

乡村旅游扶贫计划秋收时节在行动

——2017 中国首届(成都)农旅领军企业及人物评选活动侧记



■ 本报记者 何牧

近日,为响应精准扶贫、精准脱贫的国家战略,四川微聚元公益平台在创新开展“秀美四川·乡村旅游精准扶贫项目”赢得强烈社会反响后,携手中国乡村游网、徐氏文旅集团一道共同主办,以“一份支持、圆您一个乡村旅游扶贫梦”主题,开展成都最受欢迎的农旅领军企业与人物互动评选为主线,推出了 2017 首届中国(成都)农旅领军企业与人物评选暨电商扶贫大型慈善公益季活动。四川省商务厅、四川省三农工作委员会等成都各区(市)县政府职能部门等单位,以及相关农旅机构给予倾力帮助与支持。

据悉,此次活动首批上榜 50 家单位中包含中国农家乐第一家徐家大院、刘氏庄园、人人耘、家乡美休闲庄、川派盆景博览园、茗猎户森林山庄、阿牛故事、青山盛世、营生基地等多家农旅企业。在 9 月 1 日当天,此次活动

评选组委会一行 10 人也首次走进部分点位进行了实地考察。据相关负责人透露,为带动贫困村和贫困群众通过发展乡村旅游创业就业,此次评选活动将从征集的 200 多家特色农家乐、农庄、景区等企业评选出成都 10 大农旅领军企业、成都 10 大农旅领军人物、成都 5 大农旅扶贫慈善大使或企业、5 大成都爱心扶贫五星企业、5 大爱心扶贫四星企业、5 大成都爱心扶贫三星企业,为他们授予荣誉称号并颁发证书。

此外,据活动主办方微聚元公益平台领导人唐东先生透露,活动将打破传统评选方式,除了专家组评审团外,更多将通过线上互联网全媒体传播,线下上千个社区便民端口全方面参与互动评选,鼓励大众通过对成都周边优秀的特色农旅企业进行投票,分享发现休闲农业与乡村旅游目的地,通过全民、全德、全赢的公益思想,以创新的参赛扶贫、消费扶贫为指导思想,帮助贫困村和贫困群众



开展发展乡村旅游,实行带动脱贫、稳定脱贫,最终实现彻底脱贫。

本次活动组委会考察团一行在部分农企实地考察中发现了一些问题,同时也得到了不少惊喜,当走进徐家大院看到的现状,已是今非昔比,活脱脱一个现代度假、养生为一体的生态农庄。徐家大院真不愧是中国农家乐第一家,全国乡村旅游典范。历经了四个时期三十年的发展,早已享誉中外。据大院经理介绍,先后来农科村视察的党和国家领导人:胡锦涛、吴邦国、乔石、李瑞环、陈嘉华等。大院大门牌匾上有全国人大委员长吴邦国,亲自为徐家大院题写“徐家大院”四个字。据悉,1991 年原四川省委副书记冯元慰,曾在徐家大院参观后挥笔写下“农家乐”三个字,此后全国民俗旅游就统称为“农家乐”了。

据本次活动总策划、主要负责人范国辉先生详细介绍了目前徐家大院正在全力打造的现代“徐家大院产融 4.0”系统;在互联网+

新的商业趋势下构建“世界农家乐产业共享经济体系”,旨在响应国家供给侧改革的精神为产业升级做出实质性的突破,通过三网合一和三角一体的创新模式,颠覆了传统农庄单一盈利模式。实现万家联盟农庄共享连锁发展,打通二元结构,三产联动;解决农旅可持续发展问题。开源(共享会员)+节流(统供耗材)多赚(产业矩阵)+上岸(并购上市)农家乐共享经济模式:共享会员 共享积分 共享空间 共享资源 共享梦想。我们徐家大院目前正在海量收购,并购,联盟农庄、农家乐、民宿酒店为合作对象,对打算出让转让的农庄业主和准备创业经营的农庄创业者,只要符合合作条件,认同其商业经营理念、愿意参与到共享经济体系,我们都将热情欢迎和接受,企业现正在积极策划和运作,开展以西部成都为源点,辐射上海、深圳、武汉、西安、郑州、昆明、广州、重庆……等全国各地现代农旅服务链业务。

德企在华成立技术工坊助推中国制造业人才培养

德国威能在中国南京启动“德具匠心·威能工坊”人才孵化项目(以下称“威能工坊”)。旨在培养出中国第一批完全符合德国标准的技术服务团队,为中国消费者带来高品质的安装服务,助推中国制造业的人才培养和转型升级。

德国威能中国区总经理王伟东表示,中国制造业业经过 30 多年的发展,取得了突飞猛进的进步。在强调“工匠精神”的背景下,这里面值得注意的是做事严谨态度和强化服务,这就涉及到需要进行相关人才的培养。

王伟东表示,伴随着中国消费结构的升级,舒适家居成为越来越多消费者的追求。其中一线安装是消费者最为看重的因素之一。

目前舒适家居行业一线安装人员流动性大,许多从业人员没有系统的理论知识与实战经验,安装市场广阔但优质一线技术人员不足。德国威能经过充分地市场调研之后,主动将德国“双元制”职业教育体系引进中国的舒适家居行业,并发起“威能工坊”人才孵化项目。

威能技术培训总监蒲堃表示,“威能工坊”将重点针对舒适家居行业一线技术工种中的安装人员展开培训。培训内容注重理论和实际结合,将现代舒适家居的设计和安装理念融入到课程中。采用“双元制”的培训模式,面向全国招募。培训结束后,合格学员将获得三个行业权威的从业证书,其中包括由德国手工业技能发展中心(ZWH)首次与中国合作颁发的《威能燃气供热安装工证书》。

南京高等职业技术学校校长王旭表示,“双元制”是源于德国的职业培训模式,强调将

系统的理论培养和企业实训相结合,在课程设计上要求校企共同设计人才培养方案,共同制定专业教学标准、课程标准、质量监控标准等。

王伟东最后表示,“威能工坊”不只是为威能培养人才,这些按照德国工业标准培养的学员同样可以服务整个行业。未来“威能工坊”还会拓展更多的人才培养领域,打造一批完全符合德国标准的技术服务团队,让消费者享受到高品质的安装服务,为整个舒适家居行业、中国制造业企业的人才培养树立典范。(中新网)

每年公司补贴食堂六七十万元 为让员工吃得爽,环宇自办食堂十多年

如今,你去饭店吃碗面多少钱?少则六七块,多则十几二十块!一天三顿吃掉二三十、三四十元,一个月七八百,上千元伙食费,对于普通外来务工者来说,的确是个不小的数字。如果你是浙江环宇集团的员工,那就不用担心了——只要你不再追求大鱼大肉,一天 10 块多,在公司食堂就可以吃得饱、吃得好了。

现在,除去本地员工回家吃饭外,正常在公司吃中餐的员工有 600—700 人,早晚相对少一些。为确保员工能吃上卫生、营养又实惠的饭菜,环宇集团从 2006 年开始,一改由外人承包的方式,自招厨师、工人,自己采购粮油菜品,“买卖一条龙”。为什么要这样做?环宇高科股份公司总经理王楚说:“就是要把饭

菜质量提上去,把价格降下来。不以营利为目的,只为员工少花钱。”

自主开办职工食堂并非易事,要增加十几个员工,还要配菜、买菜、早上班、晚下班等等。但是,环宇为了员工,硬是坚持了十年。现在,公司食堂菜谱风格多样。偏辣口味,主要照顾中西部地区喜辣的员工;清淡口味,照顾本地区怕辣的员工。公司根据不同需求,中餐按 8 元、6 元、3.5 元开出 8 个窗口。员工任选一种快餐套餐,连饭加菜,吃饱为止。中餐还免费供应海带汤或紫菜汤、西红柿蛋汤、冬瓜汤等。早餐食品非常丰富:油条、炒粉干、麻圆、蛋炒饭、肉包、菜包、油饼、煮蛋、咸蛋、稀饭、豆浆……一般员工,早餐 1—2 元即可搞

定。许多回家住的员工,早餐也赶到公司吃。而到了晚餐时间,餐厅除快餐供应外,还单开面条、粉干窗口。五元一碗的排骨面,满满的,稠稠的,香气四溢。卤好的肉块很大,看得人直流口水。

据了解,饭菜这么便宜,每年公司都要补贴食堂六七十万元。“我们现在每天基本上可以保证荤菜、素菜 10 来个品种,每天不重复,总的品种有 30 多个。”食堂负责人说。环宇集团董事局主席王迅行曾多次提醒食堂管理人,菜品搭配要好好研究,每天的菜一定要现买现做,力求新鲜卫生,让员工吃上放心菜。不仅如此,公司行政部门还在就餐环境、温馨服务等方面不断改善。如设立意见箱,对餐

厅人员考核,食物留样,成立员工监督小组等。每周末行行政办会公开发布下周菜谱。

公司人力资源部 OA 问卷调查显示,员工 61%认为服务较好,67%认为路边摊点的食物没有安全保障,还是在内部吃放心。车间员工小李说:“现在确实方便、实惠,菜的口味也不错。以前我经常去路边小摊吃,现在天天在公司吃。”

“吃得爽,才能心情好、身体好、工作好。”环宇集团总经理王楚表示,企业和员工是利益共同体,是一家人。环宇追求“顾客满意、员工满意、社会满意”,公司会一直践行这个经营理念,“三满意”缺一不可。

(卢书友)

东风德纳车桥 首根纯电动驱动桥成功装车

近日,东风德纳车桥有限公司首根纯电动驱动桥 EP-Axle6 交付东风襄阳旅行车有限公司,并在襄旅试装车车间成功装车,此举标志着 EP-Axle6 纯电动车桥正式投放市场。

因电驱桥良好的环保性能及广阔的市场前景,东风德纳车桥早在 2015 年就着手成立专项技术组,专门研发纯电动驱动桥。在一年的时间里,先后推出了 EP-Axle8 和 EP-Axle6 纯电动驱动桥。此类产品动力系统高度集成,驱动更平衡,动力更强劲,性能更可靠。其中 EP-Axle6 是 6 米纯电动客车、GVW4.5 吨纯电动城市物流车的理想标配。

今年 5 月、8 月,EP-Axle6 先后参展北京道路运输展、上海国际车展,受到了整车厂家、公交公司的高度关注。在详细了解了 EP-Axle6 的产品参数及性能优势后,客户纷纷表示希望能尽快用上东风德纳车桥的纯电动驱动桥。除了已装车的东风襄阳旅行车外,厦门金龙、沃特玛等客户也表示了需求意向。

(韩世永)

袁仁国、李保芳、季克良齐助阵“多彩贵州风 黔酒中国行”郑州站活动

8 月 24 日由贵州省政府牵头,茅台领军的“多彩贵州风 黔酒中国行”郑州站宣传推介活动,于郑州裕达国贸酒店隆重开幕。除茅台以外的董酒、习酒、茅台迎宾酒、安酒、国台酒、贵州醇、金沙酒等 20 多个黔酒知名品牌齐齐亮相。

2014 年 7 月,“黔酒中国行”拉开大幕,开创了国内“政府搭台企业唱戏”的营销先河,活动自开始以来连续三年掀起热潮,在全国白酒行业引起强烈反响。全力展示了贵州白酒的生态优势、健康优势和文化优势,“好山好水酿好酒”的产区形象影响力和知名度不断提升,打响了“贵州白酒”的品牌。

贵州力量与酱酒集群,持续刺激着中国白酒消费者舌尖上的味蕾,不断影响着中国白酒产业品牌与渠道变革中的新局面。三年宣传推介活动,贵州白酒签约近 600 亿,达到了“四两拨千斤”和“一石激起千层浪”的效果。

去年兰州站、西安站宣传推介活动的余威犹在,今年黔酒的魅力旋风又已强势刮来。本次活动不仅名酒抱团更有业界大咖云集,茅台集团董事长袁仁国、茅台集团党委书记、



总经理李保芳,中国酒业泰斗、贵州白酒形象代言人季克良老先生皆到场助阵。

此次活动除了进行现场推介和展会外,还别出心裁设置了更贴近大众的专项活动,如董酒酒业的“走进国密董酒 探究白酒金矿”国密工艺分享,习酒酒业的“我是品酒师 醉爱酱香酒”盲品会,金沙酒业的“醉美神州六十载 风云际会天下客”周年庆以及“我是品酒师 醉爱贵州酒”民间 PK 大赛、黔酒乐购嘉年华活动。

贵州省委常委、副省长王曙光在活动中

谈道:河南历史悠久、文化灿烂,是中华民族和中华文明重要的发祥地之一,地处中原,造就了中国历史上气势恢宏、威武雄壮、瑰丽多姿的盛世场面,至今仍让世人心驰神往。河南也是中国酿酒技术的发祥地之一,智慧的燕赵先民曾创造了多项酒文化的世界之最、中国之最。在郑州举行“多彩贵州风 黔酒中国行”宣传推介活动,深切感受到了“对酒当歌,人生几何”的中原酒文化意境。

当前,贵州正处于加速发展、跨越发展、转型发展的关键时期,与河南共同开辟多渠道、宽领域的合作途径,有利于进一步深化区域合作、扩大对外开放,推动两省交流合作不断迈上新台阶。

河南白酒市场总量大,消费能力高,年白酒消费量约 20 万吨,其中郑州市可达 10 万吨左右。在河南,白酒不能叫“喝”,得叫“忍”;喝酒不能论“瓶”,得论“件”,河南对白酒的市场需求量显而易见。

而酒对于贵州,是各少数民族悠久历史和灿烂文化相掺和,并经漫长岁月“发酵”、“蒸馏提纯”出来的玉液琼浆。千百年来,从汉武帝“枸酱酒、甘美之”的历史佳话,到今天

“容天下人、卖天下酒”的盛世芳华,勤劳朴实的贵州人民取法自然,以精湛独特的传统工艺坚守质量和品质,以优良的品质坚守品格和品质,积淀了酒史悠久、酒技精湛、酒礼古朴、酒风浓郁、酒都恢宏的多彩民族酒文化。

近年来,贵州着力把白酒产业作为“守底线、走新路、奔小康”的重要抓手。贵州白酒产业走出了一条科学发展、跨越发展的新路子,成为全省工业增加值第一产业。今年上半年贵州白酒产业以全国 3.9%的产量,完成了全国白酒产业 11.8%的销售收入和 32.9%的利润总额,继续保持全国领先水平,供给能力高于全国。河南白酒市场的旺盛需求搭配贵州名优白酒的高品质高产出,是对资源优化配置、互惠共赢的完美诠释。

中国白酒产业深度调整的背后,正是国家实施供给侧结构性改革的深刻政策背景。供需两端的平衡与博弈,是消费者对于优质产品需求量提升在驱动。河南和贵州作为不同的酒文化之乡,不同历史背景之下,有着不同的企业发展脉络,不同的品牌文化诉求,但最终,走向的是相同的“民酒”之路,“匠心”之路。(本报记者 樊瑛 张建忠 组稿)