

雪松控股与中信银行广州分行战略合作获 500 亿元授信额度

■ 新华

近日,雪松控股集团有限公司(以下简称“雪松控股”)与中信银行广州分行在广州签署战略合作协议,达成 500 亿元人民币授信额度。双方将致力于建立长期、稳定、互利、共赢的全面战略合作伙伴关系,不断提升双方总部及下属机构等多层面的合作深度与广度。雪松控股集团董事局主席张劲、董事陈晖、副总裁林伟龙与中信银行广州分行行长谢宏儒,副行长陈玮,行长助理谭曼琰等出席了签约仪式。

根据协议,中信银行将为雪松控股建立专业化服务团队,并根据雪松控股的个性化、多元化的金融需求量身定制综合金融服务方案,充分发挥中信银行在信息、技术、人才等方面的优势,优先为雪松控股提供优质、高效、安全、便捷的金融服务。签约仪式上,中信银行向雪松控股展示了中信银行专门为其量身定做的《综合金融服务方案》,详细阐述了在综合授信及文旅、社区、化工供应链、地产等板块的并购基金产品设计,提出了全方位合作、各板块齐头并进的工作计划。

雪松控股是一家以实业为本的综合类产业集团,是中国改革开放进程中涌现出的杰出民营企业之一。全国工商联发布的 2017 年度民企 500 强排行榜,雪松控股集团以 1570 亿营业收入、位列全国第 16、广东第 6、蝉联广州第 1。雪松控股旗下拥有供通云供应链集团、化工集团、文化旅游集团、君华地产集团、社区生态运营集团、金融服务集团等六大



● 双方领导与签约代表合影

产业集团,并拥有齐翔腾达(002408)、希努尔(002485)两家 A 股上市公司。雪松控股在“重构产业价值”为核心的战略驱动下,2017 年以来,凭借其快速发展模式和长期秉承的诚信经营理念受到金融投资机构的青睐,此次签约更表明了中信银行对雪松控股的认可。

近年来,中信银行以建设“最佳综合融资服务银行”为发展愿景,快速提升综合融资服务能力,已成为一家资本实力雄厚、具有强大综合竞争力和品牌影响力的国际化金融机构。

雪松控股作为中信银行战略客户,中信银行与雪松控股一直有着紧密的业务合作,已建立了互信、互惠的良好合作关系,此次战略合作协议签署,将更有益于双方相互促进、共同发展,提升在各自领域的品牌优势和



● 双方领导见证签约仪式

竞争优势。

雪松控股董事局主席张劲表示,多年来,雪松和中信银行广州分行保持着十分融洽的合作关系。从雪松早期的大宗商品贸易、地产业务,到近年来的一些新兴产业,双方在多个业务领域建立了互信互惠的长久合作。这次全面战略合作协议签署,将有助于双方建立多方位、深层次的稳定合作,为将来推进一系列互利共赢的具体业务合作,奠定更加坚实的基础。金融是实体经济的血液,实体经济是金融的根本。雪松控股始终坚持“以实业为根本,用金融守实业”,中信银行广州分行也一直以服务实体经济为己任。此次雪松与中信的战略合作,不仅将推动双方在产业和金融领域共同发展、合作共赢,更将成为全面振兴实体经济背景下银企合作的新时代典范。

中信银行广州分行行长谢宏儒表示,非常荣幸能与雪松控股签订战略合作协议,中信银行广州分行在广东业务发展迅猛,离不开以雪松控股为首的广东优秀企业支持。雪松控股是广东龙头民营企业,也是中信银行重要合作伙伴,未来希望中信银行进一步加大对雪松控股的支持力度,积极参与到雪松控股发展中来,双方互惠共赢,努力创造银企合作新模式,助力雪松控股发展成世界级企业。

据了解,雪松控股除获得中信银行广州分行 500 亿元授信额度外,中信银行广州分行还将在自身金融服务品牌体系的基础上,研究、设计符合雪松控股特点的金融产品,为雪松控股提供“一揽子”、“一站式”的综合化金融服务,满足其多层次、多元化的金融需求。

鲜易:构建智慧生鲜供应链激活发展新动能

■ 本报记者 李代广

“感觉有前途,有奔头,有希望。跟着冷链马甲干,我自己做强做大的信心,很足。”郑州东博物流公司总经理张经理在新闻报道中这样讲到。近日,河南电视台新闻联播播出了《构建智慧生鲜供应链生态圈》,激活发展新动能,引起了很强的反响。

此次报道是河南广播电视台针对国务院办公厅印发的《国务院第四次大督查对河南省的反馈意见》,围绕省长陈润儿、常务副省长翁杰明在通知上的批示精神,对《反馈意见》中“河南许昌市鲜易控股有限公司通过‘互联网+’改造提升传统农牧产业和食品加工制造业”的典型做法进行宣传推广。

11 月 30 日,河南新闻联播报道提到:作为实体经济与互联网融合的创新性企业,鲜易控股通过实施创新驱动战略,应用物联网、互联网、云计算、大数据等新技术,提升生鲜食品产业链和温控供应链,致力构建智慧生鲜供应链生态圈。

新闻报道中,郑州东博物流作为冷链马甲的会员中的一名接受了河南电视台的采访。在采访中,张经理表示,去年 6 月份加入冷链马甲之前,他每天都在为货源发愁,加入冷链马甲之后,每天都有充足的货源,冷藏车再也没有闲置的情况。“感觉有前途,有奔头,有希望。跟着冷链马甲干,我自己做强做大的信心,很足。”

冷链马甲只是鲜易控股通过实施互联网+冷链物流的一个案例。近年来,鲜易控股通过实施互联网+农牧产业、互联网+食品制造业、互联网+温控供应链,互联网+电子商务等整个生鲜产业链,加快了企业转型升级步伐,培育企业发展新动能,推动企业由加工制

造业向生产型服务业、平台型企业 and 生态型企业转型。公司实现了可持续发展,为行业进步提供了鲜易智慧解决方案,推动了区域经济发展。

互联网+农牧产业,改变传统的农产品流通方式。

公司与养殖场、饲料企业建立产业联盟,打造云农牧产业服务平台,为养殖户提供农资采购、线上交易、行销信息、数据分析、技术指导等增值服务,“赋能”于中小农户、经纪人,帮助生猪经纪人实现了单一的生猪买卖向提供综合性服务转型。公司基于线上交易数据,为 1560 个养殖场、经纪人提供 5.6 亿元的供应链金融服务。通过云农牧产业服务平台,减少了农产品流通环节,降低采购成本,带动新生代和新农人改变传统的农产品生产方式、交易方式、流通方式,有效提升了农牧产业集约化水平。在对养殖基地管理方面,公司与上游养殖基地通过数据交换,打通了产业数据链,对生猪养殖环境和过程进行监测,实现农产品的质量追溯,确保源头安全与品质。

互联网+生鲜食品制造业,推动加工制造业向生产性服务业转型。

公司通过装备智能化改造和设施功能升级,提升生产设备数字化、智能化水平,对运营环境、人员操作、生产进度、经营数据等要素信息进行实时高效采集和云端集成,实现了过程的可视化、在线化。通过数据业务化,缩短产品更新换代周期,实现了 C2B 定制和柔性化制造,定制化产品比重达到 35%以上。

公司“推倒围墙”,整合 IT、金融、数据、技术、标准等高端资源要素,将布局在全国的 8 个食品加工制造业基地和 29 个物流园区升级为公共服务平台,与行业企业共享基础设

施,为合作伙伴提供产品设计、研发、标准、物流、交易、金融等服务;公司以 OEM、ODM 等与 36 家业内企业合作,不仅把行业过剩的存量转化成为我们的增量,而且达到了食品安全社会共治的良好效果。

互联网+冷链物流,打造智慧冷链物流服务平台。

鲜易控股将物联网技术、云计算结合,线上打造冷链信息公共服务平台和冷链资源交易中心——冷链马甲。冷链马甲以以冷链仓储能力、冷链运配能力和冷链产品为主要交易标的,融入交易撮合、信息服务、在线支付、物流金融、保险、供应链优化等增值服务,通过物流活动数据化,促进货源、车源和物流服务高效匹配,优化路线和运力,平台交易用户节约物流成本 10%以上。冷链马甲平台运营两年来,注册车辆 3.8 万辆,占全国冷藏车总量的 30%;冷库 1960 万 m³,占全国冷库总量的 20%。注册用户数 4.07 万个。

线下,建立智能仓储系统和智慧物流配送系统,搭建温控供应链综合服务平台。鲜易供应链在全国布局 7 个一级供应链园区和 23 个二级供应链基地。云仓网服务平台 DC(仓储配送中心)、TC(快速分拨中心)、PC(流通加工中心)、EC(电商配送中心)应用二维码、无线射频等技术,建起了智能仓储、智能拣货等系统,对存储货物实现了在线管理,并与合作伙伴共享数据信息。鲜易应用定位、传感等技术,实现了对 5900 多台车辆在线服务,对产品温度、湿度和车辆运行状态适时监控,冷链服务覆盖 229 个城市,在全国 56 个城市实现了生鲜品共同配送。

互联网+电子商务,提高生鲜品流通效率。

鲜易网依托食品产业链和温控供应链,

习酒·“我是品酒师·醉爱酱香酒”消费者互动体验之窗

■ 文 / 李淳风

两侧的高山夹着一条赤水河,形成一个幽深的山谷,习酒小镇,就藏在这谷底、河边的山坡上。

夜晚,空气里仍然飘着浓浓的酒糟香,高悬山巅的明月,似都带着几分醉态。因为山太高,月亮要先从山的背面爬上绝顶,才能露出脸来与人相见,每次现身,都像突然出现一样,光华在短时间里布满四周。

高速公路一通,这里成了人们向往的世外桃源,而在过去,却还是难以抵达的穷山僻壤巍然大山。习酒公司董事长张德芹回忆,在上个世纪 90 年代,从酒厂到贵阳不到 300 公里的路程,要足足花上两天,中途还要在遵义住上一晚。

习酒公司总经理钟方达老家距离习酒厂有点距离,孩提时代到酒厂看望父亲都要翻山越岭,因为路上耗时太长,踏上回程已是夜晚,常常一个人在风声鹤唳中孤独前行。

即便是习酒公司的年轻一代,也仍然对交通不便保有深刻的记忆。上个世纪八九十年代甚至在 2010 年前,从省城贵阳到习水,未通高速,想请人到酒厂看看都很难。如果和习酒没有特别的感情,人家根本不会来。

所以,能不辞舟车劳顿,跋山涉水而来的,都是真朋友。“朋友来了有好酒”,但凡有人来,主客都动情,相看两不厌。这大概就是“崇道务

本 敬商爱人”这一习酒信条的人类学依据。和许多企业由老板一拍脑袋就想出来几句“核心价值观”不一样,习酒对企业文化的每一句表述,都是来自历史和现实的千锤百炼,来自一代代的习酒人对企业生存哲学的深刻领悟。

这样的企业有一个特点——它的想法就写在“脸”上,它的口号就是它的内心,内外如一。对于和它打交道的经销商供应商而言,这一点省去了不少交易成本,和习酒合作,完全不需要请吃饭、跑关系、猜心思。

“崇道务本,敬商爱人”是习酒的核心价值观,也是对习酒人所秉持的品质伦理的高度概括。

“卖酒”的法度

一个文化现象值得细细思索:中国人最早发明了酒,而且酿造了世界上最好的酒。在中国数千年的文明发展史上,许多传统悄然消失,而酒却与文化的发展基本上同步进行。

通过和习酒人的接触,可以得到部分答案。习酒公司董事长张德芹、总经理钟方达、副总经理曾凡君、总工程师胡峰都是中国白酒界的大师,但他们都谦卑地自称“酿酒和卖酒的人”。常理而言,“卖酒的人”最大的希望无非是多卖一点酒,然而令人意外的是,他们每个人都提到,饮酒应当适度,“少喝酒,喝好酒”。

习酒不醉人 有情人自醉 (上)



● 习酒核心产品: 习酒·窖藏 1988

他们的工匠精神,不但贯穿于容易掌控的生产和销售领域,而且延伸到终端消费者,提醒人们饮酒也应该有文化境界。孔子说“唯酒无量,不及乱”,即便面对美酒,也要懂得自我把持,举手投足之间都要“合乎礼”。

礼,是公共伦理和私人伦理的集合,是伦理原则的外化。张德芹上任习酒董事长之初,曾这样阐释习酒的企业文化:“习酒需要的是一套尊重脉源、尊重市场、尊重自我发展的子企业文化体系,即君品文化。”习酒提出的“君品文化”概念事实上就是继承了祖先的智慧,用来处理酒与人的关系,其核心是一个“敬”字,敬事,敬人。

“敬事而信”,对待事业要战战兢兢、严肃谨慎,让人放心,对于习酒来说,关键就是酿造品质最好的酒;而敬人,孔子言简意赅说得很清楚——“礼者,敬人也”,要充分尊重和关怀与你发生社会联系的那些人。

戴尔助力中国智能制造之路

全球主要电脑制造和服务商戴尔公司全球副总裁林浩日前说,戴尔将通过在科技领域的探索和服务制造业的成功经验,助力中国企业提升工业智能水平,实现数字化转型升级。

林浩是在第三届中国制造千人会上做此表示的。本届会议主题为“推动先进制造,迈向工业智能”。

有专家指出,中国制造业经过几十年建成了门类齐全、独立完整的产业体系,但与世界先进水平相比,仍有差距,大而不强,面临转型升级重大任务。

“在全球数字经济时代,制造业转型升级势在必行,走智能制造之路则是传统制造业企业面对变革挑战能做的唯一选择。”戴尔大中华区终端解决方案高级经济经理孙竞进表示。

继机械化、电气化、自动化之后,全球制造业正在向数字化和智能化转型升级。林浩认为,智能制造首先要实现数字化,然后是智能化。“有了数字化才能走向智能化。”

“2025 年的智能制造目标将是‘两化融合’。国家层面将是工业化和信息化融合,企业层面是数字化和智能化融合。”达索系统 SOLIDWORKS 大中华区市场总监鲁峻表示。

对于这一目标,林浩表示“智能制造不是一蹴而就,而是渐进而成”。智能制造是包括产业螺旋上升升级、技术升级和人才培育的长期项目。国家和企业层面要加强人才培养机制。

在《中国制造 2025》战略规划和戴尔“在中国,为中国”戴尔中国 4.0 战略框架下,戴尔提出了“为中国成为制造大国强国保驾护航”的智能制造愿景。根据处于不同阶段的制造业企业实际需求,推出三个不同阶段智能制造战略和方案:助力制造业企业快速实现数字化转型就绪,提效增速;实现制造业服务转型,提高制造业服务创新能力;支撑企业智能平台化,加速制造业通过智能制造实现产业升级。(许苏培)

贝尔口腔在郑州首家推出“夜牙科”

本报讯(记者 李代广) 12 月 1 日,河南贝尔医疗企业管理股份有限公司在郑州召开新闻发布会,著名牙科专家、“贝尔口腔”创办人李振华院长在发布会上介绍说,为加大口腔健康普及速度,他们决定在郑州市第一家开放夜间门诊,旨在为上班族节省时间,创造价值。

贝尔口腔是李振华院长在 2003 年创办的,经过十几年的努力发展,目前拥有五店连锁品牌,经营面积达到 5000 左右平方米,拥有专门技术从业人员 60 多名。李振华院长告诉记者,根据他们多年的经验和对当前城市人群的牙齿健康状况调查,目前 80% 的成年人,都有不同程度的牙周疾病,但很多人由于意识不到或是由于时间问题,对自己的口腔状况不够重视,为加大口腔健康普及速度,他们决定提出开放夜间门诊,全力打造贝尔口腔“夜牙科”。

同时,李振华院长宣布,他们独创的“6S 洁牙套装备”将免费为广大消费者送出去 10 万盒,具体领取办法非常简单,只要搜索关注他们的公众号,就可以预约领取。

是一种自然的力量,人力只是起辅助作用。比如习酒,就必须在赤水河畔那一块小小的区域,必须在特定时节特殊工艺才能酿成,而习酒生产出来之后,最少要经过 5 年存储才能上市销售,因为它还要在一个适宜的环境、一段必要的时间里静静地吸收“天地日月之精华”,这在业内被称为“老熟”过程。

既然是自然的力量,人们就会联想到日照、风雨、水火,在克制和可掌控的范围内,它们都会带来人类福祉,而一旦泛滥,则会对人造成伤害。习酒的品质伦理观正是建立在同一认识论基础之上——掌控和运用自然的力量,让它最大限度地造福于人。酿制上遵循自然法则,通过人力辅助追求最高品质,让它对人最有益;销售上普及人文主义的饮酒理念,关怀人的身体健康和精神成长。

崇道务本,是之谓哉?
(未完,敬请关注《习酒不醉人 有情人自醉》))



● 习酒核心产品: 习酒·窖藏 1988