

“人才与城市双向成就”系列报道③



乐歌股份董事长项乐宏： 回宁波创业 是最正确的选择

扎根宁波 宁波没有辜负他的选择

项乐宏义无反顾地选择了宁波，宁波也没有辜负他的选择。“宁波用宽大的胸怀让我的选择开出了绚烂的花。”他说。

其实，选择贯穿项乐宏创业的始终。

1998年，“到保税区开公司，可以有外汇账户”的利好政策让彼时还在央企工作的项乐宏敏锐意识到：“一个允许民营企业做外贸的时代来临了。”

这一年，27岁的项乐宏选择放弃“铁饭碗”下海创业，做起了话筒架、音响支架和电视支架代工生意。2001年，中国加入WTO后，他的视野越来越宽广，于2002年成立了乐歌，公司2008年的营收一度突破1.3亿元。

正当他准备大展拳脚时，金融危机的阴霾开始笼罩整个世界。销量骤然下降让他有点慌神，这时他意识到给别人代工的路是行不通的，因为附加价值

太低。

正在项乐宏一筹莫展时，英文里的一个单词——Ergonomic（人体工学）犹如一束光跃入眼帘，他重新燃起了创业的激情。

“根据人腰椎和颈椎的问题，我们开发了升降台、升降桌创新，再往后延展，于是就出现了多场景的线性驱动产品。”

2011年乐歌开始试水跨境电商，请了职业经理人，做了一堆卖得很便宜的产品，但是干了4年，亏了4000万元。

“眼看之前积累的‘财富’都要付诸东流，我操刀跨境电商业务，缩减库存、适当提价、聚焦品牌，10个月之后就盈利了。”项乐宏后来反思，创业的过程中，不仅创业的“土壤”重要，自己更需要把握住机会沉淀和提升，在创新中不断探索，才能创出一片天地。

如今的乐歌已成为国内人体工学行业的领先企业，于2017年登陆资本市场。

相互成就 人才与企业与城市“彼此吸引”

“乐歌不断发展蜕变的背后，是一个个人才支撑起来的。”项乐宏说。

谈及招引人才的举措时，项乐宏给出的说法也实实在在。“坦诚地说，人才为什么选择你？第一钱多，第二机会多。乐歌是一家白手起家的公司，一直在实施股权、期权的激励措施。在乐歌，现在有400多名员工是我们的小股东。在共同富裕方面，在激励人才方面，我们是最实打实的。当然，我们的激励措施非常的公平，谁有‘才’谁就有很多‘财’。”

在这样的理念和措施下，乐歌引进了不少人才。项乐宏说除了企业自身的吸引力外，企业所在城市的吸引力也很重要。

这种吸引力体现在一座城市是如何打造引才“软实力”和留才“硬支撑”上的。近年来，宁波市对各类人才引进

方面，不仅形成了基础人才普惠支持、产业人才专项支持、特殊人才特殊支持的政策体系，还打出了举荐认定制、职称自主评审制、揭榜挂帅制的组合拳。

“书藏古今，港通天下。”项乐宏说，读起来都有一种豪迈之气充盈胸间，“宁波这座城市实在、宜居且包容。”

项乐宏觉得宁波的政府与社会在创新方面很有魄力，“创新是一个失败率非常高的事件，我觉得宁波政府在引进和鼓励企业、肯定和关心企业家方面的包容精神值得称道。在创业、创新、投资的过程中确实有不少失败的例子，但从政府到民间都对创业创新非常包容，允许失败，这是比较好的地方。”在项乐宏的理解里，宁波是一个包容人才、成就人才的地方。

记者 王婧 实习生 应雨佳 文/摄

为预付式消费保驾护航 宁波市“放心充”平台正式运行

宁波市消保委发布的《宁波市预付式消费情况调查（体察）报告》显示，超四成的消费者在预付式消费过程中遭遇过纠纷，健身体育、美容美发、休闲娱乐、教育培训等行业成为纠纷“重灾区”。

如何规范预付式消费市场，保障消费者合法权益？

3月16日，宁波“放心充”正式启动暨百优卡二手车项目签约发布会举行。这意味着，经过一年多的区域试点，宁波市“放心充”消费服务平台（以下简称“放心充”平台）正式在全市范围内推广运行，为预付式消费保驾护航。

据了解，该平台由宁波市消保委、宁波市商务局、中国人民银行宁波市中心支行指导，鄞州区消保委、鄞州区商务局主办，宁波智慧产业发展有限公司提供技术支持。

“消费者通过‘放心充’平台充值资金不会直接进入商家账户，而是进入商家在银行开立的监管专户。只有消费者实际产生消费并确认核销，平台向监管银行发送指令后，相应资金才会从银行监管账户划拨给商家基本户。”宁波市消保委相关负责人介绍，该平台还能将商家备案、日常发卡及经营情况等数据共享至政府监管平台，为行业监管提供支撑。

据统计，试运行初期有18家连锁企业及其门店入驻“放心充”平台，涵盖美容美发、餐饮美食、水果生鲜、生活服务等多个行业。后期，按照资金监管政策要求，引入95家教育培训机构。该平台至今已累计交易近5万笔，涉及监管资金近2700万元。

启动仪式上，浙江百优卡二手车经营有限公司的签约入驻，也为宁波依托“放心充”平台强化预付式消费监管服务、推动消费维权社会共治开辟了新路径。

宁波市消保委相关负责人表示，“放心充”平台采用预付资金百分百纳入监管的模式，从源头堵住预付式消费漏洞，同时服务于消费领域涉及的各方主体发展，助力稳定消费市场、提升消费质量。接下来，宁波还将不断拓展“放心充”平台服务半径，不断增强群众消费安全感，进一步提振消费信心。

记者 毛雷君

宁波银行专栏

普及金融知识，提升金融素养

——宁波银行开展“3·15金融消费者权益日”活动

“投资养老要谨慎，老年人的事，再小也要当大事”“清清楚楚理财，明明白白消费”“学习征信知识，维护自身权益”……近日，一群小小“消保宣传员”通过宁波广播电台FM105.2向听众讲解金融知识。这是宁波银行开展的“童声真美好，消保进万家”宣传活动，也是宁波银行今年组织的“3·15金融消费者权益日”系列活动之一。

宁波银行“3·15金融消费者权益日”活动采取线上线下相结合的方式，聚焦“一老一少、一弱一新”等不同群体，开展形式多样、内容丰富、富有成效

的宣教活动。

宁波银行把握受众群体特征，主要开展三项主题活动：面向青少年，走进宁波外国语学校，与在校学生开展一场“我眼中的个人信息保护”主题沙龙；面向老年群体，走进宁波老年开放大学，开设一场“3·15金融知识游园会”，设立“日进斗金”、“八仙过海、风险标语大转盘”等游园活动；面向新市民，联合12家同业金融机构，开展一场大型宣教活动，通过消保朗诵、诚信宣誓、知识抢答等形式，向社会承诺共同筑造诚信消费环境，提振金融消费者信心。

活动期间，宁波银行依托网点多覆盖的优势，全力打造爱老厅堂，提供老年关爱服务，扩大窗口服务人员，优化厅堂设置，做到柜台与人员配置再加“一”。宁波银行员工积极参与活动，全行400多家网点均有开展。

此外，宁波银行制作了《净值型理财二三事》原创视频，自3月13日起通过宁波市所有地铁和公交线路共1万余个视频终端进行展播，连续播放3个月，充分让金融知识“流动”起来，打造浓厚的宣传氛围。

本次3·15金融消费者权益日”系列

活动是对宁波银行服务的一次检验，也是对消保理念的普及和深化。宁波银行始终将金融消费者权益保护工作作为提升全行服务与品牌的重要工作，积极履行金融消费者权益保护宣教义务，以提升消费者金融素养为目标，聚焦新形势下的消费者关切问题和需求，多层次、多维度持续推进金融宣教工作。

宁波银行以本次活动为契机，从更深层次、更大范围、更有保障和更可持续地促进金融消费公平，进一步形成普及金融知识长效机制，提升消费者对金融产品和服务的认知，增强风险责任意识；进一步强化银行服务意识，始终以消费者为中心，持续提升服务质量和效率，提高公众满意度，展现银行业良好形象。

宁波银行