



文登好品牌，
以诚赢市场 以质铸品牌

诚氏果园：

做一份甜蜜的事业

实习记者 魏清玉

10月9日，诚氏果园总经理管芳一大早就驱车来到汪疃镇的葡萄园，实地查看当地巨丰葡萄的果品品质。管芳仔细查看果园土壤，辨别葡萄生产土壤施用的是否是农家肥。她一边看，一边问果农关于除害杀虫等田间管理方面的一些细节，亲自摘下一串葡萄仔细品尝。“这葡萄酸甜适中，品质不错，我们诚氏果园定您的货。”这样，诚氏果园的一个订单才算完成。

“让更多的人能够吃到好吃又健康的水果是我们的追求。”管芳说。为了让摆上诚氏果园货架上的每一种水果都是最香甜可口的，管芳跑市场，进果园，上地头，严格把控着果品品质的第一道关口。

诚氏果园成立于1996年。自成立以来，诚氏果园始终秉承诚信为本，质量为先的经营理念，倾心精品水果的种植、批发及零售业务，历经多年经营，现已构建起了完整的上下游产业链。目前，诚氏果园拥有种植园1000亩，业已成为全国首家，也是唯一一家种植零售商，产品远销全国各大市场。

诚氏果园致力于做最好吃的水果，立志成为跻身全国前列的果业公司。诚氏果园之所以能够做出如今在业内的领先成绩，是因为诚氏果园产业链布局全面，客户定位明确、水果评价标准精细、特色

种植基地种类多、供应链管理系统完整、鲜果管理系统科学以及宾至如归的服务营销等多种原因。

目前，水果消费市场多集中在农贸市场、流动摊贩以及各中、大型超市生鲜专区。在市场接近饱和的情况下，诚氏果园独辟蹊径，将客户主要群体定位于“至少要有一点追求水果品质”的中高端客户以及企业客户。原因是在消费持续升级的背景下，人们对水果的消费关注点不再只是建立于价格之上，人们开始关注水果的品种、水果的品质和水果的安全性等等问题。诚氏果园建立了从田间地头至城市货架的产业链，以确保始终如一的水果品质，以及宾至如归的服务态度，吸引了社区或小区中消费能力较强且对水果质量有一定要求的职业白领人群。此外，为了吸引中低端客户，诚氏果园也在产品种类和产品分级方面做足了功夫，也让中低端客户在诚氏果园找到了合适的好吃的水果。

“好吃是检验水果的首要标准”。为了让每一位走进诚氏果园的顾客吃到最佳品质的果品，根据“好吃”这一标准，诚氏果园制定了采购标准、品控标准、验收标准、门店标准，形成了标准的体系。在物流方面，诚氏果园还专门建立了公司的专业物流车队，建立了强大的配送和后勤保障系统。诚氏果园运用鲜度管理系统，减少了人工判断的疏漏和失误，进一步提高诚氏果园水果的新鲜度。

诚氏果园为了能够挑选

到物美价廉的产地直供水果，采购员基本上走遍了中国的大江南北，甚至远赴国外。在采购的时候，采购员会格外注意水果的口感，他们都是在水果快成熟的季节提前到水果产地进行预定，保证水果自然成熟并且绿色天然，绝对禁止经过后期加工、催熟等一系列做假行为的发生，保证让顾客吃到新鲜、正宗、口感好又健康的水果。近日，诚氏果园到货一批牛油果，开箱后发现已经产生黑丝。为了保证吃到顾客嘴里的果品都是最新鲜的，诚氏果园当即决定将这批价值5000多元的牛油果下架，销毁。

诚氏园非常注重员工的培养，除了必要的新进培训，还会采取定期培训的方式，给员工讲解水果专业知识和服务营销的方式方法。诚氏果园最大的特色在于其承诺不好吃“三无”（无小票、无实物、无理由）退换货，让客户感受到公司的自信以及增加对产品的信赖感，同时增强了客户的黏性。

一直以来，诚氏果园做着有温度的企业。对内提高全体员工的工资水平和福利待遇以及慰问家庭困难员工等形式，让员工真正感受到企业的关怀和温暖，增强员工的凝聚力和归属感。让员工认同企业，工友间沟通顺畅、互相尊重，彼此扶持，以诚相待、共同进步。形成了企业韵养不息、充满活力的文化之根。诚氏果园除了实体店外，还积极发展社区团购业务，为无法正常上班的宝妈们提供了一条新的



就业渠道，同时也缓解了社会的就业压力。

作为城市水果的搬运工，诚氏果园深知自己卖的就是服务。服务要靠精细、细节来取胜。诚氏果园的所有连锁店拥有统一的店铺标识，配备一体化的网络收银平台和即时的摄像监控系统。店内装修明亮简约，根据营养成分、颜色搭配，对果品进行归类摆放，让进店的顾客有赏心悦目之感。与此同时，诚氏果园还提

供了免费洗切，送货上门等覆盖销售全过程的贴心服务，树立了诚氏果园顾客第一，用心服务的良好口碑，赢得了威海老百姓的交口称赞。

“鲲鹏展翅九万里，直上云霄摘星月”，这正是诚氏果园“鸿志高远，蕴力腾飞”的远大志趣。未来，诚氏果园将进一步立足威海，以自营店为主，连锁经营为辅，不断拓展发展空间，励精图治，不断进取、合力拼搏，向抱负的更高处拓进！



体味艰辛 传递幸福

31天爱，让爱传万家

实习记者 王丽娜

如今，女性的健康观念日益提升，尤其年轻女性，渴望产后恢复身体，能拥有接近产前的身体状态。但是产后诸多问题，比如身材走样、骨盆变大乃至可能出现的漏尿问题等，无一不在困扰着爱美的女性。针对女性需求，韩十二旗下31天爱产后调理恢复中心应运而生。

“亲情化服务，产妇产后恢复”是31天·爱产后调理恢复中心的服务宗旨，在风云莫测的产后行业里，31天爱坚持以诚为本，以客户需求为导向，设立了产后专业满月发汗，乳腺管理，母乳管理，产后气血恢复，产后盆腔恢复，产后私密美疗，身材管理，产后皮肤

管理等产后妈妈身、心、形护理项目，运用各国高新技术，凭借安全有效的健康护理方式为广大产后妈妈提供自然塑美服务。

“我们的目标就是健康一个妈妈，幸福两个家庭，让天底下的妈妈远离月子病”，恢复中心的孙经理说。为此，在招录员工的时候，31天爱制定了“三要”标准：一是要心中有爱，二是要热爱这个行业，三是要有母婴和推拿方面的相关知识。在满足了这三个条件之后，新员工还必须到总部培训1个月，结业之后才能上岗。为持续保证服务质量，31天爱的员工每1-2个月还需要定期到总部进修。同时，总部的老

师每个月也会到恢复中心3-5天，进行对员工技能进行实地考察和指导，并将最新的母婴知识及时传达给员工。

“我们的调理是结合了中西医的调理方案，与专业产后专业护理以及先进的护理手法，建于传统养生的基础之上，运行气血，滋养全身的特色服务项目”，孙经理介绍到。恢复中心的媛媛店长师从我国著名整骨专家、欧阳正骨第三代传人欧阳源柳老师，媛媛店长悉心研习欧阳老师独创的无极太和疗法、全息爱心疗法、多维经脉疗法，已经为多为产后妈妈解决了产后病痛。“我刚出月子的时候来31天爱做过一次满月发汗，后来因为

没有时间就没有再来，没想到半年以后，我的腿疼到感觉不是自己的了，过来一检查，发现是骨盆的问题，加上身上的寒气太重造成的。媛媛店长给我制定了综合调理方案，发着汗，调着气血，做着骨盆，配上手法，当时就见效了。到现在，我的骨盆也矫正了，腿也不太痛了。”杨女士说。

“我们的调理不是局部调理，而是综合的，我们会从根本上找到顾客不舒服的原因，然后综合各方面对顾客进行调理。打通顾客的经络，推开体内郁结的气，将顾客拦截在去医院的路路上，推迟他们将来进医院的时间。”孙经理说，“如果顾客不方便，我们还会

到家里为他们服务，这些都是无偿的，因为我也是妈妈，我特别理解产后妈妈们的艰辛。与此同时，随着大众健康意识的增强，很多腰疼、腿疼等身上不舒服的顾客也会到我们这里进行推拿保健。”

为产后妈妈解决生产后的各种烦恼，令产后妈妈呈现健康之美，是韩十二——31天爱产后调理恢复中心追求的目标。孙经理说：“这是一份美丽的事业，也是一份幸福的事业，能够切实解决产后妈妈们的病痛困扰，我感到很荣幸也很快乐！今后，我们将继续致力于解决各位爱美女性的产后恢复问题，帮助产后妈妈们重塑健康美丽人生！”

