

京东云携手高青 共谋品牌发展新未来

■ 杜云

8月8日,京东云高青城市会客厅授牌暨高青品牌发布会,在山东省淄博市高青县成功举行。京东云携手高青,围绕特色农产品、农产品加工、电子商务、文化(生态)旅游产业,共同搭建京东云高青产业服务平台,旨在开拓高青县电商产业发展和品牌升级新局面,带动高青县域经济转型升级。

高青地处淄博北部,镶嵌黄河之滨,九曲黄河过境47公里,最突出的特点就是“一线三城”,即地处北纬37度黄金纬度线,是中国白酒名城、中国黑牛城、中国温泉之城。高青有19件农产品获国家地理标志认定,为山东省之最,“五彩农业”的美名享誉周边。高青良好的生态、丰富的资源,特别是众多的优质农产品,为产业兴县、乡村振兴提供了有利条件,也为与京东等大型电商合作提供了良好基础。

“京东云高青城市会客厅,为高青企业提供一站式线上产业服务,为企业上云提供数字化转型服务,为企业发展配备了‘云端大脑’。”会上,高青县委副书记、县长杨新胜指出,高青县与京东围绕特色农产品上行、农产品品牌化、开创新业态等开展深度合作,希望借助京东电商的资源优势,通过落地京东云高青城市会客厅,建设京东云高青产业服务平台,带动高青传统农业加快升级、促进农民增收致富。“未来,期待借力京东的技术及服务,打开高青电商产业新局面,助推周边区域资源向高青聚集,助力高青经济数字化转型发展,为产业兴县、新型工业化强县建设增添新动力。”

京东与高青的“互联网+新经济”合作,除了落地京东云高青城市会客厅外,还将建设京东云高青产业服务平台,构建产业、品牌、



●高青五彩农业品牌发布仪式

人才、技术四大类服务,充分利用本地的特有的云计算大数据新型基础设施,着力带动产业发展,实现传统产业升级、新兴产业聚集的目标。基于高青县农特产业基础,打造以京东电商生态为支撑的产业生态圈,以发展全产业链为核心理念,打造京东云高青产业服务体系。

现场“高青之窗”的推出,引发了与会者的关注。这是京东云结合高青产业、文化特色,为高青县建设的一站式产业融合平台。旨在深度连接京东电商、金融、物流、技术、和数据分析等领域能力,以及京东云技术体系、高青地方生产性服务企业,为高青产业发展提供协同创新服务。

大会还发布了高青县白酒行业单品大数据,从全国白酒行业、用户、商品、品牌等维度分析展示白酒行业销售趋势、热销省市、热销品牌、价格走势等电商资料。同时将本地龙头企业国井集团、国井·扳倒井两大品牌产品的市场情况进行分析展现。为高青白酒产业分

析与决策提供智力支撑。

当天,与“京东云高青城市会客厅授牌仪式”一同进行的,还有京东高青特产馆上线仪式、高青县京东数科金融大数据研究院授牌仪式以及高青五彩农业品牌发布等环节。

“京东云高青城市会客厅授牌仪式”,宣告高青城市会客厅的正式落地。未来,将为当地构建产业、品牌、人才、技术四大类服务,带动特色农业、农产品加工、电子商务、文化生态旅游业的协同发展,并加速电商新业态集聚、促进传统产业升级、推动电商产业链延伸、带动新经济产业人才集聚和低收入人群致富。

结合特色产业发展需求,京东云旨在为当地搭建集科技创新、智能农业和生态旅游深度融合的农业综合体,为高青县农业的发展提供更为强劲的动力和引擎。“京东高青特产馆上线”,将高青县的特色产品上行京东,借由京东的销售渠道,实现产销协调发展,必将为当地的经济提供新的增长点。随后

举行的“高青五彩农业品牌发布会”,推出了大米、黑牛、西瓜、西红柿、黄河鲤鱼“五彩农业”品牌,这一高青特色农业发展的名片,成为高青农业品牌化发展的又一代表。

当日,由京东数字科技与高青县政府联合筹建的“高青县京东数科金融大数据研究院”正式揭牌。研究院将探讨大数据公共服务平台解决方案,探索县域的数据治理和数据服务,为缓解当地中小企业的融资难题、激发区域经济活力提供助力。

会上,京东数科的专家表示,双方要深化大数据、人工智能等研发应用,打造工业互联网平台拓展“智能+”,为制造业转型升级赋能。京东云产业创新云专家,也发表了《产业创新云助力县域智慧社会发展》的专项主题报告,指出产业创新云从研发创新、智能生产、产业加速、规模销售、持续运营五个方面补全产业链要素,在京东技术支持下,打造优势特色产业,促进产业升级,激发高青县的经济活力。

当天,政府、企业和媒体代表还参观了黄河三角洲电子商务产业园(特产馆),其特色农业、农产品加工、电子商务、现代服务业协同发展的图景,再一次彰显了高青跨越式发展的强劲势头。京东云赋能高青,也将加快推动电商新业态集聚、电商产业链延伸、传统产业升级,助力高青乡村振兴。同时高青县集中自身优势,调动各方资源,深度连接京东在电商、金融、物流、技术、和数据分析等领域能力,大力发展高青地方生产性服务企业,为高青产业发展提供协同创新服务,培育出高青新经济发展的新动能。高青县委副书记、县长杨新胜表示:“本次发布会的成功举办,标志着高青电商产业发展踏上了新的征程,标志着县域经济转型发展拥有了更加宽广的舞台。”

撬动数万亿市场潜力 首届中国商用车服务大会在羊城召开

■ 冷秋

为了进一步落实我国商用车行业高质量发展的要求,发挥我国商用车行业在践行“一带一路”倡议、国民经济发展、国防建设、对外贸易、城乡一体建设、就业、出口等方面的应有价值,由中国汽车流通协会主办的“首届中国商用车服务大会”日前在广州市盛大召开,它是一个以推进我国商用车服务水平为宗旨的行业盛会。来自中国物流与采购联合会、交通运输部规划院、交通运输部公路科学研究院、国家信息中心、广东省商务厅、广州市商务局、福田汽车、福田戴姆勒、东风股份、东风商用车、南京依维柯、一汽解放、中国重汽、广汽日野、江铃重卡、大昌行、徐工汽车、欧马可、时代汽车等政府部门、行业专家、行业领袖及行业从业者约700参与了本次大会。

重视商用车行业的服务能力,意味着产业趋于成熟。过去20年间,我国商用车行业的分销模式得到了快速扩张,但是基本上属于“重复建设”型的建店模式,整车如此,配件如此,服务站更是如此,如何形成体系、形成链条却是近几年的事情。

据中国汽车流通协会商用车专业委员会秘书长钟渭平介绍,协会经过5年多时间对全国范围内商用车行业的生存现状进行了调查和研究,对我国商用车行业发展现状总结出以下特点:

一是商用车行业的服务市场发展潜力巨大。现有数据分析表明,该行业直接营业规模超过4万亿元人民币;

二是商用车行业的服务链条超长。商用车的产业链条涵盖了研发、制造、改装、销售、保险、金融、租赁、运输、维修、挂靠、拆解、再制造、配件、配送等各个环节,是普通乘用车链条规模10倍以上;

三是目前我国商用车行业与发达国家相比尚属初级阶段,后续发展严重缺乏动力支撑。我国商用车行业的相关问题不仅体现在行业企业整体散、乱、差、小等方面,还体现在企业缺乏长久合法的经营场地、人才流失严重、主流金融机构支持力度不够、政府缺乏专业管理经验等方面,严重影响我国商用车行业的可持续性发展。

中国商用车服务大会的举办将推动我国商用车链条体系的发展;推进我国商用车产业链建设,推动我国海外服务体系的建设、推动区域商用车排放治理、推动区域商用车产业升级发展。

本届大会是在“大吨小标”“国六排放”、《报废汽车回收管理办法》修订、二手车出口等众多复杂因素影响下举办的,为推动我国商用车行业的高质量发展创建了一个全新交流合作平台。

七钻服务重磅发布 美的冰箱全面深化升级 品牌服务体系



■ 罗薇

8月11日,美的果净冰箱预售启动暨七钻服务升级发布会在北京爱琴海广场顺利举行。发布会上,美的冰箱2019年七钻服务重磅发布,品牌服务品质深度升级,同时美的智能保鲜冰箱·果净系列预售正式开启,实力引领“绿色健康”品质生活新潮流。

一直以来,美的冰箱始终坚持“以用户为中心”的服务宗旨,此次重磅发布的七钻服务,以“168天质量问题免费退换、360°冰箱安全体检服务、30分钟内响应管家服务、尊享备用冰箱周转服务、免费检测水电安全服务、微晶冰箱3年延保服务、果净冰箱果蔬到家服务”7项用户服务条款,深度升级品牌服务品质,为美的冰箱的尊贵用户打造全方位、更贴心的售后服务。

七钻服务升级全面提升,给美的冰箱布局高端市场的三叉戟产品提供了相匹配的高端服务,多项服务内容远超行业平均水平,引领了高端服务的高标准:168天的超长产品退换货期,是行业平均标准(七天退货15天换货)的十几倍;三年延保后的一年整机保修,六年核心零部件保修,是行业标准的两倍。此外,多项免费检测的福利,尽显美的冰箱服务团队的专业价值;30分钟极速响应管家式服务、备用机周转、果蔬到家等多项服务内容则显示出美的冰箱对用户细致入微的服务用心。

活动现场,作为多年来“国民生活品质升级的见证者”,知名生活品质栏目主持人左小姐上台分享了她对“品质生活”的看法,并现场点赞美的冰箱对于用户的贴心和用心,让千千万万的中国家庭能够享受到无忧品质服务。

服务好不好,还要看用户!现场一对微晶情侣用户分享了关于他们的“微晶小确幸”,对于他们购买微晶冰箱后所感受到的美的冰箱品质服务表示赞不绝口,让美的冰箱的品质服务的品牌形象变得更加立体可感。

七钻服务权益的重磅发布,标志着美的冰箱全面发力品牌服务体系的升级,将原有的七钻服务权益覆盖到微晶、果净、净味三大系列产品矩阵上。与此同时,焕新风暴第二季期间,美的冰箱还力推品牌换新服务的深化,提供售前全方位检测和全程专业的换购指导服务,得到了众多消费者的认可。此次美的冰箱发布七钻服务升级并为高端用户订制更优越的增值服务后,美的冰箱服务体系得到全面升级,为更高需求的用户深度匹配优质服务方案,进一步推动美的冰箱品牌口碑沉淀。

伴随着七钻的重磅发布与实施,美的冰箱以诚心服务深化品牌内涵,打造优质服务品牌标签,必将成为更多用户选购冰箱时的第一选择。

品牌服务 |

鲁班到家与帝富龙达成战略合作 助推卫浴行业售后服务体系建设

■ 易铭

近日,全国领先的家居售后服务平台鲁班到家与知名卫浴品牌帝富龙达成战略合作共识,签订售后战略合作协议。未来,双方将在售后服务供应链领域进行全面对接,在消费升级的背景下,重新定义全国卫浴售后安装服务的新标准和典范。

多年来,帝富龙卫浴深耕国内市场,全国

拥有60多家直营办事处,千余家品牌加盟店。其秉承“标准之上,享受舒适”的设计理念,覆盖陶瓷洁具、浴室柜、五金龙头等全系列卫浴产品,以种类齐全、结构合理、中高档质量、中低端价格的组合优势投入市场,在国内市场中迅速脱颖而出。以远超同行的发展速度,成为国内卫浴品牌中的佼佼者。

而作为行业首选的卫浴售后安装服务平台,鲁班到家专注于全国家居售后服务供应

链领域,致力于为家居建材企业/电商提供全国售后配送、安装、维修、拆卸、退货的“最后一公里”一体化服务。

帝富龙与鲁班到家合作,可以将自身的售后服务从产业链中剥离,保持自身专注产品创新和竞争力打造,建立“轻资产”的品牌售后运营体系。同时,基于鲁班到家的全国的售后服务供应链资源,快速布局覆盖更全、服务更好、效率更高、费用更低的售后服务体系。

世茂服务品牌全新发布 构建生活服务智慧蓝海生态

■ 沈静

8月5日,“美好生活智造者”——世茂服务品牌焕新发布会在上海外滩茂悦大酒店盛大举行。世茂物业正式焕新升级为“世茂服务”,“美好生活智造者”全新品牌形象正式亮相,重磅发布行业首个针对“用户生活服务”研发的生态系统——“Ocean X世茂深蓝服务系统”将为世茂业主与用户带来品质生活与智慧服务升级体验。本次发布会由世茂服务主办,易居企业集团·克而瑞共同协办。

世茂集团董事局副主席、总裁许世坛莅临现场。他表示,世茂物业作为世茂集团多元化业务重要板块之一,战略转型升级为世茂服务后,将通过颠覆传统物业行业发展路径,实现管理规模和服务模式的突破,助力集团业务发展。同时,世茂服务与科技行业头部企业深度合作,以智慧科技赋能美好生活,链接世茂业主和用户、合作伙伴,建立多方共赢的生活服务生态圈。

世茂服务是一家具有国家一级资质的物业管理公司,为世茂集团旗下全资子公司,成立于2005年9月。截至2019年7月,服务全国50余城160余项目,签约管理面积达1亿平方米,为近240万业主及用户提供生活服务。

出席本次发布会的嘉宾还有中国物业管理协会会长沈建忠,易居企业集团首席执行官丁祖昱,世茂集团执行董事、财务管理中心负责人汤湧,世茂集团副总裁、物业公司董事长兼总裁叶明杰,世茂集团助理总裁、审计与信息管理中心负责人、世茂物联网科技有限公司总经理孙岩,世茂集团助理总裁、营销管理中心负责人邵亮,世茂集团品牌与企划副总裁蒋玉华,中国物业管理协会副秘书长、北京物业管理协会秘书长兼副会长宋宝程,上海市物业管理协会会长徐昉明及合作伙伴代表。现场共同见证这一历史性时刻的来宾还包括,来自20余省市级政府机构、行业协会的40余位专家,全国上百家主流媒体和业主代表等。



从传统物业服务 升级为智造美好生活

在“智能+”时代背景下,面对“人们对美好生活的追求与向往”这一新时代新命题,世茂服务将颠覆传统物业服务模式,不断拓宽服务边界,深化用户服务概念,创新构建“OCEAN X世茂深蓝服务系统”。

发布会上,世茂集团副总裁、物业公司董事长兼总裁叶明杰以“世茂服务人”的身份,分享了世茂服务全新服务理念与未来发展战略。

“从‘对物管理’转变为‘对人服务’,从传统物业管理者到人居生活服务者的转变,其背后是世茂服务‘用户思维’的实践落地。”叶明杰先生表示,世茂服务始终以提供优质服务为基础,通过服务理念、角色的转变,将品质服务的温度、深度、颗粒度进行全面升级,打造行业首个全业态服务标准,针对世茂五大住宅产品线、商办服务、开发商服务,创建8大服务线,首推“世茂1001生活管家”服务,并设立5M服务品质保障机制,打造“世茂式”品质服务,提升业主与住户体验感与信任度,

增强用户黏性。

物联网、云计算、大数据、人工智能等智慧科技创新变革,为世茂服务提供了发展新动能。世茂服务基于对科技创新的深刻理解,创新提出“世茂智慧物理空间服务”。通过设备服务化、服务智能化、空间场景化,让服务更高效、社区更安全、生活更便捷。

如何构建世茂社区生活服务新生态?世茂服务将目光投向传统物业服务之外,打造“0-1公里”社区商业。深度洞察生活服务需求,整合世茂优势资源,与行业头部企业合作,组建专业团队独立运营,将孵化“茂YUE岛”社区教育、“UHOUSE+”不动产托管、“世茂颐园”社区健康等多个自主品牌,赋予美好生活更丰富的内涵与情感体验。

叶明杰充满信心地表示,世茂服务将致力于成为品质社区共生体,智慧服务领航者,实现规模量级突破和企业跨越式发展。

科技赋能物业发展 智慧推动服务升级

随着5G技术商用化进程加快,物业服务

企业的数字化、智慧化转型成为必然趋势,代表了未来的服务载体具有无限的纵向和横向发展空间。

在本次发布会上,世茂物联首次正式亮相,其秉承“以智慧物联,让互动随心”的宗旨,依托世茂集团全球化、多元化的产业布局,立志实现多场景数字化、平台化、生态化的智慧升级。

世茂集团助理总裁、审计与信息管理中心负责人、世茂物联网科技有限公司总经理孙岩表示,传统物业企业发展本身存在着“成本”和“盈利”两方面的问题,智慧物业正是解决这两个问题的有效途径。科技赋能物业发展,智慧推动服务升级,智慧物业降本增效的同时也必然能带动服务质量的提升,进而提升用户对品牌的忠诚度,达到丰富产业链、实现多元经营的目标。

定位智慧服务新蓝海 行业专家一致看好

房地产进入存量时代,物业行业迎来黄金发展时期。中国物业管理协会会长沈建忠充分肯定了世茂服务提出的“深蓝服务系统”生态圈概念和跨界融合的创举,他表示:“世茂服务品牌的成功推出,向我们揭示了互联网时代企业价值的成长逻辑,这种开放、包容的创新商业模式,代表了未来行业的发展趋势。”

易居企业集团首席执行官丁祖昱在现场表示,最看好物业服务企业的未来发展。作为房地产行业唯一一个能够跨越周期、超越周期的领域,物业行业是一个万亿级的蓝海市场,其资本化发展刚刚起步,随着市场集中度的快速上升,看好世茂服务将成长为生活服务行业领军品牌,期待世茂服务在资本市场上的好消息。

随着全新品牌LOGO的点亮,发布会现场气氛进入高潮,这标志着世茂服务正式开启“深蓝时代”全新赛道,乘风破浪,扬帆远航。以打造“中国智慧生活服务最佳范本”为愿景,世茂服务将为更多用户提供美好生活服务体验,引领行业发展与生活服务未来,智造美好生活。