

科技创新激发新动力 智慧赋能实现新发展

——主题大讨论心得体会之五

科创兴贸 智领前行

◎花园惠宝公司总经理胡振明

在全球经济格局深刻变革、数字经济加速迭代的背景下，传统贸易行业正面临供应链重构、客户需求升级、竞争模式转变等多重挑战。如何通过科技创新激活发展动能，如何借助智慧化工具实现转型升级，已成为贸易企业必须回答的时代命题。花园惠宝公司将结合实际，从财务与业务两大维度梳理实践方向。

强化数字技能学习，夯实转型基础。在数字经济时代，科技创新正以前所未有的速度重塑各行各业，财务领域也不例外。这就要求我们持续学习，掌握AI、大数据等新技术，提升数字化能力，通过网络学习平台等渠道，系统学习财务、税务专业知识与新技术的运

用，持续提升数字化能力，确保跟上时代步伐。

推动财务智能化落地，提升工作效率。根据公司的实际情况，许多财务智能化软件还用不上，应主动向集团其他兄弟企业交流学习，尽可能减少手工操作；针对电脑等设备老旧影响工作效率等问题，及时上报更新需求；推广支票打印软件等工具，替代传统手写方式，降低错误率，并提高效率。

实现角色转型，助力战略决策。在做好会计核算基础工作的同时，加强与业务部门沟通，推动财务流程优化，统一财务和业务数据口径，从核算会计向管理会计转变，为企业业务发展提供数据支撑，参与企业的战略

决策。

优化工作方法，破解效率难题。工作量大、事情多时，需要合理安排时间，分清轻重缓急，急的重要的工作先安排，不急的可以先缓缓的工作安排在后面。各部门之间和领导保持良好沟通，及时了解需求，合理安排时间和工作的优先级；针对重复性高的工作，我们要开动脑筋，积极寻找高效、便捷的工作方式，主动跟集团信息管理部沟通，探索开发小程序或利用智能化的手段，化繁为简，实现一键处理，释放人力投入高价值工作。

拥抱AI工具革新，拓展能力边界。随着AI时代的到来，简单的WORD、EXCEL文档操作已经不能满

足日常的工作需求，我们要紧跟时代的步伐，日常生活中，我们也要不断学习，学习DEEPEEK、豆包等AI工具的使用，践行“终身学习”的理念，提升工作综合能力。

对贸易企业而言，科技创新已不是“选择题”而是“生存题”。未来，花园惠宝公司需持续将“科技基因”融入到财务与业务的每一个环节，以“科创”蓄能增长动力，以“智慧”开启发展新局。唯有主动拥抱技术变革，将智能化能力融入血脉，才能在不确定性的时代中锻造确定性的增长力，在“科技浓度”与“商业智慧”的双重较量中赢得竞争优势，实现贸易业务的高质量发展。

对标先进 共建共享

◎花园木材公司总经理贾海军

花园木材公司深入学习花园集团2025年半年度工作会议精神，深刻领会了“向先进学习”“细节决定成败”和“树立花园大家庭理念”的核心要求。结合企业主营门面、厂棚、标准厂房、露天场地等租赁业务，并深度嵌入红木产业链的实际，我们将做好以下方面。

对标先进 找准差距 明确学习提升路径

与传统意义上的高科技企业相比，花园木材公司的“科技”与“智慧”更多应该体现在对传统资源的优化整合、流程再造和服务升级。

在“综合经营管理”上学花园生物公司。我们重点学习其资源整合与企业内生态构建的能力。花园木材公司已非简单的“房东”，而是围绕红木产业，初步形成了一个聚集400余家商户、覆盖“原木—板材—加工—制造—油漆”全链条的微型经济生态圈。我们的目标是将这个生态圈经营得更健康、更高效、更繁荣，提升整个集群竞争力。

在“6S管理”上学花园新材公司。这对我们至关重要。我们的资产是场地、厂棚和厂房，管理的核心是安全、有序、整洁。我们将把6S管理理念深度融入日常运营，不仅是打扫卫生，更是要通过标准化、制度化的管理，提升各厂区的整体形象，消除安全隐患，为入驻商户创造一流的生产经营环境，让“细节决定成败”体现在每一个消防设施的检查、每一处通道的畅通、每一片区域的整洁上。

在“市场租赁”上学花园物流公司。就是要学习其现代化仓储物流管理和客户服务理念。如何高效匹配仓储资源、如何为客户提供增值服务、如何利用信息化手段提升管理效率、如何关心服务好每位业主，这些都是我们需要重点研究和改进的方向。

智慧赋能 激发创新发展新动力

时代在发展，科技在进步。我们的努力方向是构建产业大数据平台，驱动精准服务与创新，整合企业商户的经营数据、物流信息、原材料价格波动等，构建红木产业细分领域的大数据库。

一是分析产业链运行情况，预测市场趋势，为入驻商户提供决策参考，也为企业优化招商策略和配套服务（如引入金融、设计等增值服务）提供数据支撑；二是利用数据分析结果，主动为有需求的单位或个人推荐质优价廉的红木原材料、板材及加工服务，真正实现“以最优惠的价格提供给大家”，促进花园内循环的有利发展；三是探索基于数据的创新业务，如针对“全屋定制”需求，联合设计资源，提供基于标准模块的数字化定制方案，驱动传统产业向服务化、个性化转型。

树立大家庭理念 共谋发展与支持

“身在花园爱花园，我为花园做贡献。”我们深刻理解，企业的发展离不开花园大家庭的支持，相互之间可以建立一个内部资源共享平台，以“花园命运共同体”意识深化板块联动，在花园集团战略引领下主动打破业务壁垒，建立跨板块协作机制，充分挖掘、整合、盘活花园各板块的资源优势，通过精准对接与高效配置，真正实现“1+1大于2”的聚合效应。

我们将以“要做就要做好”的态度，把会议精神落到实处。通过学习和引入现代化的管理理念与工具，深度挖掘红木产业链深层次价值，全心全意为商户服务。

智赋酒店 品质体验

◎花园雷迪森大世界董事长龚纤茜

在“科技创新激发新动力 智慧赋能实现新发展”的号角声中，酒店行业正以前所未有的姿态，将前沿科技融入服务血脉，重塑运营肌理。科技不再是遥不可及的概念，而是真切地发生在宾客触手可及的每一个环节。

首先，要从“便捷入口”到“全程智享”，打造无界体验。一是针对线上预订平台的深度优化，建立智能导购中枢。基于AI算法，平台能根据用户历史行为、实时搜索偏好（如“带浴缸”“亲子友好”），甚至当地天气与活动，精准推荐匹配度最高的房型与套餐，将“千人千面”的个性化服务前置到预订环节；预订成功后，系统自动推送酒店导航、周边攻略、交通指引等信息的

“数字礼包”，实现从“订房”到“抵达”的无缝衔接。

二是展现机器人服务从“跑腿者”到“服务多面手”带来的全新体验。当宾客踏入酒店，服务机器人已成为一道亮丽的智慧风景线。送餐机器人不仅高效准确完成客房送餐、物品递送（如充电器、毛巾），更能在餐厅承担传菜任务，减少高峰期人力压力，保障服务时效性，其萌趣外观与智能语音交互，常成为宾客主动分享的社交亮点。

其次，要重构空间价值，激活非房收入与品质体验。智慧零售货柜的引入，是突破传统迷你吧局限的革命性一步，24小时即时满足需求。位于大堂的智慧零售货柜，提供丰富的零食饮料、

应急用品，其自主选择、自动结算的便捷模式，完美契合现代宾客尤其是年轻客群“即时可得、隐私自主”的消费习惯。

智能马桶的普及正从“高端配置”走向“品质标配”。健康关怀新标杆——自动开盖、座圈加热、温水清洗、暖风烘干、除菌除臭等基础功能带来极致舒适；节能环保担当——智能马桶普遍采用节水设计，部分具备“夜间感应灯”、“离家自动省电”等智能模式，契合酒店绿色运营与可持续发展理念；提升品牌科技感。这一细节的智能化，往往成为宾客离店后津津乐道的“惊喜点”，有力塑造酒店创新、高端的品牌形象。

实践证明，线上预订是智慧服务的

起点，送餐机器人是效率与温度的结合体，智慧零售货柜是空间价值的重构者，智能马桶是品质关怀的缩影，它们共同构成了酒店智慧化转型的坚实拼图，但这仅是转型的“序章”。我们深知，智慧酒店的核心不在“器”，而在“用”，不在“炫技”，而在“赋情”。未来，我们将聚焦体验，传递科技温度——所有技术应用，最终服务于“人”，确保机器人交互更人性化、线上界面更适老化、智能设备操作更无感化，让科技成为传递关怀的隐形之手；同时也拓展生态，拥抱开放合作，积极与科技企业、本地生活服务平台、文旅资源方共建“智慧旅居生态圈”，为宾客提供“住+X”的一站式品质生活解决方案。

精耕营销 质赢未来

◎花园大厦总经理汤忠良

在复杂的市场环境中，酒店面临诸多挑战。面对困局，花园大厦紧紧围绕花园集团半年度会议精神，依托“中国十大名村”金名片，打造传统营销与新媒体营销相结合模式，以“四星”复评为契机夯基础、炼内功，完善内部管理体系，打造高效优质的服务团队，经营与服务管理举措并驾齐驱，力争实现营收新突破。

加强营销策略 提升经营效益

线下精准出击，深挖外部资源。据统计，长三角地区人均GDP超1.8万美元，休闲度假旅游占比超60%，且Z世代、银发族成为消费主力。根据这一市场变化，我们将整合花园各方旅游资源并针对性设计旅游产品，主动并重点出击开发长三角区域与花园旅游集团对接。

依托花园村“乡村振兴”“共同富裕”名片，以党建活动和考察学习为主题，重点开发对接会务公司及培训公司，引进培训、住宿、用餐综合性消费团队，进一步拉伸营收链条。

在暑期旅游和开学季、商务差旅旺季，主推含水世界、采摘、周边景区联票的“亲子度假套餐”，同时着重联系“夏令营”活动组织机构；针对本地及周边1小时车程客群，推出含下午茶、水果捞的“周末微度假”套餐，联合邻近旅行社上线“周边游”专线；国庆长假和企业年会，将联动花园旅游集团资源推出“国庆深度游”套餐，提供“年会场地布置+餐饮定制+住宿”一站式服务。

以“包厢赢口碑、宴席赚收益”的经营思路，重点打造小型宴席产品及增值服务，丰富各类宴席场景化、提升仪式感，优化婚宴优惠政策；提高新菜品研发力度，目标推出至少5道招牌菜、必点菜。

优化渠道布局 提升形象展示

OTA平台整理，撤弃一些少订单、无订单的订房平台，集中所有流量至第一订房平台携程；加强携程平台运营，优化房源标题和图片，突出“花园景观”“亲子友好”“会议设施”等卖点，提升搜索排名，在有限的流量池里“抢”一席之地，同时为线下渠道好评加持。

微信视频号、抖音、小红书投放短视频，内容主要包括：客房细节、餐饮制作、客户好评故事。每月至少更新4条，挂载“酒店团购券”链接。

构建“私域流量池”，通过微信服务号、小程序连接会员，推送个性化内容。

随着市场需求变化，酒店产品也需逐步更新，目的是提升客户的体验感及收益。结合当前3亿多人群存在睡眠质量低或者睡眠困难的现象，打造酒店是生活方式的平台概念及应用新零售概念与AI，开发低投入、高产出的新型产品。

同时，也要练内功，强化服务品质。经营与管理是相辅相成的，再强的营销如果没有优质内部接待也将是“一次性”的生意，所以我们重点要提升服务品质以促进复购率。

继续巩固仪容仪表，提高酒店工作人员的“精、气、神”。优化完善质检管理体系，形成“发现问题—分析问题—解决问题”闭环。以“四星”复评为契机，优化完善各部门SOP并编制成册，作为各部门重要培训资料及工作程序标准。以客户体验感为中心，开展系列性“优质服务”激励活动，加强与优质酒店的互动交流学习，引入行业资深培训师，定期开展“酒店精细化管理”“数智化工具使用”“高端服务礼仪”等培训。

此外，花园大厦还将抓细节，优化成本管控。全年开展安全“自查自纠”工作，杜绝安全隐患，确保生产、生活零事故，安全零损失。拓展采购途径，完善采购询价程序，严把验货、收货关，降低材料采购等运营成本。优化组织结构，引进优秀人才，合理用工，实现一人多能，提高人效。强化节能降耗意识，严抓日常工作中的浪费陋习，制定“绿色客房”等节能降耗措施。

科技融乡 金融兴农

◎花园民资公司总经理陆海锦

金融作为现代经济的血脉，正与科技创新深度融合，催生前所未有的变革动力。而乡村振兴作为国家发展的宏伟战略，恰如一片亟待智慧灌溉的广袤田野。三者交汇，奏响了一曲以科技创新为引擎、以智慧金融为纽带、以乡村振兴为蓝图的时代交响，为中国式现代化注入澎湃动力。

乡村振兴战略的全面推进，呼唤着金融资源的精准滴灌和持续滋养。从现代农业基础设施建设的巨额资金需求，到新型农业经营主体的融资困境；从农村人居环境的改善工程，到乡村特色产业的培育发展，都需要金融体系提供多元化、多层次的支持。然而，传统金融服务模式难以完全适应乡村地域分散、信息不对称、抵押物不足等特点，造成了金融供给与需求之间的“最后一公里”梗阻。

科技创新为金融行业注入了“智

慧之魂”，重塑其服务模式与效能。花园民资公司意识到人工智能、区块链、大数据、云计算等前沿技术的广泛应用已在眼前。从前繁琐的信贷流程因大数据风控而变得高效精准，曾经难以触达的农村市场借助移动支付和数字银行实现了服务下沉。科技打破了金融服务的时空壁垒，将其从繁华都市延伸至偏远乡村，从大中型企业覆盖到个体农户。这种让有需求的个体都能享受到便捷、安全、适宜的金融服务，正是花园民资公司需要持续关注和在业务开展中的重点。

近年来，以国有大型银行和股份制银行为主的金融机构不断加大对花园集团和花园村范围内小微企业和个体工商户的金融支持力度，相关金融机构新增贷款的幅度是花园集团前几十年从未有过的，花园的发展得益于金融创新。同时，对于部分经商办企业

的花园村民来说，可以比较方便地从当地农商行、农行、建行及富民村镇银行获得小额信贷支持，使得村民可以根据自身的实际需求创业办企业。而花园民资公司则为花园村民的临时性资金周转提供配套服务，如银行转贷、信用修复贷款、房产交易过桥贷款等，解决了村民经营和家庭生活中的部分资金需求。

正是科技创新与智慧金融的深度融合，为破解乡村振兴的金融瓶颈提供了“金钥匙”。数字技术的赋能，使金融机构能够精准画像农村客户，开发适合新型农业经营主体的信贷产品；移动支付的普及，解决了农村地区金融服务覆盖面不足难题；农业保险的创新，通过遥感技术、物联网等手段实现了精准承保和快速理赔；供应链金融的拓展，将小农户纳入现代农业产业体系，分享全产业链增值

收益。这些创新不仅提升了金融服务的可获得性，更通过“金融+科技+产业”的生态构建，激发了乡村发展的内生动力。

在赋能生活富裕，共享数字红利方面，移动支付全面普及，缩小了城乡数字鸿沟；消费信贷和理财保险服务帮助农民平滑消费、规避风险、增加财产性收入。智慧金融让农民平等地享受现代金融服务的便利，真正共享数字经济带来的发展红利。

展望未来，随着5G、人工智能、数字孪生等技术的不断成熟，科技金融助力乡村振兴的图景将更加广阔。花园民资公司需进一步完善农村数字基础设施，打通数据孤岛；加强金融科技人才培养，提升农村主体的数字素养；创新监管科技手段，防范金融风险；构建多方协同的生态系统，实现科技、金融与三农发展的深度融合。

提效固本 服务赋能

◎花园物流公司总经理厉丽香

面对传统物流与市场运营中的效率与安全挑战，花园物流公司立足实际，积极引入规范化管理流程、基础性技术工具和精细化服务理念，着力提升招商、安防、服务等核心环节的效能，以科技创新为引擎，积极探索智慧化管理路径，通过数字化、智能化手段赋能招商、安防、服务全链条，为园区高质量发展注入强劲动能，为园区稳健发展注入新活力。

管理提效：数据支撑 优化招商运营

租金动态管理，精准施策。系统整理历年租金数据，科学分析市场行情，为制定合理的租金定价策略和招商方案提供坚实依据，助力实现园区持续100%出租率。

水电费电子化管理。建立电子台账系统，规范水表、电表抄录、银行定时扣款流程，实现费用计算精准、催缴及时，确保各项费用应收尽收、准确无误，显著提升收缴效率，降低差错率。

经营数据分析引导。关注园区第三菜市场运营数据（如2025年上半年猪肉售出近1300头），分析销售趋势和居民需求变化，为商户调整经营品类、优化进货策略提供参考，提升市场整体活力与供需匹配度。

安全固本：科技助力 筑牢安全防线

消防设施标准化与动态监控。严格执行消防设施定期检查维护制度，确保灭火器、消防栓、烟雾报警器等设备完好有效。探索应用基础传感器技术（如压力、水位传感器），辅助人工监测关键消防设施状态，提升预警能力。

强化消防安全培训与演练。2025年组织商户参与现场实操培训与应急疏散演练，确保人人掌握灭火器、消防水带使用方法，提升初期火灾扑救和应急疏散能力。

安全监控体系完善。在物流园、功能区及菜市场关键区域，持续完善高清视频监控网络覆盖。利用监控回查功能，辅助管理人员及时发现并纠正占道堆货、电瓶车违规停放充电等安全隐患，鼓励并协调商户厂区内部自装监控，努力消除监控盲区。

设施预防性维护。总结往年经验（如消防水管冻裂），在寒冬来临前，主动为消防栓加装保温保护套，并排空易冻管道存水，有效预防设施损坏。定期巡查井盖状况，对因大型车辆碾压导致的破损及时上报维修更换。

服务升级：精细务实 优化商户环境

菜市场环境改善工程。针对夏季通风不畅、异味问题，已在菜市场安装强力吊扇（12台），并配合日常清洁消毒，着力改善空气流通和卫生环境，提升顾客购物体验。对熟食区进行硬件升级，加装透明玻璃隔断和恒温展示柜，既保证食品卫生，也便于顾客挑选。严格落实进货凭证查验和公示制度，保障食品安全可追溯。

商户入驻高效协同。建立内部协调机制，为入驻商户（如2024年前蔡功能区）开通水电提供“一站式”协助。主动对接电力、供水部门，明确安装要求和进度，专人跟进协调，显著缩短商户通电时间，助力其尽快投产。

响应民生需求。通过日常沟通和简单调研，了解周边居民对食材的需求偏好。在第三菜市场后续招商中，有意识地引入更多品类、更优质品种的生鲜商户，努力提供丰富、优质、价格合理的农产品。

未来，花园物流公司将以立足实际、以规范管理强基固本，以实用技术提效赋能，以贴心服务凝聚合力，在传统运营模式中深挖潜力，不断激发内生动力规范化管理，在基础性技术工具、提升服务响应、保障安全运营等方面继续深挖精研。