

郑恺持股企业退出火凤祥 宁波火锅店仍在正常营业



火凤祥鲜货火锅宁波店正常营业。

当红明星代言、开店总能掀起一波热潮，不少人也会冲着明星宣传进店消费。其中，去年火凤祥鲜货火锅在宁波开出“全球首店”，郑恺以“掌柜”身份力推，但最近突然被曝其持股企业已经退出火凤祥，一度引发网友围观。

火凤祥上了微博热搜

11月13日，火凤祥上了新浪微博的热搜，其中一大原因是其股权结构发生了重大变化——昔日以“掌柜”身份力推火凤祥鲜货火锅的郑恺及其团队，悄然退出了火凤祥。

据了解，火凤祥(宁波)品牌管理有限公司于2020年7月18日在宁波开出火凤祥鲜货火锅“全球首店”，主打上世纪三四十年代国潮商行风格，是一家经营川味火锅的连锁企业。

据天眼查APP显示，11月9日，火凤祥(宁波)品牌管理有限公司发生工商变更，原股东上海欢铄企业管理中心(有限合伙)等退出，原股东信息显示，郑恺持有其70%股份。

门店内秩序井然客人不少

同时据记者了解，在此期间，曾

有外地加盟商来到火凤祥全球首店(即钱湖天地门店)门口拉横幅维权，内容直指郑恺“割韭菜”“诈骗”。随即，火凤祥方面报警，相关人员被劝离。

11月13日晚，记者再次走访火凤祥钱湖天地门店。虽是晚间9点左右，但钱湖天地商业中心广场的人气还不错，老远就能看到经典的“复古红+铁色绿”店招、硕大的落地电子屏，以及“营业至凌晨2:00”宣传语……氛围感依旧。

客流方面，记者在该火锅店逗留许久，店内秩序井然且客人不少，大堂餐桌前几乎座无虚席。

“听说了郑恺退出的事，但没觉得会对火锅品质有什么影响。”一名刚刚用餐结束的客人这样评价道。也有途经此地的市民忍不住说上几句，称自己虽没有深入了解网传事件

的具体状况，但无论如何，明星开店更要谨慎，更要有社会担当，毕竟在餐厅工作的人都是要养家糊口的。

开业以来一波三折

事实上，火凤祥自去年7月18日在宁波开出火凤祥鲜货火锅“全球首店”以来，着实一波三折：一开业，经历了和吼堂老火锅的“抄袭门”；后来，门店又因食材问题引发争议，被市场监管部门约谈……多次冲上微博热搜榜单。

但不可否认的是，该品牌近年的发展势头也很迅猛，不但斩获“中国五星级火锅企业”“2020年度最具投资价值火锅品牌”等殊荣，目前在全国已经布局近200家门店。

另悉，近日郑恺、火凤祥方面将对此次会有公开回应。

记者 谢舒奕 文/摄

“邮快合作”打通最后一公里，山区包裹也能“次日达” 今年“双11”，四明山上村民网购“爆仓”啦

又是一个“双11”，当市区的消费者正在尽情收割着“买买买”的成果时，在距离市区70多公里之外的四明山之麓的村民，也在享受着这场消费狂欢的快乐。作为快递进村的示范点之一，四明山镇实行的“邮快合作”的模式，让每件快递“前进”了35公里山路，也为山上的百姓带来了更好的生活体验。

山区包裹“次日达” 村民放开“买买买”

11月12日，53岁的唐财根比平时提早了近一个小时，就开着自己的厢式货车从四明山镇邮局出发往山下的梁弄邮局赶。这两天赶上“双11”购物节，包裹也比平日里多了一倍，他得留出宽裕的时间装车。

唐财根是四明山镇邮政所的一名老员工，从业20多年了，主要负责邮件快递的分拨投送工作。“450多票，比去年‘双11’多多了，你看快递方便了，大伙也是放开了买啊。”核对完早上拉过来的快递唐财根笑着说。

趁着同事帮忙分拣的空当，他跟记者聊起了近几年的变化。这两年，大山外早已是网上购物的天下，但住在四明山麓的老百姓却没有能第一时间享受到这一便捷。

“几年前四明山公路提升改造后，进出山是方便很多了，不过因为上山成本太高，民营快递的件都只送到梁弄就结束了。山上的收件人要自行去梁弄取件，这一来一回至少得半天。”唐财根说。

2020年3月，作为“邮快合作”的试点之一，四明山镇开始和民营快递企业合作，统一由邮局集中取件送件。每天一早，唐财根就会下山把这些包裹和邮政的快件、报纸、信件一并带上山，按村分拨之后，下午送到下面每个村的村委会里，村民们只要走几步路就能拿到件。“今天到达宁波分拨中心的快递，最快明天就能

送到村里，山区和城里的快递时效就这样被基本拉平了。”唐财根说。

而一些行动不便的老人或一时走不开的收件人，只要跟他招呼一声，他就会把件送上门——在镇里20多年，他熟悉这里的每条山路，也熟悉每个人。谁的件到没到，谁的件有几个，他了如于心。

茶培村是四明山镇所辖的12个行政村之一，全村常住人口600人，其中老年人占比高达60%。“早几年老年人行动不便，坐着公交车去梁弄取件很麻烦。这种情况下，别说在网上买东西，外地的亲戚一般也不敢寄东西过来。但现在每天的快递基本能送到家门口，不仅方便，还省钱了。比如家里要添个柜子，以前让木匠做一个要350元，现在到网上买买100多元就够了。在外面的年轻人也经常买些吃的、用的、玩的寄回给老人，好东西有不少呢。”村干部卢伟春笑着跟记者讲述“快递进村”后乡亲们生活的改变。

据统计，现在平均每个月有八九千票的民营快递件通过“邮快合作”模式送上四明山。不仅让大山里的百姓感受了一把“拆快递”的快乐，也大大降低了民营快递企业的投入成本。

同时开辟了“带货”功能 带火了山上特色农产品

当然，被一个小小快递改变的，除了四明山镇百姓的生活品质，还有经济收入。作为“快递进村”工作的

一部分，四明山镇邮局还开辟了“带货”功能，将大山的好物通过畅通的快递渠道销出去，以增加当地百姓和相关企业的收入。

在四明镇邮政所，记者看到了镇里农合联服务社的网点。网点里土蜂蜜、高山冬笋、土鸡蛋、茶叶等当地土特产放满了货架。据工作人员介绍，快递进村之后，借助高频次的送件，为农产品外销进一步打通了链路，在时效性和便捷度上为相关农户和企业提供了最大程度的支持。

其实早在2019年，邮政公司旗下的“邮掌柜”品牌就开始发挥出将当地农产品推向更大舞台的作用。以余姚梁弄的张金梅红娘子大糕为例，通过邮政“邮掌柜”牵头，从2019年年底至今，实现了120多场共进社区活动，额外增收36000多元。并因此树立红娘子品牌，创建城区大糕团购配送网络，带动日常销售300%的增长。

实现“快递进村”全覆盖 给行业带来增长新契机

事实上，不仅是四明山镇，截至目前，宁波全市10个区县(市)中的2454个建制村已全部实现主要快递品牌“快递进村”全覆盖。通过“邮快合作”、交邮快合作等方式，将快递业的触角伸到了最后一公里。

今年6月，宁海县“公交邮路”正式开通。这一“既是公交车，也是快递车”的模式，让宁海边远乡村的快件配送能力达到76.6万件/年，缩短

城市到农村配送时效0.5天，降低农村物流整体成本20%以上。

当地聚焦解决“快递到不了村、东西买不进来、农特产品卖不出去”三个核心问题，并同步“集士驿站建设、数字化交邮联运、农产品在线商城”三个体系建设，对“快递进村”进行业务协同、流程再造、制度重塑和迭代升级，同时打通了城乡物流服务的“最后一公里”和“最后一百米”。为拉动乡村消费、促进农民增收、助力乡村振兴、实现共同富裕提供有力支撑，更是宁波贯彻落实交通部“客货邮”工程和国家邮政局快递业“两进一出”工程的生动实践。

“双11”陪伴大家走过了13年。一个轮回，让行业进入新的抉择期，也面临着前所未有的挑战，但这背后也隐藏着新的机遇。以农村、山区为代表的下沉市场，给行业带来增长新契机，让村民能和城里人获得一样的线上购物体验，让村里的特色农产品也能更通畅地运出大山，送入千家万户，以及由此带来的高质量社会公共服务，促成的就业与创业，也成了乡村振兴的重要指标。

宁波市邮政管理局局长温雪荣告诉记者，未来，宁波将按照浙江省邮政管理局推进“快递进村”决策部署，在全市继续稳妥高效推进“快递进村”建设，让这些散落在村村镇镇的点点星火，成为在我市打造共同富裕“宁波样板”的坚实基础，成为全省邮政快递业高质量发展的东部桥头堡。

记者 黎莉
通讯员 刘晓阳 王依依