

爱心, 今日在阳光小学相会

让我们共同见证为留守儿童圆梦的爱心之旅



留守儿童同样是祖国的未来,让他们能够过一个快乐幸福的六一儿童节,引导全社会都来关注他们,这是星报组织策划这场活动的初衷,更是主动担起的一份社会责任。昨日,捐助物资已经集齐。今日,爱心礼物就将启程。

施亚磊 记者 王玉 俞宝强/文 李超钰/图



中石化合肥分公司、安徽济民肿瘤医院昨来星报现场捐赠

爱心企业送来电脑, 阳光小学六一前拟开通视频 让父母的关爱“近在咫尺”

星报讯(记者 张火旺) 5月24日起,本报重磅推出《留守的童年,为爱悲伤为爱感动》系列报道,并发起爱心捐助行动,赢得了读者的盛赞和广泛参与,昨日,安徽建工集团同兴置业公司的员工们,走进阳光小学,为孩子们送去两台全新电脑。

昨日上午,记者辗转来到陈集镇大魏村。时值课间,看到叔叔阿姨们送来的电脑,阳光小学数十名孩子立刻围了上来,显得很兴奋。

“不只是孩子们需要,学校的老师们也急需电脑。”阳光小学校长陈万霞说,学校共有17位老师,平时生活比较单一,有了电脑之后,不仅可以做课件,还可以搭建与外界交流的平台,多了解教学方面的信息,开拓视野,提高自身的业务素质。谈及捐献电脑的举动,同兴置业有限公司的杨斌总经理说,他是市场星报的老读者,看到有关阳光小学的报道后,他深为校长陈万霞的爱心和老师们的努力所感动,在公司青年团员们的组织下,发起了爱心捐助行动,听说学校唯一的一台电脑还坏了,所以最后大家决定捐献两台电脑,作为孩子们六一儿童节的礼物。

捐赠现场,同兴置业有限公司的青年团员们与孩子们亲热交流,鼓励他们好好学习。离开阳光小学时,陈万霞校长表示,将尽快开通视频,争取让孩子们在节日里,能通过视频,感受距离无法隔断的父母之爱。



七旬老翁骑车过来捐助

昨日下午3点,中石化合肥分公司人员专程来到星报,为孩子们送上书包等礼物。公司前来捐助的负责人说,看到报道后,觉得孩子们很不容易,就在公司内部搞起了捐助活动,并得到了员工们的积极响应,衣服、书

包、书籍……几天时间就装满了几大箱。

下午4点,“爱心”热线又响了起来:“我是安徽济民肿瘤医院的,我们专程来为肥东阳光小学的孩子献爱心的,已到报社楼下……”。记者下楼一看,医院开了一辆面包车

来,两位医院员工正在“下货”,满满几大箱。

昨日下午,一位七旬老翁,喘着气,满头大汗来到星报:“打的不方便,只好自己骑车过来”。老人名叫杨浩兴,他告诉记者,自从前日看到市场星报刊登了“征集”消

息后,便决定捐助这些学生,让孩子在‘六一’来临前,感受到一份温暖和快乐。

临走时,老人想对这些孩子说一句心里话,并希望通过本报向这些孩子转达:学习才是出路,知识才是财富,好好学习,天天向上。

今日,让我们在阳光小学相会

连日来,本报策划并联合新浪安徽推出的“儿童节,他们更需要礼物”系列报道,引起了强烈反响,社会各界人士踊跃捐献礼物给肥东阳光小学的留守儿童们。昨日,捐助物资已经集齐。今日,爱心礼物就将启程。

活动推出后,社会各界的关爱源源不断:火爆的热线,微博上火热的心愿祝福,更有很多外地的朋友也加入进来,通过快递为孩子们寄来了各式各样的儿童节礼物。几乎每一天,都有感动。今日,本报就会把收到

的礼物和爱心,一并交到孩子们的手中。爱心车辆中,装载的有保温杯等生活用品,有书包、字典等学习用品,有篮球、羽毛球等体育用品,还有一箱子的毛绒玩具。希望这些爱心满满的礼物,能改善孩子们的生活和

学习条件。

我们相信,这场活动因为你们的爱心将更加精彩;我们感谢,为留守儿童圆梦伸出双手的你们。来吧,让我们在肥东阳光小学相会,让我们共同见证这段温馨之旅、爱心之旅。

国内外“名茶”将集结合肥“国际茶产业博览会”

徽茶老总“揭秘”企业成功之道

记者 何曙光

品香茗、观茶道、以茶会友,购名茶、逛展会、感悟文化。“国礼徽茶”中国(安徽)第六届国际茶产业博览会暨合肥(庐江)第五届茶文化节将在安徽国际会展中心隆重举行,届时,包括徽茶在内的众多国内外“名茶”将集结合肥。

日前,市场星报记者专访了安徽天方茶业集团董事长郑孝和,并聆听其解读“天方模式”以及徽茶成功之道。



缔造茶叶产业化的“天方模式”

从1997年的50万元注册资金,几台机器、几间平房作坊式茶厂到如今总资产达14亿元的集科、工、贸、农、旅为一体的中国百强茶企。

成功开发的古典名茶“雾里青”,进入了人民大会堂;“祁眉”高级红茶成为钓鱼台国宾馆指定用茶;天方富硒有机抹茶通过了省级科技成果鉴定,企业将争做中国抹茶原料最大的供应商之一。如今,作为国家级扶贫龙头企业、中国茶叶行业百强企业、国家级农业产业化重点龙头企业、拥有“天方”和“雾里青”两个中国驰名商标的茶企,一步一个脚印的安徽天方集团已成为徽茶的一朵奇葩。

如此成功的农业企业,其发展有“秘籍”可考吗?郑孝和笑着告诉记者,事实上,天方集团在这个相对落后的山区探索出了一条“农工商一体化,产销一条龙”的茶叶产业化经营之路,创立了“品牌+公司+基地+农户”这一适合农村经济发展的“天方模式”。

“首先,抓产品质量,以优质赢得客户,以技术稳定农户;第二,主动开拓市场。安徽天方集团十分重视市场开拓,目前已在全国建立了40多个办事处,

在200多个地方设定了代理商,产品销售网点覆盖了全国大部分省市区的商场和超市,以及部分海外市场;第三,注重企业品牌和文化建设。第四,企业的成长离不开当地政府的大力扶持。”

谈起政府支持时,郑孝和解释说,2005年至2007年,安徽省农发局批准在安徽天方茶业集团实施重点产业化项目。天方茶业的基地建设得以完善,生产设备、技术也得到了长足的发展,保证了品牌茶产品的品质。

随后,旗下的“天方”和“雾里青”品牌迅速走红大江南北,走进了千家万户。

一次与茶的偶然“邂逅”

谈及和茶的缘分,不得不提起郑孝和的童年时光,出生于芜湖农村的他最初接触到的茶,其实是柳树叶。

“小时候,家里买不起茶叶,母亲便摘下嫩绿的柳树叶,制成茶泡水喝,虽然有点苦,但那股淡至若无的茶香,却让我记忆犹新。”郑孝和告诉记者,初中毕业后,他没能继续上学,后来赶到石台县投奔亲戚,寻找发展机会。

其间他修过钟表,贩卖过打火机、磁带等小商品,后来又经营过电器,生产过

蜡烛、饼干。有一天,忽然发现,这座美丽的皖南山区小城,盛产优质茶叶。

1995年,郑孝和开始做起了茶叶生意,将当地的茶叶销往山东临沂。起初,由于销路不好,两个合伙人先后离去,只留下郑孝和一人苦苦经营,但他没有气馁,善于捕捉商机的他发现临当地茶叶产品结构过于简单,便转而销售有丰富中西药理论根源的养生八宝菊花茶,生意渐渐兴隆起来……

后来,郑孝和又发现现有零散的经营模式很难让好茶体现物有所值。

“当时,安徽经营茶叶的老板不少,但多数都是经营某个单一的品牌,比如六安茶都冠以六安瓜片、霍山黄芽,提到皖南茶则以黄山毛峰、太平猴魁自居。缺乏一个叫得响的企业品牌。”1997年,郑孝和毅然回到石台注册了天然茶叶有限公司,开始创建自己的茶叶品牌。

3年时间,郑孝和用智慧让企业的发展如日冲天。2000年公司更名为天方茶业集团公司,此时天方创造了中国茶业的奇迹,公司销售额达几千万元。

回首往事,郑孝和将自己的“创业心得”归结为:勤奋、坚持、体悟,要找到客户的需要。

茶企老总“揭秘”徽茶成功之道

作为全国重点产茶省份,安徽目前共有58个县(区)产茶,茶园面积208万亩,茶产业从业人数近500万人。

“安徽产茶历史悠久,优势显著,在中国传统十大名茶中,黄山毛峰、太平猴魁、祁门红茶和六安瓜片等安徽名茶占据四席。此次茶博会不仅是一次茶产业交流拓展的盛会,也为集中推介徽茶产品和品牌提供了良好的契机,相信借助此次盛会,徽茶的整体知名度和美誉度将得到进一步提升。”采访中,郑孝和力荐“国际茶产业博览会”。

作为徽茶企业的杰出代表,被誉为“中国茶王”郑孝和谈及安徽茶叶发展时,记者能隐隐感觉到他迫切的心情。

“我省是产茶大省,拥有最好的茶业资源和水土条件,但多年来我省的茶叶因缺乏力量与资源的聚敛整合,使得我省茶叶始终没做到足够强大,主要原因是缺少品牌和定位。”

在郑孝和看来,振兴地方茶产业,品牌是核心竞争力,是

消费者信得过的标志,也是企业增值能力的象征。但品牌像大树,必须有肥沃的土壤扎根,才能根深叶茂。而这扎根的土壤就是千家万户的茶农。

他进一步向记者解释说,“国礼徽茶则是横向做,它将安徽的优质名茶整合在一起包装营销,如同立顿品牌,不再局限于是哪个地方所产,这样安徽的茶业才能做大做强,走出国门,飘香世界。”

郑孝和向记者坦言,自己并不满足于天方集团所取得的成就,他的目标是致力于振兴徽茶品牌,弘扬徽茶文化。“每一款名茶,都有一段历史、传奇和文化。以往茶叶企业做营销都是竖着做,以地方茶叶品类作为品牌,比如黄山茶主打黄山毛峰,这样的结果是产量有限,企业做不大。”

采访欲结束时,郑孝和向记者透露,作为一个企业的负责人,未来一段时间,自己最大的梦想就是在3-5年内,让企业成功上市。