



上海梅林正广和股份有限公司  
SHANGHAI MALING AQUARIUS CO.,LTD.



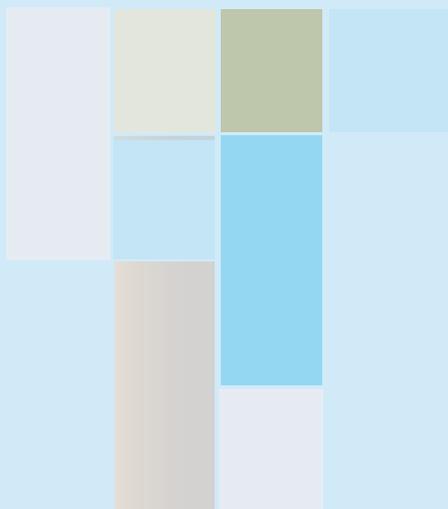
# 新梅林 新生活

2020/5-6第19期 总第23期



# New Life

## CONTENTS



2020年5-6月  
第19期 总第23期

主办单位：上海梅林正广和股份有限公司

总 编：庞毅薇

责 编：方 霞

编 辑：蔡 霞

校 对：余 琪

出版日期：2020年6月28日

地 址：上海市杨浦区济宁路18号

邮 编：200082

电 话：021-2286 6000

网 址：www.shanghaimaling.com

投稿邮箱：mlnews@shanghaimaling.com

**卷首语** 也谈企业文化...../01

**梅林聚焦** 梅林股份开展“传承红色基因、强化‘四史’学习”活动实施方案...../02

**企业资讯** “大白兔”携手“光明牌”甜蜜升级  
——大白兔冷饮店暨大白兔光明冰淇淋举行首发仪式...../05

刘平总裁调研梅林股份指出  
——坚定肉类主业战略目标 持续发挥保障底板作用

奉贤区委书记庄木弟调研冠生园指出  
——依托奉贤区产业环境，加速冠生园食品发展

集团党委委员、副总裁余莉萍出席梅林股份巡视整改专题民主生活会

坚定信心，迎难而上，努力实现“双过半”夺取“双胜利”  
——梅林股份召开2020年一季度经济分析会

梅林旗下老字号品牌共奏“五五购物节”交响曲

梅林股份召开党委中心组学习会 传达学习贯彻全国“两会”精神

党建引领 问诊把脉 成效初显  
——梅林股份扎实推进“四强五优”主题活动

梅林股份扎实推进“精准监督，廉洁合规”专项教育活动

梅林股份第二届职工运动会正式启动  
——云上竞技比赛项目倍受追捧

**创新视野** 上海最有名气的“橘子水”回来了，不过又有点不一样...../22

**梅林风采** 激情引领生产 执着创造无限...../25  
——记上海爱森肉食品有限公司“激情六牧创新工作室”带头人吴晓虎

**梅林文苑** 奋力拼搏正当时，“多做一箱”也是贡献...../26

浅谈老客户维护

**动态扫描** ...../28

# 也谈企业文化

党委书记 总裁

王同泽

今年的世界读书日，总部支部开展第二届“相阅人间四月天、阅读悦成长”读书活动，为党员同志们推荐赠阅《苦难辉煌》、《阿里巴巴的企业文化》、《人生如逆旅、我亦是行人》三本书籍。工作之余，我也翻阅了这几本书，给我感受最深的是《阿里巴巴的企业文化》。

阿里巴巴，全球公司，十万员工。这么大的一个企业，靠什么来凝聚大家？无疑是文化。书中分析了阿里巴巴著名的“六脉神剑”的文化体系，客户第一、团队合作、拥抱变化、诚信、激情、敬业。马云曾经说：留住最优秀人才的从来不是利益、奖惩，真正能凝聚人心的是靠信仰的感召和认同，是“阿里味儿”。

我们说，企业文化几乎每个企业都在说、都在倡导，企业文化虽然看不见、摸不着，但是它却无时无刻不在，它是企业的魂魄、血液、风气。对内，它是从高层领导者到基层员工共同认可并遵循的价值观、理念思维和行为规范；对外，它体现的是企业的整体风貌和软实力。不同的企业文化，塑造了不同的企业灵魂。不同的时期，企业文化也会有不同的内涵。

梅林在自身发展的不同时期，也分别有不同的文化体系和内涵。比如创业时期企业形成的“艰苦奋斗，继往开来，维护盾牌，为国争光”的梅林精神；重组后企业塑造的“团结、创新、和谐、包容”的企业文化；到如今我们努力践行的“家文化”的文化内涵。可以说，几十年的发展，无数人的打拼、打磨，带着红色基因的梅林企业文化也不断发展成长、与时俱进。

我们说，文化无声，但处处可闻。因为文化会思考，它最终会落在“人”的思维和行为上。梅林的企业文化建设，不是停留在纸面上的励志语句和标语口号，它需要真正走进每个员工心里，然后再从大家的思想思维、行为举止中走出去，展现出梅林人独特的精神和气质。

比如我们每一位员工在公司如何对待同事，在家如何对待亲人，在社会上如何对待陌生人；我们怎么思考问题、怎么完成工作、怎么做人做事；我们每天的一言一行、一举一动，这些都是梅林文化最直白的体现。只有每一个人都将“家文化”融入血液，爱“大家”如同爱“小家”，把这样的理念融进个人的血液和企业的DNA，同声相应，同气相求，才能做到“一家人、一条心、一个目标向前奔”。

梅林未来的发展，尤其需要优秀的企业文化引领和滋养。阿里巴巴的员工深信他们在用互联网改变当代中国人的生活方式，因此有至高的使命感和荣誉感。梅林人同样拥有传承民族品牌的使命感和自豪感，在秉承“民以食为天，食以安为先”价值观的指引下，努力把梅林打造成为上海特大型城市肉食品供应的底板，“安全、优质、健康、美味、便捷”肉食品的标杆，国内领先世界有影响力的大型跨国肉食品产业控股集团，成为行业领先、受人尊敬的一流企业。

未来已来，让我们一家人、一条心、一个目标向前奔！

编者按

历史是最好的教科书。站在历史的重要节点上,加强“四史”学习教育,对于深刻认识党的事业来之不易、红色政权来之不易、新中国来之不易、中国特色社会主义来之不易等具有重大意义。

为扎实开展好梅林股份“四史”学习教育活动,党委研究制定了《关于开展“传承红色基因、强化‘四史’学习”活动实施方案》。方案旨在通过“四史”学习,以史为镜,进一步检视和校准坐标,做到不忘历史、不忘初心,知史爱党、知史爱国,进而把广大干部职工的思想和行动进一步统一到梅林股份高质量发展目标上来,奋力前行,续写梅林发展新篇章。

## 梅林股份开展“传承红色基因、强化‘四史’学习”活动实施方案

根据光明集团党委关于开展“党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史学习教育”的通知要求(以下简称“四史”),为引导梅林股份广大党员干部进一步坚定理想信念,进一步增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”,把“四史”教育作为巩固“不忘初心、牢记使命”主题教育成果的长效机制和广大党员干部的思想政治必修课持续推进做好;把“四史”教育作为永葆政治本色、砥砺奋斗之志、厚植为民情怀、强化担当作为的重要载体持续推进做好;把“四史”教育作为深入了解和推进国资国企改革重点和发展方向的重要途径持续推进做好;把广大干部职工的思想和行动进一步统一到梅林股份高质量发展目标上来,就梅林股份组织开展“传承红色基因、强化‘四史’学习”学习教育活动制定如下实施方案。

### 一、背景意义

2019年11月,习近平总书记考察上海时提出“引导广大党员、干部深入学习党史、新中国史、改革开放史”。2020年1月8日,习近平总书记在“不忘初心、牢记使命”主题教育总结大会上指出“要把学习贯彻党的创新理论作为思想武装的重中之重,同学习马克思主义基本原理贯通起来,同学习党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史结合起来”。上海是中国共产党的诞生地,党成立以后党中央机关长期驻扎上海,党的历史上许多重要事件发生在上海,许多老一辈无产阶级革命家在上海工作、生活过;上海是改革开放的前沿阵地,在改革开放的进程中创造了众多第一;也是国资国企重镇,在中国革命、建设和改革开放进程中具有重要地位和作用。这些丰富的红色资源既是宝贵的精神财富,也是学习历史的生动教材。学习“四史”要引导全体党员、干部弄清楚我们从哪里来、往哪里去,总结历史经验、把握历史规律,汲取开拓前进的强大勇气和力量,交出中国共产党人坚守初心、勇担使命的时代答卷。

## 二、指导思想

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、坚决做到“两个维护”，把开展“四史”学习教育作为一项重要的政治任务抓好。通过学习，了解我党创立以来、新中国成立以来以及改革开放以来的重大事件、重要会议、重要文件、重要人物；了解党领导人民进行艰苦卓绝的斗争历程；了解中国近代以来的斗争史、党创立以来的奋斗史、新中国成立以来以及改革开放以来的发展史；了解我党的光荣传统、宝贵经验和伟大成就。做到常怀忧党之心、为党之责、强党之志，让初心薪火相传，把使命永担在肩，切实为实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦、实现梅林股份高质量持续健康稳定发展而努力奋斗！

## 三、工作目标

通过学习“四史”，把握“三个深刻了解”，深刻理解中华民族从站起来、富起来到强起来的伟大飞跃；深刻理解中国共产党人把马克思主义基本原理与中国革命具体实际相结合、对中国特色社会主义道路的艰辛探索；深刻理解中国共产党的先进政治属性、崇高的政治理想、高尚的政治追求、纯洁的政治品质；以史为镜，进一步检视和校准坐标，进一步对照初心和使命，进一步剖析问题和不足，做到知史爱党、知史爱国、知史爱民，知史爱企，做到信念坚定、清正廉洁、攻坚克难、勇毅前行。

**（一）政治能力得提升，“把方向”更牢固清醒。**把学习“四史”作为坚持和发展中国特色社会主义、不断推进党和国家各项事业的必修课，作为深入推进国资国企改革的重要动力，增强认识把握历史规律和历史趋势的能力，知其所长、明其所趋，结合梅林股份新三年战略规划重点目标，在聚焦肉类主责主业、转型升级和高质量发展方面的方向更加清晰、行动更加坚定。

**（二）实践能力得提升，“促发展”更科学高效。**通过“四史”学习教育，把握历史脉搏，把握发展规律，增强理论指导实践的能力，增强企业领导班子的科学决策水平、担当能力；传承上海作为党的诞生地的初心和使命，突出上海作为改革开放前沿阵地的激情和担当；客观、冷静、全面、清醒地看到发展过程中的困难和挑战，深入落实新三年战略规划，人才强企、创新发展、改革实践，坚定不移走高质量发展道路。

**（三）为民情怀得提升，“惠民生”更优质有力。**“惠民生”更要“惠民心”，要始终牢记我们党来自人民、植根人民，要把满足人民群众对美好生活的向往作为一切工作的出发点和落脚点，紧紧依靠职工群众、始终带领职工群众、真心服务职工群众，进一步深化“串职工门、知职工情、凝职工心”行动，做好退休员工“大家访”活动和“三失”人员的关心帮扶，要让企业发展成果更多惠及广大职工。

## 四、措施任务

**（一）分类别分层次，确保教育对象全覆盖。实现“三覆盖”：**

一是“四史”学习教育覆盖各级各层领导班子，嵌入领导班子政治建设。各级领导班子首先要做表率，先学一步，多学一步，将“四史”学习作为领导班子中心组学习的重要内容列出学习清

单和计划,做好交流研讨。二是“四史”学习作为“不忘初心、牢记使命”主题教育成果扩大机制,要覆盖中层管理干部、关键岗位人员、重要骨干队伍,强化中坚力量的政治素质和理论武装提升。三是要覆盖青年后备人才、入党积极分子及申请人,发展对象及新党员等,让先进代表做示范,起到先锋模范作用,传承红色基因,增强政治定力,勇于担当作为。

## (二) 分形式分载体,确保学习教育深度融入。做到“五个融入”:

一是融入“三会一课”、主题党日活动。各基层党组织把“四史”学习教育作为“三会一课”、主题党日活动的重要内容,组织专题学习教育、常态学习教育,纳入支部组织生活内容,通过微党课等形式丰富学习载体。二是融入“四强五优”、“不忘初心、牢记使命”等党建主题活动。结合“四强五优”阶段进展,列出学习清单及计划,进一步巩固“不忘初心、牢记使命”的整改成果。三是融入党课教育。利用重要时间节点,通过“书记上党课”、“微党课”、专题党课等方式,把“四史”教育与习近平新时代中国特色社会主义思想理论学习融合,与党章党规系列讲话学习相融合,与重要制度文件、重要会议精神学习相融合,深入融入各项学习目标。四是融入培训计划。将“四史”学习教育作为党员干部教育培训的重要内容,纳入干部培训计划、党务工作者培训计划、后备人才培训计划等。五是融入常态自学计划。做好学习笔记,自学自省、学深悟透、弄懂做实。

## (三) 分方法分内容,确保学习教育多重结合。做到“五个结合”:

一是结合红色资源,实地实景教育。充分利用上海作为党的诞生地所拥有的丰富的红色资源优势,组织党员、干部走进全市重要的革命历史遗址遗迹、伟人名人故居、纪念场馆、艺术博物馆等,开设情景党课。二是结合线上资源,实时实效教育。利用学习强国、上海国资、上海国资党建、光明集团微信公众号及梅林党建公众号、各类红色教育基地的公众号等新媒体平台,提升学习时效性。三是结合群团资源,实宣实传教育。综合运用各类身边资源,丰富内容,通过开展学习竞赛、学习征文、讲一段历史知识、学一个历史人物、学一次历史事件等方式,调动党员职工学习积极性。四是结合内外部资源,实学实操。通过理论交流会、红色寻访、老党员讲述企业历史、扩大区域平台党建联建交流学习等形式,加强对“四史”及企业发展史的了解,从而激发广大党员企业归属感、自豪感及干事创业激情。五是结合巡视整改要求,实学实改。结合巡视整改要求,将“四史”学习内容作为基层党组织和党员学习重要内容之一。

## 五、工作要求

(一) 制定详细方案,层层强化落实。各单位党组织要高度重视“四史”学习教育活动,细化实施方案,明确目标任务,抓实抓细抓牢各项工作,直属各党组织要切实担负起主体责任,层层落实学习任务。

(二) 加强宣传引导,营造学习氛围。结合梅林股份年度经济中心工作、党建目标任务,加强学习教育宣传,营造“比、学、赶、帮、超”的浓厚氛围,结合疫情防控和后疫情时期的经济恢复,把全力夺取疫情防控和经济目标“双胜利”作为检验学习教育成效的重要标尺。

(三) 统筹督促推进,纳入总结考核。各级党组织要充分认识到开展“四史”学习教育的重要意义,切实履行好主体责任,统筹协调车间、部门、班组、门店等终端,全面推进学习教育各项工作落地。该项工作纳入年度述职述廉测评内容,纳入领导班子和领导干部年度考核和基层党建责任制检查的内容。

## “大白兔”携手“光明牌”甜蜜升级 ——大白兔冷饮店暨大白兔光明冰淇淋举行首发仪式

张慧 / 文



日前，大白兔冷饮店暨大白兔光明冰淇淋首发仪式在上海世茂广场举行。光明食品集团党委书记、董事长是明芳，黄浦区区委副书记、区长巢克俭，光明食品集团党委副书记、总裁刘平，副总裁余莉萍等参加开幕仪式。

为促进上海消费市场的全面复苏，响应政府“五五购物节”的号召，打响“上海购物”品牌，助力上海在常态化疫情防控中加快推进复市，此次活动，“大白兔”与“光明牌”携手合作；推出杯装大白兔光明冰淇淋在大白兔冷饮店首发，把记忆中甜蜜清凉的童年夏日重新捧回你面前，开启大白兔品牌 2020 年度的第一场 IP 活动。

大白兔冷饮店以快闪店形式亮相。品牌以巨型大白兔雪糕元素为灵感，打造大白兔快乐时光游乐园，带来全新“大白兔冷饮店”，巧妙运用大白兔经典红蓝白条纹重新布局，以上海世茂广场为故事起点，以大白兔光明冰淇淋盒子为灵感，打造冰淇淋拍照区，营造夏日冰淇淋清爽甜蜜感。

摆放在上海世茂广场外广场的巨型雪糕棍、大白兔盲抽机、大白兔快闪店，还有以旋转木马造型为灵感打造大白兔互动区，大白兔光明冰淇淋盒子打造的冰淇淋拍照互动装置等 7 大互动体验，采用“线上+线下”的方式，玩法升级。打破往日老牌形象的风格，迎合新时

代的创意，新奇、美妙。通过创新的设计和多样的玩法，与光明强强联手，为消费者带来别样惊喜，还原小时候的纯真甜蜜，重拾成长的快乐时光。

现场陈列售卖大白兔的产品及衍生品：刷屏小红书的大白兔 X 美加净唇膏、大白兔型和糖果型抱枕、大白兔帆布袋、冰箱贴、大白兔搪瓷杯、大白兔文件袋等……兼具实用性和情怀感的正版周边衍生品，以萌趣的造型、亲民的价格、实用的属性获得高转化率，升级焕新后，国货老字号依然受年轻人追捧。

同时，上海世茂广场门口 2 根大立柱也被“改头换面”，化身巨型大白兔雪糕。扫描柱身标识，连结大白兔官方微信辅以 AR 实景互动，通过互动体验的方式，感受老字号品牌的文化内涵和创新魅力。

冠生园希望通过本次跨界合作，深挖国货经典“大白兔”的品牌价值，以国潮文化为品牌赋能，进一步讲好老字号品牌故事，用一种潮流自信的态度将这份甜蜜传递给更多年轻人。

## 刘平总裁调研梅林股份指出

——坚定肉类主业战略目标 持续发挥保障底板作用

方霞 / 文



力,构建推进光明发展的巨大动力;三是继续做好干部人才队伍建设,持续优化班子结构,形成合理的干部人才梯队,构建与“十四五”发展规划相匹配的干部人才队伍;四是要坚持全面从严治党,持续抓好党风廉政建设,营造良好的政治生态。

刘平指出,集团“十四五”规划中肉类是核心产业,也是集团的支撑型业务。因此,梅林股份要进一步研究产业布局和产业链的配置,要顺应肉类产业发展的总体趋势,制定完善产业规划,做好企业发展的顶层设计。

一是梅林股份要高度关注和深入研判肉类产业未来发展趋势,牢牢把握发展主动权。要深刻剖析自身发展的短板问题,持续构建核心竞争优势,不断加强产业链的布局 and 不同业务单元的协同,持续深耕高蛋白产业市场,推动肉类产业转型发展。

二是梅林股份要持续加强企业管控模式和管理架构的优化,推进企业持续健康发展。要高度关注肉类产业分销体系建设和终端搞活建设;要进一步加强海外企业治理结构的优化、管控力度的加强,形成一个相对成熟和稳定的管理体系。

6月5日,光明食品集团总裁刘平、副总裁余莉萍、财务总监肖荷花、总经济师邵黎明带领集团总部相关部室领导一行深入梅林股份进行工作调研,详细听取企业近阶段经济运行情况以及“十四五”发展规划编制工作。梅林股份党委书记、总裁王国祥等班子领导以及相关部门负责人参加会议。

集团总裁刘平在听取梅林股份工作情况汇报后,对梅林股份近年来的工作给予充分肯定,他认为梅林股份这几年通过自身的发展,企业效益逐年递增,不仅为集团的营

收做出了上市公司的贡献,也为集团的转型升级和高质量发展奠定了基础。

刘平强调,在企业经营发展过程中,必须坚持党的全面领导,以党建工作引领经济全局工作。他要求梅林股份党委要严格按照集团党委从严治党、一岗双责、四责协同的要求,扎实开展各项党建重点工作,要突出抓好四项工作。一是扎实开展巡视整改工作,要强化规范和建章立制,要举一反三、防微杜渐;二是着力推进“四强五优”基层党组织建设,激发基层组织的活

三是梅林股份在产业发展中，要积极主动对接集团的五大产业战略。要在城市厨房、青少年儿童营养计划、长三角冷链一体化建设等重大战略课题中主动融入，积极作为。

四是梅林股份要充分认识肉类产业在上海这座特大型城市主副食品供应保障底板建设中的重要作用，要构建立足上海、辐射长三角的肉类产业链。

五是梅林股份要加快历史遗留问题的处理，进一步聚焦主业发展，谋划好“十四五”布局重点，站在新

起点、实现新作为。

副总裁余莉萍、财务总监肖荷花、总经济师邵黎明分别从上市公司治理、财务风控管理、精细化管理、内部协同、品牌运营等多个维度，对梅林股份企业发展和“十四五”规划工作提出了意见和建议。

梅林股份党委书记、总裁王国祥汇报了梅林股份当前经济工作情况，投资规划部汇报了“十四五”发展规划编制工作。今年以来，梅林股份坚持“改革、管控、协同、提质”经济工作主基调，一手抓新冠肺炎疫情防控工作，一手抓生产运营和

市场营销各项工作，企业营业收入与利润总额同比实现增长，部分企业克服疫情影响还实现了逆势增长，企业经营形势总体向好。与此同时，梅林股份认真总结“十三五”规划工作成效，分析规划执行存在的问题和企业实际情况，稳妥推进“十四五”发展规划编制工作，初步形成了规划初稿，明确了把梅林股份打造成为上海特大型城市肉食品供应底板和国内领先世界有影响力的大型跨国肉食品产业控股集团的战略目标。

## 奉贤区委书记庄木弟调研冠生园指出 ——依托奉贤区产业环境，加速冠生园食品发展

刘罗青 / 文

日前，奉贤区委书记庄木弟、副区长顾佖以“驻企店小二”的身份，深入到冠生园奉贤分公司，与冠生园总经理吴坚等企业管理者面对面，了解企业的节后复产、发展现状、未来规划，倾听企业发展心声，解决企业发展困难，为政企共赢发展指明新方向、新路径。奉贤区区委办、区委研究室、区经委、区规划资源局和杭州湾经济开发等部门领导参加调研，冠生园副总经理陈炯、副总经理张国君等随同调研。

庄木弟一行饶有兴趣地参观了冠生园大白兔展厅和奉贤分公司大



白兔奶糖生产流水线。在随后召开的调研座谈会上，梅林股份党委委员、冠生园总经理吴坚汇报了冠生园近年来的整体发展工作以及企业复工复产工作。他说：在奉贤这片发展热土上，冠生园通过聚焦主业，紧跟新消费、新需求和新体验，从推动民族品牌年轻化、创新销售模式、加强“新基建”建设等方面发力，为这片热土创造更多的价值。同时，冠生园也将肩负起社会责任，为“东方美谷”食品发展贡献力量。

庄木弟书记在讲话中表示：冠生园大白兔等老字号品牌保持持续创新发展令人鼓舞。对于冠生园企业发展过程中遇到的相关问题，奉贤区委区政府及相关部门将全力协

调解决，促进大白兔等品牌进一步发展壮大。

庄木弟表示，当前，奉贤“东方美谷”正积极抢抓疫情下的机遇窗口期，着力打造“美谷美购gogogo”消费品牌，提升“东方美谷”品牌知名度，推动“东方美谷”千亿级产能集聚。冠生园可以依托和发挥奉贤“东方美谷”产业优势，在这个汇聚全国乃至全球化妆品、食品和健康特色商品和品牌的区域中，不断提升冠生园企业发展战略定位，促使冠生园和大白兔等品牌发展得更时尚、更前沿和更具活力。

庄木弟还指出冠生园要创新商业发展模式，吸收和引进更多国际优秀设计理念，加大线上营销力度，

不断汲取年轻和潮流文化，使冠生园产业进一步实现创新和跨越式发展。奉贤区委区政府和相关职能部门将在产业政策、人才政策及服务型政策上全力支持企业发展，当好“店小二”，营造好企业发展营商环境。

庄木弟最后还希望冠生园要发挥行业优势，勇做食品产业集聚带头人、领头羊，打响“食品”这一“东方美谷”品牌；积极参与“上海九棵树艺术基金会”建设，助力奉贤文化建设和文化建设。区委、区政府将当好“店小二”，推动大白兔奶糖新品与新包装研发中心、冠生园工业园区三期工程建设。

## 集团党委委员、副总裁余莉萍出席梅林股份巡视整改专题民主生活会

张林 / 文

5月27日，梅林股份党委召开主题为“深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想”的十九届六中全会精神，切实肩负起全面从严治党政治责任，扎实推进巡视反馈意见整改落实，以高度的政治自觉、思想自觉，加强领导班子自身建设”巡视整改专题民主生活会。光明集团党委委员、副总裁余莉萍同志，战略规划部副总经理马莹同志到会指导工作。会议由

梅林股份党委书记、总裁王国祥同志主持，党员班子成员出席会议，监事会主席金建山、副总裁汤爱娣列席会议。

梅林股份党委高度重视巡视反馈意见，专门召开中心组学习会，认真对照有关巡视整改问题，举一反三，并成立梅林股份巡视整改领导小组和办公室，制定巡视整改方案及责任清单。按照要求制定了民主生活会实施方案，围绕4个方面

13项类别意见，通过召开座谈会和下发书面征求意见表征求党组织和党员群众代表的意见建议，细化为22项问题，并将问题对应提交班子成员落实整改措施，形成班子对照检查材料；班子成员通过党委中心组学习统一思想，分别听取了分管领域的意见和建议，相互之间开展谈心，结合征集意见建议形成个人发言提纲。

会上，党委书记王国祥同志代



表股份公司班子做对照检查发言并带头做个人对照检查发言,开展批评与自我批评。党委副书记、纪委书记、工会主席庞毅薇同志通报了巡视整改专题民主生活会征集意见情况。党员班子成员依次进行对照检查,结合巡视反馈问题,联系自身实际,深刻剖析问题根源,分析存在的原因,提出了改进的措施。相互批评直截了当,开诚布公,有批评在从严管控方面要加大力

度、有批评要加强青年干部队伍建设力度、有批评多带教年轻同志、有批评加强条线培训等,通过相互批评,较好地收到了“团结-批评-团结”的效果。

光明集团党委委员、副总裁余莉萍同志对梅林股份本次专题民主生活会各项准备工作给予了充分肯定,对梅林股份巡视整改工作提出三点要求:一是要提高站位,稳中求进,实现公司高质量发展;二是

要提高认识,落实“四责协同”,“一岗双责”,全面压实治党责任;三是要提高巡视整改有效性,举一反三,建章立制,落实好光明集团需要整改的问题和会前征集到的意见。

党委书记王国祥同志在会议总结时代表班子做了表态:一是要统一思想、提高站位,在提高政治素养方面务必见功见效;二是要对标对表,强化整改,在提质增效方面务必见功见效;三是要巩固成果,形成常态,在落实长效机制方面务必见功见效。

梅林股份党委将以巡视整改落实为契机,严格执行集团的各项要求,团结务实、改革创新,确保各项整改措施落地见效,努力确保各项工作再上一个新台阶,切实担负起集团肉类产业发展的重任,不断开创梅林股份高质量发展的新局面。

## 坚定信心,迎难而上,努力实现“双过半”夺取“双胜利” ——梅林股份召开2020年一季度经济分析会

方霞 / 文

5月14日,梅林股份召开2020年一季度经济分析会,对照年初确定工作思路,客观总结成绩,分析研判形势,安排部署工作,动员梅林上下进一步统一思想、坚定信心,咬定全年总目标,激情实干、逆势而行,积极应对挑战,奋力实现“双过半”、夺取“双胜利”,助推梅林

实现高质量发展。梅林股份党政班子成员,二级公司党政正职和财务总监以及总部部室正副经理共50余人参加会议。

党委书记、总裁王国祥做一季度经济工作分析报告。他在报告中回顾总结了股份公司一季度经济工作情况,分析了当前的发展形势和

任务,全面布置了二季度及今后一阶段的经济工作任务。

王国祥指出,一季度梅林股份在光明食品集团的指导下,坚持抗疫情、稳经营、保安全,一边严密防控积极应对疫情,一边采取有力措施推进复产复工。股份公司上下团结一致全力以赴抵御市场下行冲

击,最大限度减少疫情造成的损失,企业经营秩序相对稳定、安全生产总体平稳、重点工作稳步推进、企业大局和谐稳定,保持了高质量发展的态势。一季度股份公司经济工作成果体现在八个方面:一是经济运行好于预期,疫情防控取得成效;二是有序推进复工复产,市场保供平稳有序;三是公司上下同心协力,年报工作如期披露;四是强化海外企业管控,银蕨农场业绩良好;五是强化企业运营分析,管理水平逐步提升;六是不断加强品牌建设,品牌贡献持续提升;七是始终严守安全底线,三大安全持续稳定;八是坚持党建引领发展,践行党员初心使命。

王国祥指出,二季度是实现以丰补歉、完成时间任务“双过半”、夺取疫情防控和经济发展“双胜利”的关键季。股份公司各单位要增强做好二季度经济工作的责任感和紧迫感,严格集团关于统筹推进疫情防控和经济社会发展部署要求,创



新“后疫情时代”生产方式和商业模式发展路径研究制定“度危求进、化危为机”的刚性措施,集中优势资源要素,发挥主观能动性,聚力以丰补歉化危为机。

王国祥分析了当前及二季度经济发展形势,强调了今后一段时间股份公司应重点抓好的七项工作:一是要坚持底线思维,牢牢守住疫情防控底线;二是要进一步转变观念,树立过紧日子的思想;三是要

进一步推进改革,以改革改制增活力促发展四是要进一步真抓实干,抓好年度重点工作落实;五是要抢抓“疫情后”市场机遇,全力开拓市场促发展;六是要进一步加强风险管控,提高管理水平促发展;七是要进一步加强党建引领,建好干部队伍促发展。

王国祥还就积极应对疫情影响,努力完成全年任务指标提出三点要求:一是要坚定信心不动摇,保持昂扬向上的精神状态;二是要增强责任意识,确保各项工作落到实处;三是要保持内心世界干净整洁,营造阳光梅林氛围。

王国祥希望股份公司要上下坚定信心、迎难而上、攻坚克难、真抓实干,全力奋战二季度,夺取疫情防控与质量效益“双胜利”,确保“双过半”和全年目标任务圆满完成。

会上,财务副总监徐燕娟作了股份公司2020年一季度财务分析报告。苏食肉品总经理蒋维群、鼎牛饲料总经理项忠华分别做了交流发言。



## 梅林旗下老字号品牌共奏“五五购物节”交响曲

方霞 / 文

为深入贯彻落实光明食品集团五五购物节筹备工作会议精神,以实际行动响应好促进消费回补的战略部署,切实为疫情防控常态化下消费回升做出国企应有的贡献。

“五五购物节”期间,梅林股份汇聚旗下六大老字号品牌产品,共奏“五五购物节”交响曲,每天为您省一点,助力光明食品集团“五五购物节、光明美食惠”主题活动。

### 成立活动工作小组 统筹活动总体安排

根据市商务委开展“五五购物节”活动的整体方案以及光明食品集团购物节筹备工作会议精神,梅林股份专门成立了由股份公司党委书记、总裁王国祥为组长的工作小组,把“五五购物节”作为公司当前重点工作统抓统管,并召集专题会议,就活动做出专题安排部署。

党委书记、总裁王国祥指出,“五五购物节”活动是真正体现梅林企业形象和品牌以及产品实力的一次机会,也是对梅林产品线上线下渠道协同作战能力的一次考验,更是在疫情常态化防控时期,梅林股份作为光明食品集团成员企业,发挥底板功能和市场主体的复市功能的重要体现。为此,各单位要高度重视、要主动对接、要精心策划、要确保品质、要广泛宣传、确保活动成功,为光明食品集团“五五购物节”活动贡献梅林力量。

### 不同主题优惠活动来袭 梅林每天为您省一点

“五五购物节”期间,梅林股份所属冠生园、梅林、大白兔、正广和等六大老字号品牌企业全面参加此次购物节活动,共同打造线上线下融合、场内场外联动的购物狂

欢。冠生园、大白兔、梅林参加上海市商务委举办的“五五购物节、国潮老字号”天猫旗舰店“老字号”专栏线上活动;分别有不同金额的满减活动,每天为您省一点。此外,大白兔、梅林还应邀参加了上海市商委举办的“国潮游园会开幕式”活动,展示了上海国货的新魅力。

冠生园:线上——打造双重好礼。一重好礼:购买商品的同时,参加店铺互动活动,通过下单、浏览、分享等方式获取店铺抽奖机会,有机会抽得冠生园系列蜂蜜等好礼。二重好礼:在店铺内消费满88元送冠生园定制版磨砂玻璃杯一个。线下——进行品牌联合营销,通过品牌间的资源共享,持续引领老字号品牌“国潮”热。

大白兔:线上——大白兔官方旗舰店店铺通过优惠的折扣、丰富的内容导购、创新的营销玩法,为



线上消费群体打造“好看、好玩、实惠”的购物体验。店铺举行抽奖活动，小米空气净化器、天猫精灵、大白兔香水和润唇膏等奖品将等候消费者带回家。大白兔 VR 体验馆还亮相于云端的 2020 年中国品牌日活动暨中国自主品牌博览会。线下——“大白兔”与“光明牌”携手合作，杯装大白兔光明冰淇淋首发仪式 6 月 5 日在上海世茂广场隆重举行。以大白兔经典 IP 为主角的快闪店闹忙了南京东路步行街，巨型雪糕棍、大白兔盲盒机、变旋转木马为“旋转大白兔”的拍照打卡区、冰淇淋互动区等备受喜欢，进一步展示出了老字号的无限可能。

梅林：线上——亮相青春上海淘宝直播专场，“跳水女王”、上海团市委兼职副书记吴敏霞与“直播一哥”李佳琦组成的“霞琦灵光”实力带货，当场吃播，5 万组共 15 万罐午餐肉被“秒空”……梅林罐头在名气飙升的同时，销售额也很可观，根据有关部门公布的“五五购物节”半程跑数据，梅林线上交易额同比增长 3.6 倍。线下——5 月 1 日至 3 日，上海打浦桥日月光中心 B2 中庭，上海梅林与日式小食品牌和米堂合作，推出了梅林章鱼小丸子、午餐肉炸串、手抓午餐肉饼等一系列“无肉不欢”小食，现场场面亦是热闹非凡，梅林一举收获众多年轻粉丝。与此同时，梅林还应邀参加了杨浦区“嗨翻五角场，欢乐打折季”五五购物节启动仪式，梅林猪大萌闪亮登场并大受欢迎。

正广和：线上——在官网首页开设“五五购物节”活动专区，精选



50 个以上当季、网红、热销的产品展开买赠、惊爆价等促销活动；在正广和水铺 APP 首页有 11 个促销套装产品参与活动；在“光明随心订”APP 活动专区及老字号产品专区开展 350ml 苏打水第二瓶半价活动。线下——正广和倾心打造的“新国货”正广和橘子味复刻汽水潮流来袭。买手店“愚园百货公司”里，“气泡橙咖”新品成为店内主角；上生新所里的酒吧“酿酒熊精酿”和 TX 淮海里的饮品店“RTD”里也都有橘子水的影子；餐厅里，橘子水变成了套餐的主角。一瓶复刻款“正广和汽水”，混搭跨界 12 家潮店，就连宠物





店和理发店也会提供正广和橘子水或联名饮料；老字号变‘新国潮’，156岁的正广和再次成为沪上汽水潮流引领者。

### 合力宣传梅林品牌 讲好老字号新故事

“五五购物节”期间,梅林股份充分利用自有官微、官网、杂志等宣传平台,全力做好冠生园、梅林、大白兔、正广和等六大老字号品牌的宣传活动。

一方面,紧紧抓住品牌宣传热点,抓住后疫情时代,老字号企业在“跨界”、

“混搭”创新上的故事,及时报道午餐肉章鱼小丸子、正广和复刻橘子味汽水、大白兔冰激凌等一系列“混搭”上市产品,扩大品牌影响。

另一方面,充分发掘老字号品牌创新的故事,用好主流媒体资源,积极主动对外发声。梅林罐头、正广和橘子汽水、大白兔冰激凌等品牌创新故事相继在上观新闻和《解放日报》以及学习强国刊发,进一步提升了梅林品牌在主流媒体的美誉度和知名度。

此外,各老字号品牌企业还借助抖音、快手、网红达人直播等互动形式,用新媒体宣传梅林新产品。

梅林股份将以“五五购物节”为契机,切实推进梅林产品线上+线下的多渠道销售,发出梅林声音,讲述梅林故事,传播品牌影响,提升消费体验,让老字号潮流来袭,让老字号唱响“五五购物节”主旋律。



扫码登录光明随心订APP小程序,领取555元购物券,尽享多重优惠惊喜!  
购物券可在光明随心订APP小程序使用(详见随心订APP小程序首页公告)。也可在光明食品集团旗下农工商超市、好德便利、可的便利、第一食品、良友便利、光明悠活武定路店、光明随心订社区店、光明新鲜屋门店等3000多家门店使用(详见商场门店海报)。  
购物券有效期:2020年5月4日-7月4日 活动区域:限上海市

## 梅林股份召开党委中心组学习会 传达学习贯彻全国“两会”精神

方霞 / 文

6月1日,梅林股份召开党委中心组学习会,传达学习贯彻习近平总书记在全国“两会”期间重要讲话精神、全国“两会”精神,研究部署梅林股份贯彻落实措施。梅林股份党委书记、总裁王国祥主持学习会并讲话。

王国祥指出,今年的两会是一次特殊的两会,是在我国疫情防控阻击战取得重大战略成果下召开的一次重要会议,有着极为特殊的意义和重要影响;今年的两会也是一次振奋人心、凝聚信心、汇集力量的重要会议。

王国祥强调,梅林股份上下要迅速把思想认识统一到全国“两会”精神特别是习近平总书记重要讲话精神上来,进一步认清形势、统一思想、凝聚力量、化危为机。班子领导要带头组织学习、贯彻习近平总书记重要讲话精神和全国“两会”精神,重点学习贯彻两会中涉及国资国企改革相关工作要求,结合企业自身,积极谋划落实,激发企业发展活力。

结合梅林股份工作实际,就贯彻落实好“两会”精神,王国祥提出了三点要求。

首先是要在深刻领会上狠下功夫。梅林股份上下要把贯彻落实



好全国“两会”精神,作为当前和今后一段时期的重要政治任务,深入学习领会,广泛宣传发动,突出学以致用,确保会议精神落到实处。一是要深刻领悟习近平总书记“两会”期间重要讲话蕴含的新精神;二是要深刻领悟全国“两会”的精神实质;三是深刻领会当前我国事业发展面临的新形势。

其次是要在学习宣传上狠下功夫。要通过多种形式的学习培训,将全国“两会”精神传达到广大党员和干部群众中。特别是领导干部要带头学习宣传,带头贯彻落实,用实际行动影响和带动身边人。宣传部门要多角度开展宣传工作,营造良好舆论氛围,让“两会”精神广

为人知、深入人心,把方方面面的智慧和力量凝聚到实现“两会”目标上来。

再次是要在贯彻落实上狠下功夫。联系实际、做好工作,是对全国“两会”精神最有力的贯彻、最直接的落实。当前梅林股份着重抓好四方面的工作:一是常态化开展疫情防控;二是聚焦抓好年度目标任务;三是要以新发展理念引领高质量发展,在危机中育新机,在变局中开新局;四是坚持和深化全面从严治党,持续加强作风建设。

王国祥要求梅林班子领导,要通过学习全国“两会”精神,进一步坚定理想信念,保持奋发有为的精神状态,不忘初心、牢记使命,为

奋力夺取新冠肺炎疫情防控攻坚战、完成年度生产经营任务目标“双胜利”等各项工作目标贡献力量。

党委副书记、纪委书记、工会主席庞毅薇结合工作实际，带头畅谈学习体会，她认为此次“两会”体

现出多个“第一次”，特别是习近平总书记先后4次“下团组”所发表的重要讲话总揽全局、立意高远，内涵丰富、思想深邃，有很强的政治性、思想性和针对性，对做好今年各项经济工作具有重要指导意

义。对梅林而言，还是要始终坚持稳中求进工作总基调，统筹推进疫情常态化防控和年度经济发展工作，一方面要确保“稳”的基础更加巩固，另一方面要确保“进”的步伐更有质量。

## 党建引领 问诊把脉 成效初显

### ——梅林股份扎实推进“四强五优”主题活动

梅林股份党委在推进“四强五优做示范、创新转型促发展”主题活动过程中，注重通过“六立”，始终围绕“一张清单抓到底”，所属各单位党组织结合所在单位实际梳理“盲点、弱点、空白点”三点清单，为企业工作进行“问诊把脉”，成效初显。

#### 一、立规立范，提升“四力”，突出顶层设计，确保全面渗透。

梅林股份党委结合实际，围绕企业发展目标，明确以“四强五优做示范、创新转型促发展”为本次主题活动的主题，制定实施方案，明确各阶段工作任务；针对不同类型党组织，明确创建具体要求；组织党员，开展党性和岗位承诺活动；通过主题活动推进，达到提升“政治引领力、发展推动力、团结保障力、改革创新力”目的；同时注重在主题活动推进过程中，强化督导





机制,确保“五个全面渗透”即:全面渗透组织建设全流程;全面渗透群团活动全过程;全面渗透干部教育全课程;全面渗透管理管控全流程;全面渗透从严执纪全规程。

所属各级党组织结合实际,细化方案,明确了目标和任务。所属冠生园党委紧紧围绕“实事求是、真抓实干、精益求精、提质增效”经济工作主基调和“重三化、强三性”党建工作总体要求,组织开展“四强五优当先锋、真抓实干谋发展”主题活动。本部党支部充分发挥党组织和党员的示范引领力,以“学习型”党支部及“强总部”为建设目标,以“强学习、强能力、强业务,提素质、提效率、提服务”为活动主题,开展“读书节”等主题活动。联豪党支部全体党员对照本职岗位职责、对照群众的期盼,对标先进标杆,对标“不忘初心、牢记使命”主题教育的整改措施及落实情况,承诺践诺。

## 二、立标立项,明确任务,“一张清单抓到底”,逐条逐项对照梳理。

(一)结合“六个对照”,强化责任传递,梳理初步清单。

对照创建要求及“不忘初心”主题教育活动长效整改项目等难点、困点问题,所属党组织梳理出“问题”清单,明确解决思路,共梳理出困点、难点“问题”清单49条。对照学习要求,所属党组织梳理出“学习”目录清单,提升思想觉悟,共制定出“学习”清单49条。对照重点工作,“四强五优”主题活动在“两结合一推动”方面,即结合经济工作,结合中心工作,助推企业发展方面各级所属党组织共梳理出党建“载体、抓手”清单47条。对照薄弱环节、不足之处,明确提出整改措施、方法途径,所属党组织梳理出措施清单56条。对照基础工作,与“三基”工作结合,与组织建设、党员发展、夯实“三会一课”、主题党日活动结合,与干部队伍建设结合,针对不足和欠缺,梳理出“提升”清单50条。对照梅林股份“亮树”活动成果,年度开展的“党建+”主题活动,“四强五优”党建专题活动在“+”上做文章,所属各级党组织梳理出31项延伸项目。

(二)突出党员党性责任、岗位责任,发挥示范作用。

所属各级党组织拟建立党员责任区、党员品牌项目、党员攻关团队、党员创新工作室、党员示范岗、党员先锋岗等197个,已经建立59个。针对不同级别、不同类别岗位,征集党员党性承诺110余条,争做“五优”共产党员。爱森党总支围绕“一体制”巡查工作,在制度宣贯阶段开展党员教育培训,党员公开承诺、党员助力购物节、党员助力安全文化创建,党员助力端午需求。网购公司党总支加强党员特别是骨干党员的岗位业务技能学习、培训,不断进行广大党员的自我革命,做到“三个经常”,即经常学习、经常反思、经常进步。

## 三、立型立类,强化示范支部引领作用,各有侧重,彰显特色。

(一)法人单位党组织充分发挥政治核心作用,明确党组织参与公司治理的方式方法和流程,主题活动深度融入公司治理和生产经营。

冠生园党委着眼于基层一线和市场终端,坚持体制机制创新,深化“四个无限”(无限向市场靠拢、

无限发挥企业家作用、无限发挥人的创造性、无限注入优质资源),在制度创新、机制灵活、模式转变上真抓实干,在终端强上下功夫。爱森公司党总支建立健全党员考核机制,明确党员积分考核制度。着重从履行党员基本义务、带头发挥示范引领、党员责任区考核以及党员民主评议4个方面对党员进行积分考核,不断提高党员的政治觉悟引领、岗位技术水平、履责尽责能力,打造一批能战斗、能吃苦、能带头的党员队伍。

(二)管理及业务型党组织注重把活动与推动企业制度体系建设结合,通过党员创新工作室、党员品牌项目提升服务效能。

食品进出口公司党支部通过积极指导和推广劳模创新工作室工作(微党课),营造党员带头干事、勇于担当、攻坚克难的氛围,营造“比、学、赶、超”的竞争意识,积极发挥党组织建设岗位示范和党建品牌的示范引领作用。

(三)生产经营型支部注重在

生产管理、技术革新、提高劳动生产率方面提升成效。

鼎牛公司党支部以提升能力为出发点,采取以点带面的策略,扎实开展“提高质量,我当模范”主题活动,订单重新理顺,从不同区域找产品,跨区域调货,确保订单不受影响,争做过程管理模范,争做牧场服务模范,争做团结协作模范。

(四)注重发挥示范支部的作用,提升示范带动性,培育培养示范典型,交流推广活动经验。

销售分公司党支部持续加力推进“两重一沉”工作,“两重”东北市场和西南市场,“一沉”渠道逐步下沉到各级经销商,优化经销商结构、加强渠道建设,外贸部深化外贸转型,电商部开拓新的营销模式,全方位提高品牌认知度及品牌文化,融入助推经济。冠生园蜂制品党支部,党员带头重点推进技术改革项目,推动蜂蜜旋盖自动化项目推进、5S现场管理推进、蜂蜜IP形象推进等重点项目,发挥公关团队的作用,践行使命担当。爱森

二支部以“四完善四融合”为抓手,狠抓党员考核与党建责任区融合,支部学习制度与“三会一课”融合,创新创效与搞活终端融合,服务基层与工会群团融合,联动深化“四强五优”。

下一步,梅林股份党委将继续强化责任落实,深入梳理清单,做好整改目录,提升活动实效。

一是紧盯目标清单不放松。进一步深入细致梳理清单,动态调整各类学习、整改、目标清单,强化整改,逐项销户。

二是建立责任机制不放松。根据目标措施,根据问题目录,层层落实,明确责任人,明确完成时限,该公开的公开,该监督的,真正把“四强”“五优”标准落到实处。

三是注重总结创新不放松。注重发挥广大党员的积极性、创造性,注重总结交流,在活动方式、活动载体等方面鼓励创新,注重体现各单位特色,注重与中心工作密切结合。



# 梅林股份扎实推进“精准监督, 廉洁合规”专项教育活动

为进一步深化细化“四责协同”机制, 压实“一岗双责”, 深化“两进两单”延伸运用, 明确廉政风险等级, 梳理“小微权力”, 牢固树立“让廉洁成为习惯”的理念, 不断深化推进“廉洁文化向基层浸润”工作。今年, 梅林股份党委在全公司开展“精准监督, 廉洁合规”专项教育活动。自4月29日, 梅林股份党委召开“党风廉政建设暨‘精准监督, 廉洁合规’专项教育活动动员大会”后, 各单位党组织积极动员起来, 制定具体实施计划, 在不同范围或不同层面召开专项教育活动动员会, 部署落实专项教育活动, 专题教育活动呈现出各具特色的特点。

### ○ 梅林总部党支部

强化“微权力” 预防“微腐败” 把“小微权力”晒在阳光下

梅林总部党支部针对上市公司总部是企业的决策中心和控制中心, 拥有决策权、管理权、人事权等诸多权利的实际, 按照“明权知敬畏、厘权知职责、晒权亮清单”的思路, 不断强化对总部党员干部的教育、监督、管理, 进一步加强小微权力监督, 规范总部小微权力运行。同时在此基础上形成每名党员的“小微权力”责任清单和监督清单, 并在一定范围内公布, 接受党员群众和纪律检查室的监督, 逐步形成“小微权力清单化、权力运行流程化、防范风险制度化”的工作机制, 实现“行使权力有清单、清单之外无权力”, 确保小微权力始终在阳光下运行, 努力营造“风清气朗”的和谐梅林氛围。

### ○ 罐头分公司党总支

聚焦“两个关键” 明确责任主体

罐头分公司党总支将充分发动广大干部员工梳理、分析生产经营“关键环节”、“关键岗位”中存在的“小微权力”, 通过召开专题座谈会、个别访谈等形式, 对本单位“小微权力”类别、分布及监管情况进行深入调研, 做到对基本情况全面把握、对关键风险点重点掌握; 向全体员工公开“廉洁承诺、一岗双责”, 在党员和干部中开展“精准监督, 廉洁合规”专题学习与讨论, 针对“廉洁合规风险点识别与应对”开展一次廉政谈心或提醒活动, 引导党员干部以身作则、率先垂范、带领团队、廉洁合规。

### ○ 冠生园党委

聚焦基层抓落实 加强宣传营氛围

冠生园党委要求其所属的各级党组织充分利用冠生园微信公众号、《冠生园报》等平台 and 载体, 聚焦基层, 总结提炼、交流展示各单位在活动实施过程中的好做法、好经验和好典型, 为专项活动的有效开展营造互相学习、互相交流的氛围。

## ○ 爱森党总支

依靠专业队伍开展“一体制”巡查

爱森党总支将深化推进“廉洁文化向基层浸润”工作, 延伸运用“两进两单”管理模式, 以“责任化、清单化”为载体, 强抓销售、采购、工程及外包服务、资产与物料处置等涵盖经营管理各个环节中的小微权力, 结合公司正在开展的“一体制”巡查工作, 依靠财务管理、技术质量、安全生产、人事管理 4 支专业队伍的力量, 以管理体系为依托, 重点发现和解决生产经营全过程存在的问题, 完善内控制度、细化各个岗位职责权限, 为小微权力划好边界。

## ○ 苏食党总支

域外企业齐行动 点面结合抓合规

为进一步推进苏食肉品公司廉政风险防控工作, 切实加强对权力运行的制约和监督, 提升公司广大干部职工廉洁风险防控能力, 全力预防和减少违规违纪行为的发生, 苏食公司根据企业分布区域广的实际情况, 分四个区域召开了五场“精准监督, 廉洁合规”专项教育培训会, 通过“三个抓”开展好“精准监督, 廉洁合规”专项教育活动, 即抓关键点——成立财务数据监督管理工作小组; 抓覆盖面——签订廉洁承诺书层层落实责任; 抓监督力——推行“廉洁从业监督员”制度。

## ○ 联豪党支部

成立活动领导小组 主抓领导带头学习

联豪党支部结合混合所有制企业的特点, 推进行政领导也共同参与到“精准监督, 廉洁合规”专项教育活动中, 成立了由全部班子成员组成的领导小组, 并下设活动实施办公室; 通过主抓领导干部学习, 重点学习《工程项目建设“两进两单”工作的实施细则》、《中国共产党纪律处分条例》等法规和制度, 形成班子成员带头做, 职能部门积极参加的层层担当、一级为一级担当的同频共振局面。

## ○ 食品进出口党支部

召开座谈会查找“小微权力”的盲区

食品进出口党支部在公司的经济业务分析会上, 开展专项教育活动的动员, 强化廉洁建设融入经济工作; 组织相关部门召开座谈会进行排查, 梳理关键岗位的“小微权力”盲区、廉洁合规风险点和出血点; 以自查和互查相结合, 形成各个“小微权力”的责任(人)清单和监督清单, 并在此基础上完善制度, 制定应对措施, 形成权责明确、相互制衡的机制。

### ○ 网购党总支

#### 三个进一步践廉 行为更规范

网购党总支在各关键岗位自查小微权力风险点的基础上, 进行调研, 完善制度, 并从“思想筑廉、制度保廉、文化促廉、行为守廉”上落实廉洁工作要求, 进一步加强对 OEM 工厂、工程项目、物资采购、产品营销、产权交易、资产处置等重点领域以及资金管理、合同管理、招投标管理、供应商管理等关键环节的监察; 进一步做好企业“三重一大”事项决策制度执行、中央八项规定精神执行的专项检查和治理工作; 进一步巩固“两进两单两化”工作, 并积极探索“两进两单两化”向经济工作领域的延伸运用。

### ○ 鼎牛党支部

#### 落实“八个一” 形成长效机制

鼎牛党支部着重通过“八个一”活动, 形成“精准监督, 廉洁合规”长效机制。即开展一次深入的廉政党课; 开展一次深入的大讨论活动; 开展一次深入的重读廉政准则; 开展一次深入的交心谈心活动; 开展一次深入的警示教育活动; 开展一次深入的廉政“小微权力风险点”排查活动; 开展一次深入的问题梳理并提出解决对策; 开展一次深入的廉政承诺; 开展一次深入的整改工作, 形成反腐倡廉的长效机制。

### ○ 牧仙党支部

#### 查找梳理廉洁合规风险点

牧仙党支部将根据公司现有的组织架构, 初步梳理出六个关键岗位的廉洁合规风险点。后续将根据各部门工作流程、个人岗位职责, 并依据相关制度要求, 明确每个岗位的职责任务、工作流程、工作标准, 形成关键岗位的“小微权力”的责任(人)清单和监督清单。

当前, 专项教育活动现已经进入到第二阶段。第二阶段, 梅林股份要求各单位要在专项教育活动中提高三方面认识: 一是基层工作抓在日常; 二是主要工作重在落实; 三是重点活动善于结合。同时要求各级党组织一是要在前期排摸调研的基础上查找梳理廉洁合规风险点, 形成各个“小微权力”的责任(人)清单和监督清单, 并在此基础上完善制度; 二是要开展“以身作则、率先垂范、带领团队、廉洁合规”等话题的讨论; 三是要运用好执纪监督的第一种形态, 开展廉政谈话。

梅林股份纪委也将适时组织开展解读《制度建设管理条例》、《企业领导人员管理制度》、《固定资产投资项目管理条例》、《投资项目后评估管理条例》等制度的专项培训工作, 帮助各企业更好地开展好本次专项教育活动。

## 梅林股份第二届职工运动会正式启动

——云上竞技比赛项目倍受追捧

范婕丽 / 文



5月26日起,上海梅林正广和股份有限公司第二届职工运动会正式启动。本届运动会以“健康梅林,你我同行”为主题,通过“体育+互联网”形式,积极搭建“线上+线下”联动的职工文体活动模式,打破地域限制和空间限制,突出业余性、便捷性、互动性、参与性和趣味性的“新模式新玩法”。运动会一经启动,立即在梅林

职工中掀起一股报名热潮。截止5月27日,已有400多名职工登入“运动会平台”打卡签到,245名运动员通过云平台线上报名参加“80分升级赛”,其中不乏首次参加梅林股份运动会的域外企业参赛人员。

据悉,本届运动会设有“80分升级赛”、“五林大会”、“欢乐耍大牌”、“王者荣耀”、“家定向”、“快乐工作,健康生活”六个线上竞技项目,“职工气排球”、“趣味运动会”两个线下竞技项目以及职工羽毛球协会、乒乓球协会、篮球协会三个协会运动项目。梅林股份7167名职工均可通过唯一线上报名通道—梅林股份官方微信专属栏“运动会”报名参赛。

据了解,为了让职工有更多的获得感和满足感,运动会首次采用“赛事积分”奖励模式,职工每天打卡、报名、参赛等都可获取相应积分,最终赛事积分兑换规则将在运动会闭幕式上公布。

本届运动会特别设置了心灵类项目“早安计划”,进一步促进职工健身与健康的深度融合,引导广大职工积极调整疫情后心态,以更加饱满的精神为企业圆满完成三年规划战略目标不懈奋斗!



## 上海最有名气的“橘子水”回来了， 不过又有点不一样……

### 编者按

怀旧是一种味道，怀旧也是一种记忆。当创新和怀旧碰撞出灵感的火花，带给人们的不仅是记忆中的味道，还有意外的惊艳与喜悦。

100年前，上海滩年轻人最常喝的汽水不是“可口可乐”，而是“正广和”；100年后，使用古早配方、复刻经典瓶身的正广和橘子味汽水在“五五购物节”期间上市，成为正广和打造的“新国货”。

本期《创新视野》为您介绍上海最有名气的“橘子水”回来了的新闻故事。

100年前，上海滩年轻人最常喝的汽水不是“可口可乐”，而是“正广和”；100年后，使用古早配方、复刻经典瓶身的正广和橘子味汽水在“五五购物节”中上市，成为正广和打造的“新国货”。复刻款“正广和汽水”已经投产，6月上市。

### 100多年前最时尚的汽水

正广和汽水堪称好几代上海人的回忆。

1864年，英国商人在上海创办了“广和洋行”，18年后，更名为“正广和洋行”，取意“正本清源、广泛流通、和颜悦色”。1892年，正广和汽水厂在虹口提篮桥地区正式落成，以“AQUARIUS”（英语，译做“水

瓶座”）命名工厂和产品，寓意用宝贵的瓶子盛装“圣水”。1921年，工厂扩建，迁址至如今的通北路400号。1954年，正广和被上海市地方工业局代管；1966年更名为“上海汽水厂”，实现完全国有化，是名副其实的“第一代国货”。

正广和汽水自诞生起，就成为国内汽水市场的弄潮儿。在生产汽水的工艺上，采用改进式三重蒸馏装置，设备技术领先、产品品质领先；在营销上，登报打广告、马车车身打广告、汽车车队送货上门等，全部首开行业先河。19世纪30年代，正广和汽水以90%的市场占有率，一统国内汽水市场；国有化之后，正广和汽水仍旧不断创新，在上世



（上图）近百年前的正广和汽水瓶身设计，蕴含有宝瓶的气派



（上图）中国第一批用汽车配送汽水的品牌

纪七八十年代，正广和推出的橘子汽水、幸福可乐等，都是当时最流行的饮料。



### 本土汽水品牌重现江湖

不过，上世纪 80 年代末，国内汽水企业陷入困境。

当时，越来越多的国外饮料品牌伴随着改革开放的大潮进入中国市场，可口可乐和百事可乐并购了除正广和之外的国内七大汽水厂，包括北冰洋、武汉二厂等，雪藏了这些国有汽水品牌，再利用这些汽水品牌的渠道输出自己的产品，“跑马圈地”。正广和虽然顶住并购压力、保留了民族企业品牌，却迫于市场压力，不得不暂停汽水生产，而是主动转型，开创了饮用水市场的新天地。

“现在，是正广和汽水回来的时候了。”上海正广和饮用水有限公司总经理朱卫东说，近年来，市场对老字号创新和各种“新国货”“新国潮”好评如潮，国内汽水老品牌纷纷顺势而为。正广和汽水也没有闲着，从颇受上海消费者青睐的盐

汽水开始，年年有新品，去年还与咖啡企业合作了“咖啡汽水”快闪店。

这些颇受市场叫座的老字号创新让正广和下定决心，“今年，要做一个‘爆款’，展示一下 100 年前最时髦的汽水什么样？”

### 复刻的奥秘：“旧瓶装新汽水”

“100 年前最时髦”的汽水，就是即将上市的复刻版橘子味汽水。朱卫东说，因为是“复刻”，所以从瓶身设计到口味调配，都有依据。

瓶身来自上海一位民间汽水瓶收藏者。正广和从一堆老瓶子中选出了 1946 年版的汽水瓶。那一年，正广和的这款汽水作为第一代国货，远销海外；在国内的销量也远超可口可乐等品牌，达到巅峰。可见，那一年的汽水瓶特别有纪念价值。

不过，复刻的汽水瓶也有一点点改变。比如，针对餐饮市场的产品，延续使用需要开瓶器的瓶盖；但针对零售市场，瓶盖换成了拉环式的

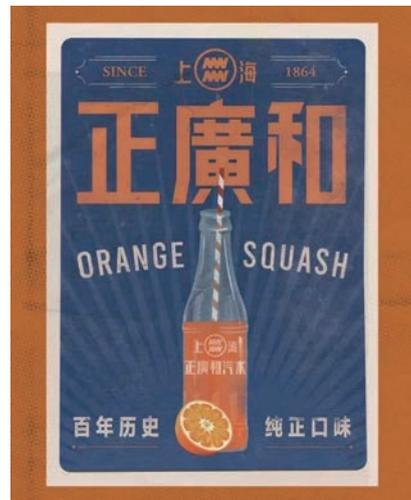


复刻汽水样品实拍照

易拉盖或旋转盖，方便消费者买到就喝。“这款产品是面向现在的市场，所以既要有延续，也要有创新，跟着市场的新需求走。”朱卫东说。

同样在复刻中蕴含创新的还有配方。说起来，找到百年前的老配方，是机缘巧合。2013 年 11 月，作为上海市优秀历史建筑，位于通北路上的正广和大楼为了适应城市新规划，平移了 38 米。在工程实施前的检查工作中，有员工在老实验室的档案室中，找到了橘子汽水的老配方。“那个时候大家就想，等到时机成熟了，这张配方可以再用起来，因为这是民族汽水企业的骄傲。”正广和的老员工们回忆。

7 年后，再使用配方的机会来了。可新问题也来了：配方有了，但要还原老味道，不能依样画葫芦——毕竟是近百年前的配方了，如今的水质、食品原料、工艺技术都与当年大不相同，消费者的需求也有了变化。比如，以前的橘子汽水使用了香味添加剂，但现在的消费者崇尚健康，



新设计的复古海报

偏爱真果汁。

于是，正广和比照老配方，邀请了几位已经退休的老技术员，根据老配方反复调整改良，不仅把部分添加剂换成更加健康的橙汁，而且将汽水的注气压强从国家规定的1.6个大气压提高到2.8个大气压。这意味着当消费者拧开瓶盖喝新汽水时，能瞬间获得“杀口感”，因二氧化碳对口腔浓重而愉快的刺激感而感到沁爽。

可见，这一次的复刻是“旧瓶装新汽水”。

#### 老味道“混搭”登场

记者在好几家“潮”店里看到了最新上市的橘子水，它们让人觉得既熟悉又陌生：熟悉的是从1946年“穿越”来的玻璃瓶身，上面有正广和经典的双折线，装着熟悉的橘红色液体，尝一口也是熟悉的橘子味；但陌生的是复刻汽水出现的地方：餐厅、酒吧、买手店、理发店、宠物店，而且除了汽水，还有橘子水咖啡、橘子水啤酒、橘子水乌龙茶……

“因为我们不是打‘怀旧牌’，而是打‘国潮牌’‘创新牌’。要赢得新的消费群体，必须出圈，必须够潮。”朱卫东说。

复刻汽水的生产标准很高，所以新上市的橘子水产量有限，目前被分成两部分：一部分请正广和老员工们的检验。当瓶盖拧开，老员工们一口气喝完后，纷纷竖起大拇指，“没错，就是原来的味道！”可如果看一下成分表会发现配方变了：少了食用色素和香精，多了真果汁。

包装不变味道不变，但工艺变了。这，是市场新需求下必然的改变。

另一部分被送往各种“潮”店，成为混搭的主角。

买手店“愚园百货公司”里，“气泡橙咖”是本周上市的新品，冰凉的橘子水与橙汁混合，添了几片薄荷叶和柠檬，很有夏天的味道；这时候，倒入一杯醇郁的浓缩咖啡，深褐色与橙色缓缓混合，成为一杯冒着气泡的果味咖啡。咖啡师说，新品才露面，就有消费者尝鲜，“口感好，颜值也很重要。”

上生新所里的酒吧“酿酒熊精酿”和TX淮海里的饮品店“RTD”里也都有橘子水的影子，不过前者多了一款使用橘子水调制的啤酒“香橙小麦”、后者多了一款鸡尾酒饮料“橙会玩”。

餐厅里，橘子水变成了套餐的主角。进贤路上小餐厅“馆子House198”里，新贴了正广和复古海报。店员说，这里主打的是一款“初雪炸鸡+橘子水”套餐。橘子水还是那个橘子水，但初雪炸鸡是年轻人喜欢的时尚美食，刚出锅的炸鸡滋滋作响，正好搭配一瓶滋滋冒泡的冰冻橘子水。建国西路上的咖啡厅“旺财”推出一款与正广和联名的“夏午茶”，橘子水配橘子夹心蛋糕，相得益彰……

#### “新国潮”创意不断

记者数了一下，参与混搭或跨界的大约有12家店，就连宠物店和理发店也会提供正广和橘子水或联名饮料。朱卫东说，将第一批产品与这些潮店做混搭而不是按

照常规的方式销售，只是为了传递一个信息——复出的正广和很潮，

“很多老字号推新品后，消费者因为怀旧心理，会主动尝试，也可能复购；但对90后、00后等年轻消费群体来说，很可能是第一次尝试老字号，既要吸引他们尝鲜，更要把这部分消费者变成回头客，那就不能靠‘怀旧牌’，而是靠‘创新牌’。”

橘子水混搭上市的商家是正广和和推广伙伴精挑细选的结果，虽然业态多样，但有同一个特点：消费人群中的年轻人多，会玩够潮。

传统的销售渠道也没有落下。随着产量提升，复刻版汽水将陆续进入大润发、永辉超市、盒马等超市卖场，另一款与便利店的联名合作款也将上市。

而这，只是正广和汽水创新的第一步。第一批上市的是复刻的橘子味汽水，但之后，将有源源不断的新口味，包括百香果味、荔枝味等，都使用了真果汁。

针对年轻消费者的偏好，正广和还提前设计了复刻版汽水的文创衍生品，包括环保袋、徽章等。“本来我们觉得做冰箱贴不错，没想到团队的90后成员说，冰箱贴是70后和80后的偏好，而Z世代（指出生于1995年至2009年之间的年轻人）更喜欢徽章。所以，我们做了徽章。”朱卫东说，推出复刻版的汽水最重要的原因是让年轻人看到，老字号在创新路上没有停步。

来源：上观新闻

### 编者按

上海爱森肉食品有限公司畜牧六场有这样一名普通基层党员，他有理想守信念，他懂技术会创新，在业务的学习上精益求精，在技能的练习上秉承工匠精神。本期梅林风采栏目为大家介绍《上海爱森肉食品有限公司“激情六牧创新工作室”带头人吴晓虎》。

## 激情引领生产 执着创造无限

——记上海爱森肉食品有限公司“激情六牧创新工作室”带头人吴晓虎

吴晓虎 / 文



吴晓虎工作室

吴晓虎，是上海爱森肉食品有限公司畜牧六场场长。虽然年龄不大，却有着十六年的养猪经验，从一线技术员到一线管理者，熟悉牧场生产的所有环节，十几年如一日，诠释了养殖人“以场为家”的奉献精神。

### 临危受命——

几年前刚接手爱森畜牧六场时，牧场里疫病频发，管理紊乱。但作为共产党员的他，不计个人得失，迎难而上，一头扎进牧场，从几名关键技术核心人员入手，小到注射针头的选择、大到一个操作流程的制定，事无巨细，亲力亲为，带领团队攻坚克难。作为基层管理者，工作的重心不仅仅是“对上负责”，更应该把更多的精力放在“对下负责”上，不仅要知道自己的任务目标，更要让每一名员工明白自己需要做什么。

### 勇争先进——

2017年，六牧团队荣获“梅林股份劳动竞赛管理创新二等奖”，“爱

森肉食品有限公司技术创新班组”，吴晓虎同志个人也被公司授予“优秀共产党员”称号。2018年畜牧六场团队荣获“爱森肉食品有限公司劳动竞赛创新团队”称号。

### 激情创新——

成绩属于过去未来仍需努力。面对行业竞争，生产水平如逆水行舟，不进则退。2018年，“吴晓虎激情六牧创新工作室”成立了，提出了将养殖管理从精细化转变为精准化的策略。比如配种单元的“非生产天数”、“配种分娩率”，在以往的生产中都是统算，非常不准确，现在将所有原始数据入电脑，以周为单位，对每头母猪进行跟踪分析，做到数据可视化。而运用大数据分析的方法，能大大缩短管理时间，直接有效降低养殖成本。每头母猪年提供合格商品猪数由原来的18.6头提高到24.5头，单位公斤增重成本由原来的15.4元下降到12.6元，牧场生产水平快速提升。

### 缺席家庭——

这些年，“工作忙，实在回不去，等我忙完就回家。”也许是他对家里人说的最多的一句话，但是“等忙完”似乎永远都没有尽头。回想刚进公司时，两个孩子刚出生，如今他们都已过完了十岁生日，可这么多生日，作为父亲的他仅仅出席了一次。记得去年一月，年仅十岁的女儿被父母紧急送往苏州儿童医院，因老家医院误诊，孩子阑尾炎已穿孔，必须马上手术。然而当时正值非洲猪瘟防控的紧要关头，他无法马上赶到医院陪护，只能是视频中鼓励女儿要坚强。在孩子成长中他缺席了，在家庭责任的承担中他缺席了，但他对自己的选择从不后悔。

### 永远在路上——

“雄关漫道真如铁，而今迈步从头越”，新的征程新的起点，“从头越，苍山如海，残阳如血”，吴晓虎相信，只有经过血与火的洗礼，才能真正成为时代的弄潮儿。在面对不断出现的新问题时，只有保持永远的工作激情和执着的精神才能不断战胜困难，成就无悔人生！

## 奋力拼搏正当时，“多做一箱”也是贡献

冠生园 刘罗青

由于新冠肺炎疫情持续蔓延，全球的经济运行受到了严重影响，虽然国内疫情防控形势持续向好，生产生活秩序加快恢复的态势不断巩固，但疫情对于冠生园各项生产经营仍带来了不小的冲击。五月党政联席扩大会议提出，“要认清当前经济发展形势，紧扣我们全年的目标任务不放松，发扬‘多做一箱也是贡献’的精神，脚踏实地，快准狠地将相关重点工作落实落细”。

笔者认为，对于广大普通员工来说，多卖一粒糖、一瓶酒、一罐蜂蜜、一盒压缩饼干、一包味精是贡献，多跑一家客户是贡献，多优化一道流程是贡献，多为品牌发声是贡献，多攻克一个技术难关也是贡献。贡献，不只是惊天动地力挽狂澜，更

多的是日积跬步以至千里。

“多做一箱”，是以脚踏实地的行动、坚持不懈的努力、持之以恒的韧劲，实现企业经济持续发展，品牌价值不断提升的大目标。

“多做一箱”的本质，是要求我们每一名员工，立足岗位，找准奉献企业的切入点，积极贯彻落实“实事求是、真抓实干、精益求精、提质增效”的经济工作主基调，在具体工作中增强使命感和责任感。要以“不破楼兰终不还”的干劲，

攻坚克难，牢牢把握我们品牌创新激发市场新活力的发展机遇期，毫不放松工作标准，精益求精，用敬业成就事业。

冠生园食品是一个大家庭，我们每个人都是家庭中的一员。虽然大家岗位各有不同，但只要以“多做一箱”的精神风貌，尽可能多地为企业发展尽一份力，相信定能为公司实现年度目标打好基础，全力以赴夺取疫情防控和企业发展“双胜利”的双赢目标。

## 浅谈老客户维护

网购公司 刘艺群

我一直在思索如何做好老客户维护，通过学习众多知名快消品企业的成功经验结合我司产品特点略有所获。企业要生存和发展，必须创造利润，而企业的利润来源于客户的消费。企业的客户来源主要分两类：一类是新客户开发，日积月累的潜在客户群在公司营销政策及产品性能吸引下达成新的购买群体，另一类是老客户的维护，即已经使

用我司产品的消费群体在产品使用后感到满意，选择连续消费的老客户。根据统计，新客户开发的成本往往是老客户维护成本的3-5倍，老客户往往会因为良好的客情关系而带给企业11个新客户资源。所以，不管从企业利润增长需要出发还是节约成本的方面考虑，我们都需要注重老客户的拓展和维护。

由于快速消费品具有便利、印

象化以及品牌忠诚度不高等特点，这些特征决定了最终客户群对于快消品的购买习惯是简单、迅速、冲动和感性的。针对这些特性，我们可以做到有的放矢，通过以下一些核心手段来提高品牌形象和服务质量，进而建立老客户的品牌忠诚度，抓住客户的“心”来避免造成群体性流失。

提升品牌形象，品牌形象是一

个企业在激烈的市场竞争中生存的必要条件，正广和品牌具有 156 年历史发展和文化底蕴，并且在之前的市场中独占鳌头。正因消费者接触到了越来越多的其他饮用水品牌，使得消费者变得更加喜新厌旧或者越来越注重细节上的差别，这也使得我们可以通过个性化的服务来稳固品牌形象和培养客户诚信度。比如，我们实现了一对一“一站式”的服务体系，从开发营销、送水、对账到售后服务都归责于一个销售人员的办法，完全满足了客户高质量服务体验的诉求。同时，也可以及时针对市场走向，投入广告宣传，更好地巩固品牌形象。

完善管理机制，科学有效的内部管理机制可以帮助销售人员做好客户维护工作。首先，我们已经建立了完善的客户信息数据库，清楚地记录了客户的饮用水消费情况，比如月用量、消费频率、消费产品类别等等，实现对客户的高效管控，及时洞悉和掌握可能的客户流失隐

患。其次，根据数据库的信息资料，对不同客户的规模和水量情况进行分类，由上而下定期进行有计划、有针对性的客户拜访。在维护客情的同时，将公司的动向以及新产品向客户介绍，增加客户对于公司的认同感。最后，完善 KA 销售人员的日报表系统以及客户经理跟线体制，督促业务员按照计划全面深入地进行客户回访。

提高认可度，由内而外。员工对老客户的工作是否用心，影响着客情关系进程和效应。“先从对员工用心开始，如果你无法感动员工，同样对客户也不会起作用。先让员工快乐，他们也会愿意带给客户相同的感受”爱马仕执行总裁派崔克·汤玛士感性地说。只有员工认同企业，才能代表企业与客户沟通，才有热情将感动传达给客人，这也即“企业认同感”。当员工的工作不再是按上级的指示做事，而是听从自己内心的声音和指引，且这些指引被同样的价值观统一起来，能实现较高

的工作效率。更重要的是，对企业的强烈认同感能够开启人内心深处的力量和价值源泉。不仅是维护客情关系，企业其他的工作目标，员工也将自觉用心地执行。

以人为本，发挥个人能力。除了企业对老客户的拓展和维护以及资源的积累，还需企业的员工发挥个人的能力去推进。如同之前提到的“一站式服务体系”，他需要业务员本身具有足够的营销技巧和耐心去应对客户的诉求。面对投诉，他需要耐心地倾听客户意见，抓住重点，调查原因，并且及时将问题反馈给公司，协同其他部门在最快的时间内将解决方案反馈给客户，不能推诿或者拖延。除此之外，业务员需要注重平时与客户间的感情联络，可以通过电话、邮件、短信、微信等社交手段维系与客户间的亲切感，也可以通过定期上门拜访，更好地了解客户信息：比如客户的公司运营情况，是否有新分部的设立为新的销售做准备，有哪些地方需要改进，客户对公司有什么期望等等。总之，是通过一切方法，使得客户充分体会到尊崇感，同时提高客户对于正广和品牌的认知度。当然，这些都是依靠业务员本身的敬业态度和自身素质去实现的，以“心”换“心”，得到客户的认可。

在快消品行业竞争日益激烈的今天，拓展和维护好客情关系，不仅是企业赖以生存的条件，更是拓宽新客户资源的重要手段。所以，我们需要更加重视老客户的拓展和维护，为企业品牌的核心竞争力添砖加瓦。





● 6月4日市档案局巡视员肖林一行到上海梅林，就老字号企业档案安全保管保护工作开展专题调研。肖林一行参观了上海梅林历史文化展示馆、罐装车间，了解了梅林的历史及生产现状。随后听取了梅林股份、梅林罐头及冠生园、大白兔有关企业概况及档案工作的汇报，并查看了老字号企业档案。市档案局相关部门负责人肯定了梅林股份档案工作，并就如何进一步做好老字号企业档案工作分别提出了意见和建议。



● 6月9日，党委书记、总裁王国祥在股份公司总部会见来司访问的盐城市大丰区人大常委会主任范大玉一行。会上，双方就共建光明食品集团“五大生产基地”规划等相关话题展开了深入交流探讨。大丰区政府希望上海梅林能够积极参与大丰区政府正在实施的“五大生产基地”建设项目中来，进一步深耕和拓展梅林产业，加快沪苏大丰产业联动集聚区建设，实现优势互补，共谋发展，共同打造上海优质农副产品重要供应基地。



● 6月4日，梅林股份党委副书记、纪委书记、工会主席庞毅薇一行深入梅林绵阳检查指导工作。在听取梅林绵阳工作汇报后，她对梅林绵阳下步工作提出四方面要求：一要紧紧围绕企业中心工作，提升企业管控和治理能力；二要紧紧围绕“四强五优”党建主题活动开展，提升企业党组织政治引领作用，凝聚员工力量，切实有效推动企业持续健康发展；三要紧紧围绕“精准监督，廉洁合规”专项教育，梳理查找权力风险，切实把牢“两个关键”，压实责任，强化监督，杜绝腐败；四要紧紧围绕二期工程项目建设，深化“两进两单”运用成效，扎实推进工程建设，实现项目圆满收关，进一步提升公司生产和运营能力。



● 6月8日，光明食品集团“党支部建设示范点”评选互评小组到爱森第三支部开展党建工作评审指导。评审组一行参观了爱森公司的企业文化展示厅、第三支部的文化走廊和党员之家，了解了企业概况和党建基本情况，并听取了爱

森第三支部做题为《夯实基层党建工作 打造坚实战斗堡垒》报告。爱森第三支部的党建台账、党建做法和成效得到了评委们的一致好评。



● 6月15日，梅林股份总部党支部换届选举党员大会顺利召开，会议听取了总部党支部工作报告，与会全体党员通过无记名差额选举方式选举产生新一届总部党支部委员会。党委副书记、纪委书记、工会主席庞毅薇同志代表党委作总结讲话。她对总部党支部过去两年多的工作给予了充分肯定，同时也对今后支部工作开展提出了三点要求。一是要加强学习，积极思考，提高素质；要进一步加强政治学习和业务学习。二是要关注队伍，担当实干，举旗定向；要增强执行力，实现战斗力。三是要增强责任，凝聚人心，做好表率；要深化思想建设、作风建设、组织建设，强化对基层管理的服务指导作用。



● 近日，冠生园收到了由云南省文山壮族苗族自治州广南县板蚌乡党委、人民政府联合寄来的感谢信，感谢冠

生园对板蚌乡永怀村的资助和帮扶。2018年，为积极落实习近平总书记提出的精准扶贫战略，在静安区政府的组织下，冠生园参与了上海市对口云南省帮扶项目，助力文山自治州广南县“百企结百村”精准扶贫公益活动，共捐资90万元用于永怀村的脱贫攻坚项目。经过近三年的努力，贫困率由21%下降到1.69%，5个深度贫困村均已通过第三方考核脱贫退出，全乡脱贫攻坚工作取得明显成效。



● 日前，爱森公司工会举办2020年度员工体检报告解读暨健康知识讲座活动。讲座特别邀请上海瑞慈体检中心内科副主任医师吕珺主讲。她围绕“办公室健康和心脏健康”为大家分享了日常健康生活习惯和注意事项，对出现频率较高的“办公室亚健康”做了提醒和预防介绍。上海瑞慈体检中心内科副主任医师李永馥医生为前来咨询体检报告的员工进行解读答疑，针对亚健康人群提出了“心态+饮食+运动”保持身心健康的建议。



● 为切实做好微型消防站义务应急队伍建设，进一步提升应急队伍理论知识和操作技能。日前，联豪公司组织开展“防护服穿戴”训练，安全办公室相关培训人员对防护服的作用、着装要求和穿戴的方法步骤进行了细致讲解，对每一名义务应急队成员进行防护服穿戴考核，合格率达到90%。



● 近日，冠益公司党支部和科技公司党支部开展党建联建活动。活动中，每位党员结合自身工作岗位，围绕防疫工作、技术创新、市场开拓、做好服务、文明单位建设、安全标准化、5S管理等方面进行了深入交流。特别是冠益公司即将进入月饼生产旺季，双方将进一步在新品开发与提高月饼质量中深化合作，一步一个脚印，把企业各项工作推向前进。



● 6月10日，上海正广和饮用水有限公司召开五届三次职工代表大会。会议全面系统地分析了公司当前和今后面临的新形势、新变化、新任务，明确了2020年公司发展的新目标、新思路。大会听

取并审议通过了公司《2020—2022集体合同》、公司《2020年工资专项集体合同》等文件。职工代表参与公司管理和监督的权利得到充分体现。



● 日前，鼎牛公司利用“钉钉直播”方式开展了办公室安全消防教育直播培训。课程主要讲述了办公室安全知识、办公室主要伤害类型、不安全因素、办公室环境推荐做法、办公室健康、消防安全知识、火场的自救和逃生等知识。此外，还开展了安全培训测试、安全逃生演练和安全检查，让员工们深刻认识到办公室安全消防的重要性，进一步树立全员安全意识，做到警钟长鸣！



● 6月16日，由中国酒业协会主办，京东、百度承办，泸州市人民政府协办的线上中国国际酒业博览会隆重开幕。本次酒博会以新型数字化展会平台，让线上与线下展会有机结合，为企业和广大消费者提供更加便捷和多元化服务。中国酒业协会在酒博会上发布了2019年度“青酌奖”酒类新品榜单，上海冠生园华佗酿酒有限公司“得力劲牌酒”从众多参评品牌中脱颖而出，获得2019年度果露酒类新品青酌奖。



New  
**MALING**  
New Life

上海梅林正广和股份有限公司  
SHANGHAI MALING AQUARIUS CO.,LTD.

---

股票代码: SH600073

地址: 上海市杨浦区济宁路 18 号  
No.18 jiningRoad, Shanghai  
电话: 021 - 22866000 传真: 021- 22866100  
<http://www.shanghaimaling.com/>