

一个非营利性养老机构——上海颐和苑老年服务中心在金山诞生

打造“家庭式养老护老”新模式

□记者 卢连明

本报讯 一个以“幸福养老”和让老年人生活得“开心、舒心、顺心、称心、安心”为目标的非营利性养老机构——上海颐和苑老年服务中心，在金山区朱泾镇建成并将投入使用。

走进该中心犹如步入花园一般，一排排四层楼的法式庄园建筑风格的房屋错落有致，花坛设计非常精巧得体，屋前的大片草坪让人心旷神怡。绿植掩映下的绿色跑道长约1.4公里，是老人们清晨锻炼、饭后散步的好去处。中心内还没有亲水垂钓台、舞蹈广场等。

综合会所的一楼有餐厅、多功能厅和小型超市等；二楼有棋牌室、钢琴吧、美发室、足疗室、水疗池和电影放映室；三楼有图书阅览室、书画手工室、电脑网吧等。

为了让老人能享受到居家式的

养老服务，该中心分为养老院和养护院两大功能区。在养老院内设置的都是一室一厅、二室一厅的居家式养老服务，厨房间内灶具、冰箱一应俱全；卫生间淋浴房、抽水马桶、地砖都是从老年人的特点和需求出发设置的。在养护院的两人房、三人房内也都设有灶具和卫生设施。

企业家的社会责任 催生“非营利”养老模式

该中心是由金山区侨商分会会长、上海鸿越实业有限公司董事长周保云创办的。“眼下，越来越多的老年人面临着政府的养老机构‘等不起’；高端的养老机构‘住不起’的尴尬，尤其是中等收入的老年人养老更是成了难题。这就是我要创办这家由政府支持的非营利的公益养老机构的初衷。”周保云告诉记者，颐和苑老年服务中心总规划面积200亩，首期建筑面积34000平方

米，拥有床位800多张，其中一半用于养老，一半用于养护，投资达3亿多元。计划经过二期、三期建设，使养老床位达到2500张。目前，养老预订的已有50多个家庭。

已过不惑之年的周保云，18岁参军，1983年转业后在一家国企从事酒店管理；1987年下海创业做餐饮，之后转战房地产行业。2000年，周保云从深圳回到家乡金山朱泾，除了继续从事房地产开发，开始考虑做比“赚钱”更有意义的养老事业。为此，周保云先后赴台湾、美国、加拿大、日本、丹麦等国家和地区进行考察，最终选择了丹麦拥有五十多年历史的DDH集团进行管理合作。DDH是丹麦规模最大的私人非营利性的护理机构。目前丹麦国内拥有超过60家养老院。在周保云看来，养老是一项非常专业的事情，“专业的事情应该交给专业的人来做”。

所谓“非营利”，是指养老院的营利不能作为投资分红。不分红，企业家的投资图啥？“这个‘利’，除了普遍认为的是物质利益以外，对价值意义的追求所带来的幸福感也是‘利’。”周保云对此有着自己的理解。

倡导“幸福养老”理念 打造“家庭式养老护老”新模式

颐和苑与传统意义上的养老院不同。老人入住的房间，尽管房型不同，但是都能有一个私密空间。甚至，只要老人愿意，也可以将房间内的家具全部换为自己家里以前用过的，只要关上门，就像住在自己家里一样，不会受到任何干扰；而一旦遇到突发情况，只要按一下按钮，立即就有专业人员赶到房间，提供专业的服务。这就是颐和苑所倡导的“幸福养老”的核心理念，以“家”为目标管理，“田园”为生活环境，打造“家庭式养老养护”模式。

颐和苑还率先将田园生活方式引入养老生活中，精心打造约150亩果园生态林，橘子园、杨梅园、桃园、石榴园、梨园、种植园等，老人们可以根据自己的偏好，选择不同的果园区域，种一份田园宝地。

采用先进的养护设备 满足老人的各方面需求

作为一家集养老养护为一体的综合性老年机构，颐和苑设立诊所、康复中心并配备专业医生和护士，为院内老年人提供及时性的医疗服务。为了让活动不便的老年朋友能走出房间，与自然亲密接触，颐和苑率先从丹麦引进世界领先的升降（吊篮）设备，可以安全高效地将老人移离病床，去户外运动休闲。为了达到丹麦护理所需的要求，丹麦锡尔克堡健康护理学校与金山护理学校签订了共同办学的协议，共同为颐和苑所有员工进行专业培训。

此外，颐和苑采用系统的智能化设计，包括全方位无线定位系统、呼叫对讲系统、门禁一卡通系统、背景音乐及公共广播系统、信息查询演示系统、云健康管理系统等，切实保障老人的居住安全。



□记者 康晓芳

诞生：从“天山脚下”的种子萌生

浦东南汇农村，在解放前就种植西瓜，有本地厚皮西瓜、平湖西瓜等品种，但产量和上市量十分有限。上世纪六七十年代，在计划安排下，生产的西瓜以供应本地为主，种植面积逐年向南汇的东部沿海地区转移。由于沿海土壤沙性，昼夜温差大，种植的西瓜产量高、质量好。

随着时间的推移，品种的改良换代已经提到有关农技人员的日程上。

1984年，是浦东南汇西瓜种植历史上值得纪念的一年。当年，被誉为“天山脚下”的雪莲、瓜

果胜地——新疆，农科院哈密瓜研究中心研究员吴明珠教授培育出品系为24号的良种，是早熟品种，故名早佳“8424”西瓜。该品种西瓜皮薄、肉脆、汁多、糖度高，在市场上一枝独秀。但因皮薄易裂，运输比较困难，优势渐失。当时，浦东南汇正准备改良换代，尝试从新疆引进西瓜新品种，恰逢吴明珠教授当时培育出早佳“8424”西瓜新品种。因此，在市农业局专家帮助下，原南汇农技人员与新疆农科院哈密瓜研究所接洽，成功引进早佳“8424”西瓜，一举成为南汇西瓜生产当家品种，并冠名“南汇8424西瓜”。

在南汇水土、气候等区域环境下，经过南汇瓜农的辛勤付出，

依托品牌合作联社提升农产品附加值

“8424”西瓜的“前世今生”

对于上海市民而言，“南汇8424”西瓜，是喜爱的夏令果品。多年来，“南汇8424”以其皮薄、肉脆、汁多、糖度高而享誉上海，同时，也成为浦东新区瓜果的首推品牌之一。据了解，目前，浦东新区种植“南汇8424西瓜”5万余亩次，年产量12.5万余吨，占全市西瓜生产总产量的三分之一。为保护消费者权益和瓜农利益，浦东新区农协会服务政府工作，配合新区农委扎实推进“南汇8424西瓜”品牌建设，有效举措不断推出。

形成了“南汇8424西瓜”生产基地。该品种生育期为90天，从开花到成熟约30天，适宜中、小棚双膜栽培，单果重3—6公斤，皮薄汁多，鲜甜可口，在上海市优质西瓜评比中屡夺金奖，曾获全国南方西瓜早熟品种评比一等奖、第二届中国农博会金奖。

成长：从七项措施落实建品牌

“这才是真正的好西瓜。”品尝过“南汇8424西瓜”者，都会啧啧称赞。但是，随着“南汇8424西瓜”的知名度不断提高，市场上鱼目混珠现象屡有发生，“南汇8424西瓜”品牌的“成长”遭遇着必须澄清、打假的局面。

因此，针对前几年上海西瓜品种混杂，导致产品质量差异较大，“南汇8424西瓜”品牌声誉也受到较大损害的情况，自2012年起，浦东新区农协会品牌专业委员会服务政府工作，配合新区农委着手“南汇8424西瓜”品牌建设推进工作。

一是建立品牌联盟。在工作调研基础上，由浦东新区农协会品牌专委会牵头，于2012年10月上海田博瓜果专业合作社、上海桃咏桃业专业合作社、上海越亚农产品种植专业合作社、上海南汇瓜果有限公司、上海骥凌果蔬销售专业合作社、上海南汇民信桃业专业合作社、上海昌汇瓜果专业合作社、上海美滴瓜果专业合作社、上海才英瓜果种植专业合作社、上海南汇

零珊果蔬专业合作社、上海桂峰果蔬专业合作社、上海李氏蔬果专业合作社等12家专业合作社（瓜果公司）组建了非法人性质的南汇8424西瓜品牌合作联社，2013年种植面积3000余亩。

二是量身制订《南汇8424西瓜生产操作规范》、《南汇8424西瓜产品质量标准》、《南汇8424西瓜包装标识》3个上海市企业（联盟）标准、规范，并经浦东新区质量技术监督局备案审定并发布。

三是在品牌合作联社内部实行“六个统一”，即统一技术、统一标准、统一质量、统一商标、统一包装标识、统一零售指导价。

四是遴选种源，与新疆农科院合作，建立育种基地，并委托上海源怡种苗有限公司工厂育苗，第一期推广面积920亩。

五是建立食品安全追溯制度，制作防伪标识。每只上市西瓜都配有“南汇8424西瓜”二维码追溯标识。消费者可通过智能扫描二维码，读取“南汇8424西瓜”从种植到销售过程的相关信息。

六是组织专家踏田指导和现场技术培训，组织开展各项生产管理。

七是搭建营销平台，打造品牌市场。辟有团购热线，除生产基地直销外，还遴选了10家特约经销商。

增收：合作联社成员各使招数

据了解，诸如以上成立联社、

六个统一等七项措施，对“南汇8424西瓜”品牌形象建立以及维护消费者权益方面起到作用，的确意义重大。但是农产品销售难对于“南汇8424西瓜”或多或少存在。为此，浦东南汇瓜农、合作社不断探索新的销售方式，就在今年，“8424西瓜”合作联社成员各使招数，除发挥好传统的基地直销功能外，推出新的营销模式，搭建联销平台，构筑浦东品牌瓜果联销网络。今年联销平台一经推出，就有10家品牌合作联社的成员单位参加，桃咏合作社为联销平台总经销商。总经销商的销售架构为“二网二店三中心”。二网即一号店、淘宝网；二店即黄浦区蒙自路桃咏分店、浦东新场镇桃咏总店；三中心即浦东孙桥名特优农产品展示展销中心、浦东惠南镇优质农产品展示展销中心、浦东新场镇优质农产品展示展销中心。

田博、民信、灵珊等合作社还推出微信平台销售方式，多管齐下，销售量有增无减，为瓜农增收作出贡献。据悉，瓜农收入基本实现甚至超过“收入倍增”目标。“收入倍增”是浦东新区为促进农民增收工作率先提出，在“十二五”期间，也即到2015年，浦东农民人均收入在2009年的基础上翻一番。事实证明，“8424西瓜”品牌的建立和发展，对瓜农增收，以及带动浦东新区农民收入“倍增计划”目标的实现，将是有力保障之一。