物流服务等未成体系，向供应链横向与纵向的延伸不够。调查数据显示，仅有 35.9% 的商家选用衢州食材供应商，大部分商家直接采用杭州食材替代，也影响了菜肴的品质与特色。

对策建议 >>>>>

针对衢系餐饮在杭城的发展现状，笔者提出以下对策思考。

（一）打响衢州餐饮美食区域品牌

衢系餐饮涵盖了地理区域，代表了一方饮食文化特色，区域品牌形式非常适合推动衢州餐饮产业品牌化的发展。建立区域品牌以及服务认证体系，有利于区域性产品（服务）标准化管理、引导品质提升。特定行业区域品牌体现“衢州”特色，是“衢州有礼”城市品牌的有机组成部分；启动衢系餐饮区域品牌的打造，既有利于政府发挥组织引导作用，也有利于市场主体做出

差异化经营特色，同时解决发展中的共性问题。衢州建立餐饮业区域品牌的过程，也是衢系餐饮广泛宣传的过程。课题组提供以下方案供地方政府部门、企业参考：“美衢美味”“衢州有味”“厥里风味”“信安食府”。

（二）建立衢州餐饮美食标准体系

要成功打响衢系餐饮品牌，建立菜品的标准体系是基础。菜品标准化不仅有助于增强消费者对衢州菜的认知，还有助于提高杭城衢系餐饮的总体水平，避免参差不齐。首先，衢系餐饮的菜品名称应尽量

一致。其次，食材选料统一、烹饪手法一致，尽可能达到相近的口感。而为了保证每个商家具有独特性，衢州菜除了要有标准化的衢州菜，还应当具有各家的特色菜，有能够满足新时代消费者需求的创意菜等，不断丰富衢州菜的品类。

（三）培养衢州餐饮美食管理人才

要发展餐饮行业，服务人才必不可少。首先，政府部门应建立一个衢系餐饮人才储备库，采用行政、经济措施，积极参与酒店管理、厨师、服务员培训，同时对合格者优先纳入劳动就业规划，并建立一套完整的人才录用机制和人事档案。其次，要加强员工技能培训，有效地利用国家的惠农政策，利用衢州学院和市厨专委会，以及衢州职业技术学院和衢州市工程技术学校等人才培养基地，打造一支“厨艺过硬、综合素质高”的员工队伍。同时，组织对衢州名厨资源进行有效整合，对厨师在技术等级、社会荣誉、技艺传承等方面进行提升，使厨师职业得到市场保障。

（四）建设衢州餐饮美食品牌联盟

杭城内的衢系餐饮不乏精品名



牌,但特色餐饮较为分散,经营者之间合作意识、协同程度较低,要想提升衢系餐饮整体的形象,需要建立品牌发展联盟。通过汇聚有实力、影响力的餐饮企业,集结同为衢系餐饮行业或互补产业的众多企业,以契约联结的方式,建立正式或非正式联盟合作关系,在保持自身独立性的同时,实现资源共享、优势互补、减少恶性竞争等战略目标,共享联盟利益。联盟企业通过资源的整合与再分配,实现资源共享;通过统一管理,形成规范的店面管理,提高总体水平。

(五) 创新衢州餐饮美食营销模式

品牌营销是餐饮业发展的趋势,而通过整合营销落地是发展区域品牌的核心。衢系餐饮要明确传播的核心内容,并保持一致。首先利用好当地丰富的文化资源,打好商旅文联动组合拳,把南孔文化、衢州有礼和餐饮相结合;把上游产业的商贸流通供应链结合起来,互相支撑,协同发展。其次,通过打造良好的体验来增强品牌效应。以品牌为核心,将空间设计、产品、服务等多种维度进行统一贯通,即消费者的所见、所听、所得,五官感知与功能性的创新体会相辅相成,才能将品牌落在实处进行感知。最后,还需要提高品牌知名度,回流到产品本身。

(六) 构建全渠道食材供应链体系

调查过程中餐饮企业普遍反映成本过高问题,很大程度上是由于缺乏一个系统、高效的餐饮供应链

体系。在此环境下需要通过部门或协会牵头,先组建商家联盟,与中央厨房服务供应平台签订供应链服务协议,密切衔接衢州本地农家的种植基地和杭州的商家,按“工业化”“数据化”的理念,进行统一采购。再搭建中央厨房平台,与商家联盟合作,争取联合中小商家并作为产品与服务的主要提供对象,制定符合市场需求的半成品清单,组建订单配送流程。最后扶持建设种植基地,建立符合高标准食材养殖种植的自然环境,由当地的农民或专业种植户进行承包式的规模性养殖。

(七) 打造“餐商旅文”示范门店

经调研可知,在衢系餐饮店就餐消费者,想去衢州旅游的占比75.5%,说明在衢系餐饮的就餐人群是衢州旅游的目标人群。由此衢州可以通过餐饮这个窗口,对旅游资源进行有效利用。在餐厅的菜单、墙面设计上体现文化、旅游要素。请相关团队设计一系列体现衢州文化的文创产品,扇子、雕刻、餐具等,在餐厅进行陈列展示,既可以美化餐厅,还可以宣传推广衢州的文旅资源。餐饮店还可以与地方商务、文旅等部门合作,有效地把餐饮、旅游结合起来,借助衢州融入杭州都市圈的新机遇,在杭州打造一批“餐-商-旅-文”融合联动的示范门店。

(八) 制定促进餐饮美食发展政策

政策是一个产业成长的补品,推广衢系餐饮的发展,需要地方政

府有关部门的扶持。首先,成立以发展衢州菜为核心的美食发展推进小组,引导商家成立杭城衢系餐饮协会,并协助商家共同制定行业自律管理办法,调配衢系餐饮在杭城的食材、卫生、数量、规模和档次。其次,给商家一定的资金补助、技术支持,对农产品种植基地给予风险责任,技术支持,积极支持农产品的发展。最后,还需政府部门积极推广宣传衢系餐饮,通过举办衢系餐饮文化节、美食节、衢厨争霸等节目,借助权威文艺团体和国家省主流媒体进行宣传,提高衢系餐饮的知名度。

(九) 探索衢州餐饮美食体验特色

为更好地保护和推广衢州地方特色菜系,建议各地各部门探索非遗申请,例如将具有浓厚历史底蕴的“三头一掌”“清朝馄饨”等申请非物质文化遗产,彰显衢州特色的菜肴及风味小吃。建议在衢州市区打造一座衢州菜美食文化博物馆,作为衢菜美食文化传承宣传和消费者体验相结合的衢系餐饮推广场所。同时,再通过打造集农业体验、生态旅游、乡村度假为一体的休闲农业园区,融合“生产、生态、生活”功能,凸显“山水人和”“舌尖美食”“诗意栖息”三大主题,提供从田头到餐桌的一站式服务,给消费者一种全新的体验。

(作者单位:衢州市商贸业联合会
浙江工商大学)



——百年老号 匠心传承



发糕

德辉礼盒



龙游是一个具有动感的地名，她的动自然与衢江（濠江）、灵山江（灵山港）有关。说起龙游便则想起龙游商帮。龙游人经商始于南宋，与南宋迁都杭州有关，与孔府南迁衢州相系，自然也与这两条江息息相关。龙游商帮以长途贩运为主，有“遍地龙游”之说，而后坐船自东往西，逆流而上，过竹林禅寺，绕过江心洲，拐进灵江。一条江便是一条路，便是当时信息流动与交通的途径，一条江的开阔与流淌也影响了龙游人的性情与思维。

蓝宏柏，生于清光绪十三年（1887年），浙江龙游县溪口人，龙游商帮蓝氏家族一员。他早年随家族走南闯北做些小本的糕饼生意，挑着杂货担，特制的大箩筐里装满了各式各样的糕饼，竹扁担被磨得光滑透亮，货郎鼓的声音高低错落，叮咚悦耳。一出门总是十天半月，回来时杂货担里的商品已经所剩无几。从一根扁担开始，一炉饼、一壶水，沐清风、踏明月，朴实诚信，坚毅前行，最终为德辉百年品牌打下坚实的基础。然而“其兴也勃焉，

其亡也忽焉”，战事的困扰，水上交通的失势，清代光绪年间龙游商帮便慢慢开始衰败、没落。通驷桥（现为东阁桥），位于龙游县县城东门，横跨灵山江，以可通“一乘驷马”而得名，历来是龙游经济发展的重要交通要道。落叶归根是每个商人的夙愿，回归的龙游商人沿灵山江设铺，亦贸亦居。久之，成一街，名为东阁桥下街。这里狭长的街道两侧店铺、手工作坊林立，茶楼酒肆，匾额旗招，市井繁荣，商业盛达。

是年（1925年），蓝宏柏将传统的小作坊改造成前店后坊式商铺，于东阁桥下街创办“德辉饼坊”，寄寓于龙游商帮“以义取利”的品德和曾经极致的辉煌。整个商铺分为上下两层，下层前进正厅是营业店铺，后进是加工作坊，自设糕房、磨坊，楼上为住房和仓库。因这前店后坊的特殊经营模式，蓝宏柏不仅以独门手艺制得一手以烧饼、桂花糕为主的特色糕饼，还会根据不同季节、前店客户的不同口味需求

进行不断创新与调整，使得糕点品种繁多，香飘十里；再加上其早年行商一贯坚持宽厚待人、诚信经营的理念，特别重视与商旅交往，使得南北游人商贾，亦或同城百姓，纷纷于此驻足，糕饼果腹，桂茶语香。每当开炉时，常常香满全街，而品尝过德辉糕点的人，都觉得色香味俱全。就这样，一传十，十传百，从最初一片不起眼的临江小作坊，经过多年的发展成为誉满龙游的德辉饼坊。

与德辉饼坊相邻的善蒸坊，为徐姓祖传店铺，其制作的发糕香甜可口，一度成为龙游发糕的代名词。后来由于后代店主心有旁鹜，不专心经营，积弱不振，到了徐仁富这一代，眼看维持不下去，他就将店铺转让给处在上升期的德辉饼坊掌柜蓝宏柏。至此，善蒸坊并入德辉饼坊后，生意愈加红火。

可惜不久，抗日战争的爆发，1942年日军入侵龙游县境内，并在撤退前后，在县城上空用飞机投下

炸弹，通驷桥西首3拱及城东房屋百余间被炸毁，德辉饼坊和善蒸坊也未能幸免。万幸的是，蓝宏柏把店里的物品都搬回了溪口老家。紧张的局势逼迫蓝宏柏避难老家，“德辉”“善蒸坊”因此也就关铺歇业。让人始料未及的这一举措却将善蒸坊尘封在历史的记忆中。

一直到建国初期，重创后的德辉开始了艰难的复业之路，惨淡却有序的经营。龙游解放后，蓝宏柏感觉有了盼头，决定恢复“德辉饼坊”。子承父业，其长子蓝天祥就将已经歇业的“德辉饼坊”重新经营起来。蓝天祥从小就随父学习糕饼制作，且技艺过人。但由于当时的经济结构和群众消费结构变化很大，受政策性因素和物资贫乏的影响，私营小业主的日子越来越难过。他便从小生意做起，以祖传的糕饼手艺，流动摆摊卖起了酥饼等糕饼，现做现卖，成了龙游县城的一绝。随着1956年公私合营的开展，德辉饼坊因为规模小，在这特殊的历史

德 辉



背景下选择再一次关张歇业。

这一关就是三十多年。这些年来，蓝家人复兴“德辉”品牌的念头从来没有中断。春暖花开，德辉在风雨飘摇中走过了承载民族苦难和百姓期盼的艰难岁月。从上个世纪80年代起，在改革开放的大政方针下，市场全面开放，个体企业纷纷开业。90年代，经济大潮在家乡涌动，林林总总的创业者如雨后春笋破土而出，这时蓝锦国有一大胆的想法，要重新创办德辉酥饼。在父亲蓝玉球的支持下，说干就干。

安徽的屯溪，有他们蓝家的一房亲戚。曾几何时，“德辉”在家乡一度灰飞烟灭，却在千里之外留下了火种。蓝锦国此行的目的，就是要带回那粒火种，重新生起“德辉酥饼”的炉子。那年，他19岁。身处异乡，他每天在炉前汗流浹背，常常疲惫不堪，可是每到夜晚，他却总也难以入睡。他日日夜夜地在反复琢磨——那面粉与水的兑比，那搓粉的力度和时间，那肉馅与干菜

的成色，那烤制的火候与程度，那起炉的速度与技巧……就这样，日子长了，他的形象思维逐渐和糕饼融在一起，形成了朴实、坚韧、厚道的性格。两年时间，他终于可以将炉前的那粒火种包好，小心翼翼地攥入怀中，带回了龙游桥下那个炉灰已熄灭了多年的曾经的旺铺前。

1993年在父亲的协助下，蓝锦国因陋就简在桥下街创办了“德辉食品厂”，其实也就是个小作坊。不过从一开始，他就把目光看得很远，他甚至能看到将来把“德辉”做成一个响当当的大公司。他深信，德辉酥饼的制作工艺从他的祖上开始，经过了3代传人的不断努力技艺不断改进，如今到了他的手上一定能重振旗鼓。

为了尽快在酥饼行业生存下去，就必须做别人想不到的产品。在经过一番深思熟虑后，他把目光锁定在小酥饼上，这是一条与其他酥饼企业完全不同的道路。厂子建成的第二年“德辉”的新产品——“迷

你”酥饼就诞生了。正是靠加工小酥饼让他赚了第一桶金。随着德辉名声慢慢地壮大，越来越多的经销商与德辉有了销售合作才逐渐打开了酥饼市场。他说：“‘德辉’能有今天的业绩，是靠小酥饼起家的。”

2005年，蓝锦国致力提高生产效率，与机械厂家共同研发出一款酥饼加工机头，并获得了国家专利，后又购置国内先进设备，经过多次的调试组建第一条自动化酥饼加工生产线。德辉遂成为业内第一个自动化生产酥饼的厂家。经过技术改造，德辉把传统工艺与现代技术、信息化与机械化有机地融为一体，实现科学化、规范化、精细化的生产流程。同时，为了食品安全公司还配备专职化验员，并形成一套从源头、产品到销售的完整追溯系统链，保证德辉食品的品质和安全。德辉在设备、技术，机械化程度等方面下狠功夫，规范操作致力于产品生产，保证产品质量，从而使厂商与经销商共同发展，共同赢

善蒸坊旧址

德辉



利。蓝锦国表示，高投入会有高收获，只有配套设施做到最好，才能为企业发展保驾护航！

为适应消费者需求，蓝锦国谋划着转型升级，走开发新产品之路。在浙大进修期间，他结识了法国有名的制饼专家，在与其交谈过程中，灵光一现，他忽然想能不能把酥饼做成法式薄饼一样。于是他开始修改配方，在法国制饼专家的指点下，成功地把内馅肥膘肉减少，把饼坯摊薄，烘烤出了一锅像模像样的薄酥饼。薄酥饼里头没有大颗粒的肥膘肉，吃起来不腻口，而且薄酥饼轻巧，多吃几个也不会有很大的饱腹感，可以作为休闲零食。这样一次成功的尝试，让德辉获得了良好的市场和口碑。值得一提的是，德辉的此番成就，开创了业界之先河，在同行业中被传为佳话！

从蓝氏家族的德辉饼坊起步到今天的浙江德辉食品有限公司，“德辉”探索出了一条传统食品企业转型升级的新路。走进公司参观现代化的无菌生产车间，游客只要从一条“空中走廊”走过，隔着透明的玻璃窗就可以看到整个糕饼生产车间的全貌。揉面、成型、包馅、烘烤、包装等加工工艺一目了然，“空中走廊看全景”的体验让每个人对“德辉”产品安全卫生有了更直观的认识和深刻体验。“德辉”不仅在建设现代化食品生产车间上是“带头人”，在制定标准上，“德辉”同样是“领头羊”。根据多年的生产实践经验，“德辉”成功制定了酥饼行业的企业标准，成为酥饼行业的领军企业，并先后获“浙江省著名商

标”“浙江省名牌产品”“浙江省著名商号”“浙江省食品行业十佳优秀企业”等诸多殊荣。

“老字号”如何保持基业长青？蓝锦国有着自己的“独门绝技”，那就是与时俱进，不断创新。蓝锦国认为，无论是“老字号”还是普通食品企业，如果产品一成不变，市场只会越做越小，难以持续发展。“德辉”在做好传统酥饼的同时，开发了一个独特的薄酥饼，一下子把酥饼的定位从“吃饱的食品”升级到“吃休闲的好食品”。如今，薄酥饼成为“德辉”的拳头产品畅销全国。蓝锦国还对酥饼的口味做了改良，酥饼的内馅不再是传统的干菜肉，增加了花生味、海苔味、肉松味、核仁味等多种口味。更绝的是，蓝锦国带领“德辉人”创新发明了软酥饼和中西结合的巧克力酥饼，深受消费者喜爱。众多消费者在传统酥饼之外有了更多对新口味酥饼的满意体验。

风起云涌，日升月恒，时间跨越到2009年。善蒸坊，一个近百年的字号，数十年的“消失”，蓝锦国在一次偶然的的机会看到曾祖父收购善蒸坊的地契，一下子点燃了他的复业梦想。在家人的全力支持下，他将多年来蓝家人恢复另一祖业梦想付之行动。当即，他便成立了“浙江善蒸坊食品有限公司”。

经过十年的发展，善蒸坊已然跃居为龙游发糕的“代表”，荣获浙江老字号、浙江省名牌产品、G20杭州峰会总仓供应企业、浙江省非物质文化遗产传承基地、浙江老字号文化传承示范基地、首届中国金

牌旅游小吃金奖、浙江农家十大特色小吃等诸多殊荣。

好的传统技艺，不应只是匠人之间的传承，更有着极大的展示价值。为此，在“善蒸坊”隔壁，一个面积约30亩的善蒸坊糕饼文化园正拔地而起。不久的将来，在文化园里人们不仅能从实物、图片和文字中了解发糕、酥饼等龙游特色传统糕点的历史，更可以亲身体验如何制作龙游发糕，通过一道道工序，让大家动手体验制作美味食品的乐趣。在文化园的产品购物中心，游客还可以买到龙游发糕、酥饼、鸡蛋糕、白糖枣、芙蓉糕、麻酥糖等龙游特产。

如何进一步弘扬“老字号”的文化，是蓝锦国一直在思考的问题。他觉得，今后的食品消费不仅仅只有简单的品尝，更应该有文化的体验。不久的将来，龙游将增添一个新的文化景点——浙江善蒸坊糕饼文化园，而这一景点，仅仅是蓝锦国新规划中的一个新起点，他更远大目标，是把龙游发糕、酥饼推广并传承下去。

蓝锦国和酥饼、发糕打了半辈子交道，他俨然是一位“代言人”。他身处“老字号”时刻都不忘根，不忘自己的使命，传承老字号品牌，弘扬传统文化。两个“老字号”的掌舵人，身负重任不断前行，用自己的双手创造自己的人生，用自己的智慧践行着自己的梦想，创造一个个奇迹，也绘画人生的奇迹！

（善蒸坊 特约供稿）



标准化、数字化 升级连锁快餐服务

——老娘舅餐饮“二化融合”发展

老娘舅餐饮有限公司成立于2000年，在结合东方经营智慧和西方的科学管理模式的基础上，通过摸索梳理出现代中式快餐独有的商业模式，打破了单调的烹饪技艺，完成了高品质的可持续供应，使得老娘舅成为长三角区域中式快餐领导者。

通过多年对于品牌、品质的专注，老娘舅中式快餐得到政府、社会各界的高度认可，是中国餐饮百强，中国快餐十大品牌，先后成为2010年上海世博会供应商，获得文明示范窗口的荣誉；成为上海国际展览中心官方唯一中式快餐品牌，为近千场展会服务；成为2016年杭州G20峰会指定快餐供应商以及华东高铁战略合作商；是浙江省服务名牌，商业模式创新十佳企业等。

一、健全标准化体系，推行标准化理念

老娘舅公司通过多年的自身实践经营总结及探索，并吸取国内外一流餐饮连锁企业的经验，目前已经初步建立了现代中式连锁餐饮企业的标准体系及框架，主要分为2个层面的标准：一是集团管控层面的标准体系，涉及了产品设计与企划、集中采购与加工配送、门店拓展与开发、队伍建设等宏观层面；二是门店运营层面，涉及了门店开业与运营、后厨加工、前厅销售等微观层面，通过近两年的梳理、整合，目前已经初步实现全部门、全岗位、全流程“人人有标准、事事有考核”。

在公司标准化办公室的牵头组织下，标准化工作组一方面陆续对国家现行的食品安全、餐饮管理等法律、法规、办法、标准进行收集，并安排专人进行标准跟踪查新及电子化工作，同时不断梳理、整合公司的制度、流程、规范的文件，统一纳入公司的标准化体系，初步实现了标准化“由内而外、自上而下、从前至后”的覆盖。



依据中式连锁快餐的产品及服务特点，围绕餐饮服务企业健康、规范的总体要求，构建以服务业组织标准化工作指南为基础，以服务通用基础标准体系、服务保障标准体系、服务提供标准体系为核心的数字化健康中式连锁快餐服务的标准化体系。在不断完善公司各类制度、规范、标准的过程中，注重公司信息化系统的升级与改造，将已经制定完善标准与工作流程无缝衔接。并组织标准化、餐饮管理等相关领域专家开展标准化及健康餐饮的知识培训与宣贯，丰富公司员工的标准化知识、提升公司员工的标准化意识，逐步建立基于标准化的服务价值体系，让标准化管理的思维与行为真正地有机结合，从而逐步提升公司整体运营效率。

二、借助数字化高效管理，提升消费者体验

新的快餐连锁生态环境之下，消费者成为整个生态体系的中心，快餐经营者需要建立与消费者无缝、持续的连接，通过无处不在的消费场景和互动通路，持续为消费者提供优质的消费体验，并且在这个过程中，不断提升企业产品核心竞争力。

通过数字化健康中式连锁餐饮服务的标准体系梳理与整合，结合老娘舅新型中式餐饮门店的转型升级及信息化的建设要求，发掘新型数字化健康中式连锁餐饮的空白领域，整理、修订现有标准，制定相关领域的重点标准，不断提升消费者体验。

老娘舅中式连锁快餐立足于三

个现场：“生产基地 + 中央厨房 + 餐饮门店”，控制好影响食品安全的重点环节，围绕食材采购、集中加工、配送及门店销售等核心流程，实施更为严格的控制措施，重点建设“规范厨房、可视厨房、健康厨房”，以确保消费者在老娘舅能获得健康的产品。

三、依托“两化融合”模式，建设新型连锁餐饮门店

老娘舅公司结合标准的规范性、统一性特点，融合好“标准化+”与特色餐饮的关系，着眼于老娘舅中式连锁快餐服务的整体，组织公司管理人员及核心骨干共同参与，并明确示范门店及示范岗位，逐步做好数字化中式健康连锁快餐标准体系及相关标准宣贯实施覆盖至主

要新型门店，确保“标准能制定、标准能实施、标准能考核”。

以老娘舅中式快餐连锁餐饮门店为基础，以“标准化+数字化”的现代管理模式为工具，采用系统的方法，将门店营建标准化、产品设计标准化、门店营运标准化、服务流程标准化，并根据行业特征、老娘舅自身品牌个性和提供服务的特性从不同方面进行细节问题的标准化，真正实现数字化健康中式连锁快餐模式的标准化，建设新型“两化融合”中式连锁餐饮门店，为消费者提供健康、高效、可口的中式快餐产品及服务。



(老娘舅 特约供稿)



元于臻选，和则至诚

——万元和致力于做传统食品的养生专家

元和始创于1890年（清光绪十六年）创立初期以“前店后场”夫妻店模式制作糕点、节日时令食品。

19世纪中晚期在洋务运动“自强”“求富”影响下，1911年

辛亥革命以后，这家万元和南北货号的创始店也跟国家政局一样发生了更替。民国元年（1912年），朱观泰、许殿镛、张荣辉三人合伙盘下了这家万元和南北货号，其中朱观泰占五股、许殿镛占三股、张荣辉占二股。朱、许、张三人，以朱观泰为首，并大大扩充经营范围。

民国廿六年（1937年），日本人占领杭州，因为战乱影响，万元和南北货号暂时歇业。抗日战争时期，朱观泰去世，张荣辉退休。民国卅三年（1944年）时局趋于稳定，朱、许、张三家重新合伙，朱、

张两家分别由女儿朱爱莲、儿子张宝根参与经营，并维持三家原有股权不变，但经营上以长者许殿镛为首，租下原址附近的一处店面作为新址，面积为：六分一厘三毫（408.66 m²）。

1950年在新政府的领导下，万元和南北货号向新政府提供了《营业报告书》、《资本调整方案》、《生财器具清单》、《商业登记申请书》、《行业联保保证书（郑祥泰等）》等资料，获得了由杭州市人民政府工商局办法的营业许可证，登记店号名为：万元和余记南货栈。次年，万元和接受杭州市政府指示，由杭州市南北货商业同业公会对企业店号进行调查审核。万元和重新订立了股东合伙议据，许殿镛任经理（即负责人）、张宝根任协理、朱爱莲任襄理。1951-1952年间张宝根将其名下的万元



和股权转到了张仲明名下。

1952年，杭州市人民政府给朱爱莲、许殿镛、张仲明等三人颁发了万元和余记南北货号在建国路967号的房地共有权保持证。

1956年，全国各地私营商业、手工业等都通过了社会主义改造，





各行各业都进行了全行业公私合营。万元和(余记)南北货号也不例外,公私合营后,由政府部门派驻公方代表,私方代表为张仲明、朱爱莲,成为公私合营万元和食品店,受下城区商业局领导。

1962年8月,国营和公私合营零售商店划归市公司管理,下设10个中心店,万元和食品零售商店为片区中心店之一。至文革初期,公私合营万元和食品店在国家统一管理下正常经营。

文革期间,公私合营万元和食品店更名为国营先锋食品店。八十年代初,国营先锋食品店恢复原有字号名称,更名为国营杭州万元和食品商店,由于当时经营情况不好,成了一家亏损企业。1990年,杭州市下城区商业局糖烟公司为了挽回下属万元和食品商店的颓势局面,专门派遣具有多年经营管理经验的业务骨干——林森前往万元和任经理(后称总经

理)。林森上任后,根据国营杭州万元和食品商店的真实情况,结合市场需求,全国各地寻找匹配合适紧俏货源,没多久就使企业扭亏为盈。

1995年,企业在林森手里进行了转型升级,国营万元和食品商店发展成为杭州万元和食品公司,并且开始连锁经营模式,在德胜、拱墅、采荷、新华路、建国北路、康桥、东新等都开设由分店或连锁店。

1999年,企业随着世代浪潮进行了改制,由国营企业转制成为民营企业,名称也变成了杭州万元和食品有限公司,林森任董事长兼总经理。林森对改制的万元和进行新的发展布局,改原来的连锁门店成为分公司的经营形式,一方面贴牌生产、销售具有万元和自主品牌的糕点类为主的产品;另一方面注册成立了杭州万元和配送有限公司,开始代理经销国

内外知名品牌产品,主要供应大型商超。林森先生是百年万元和老字号品牌在改革开放时期的一大功臣。

2014年,公司名称也由杭州万元和食品有限公司变更成为了杭州万元和贸易有限公司。百年万元和品牌,在沉寂中等待着再一次的辉煌……创新发展时期沉寂不代表消亡,沉寂不代表不能再次辉煌。

2016年,浙大管理学院毕业的吴立勇找到林森老先生,有意重新振兴百年“万元和”品牌。根据“万元和”的历史文化、品牌属性,2017年7月18日,由吴立勇和杭州万元和贸易有限公司共同出资组建的“百年万元和(杭州)食品有限公司”,吴立勇任公司的执行董事兼总经理。至此,吴立勇成为“万元和”老字号新一代传承人、掌门人。

企业致力于做传统食品的养生专家,在传承“元于臻选,和则至诚”优秀的经营理念的同时提出“守正养元”的品牌定位,专注美味回归食养。产品主要包括养生类冲调食品和酥式糕点。产品因其选材、工艺、养生而受广大消费者喜爱。

2019年3月万元和被评第六批浙江省老字号企业。

(万元和 特约供稿)

2019 银盒子年中复盘

纵观风险与机遇下的餐饮市场

时间飞逝，2019 年转眼已过半。对餐饮行业来说，短短半年风起云涌，行业风险与机遇并存，银盒子带你一起盘点回顾，分析如何在不断变幻的时代下，控制风险，抓住机遇。

风险 1

食材成本涨幅直逼 50%，压缩餐企利润空间

上半年，“水果自由”不断成为热议话题。受贸易战、恶劣天气影响，2019 年水果、蔬菜市场价格一路上涨。中国农业信息网的数据显示，2019 年以来价格涨幅最大的常

见水果分别是荔枝、葡萄、椰子、梨，以及苹果，涨幅分别达到了 130%、87.5%、80%、62.5% 以及 50%，其中苹果均价甚至创下近十年来新高。

国家统计局新闻发言人称，4 月份的居民消费价格上涨 2.5%，拉动涨幅上升的因素除了水果之外，还有鲜菜、猪肉，这三类项目当月同比涨幅都超过了 10%。部分进口食材的涨价也很明显。



猪肉、鲜菜、水果作为餐饮门店经营的基础原材料，不断上涨的价格给餐饮企业带来了切身的生存压力，尤其后端供应链涨价后，前端菜品涨不涨是一个要慎重考虑的问题。很多餐饮老板感叹：

“全线原材料涨价，2019 年生意越来越难做了。”

“一定时期内，食材涨价是必然的，下半年持续涨价的可能性更大。”

“原材料在涨，房租在涨，人工在涨，哪个环节的成本能降下来？”

.....

而水果价格上涨对一些现调茶饮类的品牌也有明显的影响。尽管

市面销售的现调水果茶通常都可以卖到 25 元左右的价格，但其原材料成本往往也不低。据一位拥有 20 年茶饮研发经验的产品专家说：“水果茶的产品成本，通常会占到零售价的 4-5 成。”同时水果茶在运输、存储、制作环节的损耗大，也间接增加了水果茶的成本。为了消化材料

上涨带来的压力，一些主推现调茶

饮的茶饮品牌，增加了珍珠奶茶、咖啡为原型的产品。当原材料涨价成为整个行业不可挡的趋势后，不少餐饮企业开始主动调整，通过丰富菜品结构、强化供应链、开源增效等措施来应对原料上涨带来的影响。

信息技术也在餐企的食材成本管控上发挥了强大的能力，越来

越多的餐企选择上线供应链管理系统，通过建立关于供应链的大数据，从而对进销存数据进行分析统计，为菜品调整、供应商增减、成本优化等提供决策依据，最终达到降低食材与人力成本，提高后端管控与效率的目的。

风险 2

食品安全问题频发，触目惊心

3 月，媒体曝光一家知名餐饮连锁企业的南京水平方门店疑似使用过期食材，多名厨师脚踩案板翻

情况。

4 月，某省机场的麦当劳店内，一女子喝了店内的珍珠奶茶后出现呕吐，喉咙、肠胃疼痛等症状，随后该女子被送往医院，医生诊断为误食消毒剂，造成化学性消化道损伤。

5 月，网友曝光浙江义乌一家餐饮连锁品牌的工作人员用手搅拌豆浆，在网上引起了各方关注。

自 2019 年以来，餐饮行业已经有 19 起食品安全事件遭到曝光，密集式爆发的餐饮食安问题让人心惊，也降低了消费者对门店、对品牌的信任。

综合来看，围绕餐饮行业食品安全的问题主要体现在后厨卫生问题、食材问题、出品问题等。而在被曝光的食品安全问题中，最常出现的就是后厨卫生情况不达标现象。

针对当前餐饮行业食品安全频发的现象，餐企也需要不断优化后厨流程，加强内部培训与监管，进一步提升从业人员的综合素质，降低门店食品安全风险。



机遇 1

“智能+”战略落地 推动餐饮产业改造提升

继“互联网+”成为政府工作报告中的关键词后，“智能+”也成为今年政府关心的重点。

两会政府工作报告表示，将围绕“智能+”战略，深化大数据、人工智能等研发应用，培育一批信息技术、高端装备等新兴产品集群，壮大数字经济。“智能+”已经开始接棒“互联网+”，成为今后改造传统行业的新动力。

随着“智能+”战略深入发展，市场也涌现了赋能餐饮行业的智能终端应用。如杭州银盒宝成科技有限公司响应国家“智能+”战略，在智能POS的产品基础上，发布基于AI图像识别、人脸识别技术的AI智能结算台、自助点餐屏等产品，帮助餐企降本提效，提高企业利润率。银盒子AI智能结算方案为学校食堂、自选快餐、烘焙店创造了这

样的消费体验场景：顾客进入门店选购食物，结算时，在智能结算终端智能识别菜品，自动生成订单并提醒顾客刷脸支付。全程不需要餐厅员工参与，实现结算现场的“无人值守”模式，减少餐厅人工与培训成本。同时相比传统人工收银结算的方式，AI智能终端的结算效率更高，无需排队，顾客有更好的就餐体验。

机遇 2

上市餐企增多 规模化、连锁化经营成常态

对餐饮品牌来说，上市是加快连锁化运营的里程碑，我国虽然是一个餐饮大国，但餐饮业的上市公司并不多，也有许多餐企传出上市意愿后不了了之。而自去年9月海底捞成功上市突破千亿市值，给行

业打了一剂强心针。2019年上半年越来越多的餐企相关上市成功，中国餐饮行业不断迈入正轨，走向更广阔的天地。5月，成立仅18个月的瑞幸咖啡即赴美上市，刷新国内快消与互

联网公司上市纪录。6月，香港最大的休闲餐饮品牌太兴集团于港股上市，太兴集团在中国内地、香港、澳门共开出了185家餐厅，上市总计募得资金7.5亿港元，款项主要用于开设餐厅、

银盒宝成
Silver Box System (P) Limited

AI智能结算终端

- 智能摄像头
- 支持刷脸付、扫码付
- 内嵌小票打印模块

• 智能摄像头
单品精准识别
人脸识别

• 智能触摸屏
菜品与价格显示
结算过程便捷

• 小票打印口
支付成功自动取票

• 付款码感应区
无需付款码支付

• 餐盘回收台
餐盘回收方便

立式AI智能结算终端



翻新门店、扩展厂房等需求。

近日，据证监会浙江监管局网站显示，以“粽子”闻名的老字号“五芳斋”目前正在接受广发证券

的上市辅导，本次拟上市的主体为“浙江五芳斋实业股份有限公司”。仅仅半年内，餐饮行业从曾经的上市困境到多家餐企顺利 IPO，

也侧面表明许多优秀的餐企品牌意识在加强，运营不断规范，并在门店规模与盈利上都取得喜人的结果。

机遇 3

智慧餐饮系统崛起 技术赋能

餐饮行业也涌现了一批提供技术服务的智慧餐饮系统商与智能运营服务商，取代传统收银系统，为商户提供包含收银、支付、点餐、营销、会员功能在内的全流程智能化服务，帮助餐饮商家提高效率，为顾客提供更高效便捷的体验，其

中以杭州银盒宝成科技有限公司为代表。成立于 2013 年的杭州银盒宝成科技有限公司以“让商业更智慧，让生意更智能”的理念愿景，多年探索研究大数据、云计算、物联网等前沿科技在线下商业的应用，并

打造出“智能 POS 终端”“IOT 智慧餐厅”“智能餐饮供应链”“精准营销”等创新商业解决方案，已帮助中国 300 个城市 30 多万合作商家实现智慧化、互联网经营，赋能线下商业全面转型升级。

结语

中国经济正在进入相对平稳发展的新常态，其影响也同样波及到餐饮行业。餐饮行业品类分散、品牌竞争激烈、区域市场集中，这些因素都为行业发展带来种种压力。同时，餐饮新模式、新技术不断涌现，行业格局不断变化，也孕育了新的发展机遇。

由新消费主体驱动的新餐饮时代已拉开帷幕，餐企需要考虑规模化业务扩张布局，同时围绕价值链向前端强化精细化运营、向后端优化供应链能力，深耕门店运营，加强内功修炼，才能在风险与机遇并存的时代基业长青，立于不败之地。

(银盒子 特约供稿)



浙江银联积极服务实体经济 移动支付便民“十大场景”全面开花

中国银联作为重要的支付市场参与者，一直在努力推动中国的支付电子化进程、经济的数字化进程。浙江银联作为银联体系内的创新特区，积极响应浙江省委、省政府新兴金融中心建设的相关要求，着力发挥中国银联支付领域国家主力军的作用，以银行业移动支付统一入口“云闪付”APP为入口，不断拓展移动支付便民场景应用深度，拓宽移动支付便民惠民服务应用范围，助力“最多跑一次”服务覆盖全省各级政府各个行业，切实为浙江百姓提供便捷、可靠的金融

支付服务，为浙江省实施数字经济“一号工程”添砖加瓦。

一、积极服务全省经济，助力实体经济健康转型升级

2018年，随着供给侧结构性改革的深入推进，我国产业结构优化升级不断加快，金融行业在防范风险、稳步开放的背景下不断践行服务实体经济、普惠金融的理念，为经济转型升级提供更高效率的金融服务。作为服务实体经济的重要手段和载体，银行卡产业承担着加快社会资金周转速度、提高资金使用效

益的重要职能，浙江银联根据金融服务普惠民生的宗旨，不断加大资源投入力度，进一步加强与商业银行在移动领域的协同配合，着力提升金融支持实体经济服务能力。

2018年，全省（不含宁波，下同）累计银联卡发卡量（卡用户）突破4亿张，银联支付（包括银行卡、手机Pay和二维码支付）交易笔数9.26亿笔，同比增幅28%，交易金额7.7万亿元，同比增幅72%。不仅如此，浙江银联联合各商业银行加强对银行业移动支付统一品牌“云闪付”的共同建设，基于数据互通有效提

升银行卡转账、账单与余额管理、在线开户办卡等服务的体验，基于场景共享和资源互通有力提高支付产品在公交地铁、菜市场、食堂等生活场景中的服务能力。在践行“紧跟民生、支付为民”理念的过程中，“云闪付”App注册用户数量已突破1.5个亿。在积极服务全省经济快速健康可持续发展的过程中，浙江银联旨在推动省内支付清算服务创新进一步向实体经济倾斜，带动金融创新向实体部门靠拢，引导各成员机构在经济“脱虚向实”中发挥更大作用。

二、多措并举，切实响应省政府“最多跑一次”改革

近年来，浙江银联积极推进浙江省“最多跑一次”改革，协同产业各方继续推动受理终端的软、硬件升级改造，全面实现政务服务、医疗服务随时办，就近办，更好地满足浙江省老百姓生活服务需求，建设人民群众的美好生活。

一是银联移动支付全面支持政务服务。目前，银联移动支付已全面接入“浙里办”公共支付平台，登录“浙里办”APP，所有政务服务银联移动支付百分百受理。2018年，在浙江省财政厅统一领导下，浙江银联协助开发公共支付自助缴款一体机（下简称“智能自助终端”），实现政府部门系统信息共享和业务协同，切实解决网上财政票据取票难问题。缴款人通过扫描身份证自助操作可完成160多项待缴项目的查询、缴费并按需要自助完成财政票据打印。在支付服务上，智能自

助终端提供包括银联卡刷卡、插卡及银联手机Pay等多种支付方式。目前，该智能自助终端已覆盖杭州、湖州、金华、舟山等地区61家单位，受到浙江百姓的普遍认可。

二是以云闪付App为统一入口，全面支持多项公共服务。截至2018年12月底，交通违法缴款、非税缴费等14项公共服务已经接入云闪付APP。后续，浙江银联将进一步深化与浙江政务网、杭州移动办事APP合作，力争将全省公共服务整体接入云闪付APP。

三是积极打造智慧医疗平台，构建“移动支付+医疗服务”新生态。截至目前，云闪付APP智慧医疗平台已接入省内20家医院的线上服务，涵盖包括预约挂号、报告查询、门诊缴费、住院缴费等多项功能。“明星医生”“预约体检”两项服务已在“云闪付”智慧医疗板块成功上线，为浙江人民创造更为舒适、更为便捷的就医环境。

三、移动支付便民场景全面开花，深入推进数字经济“一号工程”建设

在人民银行“移动支付便民工程”政策统筹推进下，浙江银联深耕银行卡支付产业，在全省范围内着力打造金融移动支付应用场景，全力推动银行机构和非金融支付机构打造优质银行卡支付受理环境，在公共交通、公共医疗、商业服务等与百姓生活密切相关的民生领域普及应用，为广大浙江老百姓提供安全、便捷的移动支付服务。

一是公交领域。全球首创银联

卡联机交易模式，实现公交乘车银联移动支付。截至目前，浙江全省累计共41个城市公交支持闪付乘车，近4万辆公交车，上线以来累计为近亿人次市民公交出行提供安全、便利的支付服务，杭州公交闪付交易笔数单日峰值突破65万。后续，浙江银联将联合杭州公交集团实现云闪付APP公交虚拟卡乘车，进一步提升老百姓公交出行便利。

二是地铁领域。全球首创银联卡联机预授权模式，实现地铁站内自助购票机和直接过闸全面受理银联移动支付。自2017年底上线以来，累计为5000万人次市民地铁出行提供安全可靠的支付服务，闪付交易笔数单日峰值突破20万。该模式已经成功复制温州轨道交通S1线、宁波地铁上线运行，实现省内地铁场景全覆盖。后续，浙江银联将联合杭州地铁集团实现云闪付APP银联二维码扫码过闸，提供老百姓地铁出行多样化支付选择。

三是医疗领域。截至目前，全省（不含宁波）共有公立医院721个、药店2234个受理银联支付，其中400多家医院已经开通银联移动支付，省级医院21家，地市级医院100家，县区级医院274家，卫生院326家。

四是停车领域。杭州市区道路停车1.2万余个收费泊位全面开通受理银联移动支付。浙江省内近200个停车场已经开通云闪付APP银联无感停车，包括杭州国际博览中心、杭州萧山国际机场、温州机场、温州动车站、舟山慈航码头等标志性场景。



五是菜场领域。全省累计拓展80余家菜场、近5000户经营户受理银联二维码支付，累计交易总笔数130余万笔。

四、联合营销启动新引擎，扩大内需提振浙江消费

一是“金秋购物节”促活浙江消费。“金秋购物节”自举办以来，至2018年已是第7届。规模由当初的省商务厅独家主办，发展到2018年由省商务厅、省委网信办、省农办、省经信委、省农业厅、省林业厅、省文化厅、省外侨办、省新闻出版广电局、省体育局、省旅游局等11个部门共同举办，重视程度可见一斑。2018年9月，浙江银联联合40多家商业银行、全省3000余家品牌门店共同开展“金秋购物节”消费让利活动，引爆全省消费狂欢，惠及消费者55万余人次，带动相关行业消费上亿元。作为明星产品，今年银联“62”节营销力度空前，全国超过60万商户门店参与，是去年同期活动商户数量的3倍，囊括浙江省80余个本土品牌，为多地区、全年龄段消费者送去衣食住行各方面的暖心回馈。

二是联合产业各方开展全省公交地铁、菜场、食堂、校园等重点场景主题营销活动，发挥行业集聚资源优势。在交通出行领域，浙江银联积极践行智慧交通、绿色出行理念，“一分钱坐公交”“一分钱坐地铁”“一分钱道路停车”“一元权益”等系列优惠活动在浙江家喻户晓，包括杭州在内，已在全省多个县市开展。便民服务领域，在菜场、

高校食堂持续开展“满6减3”营销活动，加速移动支付在老年和青年族群渗透，金融普惠民生。

三是跨行业强强联手，推动产业经济有效延伸。2018年，以杭州公交、杭州地铁行业场景资源撬动与美团、京东分别签订合作协议，开展II、III类账户、公交地铁场景推广、线上代付业务等合作项目，京东美团全省公交地铁场景交易近1000万笔，并以地铁商圈为基础，联合打造跨场景营销产品，实现与外卖、电影、超市等跨场景用户引流。

五、净化金融生态环境建设，促进浙江经济良性互动

优化联合建设机制，形成更为健康的商业模式和生态体系。浙江银联全力推进移动支付便民工程建设，构建以各级人民银行为核心，以银联为枢纽，以商业银行为主体，以非金机构为补充的共建、共享、共偿的联合建设机制。推出行业应用手续费联合补偿机制、终端联合补偿机制、重点行业数据跟踪和行业运营机制、联合营销机制、移动支付小额交易补偿机制、评比表彰

机制、人员联合办公机制等，增强产业各方凝聚力，有力推动分公司各项工作深入开展。积极开展非金机构及服务商合作，按照各机构特点，合理推进移动支付受理市场建设。邀请人民银行杭州中心支行、重要银行和非金机构、服务机构，共同参与并出版《大云智移2018年浙江省银行卡产业创新与发展报告》，着力巩固和强化银联产业枢纽地位，引领和凝聚产业各方力量。

(浙江银联 特约供稿)



打通企业境内外融资需求 浙商银行的池化融资平台有“大奥秘”

经济全球化加深的背景下，如何打通内外贸、本外币融资，是企业的一道必然选择题。

党的十九大报告强调，要推动形成全面开放新格局。尽管经济全球化遭遇波折，但中国融入全球贸易投资自由化便利化的大局不变，并提出“推动建设开放型世界经济”的中国方案。

为了在经济全球化中抢占先机、赢得主动，背后的金融服务如何起到事半功倍的作用。浙商银行的池化融资平台（包括票据池、资产池、出口池）等公司创新产品服务企业境内外业务可以作为一个观察样本。

资产池打通本外币业务 降融资成本

协鑫集成科技股份有限公司（下称“协鑫集成”）是能源行业龙头协鑫集团旗下一家A股上市公司，通过重组进入光伏电池、组件制造及系统集成业务领域，组件出货量（销量）全球领先。公司确定战略重心转移，重点发力海外市场，今年海外销售占比预计达到8成。

由于行业原因，公司日常国内销售结算中票据和国内信用证占比高达90%。协鑫集成融资管理部高级经理杨继伟告诉记者，由于票据结算占比高，公司过去常面临流动

资金阶段性不足的困扰。票据变现常规做法是贴现或质押办贷款。办理贴现，公司需要支付票据到期前的所有利息，但公司用款往往就1-2天，一旦贴现不能回头，财务成本已经产生；质押贷款，银行审批至少需要一个工作日，无法满足企业快速用款需求。

据了解，协鑫集成用了浙商银行的“票据池”后，收到的“两小一短”（即小面额、小银行、期限短）票据都可以入池，面额大的票据拆开小票，短期限的拆开长期限，公司根据实际支付需要签发银票，大大提高了票据使用效率，降低了财务成本。“如财务公司的票很多银行不接受，浙商银行能接受。除此之外票据贴现之后不可赎回，选择平台上短期流动资金贷款产品‘超短贷’，既可解决临时头寸问题，又能有效节约财务成本。资金线上实时到账，效率提高了很多。”杨继伟感叹。

事实上，池化融资平台不仅支持国内支付，企业海外授信不够的情况下也能获得融资支持。运用票据入池质押产生的额度，浙商银行帮助协鑫集成办理内保外债业务8000万美元，借入较低成本的境外资金。据测算，通过票据池项下多样化的产品组合运用，去年浙商银

行帮助协鑫集成仅半年就节约财务成本3900-4000万元，降幅达15%，真正打通了本外币融资，利用境内外两个市场降低融资成本。

在“票据池”的基础上，浙商银行推出了升级版“资产池”。除了票据，国内外信用证、出口应收账款、大额存单、债券、理财等更多金融资产均可“入池”质押，生成池融资额度。比如，协鑫集成用了资产池后，收到外汇不一定马上结汇，等待更好的结汇时机。同时，通过提用资产池项下不跨月的超短贷，既实现了汇率管理，又以较低的融资成本满足了企业流动性备付的需求。“资产池的业务品种非常丰富，我们几乎体验了所有的模式。”协鑫集团有限公司执行董事协鑫集成总裁罗鑫说。

苏南民营钢铁企业永钢集团也应用了浙商银行的票据池、资产池和内保外债业务，仅这一项就降低了融资成本约20%。公司财务人士感叹，合作四年多来，浙商银行最大限度地整合了企业收到的短小银票的资源，其次银行人员每周上门收票、手续简便等服务，帮企业解决了长期积累的票据难题，大大解放了财务人员的双，对浙商银行产生了越来越强的依赖性。

在此基础上，浙商银行国际业

务部对客户外汇交易中心总经理莫申生介绍,为降低企业外债等外币应收应付款项由于汇率变动带来的风险敞口,该行根据企业需求推荐运用票据池额度办理免保证金的外汇远期、期权等衍生产品,锁定购汇成本,从而有效规避未来汇率波动风险。2017年以来,永钢累计办理外汇衍生交易约两亿多美元。

银企直联让出口退税转起来

由于融资额小且高频、交易笔数多等特点,中小微外贸企业面临融资难、融资贵和融资烦问题。事实上,这类企业占据进出口贸易市场的大多数。据统计,海关出口数据显示,江浙地区90%以上的外贸企业为中小微企业,年出口额小于800万美元。

外贸综合服务平台通过供应链金融,解决中小微外贸企业难获得银行授信的问题。浙商银行创新操作模式,解决外贸企业融资痛点,致力打造“平台化服务银行”。

以江苏跨境电子商务服务有限公司(下称“江苏跨境”)为例,平

台为外贸中小企业提供通关、外汇、退税、物流、金融等一站式服务。因企业退税申报、税务机关审核各项手续、退税资金到账通常需要90天,平台资金垫付压力大。依托“出口池”,浙商银行联合南京市商务局、帮江苏跨境搭建了“出口退税资金池”,实现了出口退税质押入池进行在线融资,向平台上的企业垫付出口退税。银行提前发放融资,大大提高了平台营运资金周转的效率,中小企业也提前拿到了退税。从2017年4月合作至今,江苏跨境及子公司出口退税入池总规模已超过5亿元人民币。

南京三宝科技集团(江苏跨境母公司)副总裁李文东介绍,“银行实时掌握平台上的报关、物流信息。客户有了收汇信息后,浙商银行根据历史出口退税数据计算的比率,对出口额打一个折扣,银行收到发票后马上就可以为企业办理退税融资,3天完成放款。退税融资节点由企业申报退税完成提前至出口业务报关完成,原本90天的资金占用,

现在下降为3天,大幅提升了企业的资金利用率与周转率。

银政企三方合作解决中小微企业、实体经济融资难融资贵和信息不对称问题,带来平台业务规模迅速攀升。

平台的上游供应商数千家,过去收汇款清分的问题一直困扰外综服务平台。为此,浙商银行为企业量身定制了“虚拟子账号”功能,实现银企直联。过去全年近万笔的外汇汇入款项,要靠公司财务和业务人员对接,人工对账往往耗费大量时间、正确性亦没有保障。现在通过系统自动清分,真正实现了自动清分、“秒级”到账。

浙商银行国际业务部贸易融资中心总经理王斌形象地解释,“平台通过匹配相应的合同或发票号支付给上游供应商,汇款信息一旦在国外汇入时缺失,就大海捞针一样。浙商银行通过“虚拟子账户”,系统自动清分入账,问题迎刃而解,极大解决了企业结算中人工匹配和查找的困难。”

(浙商银行 特约供稿)



打造一流陆路港 构建危化品物流全新生态圈

——衢州工业新城物流园区



衢州工业新城物流园区位于国家级经济技术开发区——衢州绿色产业集聚区内，由浙江巨化物流有限公司负责经营管理。园区以基础物流为起点，以化工物流为特色，通过创新“公路港”整合、“孵化器”发展、“一站式”服务三大发展模式，创建“信息、配载、交易、配送、仓储、研发”六大平台，解决了危化品运输监管难、物流企业创业创新难、工商企业物流业务外包难、社会车辆停车配货难的困扰，为危化品物流园区建设运营树立了典范，提供了值得借鉴的经验。

一、功能布局

工业新城物流园区位于衢州工业新城西片区的中心区，该区域是化工产品生产基地，区域内有巨化集团有限公司、元立金属制品有限公司和高新技术产业园区内相关企业，细分为一基地（制冷剂分装基地）、两中心（车辆服务中心和物流商务中心）、三大仓储区（液体危化品罐储区、大宗散货储配区、普通货物仓储区）。园区总规划面积207.4万平方米，总投资约10亿元。

二、主要做法

园区紧紧围绕高水平全面建成小康社会，以“创新、协调、绿色、开放、共享”为发展理念，以“强创新、促改革、创机遇、聚合力”十二字为方针，按照“干在实处、走在前列、勇立潮头”的目标要求，推动衢州物流产业由高速度向高质量发展，打造国内专业化、特色化、高端化的危化品物流金名片。

（一）多措并举 打造安全高效型物流园区

装卸等作业过程中，由于设备缺陷、撞击、挤压以及司机违章驾驶等原因，稍有不慎，便可发生火灾、爆炸、中毒和重大交通事故。园区协同地方政府引导危化品车辆入园集中管理，通过开发建设监管系统、建立

健全管理制度、加强对从业人员教育培训力度、重点岗位可视化覆盖等手段,极力打造安全高效的物流园区。

1. 开发监管系统 实现信息互通互联

针对监管部门在危化品运输过程中难以管控货车的货物信息,车辆速度、运输轨迹等信息难以知晓的情况,园区开发了危化品道路运输综合监管系统,交通、安监、公安等职能部门可与危化品充装企业、运输企业通过该综合监管系统实现数据与信息的互联互通。

入网车辆运输途中,交通运输、安监、公安、质监等部门可实时在地图上显示该车辆运行状态、货物信息、驾驶员押运员信息等,为日常监管及第一时间处理异常突发状况提供依据;园区还可以通过信息系统检查运输车辆罐体是否合格,并在充装后将实际充装品名、数量推送给运输企业和政府部门,为后续管理和应急处置提供数据;在运输途中,该系统通过智能设定禁行线路,加强车辆运行管理,对违反规定的车辆自动报警,一旦危化品企业车辆、从业人员资质等数据存在超期等异常情况,便可以在第一时间要求运输企业进行整改。

2017年10月起,园区已启用了道路危险货物运输电子台账管理软件。园区内的道路危险货物运输企业每月将安全管理台账通过软件上传至各辖区行业管理部门审核,让数据代替人工“跑腿”。

2. 制定行业准则 杜绝行业违规乱象

在《衢州市危险化学品道路运输安全管理办法(试行)》以及危化品物流安全防控联席会议制度、协同联合执法常态化等机制的基础上,园区规定,在系统注册的承运商必须提供其企业、车辆、人员的资质材料进行审核备案,审核未通过的一律不得通过配载平台承接运输业务;在业务配载过程中,系统将自动对资质进行核实;园区对承运车辆的技术状况、标牌标识、劳动防护用品、消防设施等设定安检标准,不符合要求的,也一律不准上路。

园区立足经营管理体制和服务功能健全,创新化工物流组织方式,重塑园区物流行业标准。2016年,园区经营主体依据国标GB/T15496、GB/15497、GB/15498的标准要求,参照美国、欧洲等发达国家物流企业运作模式并结合自身的质量管理体系,从服务、技术、作业规程等方面对传统物流作业不规范、不完善、不科学的地方进行了梳理优化,制定了《物流园区服务标准》。

园区还制定了《外配承运商安全服务考核细则》,细化了30个小项为入园的运输企业进行打分,月末或季末根据最后得分评出服务质量等级,作为各承运商承运配额与承运资格重新审定的依据,以此鼓励各运输企业重视安全、拒绝违章。

3. 加大培训力度 提高安全技能水平

园区在汽车运输公司驾押人员待命室配备了电视机,专业安全管理人员剪辑制作了数十起事故案例以及应急处理措施内置其中,实行敞开式案例学习,从业人员可利用工作间隙,单独观看或开展集体学习讨论;园区每年还会为从业人员量身定做各种应急演练、法律法规培训,园区内的“两客一危”驾驶员们通过预约便可参加形式多样的安全教育培训活动。

4. 推进天眼布控 防范岗位安全风险

园区不断推进“雪亮工程”建设,对所有纳入平台的危化品车辆运用物流网技术开展大数据分析,

园区铁路专用线





衢州工业新城物流园区功能布局

实现了对运输途中的危化品车辆进行全过程的跟踪监管，一旦发现作业有误及时发送短信提醒，给予警示；质押监管信息系统采取异地远程集中管理控制，降低业务运作风险；园区内的仓储、车辆维修、危化品槽罐清洗等所有重要岗位均有可视化报警设备，并针对有可能发生的异常情况设定了应急预案。这一举措，构筑了园区协同监管的“衢州经验”，有效解决了区域危化品车辆重大安全环保问题。

（二）政企联动 打造绿色环保型物流园区

园区采用政府主导，企业建设、运作的模式。衢州市政府对园区的建设高度重视，由分管副市长挂帅担任园区领导小组组长，市发改委、财政局、交通局、安监局、规划局等 15 个职能部门为成员单位。园区建设领导小组统筹协调园区规划、研究决定园区政府管理职能设置、制订园区扶持政策、明确服务主体、推进集中管理、协调解决园区建设和运行中遇到的重大问题，为园区

的建设保驾护航。

1. 科学规划，有序推进的园区建设

园区按照立足当前、适当超前的原则，围绕打造全国一流危化品集散中心，构建危化品物流全新生态圈的定位，逐渐形成和确定了园区“一基地、二中心、三大仓储区”的发展思路。

园区围绕目标规划，循序渐进，高质量推进园区建设。施工、监管均为实力雄厚，在业内有着极好口碑的一流企业。园区所需的水、电均由巨化集团有限公司供给，消防、环保设施均按国家最高标准规定配备。随着园区车辆服务中心、物流交易配载中心、普通货物仓储区等建成并投入使用，使区域危化品运输管理日趋规范，危化品运输途中的废油、废弃物也能得到合理回收，区域内“散、小、乱、差”的物流状况得到了明显改善。

2. 高效协同的园区管理

园区建立了以物流信息为枢纽的前、中、后台相互支持的管理架

构。前台由入驻园区相关企业和公共服务平台组成。中台由市政府派驻部门，巨化物流公司等单位组成。市公安、安监、税务、交通、环保、综合执法等相关部门人员入驻园区，实行“一站式”服务。巨化物流公司作为园区运营管理商，负责招商引资、园区管理、基础设施建设、平台服务，项目建设等日常事务，为物流企业提供无差别的公共服务。后台为衢州工业新城物流园区建设领导小组。

（三）整合资源 打造产业集群型物流园区

园区全面融入四省九市边际城市物流体系和国家公路运输枢纽体系，依托衢州高新园区主导产业，通过不断完善基础设施，增强功能建设，着力引进管理规范、专业化程度高的大型物流企业，培育发展势头强劲的本地物流企业，促使物流资源向园区聚集。

危化品业务方面，园区已集聚了危化品生产高度集中的氟化工、煤化工、石油化工、氟硅产业等一系列企业，园区产业聚集效应逐步显现。

配套服务方面，园区车辆服务中心内有车辆维修企业 8 家。园区还与中国石油股份公司合作，设立加油站；引进了浙江省特种设备检验研究院、衢州市检测中心和巨化检测中心，并与之合作开展移动式压力容器、常压罐以及化学成分的检验，将车辆服务项目向特种增值服务延伸；引进的力乾车辆检测站。园区还开设了保险服务窗口，打造检测、年审、保险一站式服务。

(四) 搭建平台 打造公共服务型物流园区

园区立足用互联网思维来考量传统化工物流企业转型,通过平台化战略推进物流业态发展创新,通过加强园区与化工产业链上下游企业的信息资源共享,有效推动衢州市及周边区域现代物流向专业化、规模化、集约化发展。

1. “中国化工云商网”电商平台

中国化工云商网的成功注册投运,平台以服务专业化、价格发现敏捷化、互联引擎广泛化为核心内容,为业主单位提供了一套“自主管理、智能关联、全程可视化跟踪”的采购业务整体解决方案,在不改变业主已有的渠道划分和客户归属的基础上,实现网上客户挖掘、商务对接、业务处理等服务链延伸,达到“高效协同、整体降本”的目的。

平台又与银行、保险及第三方金融等机构进行合作,开展支付结算业务和供应链融资服务,使平台专业性、智能性、移动性、安全性、联盟性、创新性等技术特点得到充分体现。

2. “56168”配载交易平台

“56168”配载交易平台突显危化品物流的专业特点,建立了严格的承运商准入审核体系,其相关资质信息可与承运产品数据库信息进行匹配确认,并将车辆核载数量等数据可推送到充装岗位,进一步完善和提升了车、货的匹配度和信息化管理水平。

平台更多的可以为物流需求方提供数据分析、报表生成、行程监控等多方位的增值服务,初步形成平台大数据集成的作用。

3. “产学研用”一体化的创业平台

园区内设有氟材料研发中心、智慧物流研究中心、制冷剂分装研究中心、巨化汽运公司研发中心。与衢州市政府联合设立园区博士工作站,积极探索新技术、新方法、新标准在危化品物流领域的应用。

2017年,浙江巨化物流有限公司与香港大学浙江科学技术研究院签订合作协议,合作研发的“基于物联网的云车场管理系统”,全面提升了停车场管理的效率、便捷性与监管力度。

巨化集团汽车运输有限公司研

发的《巨化汽运公司甩挂运输运营管理模式》曾获2014年全国交通运输企业科技创新成果二等奖。该公司与衢州学院联合成立危化品智慧物流联合研究中心,重点对物流信息化平台及危化品物流信息化管理进行研发,提高物流效率。近期开发的“物流系统大数据和信息集成系统”,对推进物流电子围栏项目建设,规范渠道管理具有推动作用。

(五) 创新模式 打造多式联运型物流园区

园区主动激发衢州站、衢州东站、巨化编组站、元立站“四站联动”机制,加强与宁波港铁路有限公司,金华货运中心以及衢州、宁波等地方政府的合作,为客户提供“门到门”、点到点全程物流服务。

推进“散改集”以及集装箱公铁联运,开行衢州至宁波的海铁集装箱联运专列,将采购、运输、仓储、加工、配送等有效结合起来,并提供物流金融、保险等物流后续服务,将化工制造与现代物流实行跨界融合,促进大宗商品在物流园区的大进大出,进一步完善和创新化工物流业态。

(浙江巨化物流有限公司 特约供稿)

园区危化品停车场



江南古民居大观园——



璟园位于浙江省金华市武义县承中华传统“雅”学文化。璟园荟萃江南古建。如：建瓯儒林郎第百柱落地财不外漏；江西乐平古戏台雕梁画栋演绎千古风流；施姓槐庭宗祠石头为柱特色鲜明；清代民间讼师李家大宅占地千方规模宏大；寡妇祝氏历时18载落成的内火洞民居已走过了300余年风雨；高墙围护砖雕精美的徽州古民居等鳞次栉比……璟园亭台楼阁榭、桥、廊，一应俱全。园内300年树龄以上的古银杏树、古樟树近百株，各种花卉苗木数以万计，恍入桃花源之境。璟园聚集古风雅韵。如：中国计量大学国学院、三山书院再建官学和私塾相得益彰；省作协副主席汤汤的童话书屋让大小朋友童心飞扬；篆刻国手叶一苇先生的印石馆底蕴深厚；赛金花故居见证时代风华；剑瓷苑舞剑弄瓷；云雪堂古琴馆听琴、



无有堂修禅作画、活态民俗馆非遗文化、二十四间堂影视文化等……全力助推中华优秀传统文化复兴。

璟园成千槿古木之大观，集五百工匠之大巧。每一座古民居皆来源于真实的历史沉淀。每一处景观都承载着山水之精华。遵循中式美学，科学规划，在搬迁的同时保护了古民居建筑文化的完整性，传承了古典园林的系统性。其规模之大，品质之高，不可再复制。

璟园开园至今，海内外近百万游客纷至沓来，引起中央电视台、光明日报、浙江卫视等新闻媒体的广泛关注与报道；浙江省原省长李强、代省长袁家军、原外交部长李肇星、清华大学古建筑专家、等领导和学者，对景区的非常关注与支持，进一步提高了景区知名度。同



时，童话节、诗词大赛、开笔礼、摄影展等文化活动精彩纷呈，引人注目。2016年，璟园正式牵手浙江省旅游集团，景区管理全面委托，逐渐形成了“立足长三角、辐射全国、面向世界”的立体化、全方位的客源体系。璟园“古民居”建筑主题鲜明，景区业态传统文化特色突出。目前，景区正全力推进精品温泉民宿建设；百年老宅、独栋院落、私家汤泉…力争打造旅游产品多样、业态多元的“江南古民居大观园”。

“游一园可尽览江南古民居之风貌，居数日则略领士大夫日常之风雅。”展望未来，璟园将继续完善和提升！



璟园蝶来温泉酒店

武义璟园蝶来温泉酒店位于璟园古民居博物馆内，是浙旅蝶来酒店管理集团蝶来品牌旗下高端精品温泉度假酒店。

酒店利用璟园二十三幢原汁原味的明清民居老房子，精心设计了 30 个风格古雅，低调奢华的温泉度假庭院美墅。每个房间均配套粉墙黛瓦的精美庭院和私享露天温泉泡池。客房设计古朴典雅，从几近失传的传统工艺大漆家具，到构图精美的织锦屏风，从雕工精美的梁柱雀替，到千锤百炼的铜锁门环，每一处细节都精心打造，每一个物件都用心挑选，彰显古时大户人家优雅别致的生活情趣。

除高端的硬件设施，酒店还提供贴心周到的管家式服务，一房一管家，入住全程关注跟进服务，泡池温泉水一客一换洁净放心。只需一个电话，新鲜原料精心烹制的地方特色美食就为您送到房间。还可根据您的需要布置起庭院餐桌，让您在风和日丽的午后，在慵懒的阳光和轻柔的微风中，品味惬意的庭院下午茶；亦可在清朗之夜，浸润于温暖舒适仙气缭绕的温泉泡池中，品着红酒，观皓月繁星，享受真正高品质的温泉疗养休闲度假产品。

享受温泉庭院的同时，酒店还请璟园博物馆里的陶艺、草编老师傅，书院里的先生为您提供陶艺、草编、书法、国学课程。让宾客除了住一晚客房，泡一次温泉，还能做一件陶艺，编一件草编，写一幅书法，上一堂国学课。丰富有趣的活动内容定能给您留下难忘的体验。



(璟园 特约供稿)



以文为魂 以业为美

全面建设文化传承与旅游产业融合发展的千年古镇



寿昌镇历史源远流长，人文荟萃，至今已有近 1800 年的历史，是唐代诗人李频的故乡，是名副其实的“千年古镇”。寿昌镇资源丰富，优势明显，15 分钟交通圈内有 3 个 4A 级景区，和航空小镇互为一体，南毗江南悬空寺大慈岩，西接地下艺术宫殿灵栖胜境，绿荷塘林区有迄今为止亚洲最大的楠木群分布，拥有 6842 亩原始森林。境内的新安江玉温泉是浙江省首个高品质硫温泉，具有显著的医疗保健价值，是养生休闲的绝佳选择。引进的恒大温泉养生小镇项目将依托寿昌优良的温泉资源和自然环境，计划建设一个荟萃世界各地特色温泉设施的五国风情温泉养生度假胜地。寿昌镇充分利用当地森林、医院、民宿等康养资源，建设杭七院、金都精舍、江南民居、国有林场森林康养、河南里养老民宿村等一批康养项目。

2018 年，寿昌镇高品质完成了小城镇环境综合整治，成为全省首个以免考形式通过省级小城镇综合整治验收的乡镇。小城镇环境改善后投资环境优化升级，城镇综合竞争力和经济发展潜力得到提升，寿昌镇紧扣千年古镇、航空小镇核心特色，着力打造彰显寿昌特色、基



基础设施完善、生态环境优美、特色风貌鲜明、产城融合发展、民生建设有序的美丽集镇空间。

一、深入挖掘千年历史的岁月积淀，强化产业品牌的文化依托

寿昌镇注重加强古镇文化的挖掘，厚植历史，启动了一批能“留得住乡愁，延续乡音乡情”的项目，实现古镇记忆的传承。一是注重挖掘历史文化。在小城镇整治过程中，抢救性修复洪家厅、翁宅、蒋宅等10余处历史建筑，在解放南路、溪边路、中山路步行街打造彰显浙江地方特色的“浙派民居”和沿街商铺。同时，邀请省市古文化研究专家、政协文史委、严州文化研究协会等，寻访收集寿昌文化史料，设计建立寿昌善孝文化、名仕文化的展示基地——周宣灵王庙、三元宰相坊、徐庄进士坊等。组织本市及

当地的一些文化研究专家、学者，成立寿昌文化研究中心，系统挖掘寿昌历史，做好文化传承工作。同时，将《寿昌镇志》活态化，融入寿昌整治建设和产业发展当中。二是注重传承非遗文化。建设舞龙文化广场及天罡拳基地，在寿昌中小学推广此两项非遗文化，在节庆时推出舞龙及天罡拳表演，实现传统文化的传承，寿昌文脉的延续。目前，通过节会的活动带动，青少年舞龙、威风鼓表演、天罡拳展示等非遗文化展示已成为网红展示项目，吸引了大量的游客，并获得游客的一致好评。三是注重打造寿昌品牌。弘扬地方人文特色，恢复开设豆黄饅、千层糕等寿昌名小吃，打响水晶糕、炒粉干、里洪坑红茶等寿昌品牌，挖掘面塑、竹篾和弹棉花等老工匠手艺，设置体验区，

在水街和中山路集中打造富有传统韵味的饮食和商业文化空间。

二、加快推进策划规划的编制和完善，提升产业发展的合理布局

按照“一个中心、两大文化、三条街区、四个节点”的目标，以中山路步行街为旅游产业引爆点，而后逐步向水街延伸扩展，从而推动古镇旅游产业的壮大发展。

一是一个中心，即南门外广场。它是寿昌镇的地标，是寿昌政治、文化、旅游集散中心。业态主题定位为游购娱乐中心，注入超市、品牌西餐(如肯德基、必胜客、两岸咖啡之类)等商业业态，打造旅游业态综合体，并将广场打造成为大中型民俗活动场所，即舞龙等当地特色文化展示的平台，并以表演、参与、教学等形式进行常态化非遗文化展示。

二是两个文化，即舞龙文化、天罡拳文化。结合南门外广场打造舞龙展示平台，展示舞龙文化；利用洪家厅展示天罡拳文化及婺剧文化。

三是三条街区，即中山路步行街美食特色街区、西湖水街文化创意街区、建国路传统商业街区：

(一) 中山路步行街美食特色街区。业态主题定位为小吃文化体验和地域民俗文化体验，以传统文化活动和现代休闲活动相结合，主要以餐饮业态为主，以“老寿昌时光”为主题，结合古镇风貌，用老寿昌时期的糖稀画、捏面人等现场手工制作的特色小食等元素烘托这一氛围，以建德、寿昌本土企业与经典老字号相结合，并植入建德及全国各地的名小吃；古玩、书画、旅游纪念品、地方土特产等；快捷酒店、儿童玩具、各类随手饮品等。同时，打造几处特色体验餐饮店，让消费者可直接看到食品的制作过程，可以品尝到特色美食，也可在特产选购区购买农家自制的挂面、面粉、麻花、香油、辣椒粉、油泼辣子、醋、菜籽油、粉条等。业态的档次以高端为主，中档为辅，以满足不同需

求的旅游者，同时兼顾居民生活业态，鼓励引导传统技艺、特色餐饮、文化拓展、互动体验等街区旅游相关产业。

(二) 西湖水街文化创意街区。业态主题定位为古镇文化体验和西湖风情文化体验，该街区以会通桥为界，划分成两个区域，会通桥上即西湖周边区域以文创产业业态为主，打造成为融国内中高端休闲、国内精品文化交流、展示为一体的，满足人们中高端购物、享受精致生活的街区。会通桥以下区域以休闲娱乐类业态为主，展示商业街的国内风尚，并注入现代时尚元素发展文化休闲、主题住宿、特色餐饮和体验式购物等旅游商业业态，如：品牌餐饮(中、西均可)、地方特色餐饮、酒吧、音乐吧、咖啡吧、茶吧、特色民宿、会所等；适当搭配若干特色排档、特色小吃、生活便利店。

(三) 建国路传统商业街区。业态主题定位为经济和历史文化的传承体验，作为传统商业街区。同时，鼓励引导其他区块传统手工艺、传统产业及传统店铺等业态进入，如：裁缝店、篾匠铺、打铁铺、弹棉铺、

布鞋铺；糕点铺、土酒铺、传统中药铺、炒货铺、年糕千层糕加工铺、爆米花铺等；补鞋、修锁、修表、修伞、修电视、修自行车、磨刀、理发等；旧书摊、旧货摊、音像摊等。适当搭配若干农家排档、民间小吃、生活便利店、农家土特产品摊点。

四是四个节点，即翁家大院、洪家厅、周宣灵王庙、西湖。翁家大院打造特色民宿，还原翁宅业态，以博物馆和书局为主要业态，打造成追溯寿昌历史的开放场所。洪家厅展示天罡拳文化及婺剧文化，形成喝茶在西湖，听戏在洪家的格局。周宣灵王庙展示孝德文化，追溯寿昌孝德文化历史，宣传发扬孝德文化。西湖以西湖茶室和西湖戏台为中心，注入文创业态，打造西湖文化创意集聚区。

三、全力推进城镇业态的转型升级，凸显城镇建设的产业核心

在集镇基础设施建设完成后，加快城镇产业发展和业态布局调整成为寿昌镇当务之急的工作，这既是小城镇整治进入后时期的一个必经之路，更是老百姓幸福生活、安居乐业的实际需求。



(一) 加强组织领导。成立寿昌镇美丽集镇产业发展工作领导小组，并积极争取市级层面支持，成立市级平台，全力推进集镇产业发展工作。

(二) 腾出发展空间。按照“合理引导、平稳过渡、鼓励转型、选择安置”的工作原则，完成中山路、湖滨路 21 间国有房产(商铺)腾退，为后续产业发展腾出空间。通过多种形式发布招商公告，并建立项目库，择优选定落地项目。目前 13 个落地项目，其中 6 家正式开业，其余 6 月底对外营业。同时，对翁宅高端民宿、寿昌-18 号粮站、世纪联华等项目进行全力推进。

(三) 开展人气活动。通过开展“迎四方客，过寿昌年”年初六百家宴活动、正月十五“五龙献瑞闹元宵”活动、二月十民俗节活动和五一“寿昌味道·味道寿昌”活动持续给寿昌镇旅游增添人气、营造氛围，2019 年寿昌镇累计接待游客超 30 万人次，实现旅游收入超过 1000 万元。

(四) 提升寿昌知名度。通过“一个中心、两大文化、三条街区、四个节点”打造，打响寿昌镇自己的旅游品牌，极大地提升了寿昌镇的知名度和美誉度。

(寿昌镇 特约供稿)





随着老年人口数量不断增长，老龄化程度不断加深，庞大养老群体对养老产品和养老服务提出了更多样化、个性化的需求。养老企业纷纷以更创新、更积极的姿态迎接这一市场机遇。

浙江国际养老服务业博览会（简称“老博会”），自2012年首次举办以来，至今已连续举办六届，吸引了来自日本、丹麦、德国、韩国等十多个国家和香港、台湾等地区的以及众多企业、机构，展品涉及100多个门类2000余种商品，总参观人次达50多万。博览会提供了一个交流分享的良好平台，促进了行业交流，推动了行业发展。

本届老博会，围绕“绿水青山，浙里康养”主题，注重培育康养消费，提升养老品质。有为失能、失智、高龄老人养老服务和居家适老化改造的体验展示；有国内外养老服务大咖针对当前热点、痛点问题重磅发声；有长三角养老服务一体化挑战与机遇热烈探讨；有优质养老服务运营组织推荐名录郑重发布；有省内外养老服务供需对接与项目洽谈；有功勋养老服务护理员的风采展示；有互联网+养老与时间银行创新探索……

诸多热爱养老事业，在养老行业深耕细作多年，拥有丰富成功实践经验的行业推动者，将在这里碰撞出思想火花，或许能给正在经受困惑的养老从业者，点亮一盏灯，打开一扇窗。期待您的参与！

浙里康养

提升养老品质—— 养老服务业博览会

NAL PENSION SERVICE EXPO

省商贸业联合会 协办单位：余杭区民政局
省老年服务业协会
省民政事业促进会

S I O N S E R V I C E E X P O

时 间

2019年7月25日—27日（周四—周六）

地 点

杭州浙商开元名都酒店
（余杭区临平迎宾路535号）

展 览 主 题

绿水青山，浙里康养
——培育康养消费，提升养老品质

组 织 机 构

指导单位：
浙江省民政厅
浙江省商务厅

主办单位：
浙江省商贸业联合会
浙江省老年服务业协会
浙江省民政事业促进会

承办单位：
浙江省商贸业联合会养老产业专业委员会

协办单位：
余杭区民政局

主 要 内 容

（一）展览及体验

地点：杭州浙商开元名都酒店一楼大厅、三楼序厅
内容：

- 1、养老服务，包括机构养老、居家养老、医养结合，智慧养老体验、养老护理体验。
- 2、用品展示，包括康复辅具，适老化家居产品体验等。
- 3、特色服务，包括老年人文化、金融、保险等产品。

（二）参会人员

- 1、浙江省、市、县三级民政系统主管领导。
- 2、上海、江苏、安徽等地民政部门、养老服务企业、协会。
- 3、研究养老服务专家学者。
- 4、省内外养老服务机构（包括公办和民办），康复护理医疗机构。
- 5、涉老社会组织和企业。
- 6、省内外养老地产商；老龄产业企业；养老服务业投资机构；医疗机构、医药企业。
- 7、境外养老服务企业。

隋剑光会长拜访省文旅厅褚子育厅长



4月9日，隋剑光会长赴省文旅厅拜访褚子育厅长。

隋会长介绍了浙商联的基本情况和承担的两项促消费活动：一是5月-6月在全省开展“2019浙江消费促进月·浙里来消费”活动，组织开展浙味美、浙里购、浙里优、浙里行、浙里游、浙油礼、浙丽人、浙最惠等八大“浙”系列促销活动，打响“浙里来消费”金字招牌；二是于9月-11月开展的浙江金秋购物节。隋会长希望与文旅厅就消费促进月活动进行资源互通，共同打造“浙里游”活动：银泰在全省的经营网点与全省重点景区联袂推出“门票当钱花、小票抵门票”活动，游客凭活动合作景区门票到银泰购物可作为消费券使用；凡在银泰百货消费满一

定金额，凭购物小票到指定景区，可抵扣一定的门票费用。

褚子育厅长表示对促消费、扩内需方面将创造有利条件，大力支持。文旅厅一直非常重视文旅促消费工作，推动文旅出口、拉动文旅消费。5月19日启动的文旅消费季，与商务厅的消费促进月相吻合，双方活动可以相互融合，下一步，文旅厅和浙商联可以建立一种合作机制，实实在在地做些工作，促进消费扩大内需。

“2019浙江消费促进月·浙里来消费”活动推进协调会在省商务厅召开

4月10日，“2019浙江消费促进月·浙里来消费”活动推进协调会在省商务厅召开。省商务厅消费促进处处长肖奋出席会议并作讲话，副处长骆林勇主持会议。浙商联、省餐饮协会、省汽协等行业协会负责人及苏宁易购等企业代表参加会议。我会隋剑光会长、魏君聪秘书长分别作了发言。

肖处长指出，今年消费促进月首次喊出“浙里来消费”口号，形成“浙味美、浙里购、浙里优、浙里行、浙里游、浙油礼、浙丽人、浙最惠”八大“浙”系列主题，方案设想得到省领导充分肯定。肖处长介绍了活动的筹备情况，并提出总体实施要求：一是抓住机遇切实打好消费促进第一场攻坚战；二是多方听取意见建议，整合协会力量，明确浙商联为总承办，各协会分别承办“浙”系列主题活动；三是结合活动节点，造势引爆“热点”；四是按照谁承办谁负责的原则，确实保障活动期间安全问题。

最后，骆林勇副处长作总结发言，一要明确工作重点，落实具体内容；二要抓好活动组织，制定实施方案；三要加强沟通联络，同心同力同行。同时提出“时间要可控、内容要可靠、成效要可观”的工作目标。



省商务厅肖文处长一行莅临我会指导

4月11日上午，浙江省商务厅商贸运行处肖文处长一行莅临我会指导，我会会长隋剑光、秘书长魏君聪热情接待。

会上，肖文处长听取了我会有关商贸运行建设和商贸行业管理的工作汇报，并对我会的统计工作提出了新的要求和期望。

隋会长表示，我会将认真贯彻执行省商务厅对统计工作的新要求，积极配合商务厅完成相关工作，对肖文处长一行提出的指导性建议表达了诚挚的感谢。

参与此次交流的还有省商务厅商贸运行处副处长陶洪斌、李江波，我会副秘书长杜佳音、沈小平及统计部部长蔡秀刚。



浙商联召开商贸统计工作座谈会

4月17日，我会召开商贸统计工作座谈会，省商务厅商贸运行处调研员陶洪斌，我会会长隋剑光、秘书长魏君聪，以及来自餐饮、百货行业的8家企业代表参加了会议。

陶洪斌调研员提出，随着消费新环境的改变，政府部门对统计数据的需求也愈发强烈，传统的季度报送方式由于耗时周期长、时效性低，已经无法满足当下政府数据决策的需求，推行月度报送方式迫在眉睫。

陶洪斌调研员、隋会长与企业代表就每月报送时间和报表统计口径展开了热烈的讨论，与会企业代表纷纷发言，提出了当前报送工作中存在的困惑，为报送内容的改进提出建议。

隋会长表示保障数据的及时性、准确性是浙商联在开展统计工作中需要关注的重点，现阶段由于人工成本制约和统计人员频繁变动，统计工作的开展仍存在不少掣肘。希望企业统计人员能加强对所管辖数据的整理分析，总结工作经验，提高工作效率。



浙江省商贸业联合会二届六次会长会议成功召开



4月19日,浙商联二届六次会长会议在丽水召开。我会会长隋剑光、执行会长浙江经济职业技术学院党委书记骆光林、监事长王晓哲、丽水市商务局副局长张志军等领导,以及浙商联所有副会长单位的代表出席会议。丽水市商务局副局长张志军在会上致辞。

会议通报了“浙江省商贸业联合会2019年工作要点”,各副会长单位分别发表了对工作要点建议和意见;会议布置了省商务厅主办于4月30日启动的省消费促进月活动,要求会长单位积极参与,并与下半年的金秋购物节活动有机整合整体策划,春华秋储一波接一波地有序推动消

费高潮;会议还围绕企业资本运作的金融风险防范,邀请了海银财富机构负责人作了专题演讲。随后浙商联与丽水市商务局、瑞丰德永签署战略合作协议。

隋会长作总结发言,一是浙商联及会长单位要积极配合商务厅做好典型企业经营数据统计工作;办好消费促进月活动和金秋购物节活动等浙商联年度重点工作。二是认真学习国务院国办发2019年9号文件;三是发挥各联合会贴近企业优势在当前小微企业融资难融资贵情况下,反映企业融资客观问题和迫切融资诉求,为企业争取融资。

隋剑光会长一行走访颐高集团

5月8日,我会隋剑光会长一行走访颐高集团,参观颐高集团发展史展示馆,与颐高集团翁南道董事长亲切交谈。

翁南道董事长介绍:颐高集团作为新经济实体投资运营商,致力于为传统产业提供“产业+双创”平台,打造创新创业生态圈,推进传统产业转型升级。公司业务涉及智能数码、创业园区、特色小镇、美丽乡村、旅游健康、投资等领域,培育发展了颐高、颐居、亿茂、亿脉通、楼友会、微巢等品牌。翁董事长希望浙商联能够利用自身平台优势助力传统专业市场转型升级,与颐高集团一道为解决浙商走出去发展共同做出努力。

隋剑光会长表示此次到访很受学习,深有感触,浙商联将在助力传统专业市场转型升级方面发挥积极作用。隋会长希望借浙商联会长会议之机,邀请翁董事长作为主讲嘉宾,着重介绍为传统专业市场转型升级提供系统解决方案;浙商联愿与颐高集团加强合作,携起手来走出去。



浙商联组织学习省商务厅盛秋平厅长的电视访谈



5月27日,我会全体员工认真学习了省商务厅盛秋平厅长5月25日晚在浙江经视《有请发言人》节目中的重要讲话。

盛厅长指出:今年浙江省商务厅把促消费与稳外贸稳外资作为三大攻坚战来开展,今年新设计了四个促消费的平台,来推动浙江老百姓消费得更好,生活更有品质。第一是搭建了新的消费平台;第二是重点打造消费的新地标;第三是要构建一批流通的新网络;第四是要培育消费的新模式。通过这四项新的举措,来推动浙江的消费品质不断地提升,老百姓消费的幸福获得感不断增强。

学习会上,与会人员感触颇深,反响强烈。隋会长总结指出,浙商联秘书处所有人员要充分认知“浙里来消费 生活更美好”的品牌内涵和理解品牌价值,并提出相关行业协会和会员企业都要组织学习的倡议。

浙商联走访省百货购物中心协会



5月28日,我会隋剑光会长一行走访浙江省百货购物中心协会,与协会董伟平会长、王云溪秘书长就当前促消费工作进行了交流,了解百货购物中心协会在此次消费促进月活动中做出的实效工作,包括开展的相关活动、场次和效果等。

隋剑光会长指出,省委省政府对促消费工作高度重视,以及省商务厅盛秋平厅长近日在浙江经视的访谈,无不发出强烈信号——消费对经济增长的压舱石作用,希望各协会积极响应行动起来。

董伟平会长表示,省百货购物中心协会积极响应省商务厅促消费工作的部署,努力跟上全省消费促进工作的步伐,结合协会的特点,于今年6月和9月两个时段开展“浙百货·百店联动促消费”活动。王云溪秘书长指出,目前全省已有320家门店正积极准备中,通过把消费促进月相关LOGO及标识融入商家门店的宣传,营造良好促销氛围,再掀促消费高潮。王秘书长预计到9月份将有更多企业参与其中,争取3年时间达到千店联动。

隋剑光会长一行走访浙江苏宁易购

5月30日，我会隋剑光会长一行走访浙江苏宁易购商贸有限公司，与公司总经理郁义龙作了交流。

隋会长指出，当前消费的经济“压舱石”作用愈来愈大，省商务厅盛秋平厅长近日在浙江经视的访谈，表明我省对促消费工作的高度重视和具体行动。此访目的是了解苏宁在此次消费促进月期间组织的富有成效的促销活动、销售状况、流量等，以及公司对减税降费的诉求，同时倾听公司的真实想法和对会建议。

郁总经理简要回顾了上一年度的消费促进月期间苏宁开展的活动及取得的成效。基于大环境的影响，公司正努力寻求外延增量，重点抓门店成本，一方面降租，另一方面提升坪效。郁总经理希望通过浙商联平台，在减税降费、营销许可审批、社保基金返还等方面积极反映企业诉求，实实在在为企业服务。



隋剑光会长一行走访华润万家超市



6月3日，我会隋剑光会长一行走访华润万家生活超市(浙江)有限公司，与公司濮家店总胡铁军等作了深入交流。

隋会长参观了华润万家濮家店，店总胡铁军、总经办政府事务经理朱春宇对超市创新业态、自有品牌、餐桌文化等作了介绍。

座谈会上，隋会长对华润万家积极参与消费促进月活动表示肯定，并传达了省商务厅厅长盛秋平在接受浙江经视访谈时提出“高品质消费，高品位生活”的讲话精神。隋会长希望企业全力配合，按照1+2+X模式来做强全省促消费的平台。此次消费促进月，华润万家共推出感恩

精选商品促销、家电浙里购、端午粽情浙里购、618品类商品打折等四大主题活动，都达到较为理想的效果。副总严舒斌指出下半年华润万家也将更深入地参与到浙江金秋购物节活动中来。

我会隋剑光会长走访中国石化浙江石油分公司

6月4日，隋剑光会长、魏君聪秘书长一行走访了中国石化浙江石油分公司、浙江省成品油协会。与中国石化浙江石油分公司党委书记李玉杏，经营管理处李仁如处长、非油品中心胡志舜经理等作了深入交流。

座谈会上李玉杏书记简要介绍了本次消费促进月活动的开展情况。中国石化浙江石油分公司积极参与“浙”系主题促消费，打造“浙油礼”主题活动。以全省2000余座加油站为依托，开展了系列丰富多彩的促消费活动。

一、携“综合服务站”亮相嘉里中心，助力消费促进月启动；二、依托加油站，开展汽油超值让利促销活动，活动投入超过2亿元；三、依托易捷便利店发起全场满、“易捷饮料节”等营销活动让利消费者，拉动消费1.4亿元。

隋会长传达了省商务厅盛秋平厅长在浙江经视的讲话精神。隋会长指出，本次消费促进月8大板块中，由浙江省成品油协会牵头的“浙油礼”板块活动社会影响力大，成效显著，充分发挥了央企在拉动消费的领头作用。随后，魏君聪秘书长希望在下半年的金秋购物节中双方更深入地进行合作，突出“品质生活、品质消费”的主题，浙油礼能出新的亮点。



浙商联开展“不忘初心，牢记使命”主题教育读书会



6月27日，浙商联全体员工在浙江经济职业技术学院物产中大管理学院培训楼大会堂与物产中大集团总部员工一起，参加了以“不忘初心，牢记使命”为主题的读书会。

读书会邀请了省委党校党史党建教研部主任邱巍教授，专题辅导了“红船精神”主题教育知识并集中学习了《习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要》。邱巍教授以历史情节为依据娓娓道来，逻辑清晰，具象生动，引人入胜，重点围绕党的政治建设、全面从严治党、理想信念、宗旨性质、担当作为、政治纪律和政治规矩、党性修养、廉洁自律

等8个方面，讲述共产党的建党初心和振兴中华为民谋幸福的使命。全体与会人员被邱巍教授扣人心弦的事实叙述和画龙点睛般的政治提炼所吸引，聚精会神认真听课，学习了党的历史，提高了不忘初心的政治觉悟。