

# 上海商联



上海市商业联合会

## SHANGHAI COMMERCIAL ASSOCIATION

2020年12月 (总38期)

上海市连续性内部资料准印证 (X) 第0827号

SHANGHAI COMMERCIAL ASSOCIATION



### 敢于承担 勇于创新

### 边 伟

对客户负责 对员工关爱 对社会奉献

# 6

# 2020



内部资料  
免费交流

# 担当

我会隆重举行 2020 上海市商贸流通服务业抗击新冠疫情、保障城市生活、提振上海市场暨全国商贸流通服务业先进集体、劳动模范（上海）表彰大会

12月4日，上海市商业联合会携手市医药商业、食品、餐饮烹饪、洗染、连锁、副食品行业协会和浦东新区、黄浦区、静安区、杨浦区、金山区、青浦区、奉贤区商联会，在市政协礼堂共同举办“2020上海市商贸流通服务业抗击新冠疫情、保障城市生活、提振上海市场暨全国商贸流通服务业先进集体、劳动模范（上海）表彰大会”。



大会在雄壮的国歌声中开始。市政协十一届、十二届委员会副主席周太彤，市人大常委会原副主任、市商联合会第四届会长任文燕，市商联合会会长蔡鸿生等领导在主席台就坐。市商联合会常务副会长吴星宝主持会议。



今年初新冠疫情突发，市商联合会及时向各会员单位发出了《关于做好新型冠状病毒感染肺炎疫情防控工作

的通知》，对抗击新冠疫情做出部署和具体要求。在抗击疫情的战斗中，医药商业行业积极采购防疫物资，在保障上海市民防疫需求的同时，向湖北地区支援大量抗疫物资；洗染行业站在抗疫一线，为医院、宾馆提供织物洗涤消毒服务；食品、副食品、肉类行业的企业加班加点，确保市民日常生活需求；物流企业不辞辛苦、源源不断地向武汉等地运送抗疫物资；网络平台在疫情初期积极从海外采购大量防疫用品；江桥、江杨、上农批等批发市场充分发挥蔬菜和果品供应的主渠道作用；叮咚买菜、清美鲜食、食行生鲜也在疫情防控期间发挥了保障市民生活的重要作用……本市商贸服务业为抗击新冠疫情、保障城市生活、提振上海市场发挥了不可或缺的重要作用，涌现了一大批感动人心的先进事迹，谱写了一曲曲绚丽的篇章。

会上，市商联合会副会长兼秘书长赵皎黎宣读了《关于表彰全国商贸流通服务业先进集体、劳动模范和先进工作者的决定》和《关于2020上海市商贸流通服务业抗击新冠疫情、保障城市生活、提振上海市场总结表彰的决定》，表彰了本市荣获的全国商贸流通服务业先进集体10个、全国商贸流通服务业劳动模范10名；2020上海市商贸流通服务业抗击新冠疫情、保障城市生活、提振上海市场特别贡献奖集体47个、特别贡献奖个人39名、先进集体151个、先进个人122名。受到表彰的集体和个人涵盖了本市医药商业、洗染、食品、餐饮烹饪、百货、服装、副食品、肉类、物流、糖烟酒茶、豆制品、日用品、美发美容等行业。

大会现场播映了《担当——上海商业抗疫保供纪实》形象片，再现了上海商贸流通服务业广大员工在上海市、市政府的统一领导下，以高度的责任心、历史的使命感和严明的纪律性，众志成城、义无反顾地投入抗疫的精彩瞬间。

上海医药商业行业协会常务副会长兼秘书长蒋金琪代表先进集体发言。他说，在年初疫情发生后，协会第一时间对本市医药商业零售企业发出增加采购满足市场



供应的通知，零售企业积极响应，大力组织货源，坚决不售假冒伪劣商品、不趁机任意涨价；协会第一时间向市药监局提出防疫药品团购目录建议，促使零售药店及时向企业销售防疫药品；联手推出了“药师保”免费保险项目，为零售药店一线员工提供医疗保障；积极推动全市1200家零售医保药店和6000多家居委会相结合为市民供应口罩1.6亿多个；为本市地铁站点设置自动售口罩机出谋划策，为助力疫情防控、服务社会治理和民生建设发挥了社会组织的独特作用。

上海煦新企业管理有限公司营运部经理王兰兰代表先进个人发言。她说，“疫情期间普通人可以待在家里，商场却不能关门。疫情虽然严重，而市民日常生活对于我们来讲更加重要”。身为奉贤宝龙广场招商运营经理，王兰兰怀有身孕照常上班，为抗疫防范工作拼命忙碌着，每天检查清洁消杀、商户防疫措施是否到位。由于连续大强度劳动，出现流产症状，医生建议住院保胎，但想到商场人手紧缺，实在不能请假，她又决定回家观察。第二天下午在单位里感觉腹痛厉害，到医院后医生告知必须马上做引产手

术，术后开了一个月病假。没休几天，她不顾家人反对重回岗位，坚持检查商铺、员工疫情防范工作，不放过每一个角落，仍早出晚归。虽然感觉腰酸背痛，仍坚持不离岗。她认为，自己是一名党员，在抗击疫情这场没有硝烟的战争中，个人微小之力可以凝聚起中华大地抗疫洪流，任何病毒都会被打败，明天一定会更美好。

市商联会蔡鸿生会长在大会总结时表示：衷心感谢数以百计、数以千计的同事和同行们团结一心，在一个

历史性的抗疫时期出色地完成了责任担当，维护了上海商贸服务业崇高的历史荣誉，这种贡献是难以替代的，这种工作的成效也是难以替代的，光荣榜上有名的先进集体和先进个人是我们的骄傲、是行业的骄傲，也是全市人民的骄傲。“沉舟侧畔千帆过，病树前头万木春”。令人难忘的2020年即将过去，让我们满怀信心，谋划未来，继续做好疫情常态化情况下保障供应、提振市场的工作，迎接更具挑战、更有希望和丰硕成果的2021年。

(通讯员 王晨)





# P1 卷首语

## 担当

我会隆重举行 2020 上海市商贸流通服务业抗击新冠疫情、保障城市生活、提振上海市场暨全国商贸流通服务业先进集体、劳动模范（上海）表彰大会

### 封面人物

上海置辰智慧建筑集团股份有限公司执行董事  
上海和孝养老服务有限公司董事长  
上海红湾众创空间管理有限公司董事长  
上海市商业联合会副会长



### 12 商联短波

#### 商联视窗

- 04 2020 上海市商业联合会光荣榜
- 38 上海国际商品拍卖有限公司客车额度拍卖管理中心  
始终贯彻最高标准、最严要求、最优服务
- 39 中饮巴比食品股份有限公司上海生产中心  
打造全透明化管理 丰富百姓健康生活

#### 刊中刊·相约上海医药商业行业

- 18 做打造新型行业协会的领跑者  
创引领医药行业发展的新高度
- 24 上海商业医药行业协会会员风采录

### 专家谷

- 26 小议商业数字化转型
- 27 探讨超市餐饮的经营之道

### 人物志

- 28 裘黎明：传承上海特色 创新品牌特色
- 29 兰云科：矢志艰苦创业 不忘回报社会
- 30 项美芳：奋楫前行 多元发展
- 31 曾茯林：创新求变 精益求精
- 32 刘重亮：在实践中传承 在传承中创新
- 33 李跃雄：严谨专注 持之以恒
- 34 杨海：施展美味厨艺 传授烹饪绝技
- 35 杨勇：承启国企责任 践行改革重任
- 36 沈洁：专注鲜食新零售 保供稳价作贡献
- 37 任春华：刻苦钻研技术 助力企业发展
- 48 边伟：敢于承担勇于创新

## P10

### 商联视窗

## 促进合作交流，在构建双循环新发展格局中发挥作用

### 全国省（直辖市）商业联合会（总会）会长座谈会在上海召开



### 会员之家

- 40 老凤祥股份有限公司  
跨越世纪的经典与时尚
- 41 上海清真洪长兴餐饮食品有限公司  
名扬百年的海派清真餐饮
- 42 上海才众餐饮投资管理有限公司  
强根固本，树立餐饮保障和后勤服务的一流标杆
- 43 环球互通品牌服务有限公司  
强强联手 塑造品牌共赢
- 44 上海山林食品有限公司  
牢记打造优质三餐食品供应商的企业使命

- 46 **商品微信** 进口冷链食品一席谈
- 47 **聚焦大健康** 品尝大闸蟹的学问

主管单位：上海市商务委员会

主办单位：上海市商业联合会

《上海商联》编委会

主任：蔡鸿生

副主任：

吴星宝 赵皎黎 倪正宇 张振丰

委员：

方彬 边伟 任长艳 李尉

余存军 吴少聪 吴仲庆 吴梦秋

张铁军 张曙华 沈建华 陈礼明

陈学新 周亚东 范林根 钟泽明

项美芳 高克敏 徐海澜 浦静波

陶奋 黄圣文 龚屹 韩文

董伦超 蒋金琪 蒋智敏 彭爱斌

裘黎明

《上海商联》编辑部

主任：刘古武

编辑：周伟珠 杨玉海 吴健

王晨 胡雅萍

编辑部地址：上海市静安区新闸路945号315室

邮政编码：200041

电话：021-62182551；62713139

传真：021-62710997

投稿邮箱：sca2015@126.com

美编印刷装订：上海昌鑫龙印务有限公司

监制：陈昌龙

2020年12月25日出版

印数1000册 发送会员及相关单位



微信搜一搜

上海市商业联合会

## 全国商贸流通服务业先进集体

(上海市10个)

上海和平饭店有限公司  
东方国际创业股份有限公司第五业务部  
上海杏花楼(集团)股份有限公司  
上海市商业联合会秘书处  
上海医药商业行业协会  
上海国际商品拍卖有限公司客车额度拍卖管理中心  
中饮巴比食品股份有限公司上海生产中心  
上海捷强烟草糖酒(集团)连锁有限公司上海市劳模黄春明班组  
恒源祥(集团)有限公司技术中心  
上海市江桥批发市场经营管理有限公司市场部

## 全国商贸流通服务业劳动模范

(上海市10名)

裘黎明 上海蔓楼兰企业发展有限公司董事长  
沈洁(女) 上海清美绿色食品(集团)有限公司鲜食事业部副总经理  
刘重亮 上海王家沙餐饮股份有限公司副总经理  
李跃雄 上海上药神象健康药业有限公司副总经理  
任春华(女) 上海闽龙实业有限公司项目开发总监  
杨海 上海和记餐饮管理有限公司行政区域总厨  
曾获林 上海哈尔滨食品厂有限公司技术负责人  
项美芳(女) 上海绿亮集团有限公司副总经理  
杨勇 上海金山粮油资产经营有限公司常务副总经理  
兰云科(畲族) 上海才众餐饮投资管理有限公司总裁

## 2020上海市商贸流通服务业抗击新冠疫情、保障城市生活、提振上海市场特别贡献奖(集体)

(共47个,按笔画排序)

上药控股有限公司  
上海又一城购物中心有限公司  
上海大宁国际茶城市场经营管理有限公司  
上海大厦采购部  
上海小绍兴配餐服务有限公司  
上海山林食品有限公司  
上海艺杏食品有限公司  
上海北翼(集团)有限公司  
上海白玉兰宾馆有限公司  
上海市江桥批发市场经营管理有限公司  
上海市汽车销售行业协会  
上海市商业联合会健康养生专业委员会  
上海光明领鲜物流有限公司  
上海华安美容美发有限公司  
上海交荣冷链物流有限公司  
上海江杨水产品批发市场经营管理有限公司  
上海农产品中心批发市场经营管理有限公司  
上海麦宝食品有限公司饼干生产车间  
上海苏宁易购销售有限公司  
上海医药商业行业协会  
上海罗森便利有限公司  
上海依视路光学有限公司  
上海荣庆堂实业发展有限公司  
上海南外滩轻纺面料市场经营管理有限公司  
上海药房股份有限公司  
上海闽龙实业有限公司  
上海美天副食品有限公司  
上海洗染行业协会  
上海洋码头网络技术有限公司  
上海圆迈贸易有限公司  
上海铭言企业管理集团有限公司  
上海第一医药股份有限公司  
上海清美天信绿色食品有限公司  
上海壹佰米网络科技有限公司

# 业联合会光荣榜

上海联家超市有限公司古北店  
上海紫苏文化传媒有限公司  
上海景禧医纺科技有限公司  
上海新世界股份有限公司  
上海福聚商业经营管理有限公司  
上海豫园商业发展集团有限公司  
丰收日(集团)股份有限公司  
迅销(中国)商贸有限公司  
金桥国际商业广场  
享御食品(上海)有限公司  
顺丰速运集团(上海)速运有限公司  
资生堂(中国)投资有限公司  
康成投资(中国)有限公司

## 2020上海市商贸流通服务业抗击新冠疫情、保障城市生活、提振上海市场特别贡献奖(个人)

(共41名,按笔画排序)

王卫军 上海清美绿色食品(集团)有限公司  
王文明 上海市江桥批发市场经营管理有限公司  
王兰兰 上海煦新企业管理有限公司  
叶凡 上海大厦  
田晟磊 上海大富贵酒楼有限公司  
乐燕 上药医疗器械(上海)有限公司  
兰凡 上海才众餐饮投资管理有限公司  
庄春强 上海铮沈实业(集团)有限公司  
刘伟众 上海东亚食品储运经营有限公司  
刘利利 上海壹佰米网络科技有限公司  
刘莉莉 上海紫苏文化传媒有限公司  
李军 上药医疗器械(上海)有限公司  
李杰美 上海威龙洗涤经营有限公司  
李明杰 上海乐茶实业有限公司  
杨暘 上海药房股份有限公司  
吴健 上海市第二食品商店有限责任公司  
余东 上海荣庆堂实业发展有限公司  
汪巍忠 上海新嘉商业投资(集团)有限公司

沈云海 上海江杨农产品市场经营管理有限公司  
沈莉娜 上海又一城购物中心有限公司  
宋潞潞 上药控股有限公司  
张院浩 上海随易网络有限公司  
陆亚明 上海豫园旅游商城(集团)股份有限公司  
绿波廊酒楼  
陈军慧 上海康依达工贸有限公司  
范仁河 上海老涑福养老服务服务有限公司  
林在嵩 上海万明眼镜有限公司  
郁瑞芬 上海来伊份股份有限公司  
周健 上海远东正大商品检验有限公司  
周志强 上海锦江国际餐饮投资管理有限公司  
郑金龙 上海闽龙实业有限公司  
赵俊 上海远东正大商品检验有限公司  
胡国齐 上海繁玺企业管理咨询有限公司  
施亮 上海全国土特产食品有限公司淮海商场  
洪清华 上海景域文化传播股份有限公司  
徐海澜 上海苏宁易购销售有限公司  
郭莉君 上海君聪优格餐饮管理有限公司  
黄健 上海永昌菜市场经营管理有限公司  
曹国生 上海老凤祥银楼有限公司  
章懿 上海新世界大丸百货  
梁德仁 上海山林食品有限公司  
董国银 上海光明领鲜物流有限公司

## 2020上海市商贸流通服务业抗击新冠疫情、保障城市生活、提振上海市场先进集体

(共153个,按笔画排序)

上药医疗器械(上海)有限公司  
上海一心斋清真饭店有限公司  
上海九州通医药有限公司  
上海九和堂国药有限公司  
上海又一城购物中心有限公司LEME生活鲜超  
上海又一城购物中心有限公司五星客服组  
上海三角地菜市场经营管理有限公司

上海三联（集团）有限公司  
上海大宁资产经营（集团）有限公司  
上海大桶大品牌管理有限公司  
上海大富贵酒楼有限公司  
上海万有全生鲜食品配送中心有限公司  
上海万有全半淞园菜市场经营管理有限公司东江阴街菜市场  
上海王家沙餐饮股份有限公司  
上海天平宾馆有限公司“陈春悦”志愿者服务队  
上海天智绿色食品有限公司  
上海巨鹿副食品市场经营管理有限公司  
上海牛奶棚食品有限公司  
上海长宁唐官海鲜舫有限公司  
上海长银企业发展（集团）有限公司浦东长青生活广场  
上海公益食品有限公司  
上海月星环球港商业中心有限公司  
上海匀麒网络信息科技有限公司  
上海双峰农贸市场经营管理有限公司  
上海正章实业有限公司  
上海本来生活信息科技有限公司  
上海东亚食品储运经营有限公司  
上海北翼（集团）有限公司团供部  
上海仕操洗涤有限公司  
上海白玉兰宾馆有限公司餐厅  
上海乐茶实业有限公司  
上海市现代食品职业技能培训中心  
上海市静安区白领午餐协会  
上海市静安区商业联合会  
上海市餐饮烹饪行业协会  
上海汉康豆类食品有限公司  
上海永昌菜市场经营管理有限公司  
上海老城隍庙食品（集团）有限公司上海市乔家栅食品厂  
上海老城隍庙餐饮（集团）有限公司  
上海百联金山购物中心有限公司  
上海百联南桥购物中心有限公司  
上海光明村实业有限公司  
上海同昆数码印刷有限公司

上海乒乓响农副产品配送有限公司  
上海伦伦酒店管理有限公司  
上海华氏大药房有限公司  
上海华氏余天成大药房有限公司  
上海华润万家超市有限公司  
上海交电家电商业行业协会  
上海兴贸集贸市场经营管理有限公司  
上海阳普菜市场经营管理有限公司  
上海好药师大药房连锁有限公司  
上海好德物流有限公司  
上海好德便利有限公司  
上海远钦净化科技有限公司  
上海杨浦商业发展投资有限公司  
上海医药物流中心有限公司抗疫物资保障团队  
上海来伊份股份有限公司全国销售服务中心  
上海连锁经营协会  
上海伯杰医疗科技有限公司  
上海汪怡记茶叶有限公司  
上海沐浴行业协会  
上海良友金伴便利连锁有限公司  
上海良友油脂集团股份有限公司  
上海启龙农业科技有限公司基地管理部  
上海启保企业经营管理有限公司三邻桥项目商管团队  
上海君聪优格餐饮管理有限公司  
上海奉贤大润发商贸有限公司  
上海武定菜市场经营管理有限公司  
上海肯德基有限公司  
上海易初莲花连锁超市有限公司  
上海咖了的啡餐饮有限公司  
上海欣成投资（集团）有限公司  
上海金山汇都餐饮管理有限公司汇都酒楼  
上海金山华联吉买盛购物中心有限公司  
上海金山粮油资产经营管理有限公司  
上海金枫油品有限公司462号站  
上海京世发型美容店  
上海宝燕投资集团有限公司宝燕到家生鲜超市  
上海南方国际购物中心（集团）有限公司  
上海南桥集贸市场经营管理有限公司

# 业联合会光荣榜

Window 商联  
视窗

上海威士机械有限公司  
上海威龙洗涤经营有限公司  
上海星聚餐饮管理有限公司  
上海哈尔滨食品厂有限公司  
上海科瑞物业管理发展有限公司南桥中企联合大厦  
上海便利蜂商贸有限公司  
上海美丽园大酒店有限公司  
上海美罗城商业管理有限公司  
上海恒德大药房有限公司  
上海祖名豆制品有限公司  
上海爱森肉食品有限公司  
上海高晶影像科技有限公司  
上海益丰大药房连锁有限公司  
上海烟草集团长宁烟草糖酒有限公司第一门市部  
上海烟草集团虹口烟草糖酒有限公司营销部  
上海烟草集团虹口烟草糖酒有限公司综合管理部  
上海浦东新区医药药材有限公司  
上海浦商百货有限公司  
上海涤创医疗技术有限公司  
上海黄金有限公司  
上海黄金饰品行业协会  
上海盛世欣兴格力贸易有限公司  
上海银科创展投资有限公司疫情防控指挥部  
上海第一医药崇明医药药材有限公司  
上海第一食品连锁发展有限公司  
上海象王洗衣有限公司  
上海清美绿色食品(集团)有限公司生产一厂  
上海绿捷实业发展有限公司  
上海联家超市有限公司联洋店  
上海紫燕食品股份有限公司  
上海鼎俊实业(集团)有限公司  
上海鼎腾食品有限公司  
上海智慧湾投资管理有限公司  
上海奥特莱斯品牌直销广场有限公司  
上海强丰投资集团有限公司  
上海雷允上中药饮片有限公司  
上海雷允上药业西区有限公司  
上海雷靖雨具有限公司

上海锦江国际饭店有限公司帆声西饼屋  
上海新丸商业运营有限公司  
上海新荣记餐饮企业管理有限公司  
上海新锦华商业有限公司  
上海新镇江酒家经营总公司  
上海福乐思特房地产发展有限公司  
上海福满家便利有限公司  
上海群坛机电设备有限公司  
上海静安悦诚资产管理有限公司889广场  
上海碧波泉企业管理有限公司  
上海嘉定商城有限公司  
开能健康科技集团股份有限公司  
天意有福科技股份有限公司  
中国石化销售股份有限公司上海石油分公司物流中心  
中国石化销售股份有限公司上海石油分公司商业经营  
中心非油品采购部  
中国石化销售股份有限公司上海沪东石油分公司安全  
数质量部  
中国石化销售股份有限公司上海沪北石油分公司石捷  
加油站  
中国石化销售股份有限公司上海沪西石油分公司  
中船置业有限公司  
老凤祥股份有限公司防疫志愿者团队  
老凤祥股份有限公司豫园分号  
老凤祥银楼有限公司业务八部  
协和发酵麒麟(中国)制药有限公司  
华联集团吉买盛购物中心有限公司  
红丝一站式婚礼机构  
麦德龙商业集团有限公司上海浦东分公司  
尚至音文化发展(上海)有限公司  
国药控股国大药房上海连锁有限公司  
宝地资产文商旅事业部宝乐汇项目  
第一百货商业中心  
联华超市股份有限公司  
雅培贸易(上海)有限公司  
强生视力建商贸(上海)有限公司  
静安嘉里中心

## 2020上海市商贸流通服务业抗击新冠疫情、保障城市生活、提振上海市场先进个人 (共126名,按笔画排序)

于波 中国石化销售股份有限公司上海石油分公司  
 千文华 上海市现代食品职业技能培训中心  
 王旭 华润医药(上海)有限公司  
 王辉 中国石化销售股份有限公司上海石油分公司  
 王旭阳 上海汉康豆类食品有限公司  
 王明佳 上海佳立服装制衣有限公司  
 王金余 中国石化销售股份有限公司  
 上海沪北石油分公司  
 王彦珍 老百姓大药房连锁(上海)有限公司  
 王寅隼 中国石化销售股份有限公司上海石油分公司  
 尤红利 上海星粲餐饮管理有限公司  
 方正平 中国石化销售股份有限公司  
 上海沪西石油分公司  
 未明圆 上海清美绿色食品(集团)有限公司  
 石邦法 上海宝燕投资集团有限公司  
 卢家法 上海天智绿色食品有限公司  
 叶应春 上海大宁国际茶城市场经营管理有限公司  
 史群伟 上海梅陇镇快餐有限公司  
 冉冬梅 瑞丽(上海)洗涤有限公司  
 包等平 上海驰成餐饮有限公司  
 冯德昌 上海新镇江酒家经营总公司  
 戎智慧 复旦后勤宾馆管理中心  
 吕立毅 上海威士机械有限公司  
 朱斌 上海医药物流中心有限公司  
 朱金淼 上海金世堂医药有限公司  
 朱健文 上海烟草集团虹口烟草糖酒有限公司  
 朱银根 上海长银企业发展(集团)有限公司  
 朱婷婷 红丝一站式婚礼机构  
 华思远 上海人民包装公司  
 刘忠 上海百乐门大酒店有限公司  
 刘波 上海好邻居医药连锁有限公司  
 刘有才 上海本来生活信息科技有限公司  
 许允瑾 上海市浦东新区商业联合会

孙阳 上海一生一串餐饮管理有限公司  
 孙励 永安百货有限公司  
 孙光野 上海铭言企业管理集团有限公司  
 严忠 上海牛奶棚食品有限公司  
 李文旺 上海城市现代农业发展有限公司  
 李金轩 上海洗染行业协会  
 杨伟 上海徐家汇商城股份有限公司六百分公司  
 杨海 上海星粲餐饮管理有限公司  
 杨中奎 上海烟草集团虹口烟草糖酒有限公司  
 杨世杰 中国石化销售股份有限公司  
 上海沪西石油分公司  
 肖有八 上海青浦万达广场商业管理有限公司  
 吴文建 上海童涵春堂药业连锁经营有限公司  
 吴树珍 上海服装鞋帽商业行业协会  
 吴家荣 上海高晶检测科技股份有限公司  
 何伟 上海浦东好又多超市有限公司  
 邹小龙 上海宝舜医疗器械有限公司  
 沈权 上海新跃物流企业管理有限公司  
 沈佳裕 上海崇明华联超市有限公司  
 宋庆禄 上海易初莲花连锁超市有限公司  
 张彦 上海青浦万达广场商业管理有限公司  
 张悦 中国石化销售股份有限公司上海石油分公司  
 张敏 上海博海餐饮集团有限公司  
 张鸿 上海又一城购物中心有限公司  
 张琼 上海联华快客便利有限公司  
 张毅 中国石化销售股份有限公司上海石油分公司  
 张永平 上海宫七健康管理咨询有限公司  
 张启林 上海雷允上颀盛大药房有限公司  
 张茜奇 上海雷允上北区药业有限公司  
 张德昌 上海万有全半淞园菜市场经营管理有限公司  
 陆琳 上海华氏余天成大药房有限公司  
 陆贝宜 上海今亚珠宝有限公司  
 陆莲花 上海金山万达广场商业管理有限公司  
 陆佳焯 上海麦迪睿医疗科技集团有限公司  
 陆湘渊 第一百货商业中心  
 陈杰 上海美天副食品有限公司  
 陈彝 上海第一食品连锁发展有限公司

# 业联合会光荣榜

陈仕荣 上海仕操洗涤有限公司  
陈在华 上海大桶大品牌管理有限公司  
陈忠伟 恒源祥（集团）有限公司  
陈建敏 上海鼎泰印务有限公司  
陈爱华 上海正章实业有限公司  
陈辉祥 上海惠崇农业种植专业合作社  
邵良 上海徐家汇经济发展有限公司  
林文术 晶华（上海）光学有限公司  
罗伟 上海金拱门食品有限公司  
金萍 上海帝泰发展有限公司  
金滢 上海市浦东新区商业联合会  
金佳伟 上海南站广场投资有限公司  
周云 上海白玉兰宾馆有限公司  
周吉 上海汉康豆类食品有限公司  
周国伟 上海第一食品杨浦销售有限公司  
周泽业 上海黄金饰品行业协会  
庞云 上海京正投资管理（集团）有限公司  
庞卫松 上海碧海云天休闲沐浴有限公司  
郑斌 上海老凤祥股份有限公司  
郑世超 上海景禧医纺科技有限公司  
经喜燕 上海喜士多便利连锁有限公司  
赵爱军 上海申鹿均质机有限公司售后服务  
胡秀靖 中国石化销售股份有限公司上海石油分公司  
胡毓敏 上海双峰农贸市场经营管理有限公司  
钟启鸣 上海龙群农贸集团芷江路菜市场  
侯毅 上海豫园珠宝时尚集团有限公司  
俞炜 上海光明村实业有限公司  
施建峰 上海老盛昌餐饮管理有限公司  
娄勤 中国石化销售股份有限公司上海石油分公司  
洪萱萱 鸿街商业管理（上海）有限公司  
姚家伟 上海徐家汇商城（集团）有限公司  
贾楠 上海清美绿色食品（集团）有限公司  
夏巍 上海第一八佰伴有限公司  
顾宏杰 上海万有全生鲜食品配送中心有限公司  
徐长鸣 上海富春小笼馆  
徐佳华 上海童涵春堂药业股份有限公司  
奚建宏 上海剑鑫服饰有限公司

高峰 上海艾樱健康科技股份有限公司  
陶宏炜 上海万有全生鲜超市有限公司  
黄义松 上海洛平菜市场经营管理有限公司  
黄文艳 上海东方自选公司  
戚明 上海辉展果蔬市场经营管理有限公司  
龚骏 百联世纪购物中心  
董伦超 上海市静安区商业联合会  
董兆香 上海瑞雯企业管理有限公司  
蒋东风 中国石化销售股份有限公司  
上海沪东石油分公司  
韩文 上海珍鼎餐饮服务有限公司  
傅国强 中国石化销售股份有限公司上海石油分公司  
储飞 上海清美绿色食品（集团）有限公司  
富华 上海市浦东新区商业联合会  
谢静 上海雷允上药业西区有限公司  
袁黎明 上海蔓楼兰企业发展有限公司  
蔡晓兰 上海浦东新区医药药材有限公司  
潘嫣 上药余天成（上海）医药有限公司  
潘文祺 上海宝隽商业经营管理有限公司  
薛守正 上海加岳市场经营管理有限公司  
魏良 上海白玉兰宾馆有限公司  
瞿亚明 开能健康科技集团股份有限公司  
瞿德望 上海烟草集团长宁烟草糖酒有限公司

## 促进合作交流，在构建双循环新发展格局中发挥作用

全国部分省市商业联合会(总会)会长座谈会在上海召开



11月10至12日，全国部分省市商业联合会（总会）会长座谈会在沪举行。会议由上海市商业联合会主办，来自北京、天津、重庆、山西、江西、安徽、河南、陕西、浙江、湖北、福建、青海等省市和石家庄市、金华市、衢州市商联会齐聚上海。中国商业联合会会长姜明，上海市商务委员会副主任、中国国际进口博览局副局长孔福安出席座谈会，中国商业联合会副秘书长、会员部部长郑道军，副秘书长、会展部部长李宝，会展部副部长谷国宾参加会议。上海市商业联合会常务副会长吴星宝主持会议。

上海市商业联合会会长蔡鸿生致辞，他强调，本次座谈会是在进博会闭幕之际、双十一到来之时召开的，具有非同寻常的意义。主要目的是围绕构建国内国际“双循环”和“提升消费”等议题，坚持服



务、联合、创新、自律的基本职责，通过工作交流、研究探讨、参观考察等，共同探讨未来商联合会（总会）的发展之路。

孔福安副主任就第三届中国进口博览会的总体成效以及上海商业今年以来有关促销费等工作作了介绍。他指出，虽然全球范围内新冠肺炎疫情仍在蔓延，但本届进博会各方合作意愿热度不减，按一年计，累计意向成交726.2亿美元，比上届增长2.1%。疫情之后，上海在促进消费、服务民生等方面采取举办“五五购物节”、“消费促进月”、“首发经济引领性品牌评选”等多种举措，着力提振消费信心，强力释放消费需求，不断促进消费提质扩容。他表示，进入新的发展阶段，要用新的发展理念推动新的发展格局，各地商联合会（总会）携手共建，畅通国内统一大市场，构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。



姜明会长就贯彻十九届五中全会精神谈了自己的学

习体会。他指出，我国商贸服务业发展进入黄金期，促进消费是基点，在构建国内国际双循环相互促进的新发展格局的过程中，需要我们商联会（总会）共同推动，为完善流通体系建设、建立国内统一大市场做出应有贡献。各地商联会（总会）在行业发展和自身发展上做了很多工作，尤其是在今年疫情防控期间，商联会（总会）组织商贸流通服务企业为保障市场供应，复工、复产、

复市做了很多卓有成效的工作，发挥了重要作用。今后，我们商联会（总会）要进一步加强联合，根据行业发展与会员需求，搞好自身建设，增强服务能力，要将商协会办成政府离不开、会员信得过的行业组织。



在座谈会上，各省（直辖市）商联会（总会）会长进行了工作交流。大家就抗击新冠疫情、助力企业复工复产复市的举措与成效，加强自身建设、服务会员企业、推动商贸流通企业创新转型、提质增效的措施与经验进行了分享。各省市商联会（总会）之间就如何在当前新业态、新模式、新国潮下促进经济发展，为实现互联互通、互融互补、共商共建、共赢共享，提出了许多具体做法、思路与建议，形成了共识。



会议取得了积极成果，达到了预期目的。

座谈会上，上海市商业联合会与天津市商业联合会举行了交接仪式，2021年全国部分省市商业联合会（总会）会长座谈会将在天津召开。

会议期间，与会代表还参观考察了光明乳业华东中心工厂、上海国际食品产业园和绿地全球商品贸易港，并进行了座谈交流、商洽合作。

（通讯员 胡雅萍）





**上海早餐工程首批示范点授牌仪式举行** 10月29日，由市商务委指导、市商业联合会主办的“上海早餐工程首批示范点授牌仪式”在浦东新区第一八佰伴广场举办。上海市副市长宗明，市商务委党组书记、主任华源出席活动。百联逸刻、光明、盒小马、麦当劳、肯德基、蔡先生、大富贵、全家、7-11、罗森、便利蜂等首批早餐工程示范点企业参加活动。

华源在致辞中指出，早餐工程是民生工程、民心工程，也是重要的营商环境。把早餐工程好事办好、实事办实，需要充分发挥好企业的市场主体作用，特别是需要发挥好典型示范企业的标杆引领作用。授牌的60家示范点，代表了早餐供应模式创新发展的方向，必将在未来的早餐工程建设中发挥引领作用，带动更多的企业投入早餐工程，给市民群众提供更便捷、更丰富、更健康的早餐服务。



市商联会常务副会长吴星宝表示，本次评定工作有五个特点：一是参与广泛。有29家企业、616家早餐门店进行了申报，涵盖了早餐门店（中西式）、便利店+早餐服务、超市+早餐服务、互联网+早餐服务等4种早餐业态。二是形象统一。评定的首批示范点通过店招、吊牌、

门贴、窗贴等多种形式使用“上海早餐”系列标识，亮了身份，提高了市民的辨识度。三是引领业态。首批示范点积极运用互联网、大数据技术，对经营模式进行赋能升级，实现了线上购买和支付，线下店取和柜取的新兴模式。首批示范点中，有45%（27个）已经实现了网订柜取、100%实现了网订店取。四是丰富健康。首批示范点所经营的早餐品种提倡产品或食材共享，注重中西结合、合理搭配、营养均衡，让老百姓的早餐选择更丰富、更健康，以更好的状态迎接元气满满的一天。五是价格亲民。有90%以上的示范点都有10元以下的套餐可供老百姓选择，好吃不贵，充分体现出亲民、实惠的价格。

早餐供应网点是体现上海早餐高质量发展的载体，是老百姓感受“上海早餐”温度的窗口。早餐示范点的建设将本着成熟一批、推出一批的原则，为对全市早餐供应企业起到示范引领作用，以点带面、扩大成果，首批获选的60个示范点融合了上海早餐工程建设提倡的“网订柜（店）取、共享早餐、健康套餐”等多种创新元素。下一步，本市将推出更多的早餐示范点，擦亮“早餐工程”招牌。



**上海早餐工程第二批示范点授牌仪式暨共享、健康早餐成果展示会举行** 11月18日，由上海市商务委员会指导、上海市商业联合会主办、杨浦区人民政府支持的“上海早餐工程第二批示范点授牌仪式暨共享、健康早餐成果展示会”在杨浦区五角场下沉式广场举行。标志着上海早餐工程网点不断完善，新模式新业态加速推进，早餐工程新场景渐显成效，早餐供应体系有序有效推进。上海市副市长宗明、市商务委主任华源出席展示会。市商务委、市商联会、各区政府及各区商务主管部门和示范点企业、共享早餐联盟企业参加。



市商务委主任华源在致辞中指出，自首批 60 家早餐示范点授牌以来，杨浦、浦东、徐汇、静安、普陀等区加大推进示范点建设力度，积极鼓励区内企业参与示范点创建。在各方面的积极支持和踊跃参与下，推出的第二批覆盖 16 个区的 140 家早餐示范点，涉及企业的数量由 15 家扩大到 26 家，品牌由 16 个增加到 28 个。近期市委市政府又发布了早餐工程建设三年行动计划，明确提出通过三年努力，构建起以中央厨房为核心，连锁早餐网点为主体，特色单店、流动餐车、外卖平台配送等多种形式为补充的早餐供应体系，新（改）建网订柜（店）取门店 1000 家，新增早餐复合门店 1000 家，共享早餐门店（点）覆盖率达到 85% 以上，实现早餐工程标识全覆盖，推出更多早餐示范点。下一步，上海将加大早餐工程建设推进力度，进一步优化网点布局、创新业态模式、强化制度供给、提升服务质量，更好满足多层次、个性化、高品质的民生需求。

市商联会常务副会长吴星宝介绍，第二批示范点具有企业参与踊跃、覆盖面广，模式多元、业态多样，标识统一、形象鲜明等特征，同时，为了进一步扩大早餐供应品种，提升丰富度和健康度，提高老百姓的满意度，在市商务委指导下，市商联会还发动供需双方企业及早餐平台设备企业成立了上海早餐工程共享早餐联盟，目前首批发起企业单位有 52 家，共享产品将逐步在全市近万家网点亮相。

从早餐文化来看，本批示范点既有肯德基、必胜客、麦当劳等西式快餐连锁，也有蔡先生、老盛兴、乔家栅等中式餐饮品牌网点；从早餐网点类别来看，本批示范点既有全家、便利蜂、BK24 等便利店，也有星巴克、巴黎贝甜、牛奶棚等咖啡面包店；从早餐业态来看，本批示范点既有逸刻、良友、盒马、巴比、粮全其美品牌旗下的流动餐车 + 早餐服务，也有梅龙镇快餐、恒烁餐饮、恒悦简厨等推出的白领午餐 + 早餐服务的复合业态；从早餐品

种来看，提倡产品或食材共享，注重中西结合、合理搭配、营养均衡。有 90% 以上的示范点都有 10 元以下的套餐可供老百姓选择，满足了不同消费习惯、不同消费需求和不同消费层次人群的需要。



**我会承办“2020 首发经济引领性本土品牌新品集中发布周”活动** 10 月 30 日至 11 月 6 日举办。活动由市商务委员会主办、市商业联合会和静安区商务委员会承办。活动期间，一是首次发布《2020 上海市首发经济引领性品牌推荐榜》。市商联会在市商务委指导下，依据《首发经济评价通则》团体标准，组织开展了 2020 上海市首发经济引领性品牌评价工作，集中推出一批上海新品牌、老字号，建立本市首发经济引领性品牌数据库，首次发布《2020 上海市首发经济引领性品牌推荐榜》，包括引领性本土（含老字号）品牌 92 个、引领性创新新品牌 16 个，这些品牌在新产品研发、新技术应用、新工艺生产、国际市场拓展等维度具有较好的



## 商联短波

行业引领示范效应，为讲好新品牌、老字号故事打下了坚实的基础；二是引领性品牌推荐榜企业首次集体出圈、合力发声，新品集中发布。举办逾 100 场新品发布活动，集中首发 240 余款新品，涵盖珠宝首饰、服饰鞋帽、化妆品、家居用、食品等 5 大品类，形成整合效应；三是开展 2020 首发经济引领性本土品牌与老字号新品直播秀。遴选出 50 多个引领性本土老字号品牌和引领性创意新品牌，通过抖音等直播平台为企业带货共计百余场，累计总观看人数达到 5000 万人次以上。此次活动以“拥抱进博·引领潮流”为主题，依托打响“上海购物”品牌，通过举办丰富多彩、创新独特的新品集中首发活动，有力助推形成首发经济的发展合力。

(通讯员 胡雅萍)



**我会参加长三角城市商贸服务业发展促进联盟一届二次会议** 11月20日在苏州举行。我会蔡鸿生会长、赵皎黎副会长兼秘书长、周伟珠副秘书长和部分联盟成员出席。会议由我会常务副会长吴星宝主持。主要议题是沟通联盟工作情况、讨论修改联盟名称及工作条例等。市商业联合会副会长、浦东新区商业联合会会长蒋智敏代表第一届联盟轮值单位报告了联盟成立后的工作，一是进一步完善联盟组织，加强长三角地区企业的走访联络力度，三省一市都加入了联盟组织，并发展了苏州工业园区联合会加入联盟，增强了联盟的实力；二是长三角联盟平台充分发挥作用，与经济工作结合，与企业发展联动，结合当地商旅文的特色，相互促进，相互渗透，发挥了经济导向的作用；三是扩大长三角联盟成员联动范围，拓展长三角企业一体化发展思路，提升了联盟的影响力。

与会代表肯定了联盟的工作，并就修改联盟名称及工作条例充分发表了意见，达成初步的共识，一致认为名称既要考虑联盟组织职责的包容性，也要简洁易记；工作目

标任务要与时俱进有高度，设想建立长三角专家数据库，做好智力输出服务；社团组织有引领性导向性作用，品牌培育、合作开拓、项目投资可以有长三角一体化发展的思路，使联盟成员的联动范围更宽泛。会议通过了关于全面推进长三角城市一体化商业联盟倡议书，表示要积极履行使命，实现共同发展，整合长三角商业各业态资源，加强与各地政府监管部门和有关企事业单位的合作，为长三角一体化高质量发展贡献力量。



**我会参加第四届金鸡湖商业高峰论坛** 由苏州工业园区商业联合会与上海市浦东新区商业联合会联合主办的“第四届金鸡湖商业高峰论坛”于11月20日在苏州园区举行。我会蔡鸿生会长、吴星宝常务副会长、赵皎黎副会长兼秘书长、周伟珠副秘书长应邀出席。本届论坛围绕“长三角一体化背景下的商业创新探索”这一主题，共同探讨在长三角一体化背景下的商业的差异化、可持续发展路径。

蔡鸿生会长在会上致辞，指出推进消费和实现两个循环是国家经济发展的重大战略抉择，商贸服务业要做好这篇文章。他认为围绕长三角一体化背景下的商业创新探索，一要加强信息沟通，长三角城市商贸服务业都有各自的信息平台，在信息的广度、深度、有效性方面可以做很多的事情，要增进互相交流、互相传递、共同分享；二要共享消费市场资源，长三角城市都以自身特色创建相应的城市功能、区域功能来实现某种消费，通过竞争中的互相渗透、互相合作和互相提高，从而促使商贸服务业在经营中实现一定的利益增长，促使消费者和供应方得到增值服务，促使市场环境进入良性循环；三要共同举办一些有意义的活动，市场的主体是企业，企业的核心是实现消费，我们应当为企业与市场搭桥铺路，寻找热点，丰富模式，提高品位，推进经营和服务，激发消费的愿望，这是我们的愿望

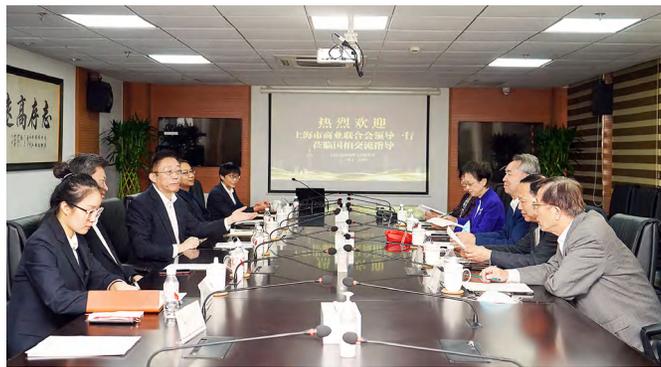
与责任。赵皎黎副会长兼秘书长发布“长三角城市商贸服务业发展促进联盟金鸡湖倡议书”，解读了联盟的成立将对探索长三角一体化商业合作模式以及上海对“长三角一体化”工作推进的带动作用。本届金鸡湖高峰论坛邀请政府部门、业界人士、学界专家以及长三角商业联盟代表开展对话交流互动、凝聚发展共识。吴星宝常务副会长现场接受了苏州电视台采访，他表示，苏州的发展给上海带来了经验和思考，上海要和苏州建立更紧密的关系，共同打造合作模式。要加强两地社会组织的联手互动，搭建平台，沟通信息，资源共享，互通互惠，促使企业在双循环经济活动中获取更好的效果。



**我会参加长三角暨华东山西省市商联会联谊交流座谈会** 12月11日在绍兴举行，由浙江省商业总会主办。出席座谈会的有来自浙江、上海、安徽、山东、福建、山西等省市的商业联合会，我会蔡鸿生会长、吴星宝常务副会长、赵皎黎副会长兼秘书长、周伟珠副秘书长和浦东新区商联会蒋志敏会长等参会。

会议交流了各地联合会工作与拓展各地合作交流的设想及举措，一致认为商联会作为连接政府与企业的桥梁和纽带，联合会的工作要善于运用适合自己实际情况的方式开展工作，努力适应市场的变化，服务好会员。在促进双循环的背景下，更要主动出击，当好政府助手和企业帮手，积极实施行业战略谋划、加强行业标准制定、推进消费复苏。长三角联盟与各地应加强交流，尤其在推进大型综合体的建设、网络化数字化建设等方面携手合作，与时俱进。

**我会深入会员单位走访调研** 11月4日，蔡鸿生、吴星宝、赵皎黎、周伟珠等一行前往副会长单位上海国际商品拍卖有限公司走访调研。公司戴佩华董事长、冯明强总裁详细介绍了国拍业务领域及经营发展状况。作为国内综合性拍卖行的龙头企业，公司居安思危，紧抓时代机遇，落实差异化发展战略，在多个领域推进转型发展，



注重规范化运营，努力创新发展，创造了众多的拍卖案例。蔡鸿生会长对国拍公司的服务口碑、诚信经营的发展理念、学习型团队的进取心、敏锐的市场敏感度给予了高度评价。指出自改革开放以来，国拍公司是上海经济社会发展的重要实践者，充分彰显了体制优势。希望围绕降低成本、促效率进一步完善制度设计，在坚守传统拍卖业务的同时，在文化艺术品拍卖等领域实现跨越式的提升。市商联会将加强与国拍的互动，立足自身的资源整合，助推企业发展。

**2020年“加强知识产权保护，规范商业经营管理”培训班开办** 培训班于10月22日至23日由上海市知识产权局与上海市商业联合会联合举行。本市“双真”活动以“政府倡导、行业组织、商户参与、社会监督”为原则，已连续开展了十二年。2020年全市承诺单位达到299家、近5500个门店，参与单位覆盖了全市各热门商圈及超市、药房、大型商场、连锁店铺、品牌生产企业等各种业态，对本市商贸流通行业“完善企业内部管理、形成市场自律机制、推进信用体系建设”和形成“尊重知识、崇尚创新、诚信守法”的知识产权文化氛围起到了良好的推动作用。本次培训主要针对2020年真牌真品承诺单位及相关商业企业的业务主管，有近100人参加此次培训。培训课程包括企业舆情管理和应对处置、



## 商联短波

知识产权司法保护、企业承担的法律责任及消费者纠纷调解技巧、知识产权海外维权实务、电子商务法与电商平台知识产权保护等内容，还赴承诺单位——百联奥特莱斯（青浦）进行了实践课程。通过此次培训。有助于提高承诺单位知识产权管理人员的知识产权理论水平和业务操作能力，为更好的开展知识产权管理工作夯实基础。

（通讯员 王晨）



### 2020 第十七届上海国际茶业博览会开幕

由上海市茶叶行业协会精心打造和积极组织的 2020 第十七届上海国际茶业博览会于 10 月 22 日至 25 日在上海展览中心举办。本届茶博会以茶事交流为契机，主动对接帮扶地区、长三角和全国各茶产销战略合作伙伴，通过举办一系列集科普、趣味、休闲、公益于一体的茶事活动，既丰富本届茶博会的内涵，也让更多人感受茶文化的魅力，促进茶文化的丰富与提升，从而进一步助推茶经济的发展。本着展览 4 天、服务 365 天的服务承诺和办展精神，茶博会积极探索线上线下融合办展的方式，推动全天候线上展览平台的建设。

（上海市茶叶行业协会）



### 第十九届上海国际美发美容节举办

于 10 月 28 日开幕，本届节展由上海美发美容行业协会主办。活动包含上海国际美发美容美甲邀请赛、世界技能大赛美发美容项目表彰展演、艾灸美容专项技能竞赛、美发行业职工技能竞赛等，囊括了美发美容行业众多项目，专注于美业文化打造和传播，传承和保护传统手工技艺的可持续性发展，为培育选拔美业优秀人才提供平台。

（上海美发美容行业协会）



### 上海水产在第三届进博会汇聚全球海鲜

第三届进博会出展首日，在光明食品集团“全球食品集成分销平台 The Smart Chain”里，水产集团以“全球的鱼，中国的菜”为主题，呈现了利用自捕、加工的金枪鱼罐头、阿根廷红虾、西非墨鱼、鱿鱼等进口海鲜食材烹饪的中式美食。在疫情防控常态化条件下，本届进博会展区内不零售冷冻生鲜食品，也禁止试吃未经“全熟加工”的冷冻生鲜食品，为此水产集团通过光明随心订、龙门食品 App 等线上和第一食品、农工商超市、盒马以及在水产集团新开业的“悦·龙门”水产专营店等线下平台同步开启进博会同款产品联动销售，让市民享受到各类进口海鲜美食。

（通讯员 郭合伟）

### 上海糖烟酒茶商业行业协会换届

10 月 28 日，上海糖烟酒茶商业行业协会举行第八届第一次会员大会暨第一次理事会。会议听取并审议通过了《第七届理事会工作报告》、《第七届理事会财务收支情况报告》等。投票选举产生了第八届理事会理事、监事，选举产生了会长、副会长，并聘任了秘书长，龚如杰当选第八届理事会会长。龚如杰表示，再次当选会长，深感责任重大，会认真地履行好自己的职责，更加紧密地依靠理事会来凝聚全体会员单位的智慧和力量，主动作为，务实开拓协会工作的



新局面。新一届理事会要加强四方面的工作：一是要进一步加强行业自律，促进糖烟酒茶行业在有序竞争下健康发展。二是要坚持不懈地提高服务水平，竭诚服务好会员企业。三是要当好会员单位与政府职能部门联系的纽带和沟通的桥梁。四是要以党建为统领来加强协会的自身建设。

(上海糖烟酒茶商业行业协会)



有关部委、科研院所、高等院校、金融机构等专家学者一道，共同探讨广大农企在新格局下抓住新机遇全面推进乡村振兴。为了全面展现广大农企发展成就、地位与时代价值，本次峰会推出“2020 中国农业企业发展典型系列推介活动”，市商联合会副会长单位上海启龙农业科技有限公司荣获“中国农业新锐企业 10 强榜单”称号并上台领奖。

(上海启龙农业科技有限公司)



### 上海五金商业行业协会换届

11月16日，上海五金商业行业协会第八届会员大会召开。会议听取并审议通过了协会第七届财务收支决算报告及修改协会章程的说明，投票选举产生了上海五金商业行业协会第八届理事会，并召开了第八届第一次理事会议，选举好美家装潢建材有限公司副总经理贾建宇为会长、聘任李伟民为秘书长。新的一届理事会工作重点将围绕扩大业内横向交流、不断提升协会功能，加强协会管理指导、促进自身规范建设，不断提升会展质量、精心做好招展服务，为推进协会和本市五金行业的发展作出应有贡献。

(上海五金商业行业协会)

**上海启龙农业科技有限公司荣获“中国农业新锐企业”称号** 12月12日，2020（首届）中国农业企业家峰会在北京召开。近百位涉农企业家齐聚北京，与



### 南京路步行街企业联合会组织学习参观活动

11月27日，南京路步行街企业联合会组织了近40家会员单位赴南翔印象城 MEGA、喜马拉雅上海总部参观考察，上海南翔印象城 MEGA 是上海单体量最大纯商业购物中心，致力于打造距离上海中心城区最近的市郊首个“中央商务区”。大家听取了印象城项目的基本情况介绍，参观了别具特色的亮点商业功能；位于张江国创中心的喜马拉雅上海总部是创新的商业模式，大家参观了专业的耳机森林和专业的录音室，并通过“有声化”商业案例，进行了交流与分享。南京路步行街企业联合会已同喜马拉雅达成战略合作协议，期待双方在未来会有更加紧密的合作。此次参观学习通过了解并学习其它商业体和企业的运营模式，为会员单位今后自身商业运营发展提供了借鉴。

(南京路步行街企业联合会)

## 做打造新型行业协会的领跑者 创引领医药行业发展的新高度



上海医药商业行业协会在沪上众多行业协会中,既不算老字号,也不属于新生代,协会成立25年来的发展,以特有的办会理念和办事风格,助其在业内名声鹊起,得到了“好、大、强”的良好口碑。

### 以“好”为追求 实施四大转变

2012年,上海医药商业行业协会的接力棒传到第五届理事会手上,在传承的基础上,新一届理事会更注重突破和创新,提出的发展理念是:建设“美丽”协会,打造“中国新型好协会”。以“好”为目标,以“好”为追求,立足大健康产业,提出了四大转变措施:一是从传统的行政型工作方式向打造“服务”型协会转变;二是从固化于等待型思维方式向倡导“效率”型方式转变;三是从习惯于自我型行为方式向建设团队“文化”型管理转变;四是从相互和气型收入分配向推进“绩效”型分配模式转变。努力做好政府工作的助手,企业需求的帮手,专业服务的能手,解决诉求的好手。

### 以“大”为基准实现行业服务全覆盖

上海医药商业行业协会以“全心全意为会员服务”为宗旨,在需求导向的服务体系中,力求将服务的触角延伸向行业的所有中小企业。会员数从1995年成立之初的22家,到目前的4000余家,行业覆盖率达到90%以上。协会以“面向行业、贴近企业、服务会员”为方针,先后成立价格、零售连锁、医药物流、医疗器械、外资企业、教育培训六个专业委员会,搭建交流研讨、咨询服务、经济合作、行业自律、信息发布等工作平台,全方位多维度服务会员企业。协会主办的学术性研讨会和政策性高峰论坛,以及在引领开展全行业“诚信企业”建设、“真品真牌”创建等活动中,会员参与度高,产生了广泛的行业影响力。



### 以“强”为目标 打造新型品牌协会

秉承“与政府同步、与企业同心、与发展同行”的理念,上海医药商业行业协会以强大的服务功能和精准的服务水平不断赢得政府信任,会员信赖。

协会以其专业性强的人才优势,多次承担政府研究课题、行业标准等重要文件的起草,例如《上海药品流通“十三五”规划》、第二轮《上海地方志·医药流通篇》《药品处方延伸业务操作指南》《现代物流标准》等。

协会以五大职能部门开展行业管理、价格服务、质量管理、行业统计、行业培训、信息交流等六大专业功能服务项目,同时受政府部门委托,承担了行业内药师的备案登记、上岗挂牌及医保定点药房执业药师的管理;行业数据统计和经济运行分析;行业价格数据库和价格咨询平台等服务项目。

协会拥有教学场地最大、装备最先进、师资力量最雄厚的培训基地,设有行业职业技能鉴定所,是上海市医药流通行业高技能人才培养评价实施单位,并获批高技能人才培养基地。

2018年,上海医药商业行业协会再次获得5A级社会组织荣誉,连续多年被市商联会、市工经联评为先进行业协会,2020年获评全国商贸流通服务业先进集体。

### 一处为企业与政府面对面交流的舞台

为帮助企业在大变局中辨“危”寻“机”,近5年来,上海医药商业行业协会举办各种新政讲座、行业论坛80余



次,举办了各类具有较大规模的行业会展、招商、国内外经济技术合作交流、华东信息论坛等会议。

协会在每一项重大政策与法规出台之际,充分运用协会独特的平台优势和资源优势,邀请市商务委、市药监局、市医保局等领导对新出台的政策作解读,帮助企业厘清政策精髓,找到实践“准心”。先后举办了反价格垄断政策培训会、新形势下的商业政策、医药商业发展与药品政策、医药代表新政、上海医药采购与监管政策介绍、“4+7省际联合药采政策”等产业政策专题宣讲和解读会,邀请全国同行同台学习和交流,全面准确把握新政要求,帮助企业提高对未来医药产业发展的认识。



2018年,协会首次问鼎全国药交会组织高峰论坛,主办了医药政策与行业升级峰会之申城论道以及零售药店创新论坛,邀集沪上资深政府官员、行业专家、企业精英共襄盛举,解读政策要义,传递前沿科讯、分享战略智慧,协会的办会能力得到业界称赞,行业影响力大大提升。

协会探索与外资企业多渠道合作新模式,首次建立外资专业工作委员会,与辉瑞、雅培、费森尤斯、施维雅等外资企业联手,以“新形势下药品采购事业的发展展望”“医药采购与监管政策”“上海带量采购政策介绍”等为话题,邀请市社保局、药事所、药监局等官员作政策解读报告会,帮助在沪外资企业适应中国市场的政策环境,参与公平竞争。

协会积极探索从上海走向华东、向全国辐射,发挥在全国医药商业行业中的引领作用。协会组织企业参加“华东医药信息沙龙”“医药流通企业信息沙龙”“医药信息沙龙”,举办“长三角医药行业协会工作交流会议”,通过相互交流学习各地医改和医药行业信息,探索创新的工作思路和工作方法。

在协会搭建的这些面对面交流的平台,畅通了政府与企业、政府与外企、企业与企业、上海与全国联系沟通渠道,充分发挥出桥梁纽带作用,凝集起全国医药流通行业的智慧火花,为推进中国医药商业行业的发展做出积极贡献。

## 一条基层诉求完美求解的速递通道

问题导向,敢为人先。是上海医药商业行业协会的行为准则。



近年来面对国家医改新政频出的新形势,企业承受着转型升级的巨大压力,他们最想得到什么?有哪些难点和需求?作为“娘家人”的协会最清楚。为此,协会积极开展行业性各种以问题为导向的调研、座谈、培训、论坛等活动,倾听企业呼声,协助政府理政,在政府、企业、社会间发挥好三通和桥梁纽带作用。围绕零售药房在实践中与监管发生的执行难问题,如“医保定点药房拓展”“药品全品种、全过程的电子监管与企业ERP对接的建议”“药品市场价格行为监管”“医保药店药品和中药饮片加成费率”“防暑降温用非处方药的出售”“疫情期间向单位出售防疫用品”等,协会先后向市商务委、市药监局、市物价局、市医

保办等政府职能部门提交报告,提供的“最优解”方案均得到批复采纳。2020年疫情初期,不少企业急需购买口罩、消毒剂、力度伸等防疫产品,而零售药店苦于不得开具团购发票,协会立即向市药品监管局申报并提出建议意见,市药监报请国家药监总局批准,协会于1月22日下发了《关于企业近期购买预防冠状病毒相关非处方药品的通知》,为本市各药品零售药店(连锁公司)解决了经营难点,有效保障了全市抗疫用品的有效供应,维护了市场经营秩序。由此会员企业对协会的依赖度进一步加强,政府对协会的信任度也进一步提升。

## 一项融入医疗机构以患者为中心的合作机制

如何进一步发挥协会在社会化管理合作中搭建的保障消费者权益服务平台的功能作用?上海医药商业行业协会不断为自己拓展新的服务领域。

协会瞄准“用药安全”“患者安全”等民生课题,牵手相关药品生产企业,主动融入医疗机构的政务管理。自2018年起,每年与本市瑞金、华



山、同济、曙光等医院合作,举办以患者为中心的医院用药安全学术研讨、年度“患者安全巡回宣讲”等系列活动,从医务、院感、护理等多角度进行研讨,对医院患者安全工作提出合理化建议,提高医院药事管理与合理用药水平,促进医院患者安全管理能力提升,形成全员关注患者安全的良好医院文化,营造全社会的安全用药环境,同时助力公立医院“医联体”建设实质性推进。

在“以患者为中心”理念的推行和院企合作机制中,协会积极发挥行业平台的资源优势,2020年疫情期间,多次与本市数家医疗机构成功合作,举办了“疫路同行 药不容辞”“疫路有你 药担当”“疫路同行 以患者为中心”“营养支持治疗的医保政策”等线上研讨会议,围绕加强专业知识学习、推动合理用药进程、改善治疗结果等进行分享与交流,助力药学服务水平提升和促进药学的高质量发展。

协会着眼后疫情医院管理新常态,举办了“2020年医药管理论坛暨普陀区东部医联体医务沙龙”“后疫情时代



医院建设管理”“医院管理新模式”等专题会议,聚焦医院质量管理、绩效考核、医保支付方式改革、医改新时代背景下医院精细化运营绩效管理及疫情防控新挑战等热点话题,深入探讨交流,以实际行动促进未来医疗管理新途径与新思路,准确把握国家医改发展方向,促进医院医疗质量管理的不断提高,改善患者就医体验,使患者切身利益得到有效满足。

## 一组承接政府职能转移的精品项目

对需服务、有为有位,是上海医药商业行业协会的目标追求。

协会近5年来新建和完善6个专业工作委员会,集聚行业人才资源,成为满足行业不同业态个性需要的行业智库。协会依托六大平台的服务功能,为会员企业提供行业管理、质量管理、价格管理、行业统计、教育培训、行业信息等精准高效的专业职能服务。其中打造了三大政府购买服务的品牌项目:一是**药师管理服务**。协会在承接市药监局



移交的“药师(中药师)备案”“药师挂牌”“零售药店评级试点”等工作中,制度先行,管理精细,服务高效。截止目前,完成药师备案共计5864人;完成药师上岗挂牌和信息维护12807人,同时每年实施继续教育培训,有力促进了全市药师专业管理规范化和药师队伍专业技能提升。由于获得政府信任与好评,还扩展承接了医保定点药房的执业药师管理工作。二是**价格咨询服务**。协会将在药品价格放开背景下功能已经“失效”的价格数据库重新激活,迎合大数据发展趋势,将价格数据库主动对接上海市“阳光采购平台”,积极跟进与市物价局、成本大队、药事所等的工作联合联动。目前价格数据库可查即时数据5.6万余个,填补了政府对药品价格数据管理的空缺,成为政府药品价格的政策制定和数据库建设的重要依托。由于历史资料齐全,即时更新完备,还成为公安查案

上海市医药商业药师备案平台



估值的定案依据。**三是统计服务。**专项统计和经济分析成为政府决策和企业经营的重要参数。协会多年来承担商务部专项统计和行业经济分析工作,依据授权发布行业信息。通过《上海医药商业统计简讯》《上海医药商业行业年度白皮书》发布季度、全年的经营数据集成和分析,为政府决策和企业经营活动等提供定制统计信息服务,并为国家药品流通规划、上海药品流通规划编制提供依据。

## 一幢功能齐全的教育培训大楼

上海医药商业行业协会旗下有一家培训基地——上海诚之医药商业培训中心,2019年底完成全面改造乔迁揭牌,创造了行业培训硬件更先进、环境更优化、功能更齐全的良好条件。装饰一新的新学校1至6楼校舍有近800平方米,智能化教学设施一应俱全,有移动触摸屏电脑书写白板,有全新的教学投影仪,有上下楼层多个教室同步收看的多媒体教学设施等。教室数量由原来3间增加到6间,最大可容纳120人,足以满足各种教学的需要。同时还增加了4个实训场地,分别为中药鉴定、药房经营服务鉴定、药房经营品种质量监控、原有购销员国家鉴定站所。

诚之培训中心成为行业内培训人次最多、培训项目最全、培训效益最高、服务口碑最好、欢迎程度最热的一所培训学校。协会充分发挥行业职工教育与培训主渠道、主阵地作用,多管齐下探索行业高技能应用型人才的培养之路。以满足需求为导向,学校每年开办8个类别的培训班100余班次,为行业培养各种专业人才8000多人次。开展的专业学历教育包括高起专、高起本、专升本、西药药剂中专班、中药药剂中专班等。岗位培训涵盖了GSP培训、冷链培训、备案药师培训、首席药师培训、医疗器械培训等。同时,有针对性地拓展开发知识更新培训项目,精准对接不同企业需求,举办新员工岗前培训、GSP继续教育、药品验收与养护、质量监控专项培训、药师审方能力提升等培训班,进一步提升行业职工的知识构建能力和岗位胜任能力。



协会还坚持24年 延续十六届举办了“华氏杯”“国大杯”“好药师杯”“国方杯”

等行业性技能大赛格局,并从青工赛延伸到药店店长、药师(中药师)赛,满足行业不同岗位和层次员工成长、成才需要,激发更多青年走技能成才之路。一批批行业高技能专业人才也从大赛中脱颖而出,不少已经成长为行业领军人物、关键岗位的技术精英、企业翘楚。

协会培训中心被上海市人力资源和社会保障局批准为“上海市高技能人才培养基地”“上海市企业内高技能人才培养评价实施单位”、上海市职业技能鉴定中心授予的“上海医药商业行业协会职业技能鉴定所”“上海市职业培训机构质量和诚信等级A级”等资质,助力上海医药商业人才培养基地的影响力不断提升,为协会持续发展增添了新的竞争优势。

## 一幕文化兴会的亮丽风景

“文化兴会”是上海医药商业行业协会的行动纲领。走进协会大门,吸人眼球的是一道道的墙面布展:一侧是会长单



位展示墙,25家会长、副会长单位的企业简介图文并茂整齐排列;廊道是上海医药商业发展历程展示墙,本埠医药流通行业兴盛史跃然眼前;大堂是上海医药商业行业协会文化墙,不定期更新展板,记录协会丰富多彩的活动画面,生动展示协会生气活力,员工风貌。这一道道的墙面陈设,传递着协会“打造中国好协会”、“建设美丽协会”、“成为新型协会领跑者”的文化理念,成为对外展示的一道亮丽文化风景线。



浏览协会的自媒体,可见“一个网站、两本杂志、三个平台”以及“年、季、月、日、时时”发布的信息服务体系:有年刊《上海医药商业白皮书》、季刊《上海医药商业统计信息》、月刊《上海医药商业行业动态》和《会长专刊》等,协会微信公众号和网站近5年来累计发布信息4900余篇,

关注人数近万人,点击量超过33万人次,行业主流媒体的正向引导作用日益凸显,行业关注度日益提升,俨然成为协会的一张文化名片。

聆听协会的主旋律,一首自编自唱的协会会歌《服务会员》,道出了协会的办会宗旨,优美的旋律洋溢着协会人的情怀:“为会员服务,我们迈开坚实的脚步;为会员服务,我们走出开拓的道路;为会员服务,我们必须尽情付出;为会员服务,我们一定真情付出”。“全心全意为会员服务”成为全体工作人员信守的理念和工作主基调。

渗入协会的精神领地,一本协会《文化手册》令人瞩目:凝聚协会愿景、宗旨、使命、共同价值观、团队氛围、工作理念等核心要素,文化办会是上海医药商业行业协会的成长基因和一代代人不懈追求的成功秘笈。

## 一个专享的社会公益活动经典品牌

医药人的使命就是守护大众健康。上海医药商业行业协会在每年的几大传统社会活动中,总是站在行业最前沿,以组织者、引领者、共同参与者的身份,与广大会员企业一起,宣传市民、服务市民,勇于承担社会责任,给予广大百姓以健康服务体验和健康生活获得感。

协会每年动员组织会员单位踊跃参加“3.15消费者日”活动,为市民提供用药咨询和免费测量血压、血糖等健康检测等便民服务,向公众宣传健康生活理念,推介上海医药商业行业会员企业的文化理念和商品服务。



协会每年积极配合市食药监局开展行业“安全用药宣传月”活动暨“清理家庭小药箱”宣传周活动,发挥执业药师药学服务作用,向社区居民宣传药品安全相关知识和健康科学的生活理念,做好废弃药品回收,营造社会共同参与食品药品安全治理的良好氛围,为增强公众的安全用药意识,形成良好用药习惯起到促进作用,取得良好的社会反响。

协会在城市旅游节、购物节中,连续13年推出“健康商品,健康消费——百家药店进社区”等便民惠民系列专题活动,有机融入“药店进社区”、“零售品牌与美好生活”、“滋补膏方与健康养生”等内容,突出了上海医药商业行业特色、消费特色,每年被列为上海购物节重点品牌活动,并

获得“上海购物节十大主题活动”殊荣。



## 一道阻击新冠疫情的城市“防火墙”

上海的全民战疫第一枪,在2020年1月21日出现第一例输入性病人时打响。那晚,上海医药商业行业协会几乎与市卫健委、商务委同步启动应急预案:连夜组织上柜为百姓供应口罩;为医疗机构配送“武器”,为援鄂医疗队装备“弹药”,为市民防护添置“盔甲”。他们虽然不是身穿防护服、护目镜,出征在救治病患医疗第一线的白衣天使,但同样用无惧无畏的逆行,冲锋在防疫阻击战的最前沿,守护着城市安全和百姓康宁。



在这场突发公共卫生事件中,上海医药商业行业协会一头连接政府,接受指令;一头牵手企业,迅速组织起全市的药品批发、零售企业统一行动。协会第一时间出台了《上海药品零售企业疫情防控工作服务指南》《药师服务公约》等,全市1300多家医保定点药房率先承诺24小时营业,“药店不打烊,商品不涨价”,遍布全市城乡的4000多家零售药房成为前沿哨所和百姓安全庇护掩体,全市近万名批发、零售岗位的药师们就是百姓身边的健康守护神。

在这场全民总动员打赢抗击新冠病毒人民战争中,他们表现了这个特殊行业的社会担当和独特积极作用,展示了良好的城市窗口形象。同时,与政府、企业携手演绎了令全国称道的“上海模式”:一个政府、协会、企业协调运转的社会合作体系;一个覆盖全市“四网联动”的口罩供应

机制；一个首次指定的上海市专项物资供应保障基地；一支硬核的全市批发、零售万名药师专业服务队伍；一串数字背后的逆袭感人故事……

上海医药人用专业敬业的仁心大爱、筑起了一道内防扩散、外防输入的上海城市抵御新冠病毒的坚固“防火墙”。

## 一块沉甸甸的 5A 级铜牌和“国字号”先进集体奖章

上海医药商业行业协会第五届理事会致力内外兼修，兼收并蓄，内涵式发展。在申报5A级社会组织规范化建设评估中，协会“以评促建”地全程逐条对照，着力查漏补缺，向卓越看齐；全员协同完成过去四年219卷材料的归纳与整理，保证了复评佐证材料的详实准确和全面客观，最终以高分获得上海市社会组织管理局的复评通过。同时还拿到了“上海市消费维权联络点”“上海市职业培训机构办学质量和诚信等级A级评定”“上海市高技能人才培训基地”“上海商业行业协会先进集体”“上海市工经联系系统先进行业协会”“国家人社部/商贸委先进集体”等资质和荣誉。



协会以蝉联5A社会组织为新起点，进一步健全财务管理、协商议事、监督约束、危机处置等规范运作机制，及时向社会和会员企业公开信息，保证协会工作高效有序运行。进一步规范和完善内部制度管理，结合协会实际情况和要求，全面开展对内部管理制度及《服务承诺》等修订与完善，并在短期内实现快速展开，取得成效。其中2020年上半年完成了涵盖秘书处管理、工作职责及专委会工作条例等57项制度的进一步修订完善，为协会的组织 and 运作提供制度保证，更为创新协会发展模式、落实各项职能、增强服务功能起到了保驾护航的作用。

社会组织5A级、国家人社部先进集体等各类奖项，成为上海医药商业行业协会发展道路上的里程碑，将协会推上了成长发展史上新的高度和境界，在更高站位提升行业管理水平，也为承接政府职能转移、政府购买服务增添新的动力和实力。为此，协会把这份荣誉当作继续前行的动力，以规范化管理的新成效不断开创协会建设的新局面。

自主办会、自我管理的治理结构进一步完善，正是上海医药商业行业协会规范化建设成效的精彩缩影。

## 一个“做新型行业协会领跑者”的未来目标

2019—2023年是上海医药商业行业协会新一届理事会的任期，正逢“十四五”规划实施经济社会发展时期。协会将创新服务功能，深化工作职能，坚持把特色工作常做常新，实现“四个出彩出新”推动各项工作迈上新台阶。



**平台出彩出新** 完善平台建设，继续强化线下高端交流平台、沙龙交流平台、长三角医联体平台、线上线下信息发布平台等，促进政策对接、促进交流与合作，与企业在改革浪潮中抱团奋进、砥砺前行、成果共享，引领企业合力画行业发展“同心圆”。

**服务企业出彩出新** 顺应会员企业新期待，拓展优化创新服务深度，拿出更多服务创新举措，增强为企业服务的精准性、实效性，努力让企业的获得感成色更足、幸福感更可持续。



**人才建设出彩出新** 坚持开展多种形式、多种领域、各具特色的教育培训活动。发挥高技能人才培训基地的平台优势，强化专业技能人才培训工作。每年举办的技能大赛办出新水平。

**团队建设出彩出新** 以“打造专业品牌协会，做新型行业协会的领跑者”的目标自我加压、全力突破。打造“年轻化、职能化、专业化”团队，提高协会的综合素质，更好发挥协会在社会主义市场经济中的独特作用，谱写服务行业的新乐章。

## 上海医药商业行业协会会员风采录

### 上药控股有限公司



上药控股有限公司直属上海医药集团股份有限公司，是一家以药品分销为核心的全国性现代医药供应链服务企业，经营中心网络遍布国内17个省市。上药控股以全国性终端网络为基础，着力推进医院供应链服务，发展新分销新零售，构建新的产业优势。分销网络覆盖国内30000多家医疗机构终端，依靠强大的终端网络和服务创新，并在高端耗材、DTP（高值药品直送）及SPD（医药产品医院院内物流服务）等新业务领域具备强大的产业竞争力。公司秉承精益管理传统，全面推进精益六西格玛管理，不断优化内部供应链，以品类管理为导向，拓展产品集合，经营药品两万余种，与世界前20位制药跨国公司建立了重要合作伙伴关系，基本实现工信部前100强制药企业品种全覆盖，为上海医药集团股份有限公司入选2020年《财务》世界500强做出突出贡献。



在2020年新冠疫情期间，上药控股时刻以“战时状态”备战疫情，在第一时间打响医疗物资应急供应保障战，发挥专业优势，积极组织货源，除了全面保障本市的医疗物资供应，还代表上海支援武汉、支援湖北、支援国外。疫情期间，上药控股被确定为上海市抗击新型肺炎医疗物资保障基地及上海市抗疫医疗物资采购平台，全力支持抗疫工作，得到了上海市委、市政府及各级领导的高度认可，2月4日，市委书记李强前来调研，对上药控股的工作给以高度肯定。9月29日，上海市委市政府授予上药控股抗击新冠肺炎疫情先进集体、公司总经理李永忠先进个人称号，上药控股有限公司维护上海城市安全和市民健康功不可没。

### 第一医药股份有限公司



第一医药股份有限公司最为人熟知的市场品牌是位于南京路步行街的上海市第一医药商店。在医药零售行业传统经营模式受到巨大挑战之下，第一医药股份却完成了惊人的蜕变，数据节节攀升，零售业务收入2019年同比增长7%，2020年上半年同比增长12%，公司广大干部、职工的

精气神也焕然一新。其秘诀是：成功=战略×组织能力。

正确的战略是企业成功的首要前提。总经理周洁带领经营班子制定了公司发展战略规划和分步实施的举措，定位于百联集团大健康产业平台，以运营、创新、资本为驱动力，以专业产品和专业服务为抓手，实施批发向零售服务商转型，零售向专业化、便利化转型，打造批零一体的专业大健康品牌。各项战略举措的落地



和战略目标的最终达成需要依靠强大的组织能力。第一医药先后实施五项变革措施促进企业转型升级，即：整合组织架构、优化选人用人机制、深入推进运营驱动、果断推进创新驱动、及时升级企业文化等。公司瞄准百姓治未病和保健意识提升、对专业性和个性化服务体验的需求，利用互联网信息技术，即时满足市民服务便利和支付意愿。2019年9月，第一医药股份首家“健康小站”创新药店在曲阳商务中心应运而生，客群定位于商圈白领，延伸覆盖中青年颜值、亚健康跃活、中老年慢病、轻熟家庭哺育四大类，大量应用无人支付、慢病检测等新技术，提供专业的健康咨询服务，网订店取、网订店送也是新店标配。2020年在受新冠疫情冲击的大背景下，第一医药加快了创新转型步伐，“健康小站”相继在各区商圈开出，年内达到12家。

### 国药控股国大药房上海连锁有限公司



国药控股国大药房上海连锁有限公司作为中国医药集团旗下的国字号大型医药流通连锁企业，在上海地区拥有“国大药房”、“复美大药房”两大零售连锁品牌，年销售规模突破21亿元。截止2019年零售门店数达770家，覆盖上海市16个区，为上海地区门店数量最多的医药连锁企业，拥有员工1500余名，具有药师职称以上专业技术人员占总人数的42%。

2020年公司携手欧莱雅中国启动国内首个为药房渠道设计的O+O（线下与线上渠道融合）皮肤健康科学管理中心，旨在以线上线下融合的创新专业服务，升级活性健康护肤品的消费场景，并拓展药房在社区健康管理体系中



的角色,让一站式的个性化皮肤健康全程管理方案触手可得。消费者可享有驻店专业药师提供的一对一的专业咨询和皮肤检测服务,通过专业检测仪器检测帮助

消费者从多维度了解自身肌肤的衰老情况、肤质优势和护肤的之需。药师邀请消费者试用合适产品,并开放“国大到家”小程序供消费者在线下体验后线上下单,享受产品直送到家服务。药师还会通过微信长期跟进消费者使用反馈,提出对策,分享前沿护肤知识与专业内容,提供一站式的个性化皮肤健康全程管理方案。

皮肤管理中心将分为旗舰店与咨询站两大类型,旗舰店模式囊括咨询、检测、试用三大功能区;咨询站模式则较为精简,设立产品试用货架或产品介绍区域。两大中心都将依靠数字化手段和专业化服务,提供并持续满足消费者与日俱增的科学理性护肤和健康新需求。

## 上海药房股份有限公司



上海药房股份有限公司现有19家零售药房(含7家医保定点药房)、1家网上药房及2家中医门诊部。零售药房主要分布于本市黄浦区、浦东新区、闵行区等。2006年,公司设立沪上首家互联网B2C药品交易网站“上海药房网”。作为上海市首家网上药房,于2012年又在天猫商城开设“上海大药房”旗舰店,在同行业中的网上销售排名名列前茅。



上海药房股份有限公司积极探索传统药房的转型发展,与欧姆龙公司合作,在旗下的淮海店联合打造了“MMC健康便利店”——“health+健康智能家”创新性项目。淮海店店堂面积390平方米,有3个楼层对应健康养生、器械康复、医疗延伸三大服务中心,硬件设施齐全,服务体验周到。区别于传统零售药店,现场拥有眼底检测体验区、血压管理体验区、呼吸体验区。消费者通过先进的仪器进行眼底、动脉硬化、肺活量等专业化检测,在检测的同时为消费者建立信息档案、病例、各项数据。门店不仅设有健康体验项目,还携手iHEC智慧化高血压诊疗中心项目,联动瑞金医院内分泌宁

光教授工作室和高血压专家王继光教授工作室,通过网络云平台进行数据采集和分析为患者提供健康咨询服务。患者不用赴三甲医院排队、候诊就能看病,缓解了传统药房“药不对需,医疗孤岛”的运营困境。

上海药房股份有限公司探索开设“MMC”,将传统药房智慧变身,通过医疗级设施的配置和互联网技术的应用,能够连接医院和家庭,从而建立起慢病管理的院外场景,有效解决了零售药店独立开展慢病管理的痛点。整体导入MMC健康便利店项目,是上海药房在药店智能化转型道路上的一个开端,也是上海药房开展健康管理升级的重要基石。

## 童涵春堂国药号



童涵春堂国药号创始于清朝乾隆四十八年(1783年),是上海滩历史悠久的中华百年老字号。童涵春堂素以选材道地、遵古炮炙、修制务精、品种齐全而闻名,自制的人参再造丸、纯黑驴皮阿胶、祛风活络酒、半夏似蝉翼、附片“飞上天”、槟榔“108片”等中药饮片及丸、散、膏、丹中成药享誉中外。童涵春堂中药博物馆被列入国家博物馆名录,泛丸技艺纳入黄浦区非遗项目,童薄片炮制技艺工作室注重不断地由老药工传承带徒,保留这些传统技艺。“童叟无欺、涵和理中、春生万物、堂堂正正”传承创新,见证了中华医药传统文化的发展。



童涵春堂独具特色的品牌产品、内涵深厚的企业文化,在国内市场上拥有较高的知名度和竞争力,深受客户厚爱,市场网络遍布大江南北,跻身全国医药商业企业百强之列。人参是童涵春堂的头字招牌,自制人参再造丸是童涵春堂的一大创造。2002年童涵春堂药举办的野山人参及名贵药材专场拍卖会是全国国药行业首创,在2018年创特等等级单支231万的销售记录。

童涵春堂如今业态覆盖线上线下,包括中医门诊部、商业综合体、连锁药房、连锁专柜、电商网店,经营传统参茸细贵、精致饮片、品类医药、医疗器械、保健品、健康食品、健康个人护理用品等跨度多元。童涵春堂将传统老字号年轻化演绎,为产品灌注新鲜活力,通过跨界多元化和年轻人互动,增加品牌黏性,把握住年轻的消费群体,大力推出“药化食形”轻养生理念的产品和药食同源的健康食品,为国货与老字号的崛起助力。

# 小议商业数字化转型

上海市商业经济学会会长 齐晓斋



“十四五”时期我国将进入新的发展阶段，数字经济迎来重要的发展战略机遇期。上海也提出城市数字化转型，瞄准未来数字城市的特征和趋势，把数字城市的框架搭好，把数据应用的瓶颈打通，把应用场景的开发激活，努力打造具有世界影响力的国际数字之都。在数字化转型发展中，上海已有一些探索：在疫情防控方面，一网通办“随申码”大展身手；在促进消费方面，通过线上线下方式举行的“五五购物节”“首届在线生活节”等，带动销售额两位数增长。



**1. 数字化赋能新业态发展** 在智慧商圈、智慧零售的基础上，通过直播等新媒体渠道，与消费者持续保持沟通，进一步拉近与顾客之间距离，将流量转化为实际消费行为；采集、沉淀更精准的客流、停车、销售、消费等数据，进一步改进商品、品类、品牌，实施精准化、个性化营销；通过VR、AR、人工智能等新技术运用，创造出新业态、新模式、新体验，探索机器人在商场的应用场景，探索“无人便利店”“无人餐饮店”“无人药房”“无人书店”“无人健身房”等“无人业态”落地场景和可持续发展模式；促进网络货运等新模式发展，探索无人机、无人货运车等应用场景，为智慧商业进一步发展打下基础。

**2. 线上企业加快布局** 今年双十一天猫成交总额达4982亿元，其中上海成交额为562亿元，位居全国城市第一。京东、字节跳动等互联网巨头在上海加快发展，线上加快向线下拓展，天猫、B站、腾讯、美团、大众点评网、抖音等，或开设店铺或与商圈、实体商家合作开快闪店、体验店，线上线下加

快融合。

**3. 数字化是实体商业转型方向**“数字化”成为实体商业调整转型、品牌升级、加强运营管理的重要策略之一。大部分实体企业都已采用的有平台旗舰店（在天猫、京东等电商平台上开设旗舰店）、PC电商（在实体门店基础上发展全渠道）、小程序、直播及直播带货、社区团购、APP、到家等，服务进一步完善，如线上商城、会员服务与营销、储值卡管理、卡券发放与核销、停车等功能。直播带货已被实体零售企业广泛使用。

**4. 数字化与智慧商圈建设融合** 商业街区向“智慧街区”“智慧商圈”发展。商业步行街加快数字化改造提升，提供全方位数字生活新服务。商圈实现智能停车、智能导购、客流疏导、VR展示等；通过大数据分析客流的总量、年龄结构、性别结构、区域分布、时段分布、逗留时间、消费轨迹、消费结构、消费偏好、工作日节假日差别等，对商圈顾客、商圈联动、夜市、市集等活动效果进行分析；通过AR导航、AR商场红包发放等开展精准营销，对会员、VIP以及潜在顾客实现精准信息推送；与商圈营销活动融合，商圈各商家开展联名打卡、积分共享、积分互换，商场之间引流，线上为线下、线下为线上互相引流，增强商圈吸引力。

**5. 数字化与智慧社区融合** 进一步完善社区便民消费设施和便民生活服务平台，如社区早餐工程、社区食堂、文化

宫、图书馆、老年大学、家电维修、家政、物资回收、娱乐休闲、康养、医疗保健等，社区商业数字化转型与社区服务、社区党建等紧密结合起来。

**6. 数字化与商旅文展融合** 商业文化、旅游、休闲、展览、运动健身、体育赛事等融合，通过多种跨界方式，开展“云逛街”“云旅游”“云展览”等，在商、旅、文、展、体联动的同时，实行线上、线下的融合。

**7. 数字化与运营管理融合** 随着商业地产供求关系变化，“一铺难求”时代已经过去，商场招商与运营管理要求日益提高。以前商场绩效考核主要看销售额，商场计租一般采用固定租金或固定租金加销售提成的方式，但要精准采集营业数据并非易事，而且销售额只是体现了直接收益，间接效益并没有反映。随着首发经济的推进，越来越多的新店、新品和新服务品牌进入市场、进入商场，如何合理评估绩效并收取租金自然成为商场亟待解决的问题。相较于



传统计租模式，为商户创造价值的“客流计租”方式，更直接地体现铺位的价值和商户品牌的价值。商场负责引流，商户负责经营，新技术、大数据记录下顾客流量的轨迹，商户可进行准确的测量和评估，通过商场、商户双方商定的合作规则，作为应交租金的依据，这样可以体现大品牌为周边店铺的集客贡献。

**8. 数字化需要数据共享** 商业数字化需要打破单打独斗、各自为战的局面，企业也好，行业也好，能够采集的数据总是局部的、有限的。要建设数字化转型公共服务平台，降低企业数字化转型门槛。

# 探讨超市餐饮的经营之道

上海商学院教授 顾国建

超市餐饮化是超市生鲜食品经营的进化之路，是生的食材向熟的餐品发展之路，也是消费者在饮食消费方式变化上的超市必由之路。中国超市的餐饮经营是从做点心包子馒头开始的，后来又发展到熟食盒饭等，目前主要有三种模式：中央厨房的集中配送模式、门店现场加工自营的模式和招商联营的模式。当中央厨房模式还没有成为中国超市餐饮经营的主要模式时，存在着的问题不少，即使在中央厨房运作模式下的超市餐饮也还有许多要解决的问题。



## 一、超市餐饮化目前遇到的问题

超市餐饮化碰到的最大问题的是如何与餐饮市场上千变万化的餐品竞争，超市采取的方法有这么几种：

**1. 门店生鲜冗余库存消化型。**即用超市生鲜的冗余库存为食材来源，聘请厨师加工盒饭所需要的菜品等。这种方式的问题在于：一是超市投入大量冗余库存的资源而只做出是低价的大众餐，有点得不偿失；二是超市冗余生鲜库存具有不确定性，要求能按冗余食材做出好的菜品就要求厨师具有相当的级别和厨艺，投入大、难高度。

**2. 超市餐饮现在吸引食客的菜品是低价海鲜，但需要很强的供应链、厨艺和消费场景。**如超市餐饮的竞争对手在价格上更低的话，食客就可能马上投向竞争对手的怀抱。

**3. 采取与餐饮企业联营的方式。**可能出现的情况是：大的联营商无法体现差异化，小的联营商可能跟不上

超市的发展步伐，餐品品质的安全要求会存在差距。

**4. 来自于第三方服务平台的竞争。**饿了么、美团等平台已成功搭建起餐饮业和消费者之间的快速外卖履约通道，第三方服务平台当然也可以服务于超市，如果超市的菜品与其他餐饮业存在不可弥补的差距，那么超市餐饮就会被餐饮市场旁落和边缘化。

总结下来的难点是：品质、标准、安全、成本、特色和可持续化。

## 二、超市餐饮的出路在哪里？

超市餐饮的路可能需要考虑两个前提：一是既要能将餐品能够当作超市的常规商品销售，又能够当作餐品来销售；既能在线下销售，又能在线上销售。超市餐饮品的销售在门店作业层面上尽可能简单，不需要高等级厨师的投入，实行低成本的运营。二是能够发挥超市企业生鲜加工中心和中央厨房的专业化、集约化、标准化功能，同时可以极大地提高产品的安全性，使超市前端的餐品功能可以得到后端供应链的强大支持。基于以上两个前提问题的讨论，可以设想把以下产品当作超市餐饮主打的商品。

**1. 餐饮成品速冻复热销售。**这个产品已经非常成熟了，许多酒店餐馆包括一些连锁餐馆，如西贝、小南国等著名餐饮品牌都有了系列化的速冻成品。超市的餐饮菜品可以把这类速冻成品作为主打菜单目录，对顾客线上线下的点单，超市只要做复热装盘处理就可以作为餐品销售。

## 2. 充氮定型包装产品加工销售。

餐饮菜品如果是冷链保鲜产品，包括成品菜、调理菜、半成品菜、熟食等，这些产品可通过充氮定型包装既可在超市的冷藏柜里销售，也可在超市的餐饮部里销售，这种菜品只要做现场简单的加工就可以出菜了。

**3. 速冻餐饮成品和充氮定型包装餐饮产品体现了便利性。**既在“便利性”这个要点上高度契合消费者的“心智”，又可以充分分享到超市公司生鲜加工中心和中央厨房资源优势，可以当做超市餐饮的主打商品。

**4. 超市餐饮增加了速冻餐饮成品和充氮定型包装餐饮产品，可以极大地丰富超市餐饮的产品线。**把自己后台供应链资源和前台线上线下资源充分地发挥出来，此时，超市的冷冻柜和冷藏柜，甚至常温货架都成为餐饮部门的作业平台，餐饮在门店里的运营会流畅和无缝对接了。

**5. 超市餐饮必须打破狭隘的单打独斗的经营思维。**要适应餐饮行业品牌认同度高、餐品变化大的特点，积极地展开与餐饮品牌商的合作，在速冻餐饮成品和充氮定型包装餐饮产品的开发上要借力餐饮品牌商和制造商的技术开发实力，携手开发新品，使得超市的餐品能够媲美高档酒店和餐馆，但价格又具有极大的竞争力，做到可持续化发展。



## 裘黎明：传承上海特色 创新品牌特色

裘黎明坚持企业经济效益与社会效益兼顾的企业发展理念，上海蔓楼兰企业发展有限公司在他带领下，“蔓楼兰”品牌成为第一家进驻上海百货商场销售的上海旗袍品牌，在各地多家知名商场设有专卖店，销售网络遍布近二十个省市区，多次在巴黎、米兰、纽约等地进行旗袍展示销售。在新的市场环境下，裘黎明充分发挥产品、资金、管理、技术、人才方面的整体优势，拓展经营规模，传承上海特色，创新品牌特色，提高品牌核心价值，执行《卓越绩效评价准则》，确立了“以素质促质量、以质量促市场、以市场促规模、以规模促效益、以效益促发展”的治企主略，将质量从产品、服务扩展到经营质量，为企业可持续发展开拓了新的领域。

裘黎明注重产品设计的创新，为了更符合现代人的穿着舒适度，蔓楼兰在传承旗袍工艺的前提下，对旗袍部分尺寸进行了优化，通过将领子改低、胸围放大、增加臀围、侧开叉提高等设计创新，使之穿着更合体舒适。蔓楼兰品牌一贯坚持自发研究面料、图案设计，以新颖、时尚、潮流、环保的理念成为旗袍行业界的先行者。为了给客户提供高质、高速的个性化服务，蔓楼兰在量体方面采用原产于美国高端品牌 TC2 移动式三维人体扫描仪来进行测量，以便捷、快速、精确及安全受到顾客的喜爱。在产品方面，与国内知名企业合作开发针对服装的分析、制作软件，分析客户个性化需求。设计师与顾客一对一上门面谈，了解顾客需求及爱好，共同创作旗袍。另外，利用数码印花技术实现单件或者小批量的面料



图案制作。蔓楼兰以旗袍设计为中心，开发了婚庆系列、亲子系列、高端定制系列、日常系列等，开发了男装、童装、配饰、床品等，实行全品类开发，将海派文化精髓延续到日常生活中。

裘黎明坚持按标准生产，标准化工作是质量管理体系的前提，公司对面料、辅料、半成品、成品、包装等检验都有标准，层层把关设卡，使生产过程处于严控状态。通过强化对面辅料、半成品质量进行检验、鉴别，剔除不合格产品，保证不合格面料不投产、不合格半成品不转入下道工序、不合格产品不出厂。通过报告形式将质量检验信息及时上报，为控制提供依据，找出原因，一小时内排除问题。检验人员及生产人员责任分明。检验人员不但要查出问题，而且要指导生产。生产人员不只会生产，也会实行自检。自检、互检、专检成为制度化一体性发展。

对公司产品进行全方位跟踪，及时获取消费者信息，以提高顾客的满

度。为了提高顾客的满意程度，蔓楼兰公司通过定期走访、及时沟通与联络、节假日温馨问候、微信推广等多种方式，投诉类型及投诉处理时间的培训等，以顾客满意度为宗旨的完善的产前、产中、产后发展体系。利用科学的调查方法获得顾客满意情况，并根据情况进行工作调整。为了保障调查的科学性与真实性，公司利用专业调查企业进行顾客满意度调查，在调查内容方面进行专业设计，保证了调查的多维度开展。借助第三方来实现对顾客满意情况的调查，让调查结果更真实可信。

裘黎明大力营造良好的企业氛围和环境，倡导充分授权，建立分类授权体系，按职责级别授予部门经理、区域主管一定数额的处置权，提高工作积极性。裘黎明积极倡导“工作学习化，学习工作化”，为公司员工创造学习机会，并给与一定的资金保障。要求企业培训部门组织开展各种专业培训，有计划地选拔优秀人才、业务骨干参加高校专题培训，鼓励员工工学以致用，努力把企业打造成为学习型组织。近三年来，企业共投入培训费用 35 万元，先后有 50 位员工完成了学历和职称学习考试。组织服装技师、设计师赴国外考察学习，聘请国内外专家上门面授专业技术课程等。

裘黎明强调不仅用旗袍美丽着女性的外表，还用爱心美丽着社会。蔓楼兰多年来一直致力于积极回馈社会，履行社会责任，积极组织社会公益事业，重点支持社会福利和教育事业，带动公司各级员工积极参与捐款、捐衣、低碳环保等活动，以实际行动奉献爱心。



## 兰云科：矢志艰苦创业 不忘回报社会

兰云科于1991年响应国家号召应征入伍，投身军营，报效祖国，他在部队期间多次评为优秀士兵，并先后两次荣立三等功。2005年，兰云科从部队退役转业，他为了减轻国家和政府安排退役军人工作压力，主动请求自主择业。

兰云科白手起家，带领一批一起退役的战友们，租赁土地自己种菜、养鸡、养鱼。兰云科带领大家从早到黑，日晒雨淋，日服一日，矢志艰苦创业。到了夏天高温季节，每人穿着短裤背心走进温度高达摄氏六、七十度个蔬菜塑料大棚内作业，有时中暑晕倒，便掐人中，坐下来喝碗绿豆汤，擦点风油精后还得继续辛勤劳动。因为白天暴晒，晚上身上脱皮，疼痛难忍，整晚都睡不着，但第二天还得咬牙坚持，照常干活。因为兰云科心中有梦想，坚信付出一定会有收获。当收获了绿油油的蔬菜、肥美的鸡鸭和鱼儿时，兰云科和大家开心极了，觉得再苦再累也值了。他带领大家把蔬菜禽鱼配送到曾经服役过的部队里，让战友们吃上新鲜实惠、安全放心的产品，受到了部队战友和首长们的赞扬，大家脸上终于露出了满意的笑容。

兰云科接着又开始着手尝试托管一家拥有50名员工的医院食堂，开始了新一轮的艰苦创业。他利用在部队学到的技艺与管理能力，始终坚持食品安全第一、服务第一、质量第一、客户至上的宗旨，凡事以身作则、亲力亲为。他提倡家人文化，上下齐心，亲如一家人，经常组织员工一起学习、一起拓展训练、一起过生日、一起旅游……一路走来，兰云科得到了员工的拥护、得到了客户的认可、得到了社会的好评。现在兰云科创办的上海



才众餐饮投资管理有限公司托管医院餐厅32家，在全国排名第一；托管政府餐厅150多家，在上海排名第一。共计安排就业岗位近3000人，其中上海员工1180多名、外地员工1800多名；为本市安排下岗职工再就业600多名，多次受到政府部门表扬。才众餐饮公司目前每天共计为32万人次提供餐饮服务，其中每天供应医院住院病人饮食9万多人次、医院医务人员饮食近10万人次、政府公务员饮食近10万人次、学生饮食3万多人次。当兰云科每天看到这么多的客户享用由他们亲手做的饭菜时，内心总是充满喜悦。

兰云科喝水不忘挖井人，致富不忘回报社会，不忘初心，砥砺前行。他一直坚持家人文化管理，把员工当家人，把客户当家人，用感恩的心做好每一道菜、每一个包子，用心服务，耐心服务，微笑服务，细心服务，标准化服务。特别是由于医院住院病人治疗饮食要求少食多餐，所以工作量大，员工在做好饮食服务的同时，还要做好

营养宣教和病人的思想工作。兰云科认为，大众餐饮是一项民生工程，也是一项良心工程，如果不奉献爱心，就根本承担不了这项工作。兰云科始终保持部队优良传统，坚定信仰，保持一名共产党员的先进性，坚持走在为人民服务的大路上。他经常以身作则，引导员工热爱祖国、热爱社会，帮助需要帮助的同志；他经常带领公司工会和义工慰问公司困难退役军人家庭、困难职工家庭；他经常带领公司团队和义工走进敬老院、儿童福利院，搞活动、送礼品、捐物资、献爱心，受到社会各界好评。兰云科致富不忘穷乡亲，内心始终牵挂着江西大山里的孩子，担心他们没钱交学费，夏天没有防暑用品，冬天没有棉衣穿。为此，他专门成立了兰云科奖学金，每年捐赠10万元给山区孩子上学和买衣；兰云科更担心山区里那些孤寡老人、特困家庭，因为山里面到了冬天温度特别低，寒风吹过来连骨头里都感到冰凉的，有的孩子手脚冻得像馒头，连写字、走路都受影响，兰云科看在眼里，记在心里，每年都要组织公司中层干部到山区孤寡老人、特困家庭和孩子们捐钱捐物，他经常走村串户，嘘寒问暖，亲自把一个个红包、一件件棉衣送到孤寡老人和孩子手中。兰云科心地善良，乐意助人，有时看到孤寡老人、特困家庭的房子没有钱装玻璃窗户或没有钱看病，他总是毫不迟疑地为他们捐钱捐物，奉献爱心。近十年来，兰云科共计资助山区孤寡老人和失学儿童及特困家庭5000多人次，资助善款和物资达1000多万元。兰云科始终坚持助人为乐、以人为善，他决心做一名有良心、有爱心、有责任心的企业家，他相信自己一定会越做越好，承担更多的社会责任，付出更多的爱心，帮助更多需要帮助的人。



## 项美芳: 奋楫前行 多元发展

上海绿亮集团是一个多元化发展, 业务涉及多个行业的集团化公司, 项美芳负责集团下属上海绿亮电动车有限公司、增靓投资发展(上海)有限公司、上海绿亮科技创业有限公司的运营管理。在她的管理下, 上述几家公司在各自的行业领域取得了一定的成绩, 在履行社会责任方面尽心尽责, 得到了社会各界的认可。

2000年, 上海绿亮电动车成立初期, 项美芳分管公司财务、销售和售后工作。她对财务的管理细致入微, 精准计划和把控公司每一笔收支, 确保公司保持良好的财务状况; 在销售工作中, 她常到一线网点巡视, 收集市场反应和客户需求, 为产品设计及生产及时提供建议; 对售后服务她提出“一小时响应, 到达客户身边”的维修要求, 成为绿亮电动车一大亮点。绿亮电动车销售节节攀升, 在短短三年内成为上海销售额第一的电动车品牌, 荣获“上海市名牌产品”“上海市著名商标”“上海市服务诚信先进单位”称号。

2004年, 集团成立增靓投资发展(上海)有限公司, 项美芳投入到生物科技板块的业务拓展, 第一个任务就是去云南西双版纳地区组建铁皮石斛生产基地, 经过三年实地调研和种植、研发, 在西双版纳景洪市勐养镇成功建成铁皮石斛种苗繁育基地100亩、铁皮石斛有机栽培示范基地200亩、GMP标准厂房一座, 并在当地设立了一家专业从事铁皮石斛种苗繁育及中药饮片研发、生产、销售于一体的高新技术企业, 先后荣获“云南省林业产业省级龙头企业”“云南省高新技术企业”“云南省农业示



范区”“西双版纳州农业产业化重点龙头企业”等称号。项美芳在当地大力推行“公司+基地+农户+科技服务”的经营模式, 开展种植农户技术培训, 聚力扶贫攻坚。还助推成立了“景洪市勐养镇石斛种植协会”, 辐射带动2000余家种植户, 对种植户实行供苗、包技术支持、包回收“一条龙”服务。通过产业扶贫, 先后带动1万余人从事石斛产业, 户均收入23000元, 并为贫困人员创造就业岗位100多个。项美芳多次牵头倡导集团投入当地少数民族公益事业, 向景洪市基诺山小学、勐养镇中心小学贫困学生捐赠物资钱财10万元; 向景洪市热带雨林保护协会、勐养镇城子村、曼景坎村、曼满村捐赠基础设施建设款项20万元; 向贫困户提供价值160多万元的优质铁皮石斛种苗70万丛。项美芳还多次参与上海企业家代表团前往云南其他地区开展扶贫帮困工作。

2014年, 响应国家“大众创业, 万众创新”的号召, 集团部署产业

调整, 增设了科技创业园板块, 成立了上海绿亮科技创业投资有限公司, 利用多年来投资工业地产的优势, 创办了第一个创新创业孵化基地——绿亮科技创业园, 项美芳又被推到了集团多元发展的潮头浪尖, 她又一次信心十足地挑起了重任。项美芳在整个筹备期间日以继夜的勤奋工作, 经过一年多的设计调整、业务规划、团队组建, 促使绿亮科技创业园如期投入运营。项美芳一如既往地严格把控园区运营管理的每一个细节。她定期对园区的物业管理和企业服务工作进行深入检查和指导; 对于园区内有潜力的高新技术企业, 她大力推荐集团进行投资和扶持; 园区连续三年承办国际创新创业大赛闵行区分赛点工作, 她对赛事的筹备工作事无巨细、亲力亲为。在项美芳和团队的共同努力下, 园区内多个高新技术企业得以快速成长, 园区先后被授予“科技企业孵化器”“上海市中小企业服务机构”“闵行区孵化器示范基地”“闵行区低碳科普示范园区”等荣誉资质。从第一个园区成立至今, 项美芳带领团队开拓运营的绿亮旗下科技创业园区已达到六个, 其中规模最大的绿亮泗泾科技创业园也已在开始运营, 并得到了“上海市级孵化器基地”的认定。

项美芳在参与集团管理的同时, 也非常重视企业应尽的社会责任。她始终秉承“取之社会, 回馈社会”的信念, 把社会责任作为企业自身成长的根基, 她主导集团公司参与了多项慈善事业、教育事业以及受灾地区的灾后重建工作, 累计捐赠金额逾500万元。



## 曾茯林：创新求变 精益求精

曾茯林全面主持上海哈尔滨食品厂有限公司工作以来，企业销售和利润业绩屡创历史新高。

曾茯林坚持产品传承创新。他着力培养糕点工匠，既保持手工制作特色，又加强新产品新工艺研发，适应市场快速迭代以及健康消费需求，与技师团队共同研发了芝士排、抹茶酥、中蝴蝶酥等多款深受消费者喜爱的产品。曾茯林组建了技师创新工作室，新研发的蟹香蛋黄锅巴一经推市，便成为全厂单品销量的第三名；杏桃排、蝴蝶酥分别入选“2018上海优选伴手礼”“2018上海特色伴手礼”；西番尼荣获了“2019上海优选伴手礼”。“哈氏海派糕点制作技艺”成为上海市黄浦区第六批非物质文化遗产保护项目。

曾茯林采用管理创新。他整合生产资源、突出重点产品优势，适应消费者需求动态变化，实现产品的精细化、个性化、特色化。他大力倡导精益管理理念，引入品类管理方法，按营收将产品分为五类，不同类别采取有针对性的管理方式，比如在一类产品中，精选“六大明星”产品，重点宣传、以点带面、做强做精。通过品类管理的方式，对产品结构实施一次次升级调整，增强品牌聚合效应。

曾茯林探索经营模式创新。他强化精益服务，打破了直营门店单一经营格局，相继改造了淮海店、燎原店、海华店等经营门店，在店堂内设置了经营区、时尚区、休闲区、体验区四个空间格局，并新增现烘现烤专柜，给消费者更好的消费体验。改造后的三家门店年销售业绩平均增长40%。曾茯林还积极探索直营柜



台、专柜销售、加盟柜、加盟店的经营模式，“哈氏”营销网络遍布南京路、淮海路、徐家汇、五角场等各大热门商圈，并向江浙一带延伸。让一代代上海人记忆的“哈氏”糕点逐渐演变成国人心中的经典好味道。这一系列措施，使企业突破了因原材料成本大幅上涨的发展瓶颈，今年以来，销售同比上升33%、利润同比上升69%。

曾茯林倡导营销创新。他开拓“三位一体”的网络销售、宣传渠道，在“互联网+”的大背景下，积极拓展互联网经营，他借助现代科技这个“梯子”登高望远，开展电子商务，积极推广O2O营销模式，实现线上线下立体式营销与错位经营。“哈氏”天猫旗舰店吸引了更多全国各地的消费者前来购买，其网络上推出一系列特供款，如大麦若青糕礼盒、中蝴蝶酥礼盒等，深受网友们的热捧。2019年首家“哈氏快闪店”在Luone凯德晶萃商场惊艳开幕，以更年轻化、时尚化的精益营销探索，连

接和吸引更多年轻的消费群体。曾茯林组织建立的微信公众服务平台和微博企业认证号与消费者建立了长久而良好的伙伴关系，将营销的一次性服务转化为稳定的长期关系。

曾茯林注重观念创新。他积极探索“老字号”企业的创新实践，适应互联网的时代变化，转变员工思想理念，打造企业精益管理文化，形成以创新引领的企业文化，为企业发展注入新内涵。他认为企业发展的关键在于人，公司职工平均年龄53岁，他搭建精益管理的企业文化，以精益管理的思维、方法，转变原来的“老思想、老做法”。他提出“老字号”品牌不仅要传承、更要发展，要跨越本地与本土的界限、要永恒而历久弥新。同时，他大力培养青年人才，建立了一支富有效率、充满活力的生产、经营梯队，为老字号企业创新发展提供了不竭动力。

近年来，曾茯林努力扩大“哈氏”品牌影响力，受邀“36.7℃”“新闻夜线”等栏目推介产品、分享老字号转型发展的经验；被沪上“人气美食”、“淘最上海”等美食栏目多次拍摄采访；本市主流媒体也纷纷对哈尔滨食品厂近几年的发展做了宣传报道。上海哈尔滨食品厂有限公司在曾茯林的带领下，荣获各类市、区级荣誉40余项，有上海市商务委员会认定的首批“上海老字号”企业、中国商联会颁发的“全国诚信兴商双优示范单位”“上海市食品安全示范企业”“上海市诚信创建企业”等，公司旗下拳头产品多年蝉联“上海名特优食品”，被各大热门美食网站评为“到上海必买的食品”“最好吃的上海糕点”等。



## 刘重亮：在实践中传承 在传承中创新

刘重亮从事餐饮行业40年，一直工作在基层一线。2011年起，他担任上海王家沙餐饮股份公司副总经理，负责分管经营业务和服务工作。“王家沙”是一家著名的老字号餐饮单位，刘重亮关注企业品牌创新发展战略，转变经营理念，打造人才梯队，力促企业的可持续发展。在他的分管下，王家沙近三个年度来的营业额比上一个三年度增长53%，主营利润增长69%。

刘重亮强调“抓好产品创新，增添老字号活力”，王家沙始终保持质量和创新是能够留住吸引食客的关键。他带领团队不断改进和确保蟹粉小笼、鲜肉月饼、冷面浇头等经典品牌项目的品质；他针对时令品种开展市场调查，进行新品研发，特别是艾叶青团、奶油八宝饭等新品深受广大消费者的青睐，其中他相继创新研发并推出艾草汁青团和艾叶青团系列，自2011年以来每年新增营业额1500万元；他定期组织公司所属各店职工开展技术练兵和技能比武活动，促进传统手工艺传承发展；他注重产品质量，规范生产、销售流程，在人力成本激增、行业竞争激烈的市场环境中，坚持不懈地保证食品卫生的安全。

刘重亮注重转变管理理念与经营流程的再造。为了适应新的经济形势，他对总店相关班组进行合并重组，实现资源整合；他优化组织架构，利用集中生产配货与各门店适当补充相结合，提高工作效率和产品质量，使王家沙实现一体化的集约优势；他强化制度建设，夯实管理基础，推行6T管理，采取全员参与、自下而上、自觉执行的方



式，把员工作为生产经营活动的主体，把发挥员工的智慧和才能视为企业生存和发展的力量之源；他在企业管理中实现办公OA化，做到报销、审批、考勤流程自动化，进一步完善ERP系统和BI系统，完善进、调、存及销售数据化管理；他推行网上销售，完善微信、支付宝的无银销售功能，帮助企业降低运营成本，取得更大的竞争优势；他全面推进中央厨房的建设工作，从设备的选定、生产内容的确定、与办理各类证件的相关部门进行协调，到场地内部的设计布局都一一落实；他稳步拓展虹桥机场店、嘉定新店、瑞金医院店等的网点布局，为走出静安、拓展市场积累经验；他在外卖市场竞争中，做到多品类、差异化经营，深入了解用户需求和外卖市场发展动向，建立全面化、多功能、新体验的外卖平台；他相继牵头完善修订一系列企业产品标准，做到产品标准统一、生产工艺统一、流程统一，注重产品品质的控制。

刘重亮关注人力资本投入，建设人才梯队。他利用多层次、多渠道、多形式的职工教育培训网络，建立学习型组织，有效地提高员工的工作能力、知识水平、服务技能，把职工的教育培训作为一个系统工程，提升到公司战略发展的层面上来抓，造就人才梯队；他以技术创新工作室为抓手，注重传统技术的传承，注重工艺流程的规范，结合企业特点开展专项培训，传道授业；他着力培养技术能手和质量标兵，通过梳理、整理、传承、创新来提高点心技艺和品种质量；他在技师工作室推选区级、公司级传承受资助人，培育一批具有企业精神、刻苦钻研的王家沙点心技艺接班人，每年输送40人次进行中点、中烹的专业技术、技师培训；他制订有效措施，实施建立培养长效机制、明确培养具体措施、完善评价机制和激励机制、健全保障机制、规范选拔程序等一系列引才、识才、育才、留才方法，取得实效。

刘重亮注重社会责任，构建和谐企业文化。他通过每年举办王家沙的职工文化节，全方面增强企业文化建设，提高企业凝聚力；他在促进企业健康、稳定发展的同时，不忘企业的社会责任，对地震灾区的捐助、重阳节对老年人的慰问、积极参与各类义卖活动等，承担社会责任。在刘重亮及团队的共同努力下，王家沙成为一家以传统海派点心享誉海内外的餐饮企业，其点心制作工艺被评为上海市非物质文化遗产。连续荣获“上海名牌”称号，“王家沙”这一商标也被评为上海市著名商标。2016年，刘重亮荣获上海市“五一劳动奖章”。



## 李跃雄：严谨专注 持之以恒

李跃雄现任上海上药神象健康药业有限公司副总经理。他对待工作严谨专注、持之以恒、精益求精。2017年获“上海市五一劳动奖章”、2018年获“上海工匠”称号。

2009年，“神象名贵药材野山参的基地建设”获国家工业和信息化部国家中药材扶持项目，李跃雄成为项目的负责人。野山参市场需求量逐年增加，而野山参的资源不断减少，如何挽救野山参这一物种、恢复野山参资源，是他面临的一大课题。李跃雄在三年内深入产地、实地考察，对野山参生长地的自然条件以及空气、土壤、温度、光照、水分等进行了充分评估，对生长年份不同的野山参进行了跟踪检测，通过利用森林资源，保护森林植被，对野山参规范化的野生抚育，从根本上解决了发展野山参产业和保护森林资源的矛盾，使野山参抚育实现规范化、集约化、标准化，达到安全、有效、稳定、可控的目的，进一步提高了产品质量的稳定、保障了消费者的服用安全。对紧缺的野山参资源修复和再生、保护和可持续发展起到积极作用。自2013年起，公司改变了野山参以往的采购模式，实行基地采购，使神象野山参系列产品的销售额每年都稳定在8000万元以上，既保证了供应，又保证了的质量，为野山参行业的健康发展提供了保障。

从2012年开始，根据“国家标准管理办法”“国家标准复审管理的实施意见”的相关要求，全国参茸产品标准化技术委员会组织对实施5年的《野山参鉴定及分等质量》等12项人参产品国家标准进行重新修订，以确保标准实施的适用性和有效



性，并由国家标准化委员会负责管理、吉林省质量技术监督局协调、全国参茸产品标准化技术委员会组织实施此项工作。李跃雄参与了对这12项国家标准的起草修订工作，他以科学发展观为指导，本着科学、严谨、全面、系统的原则，参与制修订符合人参产业发展实际需要的国家标准，并对其中人参的种植年份的确定、理化指标的要求、种植地的要求、采收的时间等提出了修改意见，获得了采纳。其中《野山参鉴定及分等质量》《野山参加工及储藏技术规范》《野山参人工繁衍护育操作规程》和《移山参鉴定及分等质量》等4个国家标准已发布实施。李跃雄也于2015年4月被国家专业标准化技术委员会聘请为全国参茸产品标准化技术委员会委员。

上海历来是我国野山参主要的消费地区之一，由于市场需求量较大、野山参资源的逐步减少、市场价格昂贵、销售和消费习惯与其它地区有所不同、等级规格较多且至今没有全市

相关规格的统一标准及检验原则等，从而造成市场上一定程度上的混乱局面。在上海中药行业协会组织下，李跃雄执笔起草了《上海市中药行业野山参等级规格（试行）》，并与2015年7月发布执行，有效加强了行业自律管理，保护了本市消费者利益，促进了野山参在上海市场的健康发展。

弘扬中医药文化，需要薪火相传。2017年起，李跃雄在上药药材举办的“名师育高徒、匠心筑传承”活动中带教了2名徒弟，传承参茸鉴定技艺。他以中药人的使命感开展着带教传承工作，带徒深入东北野山参产地，实地考察野山参的抚育、管理、采收和加工，指导他们提高对野山参的真伪鉴别的能力。李跃雄还积极参与了不同层次的专业培训工作，先后举办了“野山参的产地与种植”“野山参鉴定及分等质量”“上海市中药行业野山参等级规格”等专题讲座，提高了从业人员的素质。李跃雄历经几年实际工作经验的积累，根据野山参产业发展的情况和野山参的发展与变迁，对野山参的性状鉴别技术也发生变化，他合作撰写的《野山参及其相似品的来源及鉴别要点》论文发表于《中成药》杂志，收到业内关注。

公司有“神象牌野山西洋参粉”等20多个保健食品的企业质量标准到期，要投入生产需重新备案。李跃雄受命对这20多个产品进行梳理，对原料的组成、来源、主要含量的确定等进行了深入研究，对生产工艺流程进行了重新设计，使其更加合理有效。现已修定完毕13个标准，并通过市食品药品监督管理局食品安全企业标准备案。



## 杨海：施展美味厨艺 传授烹饪绝技

杨海，中式烹饪高级技师、上海市首席技师、上海总厨联盟会长。目前他就职于上海和记餐饮集团，任旗下“和记小菜”品牌区域行政总厨，分管区域五家门店的厨务管理及出品研发工作。

“和记小菜”品牌创立于1999年，目前拥有门店14家，在上海各区及江苏等地设有分部，年顾客接待量达300多万人次，年营收达3亿元左右，“和记小菜”先后被评为上海市著名商标、中国餐饮百强、中华餐饮名店等殊荣。杨海注重传承与创新，在工作中亲自带领带厨师团队参与研发工作，针对顾客的需求研发新菜品。2018年，在杨海的建议下，集团旗下驰成餐饮公司成立了“首席技师工作室”，由杨海亲自担任工作室带头人，并负责菜品研发及管理工作的，下属有冷菜、热菜、点心等研发人员。近两年来，工作室热菜研发近150余道，其中茶菜单80余道。杨海带领的首席技师工作室还推出了和记小菜品牌“台州海鲜”及“上海下午茶”特色，为企业创收起到了积极作用。杨海负责的区域门店在2016年—2019年期间，每年营业额都有超过5%的递增，这都与杨海对菜肴的钻研和厨务的管理密不可分。杨海在工作中注重食品安全，他所分管的和记小菜大宁店2017年被静安区政府评为文明餐厅，和记小菜大宁店厨师团队在杨海总厨的领导下自2015年起曾6次圆满完成了区政府人大、政协两会的餐饮服务保障工作，得到了区相关领导的肯定和好评。

杨海在职业生涯中不断提升自我努力学习，在2013年获得“全国饭店业国家级评委”证书；2014年获得“行政总厨（厨政管理）”证书；2015年获得“中华金厨奖”、同年参加全国创新



技能大赛获得“十大创新能手”并被中烹协评为“中餐国际推广杰出贡献者”；2018年被上海市餐饮烹饪行业协会评为“上海名厨”；2019年获得“一级中式烹调师（高级技师）”；经上海市静安区人社局推荐，杨海于2019年被上海市人力资源和社会保障局评为“上海市首席技师”。杨海义务坚持参加诸多社会工作，先后分别受邀担任衡山集团分子菜肴培训班授课教师、2019上海餐博会烹饪大赛评委、美国中餐学会美食交流会主理名厨、2019中国美食烹饪锦标赛上海赛区评委，负责各项授课及评审工作。

为更好的为行业及社会做贡献，2014年杨海牵头发起成立了“上海总厨联盟”，先后推出美味大厨厨艺大赛、总厨大课堂培训、总厨寻味之旅、菜品交流品鉴会、总厨专访推广、专业人力资源对接等活动，得到了上海市各界餐饮人士及前辈大师们的认可。至今组织承办“美味大厨”市级专业技能赛事18场，参赛专业选手2000余人，观摩人员达30000人以上，通过“美味大厨”

赛事活动，有力提升了餐饮企业的凝聚力和厨师的竞争力，为餐饮企业寻找好菜品（大赛累计呈现菜品超过3000道）、好食材（通过大赛食材展示累计呈现食材千余种），为厨师提供了一个展现自我的良好平台（通过赛事评选出优秀技能人才近200余人由上海市餐饮烹饪行业协会授予相应的奖牌和证书），“美味大厨”构筑了一个企业、厨师、食材商共同参与、互惠互利的平台，为提升上海餐饮烹饪行业的职工技能水平作出了贡献。

杨海积极响应政府和国家教育部门的号召，为培养祖国下一代尽一份力。他近年来一直参与校企合作，自2016年9月起他被中华职业学校聘请为兼职教师，在学校教授烹饪课程。他将自己的实践经验通过课堂传授给烹饪专业的学生，以推动职业教育的发展，这对他这样一个餐饮企业的技能人才来说是非常难能可贵的。2019年他还受邀担任了上海市教育委员会立项的校本教材《上海风味冷菜制作》编写的技术顾问；由于杨海为职教系统做出了诸多贡献，学校于2019年6月聘请杨海为中华职业学校（中餐烹饪与营养膳食专业）大师工作室主持人，指导学校专业建设发展。杨海希望通过校企合作，在充分利用企业的教育资源，参与学校的教学和专业建设工作，同时能向学校的专业教师学习，不断提升自己的专业理论素养，掌握技能培训的手段和方法，为自己在企业职工层面开展职业培训创造条件并作好准备，这是很有眼光和想法的。

杨海在从业生涯中，不断提升技能、学习专业文化知识，帮助带动周边同行。用自己的信念、锲而不舍的奋斗精神，努力回报社会。



## 杨勇：承启国企责任 践行改革重任

杨勇现任上海金山粮油资产经营有限公司常务副总经理。近40年来，他一直坚守在粮油企业第一线，工作能力强、业务技术精，具有丰富的经营管理经验，在干部职工中具有较高威信。

杨勇在担任粮油购销公司经理期间，围绕科学保粮、储粮安全主题，牵头成立了技术攻关小组，采用“灌排风技术”保管高水份油菜籽，达到不霉、不烂、不酸败、不碳化，共积累了17个方面的科学保管储存经验，通过科技创新，攻克了高水分粮油保管储存的难关。既为广大农户解决了保管储存难题，取得了广泛的社会效益，又为企业增加了经济效益，取得了金山地区保粮技术前所未有的突破，得到上海市粮食局的肯定，并在全市推广应用。

杨勇不忘初心，为粮食企业摆脱困境而拼搏。上世纪90年代随着粮食流通体制改革，国家粮油市场价格的逐步放开，国有粮食系统出现了经营亏损的现象。当绝大多数单位都因为保护价收购无法顺价销售粮食，而造成库存严重积压、银行利息计复息的窘境时，杨勇以超前的思维和敏锐的目光，带领员工在苦练内功的同时，努力拓展对外业务。通过采取坚持抓管理、抓制度、跑市场、讲质量、促销售等一系列措施与手段，截止到1998年底，杨勇所主管的粮管所成为全国唯一一家无陈化粮的购销企业。也正是由于这一系列举措一举摆脱困境，在全系统面临资不抵债的情况下，杨勇所主管的粮管所资产负债率仅为23%。

本世纪初，杨勇从3000多名员工中脱颖而出，工作岗位调任到总公



司，担任总经理助理。此时的他，虽身兼要职，却恰逢公司体制进行重大改革，面对的是企业累计银行欠款1.6亿元、企业全面亏损僵死的现状与改革重组减员的巨大压力，但他没有退缩，无论是改制、减员等工作，还是购销工作的为农服务、储备粮的安全管理、资产的运营工作，包括企业内部管理工作等，他都不计个人得失、任劳任怨、冲锋在前。他的艰苦奋斗、大公无私、甘于奉献的精神面貌，助力公司在重大改革中平稳前行，也得到了领导和同事们的高度认可。

杨勇在2015年、2017年按照上级关于委办局企业脱钩的工作部署，主动请缨接管脱钩企业。他先后主持接收各类脱钩企业14家，在接管脱钩企业资产、人员安置、合同洽谈、租赁关系调整等工作中迎难而上、大胆创新，带领班子成员，制定接管方案，妥善处理各种矛盾和问题，确保了脱钩企业生产经营正常化。至2017年底，通过梳理、租赁、整合，

不断盘活国有资产，使脱钩企业营业收入由原来的291万元提升至680万元的良好业绩。杨勇围绕“横向收缩跨度，纵向压缩层级”的工作思路，清理整合，压缩管理层级，采取吸收合并、股权转让和关闭注销等方式，至2018年末，完成了39户企业压缩整合工作。2019年起，杨勇攻坚克难，开启资产经营“一体化”模式。他制定了“一体化”改革实施方案，设置了两大板块决策机构，下设4个部门16个服务点，重新划分资产经营管理范围，有序推进属地化管理，设立董事会、监事会，制定公司章程，完善资产经营企业“三重一大”决策制度实施办法、领导班子议事规则、各部门岗位职责和奖励办法等系列内部制度。杨勇业绩突出，完成的各项经济指标逐年递增，粮油资产公司所属企业27家（其中委托管理2家）资产总额4.28亿元，资产面积61万平方米，2015年至2019年实现营业收入1.16亿元。

杨勇廉洁自律，他认为自身干净，方能敢于担当。多年来，杨勇始终不忘初心，他自知成长道路不易，不敢贪也不想贪，时刻牢记不逾红线、守住底线。随着职务的提升、权力的增大，杨勇手中掌握每年几个亿的销售定价权，从逢年过节的红包、购物卡到现金甚至金砖等送礼，他均婉拒、坚拒或上交，经受住了各种诱惑的考验。他深知无欲则刚的道理，与客户保持距离，只有这样，才敢大胆工作、才能维护企业正当利益。他始终以“党性最强、作风最正、工作出色”为要求，承启国企责任，做改革的践行者，为服务区域经济发展，积极发挥国有企业的独特作用。



## 沈洁：专注鲜食新零售 保供稳价作贡献

沈洁作为清美鲜食首家样板店的店长，深谙鲜食新零售的基层管理。她通过8年的努力，一步步从店长、运营部经理、运营总监，再到清美鲜食事业部副总经理，完成了人生中的华丽蜕变。她具有硕士学位，但仍孜孜不倦不断学习新知识，开阔商业视野，勇为人先。新冠疫情期间，她充分发挥清美全产业链优势，“清美鲜食”线下门店和“清美鲜到”线上买菜双管齐下，为上海“保供稳价”和稳就业做出了贡献。

高度的责任心是沈洁直面挑战的力量源泉。2012年，清美鲜食首家样板店即将开业，沈洁主动请缨当店长。她认为清美鲜食的创新模式代表未来菜市场的发展方向，一定大有可为。在沈洁担任店长期间，她总是第一个到店，最后一个离店。为了保证收货的新鲜和数量准确，她每天都要比送货员早半小时到店，提前整理陈列，认真检查产品的数量和质量。而每次门店打烊前，她都要认真地做进销存报表，分析其中的损益，找出订货的规律，每天都要晚半小时才离店。她创造的营业员“六勤诀”（心勤、脑勤、眼勤、嘴勤、手勤、腿勤）已经被列入清美营业员培训大纲。一年以后沈洁的门店就成为了全公司的“单店明星”，由她创造的单店200万元的月销售纪录至今鲜有人能超越。

沈洁勇于创新，引领清美鲜食新零售发展。沈洁在升任清美鲜食运营总监后，从不安于现状，总是不断创新，突破自我。她每周都要到门店调研，走访消费者、店员，倾听市场的声音，从中洞察机会，找到创新的业务增长点，不断提升鲜



食销售业绩。她注重丰富商品结构。仅用一年多的时间，就将原来豆面制品为主500多个产品增加至近2000个，形成包括豆面制品、蔬菜、水果、肉类、禽蛋、水产、半成品、熟食、调味品、粮油、乳制品等11大类，向经营生鲜全品类产品转型，极大的提高了产品的丰富度，满足了消费者多样化的需求。鲜食门店的工作经验，让沈洁更清楚品质和新鲜的重要性。她提出“品质要从源头抓起”的思路，建议公司打造鲜食全产业链体系，实现90%以上的鲜食产品自产自销，被公司采纳写入《清美公司十三五发展规划》并付诸实施。为提高蔬菜（尤其是叶菜）的保鲜期，沈洁从田头制定标准，通过在田头建立预冷库，让新收割蔬菜在半小时进入4℃冷库预冷，然后通过全程0-5℃冷链进入清美各大鲜食门店冷柜销售。刚采摘的新鲜蔬菜预冷能很快进入休眠状态，代谢大为降低，保鲜期可由原来的2天增加到7天。这样一

来，即使海南的叶菜品种，也能在上海销售，使“南菜北调”成为现实。沈洁借鉴其他行业的经验，推进“菜篮子+互联网”的试点，从最初的O2O营销、前置仓模式，再到OMO营销，在实践中不断优化，引领清美鲜食新零售高质量发展。她所负责的鲜食新零售项目也成了集团业务增长最快的板块。目前，清美鲜食社区便利店上海门店达300多家，前置仓达50多家，每天服务上海200余万人。在沈洁的管理下，源头新鲜、品质可控、价格公道的清美鲜食，已成为上海城市生鲜的一张新名片。

2020年新冠疫情突然来袭，留沪人员激增，民生消费井喷，为保障上海市场供应，已经是鲜食事业部副总经理的沈洁压力空前。她紧急召回在家过节的非疫区员工，经隔离观察后，让这些员工陆续补充到一线，全力投入到市场保供攻坚战中。疫情之下，清美全产业链优势凸显，自建的蔬菜基地开始抢收、抢种，清美鲜食便利店每天供应市场的蔬菜达100多吨。春节和疫情期间，沈洁带领线下260多家清美鲜食门店不休假、不裁员、不减薪，从春节开始，连续两个多月未休息，全力保障市场菜篮子供应。在居家隔离的日子里，清美鲜食社区便利店依旧琳琅满目，坚持营业到晚上9点。沈洁立足岗位积极践行社会责任，在春节及疫情期间，始终坚持以保供为首要任务，以食品安全为最高要求，认真履行着一名鲜食管理者的职责，她所负责的鲜食便利店在“保供稳价”中起到了重要作用，受到上海市经信委的书面表扬。



## 任春华：刻苦钻研技术 助力企业发展

任春华自1998年加入上海闽龙实业有限公司以来，脚踏实地，一步一个脚印从基层做起，先后承担车间生产管理、行政管理等职务。她通过不断刻苦学习、积极进取、钻研技术，为企业的生产经营和经济发展，特别是援疆工作和乡村振兴产业做出了突出贡献，成为企业的骨干人才之一。2015年荣获“上海市农民工先进个人”称号。

上海闽龙实业有限公司专注农业产业链领域产品的经营，是农业产业化上海市重点龙头企业，也是上海市重点援疆企业，设立的新疆闽龙达干果产业有限公司是首批援疆落户喀什的企业，投资1个亿建设工厂并打造了1200亩国家级有机红枣种植示范基地。任春华刻苦钻研技术，助力企业援疆工作。她刚到新疆开展红枣种植时，对于大枣的种植技术没有任何基础和经验，工作难度可想而知。于是，任春华花费了大量时间和精力钻研技术，通过翻阅了大量国内外红枣种植技术资料，进行反复研究。她提出了红枣种植第一年采用高密度直播园，株距0.3-0.5米，保苗株数每亩800株，第二年采用嫁接成活率极高的改良劈接法；在肥水方面提出了以增施有机肥为主并结合化肥的使用；又提出了第五年采用环割技术使营养和水分都集中在果身上的种植方法。任春华进行红枣种植的示范面积达1267亩，如今这些红枣种植基地已成为国家级标准示范项目，为此还聘用了当地200余名员工，农忙时节聘用季节性人员将近1000人次，基本上以维吾尔族同胞为主，增加了当地农民收入，解决了一部分周边富余劳动力就业问题，实现了“示



范带动、产业升级、品质提升、农业增收”的目标。

上海闽龙实业有限公司在一、二、三产融合发展上具有一定的积累和优势，建有种植基地，利用标准化的管理体系，种植各类干果产品及花果茶产品原料；建有现代化的加工厂，引进先进的国内外技术，将各地农产品进行初级加工和精深加工；掌握市场需求导向，将优质产品推向终端销售市场，满足消费。党的十九大报告提出了“乡村振兴战略”，上海闽龙实业有限公司顺势而为，成立了“闽龙达食用玫瑰种植基地项目”领导小组和技术小组，大力引进新疆食用玫瑰优良品种，伴随着“一带一路”落脚在浦东新区川沙连民村种植，以食用玫瑰花为产业载体，带动一、二、三产融合发展。任春华又集中精力攻克玫瑰花的种植技术，助力企业发展玫瑰产业。玫瑰文化历史源远流长，长久以来玫瑰象征着美丽、甜蜜的爱情以及美好的事物，玫瑰花的花语为爱和美，是表达爱情与浪漫

的通用语言。同时，新疆食用玫瑰又可作为食用产品，据当地古籍记载及当地饮用习惯，玫瑰花茶、玫瑰花酱性质温和，可补血气，平衡内分泌，消除疲劳，改善体质，缓和情绪，并有美容养颜之功效。任春华通过查阅大量的资料，进行反复研究，经过近半年时间的苦心专研，终于形成了独特的玫瑰花种植技术成果，使得新疆玫瑰花在上海地区种植的难题一一得以化解。任春华又开始对于玫瑰花品质的筛选、种植的时间节点、种植的方法、玫瑰花枝条剪枝的技巧、日常的维护等方面开展研究，同时在公司内部不间断地在食用玫瑰系列产品开发方面进行试验、筛选、优化和研制工作，确保产品的不断创新、种植技术的不断改良，并加强企业内部技术人才的培养，依靠先进的试验手段和现代化的工业生产装备达到预期的目标。公司“好熟悉”牌玫瑰花茶荣获第十五届国际农产品交易会参展产品金奖，在市场上具有很高的知名度和美誉度，产品受到了广泛的欢迎。任春华通过勤奋努力、钻研技术，将原来一片有待垦复的土地，变成美丽的玫瑰园。玫瑰花基地形成后，成片的玫瑰花从观赏角度赏心悦目，如今座落在上海浦东川沙连民村的玫瑰园“玫瑰里·熟悉里”已成为小有名气的网红打卡地。玫瑰园有了前期成功的种植基础，接着将扩大种植规模，任春华对此工作既有挑战，也充满了信心。

任春华始终不忘作为一名上海市先进农民工的本色，她将继续运用技术手段，不断努力工作、创新拓展，为企业的发展、为乡村振兴产业兴旺竭尽所能。

## 上海国际商品拍卖有限公司客车额度拍卖管理中心 始终贯彻最高标准、最严要求、最优服务

上海市非营业性客车额度拍卖业务作为市政府重要公共资源项目之一，事关民生，一直受到社会公众高度关注。上海国际商品拍卖有限公司自1994年开始主持市政府委托的非营业性客车额度拍卖业务。客车额度拍卖管理中心是额度拍卖项目承接部门，在客车额度拍卖系统的迭代开发和日常维护中，始终贯彻最高标准、最严要求、最优服务的工作准则，不断强化系统建设，确保保障系统的稳定运行和公平性；同时不断提升服务水平，让人性化服务理念贯穿全流程。



**增设服务网点，切实方便客户** 2014年年底在福州路一个固定网点办理的基础之上，根据客流量的分布逐步增设网点，为客户提供“一站式”服务。客户在竞买人资格审核通过后，在办理窗口一次性完成业务办理和保证金结算业务，体现了方便客户的初衷。2019年3月，上海国拍APP正式投入使用，所涉及的业务办理对象为个人客户，可办理业务为递交参拍申请、拍卖登记及办理退款，促使需要在线下网点排队办理业务的现象大大缓解。

**优化服务流程，重视客户体验** 为进一步规范和优化网点员工工作流程，提升客户满意度，引入第三方专业培训公司，制定一系列规范，从网点环境、形象礼仪规范等方面对网点及员工进行全新包装，使客户有了全新感观；制定了《服务网点服务手册》对服务各环节进行流程化、规范化管理；定期对网点进行培训，并结合各网点的实际工作情况推出上岗五步法、离柜五步法、营业厅大客流管理办法和窗口服务人员情绪管理办法等一系列有效措施，不断提升服务品质。

**强化内部管理，建立系统考评** 作为公司线下服务接待的第一道窗口，严格贯彻落实首问责任制，要求大堂经理及一楼咨询台做好客户接待，协助客户解决遇到的各种问题；进一步落实窗口服务规范，对于业务上的变化和调整，第一时间在各网点中进行沟通和分享，提高业务熟练度和主动服务意识；高度重视内部规范管理，

每周定期召开各网点工作例会，及时进行沟通，做到所有工作早计划、早安排；加强网点标准化服务建设，提升品牌形象；由公司质量考评小组、外聘第三方的神秘人和部门通过定期对各网点文明服务进行现场检查评价和各网点录像调阅抽查，发现问题及时沟通，及时改进。同时通过网点负责人对网点工作人员评定和网点工作人员自评，不断弥补工作薄弱环节。

**强化客服系统，线上线下并重** 根据额度拍卖业务总体布局，额度拍卖管理中心下设400额度专线。2019年客服中心电话接通率高达99.61%，来电客户满意率达到了98.82%，电话外呼的增加提升了客户体验，增加了客户对于公司品牌的信任度，赢得了客户的高度认可。随着线上客户咨询越来越多，额度拍卖管理中心组建了APP在线客服团队，完成在线咨询、答疑和指导新客户使用。2019年团队成立以来，APP客服接待人数迅速增长。2019年全年公司共计安排呼叫中心现场业务培训高达63次，培训客服人员635人次。除了现场指导外，还通过微信实时对客服咨询业务进行支撑，已基本做到全年7x24小时接听客服来电、微信。



**切中客户需求，提升服务质量** 针对部分客户在竞拍成功后有分期付款的需求，根据公司的业务战略安排，主动对接多家银行，为客户提供付款前后的分期服务，为客户的资金使用带来更大的灵活性；为了缓解客户排队等候的问题，与公司技术部门共同研发了客户预约登记系统，需要上门办理相关业务的额度拍卖客户分时段分批次到线下网点，有效减少了客户的无效等候时间，提高了效率；根据市交通委的统一部署，确保额度拍卖项目稳妥有序，制定了拍卖应急预案，每年进行实战演练实施，所有集体人员参加，在人员疏散、消防安全、硬件网络等方面做好防护，采取各种应对措施，切实保障了额度拍卖的顺利进行。

上海国拍额度拍卖管理中心团队用高度的热忱和高度的责任感，爱岗敬业，树立了国拍窗口服务的典范。

## 中饮巴比食品股份有限公司上海生产中心 打造全透明化管理 丰富百姓健康生活

中饮巴比食品股份有限公司旗下核心品牌“巴比”，专注于民生息息相关的早餐连锁经营，中式面点研发制造，坚持“工业化生产、全冷链配送、线上线下全渠道销售、团体供餐为一体”的商业模式。上海生产中心是公司核心的供应链体系之一，全力以赴满足全国 2656 家门店产品的生产、配送，助力公司营业额逐年稳步递增。



**保障民生，坚守食品安全，打造“全透明化”管理，营造百姓健康生活** 上海生产中心以上海为驻点，分别在广州、天津建成现代化的全透明中式面点生产工厂，并形成比较成熟的、可复制的品牌连锁管理体系、中式面点工业化生产管理体系，通过可视化全天候生产流程监控与严格的营运操作标准，打造“全透明化”管理，确保食品从田间到门店、从门店到餐桌的安全放心，丰富百姓健康生活。

**通过各类认证审核，为公司合规合法运营提供保障** 由上海生产中心主导，公司通过中国质量认证中心审核 (CQC)，获得 GB/T 22000-2006 (ISO 22000:2005, IDT)《食品安全管理体系 食品链中各类组织的要求》、GB/T 27341-2009《危害分析与关键控制点 (HACCP) 体系食品生产企业通用要求》、GB/T 27302-2008《食品安全管理体系 速冻方便食品生产企业要求》认证证书，同时通过上海海关松江进出口检验检疫局审核验证，取得出口食品备案企业证书。上海生产中心每年参加公司举行的法律知识培训，强化员工的遵法守法意识。



**追求卓越：匠心铸品牌，良心铸品质** 一是坚持自动化生产推进。为满足市场需求，注重自主创新和研发，从产品门类和技术先进性上引导潮流，而且引进了国内最长自动化程度最高的流水生产线，一出四馒头机、全自动水饺机、日本引进的米饭生产线、自主知识产权的青菜自动清洗线等国际国内先进设备，生产适合各种

客户需要的产品，始终引领中国早餐行业的发展和 innovation。二是精益改善全面推进。上海生产中心自 2017 年开始引进精益生产管理，从期初的精益理论、概念引入，到逐步开展实际运用。上海生产中心每年可完成精益改善提案 1000 多条，每年可为公司节约成本近 500 多万元。因精益改善持续有效推动，自 2017 年起，每年生产时效同比增长达 10% 以上。

**在各地开发原材料采购基地，带动了当地农业经济的发展** 为了追求精益的产品品质，上海生产中心从 2015 年至今，先后联动采购部门开发了上海、江苏、浙江、河南、山东、湖南、四川、广东、黑龙江、云南、安徽、湖北等全国 12 个省市的生猪、蔬菜、小麦等生产基地的对接，与当地农户建立了可靠、稳定的合作模式，实现了种植、生产、销售一条龙服务，有效解决了农产品的销售问题，分别以“公司+合作社”和“公司+合作社+农户”作为合作模式，采购部门将需要的生鲜数量以订单方式交给合作社或农户，由合作社或农户照单种植，公司采购部门按约收购。这样既有效减少了农民种植、养殖的盲目性，也解决了农副产品的销售问题。农民从农副产品的市场销售中解放出来，只管生产就行，



同时也有利于减少流通环节，提高了农民种植、养殖的积极性，带动了农村种植、养殖业的发展，更能有效提高农民的收入。2018 年底，公司被国家发改委、农业部授予“农业产业化国家重点龙头企业”“全国主食加工示范企业”。

**重视公益事业之时，全面履行企业应有的社会责任** 主动承担社会责任与义务，把履行社会责任的要求融入公司运营全过程，尤其是生产体系。通过建立和运行质量管理体系、职业安全健康管理体系、环境管理体系，在制度、资源和人员上保障公司经营活动，满足安全、高效、绿色、和谐的要求，做到了诚实守信、安全生产，保护了劳动者的合法权益，保护了环境、节约了资源，确保企业全面、全员、全过程履行社会责任。同时具有很强的社会责任感，致富思源，积极参与社会公益事业，竭诚回馈社会。

## 跨越世纪的经典与时尚



创始于1848年的民族品牌老凤祥，集研发、设计、生产与销售于一体，拥有多家专业厂、研究所和遍布全国各地的3900多家销售网点，具有完整的产业链、多元化的产品线。老凤祥旗下的黄金、白银、铂金、钻石、白玉、翡翠、珍珠、金镶玉、有色宝石、珐琅、红珊瑚等多品类首饰以及K金眼镜、钟表、工艺旅游纪念品等声名远扬。2019年，老凤祥完成496.29亿元的营业收入和24.93亿元的利润总额，持续保持健康、高速、高质量的发展态势，是中国珠宝首饰业在历史底蕴、规模渠道和品牌价值等各方面领先的企业之一。

在国内取得高速发展的同时，老凤祥在行业内率先走出国门，先后在海外和中国香港地区开设20家银楼专卖店，为国际化、全球化发展奠定了基础。老凤祥品牌多次入围上海百强企业榜、《财富》“中国500强”、“全球规模最大的100家奢侈品公司”，并连续十多年位列“中国500最具价值品牌”榜单。2019年老凤祥作为唯一入选人民日报社发布的“中国品牌发展指数”的首饰企业，还荣获“上海市知识产权创新奖”、“上海市企业社会责任品牌贡献奖”。2020年老凤祥品牌价值已达343.29亿元。

多年来，老凤祥企业的社会责任感广受好评：与云南省普洱市对接扶贫工作，与其下属16个村寨签署了对口扶贫协议；与崇明县港沿镇齐成村、跃马村成为结对帮扶关系；为新疆特克斯县教育系统捐赠饮水设备；公司党委常年参加田林街道的各项社区自治、志愿者服务、关爱老人活动，还在每年的预备役征兵工作中给予了大力支持等。企业管理制度健全，对废弃物管理、废水排放控制程序等做了规定，环保管理体系规范。

2020年初，新型疫情爆发，牵动着亿万人民的心。在武汉防控战疫的关键时刻，公司党政领导班子高度重视和关切湖北和武汉疫情的防控状况和实际需求，决定由老凤祥首饰（武汉）有限公司向疫情最严重的武汉地区，捐赠人民币300万元，代表老凤祥全体员工，支援武汉地区的抗疫斗争。由上海老凤祥名师设计中心原创设计的“天使之翼”纪念胸针，为2020年驰援湖北参加抗疫工作的上海医护英雄们度身定制，材质为18K白金镶嵌钻石，采用老凤祥金银细工制作技艺、国际先进微镶工艺，再结合3D成型和高端黄金配比技术，精心铸造、限量编号发行1650件，并已注册专利。其中1649件编号后全部赠予上海援鄂的医

护天使们，0000号由上海市历史博物馆、上海革命历史博物馆永久纪念珍藏。这枚闪闪亮的“天使之翼”，不仅仅是一枚胸针，而且传达了这个时代的人物之美、心灵之美，弘扬了社会正能量，也体现了百年名企老凤祥强烈的社会责任感。疫情发生后，在老

凤祥股份有限公司的指导和支持下，老凤祥武汉公司也开展了大量防控和服务工作；老凤祥各地的党员干部都奋战在工作的第一线，青年志愿者到浦东机场、长途车站等防疫一线辛勤工作，公司领导走访各地门店、关心职工的工作和生活，为市



场复苏打下良好基础，体现了民族品牌企业的慈善之心、感恩之心和社会责任担当。面对2020年突如其来的疫情，老凤祥再一次以实际行动诠释“敢想、敢做、敢突破”的企业精神。在疫情初期，公司认真研究疫情过后行业的发展趋势、市场特点，提前筹划；疫情刚刚稳定，业务团队就奔走全国市场，实地评估疫情影响、调研市场恢复方案；随着疫情逐步好转，改变以往全国统一订货会的模式，化整为零，组织10余场区域订货会，最大限度地把受疫情影响的工作进度抢回来，坚持全年经济指标及发展任务不放松。

“没有奇迹、全靠努力”，这是老凤祥人挂在嘴边的一句话。就是凭着这股劲头，营业收入和利润基本保持稳定。老凤祥人牢记使命、勇挑重担，以开展国企综合改革“双百行动”为契机，继续保持持续高质量的发展，努力将老凤祥发展为销售超千亿的国际化、全球化的世界知名品牌。



上海清真洪长兴餐饮食品有限公司

## 名扬百年的海派清真餐饮

“洪长兴”由著名京剧表演艺术家马连良的伯父马春桥先生于1891年在上海创办，原址在连云路6号。1996年，因延安东路高架道路建设而搬迁至广西北路288号10楼经营，营业面积为950平方米，整个大厅可同时容纳500人用餐，并拥有3个豪华包房和8个休闲包房，主要经营品种为海派清真菜系、涮羊肉系列、少数民族风味菜系、穆斯林特色菜系等。洪长兴至今仍然沿用着传统的紫铜涮锅（被上海档案馆内保存），成为海派清真餐饮的一大特色。

**“洪长兴”清真餐馆的由来** 1891年，马家京戏班子来到上海演出，因戏班子里回族演员居多，而当时上海滩还没有清真饭馆，故无法解决演员的伙食问题。于是，马连良的伯父马春桥便在连云路（原名吕宋路）租了一间街面房子，办起了马家班伙房，主要供演员用餐，同时也为一些来沪经商的商人提供清真伙食。从此，上海诞生了有史以来的第一家清真饭馆。马春桥在上海经营了几年后，逐渐熟悉了上海人的生活习惯，他发觉上海冬季天气阴冷，便把北京的涮羊肉引进上海，结果大获成功，涮羊肉因此也成为上海人的冬令佳肴，并成为上海清真餐饮的看家菜。1918年，马春桥将已经初具规模的“马家班伙房”送给了一位在上海经商多年的回族朋友洪海泉。当洪海泉为更改店名煞费苦心时，他的儿子出生了，取名“长兴”。他灵机一动，便将店名改为“洪长兴羊肉馆”，以此寄托对儿子兴旺发达的希望和对餐馆长盛不衰的期盼。



由于洪海泉经营有方，到上海解放时，“洪长兴”已成为上海滩著名的清真餐馆了。

**“洪长兴”品牌的发展** 1988年，洪长兴决定夏季照常供应涮羊肉。上海清真行业历来有“三季靠一冬”的不成文规矩，意即开春以后，天气逐

渐转暖，吃涮羊肉的人寥寥无几，销量下降，所以只能靠冬季的涮羊肉赚钱来弥补其他三季的不足。洪长兴经营理念的创新带来了生意火暴的景象，店堂内座无虚席，顾客们吃得汗流浹背还连连呼“爽”。可以说，上海夏天供应火锅为洪长兴所首创。

1991年3月，洪长兴向银行贷款300万元进行重新装修。当年10月25日是洪长兴建店100周年暨装修复业的庆典，在延安东路连云路口的原址上，矗立起一座辉煌的伊斯兰城堡式的建筑，店堂内布置焕然一新。崭新的店容店貌以其浓郁的穆斯林风格，吸引了大批顾客，其中不乏海内外高端贵宾。至1995年，洪长兴营业额达到1987年的13倍，创造了上海清真餐饮史上的奇迹，一举成为上海清真行业的龙头企业。

1996年，正当洪长兴的发展如日

中天之际，接到了要求洪长兴拆迁让位于延安东路高架道路建设的通知。8月8日，洪长兴壮别了发祥地，成为沿线第一家搬迁的拆迁单位。1997年9月，洪长兴登上了位于南京东路、广西北路口的宝大祥商厦10楼，开始了第二次创业的历程：将品牌产品涮羊肉单一品种改成普通型、精制型、肥羊型、手工热气型涮羊肉，并新增肥牛肉涮，使之成为系列产品；在保持传统菜肴的基础上，推出了一批具有海派清真风格的新菜；引进了西北、西南少数民族及阿拉伯国家的特色风味，给人以耳目一新的感觉。1999年，洪长兴组建了清真食品公司，开发清真休闲食品、牛骨髓粉、月饼糕点、速冻产品、调味品等系列产品，前景看好。2005年，洪长兴相继开发顶级肥羊肉卷、精品羊肉卷、雪花眼牛肉片等涮锅系列产品，顾客点击率明显超过以往老品种。2008年12月，洪长兴云南路店隆重开业，无论是豪华程度和规模都超过了南京路店，顾客盈门。

洪长兴相继被授予“中华老字号”、“中华餐饮名店”、“上海餐饮业著名传统品牌企业”、“上海著名传统餐饮品牌企业”、“中国清真餐饮业优秀企业”等荣誉称号，曾荣获“全国烹饪技术比赛（清真赛）团体赛金牌”，葱油饼、盐水鸭、肴牛肉等被认定为“中华名小吃”……洪长兴在可持续发展的道路上不断迈出坚实的步伐。



# 强根固本，树立餐饮保障和后勤服务的一流标杆

上海才众餐饮投资管理有限公司成立于 2005 年，注册资本 2100 万元，专业从事政府机关、医院、高校、国企的食堂托管和营运。目前员工逾 3200 人，承包和托管餐饮项目总数达到 226 家，每天可为 15 万人提供餐饮保障和后勤服务。公司董事长兰云科先生是行武出身，他退役创业后，忠实履行“服从命令，听党指挥”宗旨，对企业践行“军事化训练、信息化管理、公益化经营、实业化发展”的发展思路，把“忠



诚、孝顺、担当、感恩、奋斗”的价值观植根员工心田，致力于打造和

传承企业文化，提升和培训员工能力素质，推进经常性运营和管理。公司现已通过质量管理体系（ISO9001:2015）认证、危害分析与关键控制点（HACCP）体系认证、职业健康安全管理体系（OHSMS18001）认证、环境健康管理体系（ISO14001）认证、食品安全管理体系（ISO22000）认证，先后被评为“上海市爱国拥军模范单位”、“中国食品安全体系建设示范单位”、“中国 AAA 级重质量守信用企业”、“全国诚信经营十佳示范单位”、“中国餐饮行业百强优秀企业”、“中国餐饮业最具影响力十大品牌”。

**以退伍和转业军人作为管理核心** 公司中层以上管理者大多来自上海武警部队退伍和转业军人，团队凝聚力、执行力、战斗力强，能够保质保量完成各项任务。同时有强大的后备人才梯队，每年从武警部队退役军人中招聘人才加盟。

**用诚信服务赢得客户** 公司一直把



政府、医院、高校、国企作为主要客户群体，提供差异化的服务需求。目前在上海地区政府板块市场占有率排名第二，医院板块客户占有率在上海地区排名第一，高校板块客户和国企市场占有率排名也在不断攀升。

**树立一流企业的标杆** 经中国商业联合会批准，公司为牵头立项、主笔起草制定了《团体膳食经营管理规范》（国家标准）和《医院厨房管理规范》（团体标准）并带头先行先试，成为首批上海地区绿色餐厅示范单位、“6T”管理示范单位，其放心食堂达标率为 100%，提前实现了全覆盖。

**强根固本，发展实业** 公司有自己的食材生产基地，在食品安全有保障的同时，还为客户带来实实在在的实惠，蔬菜价格比市场便宜 10-15% 以上，荤菜比市场便宜 5-8% 以上；构建了自己的中央厨房、菜品研发中心、食材配送中心；把人才作为推动团队发展的根本，组建了军地两用人才培训基地，每年招聘退伍老兵 200 多名加入公司，稳固了人才后备梯队；还与上实物业管理（上海）有限公司、华润（集团）有限公司等国企建立战略合作，把规模化、国际化发展的道路越走越宽。

**参与扶贫，落到实处** 公司积极响应“精准扶贫”号召，把扶贫当事业齐抓共管。兰云科董事长先后 10 余次亲自带队赴云南、江西等边远省市进行农副产品扶贫采购，为近 900 个特困家

庭解决了的就业难题，通过公司的培训，有的人已经成为公司的技术骨干和管理层，彻底摆脱了贫困；公司员工连续 10 年走进革命老区，深入山区走村串户，为贫困家庭和孤寡老人及失学儿童送款送物，已捐赠衣物、棉被近 6 万余件，累计捐款捐物近 600 万元，支持老区造桥修路资金逾 400 余万元；公司还专门成立了“兰云科奖学金”，对考进重点大学的贫困学生每人奖励 10000 元，考进普通高校的贫困学生每人奖励 5000 元，解决困难家庭学生考进大学却无钱读书的后顾之忧，帮助他们完成学业。



**参与抗疫，风雨同心** 今年新冠肺炎疫情突发之后，公司迅速派出以退役军人为主的志愿者服务队赴武汉金银潭医院（后转火神山医院），24 小时全天候为中国海军军医大学医疗队 300 多名官兵提供伙食保障，历时 75 天，坚持到最后一批撤离。公司还通过上海市、徐汇区两级退役军人事务局和双拥基金会，为武汉捐款 20 万元人民币和一批紧缺的防疫物资。中央电视台新闻频道黄金时间对才众公司的志愿服务义举进行了近 5 分钟的直播报道，《解放军报》《解放日报》等多家媒体相继作了转载。

当前，才众公司努力打造集食材种植、建材研发、物流配送、环保节能于一体的产业链，一个融信息化、智能化、品牌化、集团化的企业正在不断成长壮大。

## 强强联手塑造品牌共赢

环球互通品牌服务有限公司是一家为企业提供中介交易、确权代理、维权服务、授权管理、价值评估、规划设计、品牌推广和投资等服务的品牌全产业链专业服务提供商，致力于打造规模化、专业化、市场化和国际化的新型品牌服务体系。借助合作单位多年耕耘品牌研究、品牌运营、品牌国际交流和专业品牌服务的优势，整合品牌资源，形成全产业链服务的能力。



2019年12月21日，公司举办环球品牌发布会，宣布“标星球”平台正式上线及环球品牌（上海）产业集聚区成立，引发社会各界广泛关注。公司自主研发的“标星球”定位为创新型的“互联网+”一站式品牌服务平台，目前已上线16项标准化产品，包括品牌数据应用、品牌授权、品牌交易、品牌托管、品牌查询、商标注册、商标服务、专利服务、版权服务、品牌监测、品牌规划、品牌培训、项目申报、品牌维权、品牌评估和品牌产业园，其中仅商标服务已上线25项标准产品、专利服务上线8项标准化产品，平台可提供超50万件的商标流转量，近20万件为一手商标，全方位满足各类企业的品牌服务需求。

公司运营推广的“品牌全产业链服务平台”项目获得上海市文创项目财政扶持资金重点支持。同时，公司正在申报世界知识产权组织技术与创新支持中心（TISC），致力建设权威性品牌数据中心。公司作为上海品牌园



区推选活动企业的唯一协办单位，创新提供“五个一”品牌服务，即：一套品牌管理制度、一套品牌培训体系、一个品牌数据库、一个品牌服务系统、一个品牌信息发布平台，有效提升各级机构组织的品牌服务能力。此外，平台还与各级机构组织合作，为其搭建定制化的品牌数据库及品牌服务系统，专业解决机构内各类品牌问题。

公司以平台运行为核心、业务网络建设为纽带、线上线下联动为抓手，构建平台运营体系。短短一年内已签约完成115家园区，覆盖上海13个区县，下辖企业数达6384家，并达成与上海市商业联合会、上海市工业经济联合会及上海现代服务业联合会等三大核心行业协会的合作，在各渠道组织内完成了近30场品牌培训。平台搭建起与晨光科力普、上海市企业服务云、中昱健康产业链等电商平台战略推广渠道，吸纳31家全国性优质供应商成为平台合作伙伴，并邀请近百位品牌专家成立环球品牌研究院，开展专业课题研究，集中提供品牌整体解决方案。

公司正与海内外知名IP展开全面合作计划，包括为日本世嘉公司推广AR游戏体验中心JOYPOLIS，首期旗舰店计划于2021年在上海落成，后续逐步推广至全国。公司已与大英博

物馆达成战略合作，将为其进行品牌联名服务的文创项目推广。平台还与奥特曼、初音未来、白色恋人、卡帝乐鳄鱼、凯普狄诺、王品牛排、F1等制造业、服务业、影视动漫、文化体育4大类共计150余个知名IP陆续签订合作协议，并推出了品牌联盟方案，为各类企业提供个性化授权服务内容。

公司致力于多个IP运营模式的创新融合。2020年8月，公司在福州市相关政府大力支持下，整体策划的特色夜市正式亮相，结合当地文化特色，统一规划布局，打造出三大主题鲜明的特色IP化集市。福州晚报在头版头条刊登了相关内容，表明社会各界对此运营模式的认可。为了配合平台的全面推广和落地，公司在2020年积极主办、承办、协办了多场大型品牌类活动，其中借助“五五购物节”和“中国品牌日”契机，在上海市商业联合会、上海市广告协会的支持下，邀请恒源祥、立邦、南极人、晨光、蟹家大院等上海知名老字号与新锐网红品牌打造了数十辆主题巴士，在五一黄金周期间环绕上海核心地段进行了8天品牌巡展，引发巨大的社会反响。

公司将持续推进现有业务，打磨并增加符合市场所需的品牌服务，与上海各大行业协会进一步加强合作，在品牌服务上贡献绵薄之力。同时，公司还将积极开拓海外市场，与欧美、



亚太等地区的企业及组织沟通协作，持续拓展符合市场所需的品牌服务产品，为政府、组织和企业提供更多助益，共同展开一场品牌共赢的“环球”之旅。

# 牢记打造优质三餐食品供应商的企业使命

上海山林食品有限公司是源于1949年上海老牌熟食企业。2010年正邦集团正式入主山林，以其雄厚的实力及全产业链运营体系，使山林食品步入快速发展的轨道。

山林食品工厂坐落于上海金山区工业园，占地面积3万多平方米，是上海规模较大、设备较先进、较有影响力的餐桌食品专业公司之一。目前拥有4条现代化生产线，产品涵盖100余个品种，年产能达1.2万吨，年产值达5亿元。现有直营终端专卖店500余家，同时有现代商超、便利、旅游、团膳、批发等渠道覆盖的终端网点5000余家。通过数十年的发展，山林食品已遍布全市，深受市民的喜爱。

山林食品拥有一支业内一流的研发团队及专家级的食品顾问团，经历数十年对中华美食及秘制工艺的潜心研究，已推出众多深受上海家庭喜爱的餐桌美食。如今，山林食品研发团队更是不断求索、博众家之长，将海派美食和海派美食文化完美融合，为更多的家庭呈现更多高品质的餐桌美食。山林大红品牌的经典美味产品有六大产品系列50多款热销产品，包括西式肉制品、禽肉、猪肉、牛肉、素食和气调等系列，尤以山林大红肠、山林咸鸡、山林鸭肫、山林凤鹅、山林肘花最为知名。近两年，山林研发团队还勇于颠覆自己，升级经典的“山林大红肠”为“山林大块肉红肠”，得到了上海吃货的热情抢购和广泛好评；网红爆款“柠檬凤爪”更是做到了行业标杆水准，在熟食行业销量单品排



行中位列前茅。这背后除了产品研发人员的市场嗅觉和专业技能，更是山林创新文化和价值分享的体现。

除了熟食产品，山林还拓展了食品行业供应链。2014年，兄弟公司正味坊（上海）食品有限公司成立，全面承接正邦集团肉制品深加工业务版块的发展，主要从事猪肉调理品及酱卤熟食的研发、生产及销售，服务于以上海为核心的华东区域大中型连锁餐饮企业以及团膳客户，并积极探索新零售、商超便利、电商、电视购物、团购、流通等渠道，目前已实现全渠道布局。旗下的

正味佳品牌的半成品美味产品有黑椒猪排、黄金猪排、经典酥肉、藤椒酥肉、手切小酥肉、红烧大排、排骨块、五花肉、猪蹄块、德式咸猪手、椒盐排条、家乡肉圆等。还通过为小南国、新雅、沙县小吃、吉祥馄饨、小杨生煎、大娘水饺、巴比馒头、盒马鲜生、叮咚买菜、每日生鲜、锅圈等知名餐饮零售品牌提供安全、优质、稳定的食材保证，间接服务了数以亿计的用户。

山林食品传承70载经典美食，以安全优质的产品品质、快速响应的冷链物流、多层次的餐桌食品搭配，满

足消费者日益提高的餐桌美食需求，从而确保公司盈利能力的稳定提升。山林食品以食品安全为第一诉求，依托正邦集团全产业链实现源头控制，建有仓储运输管理体系、供应商评估管理体系等全套严格而完善的品质控制管理体系。

山林食品能走过70多年的风雨历程，历久弥新，是把海派美食的兼容并蓄融合到了企业文化中。企业拥有老中青三代的管理核心和运营团队，始终秉承顾客优先的理念，不断改进产品和服务；牢记打造优质三餐食品供应商的企业使命，专注为消费者提供安全、美味、便捷的食品；充分发挥雄厚的产品研发力、国际一流生产环境、独创双温制门店、全过程高品质管理、强势品牌支撑的核心优势，为直营店、加盟店提供完善的品牌及宣传支持、及时的服务平台、完善的培训体系、贴心的营销指导服务和专业的客户服务系统。

今年以来，虽然受到疫情的影响，但山林食品逆势成长，取得业绩的高速增长，还获得了“2020年抗击新冠疫情、保障城市生活、提振上海市场

特别贡献奖先进集体”荣誉称号。展望未来，山林食品还将寻找更多的上下游合作伙伴，与更多的企业和个人开展招商加盟、产品供应、品牌推广、活动营销等

全方位的合作，为广大消费者提供更多的价值与服务。也希望有更多有理想、有文化、有技术、有能力的年轻人加入山林食品的团队，一起创造更辉煌的明天。





# 上海市商业联合会开发《商铺作业》、《食品安全管控》专项职业能力课程项目推介

为提升行业员工的职业技能素质，带动全社会技能劳动者队伍整体素质提高，全面提升上海商贸业的核心竞争力，上海市商业联合会积极开发符合上海商贸业发展方向和企业需求的培训项目，促进行业企业的教育和培训工作向深层次发展。现已开发《商铺作业》、《食品安全管控》专项职业能力课程，由上海商联会职业技能鉴定所组织鉴定考核。

**◎培训目标** 1、《商铺作业》：使学员具有商业职业道德，了解商铺销售基础知识，掌握商品推介、商品信息收集、商品检验、商品变价业务环节。了解消费者权益保护法和商业企业相关法律法规。应用消费心理学知识接待顾客,做到规范服务。

2、《食品安全管控》：使学生具有行业职业道德，熟悉食品验收、食品加工等基础知识，掌握食品贮存、食品质量管控等业务环节。了解食品安全等相关政策、制度和法规，以确保消费者的合法权益，提高企业经济效益和社会效益。

**◎培训对象** 1、《商铺作业》：缴纳上海市社保的上海商贸业一线销售人员。

2、《食品安全管控》：缴纳上海市社保的上海食品加工、食品销售和食品烹饪类企业一线从业人员。

**◎培训课时** 培训总课时为80课时，其中课堂授课24课时，在岗实训56课时。

**◎培训内容**

《商铺作业》	《食品安全管控》
<p><b>(一) 销售服务</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、 商铺特性</li> <li>2、 创造固定顾客的方法</li> <li>3、 商品展示和演示的方法</li> <li>4、 销售服务要点</li> <li>5、 商品检查和验收的方法</li> <li>6、 商品保管养护方法</li> <li>7、 商品信息收集和发送技巧</li> </ol> <p><b>(二) 顾客接待</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、 如何把控等待顾客的时机</li> <li>2、 有效劝说顾客的技巧</li> <li>3、 接待异议顾客步骤和技巧</li> <li>4、 顾客投诉接待原则和方法</li> <li>5、 顾客投诉处理程序</li> </ol> <p><b>(三) 发票使用和突发事件应对</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、 发票使用和保管</li> <li>2、 税务常识</li> <li>3、 商铺停电和人身意外处理方法</li> <li>4、 可疑物处理方法</li> <li>5、 商业相关法规</li> </ol>	<p><b>(一) 食品安全贮存</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、 不同食品的贮存方法</li> <li>2、 分类贮饮食品的要求</li> <li>3、 避免贮存不当引起的食品变质</li> <li>4、 食品添加剂的贮存要求</li> <li>5、 妥善处理废弃食品</li> </ol> <p><b>(二) 食品安全加工</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、 食品有害物和污染物的基础知识</li> <li>2、 防止原料加工过程中的交叉污染</li> <li>3、 避免操作不当引起的食品变质</li> <li>4、 食品添加剂的使用要求</li> <li>5、 食品中致病微生物杀灭方法</li> <li>6、 生食加工要求和禁止经营品种</li> <li>7、 防止生食水产品的污染和变质</li> </ol> <p><b>(三) 食品从业人员、场所及设施的清洁和卫生</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、 检查和报告个人健康状况</li> <li>2、 正确穿戴工作服</li> <li>3、 餐具清洗消毒的要求及方法</li> <li>4、 场所、设施和设备清洁要求</li> <li>5、 常见的虫害及生存条件</li> <li>6、 清除虫害的藏身地点</li> </ol> <p><b>(四) 掌握食品安全法规</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、 食品安全法及实施条例</li> <li>2、 刑法中的相关条文</li> <li>3、 餐饮服务食品安全操作规范</li> <li>4、 关于依法严惩“地沟油”犯罪活动的通知</li> <li>5、 上海市生食水产品卫生管理办法</li> <li>6、 食品添加剂使用卫生标准</li> </ol>

**◎颁发证书** 学员经上海市商业联合会职业技能鉴定所鉴定合格后，颁发上海市人力资源和社会保障局《商铺作业》《餐饮食品安全管控》专项能力证书。

**◎培训费用** 0元付费，100%政府补贴（由企业实施员工实训能力带教管理，可获取带教补贴）。

**◎培训机构** 上海市黄浦商业人才培训中心、上海物流职业技能培训学校。

**◎联系方式** 联系人：**胡雅萍 62182265**



# 进口冷链食品一席谈

进口冷链食品的管理正成为大家关心的热点问题。进口冷链食品怎样吃才更放心？接触冷链进口食品后该如何消毒？冷链食品从业人员应该如何做好防护？

## ● 近期为何多地进口冷链食品外包装检出新冠病毒阳性？

一方面，因为目前国外许多国家正处于新冠疫情爆发期，各种物体的表面、包括食品及其外包装都有可能被新冠病毒污染，而新冠病毒在低温下存活时间长，因此进口冷链食品及其外包装就可能成为跨境远距离运输携带新冠病毒的载体。

另外一个方面，各部门、各地按照国务院联防联控机制的工作要求，近期加大了对进口冷链食品及其外包装新冠病毒核酸的检测和抽检，随着检测频次、频率以及覆盖范围的增加，发现阳性的概率也随之增加。



总的来看，发现的阳性率也是比较低的，截至目前全国抽检监测的阳性率是万分之零点四八，而且主要集中在食品的外包装。

## ● 进口冷冻食品还能放心吃吗？

到目前为止，低温冷冻食品相关的新冠病毒污染主要是流通环节引起的传播，并没有发现因为食用这些冷链食品引起的感染。但以下几点还需引起注意：

第一，如果从非正规渠道购买冷链食品，这些食品包装表面一定要做好消毒处理，做好个人的必要防护。



第二，接触这些食品以后，要做好手部的卫生。

第三，处理这些食品时要防止飞溅，避免发生对周边环境的污染。

第四，这些食品处理完毕之后，要对环境、表面做必要的清洁、消毒处理。

第五，在疫情期间，低温冷冻食品最好吃熟食，不吃生食。

## ● 接触冷链进口食品后该如何消毒？

个人接触到这些冷链食品，可以通过消毒来预防可能

存在的接触性传播。首先，要做好手部卫生。接触后马上洗手，洗手有“六步法”，按照“六步法”洗手一般就可以了。如果洗手不放心，可以再加用手部消毒剂，这是最必要的措施之一。



其次，对可能接触到的冷冻食品所用的炊具，如刀、砧板应该及时清洗，在清洗时应该防止飞溅，同时对于刀、砧板可以用加热方法，用开水烫一烫、煮一煮，用60摄氏度的水浸泡一段时间都可以。洗毕晾干后，再喷75%的酒精或者500mg/l、1000mg/l的含氯消毒剂。当然，对于一些案台，也可以考虑用酒精、含氯消毒剂进行擦拭消毒。

再次，对于清洗发生的残渣要及时收集起来，及时送到垃圾收集点。

## ● 冷链食品的从业人员应该如何做好防护？

近期多地出现进口冷链食品搬运工感染新冠病毒的病例，说明特定工种的人群在特定环境条件下，如果防护不到位，则有可能因频繁接触被新冠病毒污染的冷链物品而感染新冠病毒。因此，为切实做好物防、人防等方面工作，国务院联防联控机制专门印发了《冷链食品生产经营新冠病毒防控技术指南》，对食品冷链从业人员在各个环节，包括装卸、生产、加工、运输、销售、餐饮等各个环节如何做好新冠病毒防控，都提出了具体要求。



要求食品冷链从业人员加强日常防护，加强健康监测，加强核酸的主动筛查。比如针对反复接触进口冷链食品的装卸搬运工等高风险人群，在上岗前一定要佩戴好工作衣帽，戴好一次性医用口罩、手套，而且必要的时候还要戴防护目镜和面屏，在整个搬运过程中要防止皮肤直接接触冷链物品表面，搬运结束后立刻洗手消毒。在没有脱掉工作服和洗手消毒之前切忌触摸口、眼、鼻，还要对从业人员加强定期的核酸筛查。

# 品尝大闸蟹的学问



秋风起，蟹脚痒。每年到了吃大闸蟹的季节，与此有关的各式各样说法便一五一十地开始盛行。现在不妨挑选一些罗列如下加以评说。

## 说法 1：大闸蟹不适合痛风和尿酸高的人食用

这种说法基本正确。大闸蟹尿酸含量较高，蟹黄之类的含量更高，患有痛风或尿酸高的人对于大闸蟹不至于一口都不能品味，但肯定不能贪吃。

## 说法 2：大闸蟹“寒凉”，不适合孕妇食用

这种说法不一定正确。所谓“寒凉”并不是孕妇不能吃的理由。问题在于两方面：一是孕妇是否此前就对食用大闸蟹消化不良，吃了容易产生不适；二是大闸蟹是否鲜活、烹调是否适当，如果大闸蟹不鲜活或烹调不当，则容易带有病菌。故对此孕妇要格外小心，如果以上两方面问题都没有的话，那么孕妇吃上一只大闸蟹解馋是完全没问题的。



## 说法 3：大闸蟹不适合消化系统疾病患者食用

这种说法有一定道理。日常蛋白质消化不良、胃酸不足、容易腹泻、容易胀气的人以及过敏状态的人，食

用大闸蟹是要小心的。患有胃炎、肠炎、消化道溃疡、肝胆疾病的人也应当小心，不可贪吃。

## 说法 4：吃大闸蟹不能喝啤酒也不能喝茶而适合喝黄酒或白酒

这种说法有一定道理。但要看看是什么人，如果有痛风或尿酸高的人，什么酒都应当避免喝。此外，甜饮料会促进内源性尿酸增加，所以喝甜饮料也不妥当。对消化吸收功能差的人，配绿茶也要小心，因为茶多酚有降低消化酶活性的作用。如果身体很好、消化很好的人，那么吃大闸蟹配茶或酒，都不会造成麻烦，但记住不要过多饮用。黄酒去腥味，更适合配合吃大闸蟹，但也不能过多饮用，比如 1 两左右黄酒已经足以佐餐，没有超过膳食指南中的酒精限量。姜和醋既可以去腥，又能促进消化液分泌，也有一定抑制微生物的作用，所以自古以来是吃大闸蟹的绝配。



## 说法 5：大闸蟹不能和水果一起食用

这种说法适用于消化能力差、怕冷、容易腹泻的人，对体质强壮、消化能力强的人则不适用。部分水果（如柿子等）含有较多的单宁和其他多酚类物质，降低消化酶活性，会导致胃酸的作用下降，削弱其活化蛋白酶的作用，降低杀菌能力。到底大闸蟹和水果能不能一起吃，则应当要根据自己的消化能力和体质而定，不能



一概而论。

## 说法 6：不能吃不新鲜的大闸蟹和醉蟹、生蟹

这种说法正确。大闸蟹体内有大量微生物存在，而且污染副溶血性弧菌、霍乱弧菌等细菌的比例很高，甚至会带有多种寄生虫，必须经过有效的加热杀菌处理才能确保食用安全。

## 说法 7：螃蟹必须现烹现吃不能吃隔夜

这种基本正确，但不绝对。大闸蟹富含蛋白质，秋季环境温度还比较高，即便烹调后也极易增殖细菌，所以最好是趁热吃掉。不建议烹调之后放几小时再吃。如果一餐没有吃完，也不必扔掉，但必须及时冷藏，并保证下次彻底加热杀菌后再吃。或者将其做成其他美食，如取其肉，切碎，然后在锅中烧沸水，加入鸡汤，用少量芡粉勾薄芡，再置入大闸蟹肉，最后搅入打散的鸡蛋液搅匀，加入少量盐，撒入胡椒粉、小葱花，就是非常美味的大闸蟹蛋花羹了。用来做成蟹肉炒饭、蟹肉馅包子等充分加热的风味食物也是不错的选择。



## 敢于承担 勇于创新



边伟现任上海置辰智慧建筑集团股份有限公司执行董事、上海和孝养老服务有限公司董事长、上海红湾众创空间管理有限公司董事长。多年来，他坚守“敢于承担，勇于创新”的企业精神，率领团队和员工走过了企业持续、稳步的开拓创新发展的征程。在创造物质财富的同时，努力承担起应有的社会责任，体现出应有的社会价值。

### 智慧建筑，改变城市价值

2004年创立的上海置辰智慧建筑集团股份有限公司，边伟任执行董事。他始终将“对客户负责、对员工关爱、对社会奉献”作为企业的宗旨，



他时时把握市场脉搏，带领大家奋力拼搏，逐步把企业打造成为国家房屋施工总承包的一级企业。同时，企业的实力也不断得到增强，并得到社会的认可。公司在2010年晋升为国家一级总承包企业，拥有装修装饰工程一级资质和市政公用工程、机电安装工程、钢结构工程、建筑智能化工程、通信网络系统集成等多项资质。公司于2015年挂牌

新三板；2011年起至今连续获得上海市文明单位、2013年获上海市诚信创建三星级企业、2017年获上海市诚信创建五星级企业等荣誉称号。边伟强调，公司将按照国家提出的建设“美丽中国—智慧城市”的宏伟目标，立足企业自身优势，积极拓展智慧建筑业务，致力于实现“改变建筑，改变生活”的企业愿景。



### 智慧养老，重塑幸福价值

在2009年创办第一家养老院“长寿家园”的基础上，2014年创建了上海和孝养老服务有限公司，边伟任董事长。和孝养老是一家深耕于养老医护行业的综合性服务连锁机构，

主打机构养老、社区养老和居家养老三级服务相结合的模式；提供医疗照护、精神慰藉、生活照料、文体娱乐等服务；设有全托、日托、上门照护等照护形式。目前已运营养老机构15家、社区服务中心20多家、社区助餐点10多家。



边伟指出，“原来只想建一个养老院，为居家老人能享受有品质的养老服务。后来发现养老需求很大。现在我们在思考运用互联网手段，打造成为一个有温度的优质健康管理服务养老综合平台，让老人能更便捷享受到高品质、高效率为老服务。”自拓展养老行业之后，边伟看到了现阶段我国养老行业的存在许多内在缺陷：首先，所需照顾的老人与机构数量之间的差距很大。尤其是失智失能老人大多由家人或护工照护，往往缺乏相应照护条件和相关护理知识，容易导致老人错失治疗和康复机会；其次，现阶段老人层次发生变化，呈现学历较高、精神和心理护理需求较高、老人本人和子女对护理质量要求较高、失智失能等慢性疾病使生活照料和康复护理的难度较高的“四高”趋势。而护理员队伍则呈现出学历文化较低、专业水平较低、薪酬福利较低、社会评价较低的“四低”现象。护理人员年龄偏大、缺乏专业技能和职业



素养，文化层次和素质不高是客观事实，接收新理念新事物相对较慢，且由于工作辛劳，对参加培训有本能抗拒，学习意识有待不断地教育和引导。于是，边伟心系养老，不远万里寻求良策。他带领团队先后考察了台湾双连安养和长庚养老院、日本礼爱养老和旭川庄养老院以及美国的养老公寓，他结合各地先进养老理念，整合符合国情的养老服务理念。同时，边伟作为一名普陀区政协委员，通过政协平台提交多篇提案，反映养老护理人员现状及需要解决的问题，改善养老行业的现状，并提出举办养老产业沙龙的建议。2017年9月，由区政协牵头，和孝养老主办“加强养老从业人员能力建设”专题沙龙活动，邀请了区政府分管副区长和民政局、人社局等部门领导，共同见证了日本社会福利机构旭川庄与和孝养老服务公司及旗下专业养老技能培训学校签订战略合作协议，引进日本先进的养老理念、师资力量和教材，以提升普陀区乃至上海的养老从业人员服务和管理水平，满足日益增长的养老服务需求。边伟还与及其他政协委员围绕进一步提升养老从业人员能力、引进规范化标准化从业人员教育、形成长效培训机制、提高从业人员薪酬标准以及完善从业人员职业

发展体系等建言献策，积极推动养老事业发展。边伟还提出了大社区养老的概念：推广机构养老、社区养老和居家养老三级服务相结合，以打破机构养老的单一模式。利用社区综合服务中心进入社区，与政府合作，利用自身专业的服务，通过政企合作，为社区内老人提供生活照护、医护、文娱生活等一系列综合服务，并以社区服务中心为依托，辐射周边的社区老人，为高龄老人、非自理老人、空巢老人、残疾老人、优抚老人和低保低收入老人提供日常照料、长者照护、医疗健康和文体活动等服务。2018年4月，李克强总理视察了和孝养老运营的社区机构—邻里汇，并夸赞了这一社区为老服务模式。



边伟带领团队，通过自身努力，在传统养老行业的基础上不断开辟养老新模式。他表示，要打造“没有围墙的敬老院”，用心关怀入住老人、用心培养在职护理员、用心优化行业管理层，一事情接着办，一年接着一年干！

### 智慧人才，汇聚创新价值

“创业星工厂”诞生于2013年，是红湾创业投资（上海）有限公司运营管理创业孵化器的自有品牌。作为公司董事长的边伟认为，星工厂孵化园区的一个重要功能就是培养具有现代创业核心理念的人才。目前公司已拥有星工厂创业园区、银历大厦星工



厂创客社区、创业汇青年示范园、同济（虹口）星工厂、星工厂湾流青创社区、星工厂三林金融众创空间、星工厂光华68&79文化创意产业园等。公司通过搭建“创业星工厂会员服务平台”，对创业会员提供全程服务，开放资源通道，充分利用各方资源，结合创业团队的需求，在所管理的各个创业园区组织了丰富多样的各类创业活动，包括普陀区“创业星”选拔计划、创星创业训练营、创业大赛赛前急训、融资对接会、创业大咖/创友分享会、创客大巴、模拟创业实训等。创业活动吸引了众多园区内外的创业者参加，年活动参加人数达数千人。创业汇园区先后被评定为“区级众创空间”“普陀区职业教育创新实践基地”“创业汇创新创业名师工作室”等。

### 智慧共享，成就个人价值

边伟指出：“大家把自己的能力贡献给别人，通过分享，同时也可以将自己需要的经验和资源交换回来，这样就实现了个人价值的互换。”一种智慧的理念、悄无声息地深入人心，改变了这座城市。而这座城市，因智慧创造更便捷、更美丽，也因为价值共享更温暖、更崇高。





**2020**

**销售真牌真品 保护知识产权**

**AUTHENTIC BRAND GENUINE PRODUCT**

上海市“销售真牌真品，保护知识产权”承诺活动办公室 制  
PROVIDED BY SHANGHAI “AUTHENTIC BRAND , GENUINE PRODUCT” OFFICE