

从枝头鲜到全球甜 “酸甜经济”撬动共富链



■ 孟文 朱华 沈力 杜晓明

种植端 稳产增收保民生

六月杨梅季，红实缀青枝，果香飘满林，兰溪市龙晴农业科技有限公司种植园内一派繁忙，采摘、挑拣、包装、运输等工作有条不紊。

据了解，龙晴农业科技拥有110亩种植园基地，得益于数字农业技术的应用，大棚开关膜、升降温、喷淋、滴灌……这些操作在手机上就能完成。

作为金华兰溪杨梅龙头企业，龙晴农业科技在兰溪杨梅销售市场占有率达30%，其“七星山东魁”品牌获浙江省农业技术推广中心授予的“2024浙江好杨梅”金奖。今年，企业计划进一步提高精品杨梅产量，需要扩大杨梅种植面积40亩，资金需求量较大。

依托当地杨梅协会精准推荐，工行兰溪支行第一时间上门服务，基于企业扩建40亩智能大棚的迫切需求，为其定制纯信用融资方案——“杨梅产业贷”，仅用3个工作日就完成了300万元信用贷款的投放，高效破解企业生产旺季的“资金荒”。资金到账后，企业同步申领政府专项补贴，形成“金融活水+政策赋能”双驱动，让业主感受到普惠金融的速度与温度。

兰溪是浙江中西部杨梅主产区，现有杨梅面积约7万亩，主要分布在47省道兰浦公路沿线钱马涧、香溪、柏社等地，形成极具特色的“五十里杨梅长廊”。

近年来，工行兰溪支行通过与杨梅协会深入合作，为杨梅产业链客户提供更多金融服务支持。针对涉农经营主体资产类型中不动产占比低、融资难等

问题，该行向杨梅产业链客户提供“杨梅产业贷”等特色产品，采用纯信用方式办理，小额线上实时生成额度，方便快捷，大额线下尽调，最高额度达300万元。

截至6月末，该特色贷款产品已覆盖种植、加工、冷链、文旅、电商全链环节，累计投放超5000万元，惠及主体包括杨梅种植户与合作社、家庭农场与观光园经营者、深加工企业、冷链物流与电商平台服务商等，在兰溪7万亩杨梅林间书写了“红果生金”的共富新篇。

加工端 提升产业附加值

一大清早，浙江聚仙庄饮品有限公司的“共富工坊”门口，前来运送杨梅的梅农络绎不绝，排起了长队。

“老百姓种出来的杨梅我都要！”一诺千金背后，是聚仙庄不变的初心。1995年，台州仙居县创办生产杨梅利口酒的企业，也就是聚仙庄的前身。这是仙居首家从事杨梅深加工的企业，通过深加工，大批量消化了本地杨梅。

“仙居杨梅是果农的摇钱树，而我們就是仙居杨梅销售的最后一道保障。”聚仙庄党支部书记、常务副总经理张国标介绍，目前他们与县内80%以上的杨梅专业合作社都签订了收购合同，确保梅农销售无忧。除了合作社，聚仙庄对一些上市较迟的高山杨梅生产基地，也是“有多少收多少”。梅农半夜上门，聚仙庄也照收不误。

聚仙庄对杨梅实行兜底收购，把不易保存的鲜果以另一种形式储存起来，极大保障了梅农的收益。

“我们有6大系列、30多个品种。有杨梅泡酒、杨梅醋饮、常温杨梅果汁，还有网红产品冰杨梅，我们的杨梅原汁不加任何添加剂……”张国标如数家珍。

在仙居，这样的杨梅深加工企业已有19家，衍生产品类型30余种，年加工转化能力近4万吨。正是有了这些衍生产品，杨梅从“一季红”的季节性水果，发展为“全年红”的杨梅产业。

小杨梅，大产业。为全力支持仙居县特色“酸甜经济”高质量发展，工行仙居支行在上级行赋能下，创新推出“杨梅贷”数字化涉农贷款产品，并不断升级，现已成为覆盖全产业链的“杨梅产业贷”。这款产品专注服务梅农，以“一触即贷”的便捷体验，将金融活水精准滴灌至田间地头。截至6月末，“杨梅产业

贷”已惠及全县梅农逾千户，累计发放贷款金额达1.1亿元。不仅如此，该行还精心构建了覆盖杨梅“种、产、销、加”全链条的金融服务体系。目前，已为产业链上下游相关企业提供综合授信1.2亿元，贷款余额6000万元。

出海端 护送鲜果越重洋

驿马接力送荔枝，是唐朝的长安往事。冷链空运杨梅，是今日的青田速度。6月24日，由在丽水海关备案的平



①又是一年杨梅季，好味道背后，少不了工行金融力量的加持。

②从“靠天收”到“科技种”，小杨梅成为带动农民增收、助力乡村振兴的大产业。

③冷链空运杨梅，工行积极推动杨梅产业从“鲜果依赖”向“全链增值”转型。

④工行仙居支行客户经理走访向往之农场需于企。

风寨春华家庭杨梅基地提供的杨梅，经中智杨梅服务有限公司包装后，搭乘冷链运输专车，直达上海浦东国际机场，正式踏上前往西班牙与荷兰的旅程。一天后，这批带着浙南山间清甜气息的时令鲜果，被准时摆上了欧洲消费者的餐桌。

作为浙江第三大杨梅产区，截至

2024年底，青田全县杨梅种植面积11.2万亩，产量6.37万吨，产值7.65亿元。

青田是著名侨乡，全县有海外华侨华人、港澳同胞38余万人，广泛分布在世界146个国家和地区。如今，当地开辟了“杨梅高铁”和“杨梅4小时登机”的绿色通道，杨梅保鲜贮存冷链体系也日渐完善。依托海外侨胞资源，青田杨梅出口量持续增长，2024年出口西班牙、葡萄牙等国家35吨，远在海外的侨胞也能品尝到来自家乡的那一抹酸甜鲜美的“梅”好味道。

墙内杨梅墙外飘香，青田杨梅走出国门的背后，除了更完善的保鲜技术、更严格的品控体系，也离不开金融力量的保驾护航。

作为青田县首批杨梅鲜果出口的民营企业，中智物产自2016年成立起便肩负着“让家乡红果甜遍世界”的使命。这些年，工行青田支行累计为中智物产投放贷款超2700万元，专项用于冷链技术升级与海外渠道拓展。目前，企业建成全自动冷链车间，集成预冷抽湿、充氮锁鲜、防雾包装等专利工艺，青田杨梅走出国门的底气越来越足。未来，该行拟追加融资支持中智物产新建杨梅浓缩果汁精深加工生产线，推动产业从“鲜果依赖”向“全链增值”转型。

截至目前，工行“杨梅产业贷”在青田县域已累计投放超3000万元。金融为笔，侨力为墨，在青田的青山翠谷间，一颗颗红果从山野枝头到全球餐桌的共富长卷正徐徐铺展。

小杨梅撬动大产业，“杨梅产业贷”滋养共富路。当金融活水从种植大棚流向海外餐桌，当苏东坡笔下“未若吴越杨梅”的赞叹化为今日农户的笑颜——这张“梅”好名片，终将成为乡村振兴的鲜活注脚。而金融的温度，正深藏于每一颗浸润科技与汗水的杨梅里……

图片由工行浙江省分行提供

绿城说，客户满意是一切的前提

■ 胡灵波

你现在买东西还认牌子吗？

当选择空间持续扩容，消费者手中的决策权不断加重，购买特定品牌的行为正在减少。

当前的发展形势下，“品牌”正在直面选择多元化的考验，仅仅是维系原有的“品牌忠诚度”都成了不少企业的重要。

在竞争激烈的市场中，总有企业持续向好。在房地产市场消费者信心重塑的过程中，绿城凭借过去30年的积累，成为让更多人满意的品牌

房企。

连年跃升的品牌优势

近日，中指院发布《2025年中国城市居民居住满意度调查报告》。

报告显示，绿城中国总体满意度得分93.9分，较2024年的92.9分提升1分，在所进驻的16座城市拿下总体满意度第一；总体忠诚度得分89%，在进驻的15座城市获总体忠诚度第一位，较2024年新增3城，持续领跑行业。

值得一提的是，绿城在浙江再创新



杭州湖映金沙示范区实景图

高，所有列榜城市均稳坐第一把交椅。其中，杭州、宁波、绍兴、台州、嘉兴、衢州、金华、合肥、湖州9城登榜满意度调研排名NO.1，杭州、宁波、台州、金华、嘉兴、湖州、衢州7城登榜忠诚度调研排名NO.1。

满意和忠诚的具象表达，就是绿城的品牌溢价。

两个月前，杭州东新板块的岸芷丁香以高于之前限价近9000元/平方米开盘，三次开盘迅速售罄，最高一次的综合中签率也不超过20%。

上周，绿城在杭州金沙湖畔的湖映金沙开盘，综合中签率不到30%。

如果说岸芷丁香的“溢价”得益于限价的取消，那金沙湖的同台竞技则凸显出绿城的优势。经历过市场的洗礼

后，品牌开发商能给予购房者的除了优质的产品，更多了一份安全感。

满意是一切的前提

在一些经典营销学研究中，品牌忠诚度被定义为一种由产品认同、价值认同等产生的消费偏好，核心在于满意和信任的累积，放到地产行业就是老业主复购率，这也是绿城引以为傲的数据。

忠诚的前提是满意，而满意的原因是绿城不断精进的产品力。

年初，有嘉兴业主发现绿城在自家在建小区附近又新拿了地，且产品还进行了迭代升级。抱着要去“理论一番”的心态走入售楼处后，他再次被绿城的

产品力折服，果断下单了新房。

类似的情况并不少见，因为相信绿城的人，也愿意相信绿城的呈现只有“好”和“更好”。

以今年上半年新交付的项目为例，杭州悦澜月华引入“曲面屏”、弧形转角、“生息社区”等，在大大提升居住美学的同时，也创新了高端品质住宅的又一模板；宁波凤鸣云翠在蓝色钱江、凤起潮鸣经典之上精进，塑造宁波新生品位，为城市高端人居代言。

但绿城不安于现状，持续创造更多的美好居住可能：

在温州鹿城广场160米的高空打造了约2000平方米的超级空中会客厅，将小区的第一资源留给业主；在杭州悦海棠“折叠”厨房、岛台和X空间，增加家庭成员的陪伴与交流，解决现代生活的一大痛点；

在杭州湖映金沙落地儿童成长研究空间，创新设计“高体验、高科技、高互动”儿童主题会客厅，实现公区“寓教于乐”场景化；在杭州溪径恒庐落地健康运动研究空间，突破传统理念，在会客厅融入高品质室内羽毛球球，树立功能化运动空间标杆……

这样的美好生活图景，怎不让业主满意和心动呢？

“保持聆听”是终极密码

相比于产品主义的坚守，绿城能连续15年获满意度调查佳绩的核心奥义

是“保持聆听”。笔者将之理解为绿城对业主的态度。

众所周知，绿城的沟通渠道一直是行业内极为畅通的，通过品质共建小组、业主接待日、总经理见面日、工地开放日、全周期客户满意度调研等多元渠道，认真聆听业主的需求。

每年3月，绿城会协同绿城服务及各专业条线负责人、区域负责人，与全国的业主代表进行一场面对面的沟通。

最近两年，不少项目也通过与业主的一次次沟通，完善了产品的规划与设计。备受好评的杭州悦澜月华就是一个代表，其公区在保持高颜值的基础上，又比一般项目增添了更多的实用细节。

“以客户为中心的产品主义”也是绿城30年来从未更改的价值坐标。

品牌忠诚的前提，是客户的满意。与其花大把时间研究“如何保持忠诚”的营销方案，不如看看绿城这套质朴的打法——最有效的“忠诚”，应该是先忠诚于客户。

图片由绿城提供



绿城浙江微信公众号

富阳区总工会：上线“建会一件事” 企业办事更省心

■ 周文成 蒋超超 张祺

“以前，办理工会信息变更，补齐材料要跑多个地方。现在在线上平台动手指提交材料，第二天新证就寄到公司了，真是省时又省力！”近日，杭州新恒力电机制造有限公司工会工作人员邱昱，率先体验了富阳区总工会上线的“建会一件事”。

以往，企业办理工会组建、换届、信息变更等事项，通常来说需要先拿着相关纸质材料到乡镇（街道）总工会审批盖章，再持盖章材料到富阳区总

工会职工服务中心换证。一些来自富阳乡镇的企业，特别是西部万市、洞桥等偏远乡镇的企业，如果去富阳中心城区办事，光往返就要花上两个小时。如何简化办事流程，为企业腾出更多时间和精力投入到生产经营？富阳工会已经有所实践。

7月初，富阳区总工会在“富工建家”平台上线“建会一件事”模块，将工会法人资格证书审批制证等高频事项由线下迁移至线上。企业只需要到所属乡镇（街道）总工会，请工作人员帮忙初审材料并盖章，就可随时在“富工

建家”平台对应模块上传材料扫描。富阳区总工会工作人员在后台即时在线审批制证，并通过快递实现新证送达和旧证回收，快递费用也无需企业承担。

“现在企业只需就近在属地‘跑一次’，再进行一些简单的线上操作，就可以坐等新证上门，整个流程从以前的3至4天缩短至1至2天。”富阳区总工会相关负责人介绍。率先体验过“建会一件事”的企业员工邱昱评价，系统界面清晰、操作简便。她还惊喜地发现，每个线上操作环节会直接显

示经办电话。“如果担心填得不准确，一个电话就能咨询到对应的工作人员。”邱昱说。

“建会一件事”不仅简化了办事流程，还提供增值服务。过去，新建工会单位经办人常需主动对接银行开户，到富阳区总工会开证明后再去刻公章，要跑四五个不同主体。针对这一痛点，富阳区总工会以企业需求为导向，联动区内多家银行、文印店、快递公司等第三方机构深度合作。就拿开户环节来说，企业代表在线勾选意向开户行，对应银行将主动联系企业代

表，指导其办理开户。刻章、开户、寄递等环节由合作方主动提供精准服务。如此一来，又可以为企业节省一定时间和金钱成本。

据了解，在线上“建会一件事”模块之前，富阳区总工会专门牵头组建专班，走访企业摸排需求，并历经3个月反复测试线上操作流程，于今年7月初开放给企业试用。运行1个月来，富阳全区已有多家企业通过“建会一件事”完成信息变更或新证办理。

富阳区总工会相关负责人介绍，目前，富阳全区已有近1800家基层工

会纳入平台管理，“未来，我们计划与更多银行等机构开展合作，协调更多第三方资源，为企业提供更精准的要

素供给。”去年，“富工建家”平台已成功接入了“浙里办”，办事群众可从“浙里办”直接进入该平台。借助“富工建家”平台，富阳区总工会将持续加强对基层工会建设的工作指引，鼓励企业建设“职工之家”，以落实推进省、市总工会星级管理活动为契机，进一步加强工会组织规范化建设，提升职工幸福感与归属感。