

如何求得突破让企业再次插上腾飞的翅膀？这是浙江供销超市有限公司经营团队反复思考的课题。围绕这一课题，他们开展了大量的工作：

——稳固龙头地位，大力推进网点发展。开设曲屯路店、华舍店、中南店等7家门店，通过收购天水尚品公司新增4家门店，落实充满战略，稳固在绍兴地区的龙头地位。同时以五云店为代表的供销便利店着重向十足等“外来”店铺学习，突破形象，升级转型；以电信店为代表，与大机关单位合作开店，大胆突破，抢占优质资源，寻找新的增长点。

——蔬菜经营实现成功转型。进驻华东最大的蔬菜批发市场进行商品自采，保证每日所供菜品安全、质优、价廉、多样、充足、新鲜、当季；与绍兴各县（市、区）20多家农业合作社、蔬菜产销公司及蔬菜种植大户进行“农超对接”，实现大批新鲜、时令菜品的成功直采，满足消费者需求；实现蔬菜全过程的物流自控作业。每天清晨了解市场当日蔬菜行情和新品信息、抓取当天市场机会商品；根据汇总订单进行采货，察看商品批次检测报告、逐个把控、采购；并装车直接送到公司生鲜分配中心。在生配中转仓，分拣人员进行卸货、分拣；送货人员分别将菜品配送各个门店。全过程的物流自控，使得蔬菜采购作业安全、高效、可控。组建专业的生鲜经营管理队伍：引进、抽调成立生鲜部专业采购、营运管理团队；成立数十人组成的蔬菜商品分拣、物流、门店售卖队伍，以此保证蔬菜经营工作的正常开展。制定、完善、实施各类标准、办法，大力提升蔬菜营运管理水平；同时建立蔬菜经营样板店，并以每周现场会议形式进行标准推广。

——强抓生鲜经营关键品类建设。门店在大肉销售方面做足文章，实现了大肉销售额及综合收益的明显增长。借城南购物中心开业之际，设立散称干货、杂粮自营售卖区，实现商品直采，坚持“质量选优、品种多样、强化谈判、平价供应”原则，使得干货、杂粮直采销售一举成功。做好城南购物中心生鲜区域的开业及持续经营工作，探索大型生鲜卖场经营成功之道。以新供应商、新商品、新品种引进为抓手，完成水果、蔬菜、干货、肉类、水产、熟食、面点等各品类的开业筹建工作。生鲜经营模式的成功转型工作，为整个公司经营活动注入了强劲活力，为公司整体客流回升、价格形象优化及销售提升起到了积极的带动作用。

浙江供销超市开拓市场纪略

以蔬菜自营为活力引擎



发展医药 保障健康

——浙江华通医药股份有限公司



浙江华通医药股份有限公司成立于1999年8月，主要从事医药批发、零售连锁、药品生产及药品会展、医药第三方物流等业务。2015年5月，公司在深圳证券交易所中小板挂牌上市。

近年来，公司积极拓展零售连锁，发展连锁网点86家，遍布绍兴越城、柯桥，并不断向杭州等周边延伸；建造医药物流基地，成立配套的物流公司，被省食品药品监督管理局列入第三方药品现代物流业务试点单位，这在全省是第二家。先进的配送设施大大提高了药品配送效率，不仅承担了公司自身的配

送，还开展了第三方物流业务，增加了效益。在产业链布局上，公司又专注于中医药行业。传承了以明代越医大家张景岳为代表的越医药文化，挖掘并培育了“景岳堂”品牌，用中医诊疗带动中药饮片销售，形成了一种中药饮片的生产销售、中医门诊、健康服务以及中医药文化研究的发展模式。三年多来，陆续开出两家大型景岳堂国医药馆，由景岳堂药业专业生产并供应中药饮片，聘请杭州、绍兴等地30多位国家、省、市级名老中医及浙江中医药大学博士生团队坐诊，通过举办“膏方节”、“养生知识讲座”等多种措施服务百姓，提升品牌。同时，公司着力抓好中药饮片的生产质量，建造了标准化车间、PCR实验室，配备了液相、液相色谱、原子吸收分光光度计和微波消解仪等先进的检验检测设备，还培育了一批由中医学及相关专业本科生为主的质量检测和管理队伍，真正做到药材、饮片批批全检，为打造百年品牌，做强健康服务产业提供了技术支撑。

“发展医药、保障健康”，创建区域性医药集团是公司一直秉承的目标。这几年来，他们坚持创新发展，完善管理机制，不断提升品牌，延伸医药产业链。目前药品批发业务覆盖绍兴地区，辐射全省；华通医药及华通医药连锁在2014年全国药品流通行业批发企业主营收入和零售连锁企业销售总额分列第82位和第76位，系浙江省医药商业十强企业。



深耕“蓝海”战略

——“华通色纺”转型后的华丽绽放

如今的绍兴华通色纺有限公司，是一家集棉花收购、加工、仓储、色纺纱、印染、服饰为一体的新兴科技型企业，是绍兴市重点农业龙头企业。

有专家说，“华通色纺”能发展到今天这样的规模，最大的胜算，在于选择了一条与先驱者迥异的前行路线。

绍兴华通色纺有限公司成立于2006年。董事长季国苗此前一直从事棉花贸易、制造业。2008年国际金融危机掀起的飓风，把纺织业“微笑曲线”的两端逼入“红海”。企业如何再发展？“华通色纺”做出的抉择：转型。

汉麻被誉为“天然纤维之王”，具有吸湿、透气、舒爽、散热、防霉、抑菌等功能，适用军服的生产加工。但因诸多因素，其产业化并不顺畅。熟谙市场趋势的季国苗却看到了其间的商机。

——投入1000余万元，与解放军总后勤部军需装备研究所下属的汉麻中心合作，对汉麻纤维进行改良，攻克汉麻面料的痼疾，“汉麻色纺纱”等新品获得专利。

——投入1亿元上马年产6000吨汉麻与棉混纺纱工程，跻身国家重点产业振兴和技术改造项目之列，实现由棉到麻的跨越。

此后，他又再次转型，进入功

能性家居内衣服饰领域。如今，转型后的“华通色纺”绽放出华丽的色彩。

——“吉麻良丝”品牌问世，汉麻系列高档卫浴、床品、地毯、窗帘、童装、家居服、运动服等随之投入批量生产；

——以大麻为原材料系列纱线也研发成功，军用毛巾、短裤、袜子等纱线系列品种也已批量供应；

——柯桥创意大夏9楼的汉麻美生活馆也开馆，1300余平方米的展馆，陈列出从汉麻原材料、纱线、面料到成品的整个生产流程，展示了超过9大类新型研发的汉麻居家服饰等产品；

——“吉麻良丝”作为中国女



“唯尔福”，一个生活用纸的知名名牌，对绍兴人来说，它是一种贴心、温暖、绵长的记忆。

从1995年至今，“唯尔福”一直与市民相伴相守，并实现了从实用主义到品质主义的精彩蜕变。现如今，“唯尔福”已由当初的卫生巾单一产品，扩张到了妇幼用品、婴儿用品、护理用品、生活用纸等多个系列，成为浙江省生活用纸领域最有影响力的企业之一。

唯尔福：与『纸音、美丽约会』

版图扩张：从绍兴到上海

1995年1月，当时的绍兴县华通集团下属企业绍兴县土特产有限公司，与新加坡通理有限公司、上海唯尔福（集团）有限公司合作，创立了绍兴唯尔福妇幼用品有限公司，厂房就在绍兴市下大路；2001年，唯尔福公司走出下大路，移师袍江工业区，由此进入了高速发展期；2006年，公司再次抓住了做大做强、快速发展的战略机遇期。当时，上海唯尔福集团实行资本重组，由浙江绍兴华通商贸集团控股。趁此东风，华通集团对上海和绍兴两地的“唯尔福”进行资产整合。2007年，整合后的“唯尔福”销售额突破2亿元。

2009年，唯尔福集团逆

势而上，创办了一家集研发、生产、销售为一体的现代化生活用纸企业——绍兴唯尔福妇幼用品有限公司，年产能规模达5万吨生活用纸，使企业进入快速发展阶段。

从此，“唯尔福”如鱼得水。2015年1月，成功登陆

新三板。现在，唯尔福集团拥有上海唯尔福实业有限公司、绍兴唯尔福妇幼用品有限公司、浙江唯尔福纸业有限公司、绍兴唯尔福实业有限公司、绍兴唯尔福生活用品有限责任公司等5家子公司。



品牌输出：从单品到多品

唯尔福集团一直坚持品牌发展战略，从成立之初只有一个卫生巾，到现在发展为生产经营妇女用品、婴儿用品、生活用纸和护理用品等4大类400多个品种规格的生活用品，年综合造纸能力6万多吨。

实施品牌战略，重视产品质量。生产采用一流的全自动造纸设备，“唯尔福”妇女卫生巾在行业中率先应用“消毒级”卫生标准，采用环氧乙烷灭菌器进行6小时灭菌，真正达到零真菌卫生标准。“纸音”生活用纸产品原