

综合资讯

40名大学生获“浙农-阳光”奖学金

本报综合报道

5月中旬以来,集团分别在浙江财经大学、浙江农林大学及浙江工业大学举办第二届“浙农-阳光”奖学金颁奖仪式...

会、金融和管理类专业学生;浙江农林大学“浙农-阳光”奖学金基金总额120万,每年奖励20位涉农、房产和管理类专业学生...

快乐六一 放飞梦想 惠多利圆梦行动进山乡



惠多利员工与孩子交流谈心

惠多利 戴丽月 “叔叔阿姨,这是我最开心的一个六一儿童节,谢谢你们。”

6月1日,由惠多利党总支和浙江惠多利党支部联合主办的“快乐六一·放飞梦想”圆梦行动在台州临海市白水洋镇“浙农-阳光”希望小学举行...

为大家戴上了鲜艳的红领巾。在游园活动中,小朋友兴高采烈地参与到由惠多利员工精心准备的游戏中...

据了解,惠多利从2012年开始成为临海水洋镇“浙农-阳光”希望小学对口维护单位,几年来资助学校教学建设经费8万元...

新闻速览

省供销社副主任张悦调研浙农小贷日前,省供销社副主任张悦调研了西湖区浙农小额贷款公司...

江苏天泰化工有限公司正式成立5月28日,江苏天泰化工有限公司第一次股东大会和第一届董事会...

浙江农商学院致函浙农集团捐款义举6月9日,浙江农业商贸职业学院院长周文根带着《感谢信》到访浙农集团...

临安惠多利送服务下乡5月26-27日,临安惠多利先后在高虹镇、昌化镇举办“送科技、送信息、送农资”服务下乡活动...

“农资营销”订单班学生参观集团总部6月2日,浙江经贸职业技术学院“农资营销”订单班学生受邀到集团参观交流...

金泰贸易举办杜邦维瑞玛杀虫剂浙江上市会6月4日,金泰贸易携手美国杜邦公司在浙江衢州举行新型维瑞玛杀虫剂上市会...

浙江浙农植保专业合作社联合社第一次成员大会召开5月29日,浙江浙农植保专业合作社联合社第一次成员大会暨一届一次理事会...

金泰贸易举办杜邦维瑞玛杀虫剂浙江上市会6月4日,金泰贸易携手美国杜邦公司在浙江衢州举行新型维瑞玛杀虫剂上市会...

汽车动态

绍兴宝顺举行童悦之家“绘家乡 悦未来”绘画活动

通讯员 童斌

“我希望,每一个时刻,都像彩色蜡笔那样美丽;我希望,能在心爱的白纸上画画,画出笨拙的自由,画下一只永远不会流泪的眼睛...

6月11日,绍兴宝顺宝马4S店联合画室举办主题为“绘家乡 悦未来”的绘画活动,邀请广大客户与童悦之家的孩子们参加...

黑板上将抽到的词语用画笔表现出来,小组成员猜对多者获胜。现场五花八门的答案层出不穷,大小朋友们乐作一团。

到了绘画时间,大小朋友们都非常认真。抛开平常的水粉、油画棒等常用工具,趣画教育的老师带来了新型材料,让大家作出版画、撕贴画、砂画等创意画...

绍兴宝顺还为童悦之家的小朋友准备了20份绘画大礼包。在绍兴宝顺员工、爱心车主和趣画教育的志愿者们共同努力下,小朋友们收获了满满的欢乐和幸福。

宁波凯迪冠名“小演奏家”比赛

通讯员 虞佳

6月12日-14日,由宁波凯迪冠名的“凯迪拉克宁波凯迪杯-小演奏家”宁波赛区比赛在宁波凯迪展厅盛大开启...

“小演奏家”比赛是集专业性、权威性、娱乐性、影响力于一体全国性少儿音乐赛事,是中国儿童音乐学会为了更好地发展我国少儿音乐事业...

得宁波赛区金奖,他们将进入下一轮的省级小演奏家比赛。宁波凯迪还为获得金奖的小朋友安排了颁奖仪式。

“小演奏家”比赛是集专业性、权威性、娱乐性、影响力于一体全国性少儿音乐赛事,是中国儿童音乐学会为了更好地发展我国少儿音乐事业...



获奖选手合影

物增产的积极作用。(金泰贸易 何晶晶)

杭州新光成功开发“化妆品片材”日前,杭州新光塑料有限公司所属软包公司开发的新产品“化妆品片材”第3批订单顺利完成...

济宁金色兰黛携手齐隆德举办“六一”嘉年华活动5月30-31日,济宁华都-金色兰黛携手齐隆德共同举办“六一”儿童节嘉年华活动...

明日控股参加第二十九届中国国际橡胶展5月下旬,集团公司总经理助理、明日控股董事长韩伟会同部分业务单位负责人参加在广州举行的第二十九届中国国际橡胶展...

凯迪拉克三大主流车型亮相宁波南部商务区5月27日-29日,宁波凯迪以“凯迪拉克XTS三重礼遇”为主题开展了为期3日的宁波南部商务区车街车展...

华都·首府二次开盘 劲销百套去化六成5月23日,龙游华都·首府高层二次热力开盘,当天即销售96套,去化六成,销售额

浙农论坛

本期主题:智慧农资

主持人语:借着电子商务的东风,各路资本纷纷向农资电商进发,大家都怀着对智慧农业、智慧农资的憧憬在不断摸索。智慧农资的理想模式是什么样?目前有哪些亟待解决的问题?农资流通企业在面对着纷至沓来的机遇和挑战时,又该扮演什么角色?本期论坛,我们邀请涉农板块的同事们来谈谈对于“智慧农资”的理解。

钱任重(浙农爱普):面对农资电商带来的机遇和挑战,该如何面对和介入?我认为首先要开放的思路和开拓的战略。紧盯上下游把握住身边的产业机遇,自然能走出符合潮流的转型之路...

许航维(惠多利):随着土地流转加剧,物流更加便利,种植户更加年轻化和知识化,农资流通的渠道会进一步扁平,未来农资竞争的核心必然是种植大户之争。未来种植大户需要的是作物的全套技术服务、资金融通和农产品销售的解决方案...

木翼勇(浙农爱普):目前农资行业的电商模式主要有两类,一类是行业龙头企业自建电商平台,如江苏龙灯、诺普信、金正、大北农等。另一类是成立综合性电商平台,如山东圣丰农业的云农场(已引入联想投资等客户来实施可以)...

何晶晶(金泰贸易):农资电商与传统电商的主要区别之一是产品的普适性,农资产品的适用性还受地域、气候、种植习惯等多种因素的影响,不像传统电商那样把产品上线等着客户来买就可以的。所以我们首先要做我们的服务做好,做好咨询的解答、产品的展示、地区种植经验的分享,给平台使用者一个强有力的技术支持。

李真峰(石原金牛):个人觉得智慧农资应该要有目前的种植状况与所需农资的关联信息、解决方案、多种方案的利弊及选择、费用支出及效果预测。而在提供这些信息之前,需要解决一个信用的问题。其次解决信任问题。信任来自点点滴滴的交流,做出农资供应商的品牌;途径目前已经开发的手机APP即可,需要投入,结合农展会,教会农民骨干使用方法,适时做些厂家的促销,吸引农民。

徐永祥(中农在线):怎么将电子商务模式与当下农村发展现状、农业人口特点、农业生产要素以及农民需求相结合,是目前农资电商要解决的核心问题。现在农资电商主要的难点是:第一,农资产品单位重物流成本太大;第二,厂商对线下渠道商依赖性严重;第三,不敢绕过他们直接销售;第四,农资产品离不开线下农技服务,农民买了农药、化肥等农资必须有人根据当地土壤、作物特点进行使用指导...

王武明(惠多利):“智慧农资”项目主要功能是基于互联网和移动互联网技术,充分利用专家团队力量解决农资使用和农业技术问题。目前“智慧农资”市场推广力度有待进一步加大,客户基数有待进一步扩大,客户粘性有待进一步提高。要充分利用公司点多面广、基层业务人员多的特点,用经济手段激励...

车春华(金泰贸易):宁波金泰通过智慧农资网上庄稼医院、“益农宝”手机APP和网上农资商城三大平台,并结合线下的庄稼医院打造一个立体的农技服务和农资供应网络。我们利用网上庄稼医院的专家资源,为线下农户解决实际问题以有效提升企业品牌;加快推广“益农宝”手机APP软件的应用人数和根据当地作物建立相应的作物圈,可以很好发挥“导游”功能,有效提升企业客户群体。

直击一线

为客户提供世界水准的商用车及服务 浙江金庆铃以口碑赢市场

办公室 胡大为

走进位于杭州花园岗街的浙江金庆铃汽车销售有限公司,一辆辆待交付的商用车整齐停放,工作人员正在紧张有序地做着检查以及交车前的准备工作。浙江金庆铃总经理徐立告诉笔者,今年前5月店里已售车辆接近550台,同比增长28%,而前不久也中标了杭州烟草运输车的标的。浙江金庆铃成立于2003年,经过10多年的发展,年销量从最初的100多台扩大到目前的1100多台,单店销量在省内排名第一,华东前三,是浙江地区最大的庆铃汽车单一经销商。

“商用车辆往往被当成是一种生产工具,而庆铃车属于商用车里的高端品牌,是商用车里的宝马奔驰,要把这么高价格的产品推荐给客户并不容易。”徐立在谈到销售推广时说,“庆铃的口号是‘为客户提供世界水准的商用车及服务’,这句话里包含产品和服务两个概念。我们就从这两方面入手。”金庆铃在营销中提出了“全车使用成本”的概念:庆铃车虽然贵,但它的质量好,维修保养费用少,最关键的是出问题少,保证了车辆出勤率高,这是最被货运业看重的;庆铃车还省油,相同排量比其他品牌省油15-20%;另外因为庆铃的品牌和口碑好,所以车辆残值较高。徐立告诉我们,虽然很多客户一开始觉得庆铃车贵,但的品牌可以买两辆,想还是庆铃划算。

除了产品本身的品质,吸引客户的关键在于金庆铃提供了细致的售后服务。比如在前期了解到某个市场信息,金庆铃业务员就会带着客户上门拜访,客户没有时间来店看车,他们就把车开到客户单位去,上门服务;在购买过程中,付款、办保险、上临牌、交购置税等一切事务都由金庆铃代劳;在购车后,有的客户要办车广告等审批手续,需要跑工商、城管、环卫、车管所等部门,金庆铃也会全程服务到底,不用客户操心。用金庆铃综合部经理徐海霞的话说,只要客户有需求,我们都会尽力去解决。有一次,一位客户的车子出了故障,但是货物亟需马上运出,为了不耽误客户生意,金庆铃工作人员想办法借了一台车,还帮助客户搬运货物完成转车,保证了客户的生意不受损失。类似这样的事例在金庆铃还有很多,换来的是客户对金庆铃的认可与口碑。“建店以来,我们卖了近万台车,但是没有接到过一个因为服务问题而产生的投诉,好口碑是我们最大的无形资产。”徐立自豪地说。

“公司以往以经销乘用车为主,在金庆铃刚成立时,我们对于商用车这块没什么经验”,在谈到公司起步那段时期,金城汽车总经理曾跃芳感慨良多,“但我们看到浙江是个资源小省,加工制造业发达,原料进来商品出去物流需求大,商用车市场一定会发展。”在刚开始的那段时期,曾跃芳多次召集员工开会,为大家打气加油,并亲自带队,与员工深入一线,走访市场。不论刮风下雨,酷暑严寒,不论工作日休息日,他们不是在公司那里,就是在走访客户的路上。徐立记忆中,他们曾总皮鞋都走破了三双,为了找到目标客户,他们还想了个笨办法,分组到路口、货运市场,批发市场等商用车比较集中的地方,记下印在车上的单位地址,然后回来查黄页找联系方式,询问需求。正是靠这种坚韧与努力,他们较快地了解到商用车经销商有实力,哪些行业客户是庆铃车的目标客户,哪些单位有商用车更新的需求……通过十多年的开拓与积累,目前他们的下游客户已经达到了5000家,其中不乏水利、电力、煤炭等行业的大型国企,以及顺丰等知名物流企业,建立了一个相对稳定的大客户库,并在台州、湖州、绍兴等地设立了分公司。

“商用车往往被当成是一种生产工具,而庆铃车属于商用车里的高端品牌,是商用车里的宝马奔驰,要把这么高价格的产品推荐给客户并不容易。”徐立在谈到销售推广时说,“庆铃的口号是‘为客户提供世界水准的商用车及服务’,这句话里包含产品和服务两个概念。我们就从这两方面入手。”金庆铃在营销中提出了“全车使用成本”的概念:庆铃车虽然贵,但它的质量好,维修保养费用少,最关键的是出问题少,保证了车辆出勤率高,这是最被货运业看重的;庆铃车还省油,相同排量比其他品牌省油15-20%;另外因为庆铃的品牌和口碑好,所以车辆残值较高。徐立告诉我们,虽然很多客户一开始觉得庆铃车贵,但的品牌可以买两辆,想还是庆铃划算。

除了产品本身的品质,吸引客户的关键在于金庆铃提供了细致的售后服务。比如在前期了解到某个市场信息,金庆铃业务员就会带着客户上门拜访,客户没有时间来店看车,他们就把车开到客户单位去,上门服务;在购买过程中,付款、办保险、上临牌、交购置税等一切事务都由金庆铃代劳;在购车后,有的客户要办车广告等审批手续,需要跑工商、城管、环卫、车管所等部门,金庆铃也会全程服务到底,不用客户操心。用金庆铃综合部经理徐海霞的话说,只要客户有需求,我们都会尽力去解决。有一次,一位客户的车子出了故障,但是货物亟需马上运出,为了不耽误客户生意,金庆铃工作人员想办法借了一台车,还帮助客户搬运货物完成转车,保证了客户的生意不受损失。类似这样的事例在金庆铃还有很多,换来的是客户对金庆铃的认可与口碑。“建店以来,我们卖了近万台车,但是没有接到过一个因为服务问题而产生的投诉,好口碑是我们最大的无形资产。”徐立自豪地说。

“商用车往往被当成是一种生产工具,而庆铃车属于商用车里的高端品牌,是商用车里的宝马奔驰,要把这么高价格的产品推荐给客户并不容易。”徐立在谈到销售推广时说,“庆铃的口号是‘为客户提供世界水准的商用车及服务’,这句话里包含产品和服务两个概念。我们就从这两方面入手。”金庆铃在营销中提出了“全车使用成本”的概念:庆铃车虽然贵,但它的质量好,维修保养费用少,最关键的是出问题少,保证了车辆出勤率高,这是最被货运业看重的;庆铃车还省油,相同排量比其他品牌省油15-20%;另外因为庆铃的品牌和口碑好,所以车辆残值较高。徐立告诉我们,虽然很多客户一开始觉得庆铃车贵,但的品牌可以买两辆,想还是庆铃划算。

除了产品本身的品质,吸引客户的关键在于金庆铃提供了细致的售后服务。比如在前期了解到某个市场信息,金庆铃业务员就会带着客户上门拜访,客户没有时间来店看车,他们就把车开到客户单位去,上门服务;在购买过程中,付款、办保险、上临牌、交购置税等一切事务都由金庆铃代劳;在购车后,有的客户要办车广告等审批手续,需要跑工商、城管、环卫、车管所等部门,金庆铃也会全程服务到底,不用客户操心。用金庆铃综合部经理徐海霞的话说,只要客户有需求,我们都会尽力去解决。有一次,一位客户的车子出了故障,但是货物亟需马上运出,为了不耽误客户生意,金庆铃工作人员想办法借了一台车,还帮助客户搬运货物完成转车,保证了客户的生意不受损失。类似这样的事例在金庆铃还有很多,换来的是客户对金庆铃的认可与口碑。“建店以来,我们卖了近万台车,但是没有接到过一个因为服务问题而产生的投诉,好口碑是我们最大的无形资产。”徐立自豪地说。

除了产品本身的品质,吸引客户的关键在于金庆铃提供了细致的售后服务。比如在前期了解到某个市场信息,金庆铃业务员就会带着客户上门拜访,客户没有时间来店看车,他们就把车开到客户单位去,上门服务;在购买过程中,付款、办保险、上临牌、交购置税等一切事务都由金庆铃代劳;在购车后,有的客户要办车广告等审批手续,需要跑工商、城管、环卫、车管所等部门,金庆铃也会全程服务到底,不用客户操心。用金庆铃综合部经理徐海霞的话说,只要客户有需求,我们都会尽力去解决。有一次,一位客户的车子出了故障,但是货物亟需马上运出,为了不耽误客户生意,金庆铃工作人员想办法借了一台车,还帮助客户搬运货物完成转车,保证了客户的生意不受损失。类似这样的事例在金庆铃还有很多,换来的是客户对金庆铃的认可与口碑。“建店以来,我们卖了近万台车,但是没有接到过一个因为服务问题而产生的投诉,好口碑是我们最大的无形资产。”徐立自豪地说。

凯迪拉克三大主流车型亮相宁波南部商务区5月27日-29日,宁波凯迪以“凯迪拉克XTS三重礼遇”为主题开展了为期3日的宁波南部商务区车街车展,携旗下SRX、XTS、ATS-L三大主流车型进行了展示。车展期间吸引了众多精英人士驻足。宁波凯迪也在现场安排了员工进行每日定时派发红包的活动,凡在活动期间关注宁波凯迪官方微博,并发布车展活动信息即可获得抽奖包一个。(通讯员 虞佳)

凯迪拉克三大主流车型亮相宁波南部商务区5月27日-29日,宁波凯迪以“凯迪拉克XTS三重礼遇”为主题开展了为期3日的宁波南部商务区车街车展,携旗下SRX、XTS、ATS-L三大主流车型进行了展示。车展期间吸引了众多精英人士驻足。宁波凯迪也在现场安排了员工进行每日定时派发红包的活动,凡在活动期间关注宁波凯迪官方微博,并发布车展活动信息即可获得抽奖包一个。(通讯员 虞佳)

凯迪拉克三大主流车型亮相宁波南部商务区5月27日-29日,宁波凯迪以“凯迪拉克XTS三重礼遇”为主题开展了为期3日的宁波南部商务区车街车展,携旗下SRX、XTS、ATS-L三大主流车型进行了展示。车展期间吸引了众多精英人士驻足。宁波凯迪也在现场安排了员工进行每日定时派发红包的活动,凡在活动期间关注宁波凯迪官方微博,并发布车展活动信息即可获得抽奖包一个。(通讯员 虞佳)

悦读

“我慢慢地、慢慢地了解到,所谓父女母子一场,只不过意味着,你和他的缘分就是今生今世不断地在目送他的背影渐行渐远,你站立在小路的这一端,看着他逐渐消失在小路转弯的地方,而且,他用背影告诉你:不必追。”大概是许久未读书的缘故,当读到龙应台《目送》里的这段话时,心下一软,然后又揪了起来。这是一本描写亲情、友情和爱情的散文集,共有73篇光阴的故事,不同于作者以往强势的政治论调,而是丝丝入扣地描述了最质朴的生活组成:家庭、孩子、父母、朋友还有生老病死。



龙应台的笔触是细腻的,她把每一份容颜、每一句话语都落于笔头,娓娓道来。她写了子孙三代人的故事,与儿子一起逛街时,儿子拒绝了她的牵手,一种疏离感逐渐弥漫;同样的过街,父亲也屡屡想牵她的手,从小女孩到四十岁,再到五十岁。还有年老的母亲,仍然像年轻的时候一样爱美,涂鲜艳的指甲油,打清透的粉底,却不幸得了老年痴呆症,在回家的路上吵着嚷着要“回家”,回那个“年幼的孩子正在追逐笑闹,厨房里传来煎鱼的滋滋香气,丈夫从背后捂着她的双眼要她猜是谁”的温暖的家。儿子的成长,父母的衰老与去世,自己亦不再年轻,时间像最残忍的小偷,一件件、一次次偷走生命中最宝贵的东西。

当然,还有旅途,龙应台父亲的旅程始于十六岁那年,他挑着两个箩筐在母亲的要求下到集市买菜,正好市场里有人在招小童兵,他放下扁担就跟者走了,这一走就是70个年头,在这漫长的岁月里,他辗转大陆、台湾两地,直到妻儿们含泪将他遣散带回故里。龙应台自己也走过了许多地方——台湾、香港、广州、首尔、纽约、欧洲……她把眼中看到的老树、旧巷子、打工的少年、年老的阿太,报纸上的新闻都一一记述了下来,还有他们背后那一艘书瓜令人唏嘘的故事。

其实每个人的成长,也只是平常人的命运,即使命运千差万别,但也总有那么多相似之处。大时代,小人物,每一个个体,都是群体的印证。家天下的事情,最终不还是落到小人物的悲欢离合吗?一错手,或许真的就是一辈子。

一代人的生命延续,我们的这一辈子,被父母目送着离开,继而我们又目送着自己的孩子蹦蹦跳跳长大离开,父母年老逝去……等到自己老态龙钟的时候,就算已经儿孙满堂,也依旧像孤单的孩子,像龙应台的母亲那样如数家珍,一遍遍念叨着天堂里的兄弟姐妹与同学挚友的名字,然后等待着子孙们目送的眼光。

这本书我在看到一小半的时候,就有了久违的为书落泪的感觉。人常说,当没有孩子的时候,父母在哪里,哪里就是家;当孩子出生以后,孩子在哪里,哪里就是家。或许我还太过年轻,对于生命和亲情还有许多不能理解的地方,但我希望当因循的习以为常与大家亲近人、朋友的关怀和帮助感到麻木时,就读一读《目送》吧,与书香一道温存曾经的美好回忆,你会发现——珍惜身边每一个人,真的很好,有身边人的珍惜和爱,真的很幸福。(华东股份 龚群涛)



庆铃全系车型