

金山枫泾镇最大动迁安置基地桃源名庭即将结构封顶

“绿色施工”打造百姓安居工程

□通讯员 冯李华 王芳

本报讯 近日从金山区相关部门获悉,枫泾镇最大动迁安置基地——桃源名庭项目进展顺利,并将于春节前完成结构封顶。据介绍,该项目在建设**中强调“节能降耗、降本增效、绿色施工”的建设理念,着重打造百姓安居放心工程。**

枫泾镇桃源名庭项目位于枫泾镇新镇区,共建设 74 个单元,新建住宅套数 1856 套,总用地面积约 22.07 万平方米。项目于 2015 年 3 月 9 日动工,目前 13 栋单体完成结构封顶,预计春节前全部 37 栋楼将完成封顶,计划 2017 年 4 月竣工。在建设**中,项目施工方中国建筑第二工程局有限公司(沪)大力钻研绿色施工技术,努力打造枫泾镇首个**

“上海市优质结构工程”。

建设“绿色建筑”,中建二局(沪)枫泾镇桃源名庭项目依托年轻的技术团队,大量采用**创新技术。据了解,项目建设采用的新技术主要从两方面考虑,一是使用新型环保材料,如底板防水卷材采用高分子自粘性防水卷材,避免了热熔时**

对大气的污染;二是采用高效材料,替代落后材料,项目全部采用**高强钢筋,比原普通钢筋节约 30%的用钢量。**

生的废料、垃圾,施工方注重减量再生化,如短的方木接长后再利用;小块的方木用作水沟盖板;窄的模板条钉成篱笆围栏;施工过程中的垃圾集中堆放,修临时道路时作为路基使用……

对拆迁户来说,“安置房屋户型怎么样”、“施工质量过不过硬”是他们最关心的问题。为充分尊重户主意见,2015 年 7 月 22 日,施工项目部还特邀一批桃源名庭准业主代表组成了“看房团”走进工地,实地参观项目施工现场,监督工程质量。当天,公司相关负责人当起了义务讲解员,边陪同大家参观工地,边解说工程用材和建设进度等情况。“活动很好,让我们亲眼看到工程建设,我们很放心。”准业主老许看完施工现场后说道。



作为奉贤连接市区的又一重要越江通道,虹梅南路至金海路越江隧道于日前通车。据介绍,虹梅南路隧道是目前黄浦江底最长、也是当前国内最深(59 米)的城市越江隧道。它的通车,缓解了 S4 高速公路、莘庄立交及沪闵高架的交通压力。

通讯员 王菊萍/摄 邵毓琪/文



强丰:立足先发优势 做大做强品牌



□记者 陈宗健

立足口碑起家,跨实品牌建设之路的第一步

上世纪 90 年代初,年仅 14 岁的农家子弟吴连强迫于生计只身离家来沪谋生。初来乍到,手上又缺钱,所以刚到上海时,吴连强只找了一份大多数人都不太愿干的下手活,在工地谋了一份差。一年多后,吴连强手上开始有了一点积攒。于是他使用这笔积攒,在金山石化地区开办了一家搬场服务社,成了当年金山第一个搬场个体户,由一个工地打工仔变身成为一名自主创业者。

一间小门面,两张旧办公桌,这就是当年吴连强起家时的全部家底。诚如一句老话,穷人的孩子早当家。吴连强当时人虽小,但却十分机灵,一边往各小区派发小广告,一边在搬场车上拉横幅,上面写着“强丰搬场”四个字,以此为自己打品牌招生意。后来,吴连强还自编了一首“打油诗”:**“要搬场,找强丰;先签约,后搬场;如损坏,照赔偿。”**将其作为自己对外经营的一句宣传口号。为了赢得客户信任,吴连强在经营中采取先搬场后付款的方式,且每一单生意都会主

动上门去与客户签合同,在收取 10%定金后,等搬场结束客户满意后再悉数收取余款。另外,从派车、搬运家什时的分件打包等,每一个细节他都会为客户考虑周全,设身处地为客户着想。进客户的家门,他都会主动把鞋脱掉,且着装统一。每一次搬场结束后,他还会向客户发一张意见征询单,让客户对服务作出客观评价。

就这样,“强丰”靠口碑将品牌一点点给叫响了。不仅拥有了自己的车队,还有六七十人的一支搬运队伍,由搬场服务社变身为一**家颇具一定规模的专业搬场公司,成为金山创建最早、时间最长、规模最大、影响最广的一家搬场企业。**

依托品牌延伸,向多元化产业领域不断拓展

在搬场企业立稳脚跟之后,强丰又通过品牌延伸,成立了金山地区第一家保洁公司。“当时,许多人对保洁这份活还尚处在认知阶段,认为这是一份既卑微又脏累的活,加之收入又低,所以当时第一批招录的全是当地的一些大龄农村妇女。”吴连强说,好在这批大龄保洁员干得都十分投入,不少客户都主动找上门来,使业务很快走上正轨。尤其是在金山新城区创建之

近年来,“强丰”几乎已成了金山众多商业品牌中的“名旦”角色,强丰搬场、强丰物业、强丰家政、强丰蔬菜等先后强势登场,让越来越多的人开始熟悉“强丰”这个品牌,并相继成为了它的“粉丝”。2013 年,“强丰”又在本市率先推出了无人售菜摊,成为沪上第一个颠覆传统售菜概念的“弄潮儿”;随后,又相继推出了沪上第一台无人售菜机,创建了沪上第一个众创庄园农业孵化基地,并在金山率先完成了 2.0 版的标准化便民生鲜超市及菜市场的升级改造,使强丰品牌辐射力不断得到延伸。

如今,“强丰”又开始将目光锁定在了未来现代农业的智能化打造及规模集群商业化运作的发展思路**上,拟先人一步实现农业产业价值提升与产业结构战略调整,力争将农业打造成一个真正能赚钱、且可复制推广的现代农业综合体的一块模板。**

初,不少机关行政大楼及企业办公楼宇的保洁业务几乎统统都被“强丰”独家包揽,在当时几乎已无一家竞争对手。

“在强丰企业没有一个是专业业务员,所有客户都是最棒的业务员。”吴连强坦言,口口相传远比自己去宣传效果要好。许多人也许不认识他,但却都认识“强丰”这个品牌。所以,如果说搬场只是“强丰”的一个初期微利行为,没让“强丰”赚太多的钱,但作为“强丰”的第一步台阶,所创下的品牌价值却是显而易见的,因为“强丰”这个 LOGO 已成为了不少人眼中的一个信任标识。现在,强丰保洁公司已拥有室内保洁、室外环卫和外墙清洗三块业务,并拥有二级资质,旗下员工已扩充到 1000 多人。

随着强丰品牌辐射面的不断延伸,之后又开始涉及物业保安管理及企业食堂承包业务。并通过创办合作社,承接了一个以设施种植为主的 300 多亩的蔬菜基地建设项目,开始由自己养鸡、养鸭,种菜,以解决食堂供应问题,从源头抓起,在农业上大显身手,进而推出了沪上第一个无人售菜摊与无人售菜机,还成功打造了沪上第一个众创庄园农业孵化基地及在金山最具发展潜力的一个国家级蔬菜标准园,在多元化、智能化发展路上迈出踏实一步。

赶超时代潮流,力争抢占现代农业的制高点

2015 年,中国有几个概念非常火:一是大众创业、万众创新,还有是“互联网+”,再就是工业 4.0。“我们要打造更高版本的现代农业 6.0,先人一步抢滩未来现代农业的制高点。”当强丰投资集团企业负责人吴连强在一次有农业部门负责人及专家到场的会上提起这个想法时可谓语惊四座。因为,较之于发达的现代工业,农业还尚处在一个探索发展阶段,更何况工业时代 4.0 这条路也才刚刚开始。然而在吴连强看来,随着互联网时代的快速发展,未来不少企业都将会变成数据的企业、创新的企业、集成的企业、不断快速变化的企业,因而实现“农业 4.0”乃至“农业 6.0”也并非遥不可及。

有关专家对此曾呼吁,应将“工业 4.0”应用到农业领域,认为“工业 4.0”已打破了传统的行业界限,带来了跨行业的重组和融合。而农业作为工业生产原材料的提供行业和工业制成品的使用行业,势必会融入这场时代的变革之中。并将“农业 4.0”诠释为:以物联网、大数据、移动互联、云计算技术为支撑和手段的一种现代农业形态,是智能农业,是继传统农业、机械化农业、信息化(自动化)农业之后进步到更高阶段的产物。而在吴连强的眼中,“农业 6.0”的定义是:在“农业 4.0”的基础上,去打造一个类似“万达”这样一种商业模式的一个现代农业综合体,使农业成为

一个能真正赚钱的产业。

吴连强说,农业是个高风险产业,它既与季节性 & 保鲜期有关,也与气候和市场变化有关。因此他认为,若要降低农业风险,就要把一些先进技术与现代经营理念联系起来。“比如,我们现在倘若单纯采用高技术,也许能带来高产出,但却未必能有高效益和高回报。”因此,他要效仿“万达”商业模式去打造一个农业综合体,把农业真正做成第六产业。通过充分把握**创新这个关键要素,把智能化现代农业运行机制渗透到各发展环节之中,实现真正意义上的高效农业优势。**“现在,金山众创庄园强丰孵化基地已创立。未来则会通过这个平台,去孵化一个个创新农业项目,让创客智囊团通过聚集强丰平台不断挖掘智慧潜能,为打造一个集生产、加工、观光休闲、包括教育农业(即学农这一块)等在内的可复制可推广的现代农业智能产业园区夯实根基。”

“强丰”旗下现已有四家专业合作社:家禽养殖合作社、果蔬种植专业合作社、农机服务合作社、农家乐合作社,从种植、养殖、加工、农家乐、旅游、配送、电子商务、生鲜超市等多个农业专业领域打响了自己的农业品牌。即通过 20 年的口碑塑造与创新发展,已使强丰品牌完成了历史性蜕变,吴连强也由此跻身金山创业导师之列,成为金山业内的一名翘楚。