河南省副省长舒庆在鲜易控股调研时称赞说:

鲜易供应链是平台型物流企业的典范

■ 本报记者 李代广

6 月 16 日，河南省副省长舒庆到河南鲜易控股公司调研，许昌市副市长、长葛市市委书记刘胜利，许昌市政协副主席、市商务局副局长张巍巍，长葛市领导尹俊营、刘少林、爨丽敏等陪同调研。

鲜易控股公司董事长朱献福向舒庆副省长一行汇报了鲜易控股转型升级的实践和发展历程，重点介绍了公司生鲜产业互联网的定位、线上交易平台、生鲜食品产业链和温控供应链。随后，舒庆一行来到公司生鲜温控供应链发货现场，深入了解冷链物流的发展情况及存在问题。

朱献福董事长介绍说，公司在美国纳斯达克上市期间，发现中国的生产型服务业与美国等发达国家相比，具有很大的发展潜力。为此，公司从美国纳斯达克完成私有化回来，集中优势资源发力生产型服务业。其间，赶上电商、互联网+等大环境，公司顺势而为，打造线上交易平台。目前，公司定位于生鲜产业互联网平台，致力于构建智慧生鲜供应链生态圈。生鲜产业互联网平台不同于纯粹的线上数据公司，线下有产业基础做支撑。食品产业链众品产业链涵盖农牧产业、食品加工制造业和食品技术服务，是中国生鲜食品行业的骨干龙头企业。鲜易供应链定位于中国温控供应链集成服务商，提供冷链仓运配一体化、生鲜食品集采分销、供应链金融服务等系统化服务，是中国温控供应链的标杆企业。线上交易平台鲜易网融合线下食品集采分销能力、食品安全保障能力、全程冷链配送服务能力等，实现了快速发展，发展成为中国最大的垂直生鲜 B2B 电子商务交易平台。公司转型升级取得了一定进展，不仅是某一技术方面的创新，生鲜食品产业涵盖生物技术、物联网技术、信息技术、工程装备技术等，是综合科学技术的应用创新。公司的创新驱动是将综合科学技术与管理技术融合发展，通过组织创新，机制创新、体制创新，推动商业模式创新，实现生产关系适应生产力的发展。创新无止境，我们一直在转型升级的路上。

朱献福董事长向舒庆副省长介绍了公司通过体制创新、机制创新、技术创新、模式创新创新驱动战略，推动企业从加工制造业向生产型服务业、平台型企业转型的实践。

对此，舒庆副省长讲到:“你这个转型升级的心得体会，是通过实践出来的真知，非常好，非常宝贵，鲜易控股我已经来过 4 次了，这次来就是想深入了解你们的探索和实践的。”他进一步讲到:“你们的创新，破解了传统加工制造业如何转型的问题。很多的时候，大部分人把创新理解成为单一的技术创新，其实创新还包括观念创新，融合创新，组织的创新。你们把各种要素聚合起来，产生化学反应，这个是最大的创新。”

“你这个交易平台是仅仅网上交易撮合，还是与三方物流公司有紧密的结合？互联网有几种类型，一种是纯数据的交易撮合平台，一种是有组织化、平台化的运作，有产业的支撑。”舒庆副省长就公司冷链马甲的交易模式进行了深入询问。

朱献福董事长向舒庆副省长汇报了互联网的发展趋势，“互联网+是由线上数据业态提出来的，因为纯粹的交易平台解决不了产品品质、食品安全、配送等问题。为此，需要通过互联网+线下实体产业解决发展中的问题。对于传统产业而言，应该是+互联网，解决持续发展问题，无论是互联网+也好，还是+互联网，都是向产业互联网的方向发展。而冷链马甲则是线下冷链物流产业与线上交易融合发展的有益探索”。

在全球肉类消费展示图前，朱献福董事长向舒庆副省长一行介绍了生鲜跨境贸易发展情况，“随着全球经济一体化的发展，中国的生鲜市场将持续开放，必须整合全球化的生鲜资源，满足日益提升的生鲜品消费需求。郑州自贸区、郑州航空港、跨境电商综实区的建设，为生鲜品进口的发展创造了良好环境。然而，由于生鲜产品受环境、温度、湿度的因素影响比较大，生鲜跨境贸易对国际贸易、冷链物流和敏捷供应链有着极高的要求，生鲜跨境贸易必须从产业供应链的高度出发，以 B2B 的贸易方式解决跨境电商的痛点。”

对此，舒庆副省长讲到:“你用世界的眼光、全局的眼光看待问题，用经济发展的规律分析问题，你们‘不经意间’获得的创新，其实蕴含着客观经济发展规律，你们转型升级的成功不是偶然性，而是一种必然性，你们做得很深刻。”

在生鲜食品产业链板块前，朱献福董事长重点介绍了公司通过基地园区平台化，将布局在全国的 8 个加工制造业基地向生态圈客户开放，和合作伙伴共享硬件设施和技术、金融、标准、人才等高端资源要素，实现食品安全、环保安全和生产安全的社会共治，推动生鲜品供给侧改革的探索实践。舒庆副省长对公司发展共享经济给予肯定，讲到:“你们这是新市场体系建设，区别于传统的批发市场、农批市场，是融合生产、流通、消费于一体的平台。通过生产要素的最优化，生产布局最优化实现资源的最大化，这样做很有意义。过去我们做的都是工业，工业本身有一个转型升级的过程，通过技术创新实现企业自身的升级。而鲜易通过自身的探索实践，发展融合性园区，搭建平台，构建智慧生鲜供应链生态圈，带动生态圈的食品企业共同实现转型升级。”

在生产要素市场化配置前，朱献福董事长重点介绍了公司通过组织、机制创新，将过去的成本中心升级为高端资源分享平台的探索实践，鲜咨达依托公司国家级企业技术中心、博士后研究站等平台，链接高校、院所、行业协会等资源，对内打造员工创业创新的平台，对外输出工具包、业务包和管理包，为合作伙伴提供一站式食品技术解决方案。

对此，舒庆副省长讲到:“鲜易最大的特色就是开放，用开放解决一切问题，用开放实现共享，用共享实现服务，用服务实现增值。什么是新经济啊？这就是新经济，是新模式的代表。通过创新驱动，服务生态圈客户。大力发展服务业，必须有服务对象，而鲜易构建的服务平台，有大的产业支撑，通过平台激活大量的中小客户、中小服务对象，把自身的专业服务于生态圈客户，这完全是新模式，没法用简单的第几产业来概括。”

随后，舒庆副省长先后调研了温控供应链的发展情况、公司的发展历程，临行，他对商务部门有关负责人讲到:“我们商务部门抓冷链物流，重点之一就是抓冷链物流的龙头企业。目前，我省的冷链物流有几种类型，服务于自身的企业物流，服务于三方的物流企业和服务于三方物流的平台型企业，鲜易供应链是平台型物流企业的典范，他们对河南的产业优势、区位优势、农业组织形态等研究得非常透彻。”并对公司提出要求:“居高不下的冷链物流成本是影响冷链物流覆盖率低的重要原因，你们要把仓储、物流及产品配送过程中，造成成本压力的审批等环节，系统地总结出来。你们认为哪些环节不合理、不必要，严重影响效率，尽管提。冷链产业发展壮大的关键就是要把成本降下来、效率提上去。”

最后，舒庆副省长一行还来到物流广场、冷库作业现场以及众品海关监管库进行参观。众品海关监管库可为入驻的跨境电商企业提供交易、物流仓储、报关、检验检疫等一站式综合服务。了解到众品海关监管库正在努力升级为保税仓，鲜易控股准备将国际冷链物流做起来时，舒庆副省长叮嘱有关部门要给予引导和支持。

科大集成灶赵金洲:布局深度营销 搏击增量市场

集成灶行业自 2003 年诞生兴起已过 14 载，虽然当前市场规模占烟灶消费整体市场只有 5%左右，但近几年来始终保持着 30%左右的发展增速着实令人刮目相看。重新审视集成灶，从产品角度而言，其与传统三件套相比，具备功能集成化、吸油烟率高、节省空间等优点，正迎合了未来厨房空间一体化的趋势，也给这个行业的增长带来了后续的冲力。

在此背景下，诸多集成灶企业依旧采取着跑马圈地的加速扩张，不断深化产品技术、提升营销维度，以确保自己搭上行业发展的快车。位于浙江海宁的科大集成灶作为其中一员，产品研发主打“科技大不同”，渠道加大团队建设、增加网点覆盖率，在 2017 年第一季度已实现销量翻番，在这一轮浪潮之巅的搏击中，做到了紧紧跟随。

毕竟，在这样一个上升通道中，不进则退，则会被洗牌，而洗牌的直接结果就是优质的企业会越做越好，形成头部效应。对此，科大集成灶副总经理赵金洲用一段话表明了自己的态度，“有不少人问我关于目前行业发展品牌头部效应的问题。其实该效应基本每个行业都存在，但对追赶者或者后来者而言，不用迷信它，更不必妄自菲薄。当年欧普照明和三雄极光名噪行业的时候，刚刚起步的雷士照明却后来居上；欧派和金牌橱柜称雄行业之时候，默默无名的志邦却逆袭反超。过几年再回头复盘今天的集成灶行业，机会很多，空间很大。”

正如很多业内人士所分析的那样，眼下的集成灶市场，还没有充分竞争，还是一个纷乱的增量市场，不会出现存量市场中此消彼长的情形。

然而，同样需要要认清的一点是，对于走传统建材渠道的集成灶而言，处于家装前端的特有渠道属性，决定了该类产品在营销推广层面的打法不同于更接近大众视野的传统烟灶，赵金洲认为，要做好这个行业，做透这一品类的产品，势必还需要投入人力、投入时间，在同处上升空间的行业竞争中建立壁垒，有所区别。

为此，科大集成灶提出要做深度营销。赵金洲解释道，“要做深度，是因为当前集成灶行业规模 30 多亿还不是很大，竞争还比较初级，这就需要发挥优势去将城市营销做精做透。”因为招商作为全局工程，不仅仅是在招，在量；要培，更要优。

首先就是发挥团队优势。据了解，科大超百人的营销团队人员数量在行业位居前列，而科大的目标是将这个数字继续扩大到 300 人以上，“团队人多，年轻有活力，这是我们的优势，足够多的营销团队人员，才能更好的一对一、一对多的去服务经销商，去培养优质而稳定的经销商，进而合作共谋带动销量。”

其次就是在帮扶经销商上做深度。赵金洲介绍，科大团队将从城市区域入手，优化每一个网点，提升经销商的营销水准。采用一站式保姆式帮扶，从选址、店面、开业物料、免费培训、活动策划、人员团建、售后服务、政策支持等方面巨细无遗，既增强了经销商抗风险能力、增加了盈利点，又解决了经销商推广难、存活难的问题。

再次是在其他平台做延伸。在电商联合天猫、京东，推出电商款产品，扩充至 20 人的电商团队，同时搭建工程渠道团队，丰富产品业态。

最后，还将落锤在产品的技术深度上。以“科技大不同”为研发导向和产品定位的科大集成灶，每年的研发投入占比都超过企业整体费用的 10%以上。目前，科大研发出获得国家发明专利的集成灶燃烧器创新技术——全新一代“深蓝”燃烧系统，产品均配备了真空高压直喷腔、钨钢合金聚能盘、纯铜加厚分火器等。同时，针对业内流行的蒸箱功能，科大 64L 的图恩蒸箱款集成灶也已经研发成功并实现批量生产，100 度沸腾只需 6 分 55 秒，更快的发热盘技术，上下立体加热，更均匀的蒸箱温度。赵金洲表示未来还会在集成化、智能化方向做深入，重点打“科技牌”与“安全牌”。

(陈轩之)

兴乐明星产品首次亮相中国建筑电气年会 备受与会专家好评

■ 本报记者 何沙洲

日前，中国建筑学会建筑电气分会 2017 年年会在杭州召开。兴乐受邀在年会上作“建筑用电线电缆解决方案”专题报告，详尽诠释了兴乐的企业技术实力以及兴乐围绕建筑电气安全的产品理念，得到与会专家领导的高度肯定。

在兴乐展台前，前来交流洽谈的行业专家领导络绎不绝。本次兴乐 home 和柔性防火电缆首次亮相年会便吸引了众人的眼球。工作人员在现场利用兴乐自主研发的电线电缆短路实验装置以及电线泄漏电流检测实验装置演示了兴乐家高端家装电线与普通电线在短路环境、受潮环境下的性能差异。在短路试验中，约 8 秒左右，普通电线透明塑料盖里已浓烟弥漫，而兴乐家环保电线塑料盖里却透明依旧。

通过直观试验，兴乐家高端家装电线极大的性能优势获得现场专家阵阵喝彩。目前兴乐家针对高端家装市场已经推出了阻燃电线、防潮电线、环保电线、高性能核级电线等多款产品，为家装线缆提供整体解决方案，满足家装线缆各种环境需求。此外，工作

○现场演示

人员通过互联网技术进行线上实况直播柔性防火电缆燃烧试验，同样获得现场专家一致好评。

会议期间，兴乐集团董事长兼总裁虞文品与电气行业部分专家领导在兴乐杭州总部进行了亲切交谈，共谋发展。与会专家表示，兴乐近年来取得的成绩令人瞩目，希望兴乐进一步发挥自身优势，继续研发新产品，勇当线缆行业创新发展排头兵，为建筑电气行业的健康发展提供安全可靠的产品保障。

此次年会，兴乐不仅成功地向建筑电气行业推出了新产品，而且通过和与会专家领导深入的技术交流，为兴乐提供建筑领域更加优质的线缆解决方案打下了更坚实的基础。

精准人群营销成为展会 + 互联网的新模式

展会精准营销从 2013 年开始在圈内发散，第一阶段自媒体营销，以搜索引擎和内容营销代表，这个阶段的核心是让人找到信息；第二阶段社媒营销，以微博微信为代表，这个阶段的核心是让人找到人；现如今开始进入第三阶段移动营销，以移动 APP 和移动端程序化广告为代表，这个阶段的核心是让信息找到人。

展会精准营销 从互联网到移动互联网

截至 2016 年 12 月，中国总体网民规模达到 7.31 亿，其中，使用手机上网的人群占比高达 95.1%。 移动端流量的爆发式增长将给展会移动营销带来巨大的发展潜能。

互联网时代营销都是死数据，而移动时代每个手机每个数据背后，代表的是一个活人。如果你是一个云计算行业的高级管理者或兴趣人群，当你浏览信息时，可能你看到的广告不是云计算趋势就是云计算行业展会，亦或是云计算行业的最新资讯洞察，而另外一个美妆时尚行业的用户在同一个网页上则看到的是完全不同的广告。更令你想不到的是，基于你自身的特性，出现在你面前的这些超匹配的广告是通过技术的形式实现的……

这样的场景其实在会展圈已经不是幻想，人群定向技术的成熟，让移动端程序化广告这种方式已经出现在精准营销中，一些规模性的展会品牌已经开始率先尝试这种广告投放方式；移动端的技术创新，让信息的挖掘和捕捉更加的精准和完善，可以构建用户画像，满足特定的展会推广需求；而移动互联对于定位技术的发展，让精准营销有了新的延伸，很多展会看重位置精准这一新模式，纷纷尝试和应用竞争展会开展时的定位投放策略。

抓住移动互联契机 拓宽展会精准营销渠道

我们知道，并非每一个展会信息都能快速抓住人们的眼球，在口耳相传中结出一张巨大的流行传播网。为什么有些展会和话题疯狂传播开来，而有些展会和话题仅仅昙花一现？有没有找准合适的目标人群、有没有 get 到他们的关注点、有没有在合适的时间合适的渠道上进行推送……这些都是关键因素。

就渠道来说，从目前苦瓜运营展会移动营销的经验值看，有 4 大渠道最适合展会营销：手机网站自媒体；移动端程序化广告；微信朋友圈；移动端 APP。但是，展会网络营销是庞大的工程体系，无论你是想借助这些互联网渠道运营什么，都需要规划好传播的内容、实现的目标、主要衡量指标以及执行计划。真正把目标客户当作“有需求的人”来精细化运营，才能真正抓住移动互联的精髓。

在移动互联时代，每个人每场展会都会受影响，只要我们做好准备，就能利用这些技术配合营销来提升自己的展会竞争力。

(陈晨)

便民服务 QQ:3329295109 收费标准:55元/行/天(13字1行) 广告热线 028-69959066 地址:红星路二段 70 号四川报业集团 3 楼 310A

律师提示:本刊仅为供需双方提供信息平台，所有信息均为刊登者自行提供。客户交易前请查验相关手续和证照。本刊不对所刊登信息及结果承担法律责任。

●四川森信投资管理有限公司组织机构代码证正副本(代码:08339631-0)、税务登记证正副本(税号:510105083396310)遗失作废。
●兹有四川瓯锦物流有限公司车辆川 AS7374 道路运输证遗失作废,特此声明。
●太平人寿冯治力执业证 02000351019980002016048888 遗失
●何宇建筑与市政工程土建质量员:51151060004508 遗失作废
●成都中电滨力商贸有限公司公章(编号:5101085067957)遗失作废。
●四川奥斯维得商贸有限公司组织机构代码证正副本(代码:08331930-7)遗失作废。
●成都盛世明日广告有限公司公章(编号:5101008811203);发票专用章(编号:5101008863098)遗失作废。
●洪雅县三胜秋月茶楼，营业执照正本(注册号:511423600141144)遗失作废
●四川多力家具有限公司公章编号 5101009114270 遗失作废

注销公告
四川庞陈房地产经纪有限公司(统一社会信用代码:91510107MA61TM7H0Q)经股东决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。

注销公告
四川翼展宏乾商务服务有限公司(统一社会信用代码:91510105MA61UH3E23)经股东决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。

注销公告
成都立博科技有限公司(统一社会信用代码:9151010569889 0390K)经股东会决议决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。
●沈龙身份证号码 510902199408170891 于 2017 年 5 月购买成都永埆置业有限公司公寓的购房收据，编号:2751887;订单编号:0000392,均遗失作废

●注销公告：成都五点五孵化器管理有限公司(注册号:510105000497823)经股东决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。
●四川省华兴明宇农业科技有限公司营业执照副本(统一社会信用代码:91510106MA61UCD67D)遗失作废。
●四川省深发非融资性担保有限公司在中国建设银行股份有限公司成都红星路支行的开户许可证(核准号:J6510050562801;账号:51001875336051502663);机构信用代码证(代码:G1051010505056280D)均遗失作废。

注销公告
成都飞恒达商贸有限公司(统一社会信用代码:91510106333 19324007)经股东会决议决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。
●钟小燕,建筑与市政工程,材料员,51151110002346 遗失作废

●成都蓉德物流有限公司(税号:510107086685660)发票领购簿遗失,声明作废。

注销公告
成都联华邦医疗科技有限公司(统一社会信用代码 91510104MA6CPAHU6Q)经股东会决议决定注销公司，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向公司清算组申报债权债务。

注销公告
四川格德售电有限责任公司(统一社会信用代码:91510100MA62MNF40N)经股东会决议决定注销公司，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向公司清算组申报债权债务。
●西华大学安德校区柳凡凡遗失三方协议编号XHU1714136,声明作废
●简阳市另类公社 OK 厅遗失营业执照正副本，注册号:512081000008154;税务登记证正副本,税号 512081000008154;娱乐经营许可证副本，证号 512081160390,声明作废

注销公告
成都岳天科技有限公司(注册号 510109000495911)经股东会决议决定解散本公司，请公司债权债务人自本公告见报之日起 45 日内前往公司办理相关事宜。特此公告。
●成都众合鑫安防科技有限公司,公章(编号:(5101095062339)遗失,声明作废。
●成都艳海绿化工程有限公司营业执照正副本(注册号:510109000044796)遗失作废。
●太平人寿成婷执业证 0200035101998000201604888 9 遗失
●成都融创教育咨询有限公司,发票专用章(编号:5101045056546)遗失,声明作废。
●四川益骄装饰工程有限公司国地税税务登记证副本(税号:510105397835910)遗失作废
●成都市金门装饰工程有限公司遗失法人章:何涛,遗失何勇二级注册建造师证书,证号:川 251101376619，及三类人员证书，证号:川建安 B(2014)0000965,特此声明

●成都市青羊区财政国库集中收付中心开户许可证(核准号:Z6510001368601,开户银行:中国工商银行股份有限公司成都高新技术产业开发区支行马道街分理处,账号:4402235029100011487)遗失作废。

注销公告
成都盛源宏基城乡项目投资有限公司(注册号:510100000183690)经股东会决议决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。

遗失公告
四川省工商局 2015 年 12 月 04 日颁发的统一社会信用代码为 91510000073979125 0 的诺天源(中国)贸易有限公司四川第一分公司营业执照正本不慎遗失,声明作废。特此公告
2017 年 6 月 23 日
●成都沐涵教育咨询有限公司营业执照正副本(统一社会信用代码:91510105MA62LLXYXW);国税税务事项通知书及清税证明遗失作废。

注销公告
成都米朵文化传播有限公司(统一社会信用代码:91510100MA61T5PG0R)经股东会决议决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告
●陈晨奕 2016 年四川传媒学院广播影视编导专业毕业报到证号 201613669203520 报到证遗失
●四川省姚氏房地产开发有限公司地税税务登记证正副本(川地税字 519000560720006 号)遗失,声明作废。
●注销公告：成都新玉林茶楼有限责任公司(注册号:510109000118642)经股东会决定解散本公司，请债权债务人自公告之日起 45 日内向公司清算组申报债权债务事宜。

注销公告
成都天博企业管理有限公司(统一社会信用代码:91510108 3430292438)经股东会决议决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告

瑞诚拍卖 RUI CHENG AUCTION 拍卖公告
受委托,定于 2017 年 6 月 30 日 11 点,用北京产权交易所指定网络竞价系统(金马甲系统),公开拍卖下列标的:
某公司下属分公司的报废固定资产一批(详见拍卖文件)。
竞买人须具备相应省份环保部门颁发的《危险废物经营许可证》,经营废物类别须与《国家危险废物名录》一致,并不违背四川省环保部门的相关危险废物转移监管的通知要求。其他要求以委托人省公司相关要求的通知为准。
即日起标的现址展示。6 月 23–26 日(节日不休),每日 10–16 点递交竞买人相关资料(过期不予受理)。审核合格后,6 月 27 日缴纳竞买保证金,办理竞买登记手续,发放看样介绍信。6 月 28–29 日,拍卖人将安排合格竞买人到各地现场看样。
报名地址:成都市高新区紫竹北街 85 号大世界商务公寓 3 楼 28 号
联系电话:13981974546
四川省瑞诚拍卖有限公司
二 0 一七年六月二十三日

●成都崇城商贸有限公司税务登记证正副本(税号:510105394594234)遗失作废。
●四川安泰华建筑工程有限公司营业执照副本(统一社会信用代码 91510106MA61UMJH2N)遗失,声明作废。
●成都诺梵装饰材料有限公司,外出经营活动税收管理证明编号武地税十所外证(2016)86 号不慎遗失,声明作废
●四川东方圣商文化传播有限公司营业执照正副本(统一社会信用代码:91510107MA62LK2M19)遗失作废。

注销公告
四川伊蔓园林景观工程有限公司(统一社会信用代码:91510108MA61TE3UX2)经股东决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告
●胡春梅营业执照正副本(注册号 510106600607921)遗失作废
●金牛区田原小厨餐馆(税号:51010219711018532602)卷式发票废票遗失。发票号码:01080507、01080508、01080523、01080548、01080549、01080551、01080552、01080550)遗失作废。