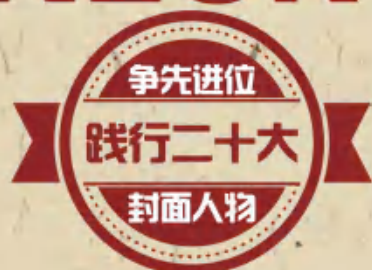


甬商

NINGBO ENTREPRENEUR

东方商帮的智慧与风范



2022年11/12月号
总第173期

吴志光
藏在汽车中的
共富梦

企业文化探寻之旅

优秀的企业背后都藏着一个文化密码
走近它们，感受企业文化实实在在的力量
探寻它们生生不息的奥秘

NINGBO ENTREPRENEUR
2022年11/12月号



孟也

推荐摩根旋转智能面板
挪威系列

吴滨

推荐摩根液晶智能面板
瑞典系列

琚宾

推荐摩根旋转智能遥控器
M56系列

梁志天

推荐摩根智能面板
瑞士系列

梁建国

推荐摩根智能面板
丹麦系列

陈幼坚

推荐摩根智能遥控器
M36系列

关永权

推荐摩根智能灯具
路易斯系列

郑忠

推荐摩根智能面板
芬兰系列

姜峰

推荐摩根旋转智能遥控器
M58系列

黄志达

推荐摩根智能遥控器
M50系列

曾建龙

推荐摩根旋转智能遥控器
M88系列

戴昆

推荐摩根旋转智能面板
米兰系列



孟也大师
推荐



琚宾大师
推荐



梁建国大师
推荐



曾建龙大师
推荐

陈幼坚大师
推荐



姜峰大师
推荐

黄志达大师
推荐



郑忠大师
推荐



梁志天大师
推荐



吴滨大师
推荐



关永权大师
推荐



戴昆大师
推荐

德国摩根智能产品
十二位大师推荐款



城市地标

MFG宁波塔高端服务式办公

高端精装办公室配置 满足10-200人品质办公

未来金融中心 国际三江通世界 比肩国际时尚产业

汇聚国际化高端产业 链接世界级资源

高端商务免费配套 为非凡起点助力

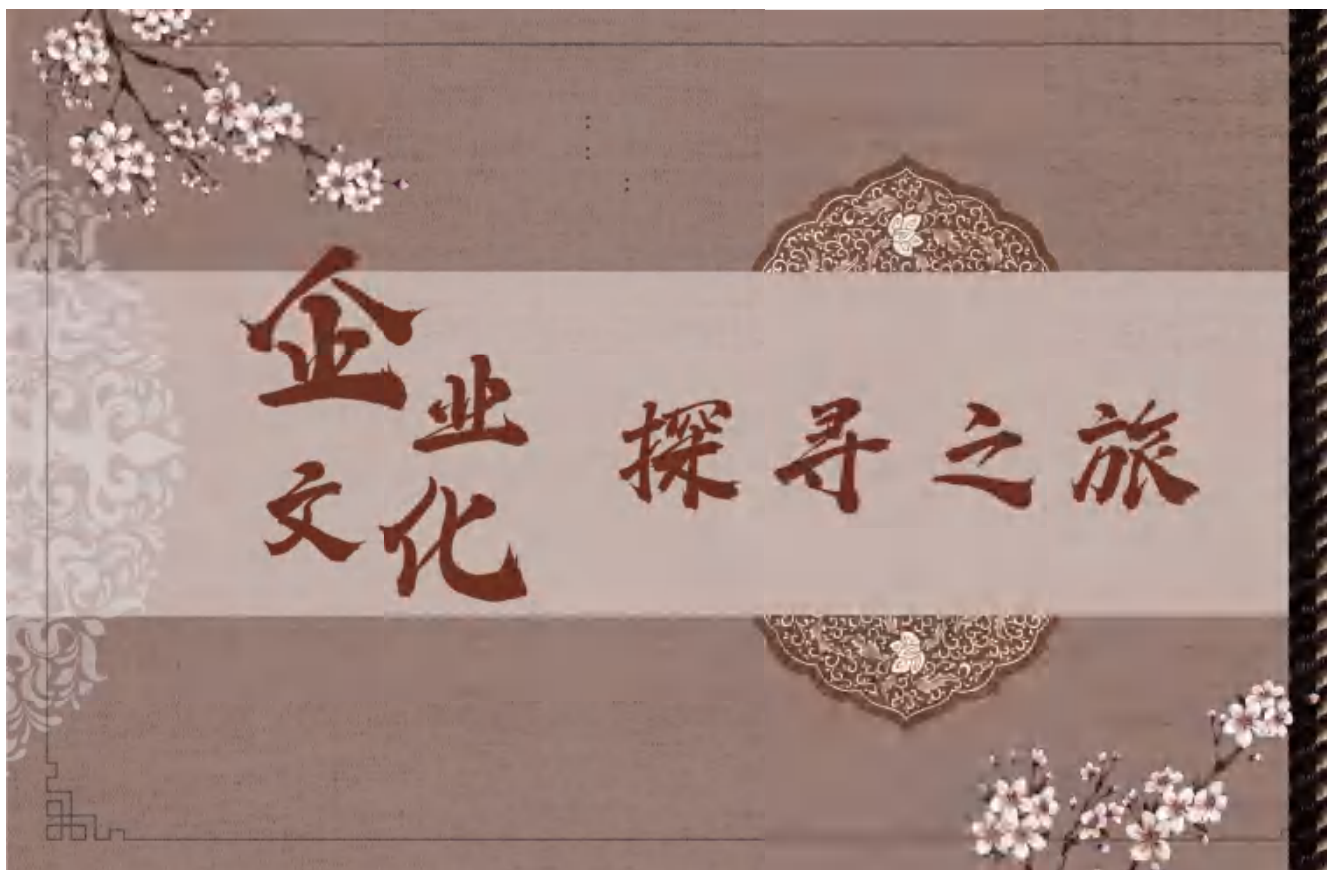
链接全国优质商业生态资源 与世界500强做邻居

咨询电话：138 8064 6416

地址：浙江省宁波市鄞州区铸坊巷34号宁波新世界- MFG宁波塔

网址：www.mfgchn.com





特别策划 SPECIAL PLAN 031

【文化力量】

- 032 中国企业的文化基因
- 036 宁波企业的文化密码

【文化解密】

- 040 党建引领，“青春”正年少
- 042 党建牵引“牛鼻子”
- 044 红色引领 乐心向党

- 046 党建铸就君禾魂
- 048 党建引领 逐水行天下
- 050 党建赋能管理新模式
- 052 党建铸家 碳寻未来
- 054 共同创造的实践与探索
- 056 文化让科技更有温度
- 058 不忘初心，做中国第一时尚品牌
- 060 逐“光”前行
- 062 文化赋能，从文具迈向文创

- 064 商天下，文领航
- 066 求实创新的“物联尖兵”
- 068 以文化聚人聚心聚力
- 070 文化浸润 智造匠心
- 072 质量长征，初心贯始终
- 074 建“心”百分百
- 076 热血铸就军魂心

LECAF & VINI



LECAF & VINI

BEER
COFFEE

专注全球精品咖啡
精品咖啡豆种以及
精酿啤酒。



专业的瑰夏生产商
拥有专业的咖啡团队



加盟，SCA培训，
咖啡技能培训，开店培训
咖啡豆定制，请联系



电话号码：138 1980 0558

地址：宁波市鄞州区江东北路469号（和丰创意广场意庭楼1楼）



◀ 014

在宁波遇见时尚

观摩时尚走秀、体验时尚科技、领略时尚魅力、品味时尚经典，在宁波时尚节都可以实现。

012 卷首语 PREFACE

储吉旺：学禅悟禅悟人生

“禅是佛教文化的重要思想，悟禅让我们明白做人的道理。”

026 思想家 THINKER

宋志平：企业对年轻人才要敢用、早用

李彦宏：反馈驱动创新

陈彩强：创新驱动实干创业

013 视界 HORIZON

016 发现

卡塔尔世界杯的“中国名片”

018 榜单 / 极客 / 企示 / 协会 / 甬阅

022 对话

10 问甬商：吴鸿维

8 问经理人：卢雅丽

078 热点 HOTSPOT

“一米宽百米深” 单项冠军之城的晋级路



REAL | BE MOVED | HAPPINESS

MPLUS KIDS



MPLUS KIDS——一群有着共同爱好，共同理念，共同梦想，执着于艺术美学的人，想赋予家庭影像新的意义，一起成立了MPLUS KIDS家庭亲子影像。我们天马行空，我们执着于艺术创新，真实、感动、幸福是我们赋予影像记录的意义，我们更希望记录下来的不仅仅只是一张照片，而是拍下幸福的样子。我们用影像来呈现爱和幸福的深远意义，这些充满鲜活且真实的情感瞬间与感动瞬间，将是多年以后记忆里的感动长存。超越照片影像本身，用心感受艺术美学，记录那些直达心灵深处的幸福和感动。



BRAND VALUES

USE IMAGES TO SHOW THE PROFOUND SIGNIFICANCE OF LOVE AND HAPPINESS

用影像呈现
爱和幸福
的深远意义

THEY ARE THE TRUE EMBODIMENT OF HAPPINESS EVERY PHOTO RECORDS THE TRUE EXPRESSION OF EMOTION
INTERGRATE LOVE INTO THE IMAGE AND LET THE TOUCH BECOME THE STYLE
LET EACH PHOTO BECOME A HAPPY MEMORY THAT CAN BE PASSED DOWN

BRAND CONCEPT

REAL
BE MOVED
HAPPINESS

真实 感动 幸福

M-PLUS家庭亲子影像

地址：宁波市江北区大庆南路114号 绿地缤纷城6楼

M-PLUS
家庭亲子影像



BRAND CONNOTATION

拒绝平庸

坚持创作与记录真实

我们希望给到客户的照片是一种全新的艺术美学

真实、感动、幸福是我们的核心理念

高定纪实——MPLUS KIDS团队对儿童亲子照片风格的重新定义

FROM EVERY PICTURE
THEY ARE THE TRUE EMBODIMENT OF HAPPINESS EVERY PHOTO RECORDS THE TRUE EXPRESSION OF EMOTION
INTERGRATE LOVE INTO THE IMAGE AND LET THE TOUCH BECOME THE STYLE
LET EACH PHOTO BECOME A HAPPY MEMORY THAT CAN BE PASSED DOWN

品牌 BRAND PURSUIT 追求

每一张照片记录的是真实的情感体现

将爱融入影像，让感动成为风格

让每一张照片成为可以传承的幸福记忆

EACH PHOTO RECORDS THE TRUE EXPRESSION OF EMOTION INTERGRATE LOVE INTO THE IMAGE AND LET THE TOUCH BECOME THE STYLE
LET EACH PHOTO BECOME A HAPPY MEMORY THAT CAN BE PASSED DOWN





081

争先进位 践行 20 大·封面人物

吴志光：藏在汽车中的共富梦

36 年里，帅特龙集团董事长吴志光从社会主义市场经济的财富创造者向财富分享者不断“进化”，带领很多人成为“共同富裕”的生动践行者。

086 商道 BUSINESS WISDOM

小遛共享：一抹亮黄 突围共享“江湖”
后疫情时代，新爆点在何处？
品牌“保鲜”启示录



093 人文 HUMANITIES

商帮

李氏家族：一个“宁波帮”家族的百年变迁

旧影

旧时莫枝知多少

探吧




“旧厂区”改出的“新地标”

办公选址上 优租专业信赖

城市新空间运营服务商

优租品牌网络

定制办公优选「创客工场」

 真实房源 |  免费专车 |  管家服务

新空间运营服务商

 客服专线 0574 2780 8888 **MKwork**



扫码体验选址服务



月刊 2022年11/12月号 总第173期
2022年12月5日出版

敬告：本刊部分文章精选于相关报纸杂志及网络，部分作者佚名或联系不详，编者无法支付稿酬，请作者看到文章后与本刊联系，我们将及时支付稿酬，并对您的支持表示感谢。

声明：刊中部分图片和文字由相关单位提供，并保留相关权利，文章观点只代表作者个人意见，不代表《甬商》及主办单位的立场，未经本刊编辑部同意，不得以任何方式全部或部分翻印或转载本刊文章。

与我们互动

新浪微博 @甬商 或扫描二维码



微信搜索甬商、甬商理事会 或扫描二维码



腾讯微博 @甬商

Competent Unit 主管单位 宁波市经济和信息化局
Support Unit 支持单位 宁波市工商业联合会
宁波市社会科学界联合会
宁波市对口支援和区域合作局
Organizer 主办单位 宁波市甬商发展研究会
宁波市职业经理人协会
Execute 执行 甬商传媒中心
Consultant 顾问 庄晓天/余红艺/陈仲朝/王建康/王建社/陈炳荣
张明华/施孝国/陈豹年/常敏毅/项性平/林克宇
潘奇峰/邱永年/朱学峰/林巧红/黄国海/王光龙
王文玲/朱忠祥/刚勇/章国乾/徐文/王海寅

Steering Committee 指导委员会 俞丹桦/张松才/林崇建/舒月明/谷霞/方建新
陈民究/吴德水/姚光辉/闫国庆/杨东标/李建树
张敏杰/戴光中/王耀成/乐承耀/孙善根/陈月明
龚纓晏/于立平/蔡罕/茅理翔/储吉旺/孙焯

Editorial Committee 编辑委员会

Director 主任 范谊

Editorial Board 编委 丁导民/王若明/王菁华/冯洪江/刘莉
孙琪/朱美燕/何建平/李晓龙/吴向鹏
陈迪明/俞铭嘉/姚志坚/唐绍祥/徐盈群
曹云/黄江伟/缪百年
(以姓氏笔画为序)

Legal Counsel 法律顾问 浙江素豪律师事务所主任 罗杰

Editorial Department 编辑部

Chief Editor 主编 曹云
Director 编辑部主任 陈敏璐
Deputy Director 编辑部副主任 金陈聪
Reporter 记者 王诗蔚
Design 美编 郑体余婷

Contact Us 联系方式

Add 地址 宁波市鄞州区惊驾路728号汉德城C座
Tel 编辑部电话 0574-87314496
E-mail 电子邮箱 yongshang2005@163.com
E-Zine 电子杂志 www.chinayongshang.com

Ningbo Entrepreneur Council 甬商理事会

Secretariat 秘书处 0574-87189651 87189652
Member Department 会员部 0574-87283301 87283292



郑富国·国学体现易经智慧

一个企业想要【做大·做强】，都需要有全方位的智囊团（包含营销心理、法律、环境等方面的专家，而易经老师在个人选宅及企业发展中担当的便是心理专家和环境专家的角色。【智者开明、勇者善谋、诚者有信、仁者无敌、兼听则明、上善若水、厚德载物】这是富国老师极力传播的智慧理念。

YijingFengshui



易经富国会馆

浙江·宁波鄞县大道东 启明路818号 创新128园区 创七路东段4幢31号

易经国学讲座 / 祈福·运程分析 / 地理环境策划 / 取名择日 / 等

咨询电话： 13968306688 13906807750

甬商

本期广告索引

摩根智能	封二
MFG 宁波塔	001
LE CAF&VIN	003
M-PLUS 影像	005
创客工场	007
易经富国	009
发现之旅	011
锦昊农业	030
米博	030
博思水道	092
正元名饮	100
工星人	封底

INDEX \ 本期公司名称索引

腾讯	P18	软银	P20	海尔	P35	狮丹努	P70
阿里巴巴	P18	广汽菲克	P20	韵升	P37	杜亚	P72
三快在线	P18	合盛硅业	P20	乐歌	P37	建兴	P74
蚂蚁科技	P18	万达	P21	帅特龙	P37	华盛	P76
抖音	P18	海信	P21	方太	P37	兴业盛泰	P80
京东	P18	蒙牛	P21	欧琳	P37	小邈共享	P86
百度	P18	vivo	P21	雅戈尔	P38	同程	P88
寻梦	P18	比亚迪	P21	公牛	P42	海天酱油	P90
快手	P18	甬矽电子	P21	宁波水表	P46	椰树椰汁	P90
携程	P18	望香服饰	P22	君禾	P48	大白兔	P90
农夫山泉	P18	嘉瀚环保	P23	东方日升	P50	六神	P90
字节跳动	P18	奥克斯	P24	家联科技	P52	老干妈	P90
宁德时代	P18	松下电器	P33	舜宇	P54	百雀羚	P90
长江实业	P18	万科	P35	太平鸟	P58	回力	P90
网易	P18	青岛啤酒	P35	永新光学	P60	海尔智家	P91
美的	P18	微软	P35	贝发	P62	鸿星尔克	P91
牧原股份	P18	华为	P35	如意	P64	海天味业	P91
阿里系	P18	联想	P35	柯力	P66		
拼多多	P18	伊利	P35	富佳	P68		

INDEX \ 本期人物索引

钟 睒	P18	严壮立	P20	林海峰	P51	赵肇丰	P74
张一鸣	P18	罗立国	P20	王熊	P52	陈静良	P76
曾毓群	P18	吴鸿维	P22	王文鉴	P54	吴志光	P83
李嘉诚	P18	卢雅丽	P23	诸杏珍	P55	朱波	P87
马化腾	P18	郑坚江	P24	茅忠群	P56	丁剑西	P89
丁磊	P18	王伟定	P24	毛磊	P60	赵晨含	P89
何享健	P18	涩泽荣一	P33	邱智铭	P62	卢玲玲	P89
秦英林	P18	张瑞敏	P34	储吉旺	P64	李凤	P89
钱瑛	P18	竺韵德	P37	柯建东	P66	张译文	P89
马云	P18	李如成	P41	王跃旦	P68	闫刚	P91
黄峥	P18	阮立平	P42	吴忠宝	P71	李也亭	P94
孙正义	P20	项乐宏	P45	孙宜培	P72	李梅塘	P95
刘强东	P20	张阿华	P48	赵国行	P74		

以上为本期杂志提及的公司机构和人物名称，均以页码为序，索引中的页码为该公司该人物被首次提及时的页码。

影视制作+品牌传播

Film production + Brand communication

全媒体服务

All media services

日常新闻报道

新闻栏目定制

影视节目制作

媒体传播服务

专题制作传播

应急演练服务

公关活动策划

视频全景策划

图文视频直播

橱窗陈列设计



浙江发现之旅文化传播有限公司

Add: 浙江省宁波市鄞州区天童南路707号3楼

Tel: 0574-56615555 Mel: 13777044455

学禅悟禅悟人生

文 | 储吉旺 宁波如意股份有限公司名誉董事长



禅，在生活中处处存在，需要我们去悟。

前不久，两位法国企业家来我公司洽谈业务。由于疫情他们回不了法国，住中国三个年头，因祸得福，悟出在中国办企业的商机，居然在上海办了一家企业。后来他俩又悟出，去温州办企业，成本更低，于是把企业搬迁到温州。在温州他们企业办得很顺利，于是又在悟如何将工资公平分配发挥工人的更大工作热情的事，他们对我说：想办法提高工人工资，把工人工资和搞公司管理人员的工资分得一样平，这就公平了。他们问我这个

方法行不行？

我告诉他，管理者用智慧头脑促进企业的创新发展，他们是脑力劳动者，是领军人物。他们书读得多，文化程度高，付出的多。工人是用智慧的双手生产者，体力劳动者。二个不同层次的智商，对公司的贡献不一样，我们不可搞平均主义。你这个公平分配行不通！

他们又通过翻译问我，如意在工资分配上是如何对待管理者和员工的？我说，我们是按劳分配，多劳多得。管理者根据不同职务，得到不同收入。但我的希望也是我的理想是：社会上交给我一个健康的员工，待他在如意工作退休时，还他一个健康的身体回家休养！这个理想和希望最难，因为时间过去了几十年，身体在走下坡路。

我又在思考：让我的员工能在公司工作，不犯错或少犯错，不发生安全事故，不离职不辞退，一直做到退休。这也是最难啊！一要企业年年发展，走上坡路，才能留住人心；二是全体员工都要一心扑在自己的岗位上，做好本职工作；三要一线工人在操作时要时时刻刻、月月年年严格按照操作流程工作。这是我的理想和希望，一直在悟，人心淡淡，禅理深深啊。

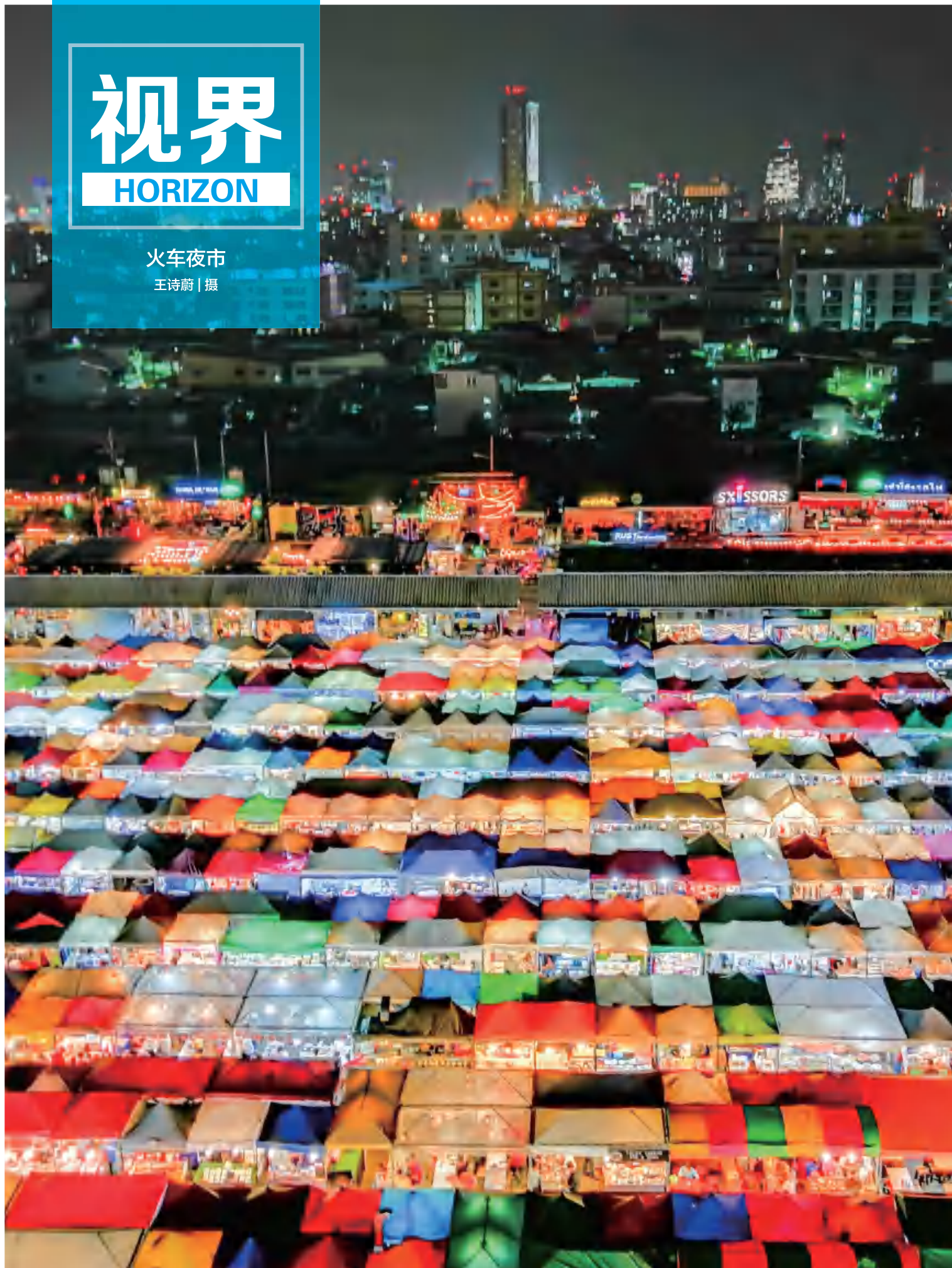
有一位老企业家有两个儿子，自己年龄大了，把企业分成两份，公平分给儿子掌管。一年后，大儿子企业逐步走下坡路，吃完资本濒临倒闭，小儿子企业办得风生水起，兴旺发达。大儿子问老父亲，我的企业为什么上不去？弟弟企业为什么欣欣向荣，是否你暗中帮助了弟弟。老父亲哈哈一笑，你兄弟两人，是我的手背手心，我不偏向谁！大儿子又问父亲，那么同样企业，为什么弟弟上去，我下来？老父亲说：你弟弟管理企业能严格执行规章制度，管理不狠，企业不稳。你有制度，但没有人执行，久而久之，企业就衰落了。这时大儿子悟通了。这个故事，让我们老企业家悟出：严格按规章制度教育工人安全生产，教育工人遵纪守法，让员工不犯错误，或少犯错。要达到这一点，需要制度面前人人平等。尤其是企业家自己带头执行制度。这是对企业的爱，是对员工的真爱。❖

视界

HORIZON

火车夜市

王诗蔚 | 摄



在宁波遇见时尚

供图 | 宁波时尚节组委会

引领时尚品质生活，打造多元产业生态。11月11-14日，4天时间，178家企业的228个品牌线下参展，举办智慧论坛、产业展览、商贸对接、风尚领show、创意赛事、时尚有约等六大板块25项活动，5000多名专业客商到会洽谈、采购，1万余名普通观众参观互动……今年的时尚节与往年相比内容更丰富。观摩时尚走秀、体验时尚科技、领略时尚魅力、品味时尚经典，在宁波时尚节都可以实现。



汉服古韵风情秀、创意Cosplay快闪、艺术生现场素描秀等多场时尚走秀发布，在秀中感知宁波的时尚气息。



◀

时尚节不只有秀看，还能亲临展馆现场体验最新的时尚趋势，领略最新的时尚科技。

▶



卡塔尔世界杯的“中国名片”

2022年世界杯激战正酣。从场馆、周边，到球迷、裁判，再到赞助商和熊猫，众多中国元素在卡塔尔世界杯上绽放光芒。



中国建造

中国企业承建的卢赛尔体育场

卢赛尔体育场是卡塔尔世界杯的主体育场，承担世界杯的决赛和闭幕式等重要活动和赛事。卢赛尔体育场由中国企业承建，外观以“椰枣碗”和“珐琅灯笼”为设计灵感，拟合出碗形弧面，展现建筑之美。

中国制造的拆卸球场

卡塔尔的974体育场也出自中国团队之手，它是世界杯历史上第一个可拆卸、可移动、可重复利用的“绿色球场”，由974个可回收钢材制造的集装箱和钢模块组装而成。卡塔尔世界杯结束后，它将被整体拆除，所有集装箱连同球场内的可移动座椅将被捐赠给有需要的国家。



中国制造

世界杯周边也有中国制造

在卡塔尔的大街小巷，与世界杯相关的元素随处可见。据义乌体育用品协会估算，从世界杯32强的旗帜到喇叭、哨子，从足球到球衣、围巾、大力神杯的摆件和抱枕，“义乌制造”几乎占到整个世界杯周边商品市场份额的70%。在卡塔尔的世界杯官方专卖店中，60%的商品由中国生产。



中国人

中国少年担任护旗手

卡塔尔世界杯揭幕战入场仪式中，有三名中国小球员特别亮眼，乃博宁林、谭博和董铁锤以国际足联旗帜护旗手的身份入场。他们的梦想是有朝一日成为世界一线球员，征战世界杯赛场。

三名中国裁判员入选名单

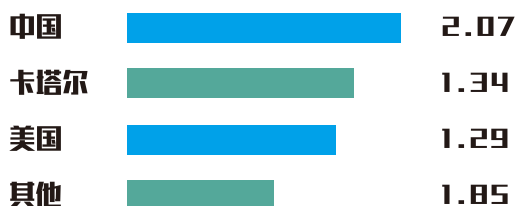
本届世界杯，三名中国裁判员入选赛事名单，前往卡塔尔。马宁已经作为第四官员在美国和威尔士的比赛中亮相。



中国赞助

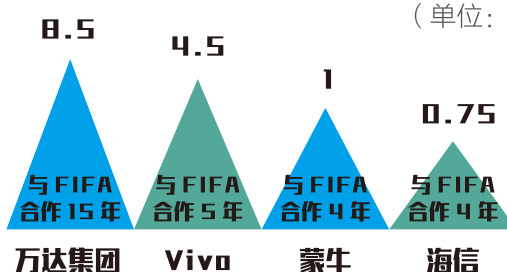
各国企业年赞助费

(单位: 亿美元)



4 家企业成为本届世界杯主赞助商

(单位: 亿美元)



近四届世界杯上的中国各级赞助商

赛季	2007-2010	2011-2014	2015-2018	2019-2022
世界杯名称	2010 年南非世界杯	2014 年巴西世界杯	2018 年俄罗斯世界杯	2022 年卡塔尔世界杯
国际足联合作伙伴 (一级赞助商)			万达集团	万达集团
世界杯赞助商 (二级赞助商)	英利	英利	海信集团、蒙牛、vivo	海信集团、蒙牛、vivo
区域支持者 (三级赞助商)			亚太区域: 雅迪 (电动车)、帝牌 (男装)、指点艺境 (科技)	亚太区域: 雅迪 (电动车)、Boss 直聘 (互联网)



中国服务

国产大巴亮相卡塔尔

世界杯期间, 预计将有超过 1000 辆中国制造客车为赛事提供服务保障, 其中包括 800 余辆纯电动客车。

中国移动房屋为赛事提供保障

在今天的卡塔尔世界杯上, 中国企业生产的超过 10000 间移动房屋为到访的观众和参赛人员提供良好的生活和工作环境, 带来充满新奇感受的住宿体验。

中国电建保障供电需求

中国电建承接卡塔尔地区首个光伏电站, 保障世界杯的供电需求。此外, 苏美达成为卡塔尔世界杯的应急电力保障设备合作商。

2022 中国互联网综合实力企业 TOP10

排名	企业	主要业务和品牌	所属地
1	深圳市腾讯计算机系统有限公司	微信、QQ、腾讯云	北京
2	阿里巴巴(中国)有限公司	淘宝、阿里云、高德	杭州
3	北京三快在线科技有限公司	美团、大众点评、美团外卖	北京
4	蚂蚁科技集团股份有限公司	支付宝、蚂蚁链、oceanbase	杭州
5	北京抖音信息服务有限公司	抖音、今日头条、西瓜视频	北京
6	京东集团	京东、京东物流、京东科技	北京
7	百度公司	百度搜索、百度云、自动驾驶	北京
8	上海寻梦信息技术有限公司	拼多多	上海
9	北京快手科技有限公司	快手、快手极速版、AC-Fun	北京
10	携程集团	携程旅行网、去哪儿、天巡	上海

发布机构：中国互联网协会

数据来源：《2022 年中国互联网综合实力企业》

时间：11 月 2 日

造榜依据：选取代表企业规模、盈利、创新能力、成长性、风险防控能力和社会责任等 6 大维度的 11 类核心指标

评论：在这份互联网前百家企业榜单中，一共有 24 家游戏相关公司入榜，是前百家企业涉及最广泛的业务种类，约占总数的 25%

2022 胡润百富中国富豪 TOP10

财富(亿元)	富豪	企业	
1	4550	钟睺睺	农夫山泉
2	2450	张一鸣	字节跳动
3	2300	曾毓群	宁德时代
4	2200	李嘉诚家族	长江实业
5	2150	马化腾	腾讯
6	1950	丁磊	网易
7	1900	何享健家族	美的
8	1850	秦英林、钱瑛夫妇	牧原股份
9	1800	马云家族	阿里系
10	1700	黄峥	拼多多

发布机构：胡润研究院

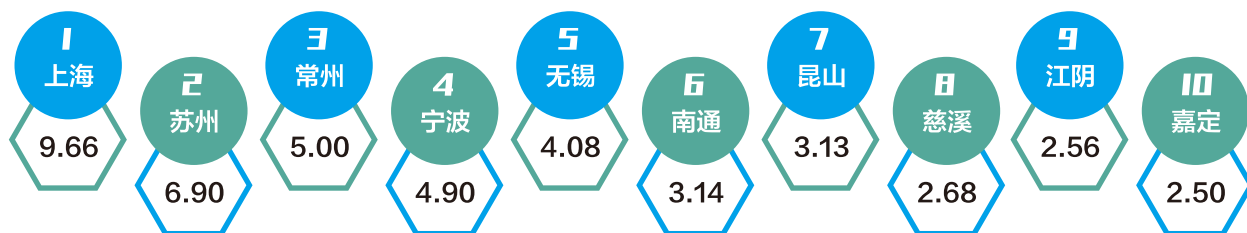
数据来源：《2022 胡润百富榜》

时间：11 月 8 日

造榜依据：根据富豪企业的财务数据、媒体的报道、团队到当地的亲自采访等方面综合考虑

评论：上榜门槛由去年的 20 亿元调整为 50 亿元，上榜人数大幅减少，其中宁波上榜富豪（包括居住地在甬、企业总部在甬，以及甬籍企业家）为 60 位

2022 上海大都市圈智能制造城市指数 TOP10



发布机构: 上海大都市圈规划研究中心、中国城市规划设计研究院长三角创新发展研究中心

数据来源: 《2022 上海大都市圈城市指数排行榜》

时间: 11 月 15 日

造榜依据: 从智能制造维度, 对上海大都市圈 9 市 40 区县的精准跟踪测评

评论: 宁波位列第四名, 慈溪作为宁波制造业较强县级市, 在智能制造方面的智造动能不可小觑

2022 长三角制造业企业 TOP10

排名	企业名称	地区	2021 年营业收入 (万元)
1	中国宝武钢铁集团有限公司	上海	97225779
2	上海汽车集团股份有限公司	上海	77984579
3	恒力集团有限公司	江苏	73231451
4	浙江荣盛控股集材有限公司	浙江	44831822
5	浙江吉利控股集团有限公司	浙江	36031587
6	青山控股集团有限公司	浙江	35201779
7	盛虹控股集团有限公司	江苏	31797926
8	浙江恒逸集团有限公司	浙江	32879978
9	江苏沙钢集团有限公司	江苏	30303121
10	安徽海螺集团有限责任公司	安徽	25607469

发布机构: 江浙沪企业联合会

数据来源: 《2022 长三角制造业企业 100 强》

时间: 11 月 16 日

造榜依据: 以 2021 年长三角企业营收为入围标准

评论: 长三角制造业企业 100 强营业收入、净利润、纳税总额等产出指标同步实现较快增长, 制造业百强中的骨干行业黑色冶金、石化化纤行业的营业收入、净利润指标表现较好



宣布将退居二线

在 11 月召开的软银集团第三季度财报发布会上，孙正义宣布，自己将逐渐退居幕后，将公司的日常管理工作交由其他高管，自己将倾注更多精力在 ARM 的增长和上市计划上。

孙正义 软银创始人

副总监级别以上降薪 10% 至 20%

11 月 22 日，刘强东发布京东全员信，信中提到：自 2023 年 1 月 1 日起，京东副总监级别以上降薪 10% 至 20%，刘强东本人捐款 1 亿扩充员工子女救助基金，集团拿出 100 亿元为基层员工设立“住房保障基金”。



刘强东 京东董事会主席



卸任董事长

近日，广汽菲亚特克莱斯勒汽车有限公司发生工商变更，严壮立卸任法定代表人、董事长，由张宗胜接任。值得一提的是，11 月，广汽菲克新增一则破产审查案件，正式申请破产。

严壮立 广汽菲克原董事长

成为光伏第三富

2022 年胡润百富榜显示，罗立国家族以 980 亿元的财富，位列第 35 名，成为光伏第三富，仅次于东方希望的刘永行、通威股份的刘汉元，超过了一众宁波老乡。



罗立国 合盛硅业创始人

卡塔尔世界杯最大赞助商

根据 Global Data 公布的数据，万达集团、海信集团、蒙牛乳业、vivo 四家中国企业成为卡塔尔世界杯最大赞助商，赞助了 13.95 亿美元（约合人民币近 100 亿元），超过了美国的 11 亿美元。



万达、海信、蒙牛、vivo



第 300 万辆新能源汽车下线

11 月 16 日，比亚迪第 300 万辆新能源汽车正式下线。就在第 300 万辆新能源汽车下线一周前，比亚迪正式公布旗下百万级高端汽车品牌，定名“仰望”。

比亚迪

和暴雪“分手”

11 月 17 日，暴雪和网易双双官宣“分手”，受此影响，暴雪旗下包括《魔兽世界》《炉石传说》《守望先锋》等在内的多款热门游戏将在 2023 年 1 月 24 日 0 点起在中国大陆停服。



网易



登陆上交所

11 月 16 日，甬矽电子登陆上交所，成为宁波第 5 家科创板上市公司。至此，宁波境内外上市公司达到 133 家，其中 A 股上市公司达到 112 家。

甬矽电子



10问 甬商

吴鸿维

年龄：45岁

职务：宁波望香服饰有限公司总经理

性格色彩：●●

性格分析：慎思之，明辨之，笃行之。

一问 您认为创业需要具备哪些条件？

勤勉，专注，好学。

二问 企业成长过程中有哪些里程碑式的发展阶段？

薪资制度改革，创立我们企业独有的薪资制度，将原来早涝保收、人海战术的低效模式，转变为精英团队高质量高效工作模式。

三问 近年的疫情对企业带来了哪些冲击？

冲击有，海外市场订单锐减，但幸好我们没有将鸡蛋放在一个篮子里，在电商领域深耕，让企业在疫情中得以生存。

四问 您如何平衡创业与日常生活？

不将时间浪费在无谓的事上，高效工作，自律生活。

五问 作为甬商，您觉得自己有哪些社会责任？

希望能在推动中国质造的路上尽绵薄之力。

六问 您对甬商未来的发展有哪些期许？

希望更多优秀的甬商加入进来，为宁波城市发展贡献我们的一份力量。

七问 您的企业有哪些亮点和特色文化？

择一事终一生，不为繁华易匠心。专注于每一件产品，做世界一流品质。

八问 相比于其他企业，您觉得您的公司有哪些优势？

从原材料开发，到产品设计，生产，到终端零售，我们都有成熟专业的团队，更在电商领域获得了一定的成就。永远居安思危，永远学习进步。

九问 您最欣赏哪位企业家，他对您的创业观念产生了哪些影响和启发？

欣赏马云，大气，大格局。

十问 您对年轻一代的创业者有什么建议？

认准了，就沉下去，十年磨一剑，不要太急功近利。



8问 经理人

卢雅丽

年龄：46岁

职务：宁波嘉瀚环保建材开发有限公司总经理

性格色彩：●●

性格分析：心存一股浩然正气，却不乏心之所想，不忘初心之所向，不坠青云之志，此生心不动，随机而动。

一问 您如何看待“职业经理人”这一身份？

在我看来，职业经理人要学会“精准定位”，专业的人做有职业道德的事。

二问 您如何理解职业经理人与企业家的差异？

我认为两者的差异在于知与行。知是行之始、行是知之成，企业家在创立公司之时已做好定位与规划，去成就职业经理人；但落实需要职业经理人有计划、有目标地去施行，故而帮企业家成全梦想。

三问 在老板与员工之间，经理人应该如何建立彼此的信任？

真诚以待，换位思考。

四问 对待团队，您有什么独特的管理方法？

团队之间是命运共同体，是合伙的关系，根据每个成员的特性激发他们内在动力；最主要聚焦于团队的决策权、契约精神以及能够调整、监控、惩戒自利行为的财务奖励。

五问 您觉得，一个优秀的职业经理人应该具备哪些特质？

作为一名优秀职业经理人首先具备职业道德，正直、专业、勤勉，敢于担责。

六问 身为职业经理人，最大的挑战是什么？

最大的挑战是与老板的格局、战略、思维能否步调一致。

七问 在担任职业经理人这个角色中，最大的收获是什么？

最大的收获是经历了公司的成长从无到有，从不可能到实现的过程。

八问 您如何预估行业未来的发展前景？

预估本行业未来是个洗盘的局面，优胜劣汰、大鱼吃小鱼、专精特的过程，贯彻执行国家“双碳”政策，坚持绿色环保高质量发展。



ASSOCIATION

宁波市家电行业协会

成立时间：2009年7月3日

现有会员：214家

现任理事长：郑坚江

奥克斯集团有限公司董事长

现任秘书长：王伟定



| 对话秘书长：王伟定 |

《甬商》：您为什么选择加入这个协会？

王伟定：承蒙协会理事长郑坚江郑董的推荐，广大会员的信任与支持，作为家电行业的一名老兵，深耕行业三十余年，对家电行业有着难以割舍的情结，同时我从企业出来，更懂得政府、企业需要什么样的服务，行业需要什么样的发展。

《甬商》：作为协会的一员，您如何看待这个组织？

王伟定：家电协会目前拥有7个平台、5个工作站，历年来也获得了各类荣誉。一个协会怎么样，会员是最权威的评审专家，号召力、凝聚力、影响力、活跃度及务实是评判协会的标准。

《甬商》：在工作中，什么样的问题、观念对于您比较重要？

王伟定：1、服务意识：作为行业平台，服务企业是第一要务；2、大局意识：顺应互联网、数字经济新消费发展趋势，着眼于服务整个家电行业群体。3、合作意识：依托协会搭建创新服务平台，充分协调家电产业上下游联动，推动我市家电产业链整体发展。

《甬商》：在您看来，秘书长的主要工作是什么？

王伟定：1、协会日常工作的统筹安排；2、真抓实干的高效执行；3、创新服务的积极倡导；4、搭建平台的热情服务；5、行业发展的宣传推动；6、内部管理的全面协调；7、政府政策的及时传递。

《甬商》：秘书长一职，给您自身带来怎样的影响？

王伟定：1、自身价值的再提升；2、综合业务能力的再锻炼；3、个人价值观、人生观、社会观的再融合；4、协调能力的再提升；5、自我超越的再挑战。

《甬商》：新时期作为秘书长，您有怎样的工作体会？

王伟定：要把协会工作作为自己的事业来做，这是做好协会工作的前提。要对每个会员及政府信息研究透，当好服务员、小管家、参谋长、公关家，还要当好活动家。作为新时期秘书长一定要开拓视野，不断学习及服务创新，换位思考问题。

《甬商》：您对协会的工作和发展有怎样的期待？

王伟定：充分发挥宁波家电行业协会职能及宁波家电行业服务窗口平台的作用，加强协会内部各方面服务与创新意识，扩大会员覆盖面，当好娘家人。

| 秘书长寄语 |

服务无止境、从实出发、助力政企，愿宁波家电再创辉煌，努力成为行为规范、运作有序、公信力高，符合协会服务管理的新型行业协会。

——王伟定

本期推荐



《风定鄱阳湖》

作者：符利群

推荐理由

长篇历史小说《风定鄱阳湖》撷取心学大家王阳明伟大一生中的闪光片段，着重讲述了王阳明以短短四十三天力挫宁王朱宸濠策划十年之久叛乱的历史传奇，展现了王阳明将心学智慧思想融于政治、军事、文化和思想体系的超凡人生。本书以真实历史事件和真实人物为主线，以虚构的小人物的生活细节为副线，刻画了运筹帷幄的王阳明、小人物李八斤、大才子唐伯虎、宁王朱宸濠、娄妃娄素珍等多个鲜活的角色，生动有致地讲述了这段历史。兼具可读性和教育意义。

本期畅销书单 TOP5

《逆势爆发：打造强大个人品牌的不二法则》

作者：焱公子、谷燕燕、温张敏

这是专业系统的职场干货指南，也是落地实操的个人成长秘籍。围绕着“胜任力”“学习力”“沟通力”“破局力”4大模块，解决职场长期痛点，撬开成长之路的障碍。



《底层逻辑 2：理解商业世界的本质》

作者：刘润

《底层逻辑 2》是关于商业世界的底层逻辑！阅读完《底层逻辑》，你掌握了关于是非对错、思考问题、个体进化、理解他人和社会协作 5 个方面的底层逻辑。



《短视频流量密码》

作者：网红校长

网红校长从定位、打造爆款、高效变现、打造创始人 IP4 个维度，教你打造爆款，做自己的 IP，抓住短视频的红利，掌握流量背后的财富密码。



《战略与路径》

作者：黄奇帆

本书是黄奇帆继《分析与思考》后又一力作，还原了经济学课堂上关于十二个当前中国经济重大课题的深入讨论。



《企业数字化转型》

作者：姚建明

本书是作者对企业数字化转型多年研究积累的总结，是企业数字化转型的基础性读本，系统性地阐述企业数字化转型理念与方法。



【“视界”栏目责任编辑：金陈聪、王诗蔚】



宋志平 | 中国上市公司协会会长

企业对年轻人才要敢用、早用

在我的职业生涯中，我认为有一段经历非常重要，那就是在比较年轻的时候进入领导层。我在北新建材做副厂长时30岁，做一把手时36岁。

由于比较早地进入领导层，我学习和积累了不少管理知识与领导经验，为后来担任更大企业的领导打下了基础。

后来，让年轻人早点儿走上领导岗位、技术负责岗位成了我用人的特点。我主张早点任用年轻人，多创造机会，让年轻人尽早脱颖而出，到重要岗位上历练，让他们边学边干。

有经验的同志则为他们把关，发挥并增加他们的才干。这样可以尽早培养出年轻人对事业的责任感，对锤炼他们的领导能力和责任心是非常重要的。

有人担心年轻人没经验，然而经验是在实践中积累的，年轻人只有早用，才能尽早增加他们的经验和才干，总比到时候青黄不接而临时选将要好。大多数知名企业家都是较早担任领导职务的。

对于年轻人，大家有时容易求全责备，可是不把他们放在相应的岗位上，他们怎么能学到知识呢？又怎么能快速

成长呢？人才产生的关键在于培养，在于锻炼，在于任用。

我一直认为，企业领导班子有两大责任：一是带领企业实现战略目标。二是把企业交给年青一代，培养年青一代做好接班人。

一家企业成功与否，取决于基础是否稳固，取决于能否打好人才基础。企业要加强人才队伍建设，选拔、培养和任用年轻干部，重视后备干部的选拔和培训，形成合理的年龄梯次。

对于那些有活力、有激情、有远大抱负和志向的年轻人，我们要及早任用，给他们充分施展才华的舞台，让他们在实践中接受锤炼，不断成长，成为推动企业发展的强大生力军。

归根结底，企业最终是要交给年青一代来管理的，所以对年轻人才要敢用、早用。

在企业这个大家庭里，年轻人就像我们的孩子一样。古人云：“父母之爱子，则为之计深远。”意思是说，父母爱孩子，就要为他们想得长远一些。同样，我们喜爱年轻人，也要为他们想得长远一些。

未来要留给年青一代，年轻人不是要照着我们以前的经验去做，而是要像前辈那样遇到问题时去克服、去改变、去创新、去发展，这才是管理的精髓。

企业最终是要交给年青一代来管理的。



反馈驱动创新

在谈起应对环境挑战、谈起业务发展的时候，最常提到的话题之一就是如何获得“增长”。一个国家、一家企业，发展的本质都是增长，而增长由创新驱动。人类历史上的几次科技革命，都以核心技术创新为基础，带来了世界人均GDP爆发式增长。当前，以深度学习算法为代表的人工智能技术，正在驱动新一轮的科技革命，这些技术能够获得的效率提升、能够赋予的力量，是跟过去任何信息技术方面的进展或创新都很不一样的。

与此相关的自动驾驶和智能调度等重大创新，百度都跑在前面，并加速获得市场认可。第三季度，汽车制造商对百度Apollo自动驾驶解决方案的需求持续增长；萝卜快跑快速发展，累计订单量达到140万单，保持着全球最大自动驾驶出行服务提供商地位。同时，百度智能交通解决方案被更多城市采用，证明了用人工智能提升传统行业效率的能力。我们将在工业制造、能源水务等重点领域，复制智能交通方面的成功，用人工智能助力客户、赋能实体经济。

创新可以驱动增长，那么创新是怎

么来的？

我认为是“反馈驱动创新”。只有市场不断给予反馈，才有机会一步步实现创新。比如，我们注重萝卜快跑单量，不只是为了创造收入，更是为了获得市场真实反馈。用户反馈越多，创新和技术提升速度就越快。领先的商业运营订单规模带来了更大规模的市场反馈，增强了我们L4级自动驾驶能力。

过去一年，无论技术层面还是商业应用层面，人工智能都有了巨大进展，甚至是方向性改变，包括人工智能在自动驾驶、智能交通、工业制造、能源水务等领域的商业化应用。当需要针对每个行业进行端到端技术调优，我们积累的优势、构筑的竞争壁垒就发挥出来了。

第一，我们构建了端到端解决方案的能力，它与我们强大的AI能力高度兼容，涵盖芯片层、深度学习框架层、预训练大模型层和应用层。

第二，我们对行业特定痛点的了解不断加强，保持了有利地位。

纵观百度的发展，我们经历过许多充满挑战的环境。当下，我们短期要

做好调整，内部坚定地推进运营效率提升，持续投资智能云和智能驾驶，巩固新AI业务中的领导地位，并保证更好的健康度；长期要继续把资源放在创新上。历史上无数次的经验都证明，危机本身会刺激创新，而创新会驱动增长。我们会为长期可持续增长不懈努力，也坚信这些挑战会使我们变得更加强大。

我们会为长期可持续增长不懈努力，也坚信这些挑战会使我们变得更加强大。



陈彩强 | 优租科技集团有限公司创始人兼 CEO

创新驱动实干创业

当今世界正经历百年未有之大变局，创新就是其中一个关键变量。习近平总书记也曾指出，“创新是社会进步的灵魂，创业是推动经济社会发展、改善民生的重要途径”。

这次习总书记的二十大报告让身为鄞州区人大代表的我感到备受鼓舞、备感振奋。

回首过往奋斗路，借着2015年中国共产党党中央、国务院提出的“大众创业、万众创新”政策东风，我认真学习领会中央精神，挂起“天道酬勤”的旗帜，以实干笃定前行。我带领宁波创客工场，开创服务式办公租赁新形式，不断探索科技企业孵化、产业园区运营模式，再到如今组建优租科技集团，我始终以创新作为驱动力。

目前，优租科技集团已位列宁波商业办公托管运营行业前三甲、年营收上亿元，管理商业办公资产超20万平米、入驻企业逾1600家、累计服务中小微企业达5000家，荣获浙江省二星小微企业园、省级众创空间、宁波市中小企业公共服务示范平台、鄞州区科技服务业示范企业等殊荣；在个人荣誉上，我荣获

2020年度宁波“创业成长之星”，2021年12月份光荣当选鄞州区人大代表。

15年创业路风尘仆仆，回望来时路，郁郁满芳华。我深知是时代造就了我，是盛世成就了我，是党的政策为我指引方向、党的光辉激励我前行。

身为新甬商的一份子，我更感社会责任之重，在企业经营同时，积极履职做好社会服务。2021年累计捐赠达20万元，如参加“乡贤回归工程”捐赠乡村宗祠新建项目12.8万元；疫情反复时，我亲身投入疫情防控，慰问赴北仑抗疫医护人员并捐赠物资；同时通过降租免租等措施，为中小微企业减负。

此外，我还负责了数个调研课题，组织“学史忆传承，永远跟党走”党史主题教育、“聚焦数字转型，赋能产业升级”等活动，将党史学习与企业发展紧密结合起来，引导自己的员工不忘初心、实干贡献。

展望前行新征程。全球经济正加速放缓，未来仍充满极大不确定性。但身为新时代的一份子，我必当积极创新探索，认真履行职责。未来，我将聚焦存量商业地产，发挥自身优势，致力于打

造长三角领先的创新创业生态圈，争创省级、国家级企业服务平台，为促进经济发展提供决策参考、推动经济转型发展贡献力量。

雄关漫道真如铁，而今迈步从头越。我坚信，在新时代新形势下，坚持与中国共产党在思想上同心同德、目标上同心同向、行动上同心同行，是不断从胜利走向新的胜利的关键所在！

未来新中国的美好蓝图已绘就，我们作为新时代的青年企业家必将坚定信心、守正创新，以发展为第一重任，落实科技、人才、创新三个第一战略，为全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴而团结奋斗。^{陈彩}

作为新时代的青年企业家必须坚定信心、守正创新，以发展为第一重任。

锦昊农业：校企携手 助力乡村共同富裕

11月22日，2022年杭州湾红美人采摘节暨校企合作签约挂牌仪式在余姚市泗门镇举行。

仪式上，宁波锦昊生态农业有限公司分别与余姚市第四职业技术学校签约共建电商人才综合实训基地，与宁波市甬商发展研究

会牵手共建乡村活动学习基地，与宁波市滨海乡村经济发展研究院共建乡村产业实践基地，与余姚市民族团结进步促进共建民族共富实践基地，与余姚市看云楼科举文化博物馆共建地方文化传播交流合作基地，与浙江黑翼服饰有限公司共建助农电商直播基地。

锦昊农业成立于2017年，位于余姚泗门镇谢家路村，近年来投资1000万元引进“红美人”柑橘种植，现有1300余亩泗门红美人种植基地，种植了超过12万颗的红美人柑橘果树，2022年度预计产量超过50万斤，发展成生态休闲农业，取得了良好成效。

“红美人”是2001年自日本引进自选育出来的高端柑橘品种，具有果皮薄、汁多味浓、酸甜可口、无核化渣等特点，被消费者称为“橘中爱马仕”，还可以加工成洗衣精、洗洁精、身体乳、维生素、红酒等多种产品给消费者。

近年来，锦昊农业积极发挥社会责任，将校企合作作为贯彻科教兴国、促进和谐社会、振兴乡村、科技兴农、共同富裕的有益实践和重大举措。“作为企业，我们非常乐意给学校创造技能人才培养的环境，也希望通过和学校的真诚合作，来实现企业反哺学校，推动职业教育事业发展的应尽责任，帮助学校培养面向市场、贴近企业、适合企业需要的高素质技能人才，从而使企业自身能更快地进入高质量发展的轨道。”企业负责人表示。

通过企业、学校、社会的多元合作，锦昊农业希望能企业、学校、社会三方共赢。



miboi 米博
方太集团荣誉出品

无油烟下厨
轻松做出大师菜

预约到店



领取鲜榨果汁1瓶

陶虹版糖醋排骨品鉴



米博多功能烹饪机

—— 玩转中式烹饪的无油烟移动厨房 ——

无油烟

无需看管

智能菜谱

1机15用

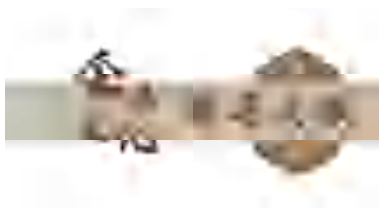
海量大师菜

企业文化

探寻之旅

优秀的企业背后都藏着一个文化密码。
走近它们，感受企业文化实实在在的力量，
探寻它们生生不息的奥秘。

报道·《甬商》编辑部
文字撰写·金陈聪、王诗蔚
图片提供·所报道企业及部门



中国企业的文化基因

习近平总书记曾在多个场合反复强调文化在社会主义现代化建设中的重要作用。同样的，作为在企业内渗透最深、影响最远的因素，企业文化是企业长盛不衰的基因密钥。



中国特色的文化之根

中国的传统文化源远流长，博大精深。广义上指我国世代相传，具有特点的物质、制度和思想文化的总和；从狭义上讲，是包括风俗、习惯、心理、道德、宗教、哲学、文学、艺术等观念形态的思想文化。

儒家尊仁德，法家严赏罚，兵家重谋略，道家讲无为而无不为。这些优秀的传统文化不仅是中华民族的根和魂，在许多方面与现代企业管理理论所倡导的经营理念、战略思想和管理原则相一致，并以无形的力量，潜移默化地影响，渗透到现代的中国企业和员工之中，最终在企业文化中显现出来。这是形成中国企业文化特色的主要原因，也是世界上其他国家少有的文化优势。

这其中，儒家文化是中国传统文化的代表，与企业文化有着许多相通之处。比如儒家文化重视人与自然的统一、人与人之间的互助合作，主张义利共生的价值取向。儒家文化在处理个人与社会的关系中，提倡庄重自制，重视教育感化，追求技能，提倡社会责任感，勤奋工作。

儒家文化在企业文化中的应用不一而论，随处可见。儒家用以修身养性的“正心、诚意、格物、致知、修身、齐家、治国、平天下”的道德体系被企业拿来对员工进行培训；管理层和管理学家很喜欢重新解读《孙子兵法》《三国》《水浒》等古典名著，从中探求管理“秘诀”，以期在企业管理中寻求外儒内法、德治、人本、和谐之道。

儒家创始人孔子在中国思想史上最大的贡献，是他最早开始把当时人们的视野从“天”转向了“人”，提高人的地位，强调人的作用。《论语》里就有“敬世而信”“敏而好学”的话。从历史上来看，凡是事业有成的教育家、思想家、文学家，几乎人人都敬业敏学，不如此，就难以成就事业。《易传》里讲：“天行健，君子自强不息”，“天地之大德曰生”。这是对中华民族刚健有为、

中国企业文化四种类型

象文化：人本型企业文化

特征：强调以人为本，尊重人，并为优秀人才创造和谐、富有激情的工作环境

代表企业：万科、青岛啤酒、微软

狼文化：活力型企业文化

特征：带有野性的拼搏精神，团结，为了共同目标竭尽所能

代表企业：华为

鹰文化：市场型企业文化

特征：结果导向型，强调目标意识，倡导讲业绩、讲效率、用业绩说话

代表企业：联想、伊利

羚羊文化：稳健型企业文化

特征：强调规范性，靠规则凝聚员工

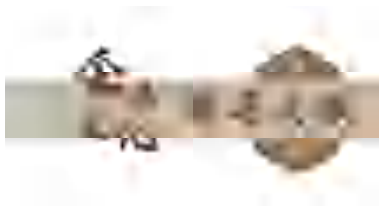
代表企业：海尔

自强不息精神的集中概括和生动写照。正是这种自强不息的精神，凝聚、增强了企业的向心力，哺育了企业的自立精神以及不断学习、不断创新、不断前进的精神。

事实上，儒家文化不仅在中华民族的发展史中发挥着重要的作用，而且对世界许多国家和地区的政治、经济、文化、社会也产生了巨大的影响。

1988年7月1日，法国《堪培拉日报》刊登了75位诺贝尔奖获得者发出的联名倡议：“如果人类要在21世纪生存下去，必须要回到2500年前，从中国孔子那里寻找智慧！”这个不平凡的宣言，点燃了整个世界研究学习中国传统文化的圣火。美国学者彼得伯格教授认为：“儒家文化展现出了经济的动力。中国移民在世界各地都很成功，尤其是在东南亚，便是个例证。”

受儒家文化影响较深的是日本与韩国。在日本，企业家最喜欢读的书是《论语加算盘》(又名《道德经济合一》或《实践论语》)，该书被当作“致富经国之大本”。该书作者涩泽荣一生创办了500多家企业，被尊为“日本工业之父”。他说：“我的经营中虽饱含着辛苦和惨淡，但是由于常遵孔子之教，据《论语》之旨，故使经营获得了成功。”目前在日本，不少企业家依然把《论语》作为日本工商企业的“圣经”，把其中的思想作为企业经营管理的根本方针。松下电器公司迄今还在其商业干部学校中，把儒家经典作为商业道德课的教材。儒家思想对韩国的现代化和经济发展起到了促进作用。韩国也是目前世界上唯一真正祭祀孔子的国家，每年春秋两季，韩国都要在成均馆的大成殿举行孔子的祭祀典礼，政府派高级官员参加。



至今，我们在很多企业的文化手册中经常会看到“上善若水”“厚德载物”“义利共生”等字眼。由此可见，传统文化的精髓演变成了企业文化的基础，如果能恰当地运用于企业文化的建设，将会大大增加企业的竞争优势，成为企业快速增长的强大动力。

中国特色企业文化的探索

1978年至2022年，中国改革开放走过了44年历程。44年间，中国经济总量一路跃升至全球第二，国家文化软实力和影响力也大幅提升，这其中离不开企业文化的作用。

1978年，中国进入改革开放的新历史时期，各种社会思潮空前活跃，经济领域和企业界更是如此。在这种情况下，发达国家的经济管理思想和实践案例等方面的著作被迅速翻译出版，其中不乏企业文化方面的专著。比如：威廉·大内著的《Z理论——美国企业界怎样迎接日本的挑战》（1981年）、阿伦·肯尼迪和特伦斯·迪尔合著的《企业文化——企业生存的习俗与礼仪》（1981

年）、帕斯卡尔与阿索斯合著的《日本企业管理艺术》（1981年）、托马斯·彼得斯与罗切特伯特·沃特曼合著的《追求卓越》（1982年）是20世纪80年代中国企业文化界公认的企业文化理论的“四重奏”。这些企业文化理论著作，对于刚刚进入改革开放时代的企业来说，可谓是文化建设上的启蒙读物，也为中国现代企业文化建设提供了理论奠基。

1980年5月，中共中央和国务院决定将深圳、珠海、汕头和厦门四个城市设为经济特区。1984年至1992年，国务院陆续设立14个沿海开放城市。特殊的区位和特殊的政策，孕育了一批先天优势企业，如成立于1978年的上海宝钢、成立于1981年的广东TCL、成立于1984年的青岛海尔、成立于1984年的深圳万科、成立于1985年的深圳华侨城、成立于1985年的珠海格力，成立于1987年的深圳华为、1988年投资建厂的深圳富士康、成立于1988年的大连万达等。这类成长为中国强企，有些还进入了世

界五百强行列的企业，在经营管理实践中积淀了深厚的企业文化，比如海尔文化、华为文化、宝钢文化、TCL文化等几十年来一直领先发展，成为中国企业文化建设最为宝贵的财富，惠及了无数中国企业。

1988年11月，中国企业文化研究会应运而生，吸引了国内高校和研究机构中许多从事经济学、管理学教学和研究人员进入企业文化研究和咨询领域。在中国企业文化研究会的带动下，各省市、各行业、各系统纷纷成立企业文化社团，有力促进企业文化领域逐步形成专业社团、咨询公司、教学研究机构、企业多层次优势互补、合作共赢的企业文化建设的良好局面。

2000年以后，中国企业文化建设进入细分领域，诚信文化、安全文化、执行文化、创新文化、服务文化、廉洁文化、班组文化等作为相对独立的企业文化子体系进入扎实建设阶段。党的十八大以后，以“国家富强、民族振兴、人民幸福”为核心诉求的“中国梦”为企业文化建设插上了腾飞的翅膀，幸福企业一时成为企业追求的终极目标和美好愿景。尔后，“互联网+”时代的到来对中国企业文化建设提出了新的挑战，中国企业文化在工作方法、传播载体、沟通方式等方面都有了新的变化，企业文化宣传正式进入全媒体时代、融媒体时代。之后，在“一带一路”的时代背景下，中国企业文化建设又适应走出去战略，在文化融合、跨文化管理等方面取得了新的实践经验。

可以说，中国企业文化40多年的发展历程，不仅是一条理论和实践的拓荒之路，而且是一条从自发至自觉再到自信的成功之路，更是一条不断升级理念和价值观的精神进化之路。

文化之光照亮企业前行路

美国兰德公司、麦肯锡公司等通过对全球优秀企业的研究，得出结论：一流公司胜



出其他公司的根本原因，就在于这些公司独特的企业文化。

有组织的地方就有文化，优秀的企业都拥有强势的主流文化，比如海尔“真诚到永远”重视服务的文化、华为的“狼性”文化、万科的“职业化”文化等，说明成功的企业文化的核心价值观必然是符合行业要求、时代要求、战略要求的。


常言道：三流的企业靠人管人，二流的企业靠制度管人，一流的企业靠文化管人；十年的企业靠技术，百年的企业靠文化。企业的使命、愿景、核心价值观、企业竞争、战略理念、管理理念、人才理念等，是企业经营管理哲学、智慧的凝练。优秀的企业文化都是“说到做到”的企业，比如阿里巴巴提倡“让天下没有难做的生意”后，不断持续优化网站体验流程，多层面改善客户满意度，并让这种文化观念根植于员工心中，最终成为称霸中国的电商王国。

随着中国经济实力的不断增强，中国和世界的关系越来越紧密，中国的企业应该意识到，这些优秀的企业文化中，拿来主义并不适用，关键还是要立足自身企业实际在实践中总结和提炼。





比如近年来弘扬中国传统文化的呼声越

来越高。但传统文化中有精华，也有糟粕，有些甚至已不适用于现代市场经济条件下的企业发展，应当有所取舍。现实中，许多企业在文化建设上启动了传统经典诵读、传统经典进车间等工程，尤其是把传统的孝文化提到了突出的地位，有的对传统文化植入式传播，放大成巨幅背景墙，在企业的显要位置展示，这都是脱离实际。我们应该意识到，

中国企业文化的繁荣，核心力量要放在当下企业经营管理的实践中，不能照搬照抄。

正像张瑞敏说的：“没有成功的企业，只有时代的企业，所谓成功只不过是踏准了时代的节拍。”在实践中探索，在探索中突破，中国的企业文化才能变得更加自信、自强。 

中国早期企业文化建设的国外启蒙读物

-  威廉·大内著的
《Z理论——美国企业界怎样迎接日本的挑战》
-  阿伦·肯尼迪和特伦斯·迪尔合著的
《企业文化——企业生存的习俗与礼仪》
-  帕斯卡尔与阿索斯合著的
《日本企业管理艺术》
-  托马斯·彼得斯与罗切特伯特·沃特曼合著的
《追求卓越》



宁波企业的文化密码

相关研究表明，基业长青的公司一定培育了与其经营环境相适应的强文化。那些优秀的企业背后一定藏着一个文化密码。



一千家企业有一千种企业文化

优秀的企业文化应该是什么样的？有一种激励职工的企业精神？有一首脍炙人口的企业之歌？有一处休闲放松的职工文化场地？有一支多才多艺的职工文艺队伍？亦或是有一份与众不同的企业报刊？每一家企业都有它独一无二的答案。

已30年深深扎根于富含传统文化基因土壤中的韵升，很好地体现了中国传统文化与现代企业发展之间的深刻互动。韵升创始人竺韵德坚信，只有靠文化的力量，企业才能成为百年老店。韵升文化已升级到3.0版本，在“以天下为己任”“以客户为中心”“以奋斗者为本”的文化观下，努力成为一家受

社会尊敬的企业。

二十多年来，乐歌积极探索企业高质量发展之路，围绕“红色引领、乐心向党”的党建品牌，结合“快乐歌唱、快乐生活、快乐创造”的企业精神，将红色基因与企业发展有机融合，实现“乐学思进、乐干致富、乐业强企、乐善为民、乐创未来”。

汽车零部件头部企业帅特龙，坚持做帅气的行业精英，做有特色的产品，成为保持中国心的龙头企业，用“特帅”的企业文化，锤炼“特帅”产品，打造“特帅”企业，成为“特帅”楷模。

在宁波市甬商发展研究会会长范谊看来，宁波是一座文化底蕴深厚的城市，宁波

企业文化在这种底蕴的熏陶下蓬勃发展与时俱进，成为凝聚人心的重要纽带、战胜困难的重要资源、构建和谐劳动关系的精神力量，是企业实现持续快速发展的强大支撑和内在动力。

在宁波企业界，无论是方太的儒家文化，欧琳的品牌文化，还是公交公司的制度文化，他们都有着共同之处，又有着大相径庭的独有魅力。他们的文化都可以讲述出一个个生动的故事，将企业愿景和实际经营结合起来，影响企业员工从自觉参与到自我参与的转换，在无形中增加一家企业的深厚文化底蕴，更彰显一座城市的文化特色。

有相关研究表明，基业长青的公司一定培育了与其经营环境相适应的强文化。在家族企业诸多传承实践中，方太集团的传承堪称典范。创始人茅理翔不但是成功的企业家，在家族传承的实践上也走出了一条自己的路。他的文化思想和文化智慧，不仅为方太企业发展注入了灵魂，也给更多企业提供了参考答案。

从昔日宁波帮的大气开放、诚信为本、艰苦创业和报效桑梓，到今天新甬商的积极开拓、不懈坚守、传承创新，与企业家精神一脉相承的企业文化，在企业的发展过程中发挥着越来越不可替代的作用。

企业文化发展的五个阶段

处在生存阶段的企业：

为生存而奋斗，可以存活是最迫切的要求，所以价值取向是以目标为导向；

在企业家代表企业文化的阶段：

企业应该构建规则体系，企业文化以规则为基础；

团队代表企业文化的阶段：

这个阶段以绩效作为基础，厚实的绩效可以帮助企业构建系统能力；

员工代表企业文化的阶段：

以创新为导向，当每一个员工都能够发挥作用，企业可以接受变化和包容失败时，企业才有创新的能力；

企业文化真正形成的阶段：

以愿景为导向，企业具有了核心价值能力，可以用文化凝聚所有人从而获得强有力的竞争地位。

知与行的文化共鸣

阳明心学是中国传统文化的精华，党的十八大以来，习近平总书记多次在不同场合强调学习王阳明思想的重要性。

宁波市委十三届八次全会指出，宁波当好坚定文化自信、繁荣发展社会主义先进文化的模范生，要推动阳明文化等优秀传统文化的创造性转化、创新性发展，打造一批具有宁波特质的文化地标、文化标识。

作为阳明先生出生地、成长地、阳明心



学思想重要萌发地和传播地，宁波（余姚）在阳明文化建设中具有天然优势和独特地位，近些年来，致力于阳明文化的研究、推广与传播，已连续多年举办阳明文化日活动，并于2018年升格为宁波（余姚）阳明文化周活动，努力使阳明心学思想在新时代展现更多的时代价值，助推宁波文化强市建设。

这些年来，宁波牢记总书记“繁荣港城文化”的殷切嘱托，坚决扛起“为往圣继绝学”的历史责任，全力推动阳明文化融入群众日常生活、涵养高尚精神品格、成为城市人文底色，为增强文化自信自强，扩大中华文明传播力和影响力提供了宁波实践。

2018年11月16日，在第一届“世界宁波帮·帮宁波”发展大会上，原浙江省委副书记、宁波市委书记郑栅洁第一次用知行合一、知难而进、知书达礼和知恩图报四个

“知”来介绍宁波。

在2019年第二届世界“宁波帮·帮宁波”发展大会上，郑栅洁又用“四行”深入阐释“四知”——知行合一，行必务实；知难而进，行不懈怠；知书达礼，行而优雅；知恩图报，行路思源。

2020年7月8日，宁波市委十三届八次全体（扩大）会议审议通过《中共宁波市委关于深入学习贯彻习近平总书记考察浙江、宁波重要讲话精神 努力当好浙江建设“重要窗口”模范生的决议》，明确“知行合一、知难而进、知书达礼、知恩图报”为宁波精神。

阳明文化的知与行不仅在宁波的城市精神里，更为宁波商帮的发展提供了独特的精神支撑。

王阳明提出士农工商“四民异业而同

道”，为宁波人自由地从事工商业打开了精神上的枷锁，成了宁波商人的精神路标——中国第一套西装、第一家华人银行、第一位世界船王，都出自“宁波帮”。王阳明认为“虽终日做买卖，不害其为圣为贤”，不仅肯定了商人的地位，甚至还指出，商人只要心中有“道”，依旧可以成圣贤。

在“知”“行”学说的影响下，从昔日的宁波帮到今天的新甬商，都在自身发展过程中形成了独特的企业文化体系。在宁波企业中，有诸多企业的成功得益于听党话跟党走——紧随时代发展的“脉搏”而“跳动”。比如雅戈尔。40余年时间里，雅戈尔解放思想、实事求是、与时俱进，探索出了民营企业党建新模式——“红领袖工程”，实现了从“小作坊”到“大集团”的华丽转身。

另一家民营企业的代表方太集团，是



传统文化导入企业文化的成功实践者。从2008年开始，方太以高度的文化自信导入中华优秀传统文化，初步形成了具有中国特色的方太文化体系，包括法律责任、发展责任、伦理责任、慈善责任四个方面的社会责任观。



文化凝聚企业发展力量

企业文化总是被人们津津乐道。他们有时将企业文化吹捧为事业成功的基石；而有时却在媒体上辩解他们将如何解决让公司陷入困境的企业文化问题。无论处于哪种境况，我们都心知肚明，建立和维护企业文化任重道远，从一而终。

也正因企业文化的建设有着如此巨大的影响力，调研及研究企业文化的发展变化就变得势在必行。从中掌握规律、发现问题、明确努力方向，对于加快宁波企业发展，提高经济运行质量和效益，实现宁波和谐发展、建设创新型城市、推进经济社会转型、克服全球金融危机带来的影响，都具有非常重要的现实意义。

“宁波市企业文化示范基地”作为宁波市企业文化领域最重要的推选活动，自2010年正式开展以来，每两年推选一次，现已推选出55家“宁波市企业文化示范基地”，得到市委、市政府及相关部门的高度重视，对推动宁波企业高质量发展起到了重要作用。

“没有什么东西能比榜样更具感染力。”正如宁波工程学院教授包建国所说：“十年积淀，示范基地和先进单位的引领和榜样作用已见端倪。在生产管理、产品品牌、企业形象、市场营销等方面，这些示范基地和先进单位已表现出可持续发展的软实力。文化积淀在企业活动中是一种手段，为企业的生产效率和效益保持持续提升服务。所谓企业文化建设，其目的就是形成企业可持续发



展的动力。”

过去几年，宁波市企业文化研究会作为宁波市企业文化建设领域重要的观察者、见证者和推动者，为本土企业界塑造一批榜样和先锋，领头羊继续努力向前，后来者目标笃定奋起直追。2022年，为推动宁波企业文化建设，打造宁波企业文化建设标杆，梳理企业文化建设榜样，为高质量发展建设共同富裕先行市提供强大文化支撑，赋能宁波现代化滨海大都市建设，第六批“宁波市企业文化示范基地”评选活动再次起航。

企业文化是企业的本质，好的企业文化能够帮助公司形成超强凝聚力，从而打造一

个超强战斗力的团队，让企业在奔跑的路上，不盲目迷失，有能力战胜各种困难。

一个民族的复兴需要强大的物质力量，也需要强大的精神力量。于企业而言，文化的力量能够让企业走过风风雨雨，跨越行业红海，在激烈的市场竞争中突围，走到世界前沿。■



党建引领，“青春”正年少

文化标兵 雅戈尔

文化亮点 红领袖工程

40余年时间里，雅戈尔解放思想、实事求是、与时俱进，探索出了民营企业党建新模式——“红领袖工程”，实现了从“小作坊”到“大集团”的华丽转身。



年升级为党委。目前党委直接隶属党支部31个，党员436名。在企业发展壮大过程中，雅戈尔始终坚持党组织及时跟进、及时覆盖、不留空白，发挥组织引领作用，在雅戈尔战略决策、转型升级上起到了关键作用，促进企业走上高速发展之路。

在雅戈尔的发展过程中，有三个阶段至关重要。第一个阶段：大力推进横向联营，助推企业迈出发展。通过横向联营，企业学到了先进的管理经验，培育了队伍，还完成了部分资本和技术的积累。

第二个阶段：大胆探索股份制改造，促进企业稳步发展。雅戈尔党组织倡导员工都要持股的分配制度，普通员工以按劳分配为主，按需分配为辅；中层干部按劳、按需相结合；高层干部鼓励多持股、多投资。一些退休工人原本什么都没有，在股份制改革的时候，每个人也分了5000股。让员工享受改革开放红利，盘活了企业员工积极性，企业成功上市，进入资本市场。

第三个阶段：大举谋划多元化战略，助力企业快速发展。雅戈尔集团党委学习贯彻十八大、十九大、二十大及各级全会要求，第一时间落实学习，第一时间研判方向，调整发展战略。结合“人民日益增长的美好生活”需求，引导企业在做好服装产业的基础上，涉足纺织、地产、贸易、投资、康旅等

组织领路，共创实业发展

雅戈尔集团持续打造的“红领袖工程”中，“红”即是党建的代表色，“领袖”则是结合雅戈尔身处服装行业的特性。“红领袖工程”分“领”和“袖”两个方面，分别

设立“领·路、领·帅、领·队”和“袖·章、袖·扣、袖·风”六个板块，以此作为企业发挥党的理论、政治、组织、制度、密切联系群众、党风廉洁优势的途径。

雅戈尔成立伊始就建立了党组织，1996



多元化产业。

书记领衔，共鸣时代之责

如果说“红领袖”是雅戈尔党建工作最生动传神的载体，那么其中作为公司和党组织“火车头”“领头雁”的领帅人才队伍，更是发挥出了巨大的乘数效应。

在雅戈尔，实行党组织书记与行政一把手“一肩挑”，李如成既是董事长也是党委书记。创业阶段，他凭着一己之力将青春服装厂拉上了岸。将一个1979年2万元安置费拼起来的“小作坊”，通过横向联营推动企业走上发展快车道。创牌阶段，他顺应社会主义市场经济发展趋势，推出“雅戈尔”自主品牌，带领企业不断做大做强。2016年年底，李如成喊出了“五年再造一个雅戈尔”的宣言，同时，践行高质量发展成为他新的使命。2021年年初，他出资28亿元设立雅戈尔时尚（上海）科技有限公司，进军时尚科技领域，将雅戈尔的品牌矩阵进一步升级。

2021年6月，《浙江日报》刊发署名文章，李如成发表《共创 共鸣 共情 共享》，为共同富裕献良策。

作为宁波企业家的代表，李如成在承担社会责任的道路上低调而又踏实地前行，多年来持续不断地在扶贫、抗震、救灾、教育、

健康、文化等领域开展社会公益事业，并把“助学助教”“医疗健康”“关爱老人”“质量教育”等列为雅戈尔重点支持的领域，每年制定公益支持计划，通过财务预算予以资金保障。至今累计投入已超过7.25亿元。

在他带头下，这些年来，雅戈尔积极探索具有普遍意义的共同富裕路径，探索“造血”与“输血”共同增进的机制，由资金帮扶逐渐向精准化、产业化转变。

党员领跑，共建和谐之家


群众路线是雅戈尔“红领袖工程”中十分突出的指导思想。雅戈尔建立初期，服装厂的生产工具正是在工人群众支持下拼凑出来的，在40年高速发展的过程，雅戈尔从未忘记“从群众中来，到群众中去”的人本理念。

雅戈尔现今拥有2万名员工，在铸百年企业、创国际品牌的进程中，企业一直把人才培养、员工关怀视作群众路线中至关重要的一项工作。“人才与事业共长”是雅戈尔长期坚持的理念，在员工心目中，党组织是温馨的港湾。集团各支部利用多种方式，为员工排忧解难。尤其在近几年，雅戈尔不断加强员工考核、管理、分配、提升、培训等建设，和各大高校、科研机构建立起合作关系，建立营销管理学院，每年选送优秀员工

到院校深造。雅戈尔还是浙江省首批“企业技能人才评价标准化体系建设基地”，企业可自主组织评价鉴定，获得由人社部门颁发证书，并可优先获得职业培训经费补贴，更好地推动和促进企业技能人才培养工作。

在雅戈尔，从来没有“打工妹”“打工仔”等说法，企业坚持来到雅戈尔就是一家人的。为优化员工工作生活环境，雅戈尔投入巨额资金，引进国际最先进的设备，如智能化吊挂设备、CAM裁床等，减轻工人劳动强度，降低安全隐患。为营造良好的生活环境，雅戈尔先后建设三座职工宿舍，共投入8200万元，宿舍配有衣柜、写字台、电话，24小时提供热水，还设置了多功能活动室、图书馆等设施，并定期举办各类活动。

不仅如此，为深刻践行群众路线，雅戈尔通过三联三会、六必谈五必访，时刻关注员工动态，在企业内部形成了尊敬人、关心人、理解人的氛围，让员工对企业产生强烈的归属感和认同感。据统计，雅戈尔所有员工中连续工作5年以上的员工占比约为90%。

站在新发展阶段，李如成踌躇满志：“走在党建引领企业发展道路上的雅戈尔对未来发展充满信心，雅戈尔还青春。”



党建牵引“牛鼻子”

文化标兵

公牛

文化亮点

三大品牌工程

如果公牛真的是一头牛的话，那党建就是“牛鼻子”——抓好了党建，就抓住了公牛快速发展的关键。

没有党领导的改革开放 就没有公牛

公牛集团的基因里从一开始就刻上了党的烙印——没有党领导的改革开放，就不会有公牛的诞生。

“时代给每个人都会带来一些机遇，抓住这些机遇，你的人生就会变得不一样。”公牛集团创始人阮立平抓住的第一个人生机遇，就是高考。1977年，党中央拨乱反正，恢复了因文化大革命而中断了十年的高考制度。三年之后，阮立平以优异的成绩考上了武汉大学动机电学院机械制造专业。

阮立平抓住的第二个机遇依然是党给予的。1992年，邓小平发表了著名的南巡讲话，改革开放陡然提速，阮立平所在的单位也一改以前的做法，开始允许职工利用业余时间经商。从1992年开始，阮立平也“下海”做起了小生意。他的生意越做越大，但他渐渐不满足于此。他觉得，如果是自己来做，一定能做出质量更好的插座。

1994年，在研究所工作了10多年的阮立平，在一次公事出差中受伤，领导批准他回家休息半年。在家养病期间，他目睹了改革开放中家乡民营企业的迅猛发展，也让他对自己的人生前途有了更深刻的思考。1995

年，他正式向单位提出辞职下海的申请并获得批准。同年，他在家乡办起了一家个体私营企业，取名为公牛电器厂，这就是公牛集团的由来。

独特地位——党建引领一切

随着公牛产品知名度的不断扩大，公牛的规模也越来越大，公牛员工中的党员也越来越多。2007年，公牛成立党支部，2013年成立党总支，2015年进一步升格为党委。现如今，公牛集团有12个党支部，共有党员305人。2021年，公牛集团党委被中共宁波市委评为五星级党组织。

在各方的支持下，公牛党建成为了“大党建”的代表，党群行政中心的工作职能不断扩展。不仅如此，公牛党委还通过创新性的做法，将自己的影响力延伸到企业的日常经营乃至战略决策等层面。比如，公牛党委在各基地均设立党群行政部，确保基层管理工作与集团党委保持高度一致；积极将“支部建在一线”，把党的组织力量触角延伸到各个角落，贯穿到企业经营管理各环节。通过开展党组织进车间、进宿舍“双进”活动，公牛党委深入一线了解员工所思、所想，并努力化解各类矛盾和困难。

积分制在公牛的实施是公牛党建在企业经营管理上的一项重要创新。秉承“让优秀员工不吃亏”以及“让管理者更轻松”的理念，公牛于2017年初探索推行“全员积分制管理”，对员工在工作、学习等各方面表现以加分或扣分的形式进行鼓励或提醒，形成比学赶超、争锋亮相的良性竞争机制。积分制推行四年来，公牛的各项工作得到了更好的落实，跨部门协作取得明显效果。

在今天的公牛，党员、员工有困难第一时间找党群行政中心解决，各部门有活动会邀请党群行政中心参加，公牛高层在制定战略规划时也会考虑党群行政中心提供的建议——公牛党建日益受到公牛高层和员工的重视，地位越来越重要，发挥的作用也越来越大。

独特作用 ——三大工程保驾护航

党建工作在公牛最根本的作用，还是打造公牛的“软实力”。多年来，公牛党委始终坚持“强党建、促发展、创品牌”理念，通过“公牛正能量健康素养工程”“公牛正能量爱心奉献工程”和“公牛正能量企业文化工程”三大工程建设，为公牛高速度、高

“五育助成长 七彩绘童年”公牛集团第十届“候鸟之家”结业典礼



质量发展保驾护航。

健康素养工程。公牛党群行政中心始终将员工的健康放在重要位置，在“健康品牌”的引领下，每月开展一期健康素养活动，每年组织全体员工参加健康体检，主要的生产基地都设置AED、母婴室等，不断改善员工的健康工作环境。因疫情影响，2020年健康素养工作紧贴实际需求，采用线上讲座及游戏等方式，重点开展了传染病预防、新冠疫情应对等培训，提高了员工对新冠疫情的认知。四年多来，公牛已经累计开展健康素养提升系列活动97多期，覆盖三万多人次。

爱心奉献工程。公牛全面推行养老医疗保险、住房公积金、住房补贴“三个全员覆盖”，投入近2100万元改造食堂和宿舍，为引进的高层次人才和专业技术人员免费提供套间和集体宿舍。公牛深入持久帮助外来员工解决子女团聚及入学需求，每年举办为期一个月的“候鸟之家”暑期托管，十年来

累计参与1800多人。集团以党员为主的爱心志愿者队伍，定期在企业内外开展志愿服务，尤其在抗疫期间承担了大量的门岗测温、食堂分餐、核酸检测等服务工作，确保了全体员工的安全健康。公牛还积极履行社会责任，近五年来在文化教育、健康卫生等方面的捐助支出达到1.7亿元。

文化凝聚工程。公牛集团党委指导成立公牛文联，全盘统筹、提前策划专题活动，本着全员参与的原则，极大提升团队凝聚力。党群行政中心每年重点组织好两次大型活动，其一为年中的公牛文化节/运动会系列活动，以文化体育竞赛活动、牛人秀才艺表演、夺宝奇兵游园会等形式，为全体公牛人带来全新的运动体验和文化感受。其二为每年年底策划开展正能量新春联欢会，活动影响面之广、关注度之高，俨然已经成为了公牛的“春晚”，其中2020年度的线上观看量突破27.8万人次。公牛按照每人每年500-1000元不

等的费用，指导各部门开展团队建设活动，同时，公牛还成立了近20个文化艺术、文体体育等俱乐部组织，每个组织按照每年7000元至1.5万元不等的标准给予经费支持，定期开展各类形式丰富的活动，促进团队融合。■



红色引领 乐心向党

文化标兵

乐歌

文化亮点

快乐文化

围绕“红色引领、乐心向党”的党建品牌，结合“快乐歌唱、快乐生活、快乐创造”的企业精神，乐歌将红色基因与企业发展有机融合，实现“乐学思进、乐干致富、乐业强企、乐善为民、乐创未来”。

乐业强企：引领高质量发展

作为国家级制造业“单项冠军”示范企业，乐歌以高质量党建为引领，不断突破技术瓶颈，在全国范围内率先布局线性驱动领域的智能制造，引领行业发展。

1998年，项乐宏在别人的不解中，毅然放弃铁饭碗，一头扎进了外贸的高海中，下海创立了乐歌前身宁波丽晶电子有限公司。2002年，宁波丽晶时代电子线缆有限公司成立。2004年，乐歌占地不到28亩的第一个工厂诞生。2009年，乐歌在滨海开发区新建了100亩工厂。2016年，乐歌越南工厂投产，目前正在建设三期项目，总面积扩增到200亩。2020年，乐歌又在广西北海布局了400亩的现代化工厂，全新规划的厂房、办公楼宇、员工宿舍，先进的自动化流水线，行业领先的SMT车间、自动化仓库……从一手找客户要订单，一手找工厂拿货开始，乐歌有了自己的工厂，成为工贸一体企业，从跨境电商品牌出海，到打造跨境物流服务体系，回望20多年的发展历程，乐歌的事业版图从海滨之城，扩展到了全球75个国家和地区。

从2015年开始，乐歌把目光投向了人体工学大健康领域，攻克了线性驱动核心技术，并逐步向以升降桌为主的健康办公产品



转型，凭借强大的自主研发与制造能力，乐歌海外品牌FlexiSpot升降桌、升降台等产品在亚马逊等第三方电商平台，逐渐打响了名气。在此基础上，乐歌努力在自主渠道、自主营销、自主品牌等方面下功夫，先后建立了9个独立站，如今独立站的销售已占到自主品牌销售收入的4成，对三方平台的依赖进一步降低。

疫情发生以来，乐歌逆势上扬，2020年，实现营业收入19.4亿元，较上年同期增长98.42%，位列2021年浙江省成长最快百强

企业榜首，2021年，实现营业收入28.71亿元，同比增长47.95%。

乐学思进：打造学习型组织

乐歌于2010年3月正式成立党支部，2020年12月党支部升级为党总支，并下设三个支部，截至目前拥有正式党员80多名。曾获“宁波市先进基层党组织”“宁波市抗击新冠肺炎疫情先进集体”等荣誉。

在乐歌，党支部强化政治引领、固根守魂，突出学用结合、知行合一。“听党话、



跟党走”，不忘乐歌创业史，脚踏实地、心怀理想，充分发挥党委“红色引擎”的核心作用，积极开展各类党建活动，打造学习型组织，提升党员党性修养。为提高员工自身素质和综合能力，乐歌开展了包括新员工入职培训、管理人员技能提升培训、拓展训练、外出参观学习等多种培训，为员工提供更多的发展机会和广阔的舞台。

2022年，乐歌与宁波工人大学共建“乐歌学院”，积极探索人才培养新模式，让员工以更低成本提升技能、素养和学历，实现自我提升。构建乐歌产业工人终身教育体系，为终身学习提供“一站式”解决方案。打造一支有理想守信念、懂技术会创新、敢担当讲奉献的产业工人队伍，培养行业所需的“现代工匠”。为宁波打造人才高地，培养更多高素质技术技能人才、能工巧匠、大国工匠”提供有益经验，助力宁波共同富裕先行市建设和加快建设现代化滨海大都市。

乐歌党支部总引导广大党员带头攻坚克难，助力企业技术创新。2020年成功申请“鄞州区范宝来技能大师工作室”，截至2022年6月，已有近百名员工获评高级经济师、

高级工程师、工程师、高技能人才、鄞州金匠、鄞州银匠等各类职称、人才荣誉。

乐干致富：提升员工幸福度

在员工眼里，董事长项乐宏是带着他们走向共同富裕的带头人。从2009年股改开始，他就多次把股权分给核心员工，上市后，又持续实施股权期权激励，累计三百多名员工受益。即使是一个身价几十亿的上市公司老板，他依旧保留着很多普通员工的微信，员工可以直接向他反映问题。

乐歌在自身发展的同时，积极为员工谋福利、谋幸福，不断提高员工收入水平。随着企业快速发展壮大，员工数量随之增加，乐歌秉持着共同富裕的理念，通过提升员工薪酬让员工真正实现劳有所得。共同富裕既要“共享”，也要“共富”。大规模实施股权激励是乐歌股份带动员工共同富裕的重要途径。2017年，乐歌在深交所创业板上市，带动一批股东和员工实现财富大幅增长，也造就了一批千万富翁、百万富翁。

除了物质收入外，乐歌还全方位关爱员工，提供多种福利。除了提供节日福利、班

车、员工宿舍等常规性的福利，乐歌还有一些特色福利，例如为所有的员工都配备了人体工学升降办公桌，实现坐站交替，避免腰肌劳损；设立了购房购车基金，为员工提供无息贷款，实现安居乐业；乐歌还免费包员工一日三餐并以自助形式让员工吃得饱、吃得好，并配备各式各样的下午茶点。

乐歌关爱员工，也关爱员工家属。连续举办9年的员工子女夏令营、让子女了解父母的工作。在重阳节邀请员工父母参观公司，聆听专家医生健康讲座，宣传健康知识。乐歌还举办相亲活动、女神节活动等，开设多个社团，丰富多彩的活动大大提升了员工的幸福感。

此外，乐歌还积极响应“共同富裕”的号召，始终秉承饮水思源、造福桑梓的慈善初心，主动参与公益事业，承担社会责任，践行商业向善的理念，累计捐款捐物超过3000余万元。在助学奖教、救灾、环境保护和乡村振兴、关爱留守儿童等方面做出表率，展现出乐歌对社会的“硬核担当”。



党建铸就君禾魂

文化标兵 君禾

文化亮点 清廉文化

伴随多年的潜心修炼，一代代君禾人积淀着专注敬业、精益求精的工匠精神和行动准则，这不仅彰显了君禾泵业股份有限公司名字——“君子以德，禾生天下”的由来，还让君禾二字成为国际水泵行业一块金字招牌，在奋进的道路上始终坚持稳中求进、创新求实。

知难而进：转型做主角

君禾泵业自1999年成立以来，数十年如一日，坚持顺应时代稳步创新、数智化改革和绿色可持续发展之路。从供应水泵配件到建立完善产业链布局，从塑料厂到高新技术企业，从生产配件没有市场话语权到树立行业龙头地位，君禾股份始终走在多元化、高质量发展的奋进路上。

2011年9月，君禾历经10年发展已然初具规模，根据市场的发展产品销往欧美、东南亚等60多个国家和地区，创造了一路的君禾辉煌，张阿华又大胆进行股份制改造，引进经理人团队，开启资本市场战略。2017年7月3日，对于所有君禾人来说，也许是一生中最难以忘记的一个日子。在那天，君禾泵业股份有限公司在上海证券交易所主板上市，开启了“制造+资本”双轮驱动的加速发展模式。

对此，“君禾不会为了上市而上市，我们的目标是依托资本市场扩大规模。我们将充分以兼并、收购的方式整合水泵制造企业 and 国内外水泵知名品牌，将君禾打

造成国内家用水泵龙头企业。”张阿华表示。

目前，作为产业链布局完善的家用水泵龙头企业，君禾股份近年来出口交货值稳居国内行业前三名，成为国内家用水泵行业领军企业，荣获国家火炬计划产业示范单位，省级研发中心，浙江省专利示范企业，高新技术企业，宁波市单打冠军企业等荣誉。君禾的泵业产业链和服务领域也在不断延伸，君禾电缆、君禾塑业、君禾电机、蓝鳍电商相继成立。

从为他人做嫁衣，到自主成套水泵并拥有自己的核心产品，君禾的创立是一次从配角到主角，主角到名角的成功转型之路。

知行合一： 以人为本，谱好连心曲

张阿华在发展企业的过程中，极其重视企业文化和企业家的社会责任实践。

走进君禾，可以看到灿然一新的被誉为“君禾之家”的企业文化中心和党建宣传长廊，由党建工作、清廉园地、红色驿站、

读书室等功能区组成，既是公司党员和职工红色文化学习的课堂、组织开展的阵地，又是关注员工内心世界、精神状态，进行谈心谈话交流的平台。在这里不仅记录了数年来一代代君禾人的奋斗历程和荣誉荣耀，还可以看到君禾为员工成长、发展设置的一系列福利和权益。

君禾坚持以人为本的理念，增设员工谈心制度，了解员工生活状况和思想状况，及时为其排忧解难，使其无后顾之忧，从而切实帮助员工解决工作、生活上的心理压力、情绪管理、健康管理等方面问题。君禾常态化建立“总经理信箱”，始终把维护员工切身利益、提高员工福利待遇放在突出位置，重视员工人文关怀，用实际行动践行了“君子以德”的企业理念。同时，在企业高速发展的路径上，优先开展职工教育培训，设立职工教育基金，注重技能培养和岗位成才，大力实施传帮带机制，培养一批岗位“接班人”，在企业内部形成良好的传、帮、带的氛围，进一步促进公司蓬勃发展。唯有针对性地构建职业发



展管理机制、将合适的人员放在适合的岗位，搭建合适且可持续发展的人才发展及培养工程体系，企业才能稳步向前地发展。

君禾不仅坚持强化人文关怀，不断提升对员工的关怀关爱力，还架设公司与职工家属之间的连心桥，筑牢家-企-职工“三位一体”安全、安心防线。正因为关心员工、尊重员工、重视员工，君禾才能登上一个又一个行业高峰，为推进中国式现代化贡献民营企业力量。

知慎倡廉：永葆“红”底色

从张阿华凭借艰难困苦、积极向上的“四千精神”，把卖面桥塑料厂的小产品卖进了北京人民大会堂开始，君禾与党的缘分就已经变得难解难分，不可分割了。

君禾党支部成立于2006年，2013年成为总支部，截至2020年底共有党员54名。在君禾党建宣传廊中可以看到党组织简介、党员先锋岗、公司党建工作等内容逐一呈现，感受到党支部不断在加强和完善自身的建设

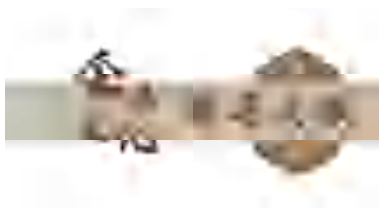
的同时，以党员的身份亮显和作用发挥，促进企业的经营发展。凝聚红色文化魅力，让君禾人在潜移默化中接受党建文化的熏陶，从而使党建成为企业一道独特的风景线。

通过一系列由党组织牵头安排的文娱、公益等主题活动，进一步提升企业员工的向心力和凝聚力。譬如清明祭奠革命烈士、参观烈士博物馆等活动，在缅怀革命先烈的同时，传承红色基因，赓续红色血脉，高擎“红色旗帜”，汲取奋进力量。引导青年员工积极向党组织靠拢，为君禾泵业进一步发展壮大添砖加瓦。全面做好理论学习、党员教育、党建引领等工作，将党建与君禾业务融合推进，为君禾工作提供强有力的组织保障。

君禾不断加强企业党建和企业廉洁文化建设，成立了清廉工作小组，建立了工作制度，完善了内控机制，开展了相关的宣传教育，同时还将清廉文化传播到商业合作伙伴之中。

在建设“清廉民企”之路上，君禾设立领导机构、组建纪检小组，通过廉洁从

业标准、廉洁谈话制度和设立举报通道来构建制度体系。员工需要按要求签订廉洁自律承诺书，积极配合纪检机关，严守清廉红线；合作伙伴则倡导执行清廉建设倡议书，营造廉洁从业和诚信守法的商业氛围，从而让“清廉因子”生根发芽，全面融入企业的经营发展中，为企业健康发展提供了源源不断的动力。■



党建引领 逐水行天下

文化标兵

宁波水表

文化亮点

企业“政研会”

在党建引领下，宁波水表（集团）股份有限公司秉承持续发展的不变初心，涓涓汇流，逐步成长，铸就了厚重的企业文化。



根基逐水而行，红锋党建筑根基

更名前的宁水集团经历过 2000 年的国企改革，改制前是家喻户晓的“宁波水表厂”，其前身是宁波综合仪表厂。在建厂同年的冬天，即成立了中共宁波综合仪表厂支部委员会，当时只有 7 名党员。从那时起，支部一班人就明白了要用党的理论武装来促进企业队伍建设，不断调整深化学习制度，为企业发展注入新动力。他们以支部为平台，定期组织党员和骨干开展诸如务虚学习会、发展讨论会、产业方向研究会、转型重点分析会等多种形式的主题党日活动，使得党员干部的意见建议如同林间细流，不断汇集，成为宁水集团发展重要的智慧源头。目前，宁水集团党员人数已增长至 130 人，党委下设 7 个支部。

宁水集团党委围绕促进企业持续稳定发展这条工作主线，大力培育和践行社会主义核心价值观，深入实施公民道德建设工程，不断夯实党建基础，逐步形成万涓汇流、博采众议的宁水特色。

企业“政研会”是宁水集团党委的特色工作。自 1986 年起，由党委主导的政研会已连续举办 30 余届，累计收到各类论文 400 余篇，内容涉及党组织建设、生产经营、员工队伍建设、企业文化建设等方面，为员工交流思想、展现才华提供了舞台，同时也为企业发展集智献策。宁水集团党委主办的《水表报》至今已刊发 712 期，是党建思想宣传工作的又一个渠道载体。如今，宁水集团上下形成了线下“个人自学+午间小课堂集中学习”、线上“宁水党建+学习强国 APP”相结合的学习模式，在真学真信中加强理论武装，强化党性修养。

党管人才筑巢引凤栖

宁水集团党委始终推行“汇智聚才 共创未来”的人才理念，以“众智皆才”的育才之识，“尊重人才、吸引人才、重视人才”的爱才之心，“用人之长，避人之短”的用

才之道，助力企业稳健发展。在人才培养方面，采取“导师带徒”“中层任用选拔”“赛场选马”等多种方式，为人才搭建良好的职业发展平台。

技术研发需要人才支撑。为吸引更多的高精尖人才，宁水集团在人才引进与培育上投入了大量资金。企业设有浙江省水表研究院、国家认可 CNAS 实验室、浙江省企业技术中心，拥有国家级博士后科研工作站等创新平台及共计 200 多名研发人员，其中党员占比达到 30%。

以宁波市劳动模范陈富光和“五一”劳动奖章获得者张裕松为代表的一大批党员研发人员，在各自的产业领域传承“亮剑”精神，攻坚克难，所向披靡。

围绕各式水表，宁水集团主持及参与国家、行业、团体标准等近 80 项的制修订，并主导起草我国十二五、十三五、十四五水表行业发展规划纲要，拥有授权专利和软件著作权 400 余项，形成了较为完备的核心技术和产品知识产权体系，并已具备数字仪表迭代研产、远端传感数据互联、智能分析增值服务等成功转型能力，成为实现传统产业数字化的典范。

2021 年，宁水集团两项产品分别荣获中国计量科学研究院颁发的水表类 001 号、002 号计量评价（NIM-CS）证书，此为全国水表行业领域首批计量评价证书。截至 2022 年 7 月，宁水集团已累计申请各类专利 443 项，获得授权专利 289 项（发明 23 项、实用新型 218 项、外观设计 48 项），有效授权专利 237 项（发明 22 项、实用新型 170 项、外观设计 45 项）。累计获计算机软件著作权 111 件，发表科技论文 145 篇。

注重品性筑清廉防线

浙江省第十五次党代会提出了打造清廉高地的奋斗目标，这是贯彻党中央建设海晏河清、朗朗乾坤的清廉中国奋斗目标的再升

华，也是落实省委《关于推进清廉浙江建设的决定》的再深化。

宁波作为全国廉政文化先发地，承担着为全省打造新时代清廉高地提供“宁波样本”的重要使命，理应勇当“两个先行”探路先锋，供给更多清廉范例。


宁水集团党委充分发挥廉洁文化培根铸魂的强大力量，将清廉思想、清廉教育、清廉制度、清廉文化同企业发展建设全方位融合，以上率下、以点带线，大力开展清廉企业建设，以廉洁文化涵养宁水集团新风正气。

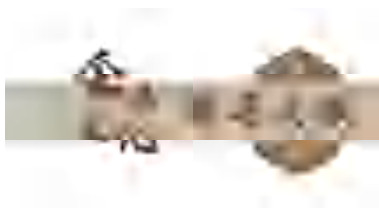
长期以来，宁水集团党委始终致力于打造清廉企业，倡导党员做“清廉如水，水利万物而不争”的水表人。凡中高层人员任职，均需签订《廉洁自律协议书》。

宁水集团与供应商签署《廉洁承诺书》，保证供应商合法权益；设置监督举报邮箱，畅通监督举报渠道，适用于所有合作单位，切实做到有诉必查、有查必果、有果必复；在另一方面，设立董事会合规管理委员会并制定实施细则，进一步推进和规范法治建设，保障合规运作。

除此之外，在宁水集团的内部，从教育入手，以预防为主，建立健全纪委组织，由党委委员担任纪委书记，从制度建设、文化建设、党员教育等多方面注入“清廉因子”，助力企业更有生产力、竞争力和生命力。并且将清廉教育与入职培训、职业规划、组织生活、工人先锋号创建等紧密结合，每年开展“廉洁之星”评选。

通过定期举办清廉沙龙、爱心公益等廉洁警示教育系列活动，宁水集团在企业内部树立“清廉从业、诚信守法”，让“清廉”两字内化于心、外化于行，严惩杜绝各类破坏公平商业风气的行为。

凝聚清廉建设强大工作合力，推动清廉思想、清廉制度、清廉规则、清廉文化深度融入宁水集团发展建设的方方面面。



党建赋能管理新模式

文化标兵

东方日升

文化亮点

党建平台

搭建平台、丰富载体、创新方法、打造东方日升党建品牌，成立二十多年来，东方日升在不断深化全球战略布局，打造国际影响力，为广大用户提供专业的光伏产品和技术支持的同时，也实现了党建提升与企业发展的双赢目标。



党建平台，让管理更创新

在多年的发展中，东方日升逐步走出了一条独特的党建之路——搭建了一个智慧党建平台。

2003年，东方日升成立党支部，2011年8月升格为党总支，董事长林海峰担任书记。目前，东方日升共有党员309名，其中在册党员有92人，流动党员217人。

东方日升的智慧党建平台以大数据为核心，设置了“班子建设”“党员管理”“组织生活”“作用发挥”“制度建设”等5个模块，同时为每个支部开通办公端口、每名党员建立电子身份，通过智慧党建平台将日常党务工作在平台中变繁为简、化难为易，使平台真正成为党支部书记的智慧抓手、党务干部的工作推手、党支部委员和党员沟通的学习帮手。

平台自2020年建设以来，已颇有成效，主要体现在以下三个方面：

一是搭建一个大数据库，实现党员管理精细化。通过对原有的人力资源平台中的基础数据进行采集、分析、查询、追踪和应用，完成企业党员组织关系集中排查。通过智慧党建管理平台，可实时查看党员数量、党员年龄比例、党员性别比例、党员学历统计、党员转出转入记录、表彰处分记录、民主评议记录等数据，可实时汇总三会一课学习情况、思想汇报、工作计划、党费管理、会议管理等数据，获得准确的党员信息和丰富的党务成果信息，从而为党建管理和组织决策提供切实有效的数据依据，实现党员精准化管理筑牢基础。

二是形成一套固定流程，实现发展党员规范化。平台运用信息化手段对发展党员流程的五个阶段进行分析拆解，通过系统流程固化下来，对入党申请人从递交入党申请书直至转为正式党员，进行全程、连续、线上线下同步纪实管理，实现培养过程的实时跟踪、监控、提醒。

三是制定一项标准体系，实现党员考核科学化。坚持以大数据推动、分析、研判工作，运用基层党建大数据平台，对党组织、党员队伍、组织生活等基础党务和党建引领企业生产、党员作用发挥等工作情况数据进行实时动态管理、实时提取分析、实时研判推进，同时系统可进行自动收集、分类，给组织画像、给党员画像，形成统一的电子台帐资料，为企业党建工作推进提供数据支撑、决策参考。

“党建+”行动 让党建多元化

一系列“党建+”行动，让东方日升的党建文化更多元。

一是党建+人才培养，抓住队伍建设的核心力量。牢牢把握学习贯彻习近平主席新时代中国特色社会主义思想这条主线，坚持原原本本学、辅导讲解学、上下联动学，突出抓好领导干部和青年干部两个重点，推动理论学习往心里走、往深里走、往实里走。发挥党总支“龙头”作用，总支全体成员认真研读《中国共产党简史》、《打胜仗》等书籍，积极上党课；“第一书记”认真履责，发挥优势，坚持总揽不包揽，做好指导帮带、组织协调、推动落实等工作，有效带动基层党员职工工学思践悟。积极开展党史教育，每周二进行线上微党课学习，每月组织一次线下学习，辅以重温入党誓词、座谈、演讲等活动组织党员群众进一步加强对党史的学习，提高党员素质，引导青年党员进一步提高理论素养和实践能力，力争成为新思想的坚定信仰者、积极传播者和模范践行者。

二是党建+共建联盟，扩大党建“朋友圈”。东方日升党支部邀请各联盟单位开展共建共创共享活动，如国家税务总局宁波税务局梅林税务所党支部和日升党支部联合开展的税企共建活动等，有利于实现组织

建设互促、党员干部互动、党建载体互融、党建和业务双提升，切实增强工作活力，为党建及宁波经济发展做出积极贡献；同时发改局、金融办、经信局、商务局、科技局、市监局、环保局、人社局部门负责人，与东方日升业务对口部门负责人对接，开展组团上门服务，并建立长效对接服务机制，为实现优势互补、促进经营稳步发展作出了重贡献。

三是党建+工建，构建“党工一体化”。东方日升党支部积极联合工会开展各类活动，积极鼓励青年员工向党组织靠拢，成为一名守初心能担当的志愿者。一方面通过寻访红色足迹、重走延安和山洋红色路、清明公祭、庆祝建党100周年大型歌咏朗诵活动等形式，继承弘扬党的光荣传统和优良作风；另一方面通过举办红色沙盘、红色经典朗诵、五水共治、志愿者服务等群众喜闻乐见的活动，使党员和群众在思想上认同组织、在政治上依靠组织、在工作上服从组织、在情感上依赖组织，从而构建“共建互促、优势互补、党工一体化”工作格局，实现1+1>2的倍增效应。2020年，东方日升工会也被授予宁波市“五一”劳动奖荣誉称号。

四是党建+宣传，提升企业良好形象。宣传工作是党建工作的重要组成部分，是对党员进行思想教育的重要手段，是提升党建影响力的重要途径。东方日升党支部积极贯彻落实党中央、上级党委有关指示，牢固树立“四个意识”，坚定“四个自信”，自觉做到“两个维护”，建设东方日升企业文化公众号、《升势》期刊、阳光之梦报纸期刊、各基地文化橱窗栏，同时发挥宁海传媒集团宣传优势，加强与街道对接，强化策划，加大外宣力度，实现党建宣传线上线下的良好融合。东方日升多次被报纸、电视、新媒体采访报道，还上了中央电视台《新闻联播》《新闻直播间》，营造了良好的企业形象。■



党建铸家 碳寻未来

文化标兵

家联科技

文化亮点

技术研发 + 党建文化

作为一名老党员，家联科技董事长王熊深刻地体会到，党建工作可以帮助企业塑造灵魂，有灵魂的企业才是真正有生命力的企业。



2009年，家联科技在宁波成立，从企业成立之初，就明确了企业的愿景：成为世界一流的新材料和家居用品制造商。并且极

具前瞻性的提出企业使命：我们不懈的追求，开发和制造更环保、更安全、高性价比的新材料和家居用品；为全球客户提供最专业的

服务，成为本行业最值得信赖品牌；致力于全人类的可持续发展战略，降低碳排放和碳足迹。

在几乎没什么人知道“碳足迹”概念的年代，王熊带领所有家联人，义无反顾的投入了生物全降解材料的研发工作当中。

家联立志成为“世界一流”。企业成立伊始，在科技研发方面的投入就不遗余力。近三年，家联科技投入超亿元研发费用，成果累累——改性聚乳酸产品性能大幅度提升；在“非粮淀粉基生物素了制造关键技术研究”“生物质塑料合金制备关键技术产业化”“耐热聚乳酸（PLA）热成型及发泡技术研发与应用”等重大科研项目上的合作研究填补了国内空白，还实现了多项关键技术的产业化。

和家联科技伴随而生的就是家联科技党支部。家联科技成立于2009年，同年10月就成立了党支部，由董事长王熊担任党支部书记。在民营企业中，从创立之初就建立党支部，并且由创始人担任支部书记，是非常少见的。

王熊作为党支部书记，非常重视党建引领企业发展，因为从多年的创业经历中王熊发现，无论是遇到难关，还是助推企业发展，“人”才是企业真正核心和宝贵的资源。所以，结合团队打造、安全生产、创新研发等系列工作开展党建活动，是家联科技高速发展的秘密武器。

家联科技的党建工作开展丰富多样，形成了四大特色：

以“锋领红岗”为抓手，助推“创新强家”。积极发挥领导核心引领作用，结合企业高新技术的优势，在科技创新、人才培养、项目提升、企业上市等方面助力和指导，挖掘发展潜力，发挥党员先锋模范作用。每个月都会在车间评选出“优秀机台”“优秀班组”，授予“锋领红岗”的锦旗，鼓励优秀员工分享经验，发放奖金鼓励，其中先进个人还会积极发展入党，在升职、个人培养、管理干部储备中作为重点考察对象；

以“引才育才”为基点，助力“科技兴家”。以党建引领，推动企业高新技术发展，深入实施“引才育才”工程，与石化区签署技术人才共建共享协议，共享新型专业技术人才开发、引进与培育战略，实现技能人才团体在企业发展中的支柱作用，通过政治引领、党员人才双向培育，形成将技术骨干培养成党员，将党员培育成技术骨干的双向有力支撑，在生产、研发、销售、管理等岗位上形成“多面手”，不断践行企业社会责任，彰显党建引领撬动企业发展的强大动力。

以“文化活力”为支点，谱写“情感聚家”。从严落实支部书记上党课，将道德讲堂、爱心服务队、爱心食堂、职工文体活动等，注入红色要素，通过发挥党员带头作用，做好员工表率。在联系职工、联系车间中，将“家”文化与党建文化相融合，让两千多名职工感受到家的归属感，同时组建党员先锋爱心服务队，将“关心关爱”落实到行动上，新员工结对帮扶、食堂自助餐、宿舍升级装潢、“微心愿”帮扶爱心行动、职工之家等等，实实在在把关爱落到实处，并且鼓励基层党员、先进分子积极参与，起到模范带头作用。

以“公益服务”为载体，坚持“诚信立家”。家联科技以优质的产品和高质量周到的服务来维系与客户稳定合作关系作为企业发展的原则，通过发挥党支部战斗堡垒作用，以公益服务强化责任和担当，结合企业生产实际，在企业门口建立“甬爱E家”户外劳动者服务驿站，为货车司机提供休息、茶水、学习、网络等服务。为外来务工人员子女建立暑期“小候鸟”公益托管班，让员工能够安心工作；建立“承诺必兑现”机制，让每一位员工真切感受到企业的凝聚力和竞争力。同时，用正向价值观引导员工成长，通过组织发动慈善一日捐、志愿服务

活动、疫情期间捐款捐物等，用心用情用力服务群众，发挥社会效益。

作为家联党支部书记，王熊笃信中华传统文化的伟大力量，他结合创业经历以及企业经营实际案例亲自为员工讲解《论语》，从思想上提升员工职业道德；“家联爱心服务队”从行动上磨砺员工灵魂，提升心性，在多年的经营实践中熔炼成了适合于家联特色的企业精神——“正直诚信、责任担当、爱岗敬业、精益求精、开拓创新”；家联还拥有自己的企业之歌——《为了家联的明天》，拥有家联特色的宣传期刊《家联季刊》，拥有一支活跃的文体队伍，员工们在家联时时处处都能感受到家的温暖。家联党支部通过设立党员先锋岗，促使一批年轻党员职工快速成长起来，在生产、研发、销售、管理等众多岗位上发挥着先锋模范带头作用。

经过13年的发展，家联科技已经成为行业领先企业，在“技术研发+党建文化”的双引擎带动下，家联科技一定能够成为中国制造的优秀代表之一，在世界舞台绽放光彩，践行“绿色家联、碳寻未来”的可持续发展战略，为员工、客户带来幸福、健康、绿色生活！



共同创造的实践与探索

文化标兵

舜宇

文化亮点

共同创造

作为一家非公企业，“共同创造”是舜宇企业文化的核心理念，也是党委开展工作的指导思想。长期以来，舜宇以做实、做强、做深、做优党建“四个力”为抓手，有效发挥“导航仪”“助推器”“顶梁柱”“内当家”作用，形成了“三创三服务”等多个党建工作品牌，以及非公企业党建的“舜宇经验”，使党建成为推动舜宇企业文化的重要力量，和助推舜宇加速实现“千亿目标”的红色引擎。



钱散人聚： 共同创造、共同富裕

人有基因，企业也有基因。

舜宇认为，企业是创造社会财富的主体，而企业的创造力来自人才的集聚；钱散人聚，即创造成果的共同分享，是企业集聚人才投入共同创造的根本途径；合理的分配制度内容十分丰富，核心是用合理的产权分配构建资本所有者与劳动者的利益共同体；舜宇只

有依靠这个命运共同体，才能成就伟大的事业。因此，很多年以前，舜宇就把合理的产权结构视为企业发展的“基因”，并通过不断变革以优化这个“基因”。

舜宇集团成立于1984年，早期只是一家普通的乡镇企业。公司主要产品为相机上应用的光学零部件。随着手机摄像头与车载摄像的兴起，舜宇也迎来了高速发展期。

1994年起，舜宇经过五轮股份制变革，

至目前，先后有5700多名员工，获得舜宇股权约5亿多股。2007年舜宇上市后，随着其市值的快速飙升，持有舜宇股份的员工，财富也开始同步飙升。百万富翁比比皆是、亿万富翁也不在话下。王文鉴在带领舜宇发展的同时，也实现了大批员工的造富。

在“钱散人聚”的管理理念下，如今的舜宇已经成为全球光电龙头企业。舜宇的车载镜头业务已连续十年位居全球第一；手机

镜头、手机摄像模组、玻璃球面镜片等业务也位列全球第一，是三星、索尼、OPPO、VIVO、小米、亚马逊、卡尔蔡司、奔驰、宝马、奥迪等诸多国际知名品牌的长期合作伙伴。

人才驱动： 人才辈出、人尽其才

舜宇早在2003年出台的《优秀人才评价办法》，建立了以“道德、素质、能力、业绩”四要素组成的优秀人才评价指标体系，在全集团范围内每年进行一次优秀人才评价，对于获评优秀人才荣誉称号者进行公开表彰和股权激励。这一制度不断完善沿用至今。

在舜宇集团总部的52位高管中，党员占了一半多。根据“参与但不干预”原则，近5年来，集团党委共参与80多项重大事项决策。去年，集团党委向董事会提交“薪酬待遇向一线员工倾斜、向基层骨干倾斜”的建议得到了采纳。职工的合理意愿和诉求通过党组织得到传递，集团则在调薪方案中予以满足。

从2011年开始，每年与优秀人才评选活动同步进行的，还有另外一项重要工作，就是基层管理优秀典型的挖掘和评选。挖掘一批基层管理优秀典型，一方面是为了树立典型，使广大基层管理者学习身边榜样，不断提升管理能力，改善管理方法；另一方面，旨在通过对典型先进事迹、做法、经验的总结提炼，建立起一套具有舜宇特色的基层管理胜任素质模型。随后，公司又新增“生产标兵”评选。这也使得每年评选出来的优秀员工不仅包括富有创造力的职业经理人和技术创新者，也包括能力素质好、团队业绩优、员工公认度高的基层管理干部和具有一流的业务技能、工作作风和岗位业绩的一线员工，涵盖了上至公司总经理，下至一线操作工各



个层级和群体的员工代表，充分体现了舜宇人才需求多样性的特点。

党旗飘扬： 非常时期、非常担当

安徽籍员工小王的工作服衣袋里，一直放着一张通行证。虽然已经变得皱巴巴了，上面的字迹也有些模糊，可他却一直不舍得扔掉。在复工复产后的一个多月里，正是靠着这张通行证，他才得以在租房的村庄顺利出入。在舜宇，拥有这种通讯证的员工还有12000多人。然而他们所不知道的是，为了这一张通行证，集团党委副书记、工会主席诸杏珍和她的团队付出了多少努力。

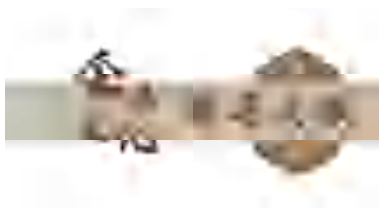
2020年2月10日，舜宇正式复工，余姚当地的员工以及许多春节未返乡的异地员工开始陆续回到自己的工作岗位。受疫情影响，余姚各村和社区都升级了防控举措，对人员进出作了严格的限制，造成了租住在那里的员工无法进出，甚至出现了“上午能出，下午就不能进”的情况，给企业复工复产带来了很大的影响。

一边是政府的防疫措施要遵守，一边是企业复工复产的步伐不能停，怎么办？这个

时候，党组织冲在了前头。诸杏珍犹记得，为了给复工员工出具开工证明，帮助他们解决“出入难”的问题摆在了舜宇面前，电话是一个村一个村地打，商量的话不知道重复了多少遍。有时电话里说不通，还要登门去协商。那段时间，诸杏珍的嗓子一直是沙哑的，有时甚至疼得都发不出声来。为了彻底打通员工复工的“最后一公里”，诸杏珍还联系了多家遇到相同问题的复工企业，一起找到了市双联办，市政府最终决定开具专门的通行证，并加盖公安局公章，作为复工企业员工出入村社区的唯一凭证。

为了将这些通行证及时地交到员工手中，诸杏珍带领宣传外联组成员连夜对复工人员的租住情况进行了调查摸底和汇总统计，并以子公司为单位批量开具通行证，同时还针对自驾返姚的异地员工专门在城西产业基地B区门口开设现场办理点，主动对接，靠前服务。在诸杏珍及其团队的共同努力下，12000多张通行证得以顺利发放，为企业复工复产提供了强有力的保障。

这张特殊的通行证只是一个缩影，映照的是众志成城、坚守岗位的每一位舜宇人，共同建立起了舜宇抗疫的这道坚固防线。



文化让科技更有温度

文化标兵 方太

文化亮点 儒家文化

自1996年公司成立以来，方太的文化建设已走过了二十多年的探索历程。从2008年开始，方太人又以高度的文化自信导入中华优秀传统文化，初步形成了具有中国特色的方太文化体系。



唯有文化生生不息

方太集团董事长茅忠群曾说：“如果方太只有一样东西可以保留，唯一可以传承的就是文化！”

他常提到一个观点：“企业小的时候靠领导人指挥，企业大的时候靠管理、靠制度，再大一点可能就要靠文化了。”这种理念，构成了方太管理模式演变的方向和基本

路径，文化管理而今已成为方太管理模式的标签，也是方太作为一个中国企业在管理领域的一个探索和贡献。但方太的文化管理模式探索之路，却并非一蹴而就，而是积聚了二十六年的功力。

成立方太前，茅忠群就和父亲约法三章，确定了亲朋好友不进企业的决定，摆脱了家族式管理的弊病。为了管理好企业，他重金

聘请了来自跨国公司的管理团队。

优秀的管理方式让方太从一开始就没有走错道路，高瞻远瞩的决策让方太少走了很多弯路，但是，他对企业管理的探索并没有止步。从2002年开始，茅忠群赴清华、北大学习国学，在这五六年的学习时间内，“仁义礼智信”“治大国若烹小鲜”这样朴素但又充满着哲学思想的国学深深地打动了他，他知道，这就是他一直寻找的适合方太的管理模式。

回到宁波后，茅忠群就开始了大刀阔斧的改革。他开始在企业内部建立“孔子堂”，从2008年开始，公司开始组织员工学习《三字经》《弟子规》等国学经典。随后的十年，方太逐步融合形成了“中学明道、西学优术、中西合璧、以道御术”的方太文化管理体系，也正是在这十年间，方太的企业规模从十亿级跃升为百亿级。

2022年3月22日，唯有文化生生不息——《方太文化》新书发布会暨长期主义企业管理论坛举行，方太以《中西合璧的方太文化》为主题，系统阐述了方太“中西合璧”的文化体系，向外界分享了方太文化卓有成效的精髓与奥秘。方太集团基于中华优秀传统文化，以文化驱动组织的管理模式也得以



向外界系统呈现。

创新的目标是幸福

创新是企业发展的第一动力，这个理念方太二十多年来从未改变。方太将过去20余年来硬科技创新中所沉淀下来的创新哲学凝结为“创新三论”，这是方太创新的基石，体现了企业独有的科技与文化共振发展的创新道路。

首先，创新的源泉是仁爱。一则《厨房油烟加剧家庭主妇肺癌风险》的新闻报道，让方太将吸油烟机研发方向从关注量化指标，如风量、风压，调整为“最佳吸油烟效果”和“不跑烟”等定性指标。2013年推出的风魔方，以前所未见的吸油烟效果，保护了家人的美丽和健康。成为连续多年的销售冠军。

其次，创新的原则是有度。就是创造或满足用户提升生活品质的合理需求。在厨电行业智能化的热潮下，方太始终保持独立思考的科学创新精神，力图为用户创造“恰到好处”的智能厨电体验。

最后，创新的目标是幸福。方太创新的目标与方太的使命是完全统一的，方太所有

的创新，无论是科技创新还是文化创新，都是为了去实现“为了亿万家庭的幸福”这一使命。

如今，方太打造出的很多“新物种”，无不体现着这一创新哲学。茅忠群曾说，厨电科技创新不是一朝一夕的灵感，而是经年累月的耕耘。回顾企业创新发展历程，方太的技术创新一直在引领厨电行业的科技创新发展。期间实现了从吸油烟机的应用技术创新到水槽洗碗机的颠覆式创新，再到净水机的核心基础材料创新的两次飞跃。

成为一家伟大的企业


从2019年到2021年，尽管全球经济都饱受新冠疫情的冲击，但方太的业绩却连续三年逆势上升：2021年方太营收155亿元人民币，同比2020年120亿元营收增长了29%，同比2019年疫情发生前的110亿元则增长了41%。相比之下，2021年中国厨卫市场零售额同比2020年的增长是7%，同比2019年零售额的增长是1%。

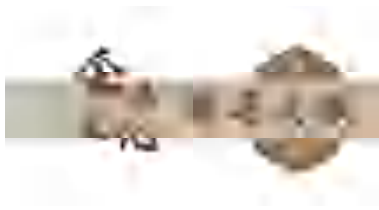
同样是在这三年中，方太的案例被连续收入哈佛商学院案例库：2019年7月，主题为“根植于中国的高端厨电品牌”的案

例入库；2020年的4月，主题为“打造儒家文化指引的伟大公司”的案例入库；2021年7月，基于方太集团文化管理实践的案例，被再次收录进哈佛商学院案例库，主题是“创造文化驱动型组织”。这是方太集团自2013年被首次收录进哈佛商学院案例库以来的第四次入选，且都与文化管理相关。

可以说对传统文化的学习增加了茅忠群思想的深度，他一直在思考一个问题：什么样的企业才能算得上是一个伟大的企业。在这个过程中，他发现，很多外国的企业都是作为一个经济组织存在的。但是，茅忠群认为，一家伟大的企业不仅是一个经济组织，更应该是一个社会组织。作为经济组织，它应该要满足顾客的需要，实现盈利的目的，但是作为一个社会组织，一家伟大的企业应该要积极承担社会责任，导人向善。

茅忠群就自己的思考提出了伟大企业的四项特征：顾客得安心，员工得幸福，社会得正气，经营可持续。

如今，方太以用户为中心形成创新的价值闭环，不断刷新科技、设计、功能、人文的宽度、深度和高度，为亿万中国家庭的幸福生活持续踔厉奋发。 



不忘初心，做中国第一时尚品牌

文化标兵 太平鸟

文化亮点 新潮、多元文化

如果说党建是太平鸟发展的红色引擎，那么年轻求变的企业文化、创新向上的员工精神就是太平鸟历久弥新的关键。

增羽添辉，闪耀党建 奠定发展基础

回溯太平鸟发展进程，党和国家的政策是助推企业蓬勃发展的“红色引擎”，在党的政策路线指引下，解放思想、实事求是、与时俱进，切切实实把党的政治优势转化为推进企业经营发展的竞争优势。

太平鸟始终高度重视党建工作，公司成立之时就建立了党支部，2003年升格为党委，目前下辖直属党支部12个，共有在册党员308名，其中80后党员267名，占党员总数的86%以上，党员平均年龄33岁，党员队伍具有年轻化、知识型、时尚型等特点。一直以来，太平鸟不断探索党建工作和现代企业制度市场化运转有机结合的有效路径。

面对高知专业化、梯队年轻化的党员队伍，太平鸟选择探索红色党建文化与多元企业文化的有机融合，通过举办2017届“贯彻落实十九大精神·红色组织力引领创新发展”两新组织党建工作论坛、2018届纪念改革开放40周年暨学习贯彻习近平总书记民营企业座谈会讲话精神民营企业“党建强、发展强”研讨会、2022年“庆七一、共富裕”帮扶低收入农户主题党日等活动，推进以“活力、魅力、实力”为主题的“闪耀党建”品

牌建设；通过充分利用企业微信公众号、企业网站以及外媒新媒体等，讲好太平鸟创新发展、逆势增长、健康向上的企业形象，倡导“引领文化、服务发展、奉献社会”的价值追求。

在数字时代下，太平鸟积极探索民企党建工作方法，促进企业健康发展。集团党委推动党建工作向数字化转变，自行开发智慧党建系统，实现党员管理、党建宣传、学习考核、党群互动等工作智能化，助力提高党建工作水平，增强党组织与党员双向互动，提升党组织凝聚力与向心力。

在新时代中，太平鸟通过打造党群工作阵地、创新发展阵地、人才培养阵地、企业文化阵地、共同富裕阵地在内的五大阵地，深度激发员工“原动力”、着力提升发展“牵引力”、精准强化骨干“示范力”、持续增强内部“凝聚力”、稳步提高企业“竞争力”，构建起党建强发展强的新格局。

衔泥筑巢，多元员工活动 共创企业文化

如果说党建是太平鸟发展的红色引擎，那么年轻求变的企业文化、创新向上的员工精神就是太平鸟历久弥新的关键。“年轻、

时尚、创新”一直是太平鸟特有的灵魂所在，这离不开企业内新潮、多元的团建拓展、业务技能培训等活动，为员工与公司共创太平鸟特有的文化氛围提供基础保障。

“CHAO有鸟”企业文化品牌。“CHAO有鸟”是太平鸟全新推出的企业文化的活动平台，以“自有向新力”为口号，致力于打造能代表企业文化核心的自有IP活动，并突破企业所在自身领域与受众群体，打造符合时代趋势的精神文化型内容。“CHAO有鸟”可以是随时更新的潮流、是期盼归巢的鸟，也可以是朝着未知进发的探索欲、不断超越的创新精神，更可以是朝气蓬勃的新生力量。在太平鸟，企业文化由员工来定义，文化活动由员工来投票选择，目前已排期夏日飞车、夏夜浪潮、唤醒城市、户外露营等系列活动。

互动式企业员工开放日。太平鸟拟每年6月设立“太平鸟员工日”，以互动式企业员工开放日的形式，融合开展员工关爱基金集中发放、父母整岁贺礼发放、“青鸟巢”交友等活动，增强活动的仪式感，提升员工的获得感和幸福感；利用员工之家不定期开展文化健康体验活动，如摄影展、茶道品书会、花艺培训、健康知识讲座等。丰富员工



业余生活的同时，提高员工的思想觉悟。

现代化的员工活动室。太平鸟通过设立员工活动空间，提升硬件环境，补充大量书籍及完善电子阅读馆，打造科技、时尚的现代化党员工会活动室，让员工在使用活动室时能充分放松身心，全心投入学习状态。

丰富的劳动技能竞赛活动。太平鸟深入推进员工劳动技能竞赛活动开展，大力弘扬工匠精神，鼓励职工积极参与各级劳动技能大赛，刻苦钻研新型技术，培育新一代知识型、创新型的时代工匠。

鲲鹏万里，20 余载不忘初心 的新时代矩阵企业

近年来，面对疫情经济的波动和快时尚品类的加速迭代，太平鸟以“民族自豪感”和“国货”浪潮为核心，进行有效破局。坚持以“聚焦时尚、数据驱动、全网零售”为核心战略，在品牌化、创新化、数字化等方面更是动作频频。

在品牌化上，从全新少女装品牌 LEDIN 乐町诞生，到提出“太平青年”一系列概念，太平鸟自身品牌文化不断向当代青年文化靠近。太平鸟一边用“国潮行动”亮相纽约时装周大秀；一边与可口可乐、迪士尼跨界联名，打造“国际化的中国风”，成功在国内外掀起了一波不小的浪花。后疫情时代，AIRxPEACE 与 SPNC 两条新品支线，将运动+时装搬上秀场，太平鸟正在达成从品牌到产品，从创意到设计的良性循环，掀起属于国产品牌的新时尚潮流。

在创新化上，太平鸟坚持将品牌创新作为核心支撑点，聚焦中国年轻设计力量，依托太平鸟强大的供应链优势和零售渠道能力，帮助新锐设计师实现时尚梦想。目前，太平鸟拥有 500 多人的设计研发团队，每年推出 13000 多款时尚产品，并与东华大学成立“联合研发创新中心”，与中国服装协会设立“中国当代青年时尚研究中心”，不断赋能中国时尚产业。目前，太平鸟已成为中

国时尚服饰赛道全品类零售额最大的企业。

在数字化上，太平鸟率先联手天猫进行新零售战略合作，借助天猫精益线上布局；太平鸟线下 4000 多家门店将升级为新零售智慧门店，逐步构建起自身特有的全网全聚的新零售生态。2021 年，太平鸟更是完成了 8 亿元可转债融资，全面启动千亿数字化转型战略，将募集资金全部用于推动企业数字化转型。

成功离不开不忘初心，未来，太平鸟也将一如既往秉持着“让每个人尽享时尚的乐趣”的使命，做中国第一时尚品牌。■



逐“光”前行

文化标兵 永新光学

文化亮点 科技文化

20多年来，永新人始终站在时代前沿，对标国家强国战略的发展要求和创新科技企业的发展规律，持续完善企业未来发展规划，在科技强国新发展格局的大方向下，致力于这份“更清晰”的事业，逐“光”前行。



的7%以上用于产品研发和核心工艺技术突破，并且立下“军令状”，主动承担“十三五”国家首批重大科学仪器专项“高分辨荧光显微成像仪”等国家、省、市各级重大技术攻关项目。汇聚各方力量，经历无数次设计、推翻、再投入的轮回后，永新光学突破了高端显微系统中的大数值孔径复消色差物镜、高截止深度荧光滤光片、高稳定性显微平台系统等一个又一个核心部件制备技术的难关，也打破了该领域长期被国外企业垄断的局面。

目前，永新光学研发的高分辨显微镜的分辨率可达到180纳米，超分辨显微镜的分辨率可达到50纳米，并具备了推进超分辨、高分辨显微镜产业化的实力，在高端科研级显微镜领域的成就已逐渐获得全世界的认可。

凭借“硬核”的技术，永新光学承担了我国首台中国空间站用“太空显微镜实验仪”的研制任务，该仪器将用于航天医学与生命科学科学研究，为我国科研发展贡献力量，而这正是毛磊和每个永新光学人的最初梦想——“用汗水为中国科研的前进点起微微烛光”。

这个梦，已成为现实。随着2021年4月29日长征五号B遥二运载火箭的成功发

艰苦创业， 为中国光学寻找“光明”

在永新光学新厂区展示厅的显著位置，摆着一台“老古董”——瑞士肖柏林在20世纪40年代制造的机床。此前，该机床一直在江南光学的工厂“服役”，80多年过去了，它仍然保持着超高的精度，甚至超过一

些当下的国产设备。在永新光学联席董事长兼总经理毛磊眼中，这台机床就是“工匠精神”的标杆，是打造“百年老店”的起点，是实现“高质量发展”的参照系。

“卡脖子”技术不是几句口号就能攻克的，只有付出才有回报。为此，永新光学一直没有停下创新脚步，每年都将销售收入

不忘初心跟党走 同心共筑科技梦



射，永新光学承制的中国首台太空荧光实验仪已搭载“天和”出征中国空间站，永新人所燃起的“烛光”将助力国人探索无边宇宙。

迎难而上， 让暗处的病毒无处遁形

2019年末，突如其来的新冠疫情像是一团急剧扩张的聚雨云，以压城之势袭击了武汉，又在全国蔓延扩散。迅速蔓延的新冠病毒激发了永新人奋斗的决心与豪情。

“必须迎难而上”，永新光学全体党员干部与普通员工勠力同心、积极应对疫情带来的挑战：在企业党委的领导下，主要干部于大年初五就成立专项小组，以便及时应对各项临时变化。得益于永新光学严密的部署与全体员工同舟共济的凝聚力，开年后，永新创造了宁波首批首日复工到岗率最高的纪录，这也为全年取得好业绩打下了基础。

自新型冠状病毒疫情蔓延以来，医疗物资紧缺成为此次疫情的关注的焦点。“因抗击疫情需要，华中科技大学同济医学院附属协和医院申请贵公司捐赠NE900荧光显微镜2台，感谢支持。”2020年2月2日，永新光学收到一份捐赠申请。第一批实验室研究用荧光显微镜火速发往武汉后，2月5日下午，

永新光学又有一批显微镜驰援湖北，向多家发热门诊及定点治疗的三甲医院捐赠出价值83万元共计12台套病毒实验分析显微镜，用于研究新型冠状病毒、抗击疫情。

与病魔较量，就是要同时间赛跑，国家允许捐赠者直接与定向医疗机构对接捐赠，这样可以很大程度上缩短捐赠物资运转时间，为医疗机构赢得更多研究病毒的时间。事实上，自从向武汉发出第一批实验室荧光显微镜后，部分永新人就放弃了休假，随时待命准备工作，除了向他们寻求捐助的医疗机构外，他们也主动联系了其他需要帮助的医疗机构，希望尽一份微薄之力。

以“变”求“新”， 把未来看得更远更清晰

企业入围中国标准创新贡献奖，复评升级为国家级制造业“单项冠军示范企业”……这一系列荣誉的取得，给“我为永新增光添彩”活动交上了最好的答卷。

2021年，中国共产党建立的一百周年，同样也是“十四五”规划的开局之年，永新光学完成《战略规划报告》重大修订，并首次发布“五五五”战略目标和二零三五年远景规划。永新光学多项业绩取得重大突破，

销售收入和净利润双双创下历史新高，是企业成立以来增速最快的一年，同时再次主导承担“十四五”国家重点研发计划“基础科研条件与重大科学仪器设备研发”重点专项“超高分辨活细胞成像显微镜研究及应用”项目，持续解决该领域“卡脖子”问题，实现高端科学仪器国产替代。新时代自然要有新的发展格局，面对“新”，永新光学要求以“变”适应新时代、新要求，同时也要求坚持实事求是、求真务实的态度。

“变”需要全体永新人的合力同行。在新时代的背景下，毛磊带领永新光学由上至下，开展“不忘初心、追根溯源、扬长补短、再创佳绩”系列主题教育活动，旨在引导全体干部员工不忘初心、明确目标，追根溯源、发扬永新精神，扬长补短、狠抓能力提升，再创佳绩、跃上更高台阶。

通过一年多主题教育活动的持续学习和讨论，永新光学营销、研发、运营和人事行政系统开展了一系列的穿透落实工作，企业各部门、各党支部纷纷提出改革措施，为企业发展献计献策。在各个岗位提升工作能力的同时，企业也挖掘出了一批优秀的年轻人加入共产党员的先锋模范队伍中充实了高质量发展的战斗力。图4



文化赋能，从文具迈向文创

文化标兵 贝发

文化亮点 工匠文化

从早期的“用贝发笔成功签约”的商业使命到“为中国文具享誉世界而孜孜以求”的产业使命，再到现如今“为合伙人成长，让伙伴们幸福”的社会化使命，贝发始终坚持党建引领、文化的正向导向作用，始终坚持文化的渗透作用，将文化的作用和气息发挥在方方面面。

从“流动摊位”到“亚洲笔王”

每家企业创立时，都有一个愿景，贝发也不例外，刚开始，企业就是想打开市场。1993年，时年36岁的邱智铭从父亲手中接过了只有30多名员工、机器设备落后的家庭作坊式企业，选定了笔作为今后发展的主业。

1996年，贝发外销达到2600多万美金，相当于当时上海“英雄”“丰华”“永生”和“中国铅笔一厂”四大制笔上市公司的总和。贝发已经从当初的“流动摊位”变成了有名气、有订单、有品牌、有口碑的“正规军”。

市场打开了，看得也就更远了，贝发的愿景就放大了，开始立志于做中国最好的笔。邱智铭没有满足，产量上去了，质量也要上去。之后他去了制笔业发达的瑞士、德国、日本、韩国、美国，终于弄清了中国圆珠笔水笔的4个“病灶”：精细化工、表面涂装、精密模具、精密机械加工。回到宁波，他成立了研究中心、8个专业厂和一个保税厂。2013年，贝发“中国文具创意设计中心”已升级为“国家级工业设计中心”，这是当时中国文具行业唯一的国家级工业设计中心。

1997年开始，贝发平均每3天申报一项新的专利，至今累计申报的专利已经超过3300多项。2000年，贝发省级研究中心和省级工程技术中心获批，“BEIFA”商标成为中国驰名商标；同年，贝发把产品销往150多个国家和地区，全球零售占有率0.8%~1%，中国出口市场占到了16.7%，自主品牌达到了60%。

贝发一跃成为行业龙头，“贝发中国制笔城”是世界最大的单体制笔生产厂房大，是唯一以企业名称命名的经济区域，年生产能力达20亿支。“亚洲笔王”从此诞生。而这一阶段贝发也更加注重品牌，同时对企业的愿景与使命也做了升级，“用贝发笔，与成功签约”一个比较商业化的企业使命就此诞生。

用工匠精神造国礼用笔

2015年李克强总理在达沃斯论坛上问道：中国什么时候能造出和德国一样的好笔？贝发积极回应总理问笔，从技术的攻关到研发的创新，在2016年的时候，杭州G20元首笔让中外领导人、媒体、大众见识

到了“中国好笔”的魅力，很好地回答了“总理之问”。2017年，厦门金砖五国峰会上，贝发一次性推出三款用笔，再次引发“中国好笔”爆点，引发众人关注。

2016年杭州G20峰会上，贝发笔作为元首用笔第一次展现在国际舞台上。邱智铭表示，斥巨资、大投入研制出G20元首笔，主要来自于贝发制笔人的一种情怀，贝发一直有做优质好笔的历史。

总理的提问，让制笔企业贝发的民族责任感更加强烈。贝发希望以“G20元首笔”为起点，改写制笔行业的世界标准。贝发一直在与日本、德国、美国这样的制笔强国进行比较，去发现细微的技术和工艺的差异。从用户体验出发，通过研究细微的差异去提升和改进制造工艺。利用最新的技术，最严格的质量控制，利用工匠精神做好每一支笔，将中国好笔研制生产出来。2017年金砖五国峰会，贝发共有三款笔成功竞标入选，除了金砖五国元首用的元首笔之外，还有部长笔和记者笔。

工匠精神在产品创新上的“严谨”“坚持”“耐心”都需要时间的沉淀。经过23



年的发展，“为中国文具享誉世界而孜孜以求”的产业使命，促使着贝发不断精雕细琢和优化产品，不断改善自己的制笔工艺，坚持传统与创新的制笔理念。

以文化寻转机创幸福企业

贝发从上世纪90年代建厂，从一个几十人的小作坊，到现在的隐形冠军企业，经历了三次嬗变：从初期的贴牌抢占市场，到品质阶段的提升品牌，再到品牌阶段的打造品牌。而想再次突破传统笔业市场的天花板，攀登世界级企业的高峰，这些跨越还远远不够。

贝发首先尝试的是打好“环保牌”，这条路道阻且长。2012年，贝发开发的环保产品在法兰克福极具影响力的国际大展上作为赞助礼品得到了最多的青睐。虽然很多礼品在价值上更值钱，但是贝发产品背后对环保理念的践行更有价值感。很显然，成功没

有魔法，也没有点金术，但产品的灵魂往往会带来意料之外的惊喜。

其次，贝发在设计创新和技术创新层面，也进行了诸多探索。“中国的全球化战略中很重要的一条就是文化自信。只要是好的设计产品，哪怕其蕴含的是中国传统的文化内涵，也能得到国际市场的认可和追捧。好设计是无国界的。”邱智铭观察到在购买一些国际IP授权的同时，引入一些中国的经典故事，一样可以诞生打动人心的好设计。

而跨界技术的应用，也是贝发大胆尝试的方向之一。疫情期间，贝发在全球率先研发具有抑菌效果的笔和青少年护眼灯，引领健康的生活方式；还研发了食品级墨水马克笔，即便儿童在绘画时误食，家长也不必担心；面对国内高端文具市场，打造自主品牌“N9”，倡导“那就做自己”的理念。

全球化的可持续发展路径中，核心技术撑腰必不可少，但更重要的是走向创意化、

平台化、生态化。贝发就从一支笔走向了一条链，再到一个平台。

贝发平台的核心是，把文创产品的多环节和多要素，通过数字中台整合，包括研发、设计、打样、制作、成本核算、品质控制、结算等。大力拓展文创供应链，搭建文创产业的互联网平台——即整合贝发在文创领域多年积累的上游设计制造商、下游渠道分销商、配套服务商，建立大数据营销中台，为成千上万的中小企业赋能，形成研、产、销的良性循环。

如今，贝发拥有3274家供应链服务企业，直接带动浙江省内1638家中小企业、间接带动150亿元产业规模，新增产业链就业岗位1万个以上。^[6]



商天下，文引航

文化标兵

如意

文化亮点

如意文化

在如意这个制造钢铁机械的叉车生产王国里，充斥着的是“商天下，文引航”这般温暖独特的企业文化，传递出浓厚的文化底蕴和人文色彩。



筚路蓝缕 三次创业路

宁海县塑料九厂，是宁波如意股份有限公司起步的原点。可惜塑料落水管打不开市

场，创办不到一年，便山穷水尽，职工纷纷自谋生路，还欠下十多万元债务，甚至大年二十九还有人上门讨债。

一个偶然的的机会，储吉旺得知美国的钢链公司需要拉紧器，正在寻找中国厂家。根本不懂招标为何物的储吉旺开始四处打听拉

紧器的性能、制作工艺和价格，做到心中有数。当最后的招标结果出来时，国营公司最高报到56元，而他的报价只有30元，一举拿下订单。

从这个小小的拉紧器开始，如意走上了一条不断发展壮大的道路。开发搬运车、收购燃气设备厂、搬进新厂房……一年一个台阶，如意迈出的每一步，稳健而坚决。2002年，如意的搬运车出口量突破15万台，也因此获得了“世界搬运车之王”的称号。

此后的7年间，如意先后经历了2004年反倾销事件和2008年的全球金融危机，危机时刻最考验企业领导者的领导力。

为了摆脱同质竞争的痛苦纠缠，必须提高产品技术含量，走高科技道路，防止被竞争对手复制模仿。2004年，如意开始研发电动叉车、电动堆高车等高科技物流产品。走高科技之路，让如意得到了意料之外的收获。接下来，储吉旺把目光转向了国内市场。到2006年10月，内销部已经创造了5000万元的销售额。

如果说如意以往的成功来自于第一代如意人的诚信、敬业，以及自己的经验和直觉。面对未来的挑战，如意需要的是具备专业管理技能和现代经营理念的管理者。2012年，如意迎来了新的总经理——储江，他肩负着如意“第三次创业”的重任。无论是在产品策略、管理模式、销售模式、服务方式等方面，他都进行了“如意式”的改革——大胆而不激进，雷厉风行却又一步一个脚印。

同年，如意开始布局跨境电商领域。正是这一决定，让如意在2020年新冠疫情爆发后，再次化“危”为“机”。在外贸企业业绩普遍承压的情况下，如意的业绩逆势增长。2020年和2021年如意的业绩均实现了大幅增长。2022年前7个月，外销市场增长40%，线上平台增长30%。目前，如意

国内国外双向发力，线上线下载头并进。坚持多元化开发，创新产品，拓展市场。

经历了第三次创业的如意，已经破茧而出，化蛹成蝶，完成自己的华丽蜕变。

以人为本 打造“如意现象”

在如意厂区伫立着两尊铜像，一位是天下之忧而忧、后天下之乐而乐的范仲淹，一位是天下兴亡、匹夫有责的顾炎武。不同时代的这两位先贤有着一个共同的身份——爱国文人。

如意所在的浙江宁海县自古人杰地灵，是方孝孺、柔石、潘天寿等一代名士的乡梓之地。如今，这些故里先贤与孔子、老子、李白、杜甫、司马迁等华夏民族文化巨擘的汉白玉雕像，一同陈列在如意办公区的西林文化走廊，无声地注视着来来往往的员工和客户。

储吉旺在企业内设立了西林图书馆。这些书籍读物可以提高员工的文化素养，加强员工的精神文明建设，由此可见企业对员工的关心。他曾提到几点目标，而其中一点就是“要努力做到让员工快乐地工作和生活”。如意重视人的价值，努力地去挖掘人的潜力，并提供给员工发展机会和发挥平台，这些正是一个企业以人为本理念的体现。

在储吉旺看来，一个企业不能凡事都套用企业文化，但一定要有一个总的文化思路，来指导推动事业发展。优秀的企业文化一旦形成，就会为和谐企业的构建提供强有力的精神支持，如意通过内部报刊宣传、“外地员工中秋茶话会”、先进员工外出旅游等形式，营造了积极向上的企业文化氛围，为建立和谐的劳动关系发挥了重要作用。

在如意，还有一种文化叫“如意文化”，其含义即是让客户称心如意。如何让客户称心如意？那就是提高产品质量。储吉旺有两句名言，第一句是：“质量是良心”；第二

句是：“利润是什么？就是负责任。”

把支部设在车间


储吉旺在获得了党中央颁发的“光荣在党50年”纪念章之后，他激动地说：“没有共产党就没有新中国，没有共产党就没有中国的改革开放和繁荣富强，也没有我们宁波如意有限公司，没有我们今天的美好生活。”这么多年来，如意能够稳步向前，所生产的机电产品享誉全球156个国家和地区，这与党在路线方针政策上的引领是分不开的。

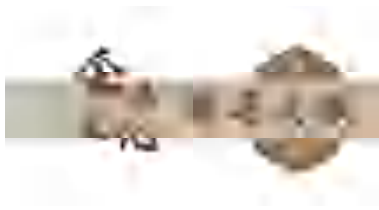
如意非常重视企业的党建工作，把党建工作作为如意企业文化的重要组成部分，创新基层党建思路，结合企业生产、经营的实际需要，大力实施绩效党建。

“1927年，毛主席创造性地提出和建立‘支部建在连上’的原则和制度。我们如意则是把支部建在车间，并从工人中选出党支部书记和委员，将党建工作重心放到一线，培育出一批先进车间、先进班组，真正体现‘党建服务生产，生产支持党建’。”

此外，如意还组建了一支党员突击队，本着“召之即来，来之能战，战之能胜”的战斗精神，在加班加点、消防演练、抗台抢险、防控防疫等方面，时刻冲锋在前。

“我经常说，企业家要站在高处、住在平处、行在宽处。如意从1986年开始做外贸，一直到2000年才开始内销与外销‘两条腿’走路，这完全是跟着党中央的路线和方针走的。”储吉旺回忆道。

如今，如意制造的叉车、电动车、堆垛车等仓储搬运产品，穿梭在世界135个国家和地区的车间内。如意的“西林”牌系列仓储物料搬运车已在全球68个国家和地区注册。



求实创新的“物联尖兵”

文化标兵

柯力

文化亮点

务实文化

作为全球销量最大的钢制传感器生产企业，经过了近30年的发展与积淀，柯力正稳步走向实现制造业转型升级赋能之路，也慢慢地形成了“求实创新、成就客户、服务员工”的核心价值观。



一片丹心为实业

1987年的中秋夜，镇海中学举办了一场主题叫做“你的理想是什么”的篝火晚会，那时正值改革开放初期，中国正敞开国门拥抱世界，一切事物都是如此崭新。面对多彩的未来，朝气蓬勃的年轻人聚在一起谈论着各自的畅想。彼时的柯建东毫不羞怯地告诉在场的师友，他的梦想是做实业，成为一个担得起社会责任并受人尊敬的企业家。当他说出这句看似年少轻狂的话时，一颗奋进的

种子已经悄悄种下。

正是这种言出必行的态度与坚定不移的信念，令柯建东在日后的道路上不断坚持。而创业，也注定不是一条一帆风顺的道路。在那个没有测力机的年代，称重传感器的国产化研发还处于探索阶段。当时柯建东的8人初创团队共同奋战了5个月，才成功将第一批“柯力制造”的称重传感器研制了出来。看到产品进入投产阶段，他们内心的喜悦无以言表。但随之而来的则是“卖给谁”的问题，

一个产品再好，如果找不到买家，那就和废铁没什么两样。于是柯建东一个人背着数十斤重的传感器样品和宣传材料，走遍了全国1500多家衡器厂，寻找属于自己的客户。

令柯建东印象最深刻的一次经历是在1995年的年末，那天他背着称重传感器，到达常州火车站时已经是凌晨，他花了8块钱住进了火车站附近一个小旅店，与31位农民工一起同住一张可容32人的“大床屋”。那个时候，柯建东心里说不酸苦是不可能的，但他依旧睡得很香，因为他知道自己在是为了理想中的事业而奔波，心中自然就会有一股踏实的力量。

困难是磨砺人的，这是一个不断从实践中被反复证实的真理。这些经历对于柯建东来说是一份宝贵的财富。最直接的，是令柯建东得到了当时市场的第一手资料。而间接的，则是令他摸到了经商的门路。直到现在，理解、领悟、细分、吃透市场需求和成就客户的理念始终是柯建东进行管理和做出决策的出发点。

一颗初心谋发展

从创办柯力起，柯建东就非常重视文化对于一个企业的影响。在他的手中，柯力经

柯建东校友向武汉大学捐赠签约暨校董聘任仪式



过了近30年的发展积淀，也慢慢地形成了“求实创新、成就客户、服务员工”的核心价值观。

求真务实。管理中所有产生的问题一定在于现场，没有对现场的了解分析，得出的结论、论证皆是空谈结果。在柯力目前的管理中，如人力资源与总经办参加班前会座谈会、员工服务中心、谈话记录落实；财务审计部《现场周报》与现场审计工作日报；各事业部员工信息化反馈问题中的现场沟通会等，这些管理机制与报表体系都反映了柯力求实的企业文化精神。

创新。一是研发创新。在日常工作中，遵循PDCA闭环与循环原则，从量变到质变，不断扬弃并不断螺旋式上升，达到新的管理高度，打开创新之门。二是战略创新，从提出“建设国际一流传感器公司”到提出“建设国际一流称重元件公司”，再到提出“建设国际一流物联网公司”，到如今变化为“成为客户数字化转型的赋能者和优选合作伙伴”。这一变化凸显柯力人的历史使命与前进方向。

成就客户。成就客户，不仅仅来源于最佳性价比产品，来源于优质服务和快捷

交货期；不仅仅来源于良好的客户关系，来源于快速反应及优秀资源聚焦于客户；更为重要的是每个柯力人心中必须有“客户第一”的信念，按照客户要求（包括未来要求）放下手中工作，第一时间去处理它，将穿越客户真实内心渴望（去伪存真）和穿透企业资源（务实深入）美妙结合，让客户感受柯力文化味道。


服务员工。以人为本，人性化与制度化结合是柯力管理核心思路。让员工分享、让员工成长、让员工方便、让员工安全、让员工预防、让员工参与、让员工尊重是柯力服务员工的具体措施，满足员工正当合理需求并择机而动，逐步循序渐进地适应员工在薪资、福利、培训、食堂、住宿、工作环境、问题旅游、竞聘上岗（调岗、轮岗）等多个方面诉求。同时，企业必须知道毛利增长部分优先考虑让员工分享，必须回报员工，让员工感受团队成长的利益好处；另一方面，在允许分享中必须不断创新管理思路，如设备自动化提升、工效提升、岗位技能等级考核、技师制度、竞聘前培训及竞聘后辅导、百名人才梯队建设、EMBA培训等，将有限的增长费用用于满足员工最核心现有需求及最

重要未来成长需求，这是服务员工文化魅力所在。

一点匠心塑企魂

柯力是个以总裁为首的学习型团队，在长期的企业文化建设过程中形成了独特的风格。总裁柯建东平均每年手写10篇不同主题的论，并出版有《管理的智慧》《工业物联网革命》《工业物联网再出发》和《工业物联网战略创新》四本书籍。

除了柯建东自身的文化产出之外，柯力还拥有企业期刊。2000年《柯力人》第1期出版，在往后的22年中从未间断，至今已有130多期，而2022年《物联·柯力》的诞生更是令刊物内容再次升级。柯力鼓励员工多学习，多阅读，企业所有中高层管理人员每月都会根据主题写作读后感，优秀的读后感会在OA发表，并票选出TOP5。

除此之外，柯力在每月会评选出当月的柯力之星，每年则会根据“忠诚、奋斗、创新、业绩”设置年度四大奖项，以此鼓励那些在岗位上勤恳付出的员工，让每位付出者流汗不流泪。



以文化聚人聚心聚力

文化标兵

富佳

文化亮点

感恩文化

“坚持以人为本，创建温馨型企业”，是富佳董事长王跃旦办企业的一贯宗旨。近年来，富佳不断融合传统文化与富佳的合力智慧，不断树立富佳新环境、新氛围、新风尚，以期实现个人能量、企业文化、经营哲学三重共赢的命运共同体。

以文化汇聚强大凝聚力

“坚持以人为本，创建温馨型企业”，这是王跃旦办企业的一贯宗旨。他倡导“只有你的成功，才有我的发展，创建温馨型企业”经营理念。

专注实业，经过创业、发展、创新三个阶段发展，富佳从名不见经传的小企业，经过二十年的发展，已实现了年产500万台吸尘器家电，超25亿元的产销额，已成为吸尘器家电出口的支柱大型企业，连续多年来“中国十大吸尘器出口企业”，深度战略合作的美国顶级家电经销商已占据北美市场主导份额，使宁波的吸尘器家电驶入了国际高端产品的行列。

王跃旦认为，企业产品与员工人品密不可分，高质量的产品来自于良好品格的员工，所以他也注重培养员工的心灵建设，在企业内倡导感恩文化，加强人品教育，全体员工树立“以感恩之心对企业，以忠诚之心对岗位，以精诚之心对工作，以坦诚之心对同事”的行为理念。

富佳展示宣传“真诚的关心人、合理的激励人、科学的培养人”的人才战略方针。

在企业内宣贯“以感恩之心对企业，以忠诚之心对岗位，以精诚之心对工作，以坦诚之心对同事”的员工行为理念。“七要”：心情要舒畅、身体要健康、工作要快乐、科技要创新、生产要安全、发展要稳定、企业要和谐。积极引导员工的价值取向和敬业精神，增强企业的凝聚力。

以文化奏响别样富佳

王跃旦结合自己喜欢音乐的兴趣和善吹笛子的特长，成立了宁波富佳民乐团，这也是宁波第一支由企业创办的民族乐团，以悠扬委婉的民俗乐器展现祖国的文化瑰宝，弘扬中华民间艺术，优美的乐符动听的琴音百转千回的笛声为社会和富佳创造了最妙的生活。

乐团每周定期进行排练活动，自发提升演艺技能，每次排练的嘹亮乐声为企业园区增添了甜美的色彩。乐团还走出去，积极参与宁波、余姚等地区的演出活动，与各乡镇民间乐团组织了多场联合演出，在社会上有一定的知名度和良好口碑，也提升了富佳的社会美誉度。

此外，富佳还经常举办校企联谊演出活动，和余姚东风小学联合举办“校企联谊5.4晚会”，弘扬感恩回报的醇厚之情。在党建生日“7.1”之际，富佳协同余姚市政府机关组织了联合省直机关（民声）乐团文艺演出，大力宣传“文化强省，弘扬民乐，政企合作，增进友谊”。在中秋国庆佳节，举办全厂2000人参加的“月圆中秋，情满富佳”的大型文艺演出，为打造喜庆的节日气氛，关注员工的思亲之情，富佳营造出了一片“几处笙声留朗月，万家箫管乐中秋”的欢乐景象。

以文化铸就吸尘器精品

王跃旦将企业的发展分为两个阶段。“第一个阶段，是低成本优质量。当时机构相对简单，成本也比较低。在质量一样的前提下，我的成本比别人低，这就是竞争力。到了第二阶段，就是在2003年左右，我的核心竞争力就变为创新了。”

他设立了三个目标：产品创新、服务创新和管理创新。“产品创新就是要有自己的特色，要有科技含量。服务创新就是对客户



的服务要跟别人不一样。管理创新就是要对发明人员进行重奖。”历经多年来的吸尘器技术、营销市场的各种风云变化，他深切感受到“技术创新”“自主关键核心技术”对企业的生存、发展、壮大的强力支撑和保证，因此持续不断投入巨资建设富佳吸尘器家电省级研究院，优厚的待遇和良好的企业文化氛围吸引了大批的技术专才，倾心倾力打造富佳吸尘器家电这艘远洋战舰。

富佳为使广大员工和相关方认同企业的价值观、发展方向和目标，构建了系统的企业文化建设，包含精神文化、物质文化与行为文化，如设立员工活动中心、节日联欢会等。中层以上领导率先垂范，员工广泛参与，通过多种方式和途径，包括意见箱收集、例会、访谈、节日活动、宣传栏等全方位、多角度进行沟通，听取员工对企业价值观、发展方向和目标的意见和建议，并对可行性建议给予鼓励或奖励，营造员工向心力和对企业认同感、责任心。组织员工以“识别风险，排除地雷，预防品质”为主题质量月活动，

参加“质量月”征文，每月进行品质扫码码答题识知识竞赛，学习积分免费换取物质奖励，积极调动全员参与整体提高的企业管理氛围。

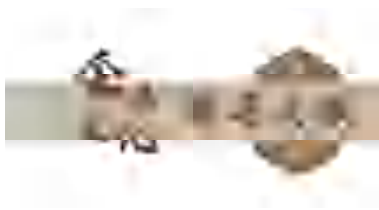
以文化熏陶全员提素

富佳大力开展“六个一”的传统文化学习活动，营造全员学习的良好氛围，提升企业员工的责任感，培养团队精神。

富佳管理团队从立一个志，读一本经，再到改一个过，行一次孝，领悟了六个一的精髓：一切根源在于我心，因为人是精神最直接和最明显的载体，一个人的精神面貌直接体现着他的工作生活的运作能力。只有真正了解了立志、读经、改过，那么才会想到通过日行一善来不断提高自己，回归自己的初心。

“六个一”学习使全员领悟到：有益于人的是“善”，“善”要大公无私，要发心至诚，我们每个凡人可能无法一下子做到，那么就可以从小善做起，从点点滴滴做起，

只要是利于他人的，或者利人也利己的，做正确的事。六个一的内在包含了文化与业务，成人与成事两条主线，犹如一条DNA的基因图，螺旋式捆绑，通过文化经典的学习提升自我能量，变化气质，通过改过，在为学日益的同时，为道日损，不断做减法，通过标杆对照，反省和自我引导，通过行孝，提升仁爱之心，通过日行一善，不断精进个人工作，体会幸福本质—幸福是奋斗出来的，而不是索取。❖



文化浸润 智造匠心

文化标兵

狮丹努

文化亮点

学习文化

近三十年里，狮丹努人始终用匠心至诚的企业精神内核一次次推动产业升级，在精耕细作之余，在企业发展的十字路口、在企业命运的转折点，用自己的匠心智慧，用务实创新的文化底蕴，实现步步为赢。



匠心至诚的企业精神内核

作为一个拥有1万2千余人的“大家庭”，狮丹努人执守服装为主业、秉持“致力一线品牌服装新智造、共享时尚美好新生活”的使命，怀揣忠于事业一片丹心的工匠精神、肩挑企业兴旺、员工幸福的担当精神，狮丹努的创业者们用奉献与拼搏精神，努力构筑一个具有优秀文化、经济效益、社会责任感的企业命运共同体。

经年累月苦心经营下，狮丹努先后荣获了“全国纺织和谐企业建设先进单位”、全国“双爱双评”先进企业、“全国服装行业百强企业”等称号，连续十六年被评为宁波市纳税50强。这一切离不开每一个狮丹努人扎实勤勉地忘我工作，一步一个脚印，不断学习新知识、新技术武装自己。正是这样的精神和凝聚力，在近几年全球疫情大爆发以致门堪罗雀、百业萧条的市场大环境中，狮丹努依然能够有条不紊、因势而动、乘风破浪。

在立足可持续发展的同时，结合长远战略和契合自身的运营模式，打造出了如今的创新科技狮丹努、数字智造狮丹努、绿色生态狮丹努、时尚创新文化狮丹努；培育了新一代的管理团队，实现二次创业；做到了科技创新、数字化创新、管理模式创新；为在2025年打造成为百亿规模的服装“智造”企业，一跃成为全球最具竞争力的针织服装“智造”商这一远大愿景的实现，夯实了基础，增强了精神力量。

创新文化带来的企业蜕变

团结奋斗、务实创新、诚信共赢，是狮丹努人的精神力量与核心价值体现。每一个工种、每一个岗位、每一个部门、每一个团队；他们努力奋斗着、认真工作着、勇敢创新着、用心经营着；年复一年抓安全、重人才、提质量、深服务。为加强凝聚力，集团不断组织开展系列党建学习、节庆活动，宁

大师生交流互动、开设技能管理培训班、金狮新锐之星研修班等等，助力建设以人为本的企业文化，形成了“企业关爱员工、员工信赖企业”的和谐局面。

为适应全球竞争的需要，狮丹努人不断加强自主创新，设立狮丹努院士工作站、博士后工作站。每年狮丹努人在研发上的投入超过当年销售收入的5%。在海外设立国际一流的设计工作室，设计师面向全球进行“市场研究”，从消费价值设计、产品工业设计、产品模具开发、包装形象设计到产品推广传播设计，狮丹努人建立了一体化的工作架构和流程。

面对制造产业人口红利丧失的困境，“听风先行”的狮丹努人，在自身拥有庞大的营销网络和物流配送能力的前提下，狮丹努人围绕针织服装经营核心，积极与国际品牌达成战略合作关系，加强产、供、销一体化运作，联合做好时尚服装及运动服装产品链条，将传统针织服装与运动时尚有机结合，使自身传统服装行业焕发生机与活力，提高自主产品的经济价值。

新的五年计划中，质量升级、供应链发展、上市和组织治理优化……将是狮丹努推动质量提升和供应链管理能力的三大战略。特别是在当前，狮丹努正在通过积极推进“数字化车间、未来工厂”项目建设，覆盖从设计、打样、裁片、采购、生产、包装、仓储物流等全部生产环节，包括3D试衣、自动裁剪、GST动作时间分析、悬挂系统、后道包装等10余种子系统，配合采用大数据、5G、边缘计算、云平台等技术手段，打造大规模柔性化生产在线云工厂。同时，加大自动化设备的更新换代升级应用，如模板应用、视觉A应用、自动化设备改造、AV智能物流、自动分练、自动整烫、自动包装等，并赋能车间的数字化改造升级，实现设计数字化、生产智能化、管理协同化。

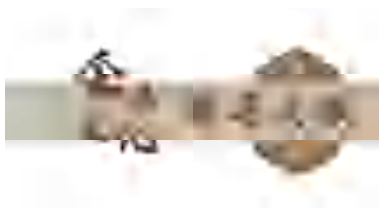
建设具有狮丹努特色的学习型企业

狮丹努董事长吴忠宝说：“知识是我们不断发展的精神食粮，永远在不断更新，我们的学习也必须积极主动，及时跟进”。这也是他十多年前就要将狮丹努打造成“学习型企业”的重要原因。

他认为，不只是领导层要改变，所有人一起变化，才能有更坚实的基础。为了实现这一目标，在狮丹努一直注重内部培训，修炼内功。组织中层管理人员开展的“拓展训练”和领导力培训，组织班组长的管理能力学习会，组织一线员工进行技术比武，鼓励基层一线班组长参加车间主任竞聘，创造良好的内部竞赛氛围。

开办职工学校，培训基本技能。考虑到企业的整体发展，狮丹努早在2010年底就在企业内部开办了管理学院，特地与一些培训公司联系，就在企业内部特殊工种和设备操作进行技术指导性培训，通过对特殊工种和设备操作人员进行系统的、专业的操作技能培训，提高技术人员的专业化水平，使全厂近千名员工取得了上岗资格证书，使得集团内部的千余部设备事故率大大降低，提高生产效率30%以上。

搭乘学历东风，构架人才基地。为进一步加强和深化学习型企业的发展，狮丹努与市、区劳动部门以及部分大中专院校进行合作，就员工攻读大专等学历给予了相当的优惠。对于中层干部或者工作达到一定年限的，给予全额免费学习，对于能够认同狮丹文化、长远发展的员工，给予一定的优惠。使得参加高中升大专的人数增加到500多人，专业包括财务会计、行政管理等，一些初中升高中或职高的培训，报名参加的人数也大为增加为全面建设学习型企业，未来还将继续加大、加宽在专业和学习方式上的合作和发展，多方位、多角度地培育优秀的狮丹努员工。■



质量长征，初心贯始终

文化标兵

杜亚

文化亮点

狼性团队

品牌和创新是杜亚产品战略的基因与初心。杜亚董事长孙宜培曾说：“我们的目标是要么不做，做了就必须做到第一，做出的产品必须是好产品，才能赢得市场信任”。



着石头过河”——投放低段产品、通过市场养研发、再逐步提升产品质量的想法，在零收益的情况下，杜亚投入大量成本进行技术革新。孙宜培相信，竞争的实质是质量的竞争。事实证明，孙宜培对市场的研判是正确的。2004年，杜亚将经过反复研发、推敲的产品推向市场后，一炮打响，当年销售额就超过1000万元，此后销售规模成跨越式增长，2007年，杜亚的销售额就已经超过1亿元。

2008年，杜亚里程碑式产品——开合帘电机横空出世，产品推向市场后，迅速被市场接受。2011年，杜亚的开合帘电机被中国建筑装饰装修材料协会授予“2010—2011年度建筑遮阳科技创新产品。”同样在2008年，杜亚还有一件被记载于杜亚史册的重要事件——开始制作电机的电子控制系统。随着电子控制系统的逐渐智能化，除了使用遥控器、控制器外，杜亚的产品还可以通过RS485串行接口第三方智能中控系统，以及移动智能终端（如手机）实现远程控制。杜亚也因此敲开了苹果公司的大门，其推窗机已经实现智能保护和精准控制，成为全球首家为苹果公司智能家居平台提供推

零缺陷下的品质文化

2021年，杜亚在国内外市场销售管状电机总数达1000万套，占据国内国外市场均为第一位，而此时距离杜亚正式注册成立，仅仅过去20年。

在最初，人们对孙宜培在杜亚创立前2年里所作的决策疑惑不解——在2002年到2003年，杜亚零收入。孙宜培说：“我不能卖，因为我们发出去的产品，必须是好产品，才能赢得市场信任。”孙宜培放弃了“摸

窗机的企业。

2015年，杜亚销售额突破10亿元大关，杜亚打出了引以为傲的标语：“每8秒就有一台杜亚电机在全球被安装。”用了不到2年的时间，杜亚将这个时间缩短为6秒，2018年时间再次被缩短为5秒，而如今这个时间已经更新为3秒。

目前，杜亚的产品销往全国各省市，及欧洲、美洲、非洲、德国、法国、意大利、美国、埃及等160多个国家和地区，成为国内第一、全球第二的管状电机供应商，其产能为世界第三名的7倍左右。

不过，让孙宜培更加自豪的，不是越来越高的销售额和市场占有率，而是市场对杜亚产品高质量的认可——杜亚的客户将其生产的产品奉为“零缺陷产品”。以欧洲客户为例，其在以高质量闻名的麦德龙超市卖出上万台产品，产品安全好用，无一人退货。

两业融合下的创新文化

孙宜培认为，一个企业想要在市场上站稳脚跟并不断发展壮大，唯有依靠创新不断开发新产品。

得益于科技创新方面的持续投入，杜亚的产品从建厂初期的一个系列十几种产品，到现在已经拥有几百个系列上万种产品。为了让研发人员的科技成果得到保护，杜亚还专门成立了知识产权管理办公室，负责知识产权信息的收集、申请、维护等工作。目前，杜亚已获知识产权400多项，其中专利多达200多项。与此同时，杜亚还参与国家级行业标准的制定。

现代社会是一个分工合作的社会，当杜亚将主要精力放在科研后，企业走出了一条适合自身发展的“哑铃式”经营模式，即重科研与销售、轻生产制造。杜亚研发好新产品后，将电机零部件的生产制造分发给专业



的制造厂商，最后只需在杜亚进行组装，即可销售到市场。为了保证产品的质量，杜亚建立了专门的供应链管理体系培育供应商：企业人员将各供应厂商进行检测，保证供应厂商的技术人员、设备、材料、工艺流程等各个环节均符合要求，从源头上做好品控。而对于企业内部的组装，从产品组装出来到客户手中，将经历包括性能、结构、外观在内的7道产品检测，以保证投入市场的产品的高品质。


随着两业融合的不断发展，杜亚也深刻认识到数字化和信息化对企业长期发展的重要性。为此，杜亚开启了“信息化和数字化”之路。从2015年开始，杜亚就已经开始引进信息化，通过信息化的不断实施与推进，大幅度降低了人工成本、减轻安全成本、环保成本等隐性成本的上升压力。

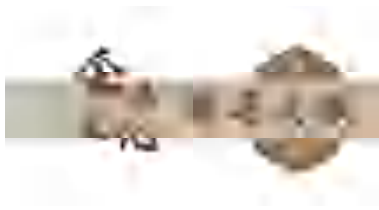
人文关怀下的狼性文化

杜亚的员工在外说起在杜亚工作，都有一种难以抑制的自豪感——杜亚的工厂环境闻名于宁波市。进入杜亚的办公大楼，先经过一片喷泉池，喷泉喷出的水花湿润着宁波炎热的天气。进入办公大楼后，人们又会被大楼内部华丽而文艺的装饰所震撼，木雕、挂画随处可见。此外，杜亚的工厂还配备了篮球场、台球室、电影院、图书馆等设施，让员工足不出厂便能享受众多娱乐方式。孙

宜培说：“杜亚的用人理念是‘员工是公司的最大财富’，我们要让员工快乐地工作，首先给员工创造一个好的工作环境。”

软装只是杜亚员工福利的一种，杜亚“快乐工作”的企业文化更体现在对员工的人性化管理上。在杜亚，有一个特殊的部门——员工关系科，该部门的人必须住在员工宿舍里，并且24小时对员工服务，第一时间处理员工投诉，随时对员工提供日常生活帮助等，让员工全天候感受到杜亚的关怀。杜亚还会举行台球比赛、车间大竞赛等比赛，定期举行团建活动，让员工积极融入集体，同时每年还有定期体检活动，让员工及时关注自身健康。

尽管杜亚生活、工作环境优越，但孙宜培并不担心员工“逸而惰”，“给肉吃就是狼，给草吃就是羊”。孙宜培说。为此，杜亚一改传统的人事管理和用工分配制度，形成工作人员“能上也能下、收入能增也能减、上岗依靠竞争、收入要看贡献”的良好机制，多干好干将意味着超过的薪资回报。在杜亚内部，已经形成非常浓厚的“狼性团队文化”。



建“心”百分百

文化标兵

建新

文化亮点

家的文化

“研发设计水平高、检验检测水平高、智能制造水平高、企业管理水平高”。别人眼中的优秀企业，是建新用近 40 年时间一条道上不段深耕。

子承父业，传承百分百

从 3 个车间、8 个员工起步的小厂，发展成为拥有 20 多家子公司、超过 4000 名员工的大型集团公司，建新的成功之处，在于精准地抓住了每个稍纵即逝的发展节点，快速地追上了每个难能可贵的机遇时刻。

1984 年，曾经在梅林机耕站开过拖拉机的赵国行，创立了建新橡胶厂。凭借着严格的质量管控，建新橡胶厂当时的密封圈产品渐渐打开市场，迎来了快速发展的一段时期。之后，进入洗衣机行业，给松下等知名洗衣机品牌做配套产品。1992 年，赵国行抓住了对建新来说至关重要的一个商机——与一汽大众合作生产橡胶减震件，标志着建新正式步入汽车零部件生产。1997 年，建新迎来了第二个关键转折点。这一年，企业开始战略转型，从原来的生产型企业转向研发型企业。这一年，建新第二代赵肇丰开始担任建新橡塑的总经理助理。

2000 年，建新开始研发整体式密封条，这款产品研发成功后，成为了接下来很长一段时间内建新的主导产品。进入新世纪，在研发力量不断加持之下，建新在这一轮产业

浪潮中，也成了一位弄潮儿。为了更好地与时代接轨，2000 年开始，赵肇丰开启了为期四年的德国留学之旅，接受国际化教育，也见识了德国工业的魅力。多年基层工作的锻炼与国外的学习，为赵肇丰之后的回归积蓄力量。也使得其在 2006 年接手企业之后就拥有魄力进行大刀阔斧的改革。2006 年 2 月，赵肇丰接过父辈创业的接力棒，开启了“二次创业”的历程。

赵肇丰接手企业后，大胆重新制定发展战略，将产品定位于中高档汽车零部件，重点配套国内外大型汽车厂家，展开同国内外汽车零部件知名企业的竞争。先后完成了奥迪 A6、帕萨特、昊锐以及北美通用的 Alpha、Zeta 平台等轿车密封条、减震件系列产品的开发，成为国内唯一一家生产高档轿车密封条的厂家，国内外市场进一步得到开拓。由此，建新逐渐从本地汽车配件行业的排头兵一跃成了国内同行中的领头羊。

建新之魂，创新百分百

“成为世界级科研领先的汽车零部件提供商。”这是赵肇丰接班后提出的企业发展

目标。“没有技术，是客户挑我们；有了技术，我们才可以挑客户。”这是赵肇丰对技术的态度。“企业要国际化，关键还要有符合国际化的管理思路，从企业高层到企业基层管理人员，都要有工匠精神的理念，只有精细化管理，才能让企业持续发展。”这是赵肇丰的管理理念。

建新注重打造高端研究开发平台。从 2005 年开始先后在美国、德国、日本建立研发分中心，招聘高端海外技术人员，同时在国内建立了“博士后科研工作站”“院士工作站”等科研平台，通过国内、国外研发人员技术交流合作，提高新产品、新技术、新材料、新工艺研发能力，目前企业研发人员数量占职工人数比重超 50%。

建新注重提升国际一流检测试验能力。建新目前拥有 1.5 亿元具有国际先进的各种研发试验设备，能够进行减震件、密封、底盘等新产品、新材料的静态刚度、老化、仿路谱震动、台架、疲劳寿命等汽车零部件各项性能检测试验，试验结果、检测数据得到了国内外汽车厂家的认可，同时也通过了国家 CNAS 实验室认可。通过试验检测能力

的提高，进一步提升了自主研发能力。


此外，建新还注重产品升级与市场开拓同频。通过不断提升产品技术与质量水平，建新在行业中树立了高质量的良好形象。一方面加快原有产品升级步伐。通过加大信息化、自动化、智能化改造投入，减震、密封、底盘等产品技术与质量档次进一步提升，从配套中端车型变成实现高端汽车配套。近年来市场份额不断扩大，其中汽车密封条市场占有率位居国内首位。另一方面加快产品结构升级步伐，新开发了胶管、天窗总成、铝合金副车架、隔震块等汽车零部件其它细分市场产品。

家的文化，暖心百分百

一直以来，建新始终秉承“以人为本”的理念，切实为员工办实事、办好事，用心、用情建设后勤保障体系，让员工感受到“以企为家”的温馨和关怀，共同筑造和谐美好、共建共享的建新大家庭。

建新关注员工职业发展，根据其爱好及专长，通过“管理序列、应用序列、技术研发序列和业务序列”晋升通道，来实现员工人生抱负与理想，达到双赢目标。比如如果是技术类岗位，那么在建新的晋升通道将是助理工程师→工程师→主管工程师→高级工程师→技术专家。对于应届毕业生，建新有专业化的培训体系人才三阶段计划、入企后实行动态跟踪培养，“师带徒”全程帮扶。实行大学生入职双通道培养机制，雏鹰计划+大学生导师，通过网络培训、技能培训、户外拓展训练营、大学生专项课程、管理力专项培训、名校领导力培训等帮助员工走稳职业生涯的第一步，实行管理与业务双驱动，四大发展序列助力职业成长，在初进企业2年内实行职业保护期，给予大学生充足的培养周期，让大学生在一个更加适宜的环境中成长，在每一阶段实施逐级比例晋升。

建新的自助餐食堂，是出了名的“别人家的食堂”，是宁海的“示范职工食堂”，

供应早、中、晚餐和夜宵，菜品丰富多样，荤素搭配、营养均衡，让员工大饱口福、尽享美味。食堂会在三伏天为员工准备绿豆汤、木莲冻、盐汽水、各类水果、清凉饮品等夏日福利，在冬至准备一碗热气腾腾的饺子，在元宵佳节送上甜滋滋的汤圆……使员工感受到建新的贴心关爱，为生产保驾护航。正如赵国行所言：“职工是企业生存的根本，只有把食堂搞好，让职工吃得放心、舒心，他们才能更安心投入到工作中去。这笔账怎么算都合算！”





热血铸就军魂心

文化标兵

华盛

文化亮点

爱国文化

在华盛，荡漾着一颗熠熠生辉的军魂。军魂所向，打不散、摧不垮、战无不胜。军魂所在，能战斗、敢创新、持续奋斗。军魂，在这里孕育着企业转型发展的变奏曲，还有打不倒的企业家陈静良和折不断的民族梦。

成于军品，品质尽显担当

在华盛，角角落落都透露着浓厚的爱国民族情结。在创始人“做重卡行业，支援国家的基础工业建设”的创业初心里，在“敢啃硬骨头、一诺千金”的服务精神里，让华盛即便在重卡部件行业市场饱和、竞争激烈的情况下，成功规避风险，企业渡过难关，并焕发勃勃生机，在业界留下了良好的口碑。

企业大门口“没有最好，只有更好，我们一直在努力”“只有品质的卓越，才有顾客信赖”“自动化，精制造，智管理，拥抱工业4.0时代”的醒目的生产标语，每个楼梯口诸如“理想是人生的太阳”的西方哲理，一楼墙上“请你认真地工作，快乐地工作；专注本职工作，恪尽职守；用心观察、经常总结，保持开放的学习心态；注重团队精神，注重整体效果……”的恳切的董事长致辞，不止在这些地方，还有各车间，通道，楼层，楼梯，各办公室科室……这些，都是华盛30多年浓缩而成的软实力，汇聚成“爱岗敬业，不忘初心，服务国防，不段创新，紧跟科技，勇攀高峰，

团结包容，砥砺奋进，利国利民，共同发展”的企业文化。

攻坚前沿科技，打破垄断，发展民族工业，陈静良说，爱国是甬商精神的精髓。

在创业的几十年里，华盛一直不惜重金研发军车重要总成件。仅在2007年，陈静良就花费800万元购入国企加工中心制造设备，支持民族品牌，但国企品牌最终不能用。华盛年年开发军车重要总成件，不要军方和陕重汽开发费用，军车采购量仅仅只占军费的10%，30年间90%军车费用都被郭伯雄、徐才厚等7-8个人贪污3600亿。“如果当年我做些别的产业，也许现在已经是个大富豪了。”他笑着说，“但是我一点也不后悔。”“步入军车制造业只是一个开始，几十年的创业经历让我有了更深的体会，发展民族工业，打破日德垄断，才是更进一步的爱国体现。”

就连企业招人，华盛也将爱国作为了第一个标准。在陈静良看来，甬商精神是一项民族文化遗产，步入新时代，一些东西的确需要变化，需要创新，但有些东西却是改变不了的，比如宁波帮代代传承的

爱国精神。

在30多年的发展中，华盛创下了无数项中国第一：成就军车和液力缓速器，从1998年开发2150一代军车产品，1999年承接9910工程，2190二代产品配套20%军车，到列装50%各种军车产品，到2016年承接1910工程、三代换代军车2306项目，206所项目，2017年独家开发成功165各种越野军事装备车产品，都是2个月一次开发生产出来交付合格，配套列装78%的军事装备车。

这，都凝聚着华盛对产品品质的坚持。作为军工企业，华盛出厂的每一个军车重要产品都使命重大，从过去到现在，再到未来，华盛初心不改，全力以赴，以实际行动兑现美好承诺，持续呈现高质量产品。

兴于军潮，开路阔步前行

虽然堪称“重卡下坡神器”的液力缓速器已在欧洲国家普及60年之久，而德国福伊特液力缓速器也早早跟随高端重卡进入中国，并在中国市场占领了先机。然而客观地说，液力缓速器在国内尚处于市场拓展的初



期阶段，拥有自主研发能力的中国本土企业更是寥寥无几。也因此，液力缓速器一直被国外厂商所垄断。由于进口缓速器价格高昂，车辆营运负担很重，欧洲德国液力缓速器针对中国道路条件和功率扭矩不够。

在华盛之前，国内有30多所高等院校已研发设计开发10-12年，有论文但无实际可适用技术产品。已有30多家公司企业，已研发开发8-12年，研发投入3-5亿，98%无可用产品技术适用产品而放弃。面对这块潜力巨大的市场，华盛一马当先，率先出击，展示敏锐的市场嗅觉。毫不夸张的说，在当下国内市场90%的缓速器企业都只能生产欧洲已淘汰50多年的电涡流缓速器，华盛已成为具备独立研发生产能力的企业佼佼者之一。

华盛打造出的液力缓速器具有品质过硬，范围广，适应性强，性价比高，灵活迅速等充分的竞争优势，使其能在短短4年间就推出6款液力缓速器，全方位满足不同市场需求的重要原因。

立于军魂，勇士冲波逆折

“十四五”规划发布以来，以西南地区为首的高原地区对国内的军车产业提供了巨大的需求和挑战。华盛要想在激烈的市场竞争中分得一杯羹，不仅要有破釜沉舟的勇气，更要有“咬定青山不放松”的定力意志。

陈静良和华盛就有这样一股韧劲和拼劲。

在经历了与纽威数控装备（苏州）股份有限公司的2068万桁架式自动化生产线30%生产未到齐、从未联机开机生产过一天、耗了8年“拉锯战”后，华盛五年血战孤军奋战，虽然五审五胜，却免不了元气大伤。

由于纽威数控恶意不履行合同，且生产线一直处于调试阶段无法实现生产，导致原本可于2015年6月投产的液力缓速器产品延误无法生产，进而影响了其军工产品的正常履约。不仅如此，军工企业液力缓速器升级四代智能控制安全驾驶，还遭受了纽威数控的恶意诉讼。

受案件牵连，8年间，企业资金链断裂，发展停滞不前，陈静良这位二次入党的老共

产党员变得居无定所。但为了企业，为了企业的员工，为了自己坚守的爱国梦，他始终没有放弃，砥砺前行，卖了所有房产，吃住在企业，选择和华盛共苦。其实于陈静良，有很多更优选择，比如就此收手，从此实现财富自由，安享晚年；比如很多国内外大公司提出了优厚的收购条件。但因为陈静良提出2个条件——华盛的名字不能改，华盛的总部不能搬迁，而最后不了了之。

伟大的事业，需要心无旁骛的付出。一家优秀企业的崛起，需要长期的努力。在军工这条路上，于华盛而言，是一场新时代的长征。就像凤凰一样，经过浴火洗礼，才能迎来裂变和涅槃重生。华盛和陈静良还在坚持经营与发展，决不放弃。■

“一米宽百米深” 单项冠军之城的晋级路

深水油气勘采、港珠澳大桥、“嫦娥四号”月球探测器……无论是海洋、陆地还是外太空，在中国创新求变、上天入海的路上都留下了宁波制造的身影。正如世界无法离开中国制造，中国制造也离不开宁波。

文 | 本刊记者 王诗蔚

创新赋能 化制为“智”

近日，工信部公示了第七批国家级制造业单项冠军企业（产品）名单，全国共计有339家企业上榜，全国制造业单项冠军总量攀升至1183家。越来越多的城市加入这场“单项冠军之城”较量之中。

此次，宁波新增20家单项冠军企业（产品）入围名单，新晋企业数量与深圳并列全国城市第一。加上前6批入围名单，宁波累计拥有单项冠军企业（产品）83家，继续雄踞全国首位。

短短6年，在全国万亿城市队列中，宁波的国家级制造业单项冠军企业数实现几何式进阶。

而在此次新入围的20家单项冠军企业中，4成企业来自汽车零部件行业，包括均胜群英、宁波高发、圣龙股份、震裕科技、容百科技等。

通过纵观单项冠军企业的发展路径，可以发现探索和创新已深深植入企业发展的基因之中。

在新能源和智能化浪潮下，作为宁波老牌零部件企业，宁波均胜群英汽车系统股份有限公司从2018年起就锚定汽车智能化、电动化，聚焦智能座舱与充电桩领域，开启

新一轮转型升级和技术攻坚。

均胜群英深耕汽车空调出风口系统领域超20年，在高端乘用车市场近五年市场占比持续超过42%，近3年平均研发经费占比超过5%，率先实现了电动出风口的国产化替代，前瞻性推出了全球首创智能隐藏式汽车空调出风口系统等产品，获得国际社会高度认可。

2018年均胜群英针对新能源和智能驾驶的新趋势开发了一系列新产品，进军汽车新能源充电电领域，成为包括特斯拉、蔚来、理想等品牌的战略合作伙伴。

借助单项冠军企业的创新因子与探索精神，宁波正在从制造向智造，从制造大市向制造强市跨越。

冲云破雾 化险为夷

在企业做大做强、升级发展迈向“单项冠军”的路径上，大多都会遇到不同类型和程度的困难及问题。身陷困境时，企业如何解决难题就显得格外重要。

成立于2000年的宁波招宝磁业，现已成长为全国最大的电动自行车供应商，主打产品“曳引电机磁钢”更被评为“国家重点新产品”。产品供货日立、迅达、奥的斯、

通力、富士达等全球知名电梯企业，市场占有率连续三年位居全球第一。

而在其转型发展的过程中，曾遇过不小的阻碍：由于电机在高温和高转速下，内部温度会显著上升，进而会造成电机运行不稳，电机可靠性降低的后果。

对此，招宝磁业选择了迎难而上，用专注与坚守破除难题。技术部成员夜以继日地查阅中外文献，奔走于各个实验室。终于，通过增加渗碳工艺，解决了高热问题。2008年，解决危机的招宝磁业成功转型为电梯电机生产商，并于2012年成为全国最大的电梯电机供应商。

无独有偶，此次入选的宁波艾克姆新材料有限公司也曾在发展过程中遇到阻碍与压力。

艾克姆新材料生产的产品为预分散橡胶助剂，属于新材料领域，其产品应用于对品质要求比较高的橡胶制品，如汽车上的密封件、减震件，以及轨道交通密封件、航空航天的密封圈等。2021年，企业产品预分散橡胶助剂的国内市场占有率第一。

而今年4月20日，艾克姆新材料40多吨橡胶促进剂，因新冠肺炎疫情反复延宕陷入能否如期交货的危机之中。



幸运的是，在提出申请之后，甬江海关第二天一大早就派专职人员到现场查检，出证特别快，不仅为企业留住了客户，使其资金周转也有了保障。

“企业无论是在申报、业务咨询还是验放上，我们都能第一时间实现有关切、有回应、有效率。对企业来说，每压缩一秒通关时间，都可能帮助企业提高资金周转使用，进一步开拓国内外市场。”甬江海关相关负责人如是说。

为了在疫情期间加快通关，甬江海关创新性推出“零接触巡查”“网上云监管”等便利举措，既缩短了查验时间，加快了货物的通关速度，又降低了企业成本，实现了企业“零等待”。

可见，单项冠军企业作为“专而强”的典范，在成长与发展的奋斗轨迹上不仅需要长期科技创新的能力与秉持工匠精神的定力，还需要面对困境时，见招拆招的灵活与敏锐、冲云破雾的专注与笃志。

政企携手 化难为易

自2017年以来，宁波开展单项冠军企业培育工作。收获“单项冠军”的路上，既离不开企业自身加紧攻关拓市，又离不开一

全国城市拥有国家制造业单项冠军 20 强排名

排名	城市	共7批总量(家)	前6批(家)	第7批新增(家)
1	宁波市	83	63	20
2	深圳市	67	47	20
3	北京市	56	38	18
4	上海市	38	27	11
5	杭州市	34	26	8
6	常州市	31	24	7
7	青岛市	31	23	8
8	苏州市	30	21	9
9	天津市	28	16	12
10	南通市	25	17	8
11	广州市	24	16	8
12	长沙市	24	15	9
13	淄博市	20	17	3
14	潍坊市	19	16	3
15	南京市	19	14	5
16	济南市	19	13	6
17	烟台市	17	15	2
18	泰安市	17	15	2
19	大连市	17	13	4
20	佛山市	17	12	5

双“有形之手”的引导与扶持。

2022年,针对企业减负降本、稳增长、创新能力提升、高端人才引进等实际需求,宁波市出台“科技惠企政策十条”,鼓励企业引进创新人才和自主创新产品推广应用。

同时,宁波市不断提升研发投入强度,做强化科技创新硬核力量的“主引擎”。日前,宁波市统计局公布了2021年宁波市研究与试验发展(R&D)经费投入及其强度指标情况。数据显示,2021年宁波R&D经费投入达到

402.7亿元,同比增长13.5%,增速较上年加快4.0个百分点。

除此之外,政府推出一系列改革和服务举措,大力支持民营企业发展,持续重塑和优化营商环境。

近年来宁波不断加大力度,引进强校、强院、强所等高能级创新平台,加快集聚一流科技人才和创新团队。截至目前,宁波市已引进共建产业技术研究院71家,实现区(县、市)和重点产业集群“两个全覆盖”。

作为“旗舰”型产业技术研究院,中国科学院宁波工程材料所落地18年来,始终坚持科技与产业紧密结合,与企业开展多元合作,极大程度地提升了产业技术攻关能力。

招宝磁业与中科院宁波材料所共同成立了“永磁电机磁钢工程技术中心”,合作开发的创新产品先后获“国家重点新产品”、



市科技进步一等奖等多项荣誉。

建有省级研发中心的艾克姆新材料与青岛科技大学高分子工程学院、中科院宁波材料所建立了长期合作,荣获多项发明专利。


打开第七批国家级制造业单项冠军企业(产品)名单,可以发现与高能级创新平台合作共赢的企业不胜枚举,涌现出众多校企深度合作、共生共赢的典范。

此次入围国家级单项冠军产品的电子元器件用CuNi系合金带箔材来自兴业盛泰。这种材料是新一代移动通信、航空航天、轨道交通等领域中不可或缺的先进铜合金材料,也是我国产业链高级化的鲜活体现。

兴业盛泰作为宁波杭州湾新区的骨干企业,是新区百亿级新材料产业的中坚力量。2017年,长期与行业高等院校深入合作的兴业盛泰与江西理工大学正式签订了具有战

略意义的《校企合作协议书》,明确了双方在有色金属材料、高性能合金材料等科技领域的多方面合作事业。

圣龙股份作为通用、福特、捷豹路虎等全球知名车企的一级供应商,专注于汽车动力系统领域的零部件设计、研发与制造,今年6月29日上午,圣龙股份与重庆理工大学在重庆理工大学会议室签署战略合作协议,旨在共同推进新能源汽车产业发展。

风光无限,常在险峰;探索不止,须攀高峰。“上天入地”无所不能的宁波“单项冠军”专注、创新、敏锐,长期深耕行业练就了一身本领,为宁波智造的持续进阶注入了源源不断的动力与活力。

【“热点”栏目责任编辑:陈敏璐】

惟善為寶

洞橋中心小學
感謝吳志光

争先进位
践行 20 大

封面人物

宁波帅特龙集团有限公司董事长
吴志光

企业成立时间：1986 年

所在地：宁波海曙



吴志光： 藏在汽车中的共富梦

回首帅特龙集团董事长吴志光一路的创业历程，与时代的进程密切相联。36年里，他从社会主义市场经济的财富创造者向财富分享者不断“进化”，带领很多人成为“共同富裕”的生动践行者。

文 | 金陈聪 董其岳

带着“共富”基因出发

作为社会主义市场经济环境下优秀的领跑者和践行者，甬商自古以来就带有“共同富裕”的基因。

与许多创一代甬商一样，吴志光创业之初，纯粹是为了“脱贫致富”。那时候的他，犹如漫山遍野的野草一样，渺小但很倔强。这种倔强来自于对摆脱贫困的渴望，而这也恰恰成为他日后走上创业道路并取得辉煌成就的源动力。

吴志光出身于宁波鄞县山区的一户贫寒家庭，每天辛勤割草放牛、上山砍柴、种田务农，那个年代的饥饿和贫穷是他对童年的全部记忆。吴志光意识到光是靠辛勤耕作是无法实现脱贫致富的，便决心放手一搏。

1975年，国内许多地方开始兴办乡镇或村办工厂，但当时缺少开模具的技术人员，而且开模具是份堪称高精尖的技术。

于是吴志光到公社办的电器阀门厂拜师学艺，学习胶木模具的制造技术，自此开始了三年艰苦的拜师学艺生涯。他手起血泡、老茧，不分日夜地练习基本功，终于从一名学徒成长为模具行业小有名气的“师傅”。1979年，他被鄞江中学校办工厂聘任为模具师傅。八年间，凭借着良好的声誉和精湛的技术，他逐步被提拔为技术副厂长。

二十世纪80年代，改革开放的号角吹遍全国各地，掀起了一股下海创业的浪潮。当时中国的汽车市场刚刚起步，吴志光以犀利的眼光瞄准了汽车零部件行业，毅然放弃了唾手可得的事业编制，怀揣着拼凑出来的200元资金，注册了家庭小作坊——鄞江禅岩胶木厂（宁波帅特龙集团有限公司前身）。他租了一台胶木压机，以熟练技术和可靠的信誉，拿下了北京汽车制造厂和上海汽车制造厂的胶木业务。

创业初期，吴志光既当模具师傅，又当业务员，还当工人。为节省费用，他坐过轮船底舱、躺过火车过道、睡过地下室、住过防空洞……即便是发高烧、不睡觉也要守信用，按时将货交到客户手里。无论过程多么艰难，他仍对未来充满信心。因质量过硬，交货及时，深受长春一汽等客户单位的信任，从此开启了长达30多年并延续至今的友好合作。

与时俱进，探索共富之路

“把小产品当做真正的‘难事’来做，这里的‘难’是难在品质，难在创新，能把这些难事做到极致，市场就有了，出路也就宽了。”吴志光说。凭借不顾一切顽强拼搏的精神，通过坚持自主创新，帅特龙实现了爆发式成长，成为业界知名的“烟灰缸大王”。

但是帅特龙并没有因飞速成长而故步

七零赋

吴志光

破茧为蝶飞塞北
蓝天白云倚绿洲
甬城虽是高温日
草原深处添寒衣
谁说南人难伏马
敢与蒙汉争高低

二二年七月十七日呼伦贝尔





自封，每年持续投入数千万资金，不断引进国际领先设备、推进企业数字化转型。2017年，公司数字化车间获得宁波市首批数字化车间立项，这是响应国家高质量发展政策的一大重要战略部署。通过对产品生产制造工艺流程、生产设备布局、物流

走向等环节进行自动化设计和整体优化，实现ERP、WMS、MES、SOP、PLM等系统的开发、集成、部署实施和资源的统一管理，成功打造了“1个数据中心+多个协作平台+多个共享经验库”的信息化管理模式，极大改善优化了车间流程和管

理手段，生产效率得到大幅提升。

如今的帅特龙已经从36年前的小作坊发展成为国家单项冠军，主营产品覆盖汽车功能性内外饰件十大系列，市场占有率连续六年居全球第二、全国第一，是全球汽车零部件领域的头部企业，每年研发新

产品超百项，实现了产值、销售业绩、利税连年攀升。2021年末企业净资产达15亿元，年纳税总额超1亿元，连续十三年荣获纳税突出贡献奖。

然而，面对掌声、鲜花、荣誉，这个草根出身的企业家从来没有头脑发热。创业36年来，吴志光始终坚持深耕一个行业——汽车零部件制造业；始终坚持做精做强一个企业——帅特龙。

吴志光敢想敢干，历经改革开放、中国入世，以及经济危机，他是中国经济发展的亲历者、实践者和助推者。在不断推动企业转型升级发展过程中，他也开始思考探索产业转型、推动行业共富。

至今，吴志光已连续6年担任宁波市汽车零部件产业协会会长，他表示：“作为有资金、有能力、有行业担当的企业，帅特龙愿做时代需要的创新型企业，探索一条强链补链、产业升级的新路径。”

共富先行，同心圆梦

36年来，帅特龙始终坚持“创造、责任、共赢”的核心价值观，“同富共赢”的想法早已深植帅特龙的企业文化之中。

“因为从小受过贫困之苦，我能够理解弱势群体面对贫困的无奈。只要帅特龙还在，我就不会停止投身社会公益事业脚步。”至今，吴志光慈善捐款已超7000万元，荣登福布斯中国慈善榜，连续多年获评宁波市“慈善之星”。


饮水思源，反哺桑梓。吴志光始终关注孕育他生长的这片热土，热衷于助力恢复宁波文化遗产。小时候在桥上卖货、躲雨的记忆让他对鄞江桥有着特殊的感情。2012年，吴志光在得知拥有1600多年历

史的鄞江古桥需要重建的信息，立马捐赠1000万元重建浙江省第一座木结构风雨廊桥“鄞江桥”，帮助家乡鄞江古镇实现了重建千年鄞江廊桥的梦想。2014年，吴志光又出资200万元支持鄞州区五水共治工程。2015年，先后出资200万元修缮鄞江镇吴氏宗祠，出资100万元搭建鄞江镇中心小学光明桥。吴志光的这些善举，让历史文化得以再次发扬与光大，为我们的后代留下宝贵的文化财富，也带动了鄞江这个千年古镇旅游业的迅猛发展。

真帮实困，助学圆梦。多年来，他始终关注当地教育事业的发展，其善举给无数人带来希望和感动，同时也带动更多人积极投身慈善事业，推动当地教育事业的进一步发展。2004年，帅特龙捐资100万元建造洞桥镇中心小学教学楼；2008年，捐资500万元成立洞桥镇中心小学慈善扶贫基金。2015年，捐资500万元成立鄞江中学教育基金；2016年，捐资500万元成立恩美儿童福利院爱心基金。2020年，捐资1000万元成立鄞江中学奖教基金。

吴志光秉持着企业家也应该是慈善家的理念，积极倡导对员工、对企业、对社会的责任，反哺社会慈善公益事业。他还捐资1500万元设立“爱警为民”爱心基金，用以帮助更多的民警、辅警及家属，解决其后顾之忧。同时为雪窦山资福律寺捐赠500万元建转轮经藏，弘扬佛教文化。

大道之行也，天下为公。从自发到自觉，在共同富裕的道路上，吴志光胸怀天下，努力成为“张骞式”社会企业家，共同创建更美好的社会——这是“共同富裕”坐标下甬商的方位所在，也是历史的必然。只有明白了当初为何出发，才能走得更远。

吴志光用自己的行动实践着习近平总书记发出的“不忘初心、牢记使命”和“实现共同富裕”的号召！

吴志光把马的野性、不屈不挠的奋斗精神、勇往直前的进取精神融入企业调性中，并贯穿于企业管理的各个环节，铸就了帅特龙全体员工勇于拼搏、奋发向上的精神——龙马精神：不忘初心，牢记使命，一往无前，成为中国龙头企业。

帅特龙集团的“特帅”文化

“帅特龙”顾名思义，寓意乃其“特帅”企业文化的体现：“帅”，做帅气的行业精英；“特”，产品要有特色；“龙”，龙的传人，不忘初心，牢记使命，永远跟着共产党，始终保持中国心，成为龙头企业。帅特龙用“特帅”企业文化，锤炼“特帅”产品，打造“特帅”企业，成为“特帅”楷模。

【“名人堂”栏目责任编辑：陈敏璐】

小遛共享： 一抹亮黄，突围共享“江湖”

一辆辆设计炫酷的小遛共享电单车，已经成为街头一道亮黄色的风景线，融入到宁波人的日常出行生活和城市生活中，并见证了这座城市发展和变化。

文 | 本刊记者 王诗蔚



小单车荣获国家奖

11月3日至4日，第二届全国退役军人创业创新大赛在成都举行。来自宁波的小遛共享电单车项目获全国军创大赛传统产业及生活服务业组三等奖，这也是宁波市继首届全国退役军人创业创

新大赛后再次取得国家级奖项。

小遛共享成立于2017年初，作为一家共享电单车互联网企业，致力于打造赋能短途出行的数字化运营平台，服务城市综合交通体系“最后一公里”，解决城市短途出行需求。

坚守产品服务和技术创新的小遛共享电单车从宁波走向全国，已在全国100多个城市投放，车辆总数达20多万辆，用户已突破5000万。从市场竞争者、市场热点参与者成长为引领行业发展、制造市场热点、推动行业升级的领跑者。

2021年11月，小遛共享从全省310家军创企业（团队）中脱颖而出，在浙江省第二届“建行杯”退役军人创业创新大赛决赛上获得传统产业及生活服务业赛道一等奖。

而如今代表浙江“出征”全国第二届退役军人创业创新大赛，不仅体现了小遛共享在技术和模式上创新探索能力强、成长升级快，还彰显了其作为行业新“黑马”迈向新台阶、展现新作为、开启新征程的决心。

小芯片蕴含“超能力”

尽管共享电单车打通了人们“出行最后一公里”，但现今共享两轮车市场中存在大量“乱停乱放”和“过度投放”等现象。一路走来的小遛共享也不断地发现问题、解决问题。

2020年，在停车领域，基于精准定位技术的突破，小遛共享研发出两大“黑科技”——“90°规范停车技术”和“RFID精准停车技术”。通过车辆上配备的RFID检测设备与停车点设置的RFID芯片进行对码感应，采用“北斗”定位系统，凭借高精度识别和提示，形成一道隐形的“停车桩”。用户用完车后，必须将车辆放置在规定的停车点并垂直马路牙子90°的角度摆放整齐，系统才允许还车并结束计费，实现高精度停车的管理。这两项专有技术，凭借高精度识别和提示，如同形成一道隐形的“停车桩”，将会有效解决目前共享两轮车市场中存在的乱象。

2021年小遛共享又创新性运用AI视觉停车技术，不仅极大地降低了实施成本，还提高了定位精度，算法识别率高达99%，更好地解决了乱停乱放的问题。

除了在停车领域不断迭代新技术外，小遛亮黄色的车身之下，还暗藏了众多“黑科技”：车辆头盔智能化、人脸识别技术；全身搭载各类芯片传感器，刹车模式下不供电，确保安全；车座材质达IPX7级防水，仅次于华为手机防水性能；续航里程超过100公里以上。

小遛共享为重点解决人工换电、运维调度、线下车辆调控、运营开发等难题，通过自己运营智能实验室，积极组建2支自主研发技术团队来布局下一代技术，用技术构建共享出行新生态。

为研发不惜下“血本”的态度，恰恰体现了创新朱波的一种“专业主义”执念：“一厘米的宽度、一公里的深度”，要做深、做透、做精、做专共享出行这一件事。

小身板担起“大责任”

在企业发展的同时，小遛共享积极



承担和践行社会责任，以实际行动回馈社会。

朱波2003年退役后开始创业，得益于在部队养成的行事习惯，他非常看重军人身上吃苦耐劳、坚韧不拔的精神品质，视退役军人为人才。

2020年，小遛共享加入鄞州区退役军人就业创业联盟和宁波崇军联盟，积极配合市、区两级退役军人事务局开展退役军人专场招聘会，吸纳优秀退役军人的同时为宁波区域退役军人提供全年8折优惠骑行服务，进一步拓宽了为退役军人服务的渠道。目前，企业内退役军人达300多名。

作为多个城市的退役军人就业见习基地，小遛共享让退役军人不仅能投入一线工作，还能更多地进入管理类岗位。


除了大力营造拥军崇军的社会氛围之外，小遛的发展还一直秉持着“提效”“环保”的绿色可持续发展理念，响应国家“双碳”号召，为民众提供更加绿色、低碳、环保的出行方式。

小遛共享多次开展免费公益骑行，协助马拉松比赛、志愿者公益骑行、公益跑等活动，倡导更多人一起绿色出行、文明骑行。

在2021年4月底的首届中国慢行交通大会上，小遛共享通过发布《“小遛共享”放心标准100条》来接受全社会的监督，从而让政府放心、让管理部门放心、让市民放心。

大会上，小遛共享荣获“2020-2021慢行交通抗‘疫’先锋企业”称号。在疫情来袭之时，小遛共享迅速成立公司内部疫情防控工作小组，分别向宁波、浙江及湖北红十字会捐赠共计60万元，并为武汉医务工作者和志愿者提供免费骑行；同期，小遛共享向宁波出租车行业捐赠30万元以及口罩等防疫用品，总计捐赠近百万。

为了保障市民用车安全，小遛共享曾在石家庄和南昌发起共享单车“无差别消毒”工作，为市民群众筑起出行防疫的健康安全屏障。

如今被业界称为“宁波模式”的小遛共享，通过大数据和AI智能深度学习，肩负使命，不断研发相关新技术，进一步助力城市智慧交通体系的构建，科技赋能行业智能化，未来也将为社会和人们带来更加舒适、智能和安全的骑行体验，力争成为浙江向全国展示的一张城市名片。

后疫情时代，新爆点在何处？

露营经济的背后有着疫情推动和消费需求的暴增，但是身处后疫情时代下一个消费热点又在何处，不同行业给出了自己的答案。

文 | 姚燚 金佳颖

旅游电竞的无限可能

9月29日，英雄联盟赛事宣布同程旅行成为2022英雄联盟全球总决赛中国区官方合作伙伴。

同程方面表示，作为此电竞赛事的唯一的在线旅游合作平台，将与英雄联盟深耕“文旅+电竞”模式，线上线下协同挖掘年轻用户市场。

线上方面，同程将推出红包立减、赛事预测、里程商城兑换英雄联盟周边等活动，并推出2022英雄联盟全球总决赛限定版卡面同程黑鲸卡产品。

线下同程将在丽江、青岛、上海等全国多地组织线下观赛活动，联合湖南航空推出电竞主题航班等。

实际上早在2017年，同程就开始了旅游与游戏电竞的跨界尝试，彼时与腾讯视频王者荣耀频道合作，参与了国内电竞主持人选秀节目。

2019年，同程成为世界大学生电子竞技联赛（WUCG）官方独家出行合作伙伴；2021年，同程与携程、腾讯游戏人生发起“腾程计划”，战略投资电竞酒店，布局电竞主题住宿产业。前不

久，同程旅行还和QQ飞车达成了线上文创合作，成为2022《QQ飞车》“同程千里，飞跃黄河”新版本的首家OTA合作品牌，为参与活动的用户提供QQ飞车专属红包。

2022年7月，桂林与同程联合主办了“同程杯”桂林英雄联盟手游争霸赛，吸引了279支来自全国各地的电竞队伍，总决赛吸引了超35.5万人次通过直播观看。

根据同程旅行与中新经纬与今年联合发布的《“Z世代”青年在线旅行消费洞察报告2022》显示，“Z世代”青年渐渐成为旅行消费的主力军，在旅行消费多元化方面和旅行行业供需结构的变革上发挥着越来越大的影响。

这无疑利好于“文旅+电竞”模式的发展，推动其成为文旅市场破局的重要趋势之一。

从宏观层面来看，各地也在不断深化布局，挖掘电竞产业对线下经济带来的发展潜力。例如成都发布了《关于推进“电竞+”产业发展的实施意见》、深圳市南山区发布的《深圳市南山区关于

支持电竞产业发展的实施意见》等，对电子竞技产业发展作出了政策指引，促进与其他产业的融合。

“露营+”的新衍生

目前受益于疫情阻碍出省或出国远途游行业的发展，露营这种围绕城市周边的短途游正处于快速发展期。据艾媒咨询《2022-2025年中国露营经济发展前景与商业布局分析报告》显示，2021年中国露营经济核心市场规模达到747.5亿元，同比增长62.5%；在国家系列政策利好下，预计2025年中国露营经济核心市场规模将上升至2483.2亿元。

另据天眼查数据显示，我国目前有近4.6万家露营相关企业，近三年我国露营相关企业注册总量持续猛涨，2021年新增注册露营相关企业20000家，较2020年增长144%。

如今，露营需求量也从低频向高频快速提升。

多方旅游平台数据显示，今年五一期间，同程旅行“露营”相关旅游搜索热度环比上涨117%；端午假期，携程平



台内露营产品预定数量相较五一假期高出一倍以上；再到今年暑假，多家旅游企业均推出了“营地”作为宣传亮点的产品。

露营产业的大火，同样带动相关产业生态的爆发性增长，如户外运动行业、家具家电行业、服饰行业、食品行业等，形成了叠加的经济效益。

据咨询报告显示，2021年中国露营经济核心市场规模达747.5亿元，带动相关市场规模为3812.3亿元，同比增长率为58.5%；预计2025年露营经济带动市场规模将达到14402.8亿元。另京东数据显示，今年618大促期间，京东开门红10分钟的时间段内，天幕、帐篷等户外露营产品成交额同比增长210%。

目前露营产业正处于高速发展的时期，市场普及率都在快速提升。但要进一步增长，可以拓展出更丰富的玩法，或结合相关产业做业态衍生。比如，露营带火的飞盘、桨板、滑板、剧本杀等各项运动或游戏项目，本质上讲都在扩展露营产业的可玩性。

另一方面，露营产业可以结合文旅产业做业态衍生。目前也有许多小镇城市在做“露营+”模式，催生文旅新业态。近日山西崇家岭村、二沙村均推出了“露营音乐节”“露营基地”等，吸引露营或音乐爱好者来访。

同样也有许多户外露营品牌做“露营+文旅”的模式，比如大热荒野、挪客Naturehike等。大热荒野创始人朱显曾对媒体表示，“公司将围绕农村土地市场、文旅地产等领域持续拓展自营营地，并持续寻求更多场地进入深度合作。”

再回到露营带动的相关产业端来讲，户外用品、露营家具家电、服饰等行业正是借助了“露营热”这把大火，进而大火了一把。接下来行业长足发展，也同样需要丰富产品线与推新率，来带动露营相关产品的消费频次。

把握“起飞”机遇

在“露营热潮”下，一部分企业家和专家已经在思考露营经济后的下一个蓝海。10月11日下午，甬商公共服务平台推出第十二期“周二月湖下午茶”沙龙活动，探讨“露营经济后，下一个爆点是什么”。活动吸引了生态农业、教育、银行、社会组织等不同行业的负责人参加，大家围绕“露营经济后，下一个爆点是什么”畅所欲言，各抒己见。

宁波市甬商发展研究会秘书长曹云主持沙龙并率先开头。他说元宇宙电竞、新文创体验、沉浸式电音目前在年轻群体中已逐步兴起，假以时日或许能成为新爆点；宁波锦吴生态农业有限公司总经理丁剑西认为在疫情背景下，休闲捕

鱼、海钓将成为下一个热潮，钓鱼也逐渐成为一个时尚行业；中国国际金融股份有限公司高级顾问赵晨含认为即热、即食、即烹等类别的预制菜将是下一个风口，它是由消费者需求来驱动的市场，方便、简单、快捷，这也促使餐饮工艺化效率的提升；中国民生银行宁波解放南路支行行长卢玲玲认为露营经济延伸出来的周边产品，例如后备箱咖啡和现在的社区养老将是下一个爆点；今启社会工作服务中心项目负责人戴儿认为未来社区公共空间，通过感情的链接，社区的融洽，形成商业模式，也可成为下一个蓝海；宁波市大数据投资发展有限公司总经理李风认为任何爆点的出现在于品牌的运营和打造，她觉得无糖饮食行业也有可能成为下一个风口；浙江省智能制造创新中心副总裁张译文认为把“农家乐+露营+民宿”变成小院业态将成为新的爆点，这也是一种生活方式的售卖。

在常态化疫情防控背景下大众旅游需求的变化，以及露营产业的自身积累和发展，将露营推向了风口，露营行业的爆火也盘活了一个产业链。此波热潮过后，各行业要把握“起飞”机遇，提前布局，实现更高质量发展，为迎接下一个风口做好准备。■

品牌“保鲜”启示录

品牌与产品一样，有自己的生命周期，唯有不断更新迭代、保质保鲜，才能长期保持品牌活力。

文 | 本刊记者 王诗蔚



日前，海天酱油碰上“海克斯科技”、椰树集团直播首秀又土又污，犹如蝴蝶双翼，煽动了消费者的情绪神经，将两家传统企业置于舆论旋涡之中。

面对舆论发酵，从企业、高校自身角度出发，海天酱油和椰树椰汁接连发生的品牌危机事件，如何给广大宁波企业带来借鉴？10月25日下午，甬商公共服务平台推出第十三期“周二月湖下午茶”沙龙活动，以“从海天酱油和椰

树椰汁看企业品牌如何保鲜？”为主题，以这两家企业的案例，来破解企业品牌保鲜之道。来自于委员会客厅委员、各行业、各知名企业的企业家、职业经理人，从不同角度阐述了大家对品牌的理解，讲述了自己企业如何进行品牌建设和应对危机公关的。

捕获年轻人的芳心

如今，80后已经成为家庭与社会的

中坚力量，最早的一批90后也已步入而立之年，00后05后来势汹汹，他们爱社交、爱新奇，为消费市场注入了源源不断的活力。在一定程度上把握了年轻人的喜好，就等于抓住了消费市场的发展方向。

正如近几年，大白兔、六神、老干妈、百雀羚、回力等经典国货品牌的翻红，还有花西子、完美日记、内外等新国货品牌的崛起，国产品牌正在以“年轻人的兴趣”为方向，从嵌入传统文化元素，再到IP联名，充分发挥产品力、品牌力、渠道力以及供应链能力，让中华优秀传统文化以时尚潮流年轻的形式展示出来，从而融合传统文化塑造长期品牌力。

“当代年轻人开始愿意为情感价值买单。”名创优品的创始人、董事会主席兼首席执行官叶国富通过研究年轻人兴趣偏好和消费习惯提出兴趣消费理论。在他看来，中国的消费有三个阶段，第一阶段为低价消费，第二阶段为性价比消费，第三阶段则是兴趣消费，“新的消费观念带来新的消费趋势，以兴趣消费为特征的第三次消费浪潮已经到来。”

对此，浙江欢策控股集团有限公司

总经理陈欢府非常认同，他认为现在消费群体年轻化，互联网不断发展，品牌也需要转型升级适应时代，如此才能实现保鲜提质。

“黑科技”照进现实

当然，品牌年轻化的这个“年轻”，不仅仅单指吸引年轻人的注意力，也强调了企业需要拥有应时而变、持续学习、勇立潮头的创新基因。

贝发集团股份有限公司供应链总监闫刚认为品牌代表着企业的价值，也代表着企业的利润，品牌如何保鲜重点在于关注于研发跟技术创新。

贝发在跨界技术的理论层面做了大量探讨，比如收购生命科技相关的研究中心，经过不断测试、迭代改进和在应用层面的创新，把生命科技的技术场景化添加到文具上面。

在创新技术的加持下，贝发文具不仅仅可以用于书写，还推出了对健康带来好处的抗菌笔。在秉承国际通用的“环保3R准则”下，贝发研制出PLA生物塑料笔、纸杆铅笔、换囊笔、可注墨棉芯水性笔等一系列环保新品。

近日，国外知名设计师 Miel Wellens 携团队一行到访贝发集团，双方就贝发旗下智慧健康文教品牌——贝发知乐核心系列 PAR 益光谱护眼产品的创新升级达成合作，将为国内智慧健康文教领域作出新贡献。

无独有偶，海尔智家也以“科技”为马，不断拉动行业产品创新。

通过洗衣机的精华洗、空调除菌自清洁以及热水器的水晶胆等，来打造智慧厨房、智慧浴室和智慧客厅，从而体现出海尔智家在智慧家居赛道突出的科技实力。

近年来，海尔智家启动生态品牌的全新战略阶段，发布行业首个场景品牌三翼鸟，用涵盖家装、家居、家电、家生活的“一站式定制智慧家”服务，让消费者对于智慧美好生活的憧憬能“一步”照进现实。目前，三翼鸟已有2万余款组件、迭代了1000+场景方案，能提供千人千面的个性化定制服务。

除了抓牢年轻化消费趋势之外，不断提升产品创新的能力与活力，满足多圈层多样化的消费需求，同样是帮助品牌“保鲜”的关键因子。

“企业梦”紧连“中国梦”

对于企业如何“保鲜”，蚌埠日报社融媒体发布中心主任朱素贤认为品牌不仅要顺应互联网发展新形势，企业更要把公信力、社会责任感赋能到企业的品牌建设中，让品牌更扎实。

“十四五”时期，在国家实施“双碳”战略的背景下，培育绿色发展新动能，正成为企业可持续发展的新方向之一。

2022年9月，海尔智家正式建成投产了中国家电行业首家再循环互联工厂。投产后，年拆解能力可达300万台，再生能力3万吨，提供300多个就业岗位。未来，工厂还将逐步扩展到部件再制造、报废汽车回收拆解等领域，促进再生资源加工利用行业的规模化、规范化、清洁化发展，探索全行业绿色循环经济发展新模式。

凭借着亮眼的“双碳”答卷，海尔智家屡获外界认可，上榜《财富》首份中国ESG影响力榜单，旗下冰箱、洗衣机等6大产业也都获得碳足迹认证，为行业绿色发展树立了标杆。

像海尔智家那样具有社会责任感的企业并不在少数。“破产式捐款”的鸿

星尔克到拥有三分之一员工是残疾人的白象，民族品牌一次次被“野性消费”，充分体现了企业社会责任感的重要性。企业在发展的同时，需要不忘初心、积极承担社会责任，不能眼中只有利益，而应该秉持初心与匠心，走一条可持续发展之路。

而国庆期间，引起热议的海天味业“双标”事件，则被消费者认为是海天味业的社会责任感的缺失。

今年9月，在海天味业被卷入疑似添加“海克斯科技”的食品安全风波之后，国庆期间有网友称，国内售卖的海天酱油含食品添加剂，而国外售卖的海天酱油零添加，因此质疑海天味业在执行“双标”，一时之间舆论哗然，海天味业更是一周内多次就“双标”质疑发布澄清公告，但消费者似乎并不“买账”。

就添加的食品防腐剂而言，山梨酸钾“毒性更低”，海天味业却添加了成本更低的“致病性强”的苯甲酸钠。海天酱油作为国内调料企业头部企业，从一个小作坊企业成长到行业巨头，在获得大量行业利润的同时，理应承担更多的社会责任，以更高产品标准来要求自己。

食品质量安全直接影响社会稳定和人们健康，它是食品企业的首要社会责任和安身立命之本，也是对消费者身体健康的最起码尊重。

如今，距离海天事件已经过去一个月了，事件带来的影响逐渐显现。在一个月内，海天味业的股价由82.82元降到了59.68元，跌幅达27.94%。

“品牌保鲜”是一项持久性工作。在任何一个消费领域，只有真正从用户需求 and 体验出发，创新精研产品，才是真正行稳致远、保质保鲜的坦途。¹⁶⁹

【“商道”栏目责任编辑：陈敏路】

博思永道（宁波）信息科技有限公司

企业简介



博思永道（宁波）信息科技有限公司成立于2018年，公司位于宁波市鄞州区会展路128号10号馆10B10室。是一家以从事企业管理咨询、财务信息咨询、贸易信息咨询、房产信息咨询、融资咨询为主的企业。公司成员来自于银行、融资租赁、保理公司等金融公司的客户经理和中层。

特色业务

企业税贷

1. 纳税等级 A、B；公司成立两年以上；
2. 不能有对外担保、缴税逾期（选项）；
3. 利息年化 4.35%—7.5%；
4. 还款方式：先息后本或者随借随还；
5. 公司税贷最高额度 500 万、个人税贷最高额度 100 万。

抵押贷款

经营性（一抵 | 二抵）

1. 最低月利息 2.9；
2. 年龄：18—65 周岁；
3. 期限最长 10 年；
4. 先息后本，随借随还；等额本息；
5. 公司经营性额度最高 5000 万，个人经营性额度最高 1000 万。

企业财务

咨询顾问

1. 帮助企业融资并且降低融资成本、优化企业融资结构、合理安排自有资金进行贷款过桥；
2. 让企业有足够的资金流；自主支配资金；
3. 结合律所、会计事务所（全方面服务企业）。

融资租赁

1. 企业成立满 3 年，公司开票 1000 万以上，设备净值 100 万以上；
2. 准入的行业以及要求；
3. 工业装备融资租赁（工业生产、印刷造纸、纺织印染、医疗器械、化学化工、医疗健康等）；
4. 工程机械设备融资；
5. 节能环保设备融资租赁；
6. 城市基础设备租赁；
7. 交通运输工具租赁（物流公司、客运运输类等）；
8. 教育设备融资租赁；
9. 商业地产租赁；
10. 连锁类租赁（连锁酒店、连锁餐饮等）；
11. 合作机构：仲利国际 | 仲信融资租赁 | 永赢租赁 | 浙商金租 | 台骏融资租赁 | 江苏金租 | 国控租赁 | 君创融资租赁 | 日盛融资租赁 | 海通恒信 | 平安融资租赁 | 远东融资租赁等等。

其他业务

商票质押、保理业务、中标贷、保函、保险保证贷款、外币贷款、专利贷、商标贷等等。

线上信用贷

1. 纳税等级 ABCM\ 企业成立 1 一年或者 2 年以上；
2. 支持企业不占股，或者股东出面；
3. 利息年化 7.2%—15%；
4. 还款方式：先息后本，随借随还；等额本金随借随还；等额本息等多样还款方式；
5. 合作银行：微众银行 | 金城银行 | 众邦银行 | 苏宁银行 | 富民银行 | 新网银行 | 杭州银行 | 浦发银行 | 渣打银行等等。



联系人：杨智晖

联系电话：18668550363 / 15968050492

人文

HUMANITIES

柿子红了
王诗蔚 | 摄



李氏家族： 一个“宁波帮”家族的百年变迁

在宁波，一提起北仑“小港李家”，很多人都会肃然起敬。从19世纪清朝末叶开始，在过去的近200年间，李家（乾、坤两房）七代人跨越三个世纪，从农耕文明进入工业文明再至科技信息文明时代，李氏家族一直站在时代前列，不仅走出了一批商界领袖、实业巨子，更有大批各个专业领域的成功人士，而且不少都是“宁波帮”的重要人物。

文 | 夏言



李家“祖”字辈的祖龄、祖薰、祖芬、祖彝和祖武合影

商业王国初具雏形

小港李家的故事，要从1822年讲起。时值清朝道光二年，一个名叫李也亭的15岁小伙子，从宁波小港跑了出来，

前往上海滩闯荡。

李也亭幼时家境贫寒，9岁丧父，15岁只身来到上海。第一份工作是在酒坊，经常在码头向沙船水手售卖热酒。

1826年，因运河淤塞，清廷决定试办海运漕粮，规定苏州、松江、常州、镇江、太仓各地的粮船需到上海交兑，然后再通过沙船由海路运抵天津、直沽。

为吸引船主，清廷出台了优惠政策，而船主又让渡出部分利益给水手。

在几年间与水手们的交往中，李也亭掌握了沙船贸易的内情。19岁那年，他决定当船工，利用海运漕粮的政策优惠机会，赚取了第一桶金。

李也亭做人颇讲诚信，一笔账说好哪天清，必会提前给付，所以赢得了尊重。后在老乡的帮助下，他购置了自己的第一艘沙船。

他凡事亲力亲为，将一艘船发展到十余艘船的规模，其后通过融资，又购买了位于十六铺上游的一块滩地，建了码头，形成了一条龙的航运体系。

但他的真正发迹，与政治形势密不可分。

1853年，清军和太平军战事频繁。李也亭受命经办苏、松、常粮道与浙江

漕粮的海运任务，不但亲自随船押运，而且为了确保万无一失，还从英国人手中买下一艘配有枪炮的轮船护航。

站上风口的他，从此跻身上海沙船业巨擘。

航运等实业发展起来后，金融发展势在必行。此后他与老乡合伙，投资开设了几家钱庄，又将沙船利润投入钱庄。

金融加持之下，李也亭的生意越做越大，相继购入了一些码头及周边地皮。经过20多年的努力拼搏和苦心经营，一个以沙船转运贸易为主业，兼营仓储、钱庄、百货零售的实业加金融王国，算是初具雏形。

传贤而不传子

李也亭1868年病逝，把商业王国留给了二代。

关于传承问题，他定下了“传贤不传子”的制度，在家族内部寻找能干的接班人。他只有一个独子，叫李梅塘，却没有把产业经营权传给他，而是传给了侄子李听涛。

李梅塘酷爱读书，关心仕途，不喜经商，同时体格孱弱，确实不宜接掌生意。而李听涛16岁就已开始协助叔父经营，深受器重。

最终，侄子成功帮李也亭守住了家业，证明了“传贤不传子”制度的力量。

李听涛的稳重和谨慎，让李家安然度过了不少危机，包括成功躲过丝业囤积危机，以及成功躲过1897年贴票风潮。

更重要的是，李听涛也执行了“传贤不传子”制度。李听涛是叔父李也亭选择的接班人，而他也选了自己的侄儿当接班人。

此后，新一代掌门人积极拓展钱庄



1918年初小港李氏坤房摄于上海李诵清堂路（3排中间为张太夫人，5排右7为李云书，2排右6为李名岳）

业务，使得小港李氏成为清末执上海滩钱业之牛耳的九大家族之一；进行股份制管理改革，推行新式的股份制管理模式，标志着李家向近代资本家转变；壮大房地产业，成立四大地产公司，在上海租界修建马路；创办电气公司、轮船公司等企业。

至此，李家走的金融+房地产路线已经十分清晰，配合先进的经营理念和其他产业加持，成为了近代民族资本主义的代表家族。

了不起的张氏夫人

再来看李也亭的独子李梅塘，前面提到他酷爱读书、体格孱弱、不喜经商，但他却有一个了不起的夫人——张氏夫人。

王国维曾写到：“麻姑向东海，手种万树桑。冠带遍一郡，童童浹浦旁。”写的正是张氏夫人。

她对教育有不凡见解。曾出资10万元建办学校，鼓励子孙学习科学、游学海外。

在她的鼓励和支持下，在坤房（李也亭一脉）第四代40多人中，受过高等教育者近30人，其中20人是“海归”，这在当时极为罕见。


张氏夫人还有一个更为仁义的举动：

当时中国沿海有贫苦子弟被诱骗出国，贩为苦工（即“猪仔”），有一次规模竟达400多人。她知道后，立即派儿子去海关税务司商请，联合旅沪同乡会，电告外国红十字会，带着巨款将他们一一赎回。

张氏夫人处事周全、乐善好施，为乡人所敬重。她曾说，兵家、法家，言皆不足，应学农、工、商、矿、理、化、医诸科，以此可利国济人。

当时中国积弱不堪，被船坚炮利的洋人打开国门后，农、工、商、矿、理、化、医诸科对于富国强兵确实意义重大，她的这一说法非常符合时代精神。

在其影响下，李氏子侄奋发有为，均有所成，其子孙辈更是走出国门，积极学习科学文化知识，在世界范围内大展鸿图。

回眸小港李家的百年历史，其博采众长，突破常规之势，无不洋溢出深藏于宁波人灵魂之中的张扬个性的开拓精神、锲而不舍的务实精神。我们也可以看到一个家族经久不衰的力量源泉，也就是文化传承。比如“传贤不传子”的制度，又比如极端重视科学与教育。正是这样的家风，支撑着宁波小港李氏家族一路传承，经久不衰。

旧时莫枝知多少

摄影 | 史美章
文字 | 王诗蔚

东钱湖圈山成湖，旧时，为了便于船只在湖上自由通行，人们沿湖修建了七堰九塘，而莫枝堰是其中的一个。

起源于唐朝的莫枝堰，因堰得名，因水而兴。曾经是联接宁波象山、鄞县、宁波的必由之路。

而今，随着时代的进步，浙东城乡内河运输已经普遍采用机动船，车坝过堰的情况很少，2008年莫枝堰也被改建变成湖心岛生态公园。

驹光过隙，烟波浩渺间一幅幅场景犹然，虽烟火气息不再浓烈，却一直静立湖畔、安然恬淡。■



上世纪80年代初，停靠在曹家山头航船埠头的定班客船来来往往，坐满了众多船客，盛极一时，如今已成了上一代东钱湖人的集体记忆。



1984年，莫枝东街集市上两边设摊，往来人群熙熙攘攘、摩肩接踵，从东钱湖里打捞上来的河鲜水产应有尽有，十分热闹。后莫枝菜市场建成，集市就消失了。▶



▲ 在莫枝，过八字桥往右就是志方学校。于1921年，由爱乡楷模李志方独资捐资建造，它效仿上海圣约翰校舍格局，建成回字形。培育出众多人才的志方学校现已变成旅游学校的一幢教育楼了。



◀ 1984年，开创社办商业先河的“试试看”饭店创办月波旅社，设80余张床，房间内设施齐全，有电视、沙发等。作为当年莫枝镇内有规模的一家客栈，吸引了不少客人前来体验。

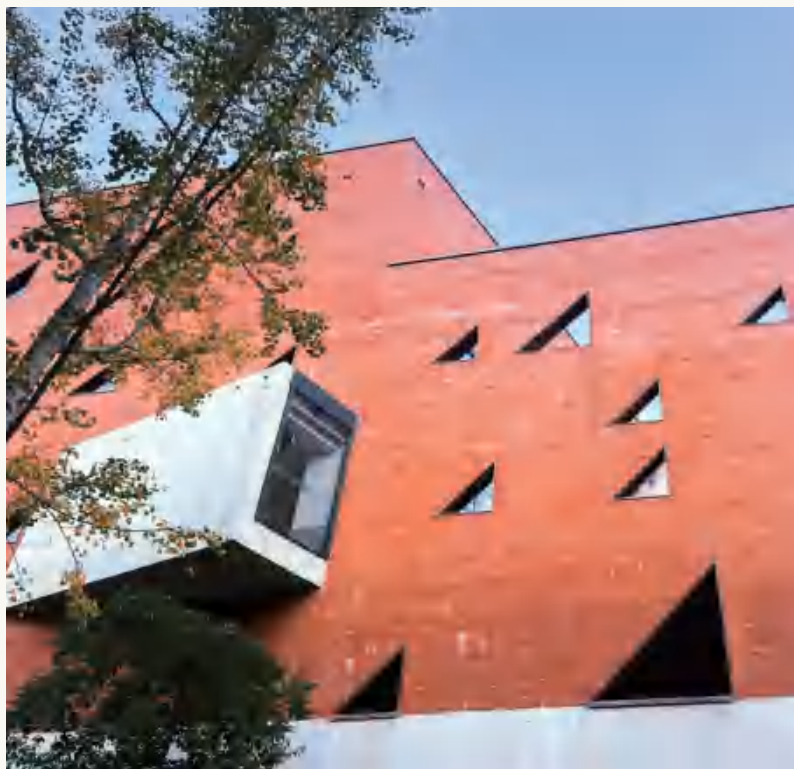
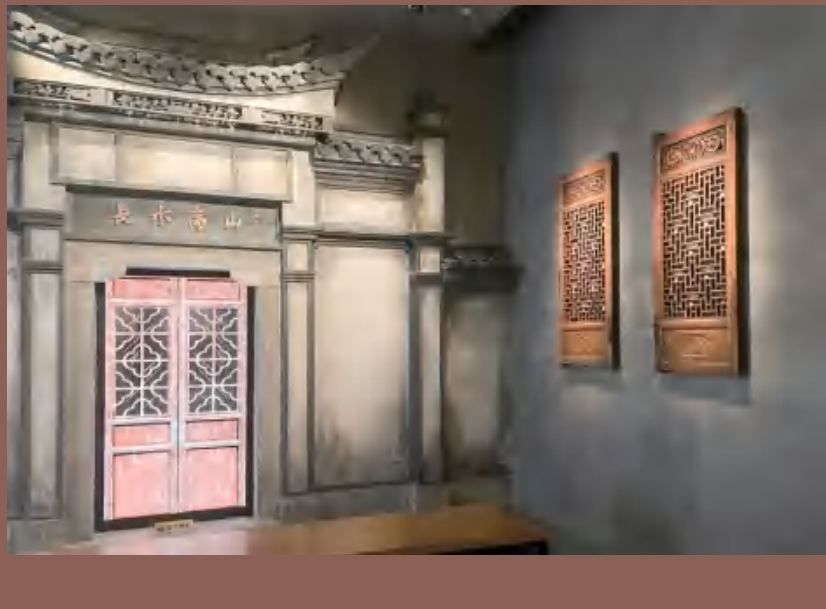
探吧

LET'S EXPLORE

“旧厂区”改出的“新地标”

文·摄 | 本刊记者 王诗蔚






深秋时节，银杏叶黄秋意浓。傍晚的宁波奉化城市文化中心，树影婆娑，人声渐起，饭后小憩的市民三两成群，闲坐纳凉。

这是奉化区“旧厂区改造”改出的一个传奇：为了留下当年的辉煌和奉化人的集体记忆，奉化在 2016 年投入 8 个亿，对这片建于上世纪 80 年代的废厂房片区（原奉化热电厂）进行全面改造，既保留热电厂的框架结构，又体现新的文化内涵，满足民生需求。

最终，成功打造集博物馆、城展馆、图书馆、文化艺术中心、书城、非遗与艺术培训、文创产品展售等文化艺术体于一身的城市文化地标——奉化城市文化中心，并于 2020 年对外开放，仅开放半年时间已举办各类文化活动 150 多场，成为奉化文化生活的主要供给地。


其中，博物馆作为核心建筑，主体由原奉化热电厂发电车间改造扩建而成，其他如烟囱、堆煤场、沉淀池、冷却塔、滑道、输煤带，以及老厂房的柱梁钢架结构和混凝土墙、耐火砖等部件都保留原状，建筑本体如同最大的展品，带有浓厚的后工业风气息。展厅面积约 6000 平方米，设有七个各具特色的展厅，其中常设展厅有三个，分别为奉化历史文明展、蒋氏父子与奉化展和方志古籍展。馆内有文物珍宝藏品 6 万余件，其中，东汉青釉绳索纹瓷罐和民国木雕船鼓是国家一级文物。

“对于博物馆而言，老的工业遗存就是活的展品。我们致力于让过去和现在相融相生，并服务于当代生活。”奉化博物馆馆长王玮表示，愈来愈多的人们来这里体验“穿越之旅”，聆听家乡历史人物的传奇故事，了解古代传统礼仪，欣赏奉化先民生活器具，品尝家乡独有的古代美食。在 5 月中旬，奉化博物馆荣获“全国博物馆十大陈列展览精品”称号。

【“人文”栏目责任编辑：金陈聪】



MY DRINK
名酒名饮



正元名饮 您身边的美酒专家

始于1994年

拥有全国800多家门店

酒庄名饮客户，原瓶进店，保真保质

以品牌为核心，以服务为根本，以体验为追求

让您酒水礼品一站式放心购



地址：宁波市海曙区长春路58号正元名饮（月湖金汇大厦）

电话：15968001890





《甬商》封面

与甬商比肩
与智者同行
成为行业引领者
你值得被记录

欢迎自荐和推荐

联系电话：15394314200 0574-87314496

