



不用去黄山,上海人在家门口也能欣赏到古色古香的徽派建筑——这个让人产生美妙“错觉”的地方,就位于上海市闵行区华漕镇南华街上海徽府。对上海徽府主人郑宏祝的访谈,就在这幢精美的古宅中进行着。我们聊到他初到上海闯荡时的艰辛,聊到上海徽府的缘起,聊到了初心,聊到了更大的愿景。在长三角一体化发展的新进程中,他期待有更多的佳话发生在这里。

# 徽州古宅“平移”到上海

## 曾欲打造上海西郊“百老汇”

安徽商报:这么大一个徽州古宅,几乎完好无损地移到了上海——不管是谁,第一次来这里,肯定会很好奇吧?

郑宏祝:当然好奇。我觉得人们好奇的另一个主要原因,还是在于这幢宅子太精美,在于徽州古建筑在人们心中已经有了非常高的地位,在上海突然见到这样的老宅子,会有点措手不及,惊奇惊喜,这是所有来到上海徽府的人的第一眼感受。

安徽商报:这样的徽州老宅子在上海没有第二座,你是怎么做到的?

郑宏祝:这块地我是20年前拿到的,有30多亩,先前是一家废弃工厂的旧址,拿地前我跑来看了看,方方正正,开开心心,挨着南华街,后面就是苏州河,有着大喧闹中的小宁静,我喜欢得不得了。

那个时候,这一块已经是上海西郊的黄金地段了,地价涨得很快,拿到手后,这块地,究竟要用来做什么?我开始认真考虑这个问题,但还没想到要建上海徽府。

安徽商报:听说一开始有想法要把这里打造成现代艺术中心。

郑宏祝:有过这想法,我拿到这块地时,时任中国国际贸易促进委员会副会长王锦珍,特地把我喊去,和我聊了很久,按王锦珍的想法,上海需要有一个类似于百老汇的地方,现在上海外国人这么多,他们需要有一个可以集中感受现代艺术尤其是文艺气息的地方,而我手里的这块地,用来打造成上海西郊“百老汇”,会非常好。

百老汇这个概念太大了,我做不了,但王副会长的话,引爆了一个核,启发了我,我做不了百老汇,但我能沿着他提供



的智慧,来做我想做、我能做的事。

## 400多年的老房子“平移”至上海

安徽商报:为什么在你心里最初显现出来的,是徽州古宅、徽州文化的样子呢?

郑宏祝:因为我是徽州人呀。我出生在肥东,祖籍在歙县郑村,以前每年都会回歙县祭祖。我们郑氏家谱上记载着:明朝永乐年间,郑氏即已在徽州歙县聚族而居,当时的村子,住了郑姓三千多人,祠堂、学堂、戏台、谯楼,各种建筑制式一应俱全,在祠堂正中巨大的横梁上,悬着明太祖朱元璋题写的御笔赐封“江南第一家”,而刻在祠堂正厅侧壁上的郑氏家规,多达一百多条……

再说说我自己。我是1989年来上海打拼的,二十刚出头,口袋里只有几百块钱,我从机电设备维修做起,几乎全上海的工厂我都去过,跑遍了整个上海滩,有了资金后办汽修厂,做生意的同时,利用业余时间读书学习,拿到了澳门科技大学MBA学位——在上海,像我这样打拼的安徽人,还有不少,我感觉我们能吃苦,做事认真,待人诚恳,积累了财富后会有更高的精神追求——这和过去的传统徽商,在精神和气质上是一脉相承的。

这块地,究竟要用来做什么?那段时间,我一直在琢磨这个问题,“徽州”等于是颗种子,在我心里埋了多年,恰好就在这个时候发了芽。

安徽商报:这么一说,上海徽府在构思之初,起点就很高了。

郑宏祝:也没有这么高。我当时想得很简单:让在上海的安徽人能找到家的感觉。所以一开始主要是希望把这里打造成一个充满徽州元素的地方。但很多事都是做着做着就变了,想法越来越多,胆子越来越大,有点刹不住。

为了设计上海徽府,我先后换了数十位设计师,不断修改图纸,终于按照自己的想法设计出了上海徽府的平面图,亲自监督工程的实施。

安徽商报:最令人不可思议的是,你竟然将一幢500多平方米的民居原封不动地“平移”到了上海。

郑宏祝:这是一幢明代的老房子,我找到它的时候,它已经破败不堪,眼看就要倒掉了,我买下来,将每个建筑部件都拆下来,做上标记,装了几个集装箱运回了上海,然后挖了一米多深的地基,将各部件修好,按原先绘下的图纸一一复位,现在你看,它哪像是移来的呢,明明就是在这块土地上生长了几百年了,和周围非常怡然自洽。

安徽商报:在上海徽府里,你最期待什么事发生?

郑宏祝:上海徽府正在打造一个舞台,二胡、评弹、昆曲、黄梅戏、京剧都将在这里上演。马晓晖老师跟我说过,她将来要创作一曲《黄山颂》,等她写出来了,不仅要在上海徽府首演,我还要陪着她,把《黄山颂》带去安徽,带到全国各地去演,共同圆梦。

安徽商报融媒体记者 祁海群 / 文  
(图由被访者提供)

# 聆听客户声音 播撒爱与责任

## ——阳光财险2023年客户节精彩开幕

在2023年夏季之初,阳光财险迎来2023年客户节。本届客户节将以“聆听客户声音,播撒爱与责任”为主题,围绕一切以客户为中心,全心全意为客户服务的本质,不断升级阳光产品与服务,用实际行动践行“让人们拥有更多的阳光”的企业使命。

### 新阳光·新服务

#### 暖心举措升级 服务温度满格

值此客户节来临之际,阳光财险从客户感受出发全新升级各项服务。通过深化服务模式,按照不同服务场景,为客户提供温暖贴心的特色服务。在车险查勘现场,为客户提供“三三服务”,即“见面时握手问候、处理中流程告知、结束后诚挚感谢”的“三个问候”和“协助撤离、帮助施救、资源支持”的“三个动作”。面对伤者客户提供“爱陪伴”“包干赔”“住院慰问关怀”“上门调解”服务,让客户感受到阳光服务的贴心。同时提供线上快捷高效的理赔透明服务,保证现场透明、位置透明、过程透明、救援透明,持续提升客户满意度,打造安全放心的服务环境。针对不同客户需求,推出定制化理赔创新模式,包括品牌4S店维修、维修全程可查看、代办理赔免结费、人伤先行垫付四项专属服务,让客户感受到阳光的品牌价值。

本届客户节围绕银发客群,在柜面设置银发客群专属服务窗口,并提供银发客群拨打客服电话“一键转人工”服务。同时聚焦老年人日常实际需求提供“小橙大爱”等多

化系列服务,根据老年人实际需求多样化设计课程内容,课程聚焦老年人日常生活涉及的手机基础操作、出行、防诈骗等10类高频事项和服务场景内容,增强老年人的获得感,推动社会适老化转型。

### 新阳光·新关爱

#### 助力风险减量 保障客户安全

阳光财险致力成为客户健康管理的服务提供者、企业和家庭财产的安全守护者,“橙心橙意”提供全新关爱。

活动期间,针对企业客户,依托“专业+科技”的力量,提升“防”的能力、“减”的实效、“救”的服务,助力风险减量。为企业客户提供汛期风险隐患排查、电气隐患排查、风险巡防、风险防范讲座等系列服务,通过阳光天眼风险地图平台灾害预警小程序为客户及社会公众提供气象预警及查询服务,向客户提供一揽子风险解决方案,真正成为客户值得信赖的风险管理伙伴。针对不同个人客户和家庭客户,提供差异化关爱产品及服务。推出“爱相伴”“爱成长”“爱长久”“爱相守”“家政无忧”等多款优惠产品,满足家庭顶梁柱、青少年、老年人、新市民等不同群体、不同年龄阶段客户的保险需求,护佑客户美好生活,传递阳光大爱。

### 新阳光·新风采

#### 感受阳光魅力 聚力定点帮扶

客户节期间,阳光财险将邀请客户走进阳光博物馆、

阳光科技馆、阳光融和医院,带领客户了解保险的发展历程,感受阳光在保险科技方面的魅力,体验阳光在医疗、教学、科研、预防、保健、康复、转化医学等全方位的医疗保障能力。

同时阳光财险将汇聚力量开展一系列公益活动,向社会传递阳光正能量。走进革命老区开展老年人关爱活动,走进边区开展少儿素质教育,走进少数民族地区开展口腔知识普及活动,为消费者送去温暖,让客户切实感受到阳光的风采和魅力。

### 新阳光·新面貌

#### 高管走近客户 聆听客户心声

本届客户节,阳光财险将开展落实客户思想系列活动。组织高管体验日、高管大拜访、高管服务日、高管聆听日和高管讲消保系列活动。阳光财险管理层全面深入市场,走近客户,聆听客户声音。通过对消费者风险管理需求的收集与调研,为客户匹配更合适的产品和服务。本次活动的组织既是一场阳光管理层与客户的“遇见”,更是一次贯彻落实“以客户为中心”思想的重要体现。

五月渐深,阳光正好。在这个美好的季节里,阳光财险将继续秉持“一切为了客户”的理念,持续不断地改进服务质量和客户体验,为每位客户带来更多的关爱和贴心的服务。真诚期待您的参与,共同见证这个充满爱与责任的客户节,一起感受温暖阳光,分享幸福生活!