

升维布局 平安城科全面启动战略转型

前言 |

消费互联网的红利用尽之后，产业互联网迅速成为新时代的宠儿。通过大数据、云计算、智能终端等手段，全面提升内部效率和对外服务能力，产业互联网成为传统产业转型升级的重要途径。本文将视角聚焦到国民经济支柱领域——房生态，以近期备受关注的中国平安在房生态圈的布局转型，窥探这一领域的参与者在新技术、新科技背景下的升维布局。



从单纯的房产销售导向到产业生态的全新构建，中国的房地产服务市场正在经历一场变革。作为平安集团五大生态圈之一，马明哲战略布局的重要一子，平安集团旗下原房地产电商平台平安好房已经全面转型为城市建设科技提供商——平安城科。在升维思考和大胆布局背后是什么样的驱动？笔者在此一探究竟。

政策风向： 从“房住不炒”到“中国建造”

“房子是用来住的，不是用来炒的。”这句朴实的话，成为中国房地产市场的一个重要转折，也代表着房产服务市场依靠销售红利飞速发展的时代已经落幕，房地产电商平台纷纷进入寒冬。市场是否就此终结？答案当然是否定的。城市建设的持续发展，人民对生活和居住要求的不断提升，促使市场开始寻找新的机会点。

在智慧建造方面，我国对于建筑业信息化、智能化发展作出了重要部署，住建部《2016-2020年建筑业信息化发展纲要》指出，要全面提高建筑业信息化水平，着力增

强BIM、大数据、智能化、移动通讯、云计算、物联网等信息技术集成应用能力；在智慧城市建设领域，国务院就深入推进“互联网+政务服务”，加快建设全国一体化在线政务服务平台，全面推进政务服务“一网通办”作出重要部署。

布局升维： 从电商平台到科技赋能全产业链

在政策大背景下，秉承中国平安“金融+科技”双轮驱动的全新战略，平安城科自2018年开始战略全新升级，力求以科技能力全面赋能房地产服务生态圈。

根据其最新对外公布的介绍，作为平安集团房产服务生态圈的承载者和智慧城市生态圈的核心板块，平安城科提供以“城”为核心的城市智慧建造整体解决方案，是集团“金融科技(Fin-Tech)、医疗科技(Health-Tech)、城建科技(Urban-Tech)”的三大产业科技布局之一。公司致力于智能建造领域核心PaaS能力搭建和标准化SaaS产品的研发，打造了“1+1+N”产品体系，包括1个时空大数据云平台，1个BIM底层核心技术，

以及覆盖城市建设中建造、交易、服务三大核心环节的科技产品，旨在成为中国智能建造引领者、创造智慧城市核心价值、科技赋能城市资产运营。

不难看出，从平安好房到平安城科，正是在“房住不炒”的大背景下，平安集团在房生态圈布局的一次全新升维，是从营销服务、电商服务向用科技赋能更广义的房生态圈的转型，是平安“金融+科技”赋能生态的又一重要抓手。

初见成果： 三大事业群已成规模

笔者注意到，其实平安好房到平安城科的升级转型，在2018年初就可见端倪。2018年1月，仍然在新房、租房市场有良好势头的平安好房就提出了“一网三云”的全新战略，开始先后涉猎智慧城市建设及智能建造行业的科技能力输出。

中国是世界上最大的建造国度，每年建筑总产值接近30万亿元，预计未来十年，中国的城市化率将突破70%，科技正在推动城市的网络化、信息化、数字化、智能化的进

程。在智慧建造领域，平安城科相关产品已经打磨成型并开始对外输出。据地产基建事业群相关人士透露，围绕地产及基建行业供应链、全产业链，已经打造了以数据、显示、建模与模型转换能力为核心的BIM底层技术平台，可支持各类基于BIM数据运用的云服务应用与咨询解决方案。同时，提供基于BIM底层技术及BIM-V产品体系，打造了以工程协作管理平台、智慧供应链平台、设施运维平台及商业建筑运营平台四大平台为核心的智能建造服务体系，覆盖设计、开发、施工、供应链、运维全产业链，为工程建造全流程赋能。

在创造智慧城市核心价值观方面，平安城科正在与各地政府开展合作。根据媒体报道，平安城科与无锡市国土、住建、税务等多个政府部门共同打造的“无锡市不动产集成服务平台”在2018年正式上线，不动产登记实现了“一窗受理、集成服务”、“一网受理、全城通办”，从5天缩至1小时。上线仪式现场，无锡市市长黄钦到场宣布平台上线。同时，平安城科与泰州市房管局联手打造的“泰州市房地产市场预判监测系统”，利用大数据人工智能等先进技术打通泰州住房领域信息孤岛，建立预警预判机制，使房地产市场调控更加科学严谨。据内部人士透露，截至目前，平安城科已累计签约80个大中城市，服务项目在深圳、无锡、天津、三亚等30城上线运行。

同时，依托在新房、租房行业的深耕及对公寓SAAS头部服务商房乾、水滴的收购，开启了其在科技赋能城市资产运营的布局，短短时间已经覆盖了全国近2000家大小房行，服务95%以上的头部品牌公寓。

纵观平安好房从平安城科升级转型中的三大“重拳”，视角已经从房金融、房交易扩展到全产业链，面向G/B同步发力，最终服务到城市居民、企业用户，为打通房生态全产业链打下了基础。在一年的低调转型之后，平安好房正式升级为平安城科，可见其在科技赋能生态的新领域已经初见成效，也得到了集团的认可。

结语：

平安集团董事长马明哲在今年的新年致辞中指出，2019年是中国平安战略转型之年，将“金融+科技”更加清晰定义为平安的核心。平安对于市场的前瞻性一直受到瞩目，通过“金融+科技”赋能，平安城科是否能给城市建设、城市建设打造新的发展样板，给更加广义的房生态圈产业互联网之路寻找寒冬后的暖春，我们拭目以待。(中新网)



羚锐制药组织举办 第三届“优秀家风”评选 表彰活动

一元复始，万象更新。为进一步深入践行社会主义核心价值观，弘扬家庭美德，倡导文明新风尚，2月14日，适值己亥猪年新春，羚锐制药对获评“优秀家风”的10个员工家庭进行了隆重表彰。

家风，是人们在家庭生活中形成的一种稳定的风格、作风和传统，包括为人处事的态度和行为准则。它是由家庭成员的态度、行为和舆论营造的。家风是一个大家族的传承根本，也是一个个小家庭的立足之基。好的家风，会带动好的社会风气，传递好家风，就是传递一种社会正能量。自2017年以来，羚锐制药已经在员工中先后组织举办了三届家风评选表彰活动。

此次参评的员工家庭达29个，由各部门和销售区域推荐。自1月25日始，员工通过家庭合影照片、家风家训、家庭故事征集和网络投票等形式踊跃参与，网络投票页面浏览量达261.8万人次，最终根据候选家庭总得分，评选出10个员工“优秀家风”家庭，其累计得票达83.37万。

活动中，各部和销售区域负责人积极发动员工参与，全力为参选同事宣传加油，一个个平凡而美好、感人而鼓舞人心的家庭故事，给员工们留下了深刻的印象。评选结果最终在2019年羚锐制药医药公司营销业务培训暨OTC及RX工作年会上进行了公布，羚锐制药总经理熊伟、监事会主席李进等公司领导现场为获得“优秀家风”的员工家庭颁发了荣誉证书和奖品。

近年来，羚锐制药以创建文明单位为契机，坚持以培育和践行社会主义核心价值观为引领，通过多种形式传播“好家训、好家风、好家庭”，大力倡导“好家风”，崇尚礼敬“好家训”，让“好家风、好家训”逐渐成为企业新风尚。

熊伟表示，开展传承“好家风、好家训”活动，旨在深入挖掘羚锐人优秀家风，推动员工形成注重家庭、家教、家风的共识，不忘根本，铭记重教养习、得法立志、明礼修身、立德敬业、尊祖敬孝的家规，以及教育道德、学识能力、敬业创新、遵纪守法的家训，传承勤俭节约、尊老爱幼、正直善良、邻里和睦、终身养德的家风，推进社会主义核心价值观在羚锐落地生根，以家庭的和谐促进企业和谐，以家庭的文明促进社会文明，为促进企业高质量发展，提供良好的社会环境与精神支撑。

(汤兴)

国酒之窗

接力贵州酒业共识 续写竞合发展篇章

2019贵州白酒企业发展圆桌会议在茅台召开

■ 金助

2月16日，茅台镇。由茅台集团、贵州日报报业集团主导发起，贵州钓鱼台国宾酒业有限公司与贵州国台酒业有限公司联合主办的“接力贵州酒业共识，续写竞合发展篇章——贵州白酒企业发展圆桌会议”在这里召开。

“风来隔壁三家醉，雨后开瓶十里香。”清晨，风停雨歇的小镇薄雾弥漫，虽春寒料峭，却因酒香四溢格外醉人心扉。

百余年前，以茅台为代表的贵州白酒从这里走向世界。如今，这里召开的有30多家贵州白酒骨干企业老总参加的圆桌会议，聚焦的是另一个新征程——合作共赢、抱团发展，共同推动贵州白酒高质量发展，迈向贵州白酒产业新未来。

竞合发展 迈向高质量发展新征程

这确实是一场新的征程。

根据中央经济工作会议的定调，尽管国内经济面临下行压力，但我国仍处于并将长期处于重要战略机遇期，今年将继续坚持稳中求进工作总基调。特别是实施更大幅度的减税降费，改善消费环境，增强消费能力，“让老百姓吃得放心”等，将为消费升级带来新的利好和空间。

身处利好的宏观形势，贵州白酒产业也亟需由高速发展向高质量发展转型。去年年底，贵州省提出了“十大千亿级工业产业振兴行动”，其中关于优质酒产业的振兴尤其鼓舞人心——

到2020年，白酒产量达到50万千升，白酒产值达到1200亿元，发挥龙头企业和高成长性企业的引领带动作用，全力巩固茅台酒增长势头，打造成为千亿级世界一流企业，力争培育3家50亿元级上市企业。

站在新的历史起点，迈入中国经济高质量发展、中国社会奔向小康的新阶段，贵州白酒产业迎来了前所未有的历史性机遇。

“全国白酒产业的量很快将进入一个稳定期，大家要以客观的眼光认识白酒行业从高速



度转入高质量发展。”出席圆桌会议的中国酒业协会理事长王延才在致辞时说，目前，贵州白酒产量有30多万吨，规模总体来说不小，他建议贵州白酒企业要顺应趋势，赢在品质，既要保持传统的文化传承，也要大胆的进行技术创新，重视政产学研用，发展高效的酿造技术。同时，还要在品牌的梯次发展上齐发力，这不仅需要政府的努力，更需要贵州白酒企业的共同努力。

“相信通过今天的交流，黔酒的发展将翻开一页又一页的篇章，取得一个又一个的突破，在新的历史机遇取得更优异的成绩。”王延才对贵州白酒产业的新发展充满期待。

这也是一个接力贵州酒业共识的开放平台。

去年此时，在茅台集团的倡导下，首届圆桌会议在茅台开启了贵州白酒企业“同心共谱酒文文章，携手共拓天地”的时代元年。

时隔一年，作为2018贵州白酒企业发展圆桌会议的续篇，今年圆桌会议的主题为“接力贵州酒业共识·续写竞合发展篇章”。这是在去年的格局上，进行更加深入的探讨，谋求更广的发展。

“圆桌会议的最大价值体现，是竞合理念

成为行业发展共识，并由此引领行业共生共荣、共赢共进。可以说，圆桌会议以其独特功能，已经成为全省白酒企业交流思想、阐述主张和谋求发展的主要平台。”省工业和信息化厅党组成员汪家强在致辞中这样表达。

竞合，是一种高层次的竞争，最终的目的是实现共赢局面。一天时间，30家贵州白酒企业负责人相聚在茅台，以平等对话的圆桌会议形式，探讨、交流贵州白酒产业的新发展、新未来，“大奸好，才是真的好”成为与会嘉宾的共识。

今年，钓鱼台国宾酒业和国台酒业接棒茅台集团与贵州日报，成为第二届圆桌会议的主办方。从某种程度上来说，轮流坐庄、圆桌会商这样的形式，其意义已经远远超出会议本身。

这更是一条迈向黔酒命运共同体的康庄大道。

事实上，去年首次圆桌会以来，全省白酒企业彼此走动更加密切，交流更加深入，抱团更加默契，取得了良好的效果。

过去一年，在宏观经济增速持续放缓，市场外部环境日趋复杂等多种压力之下，得益于贵州省委、省政府的正确领导，白酒兄弟企业之间基于“竞合”理念努力奋斗，全省规模以上白酒产业完成总产值975亿元，整体发展继续

保持了两位数增长的良好态势。

数据显示，去年贵州全省白酒产业已到全国3.5%的产量，实现了全国43%的利润总额，完成增加值898亿元，占全省工业增加值的24.2%，实现利润总额保持全国白酒行业第一位、出口创汇排名全国第一位、“双11”期间电商销售排名全国第一位、工业增加值排全省工业第一位等“四个第一”，贵州省委提出的“一看三打造”目标基本实现。

圆桌会议发起单位代表、贵州日报报业集团党委书记、社长邓国超在致辞时说，当前，贵州白酒已经迎来了前所未有的历史性机遇，在一揽子“红利”面前，贵州白酒企业更应该秉持开放的精神，以开放、包容、均衡、协调、协作、交流、互鉴、合作的态度，开展更大范围、更高水平、更深层次的合作，共聚黔酒力量，共护黔酒声誉，共著黔酒文章。

“新时代，黔酒要开放合作，抱团发展，传媒也要融合发展，合作共赢。”邓国超表示，按照省委、省政府的部署，贵州日报报业集团与当代贵州期刊传媒集团正大力推动整体合并及融合发展，今后将一如既往围绕传播黔酒文化、讲述黔酒故事、唱响黔酒声音，充分运用贵州日报的“贵融智创”融媒体中心，做好黔酒企业发展的“谋士”，黔酒行业发展的“哨兵”和政府决策的“参谋”，搭起黔酒企业之间交流互鉴之桥，推动黔酒企业共同迈向命运共同体。

共同成长 共创贵州白酒新未来

“贵州70年：美酒浸润的悠远岁月”情景展览，贵州白酒产业发展“时光隧道”……今年的会议在首届的基础上，加入了很多全新创意，形式更新颖、议题更深入、规模更扩大，会议更具标志性、更聚精气神。

通过“时光隧道”走进会场，一组数字吸引了茅台集团党委书记、董事长、总经理李保芳的注意：1949年，贵州白酒产业1000多家作坊，年产量不足1000吨。

“从这个意义上讲，贵州白酒产业只能说是历史悠久的传统行当。多年以后的今天，白酒已经发展成为全省十大工业产业中的第一

产业。”追昔抚今，70年沧桑，70年辉煌，贵州白酒产业取得的成绩让人感叹。

一次会议，展示出一种形象，传递出一种声音，也将成为新一年行业前行的风向标。

如果说2018年的圆桌会议彰显的是合作初心与发展共识，2019年的圆桌会议则一脉相承，更指明了发展的途径，那就是竞合发展。

李保芳在主题演讲时说，贵州白酒产业虽然经历了数次经济波动、产业政策调整和长期、完全的市场竞争，但整个产业经受住了考验，特别是在调整时期顶住了压力，在新的时代释放了活力，增速一直稳中有进。“我们有理由相信，只要不断凝聚共识和力量，发挥优势、做足特色，就一定能把事情办好，推动贵州白酒产业实现更高质量的发展。”

茅台一直秉承竞合理念，坚信只有共同成长，才能实现“黔酒”更好发展，共同开创贵州白酒新局面。

贵州白酒产业发展，需要一批顶天立地的企业。但这样的企业，需要长期培育，分门别类、因企施策给予支持。对此，李保芳在会上提出了三点建议：

一要支持能做大的。

“目前来看，国台已经很好了，这几年表现非常出色。习酒、茅台系列酒等，也有条件、有基础、有能力做得更好，需要进一步细化措施，加强支持和引导，帮助他们不断做大。包括珍酒，最近也有到仁怀投资、扩大基酒产能的意向，应该支持他们尽快做起来。”

二要善待外来的。

近年来，贵州白酒影响力不断提升，吸引了劲酒、洋河等酒业优质品牌，投巨资在贵州发展。外来资本的介入，黔酒不止姓“黔”的背后，是白酒行业已经进入产区竞争时代。

对于这些“外来户”，李保芳在会上释放了茅台的善意：“我们应该给予更加明确的态度和支持，构建更加良好的产业生态环境，鼓励这些名酒企业来贵州，进一步优化和丰富贵州白酒产业的发展格局与文化内涵，提升贵州白酒品牌的整体形象。”

三要扶持有困难的。

“主要是原来一些已具相当规模的，如酒中酒、糊涂酒业。”

[转紧]