

甘南州委书记、州长走进安多集团调研 王志荣董事长:人人都要做好企业宣讲

■ 赵文涛 本报记者 何沙洲

统筹疫情防控和地区经济社会发展是当前的一道“大考”，全国各地党政领导在抓好常态化疫情防控工作的前提下，纷纷走进企业视察调研，关心企业在防疫、复工复产、经营发展、惠企政策落地等方面存在的困难、建议和意见。

2020年5月18日下午，甘肃省人大常委会副主任、中共甘南州委书记俞成辉，州委副书记、州长赵凌云，省委统战部副部长张耀宇，甘南州委常委、统战部长石占良等莅临安多集团夏河安多畜牧产业园区调研指导企业复工复产和高质量发展情况。

俞成辉书记、赵凌云州长一行在甘南州夏河县政协副主席、安多集团董事长王志荣等企业负责人陪同下，深入现场实地查看了解企业复工复产、安多牧场牦牛、藏羊肉产品生产、技术研发、市场销售、发展规划等情况；王志荣沿途汇报了安多集团“畜牧+旅游”高质量发展思路



俞成辉州委书记(右二)、赵凌云州长(右三)深入安多集团调研



王志荣董事长向省、州领导介绍安多牧场牦牛排等产品



王志荣董事长亲自培训公司管理层人员做好企业宣讲员、品牌宣传员

路和下一步工作打算。省、州领导对安多公司立足甘南，围绕甘南州畜牧、旅游两大首位产业，打造一二三全产业链，履行企业社会责任，助力精准扶贫攻坚，带动农牧民群众脱贫致富给予了高度评价，并对如何更好地破解企业发展难题提出了具体的意见措施。

俞成辉书记要求将夏河安多畜牧产业园区打造成二郎洞景区，加大基础设施的投入，州上列入规划，列入项目支持，树立成甘南

的样板景区，龙头企业，对接好畜牧与旅游资源，有效高质量开发建设，着力提高发展水平，为经济发展做出更大贡献。

“安多公司所取得的每一点成绩和进步，都凝聚着各级领导的关心、帮助和肯定。”王志荣董事长在当天举行的总经理扩大会议上说，安多公司在确保各项防护措施都做到位的情况下，积极组织复工复产，向社会提供安多牧场高品质民生食品，并积极谋划疫情后的发展

新思路、新方法，得到了省、州、县领导关心、肯定，我们自己要切实做到主动发声，推动安多牧场品牌宣传导向。

王志荣在总经理扩大会前还带领公司管理层人员，又走了一遍公司参观流程，亲自讲解让大家进一步学习公司企业文化及安多公司发展规划。他在会上要求公司各部门管理层人员发挥模范作用，更加积极主动适应新形势，聚焦重点、创新方式，为安多“诚实守信，健康到永远”

的企业文化代言，为安多牧场牦牛、藏羊肉产品发声，人人都要成为一个合格的企业宣讲员，成为一个合格的安多品牌宣传员。

其实，公司每一位员工既是企业文化品牌的塑造者，又是传播者。王志荣要求每个部门每天都要以视频、图片、文字等多种形式宣传企业文化品牌，带动每一位安多人向身边的、外地的亲戚朋友以及他们的亲戚朋友宣传推广“安多牧场”，讲好安多人奋斗、圆梦的故事。

江苏锡山承揽 靖江园区协作 配套海外制糖项目 蒸汽冷凝罐发运

5月19日，由江苏无锡市锡山区大明金属制品有限公司机加工事业部承揽、靖江市工业园区大明重工有限公司机加工协助，服务于海外制糖项目的不锈钢蒸汽冷凝罐正式发货。去年4月，江苏大明金属与某工程设计院接触，通过考察和论证，最终签订了出口中东地区的制糖工业设备部件配套协议，为服务更多海内外工程项目奠定坚实的基础。

杨木军 摄影报道



举旗“初心”促勘探

■ 李梦香 颜文海

“战严寒、转观念、勇担当、上台阶”，在四川盆地长宁地区宜202井区三维勘探项目上，东方物探西南分公司排列工程中心二队十多名党员突击队冲锋在生产一线守护施工质量安全。他们立足岗位，把“守初心、践使命”落实到施工中。排列值守岗、义务宣传岗等各岗位突击队员分工明确，迅速到岗，用实际行动践行自己的初心。

亮旗勘探路

“保质量、保安全、促进度，党员冲在前。”5月17日早上8:30，位于沐川县幸福乡共和村，排列工程中心二队党支部书记颜文海为党员突击队授旗。在鲜红的党旗下，突击队员们喊出了支援一线生产的响亮口号。

“疫情之后，我们必须战胜低油价严寒，转变观念，作为一名党员，能为生产出一份力，我感到很高兴。”正在排列线上指挥工作的检波班长王冲表示。他当检波班长以来，已经多次参加施工的急难险重突击任务，在生产一线做了很多提高生产效率的改善工作。进入无人区施工，在布线施工中将面临很大挑战和困难，排列中心二队员工和党员突击队员正以高昂的斗志、饱满的精神，投入到这场施工的攻坚战中。

争先保安全

“平时应急、战时应战，建在平时、用在关键！”排列工程中心二队党支部立足服务于安全生产，凝聚员工力量，团结党员智慧，安全零事故为目标，以党旗为引领，着力打造一支在急、难、险、重任务面前召之即来，来之能战，战之能胜的铁军突击队。党支部在凝聚员工力量的同时，创新工作方法，筑牢党员突击队坚强堡垒。

“冲锋，冲锋，攀登巅峰！”5月18日，排列工程中心二队党员突击队的“冲锋号”再次回响在沐川县大山深处。为了坚决打赢宜202井区三维勘探攻坚战，在突击队队长曹豫东的带领下，突击队员个个斗志昂扬，以振奋饱满状态深入一线开展“保安全、促生产”党员突击队活动。

出发前，宜202井区三维项目驻地地上开展了一场“忠诚、责任、创新、感恩、奉献”主题教育活动，活动中党支部书记颜文海带领全体党员高举拳头，重温入党誓词，不忘初心，牢记使命，把行动落到实处。

宜202井区三维勘探项目施工前期，排列工程中心二队党支部先后开展了“战严寒、转观念、勇担当、上台阶”大讨论和“重温入党誓词”等为主要内容的培训活动，提高了突击队员的党员意识和责任意识。面临工区协调的困难工作，党支部对党员及参与施工的党员多次进行文明用语、行为规范培训，为突击队员制作“党员先锋岗”，袖章统一标识“党员突击队”字样，把突击队员的身份亮出来、形象树起来，为全体员工带头做榜样，成为施工前线上一面最鲜艳的旗帜。

聚力克时艰

党员突击队“特别能奉献”的精神并非与生俱来，而是经过历次重大考验逐步形成的。

四川盆地宜202井区三维勘探项目，排列工程中心二队党支部通过党员突击队包岗的形式，对作业现场全面把关。突击队员身兼使命，保驾护航。针对工区施工复杂情况，党员突击队带头讲安全话、做安全事、查隐患、反“三违”、防事故，不定期对现场安全隐患和设备隐患进行全方位、多层次排查并做好记录，对查出的问题支部及时制定整改方案并整改落实，实行闭环管理。自党员突击队成立以来收集安全管理合理化建议累计48条，其中2项被队伍采纳为金点子，5项被采纳为合理化建议，消除安全隐患39条，设备隐患21条，为安全生产提供了强有力的保障。

据统计，2019年以来，党员突击队参与设备抢修40次，累计减少生产影响20小时。

消费“回补”来自于信心和创新 从消费新“解”看经济“热度”

■ 贾远现 张梦洁 王辰辰 程思琪 袁全

记者走访了上海的一些企业和商圈，探测当下城市的消费“热度”几何。为什么选择这些商家，因为疫情之下的他们太难了。

餐饮、旅游、酒店、汽车……这些行业直面疫情的冲击，在某个时段甚至被按下“暂停键”。目前，都市正逐渐回归往常的热闹，这些商家有没有把“心结”变成“新解”？危中寻机的确不是说说而已，没有真材实料的创新，哪有走出危机的底气。有句话说得好：“与其担忧现在，不如思考未来。”有时候停下脚步，是为了让未来不再原地踏步。接下来的路，可能是徒步旅行，充满未知和探险，也可能是起飞的加速跑。

“高”朋满座 文旅融合创新升级

疫情之下，2016年启用的金茂大厦“云中漫步”体验项目，让88层观光厅实现了“弯道超车”。342米户外高空全透明无护栏的空中步道，4月22日率先恢复开放。“包括在线预订、分时预约、实名制等疫情管控措施今后将成为一种新常态，不仅让游客放心，也加速了智慧旅游的升级，对于旅游业未来长期的高质量发展很有帮助。”金茂大厦观光厅高级销售经理陈巍说。

逐渐恢复“热度”的上海中心119层“上海之巅”观光厅也成为“高”朋满座的网红打卡地，它有什么变化？商家的回答是：体验。632米的上海中心定格了上海天际线的最高点，受疫情影响，室内观光的景区景点仍未恢复正常开放，但其新推出的云端下午茶和晚餐为游客提供了新选择，甚至一座难求。

线下升级体验，线上数字化探索，“云旅游”成为热词。通过VR、直播等形式，全国多个景区、景点、博物馆、美术馆实现“云观赏”，拓宽了营销渠道和服务半径。

行业的积极探索让旅游消费逐渐“解冻”，尽管回暖仍在过程之中，但商家对未来的市场仍然充满信心。

如“鱼”得水 外商投资“不二之选

借助上海“五五购物节”契机，挪威威威水产(上海)有限公司(简称“威威”)的三文鱼冰鲜产品通过“寰球渔市”的网络平台进入更多中国家庭，直播热度远超预期，直播开播首日供应的线上产品被抢购一空。

突如其来的疫情对于刚刚步入中国市场的威威来说是一次巨大挑战。三文鱼要达到即食标准，在食品安全要求很高。疫情暴发后，像威威这样的企业是不是需要停产？经



店员展示上海老字号小吃“富春小笼”。5月15日至6月15日，“寻味魔都·寻觅小吃”上海小吃节在沪开启，不少老字号、网红餐饮企业等都开展多样的优惠促销活动。 滕佳妮/摄

过与罗泾镇多个职能部门的反复沟通，美威没有“一关了之”。

“食品供应属于‘保供’企业，尽管疫情严峻，但我们想只要有扎实的防疫举措，并严格落实到位，就能够保证食品安全，这对于保障老百姓的餐桌也有帮助。”上海市宝山区罗泾镇副镇长邹志说。

“2019年5月美威加工流水线投产至今，销售额已经达到1.5亿元左右，未来的市场前景更加可期，我们很有信心。”挪威威威水产(上海)有限公司商务经理张礼蓉说。

今年一季度，上海实到外资46.69亿美元，同比增长4.5%，其中3月同比增长20.8%，实现疫情下的逆势增长。外资企业的投资趋向表明，信心、放心、贴心背后的上海营商环境，让这片投资热土成为外商的“不二之选”。

老调新“啖” 老字号新“潮牌”

疫情影响下的餐饮寒冬里，老字号们纷纷转战线上，加入“外卖大军”。堂食关闭期间，城隍庙的南翔馒头店通过微店开展同城配送，回购率达到19%。

“当时堂食已经关闭，网上配送成为我们唯一的销售渠道。消费者没有我们店里的蒸笼，还能不能品尝到我们店里的味道呢？为了保证口味不变，我们在外送套餐里还配送了一个特制的瓷盘用来蒸小笼。”南翔馒头店第六代非遗传承人游玉敏说。

疫情期间，老字号餐饮企业为了自救，开始生产标准化成品或半成品对外零售。今年1月底，上海老饭店推出外带套餐，人均50元左右，平均每天销售近百份，缓解了门店食材库存压力。伴随着复工复产的推进，上海老饭店145年来第一次做起“白领午餐”的生意，通过微信群为周边企事业单位提供定制化的员工套餐。

“我们考虑将团餐开发成老饭店的常规服务项目，充实现有的产品结构，扩大品牌的经营

范围，持续为有需求的人群提供服务。”上海老饭店总经理叶君说，“机会往往会伴随困难一起出现，与其担心现在，不如思考未来。”

为了吸引更多年轻人对老字号品牌的关注，豫园商城在今年上海“五五购物节”期间将开展上百场直播营销，以新颖的线上玩法和跨界合作吸引消费者。

行之有“消” 政策红利车市回暖

经过一段时间的销量低迷，汽车市场迎来了一系列政策利好。4月29日，国家发展改革委等11个部门发布了《关于稳定和扩大汽车消费若干措施的通知》。通知提出，调整国六排放标准实施有关要求、完善新能源汽车购置相关财税支持政策、加快淘汰报废老旧柴油货车、畅通二手车流通交易、用好汽车消费金融等五方面措施，每一方面政策都精准回应了市场预期。

据不完全统计，地方上也已经有十多个省市在疫情发生后出台了鼓励汽车消费的政策。在上海，2020年度非营业性客车牌照额度新增4万个，消费者使用新能源汽车过程中发生的充电费用政府额外给予5000元补助。政策红利“搭台”，企业促销“唱戏”。

在上海“五五购物节”带动下，仅上汽集团在“五一”假日期间就在上海地区累积收获意向客户40924个，同比增长91.4%。记者日前来到上海的“五五购物节”汽车嘉年华活动，即使在工作日展台上也是人头攒动。

各大品牌也都竭尽所能开展促销，凯迪拉克推出了“以租代售”的方案，荣威的新车型预定享受优惠还可以30天无理由退车，上汽大通的车辆可以由用户自选订制……上汽名爵品牌体验师尹伯承说：“我们原本预计5月1日到10日的活动能卖出约200辆车，结果头三天就卖出100辆，到5月9日已经突破300辆了。”

牵心“瓜”肚 现代农业数字化转型

在助农政策支持下，上海浦东的瓜农们通过各种新渠道，将新鲜瓜果送至千家万户的餐桌。

5月14日早上8点，上海庭悦果蔬专业合作社的负责人乔占走进自家西瓜棚，检查西瓜的成熟度。乔占说：“我们种植的8424西瓜口感松嫩细致，清爽甜蜜不腻，上海当地乃至周边地区的百姓都喜欢吃。”

疫情的暴发让农产品市场流通性降低，南汇8424西瓜也遇到销路难题。如何打开农产品销路，浦东新区农业农村委的工作人员找到了“破题之法”。

“线下销售有难度，我们就转到线上。”上海浦东新区农业农村委员会综合发展处处长程晓龙说，“通过实行基地直销、特约经销、‘浦农优鲜’微信商城等平台销售，今年4月26日至5月11日期间，上海浦东南汇地区的西瓜销量已超过31万个，甜瓜销量也超过25万个。”

不少资深瓜农试直播卖瓜，乔占也是其中一员。每到周末，乔占准时开始直播，把直播间开到了田头、大棚里，通过手指开瓜等“绝活”向观众们生动展示南汇8424西瓜。

程晓龙介绍，借鉴学生上网课的做法，浦东新区联合上海市农业广播电视学校给农民开设了网课。为促进农业生产恢复，保证蔬菜供给稳定，浦东新区还出台了一系列扶持政策。

一个西瓜，牵动着瓜农的心，也牵动着政府的心。在政府支持下，数字技术嫁接到现代化农业中，让农民安心卖瓜，百姓放心吃瓜。

防不“剩房” 酒店业酝酿新机遇

去年年底上任的上海余山世茂洲际酒店总经理姚俊博(Paul Hugentobler)没想到，迎接自己的会是一场突如其来的疫情。伴随着防疫进入常态化，加上各种刺激消费的新举措，这家酒店已恢复了昔日城市“网红打卡地”的属性。300多间客房依附地下88米的崖壁而建，周末、节假日预约爆满，可谓防不“剩房”。

低价预售帮助酒店换取宝贵的现金流，吸引不同层次的消费者，更保持了品牌的知名度和吸引力，为市场回归常态提前准备。上海余山世茂洲际酒店在5月6日的直播中，半小时售罄5000份产品，销售额近1500万元。“五一假期的平均入住率高达95%，我们保守估计端午假期的入住率应该超过80%。”上海余山世茂洲际酒店业务副总胡承道说。

中国旅游研究院院长戴斌认为，疫情如“催化剂”，深刻影响整个行业的经营逻辑与发展模式。对客房进行深度清洁、配备防护消杀物资、员工体检上岗并佩戴口罩、机器人无接触服务……各大酒店集团纷纷从运营规范上升级卫生标准，并将这些在中国市场复工的经验复制推广至全球。

建立消费者信任只是第一步，酒店业要实现从短期低价驱动的复苏转向长期稳定的复销，核心是要结合自身特色和优势不断丰富产品设计、调整业务结构和营销策略。

目前，中国是洲际酒店集团的全球第二大市场，也是增长最快的市场。“谁能推出更多满足旅客新消费需求的个性化、差异化的产品和服务，谁才能在复苏中抢占先机。我们对中国酒店市场的发展前景充满信心。”姚俊博说。