

后来挑选素人、培养主播直播带货，一番折腾下来，直播带货依然不见起色。

线上行不通，苏姿余便带着产品跑线下市场。为了达成合作，苏姿余经常长时间在外出差。“有一次去上海出差，由于水土不服，脚肿到走不动路。”苏姿余说。功夫不负有心人，在她的努力下，产品逐渐打开销路，并与多个销售商达成合作。“目前，公司生产的产品近200种，这项业务的销售额实现稳步增长，说明经销商和老百姓认可我们的产品。”苏姿余说。

随着公司不断发展，员工人数已从最初的几人发展到目前的40余人，连同商超导购、田间地头就业人员在内，带动上千人就业。

### 注重承担企业社会责任

三年的新冠疫情影响，使公司遭受重创，但即便在疫情吃紧的关头，公司也勇于承担社会责任。疫情第一年，苏姿余带领团队早早复工复产。在看到市场蔬菜供应紧张时，团队及时伸出援手，把当时很紧俏的豌豆尖、茄子等生鲜蔬菜精心包装后，无偿捐赠给一线抗疫人员。

疫情防控期间，封闭管理导致献血志愿者大幅减少，临床用血紧张、血库告急时，苏姿余带着14名团队成员无偿献血，传递爱心。此外，苏姿余还和团队成员一起，到

疫苗接种现场做志愿者，维护秩序。当年妇女节，团队还开通喜马拉雅主播账号，每天坚持开播，分享创业心得，鼓励更多创业者。

2021年底，公司被全国工商联评为“抗疫先进集体”。获此荣誉的企业，在云南仅有两家。“这份殊荣是一种鞭策，激励着团队坚持做力所能及的事，帮助身边更多需要帮助的人。”苏姿余说。

“让客户创造价值，使团队成员受到他人尊重，帮助更多需要帮助的人。”这是苏姿余和团队双向奔赴的使命。2022年7月，云南首个“两新”组织“暖心驿站”在公司成立，给快递小哥、环卫工人、低收入人群提供充电、喝水、休息场地的同时，还提供7元一荤两素、9元两荤两素的餐食。近来，公司还针对女性同胞制订出一系列关爱措施，鼓励姐妹站起来，勇敢地走向职场。每年，公司都会定期开展团建活动，邀请专家到企业授课，组织开展化妆舞会、歌咏比赛、演讲比赛等，不仅丰富员工的内心世界，还大大提高了员工的归属感，增强了团队凝聚力。

“我们团队成员有沉稳的‘60后’，也有活泼的‘00后’，但大家吃苦耐劳的精神劲儿都无可比拟，这也许就是企业文化的力量。”苏姿余说。

本刊记者 谭宗慧 / 文图