后疫情时代：智能制造“柔性”化作“硬实力”

“疫情背景下，具备柔性化生产特质的智能制造让企业可以在短期内重建一条个性化生产线，推动产品快速更新迭代。智能制造将发挥巨大作用。”中国工程院院士王耀南说。

7月25-26日，2020年全球人工智能技术大会在浙江杭州举行，人工智能发展成热点议题。王耀南7月26日接受中新网记者采访时指出，接下来智能制造机器人将继续向智能化、柔性化、灵巧化、协作化方向发展，以适应网络化协同制造、大规模个性化定制需求，形成中国制造“硬实力”。

今年初受新冠肺炎疫情影响，口罩、防护服、护目镜等防护品缺口大，考验着供应链的应变能力。借力大数据与物联网，包括生产计划重新安排、原材料库存调度、物流计划调整等，都实现了快速协同。而通过柔性生产实现高效复工的案例也不胜枚举。

“智能制造的一大特点是‘有柔性’。”王耀南举例，“疫情期间，我们团队研制了医用紫外线消毒机器人、医用物资配送机器人等系列防疫机器人，免费赠送医院使用。从过去面向生产线的物流机器人到防疫机器人，仅一个月不到的时间便可实现‘变身’。”

他介绍，智能制造采用工业互联网技术，通过人、机、物的全面互联，可构建起全要素、全产业链、全价值链的新型工业生产制造和服务体系。

“要高度重视智能制造，机器人、互联网络、人工智能三者相加可形成一条完整的智能制造产线。”王耀南说，智能制造的特征是有针对性地生产市场需求产品，必须通过“需求”来驱动产学研用。

针对当前智能制造领域短板，王耀南表示仍有诸多挑战性问题亟待解决。“有的企业想应用智能制造但没有技术，有的地方政府想推广智能制造但找不到合适的企业，有的研究机构技术不一定适用于企业生产……只有加强产学研用结合，才能在未来发掘智能制造的更大潜能。”

他提到，如此次大会举办地杭州，近几年在政府大力推动下，智能制造和机器人发展都走在了国内前列。“这也会吸引到大量的研发队伍、优质企业进入到杭州，为打造数字经济注入能量，是一个良性循环。”

(张煜欢 汪旭莹)

中国工程院院士王耀南接受中新网记者采访。
张煜欢 摄

浙江临海眼镜产业突围记：撕掉“中低端”标签闯新路

■ 范宇斌

黄岩模具、温岭泵业、玉环阀门、临海户外休闲用品……在中国民营经济发祥地——浙江台州，块状经济致富一方。而今，越来越多地方正在思考一个新命题：如何踩准时代步伐，推动块状经济迸发新动能？

台州临海眼镜产业兴起于改革开放，而今已成为中国太阳镜生产基地和中国眼镜出口基地。仅临海眼镜产业重镇——杜桥镇，拥有眼镜生产企业近千家，销售经营户千余家，从业人员近六万。小小眼镜从这里走向世界。

海外退单、生产线停摆、出口受阻……突如其来的新冠肺炎疫情使临海眼镜产业陷入了困境。“我们必须团结起来，抱团转型，才能转危为机。”这是当地政府、企业家对中新网记者谈及最多的一句话。目前，临海眼镜行业内部已经开始“抱团取暖”，在稳订单同时，积极开拓市场、塑造品牌、提升质量，并借疫情大考转型升级。

浙江临海眼镜企业“抱团取暖”转产防护镜。

市场叠加影响促变革

追溯历史，以杜桥为核心的临海眼镜产业集群，源于20世纪70年代的眼镜销售。

“当时，成千上万的杜桥人走街串巷推销从温州、广州进货的眼镜，无形中形成了产业群体与销售网络。”临海市眼镜行业协会秘书长陈兆水回忆，随着越来越多家庭作坊式小工厂的出现，在销售渠道的保障下，眼镜产业群开始萌芽。

“杜桥眼镜名气渐大，却一直与定位‘中低端’的标签如形随影，严重影响着杜桥眼镜的口碑。”陈兆水坦言，相较于深圳、厦门、温州、丹阳等地，临海眼镜行业过去靠“低价竞争”开拓市场的优势越来越弱。

敏锐、灵活的浙商也认识到自身不足，例如临海眼镜行业“领头羊”——盈昌集团有限公司多年来打造自主品牌“帕莎”牌太阳镜，通过提升产品档次等种种变革，让该公司太阳镜销量位居全国第二，产值超2亿元。

外贸是临海眼镜行业的主要销售渠道。疫情全球大流行之下，使很多外向型企业措手不及。“很多来自海外市场的订单都被取消或延迟，这给我们带来巨大的压力。”一位眼镜生产商坦言，眼下必须要“稳住”才能赢。

产品转型升级谋新机

疫情之下，企业应如何稳得住？诸多临海眼镜生产企业表示，生产适销对路的产品，抓住新机遇。

疫情防控阶段，护目镜的需求量一度急剧增加。记者在位于临海市上盘镇的浙江誉博眼镜有限公司生产车间内看到，工人们身着防护服，戴着口罩，忙着在自动化流水线上加急生产护目镜。

“对于眼镜制造业，此类转型并不复杂，不用改变生产线，只需更新设计方向和材料就行。”浙江誉博眼镜有限公司总经理周桂兵说，“我们本来就有眼镜的生产资质、出口资质，只需要获得相关医疗器械生产备案凭证便可。”

在多方努力下，临海多家眼镜制造企业投产护目镜，并且陆续拿到了国外认证证书；行业内互帮互助，还商定用“共享订单”的模式带动生产。

和誉博眼镜一样，很多眼镜企业都在疫情之下，见势早、起步快，充分利用自身优势，给企业带来了一定的缓冲阶段。而在临海市杜桥镇重点项目办公室主任、浙江眼镜城总经理王正良看来，“疫情‘反转’只是一个偶然，近年来，太阳镜产业产值减少、生产企业转移等现象值得警惕。”

“大家一起帮忙，没什么困难熬不过去”“单靠外贸一条腿走路已经不行了”……几乎每天，临海眼镜行业内部交流群都会被刷屏，从业者商量最多的还是“转型”。

王正良说，市场竞争加大不可避免。“这些年，四川、重庆、江西等地都在发展眼镜产业，而之前以国外品牌眼镜代工为主的深圳也从外销市场转向内销市场，势必对临海眼镜产业造成冲击。”

“护目镜毕竟不是长期的生意，却是我们深耕国外市场的一个契机。”周桂兵说，其正谋划把新设计生产的一款太阳镜推向市场。“我们不能再走同质化、打价格战的老路了，否则只会‘两败俱伤’。”

“老树开新花”

当前，眼镜呈现出由功能用品向时尚装饰品转变的趋势，这既是眼镜产业面临的挑战，也是创新发展的机遇。

作为临海传统产业，眼镜产业一直以来因员工技术水平不高、企业品牌意识不强、设备技术不足等诸多因素，制约发展，企业技术含量低，高端品牌少，主要以低价位的竞争手段参与市场。

“这些年，临海市政府针对眼镜行业进行整治，在整治环境污染的同时，也对企业技术改造实行补助政策，来提升产品质量。此外，也会鼓励当地企业参加展销会，推广品牌，打开眼镜销路。”临海市杜桥镇工业经济办公室主任郑丹表示，如今，杜桥眼镜生产企业参加展览会能得到的补助已经从50%提高到80%。

疫情期间，临海市委副书记、市长王丹来到“台州制造优品购”临海直播专场，变身带货主播，为临海好货代言。“临海是全国闻名的‘眼镜王国’，孕育出了帕莎、浪特梦、凯茜路、中港等品牌。”直播中，王丹为一款“帕莎”眼镜代言说，“根据中国人的脸部特点而设计，非常舒适。眼镜就选临海制造。”

“‘带货直播’有望给临海眼镜带来流量经济。”杜桥电商协会负责人陶永才谈道，目前临海眼镜不少以成品出口，也有着自己的设计和品牌，谋划内销也有优势。不少眼镜制造企业已出现转机，他们在稳住外贸订单的同时积极开拓国内市场，打出自主品牌。“大家的信心又回来了。”

几个月实践下来，路径愈发清晰：积极开拓国内市场，尤其要用好电商的力量。

临海市也正加快推进眼镜产业优化升级，全面提升创新能力、智能制造、绿色发展的水平，加快老旧工业点改造和小微企业创新创业园建设，推动眼镜产业集群布局、集约发展，加大新材料开发和关键生产工艺技术提升，全方位提升眼镜产业的品牌内涵和市场竞争力。

诞生小小一副眼镜，并非难事，但如何锻造成地方产业“金名片”，添彩“中国制造”。换一副眼镜看，世界也许大不同。

炎炎夏日送清凉 点点滴滴暖人心

为传递公司对职工的关爱，确保职工在高温天气下的身体健康。近日，中煤新集楚源公司积极策划、精心筹备组织开展了高温作业职工“送清凉”慰问活动。

慰问中，楚源公司领导为在岗的一线职工发放了毛巾、香皂、西瓜、绿豆、白糖等防暑慰问品，把清凉送到了岗位一线，把关怀送到每位职工心里。并嘱托大家在夏季工作过程中一定要注意防暑，感谢大家在酷暑难耐的气温下依旧奋斗在各自的工作岗位上。职工们纷纷感谢领导为大家带来这么多的防暑降温物品，并一致表示不管天气有多么炎热，一定会一如既往地坚守在工作岗位上，履职尽责，积极投身于安全生产中。

此次“送清凉”慰问活动的开展，不仅体现了楚源公司“以人为本、关爱职工”的人文精神，而且进一步增强了全体干部职工的凝聚力、向心力，极大地激发职工干事创业的积极性和爱岗敬业的热情。

(周喆 邱殿革)

中煤新集楚源公司：我为安全献一计

“建议对急救药箱内的药品进行定期补充和更换”、“我建议在电焊与气割交叉作业的时候，作业间距拉大一点，或者在中间加装隔板”。近日，中煤新集楚源生产服务公司口孜东支护区结合当前安全工作要求，开展了“我为安全献一计”活动。活动要求全体职工认真查找安全生产中存在的隐患与缺陷，并提出整改措施和建议，全面做到安全生产“三超前”。即“超前防”，把各项防范措施落实在事故发生之前，努力把事故隐患消除在萌芽状态，坚决杜绝各类事故发生的可能性。“超前想”，号召全体职工积极树立超前意识，开好班前会，想好工作方法和整改措施，提前做好各类防范工作，坚决杜绝不安全行为的发生。“超前做”，在工作中，针对职工的不安全行为、设备的不安全状态、环境的不安全因素，应提早采取有效措施，坚决杜绝事故的发生，努力营造一个“人人讲安全，事事讲安全”的浓厚工作氛围。

(邱殿革 周喆)

广告

浙江力普科技粉碎品牌获行业关注

国家高新技术企业、中国粉碎技术领航者——浙江力普粉碎设备有限公司日前荣获粉体行业“最受关注品牌”称号。“粉体行业年度奖”是由中国粉体网联合北京粉体技术协会于2013年共同发起，旨在表彰当年度受用户关注高、业内畅销的产品和行业品牌。浙江力普已多次获得这一殊荣。

浙江力普自创建以来，始终重视品牌形象建设，专注于自主技术研发和产品创新改造，独辟蹊径，借力国家重点支持的新材料、新能源等战略性新兴产业领域，专致纳米碳酸钙、石墨球化粉碎、精制棉粉碎制备纤维素醚三大市场领域，进行产业细化深耕，持续科技创新，以独有行业技术为核心，构建专利产品链，进行精确开发，打造力普科技粉碎品牌，与多家院校合作，创建嵊州市粉碎设备科技创新服务平台，全力推行新产品开发，走出一条与众不同的新路子，产品被广泛应用于新材料及纳米材料的粉碎加工，在高端市场上有了良好的口碑。“力普高科”牌粉碎设备获评绍兴名牌产品，跻身我国粉碎设备行业屈指可数的名牌产品行列，专门为多家世界500强等高端客户精心设计、量身定做，解决了众多新材料加工领域的技术难题，硕果累累，到目前为止，力普已获省级新产品12项，国家专利28项，其中发明专利3项，并另已申请多项国际发明专利。已成为中石化、中国兵器总公司、美国特斯拉、日本住友商事、日本松下等国内外企业巨头的定点供应商。

浙江力普咨询热线：
13806745288、13606577969
传真：0575-83152666；
力普网站：www.zjleap.com；
E-mail:zjleap@163.Com

扎实做好“六稳”全面落实“六保”

犀浦街道多措并举打好经济发展“组合拳”

针对新冠肺炎疫情冲击，中央提出了做好“六稳”落实“六保”新对策，在非常时期释放出打赢经济战“疫”的坚强决心和必胜信心。李克强总理在十三届全国人大会三次会议所作的《政府工作报告》指出：“‘六保’是今年‘六稳’工作的着力点，守住‘六保’底线，就能稳住经济基本盘；以保促稳、稳中求进，就能为全面建成小康社会夯实基础”。5月9日，在四川成都市郫都区委书记杨东升主持召开的140次常委会议指出：“全区各级各部门要把思想和行动统一到习近平总书记、党中央对疫情形势的分析判断和防控工作的重要部署上来，全力做好‘六稳’工作，全面落实‘六保’任务，以更加积极有效的措施奋力夺取疫情防控和经济社会发展‘双胜利’。”犀浦街道在“六稳+六保”实施中，全力跟进签约项目尽快落地、在谈项目尽早签约，尽力保障工业企业正常运转，着力提供要素支撑和服务保障，千方百计克服疫情对经济发展造成的不利影响，多措并举力争完成全年各项经济目标任务。

一、保经济，做实增收“关键课”。 **一是拓宽增收渠道。** 疫情防控以来，街道主管领导密集走访辖区10余家规上企业，与负责人面对面交流，倾力帮助解决经营生产中存在的问题，并引导30余家非属地服务业企业到犀浦落地，通过达标挖潜实现转纳入库财税目标。**二是盘活闲置资源。** 对辖区内的商业楼宇、沿街店铺等闲置存量项目进行全面摸排和细致梳理，帮助新加坡长宜集团等企业存量项目尽快拿到相关施工手续，加快推进一汽企业用地、交大产业园土地变性开发，尽快产生经济投入，实现经济收益。**三是搭建引资平台。** 用足用好中央及省、市出台的支持企业复工复产相关政策措施、各项招商、稳商、安商政策，多形式、多渠道开展招商引资工作。同时采取线上“键对键”+线下“面对面”的办法，搭建网络招商平台，链接上海、深圳、北京、成都等地区优质商协会，在更大范围集聚配置资源，形成资源共享、优势互补的常态长效招商机制。**四是创新服务方式。** 落实“24小时+保姆式”服务模式，开展“送服务、送政策、破难题、助发展”活动，全方位对接在用工、用电、资金、安全生产、环保等方面，提供“全方位、精细化、零距离”服务，积极为企业发展出谋划策、排忧解难，促进企业健康运营。**五是力推落地项目。** 下大力推进梓潼宫站项目、天河路站—犀浦站TOD引领项目、体育公园项目、新西里文化院街项目、星光文旅总部基地项目，沱江河绿道、锦城公园绿道，泗合桥沟绿道、体育公园绿道等项目建设。

二、保市场，按下产业“快进键”。 **一是创新商品经营模式。** 街道组织机关、村（社区）50余名工作人员，深入到润扬·石犀里、凯德广场、乐视界、爱琴海·购物公园、百伦广场等30余家商业企业，允许在规划区域内将场内商品搬至场外经营，引导广大消费者走出家门体验消费。**二是积极开展促消活动。** 利用“五一”节、“周年庆”等节日，引导40多家餐饮服务业企业，举办火锅、美食、龙虾、小吃品尝等“丰富消费体验、营造消费场景、培育消费热点”促销活动。引导商家积极参加“安逸郫都”、“成都新消费、用券更实惠”消费提振活动。**三是提档升级特色街区。** 对建材一条街、火锅一条街、人力资源一条街、夜市一条街、特色美食一条街、交大美食城、岷江服装一条街、天府一条街等8个街区的夜间就餐、夜间购物、夜间观景、夜间休闲、夜间娱乐、夜间健身项目进行提升打造，为拉动夜间经济提供消费保证。

三、保民生，织密服务“保障网”。 一是竭力摸排帮扶救助家庭。组织村（社区）工作人员、网格人员、社区民警深入到165个小区、1755个楼宇、180余家民俗进行入户摸底调查，及时掌握困难情况，共摸排出79户、103人困难户（其中特困户3人），逐一按政策予以帮扶。针对这些群体，组织进行开展“低保申请”流程培训。**二是尽力做好子女入学工作。** 积极做好随迁子女接受义务教育政策宣传，加班加点初审随迁子女资料700余份，接受电话咨询及现场咨询1000余人次。组织50余人摸排各村（社区）适龄儿童基本信息，协调改造公办幼儿园，为适龄孩子入园提供1000余个学位。**三是倾力改善居民生活环境。** 提升7个农贸市场、8所中小学校、3所大中专院校、3家医院、21个社区服务中心、28处街头绿地、35个开敞式的生活广场环境，多层次满足市民休闲、文化、体育、生活等需求。

四、保就业，架起求职“连心桥”。 **一是加强企业政策宣传。** 组织相关部门、村（社区）工作人员深入到辖区20余家建筑、工矿企业、10000余家大小商家、800余家大小餐馆、170余个小区物业公司，宣传小微企业贷款、社保减免、劳动用工和岗补贴、职介补贴、就业补贴、培训补贴等优惠政策。**二是解决企业用工需求。** 通过对415家走访摸排，梳理出80余家用工企业，150余个工种，2000余个工作岗位用工需求，采用QQ群、微信群、宣传栏，向社会发布招聘信息5000条。**三是举办就业招聘活动。** 举办以“助力中小微、就业大作为，促复工、稳就业、保民生”为主题的大型专场就业招聘会。返乡农民工、城镇失业人员、就业困难人员、复转退役人员和高校毕业生等1500余人参加了现场招聘，现场400余人签订了意向性就业协定。招聘时还为广大求职者开展了就业创业惠民政策、农民工工资保障等法律法规宣传，发放各类宣传资料2500余份。

五、保安全，打造出行“平安路”。 **一是强化交通道路安全防控。** 发动村（社区）工作人员、城市管理人员、交警中队、网格员60余人，对辖区113条大小交通道路的临水临崖、涵洞沟渠、交通信号、照明设施、隔离护栏、窨井盖、雨篦子、沟盖板等交通设施隐患进行全方位、拉网式排查。组织50余人安全劝导员深入到各街道路口、村社道口、各交通要道，对道路交通违法行为进行劝导，共录入信息5000余条。对交安设施缺失道路信号灯欠正常等15个问题，按照“逐一建档、逐一上报、逐一整改”的要求，进行及时整治。**二是邀请专家对粉尘防爆安全指导。** 为有效防范和遏制粉尘涉爆企业生产安全事故发生，扎实推进粉尘防爆专项检查工作，邀请四川省安全生产专家，深入到各重点企业进行粉尘防爆安全防范检查指导。对一家床上用品生产厂家收尘室内部分电气设备封堵缺失配电拒进尘配置；个别除尘器出尘口编织袋因负压被堵住等安全隐患，提出了限期整改要求。**三是开展日常安全隐患排查活动。** 定期对辖区所有企业、商超、建筑工地、三无车辆、酒店宾馆、中小学校、农贸市场、加油加气站、各个居民小区、老旧院落等场所，以及食品保质和餐饮环境卫生等安全隐患情况进行拉网式排查。对排查出来的问题指定专人负责，采取有效措施，限期整改到位，及时消除隐患。

六、保稳定，筑牢维稳“防火墙”。 **一是扩大宣传，强化教育。** 充分利用会议、横幅、广播、LED显示屏等形式加强维稳工作宣传，强化对刑事、矫正、吸毒和刑满释放等重点人员的法制教育。**二是全面排查，清单管理。** 组织100多名网格员，40多名社区工作人员、党员志愿者，对辖区157个小区、1万余个商铺进行全方位民意摸排，共对5400余户家庭进行了诉求征集，连日来，共排查出“一标三实”信息33万余条。**三是提高站位，压实责任。** 充分发挥各村（社区）“网格员”、“信息员”和“调解员”作用，及时掌握辖区内可能发生的矛盾纠纷苗头，做到早发现、早上报、早处理。

(周安才)

达达快送全心达官宣 打造连锁品牌即时配送服务最佳样本

经过20年发展，中国电商行业已经进入商品和服务距消费者只有几公里，履约在1小时完成的即时零售时代。“即时可得”的消费方式，正在被越来越多消费者选择。消费者习惯的改变，为线下连锁品牌带来了全新的发展机遇和增长空间，也进一步催生出连锁品牌强烈的线上化需求。受今年疫情影响，这一趋势则更为明显。

从2019年开始，达达集团旗下本地即时配送平台达达快送已启动针对连锁品牌商家的服务升级项目。经过持续迭代，在7月28日正式面向全国连锁商家推出，并命名为达达快送全心达。截至目前，达达快送全心达已服务包括沃尔玛、永辉、山姆、7 Fresh、泉源堂、海王星辰、京东专卖店、华为专卖店、付小姐在成都等知名连锁品牌。达达快送全心达通过定制化混合运力模式、定制化服务体系、专业化运营团队、智能即时配送系统，为连锁品牌提供“全心服务，即时送达”的高效履约解决方案。

达集团创始人、董事会主席兼CEO蒯佳祺表示：“达达快送全心达将针对连锁品牌商家的个性化即配需求，不断创新服务产品，帮助更多连锁品牌提升即时服务能力，为用户带来更加便捷、极致的消费体验。”

●达达快送全达达快送骑士在真功夫门店门口准备接单

“众包＋驻店”定制化混合运力模式为连锁品牌降本增效

进入即时消费时代，各大连锁品牌商家纷纷发力线上渠道，作为链接消费者的关键一环，配送服务的强弱决定着连锁品牌能否成功走向“线上”。而不同的连锁品牌对履约时效也有着诸多个性化的诉求，只有更加定制化的运力，才能助力商家在保障配送效率的同时降低成本。

达达快送通过对履约大数据的智能分析，依据门店履约时效要求、订单品类、单量变化、峰值时间等特性，动态化匹配“众包”运力或“众包+驻店”运力，提供定制化的运力解决方案，以达到人效的最大化运用。达达快送基于多年深耕即时配送的大数据积累，依托平台分布广泛、充沛的数十万活跃骑士为门店匹配优质众包运力，保障订单快速响应和可靠配送。对有特殊需求的门店，达达快送将为门店匹配驻店骑士，为该门店提供专属配送服务，第一时间响应订单接配需求。在门店因大促、活动等原因出现订单峰值，驻店运力吃紧时，达达快送会通过分布广泛、充沛的众包骑士网络，主动承接溢出的订单，为门店订单削峰填谷。在混合运力模式下，订单波峰时“众包+驻店”运力综合承接，保障配送；订单波谷时，则由驻店骑士承接，众包运力释放配送其他类型订单。达达快送通过即时配送系统动态匹配驻店运力，及时增减驻店骑士数量，保障连锁品牌稳定高效履约的同时，避免运力冗余，最大程度助力合作伙伴降本增效。

定制化配送服务标准 树立即时配送服务标杆

在创新配送模式，为连锁品牌降本增效的同时，达达快送全心达还针对不同业态、不同地区的连锁品牌，根据需求对服务规范进行定制化。骑士除了要完成常规服务培训，还须完成为指定品牌商家推出的定制化的服务规范培训和考核，考核通过才能够正式配送该品牌的订单。

在配送形象上，达达快送会根据连锁品牌需求，定制标准化的配送服装，在骑士日常配送中达达快送平台也会进行随机自拍抽查，督促骑士按规定着装。此外，达达快送全心达还会根据连锁品牌配送订单特点，定制配送装备，保障订单更高效配送。此前，达达快送已为永辉超市等合作伙伴进行工装定制，在下月达达快送将联合山姆会员商店升级推出定制服装和装备。达达快送目前服务于山姆会员商店极速达APP、小程序、京东到家等全渠道订单的即时配送，覆盖全国21个城市。山姆会员商店电商部总监王婷表示：“山姆会员多为追求生活品质的家庭，为满足他们对商品品质期望，山姆从商品选择、库存管理到配送都有严苛的标准。达达快送为山姆提供了定制的配送方案，尤其是针对我们大包装商品、冷藏冷冻商品严格温控的需求，达达快送设计配送保温箱、冷冻食品单独包装等，让山姆会员可以享受专属的高端配送服务。”

专业运营支持团队 即时响应商家需求

以混合运力模式作为基础，从人员配备到客服响应，再到履约数据分析，达达快送全心达服务为连锁品牌提供了全方位运营支持。与连锁品牌洽谈初期，达达快送会迅速搭建起一支专业团队，了解分析连锁品牌需求，策划定制化的履约方案。合作启动后，总部专业团队会全面投入到后续运营支持，及时响应用户各类配送履约需求和问题。不仅如此，达达快送依托覆盖全国2400多个县区市的城市站点，还为连锁品牌提供到每一个门店的服务支持。

618真功夫周年庆期间，线上订单也出现大幅增长。根据达达快送官方数据，6月18日当天，配送完成的真功夫订单量相比5月日均完成订单量增长达84.27%。达达快送运营团队与真功夫提前进行深入沟通，通过分析过往数据，对活动期间订单量进行预测，提前调配运力，有效承接因大促活动出现的激增订单，保障订单稳定高效履约。根据达达快送和真功夫官方数据，6月18日，在单量大幅上涨情况下，真功夫线上订单配送履约率稳定在98%以上，平均配送时长约16分钟，与日常配送履约持平。真功夫配送负责人杜宗海表示：“通过与达达快送提前进行订单分析等深入合作，有效保障了大促期间的配送履约。期望通过双方的共同努力，持续为消费者提供优质的餐饮消费体验。”

升级智能化即时配送系统 “无缝”接入连锁品牌全渠道订单

达达快送全心达服务依托于人工智能、大数据分析、云计算等高新技术，聚焦连锁品牌全渠道、全品类订单需求，升级推出全渠道订单接入系统“物流开放平台”和专业运营支持平台“方舟运营系统”。“物流开放系统”可以“无缝”接入来自不同渠道的全渠道订单。所有渠道订单经“方舟运营系统”统一规划，分析合单后推荐给相应骑士，骑士接单后再基于AI算法自动匹配最佳配送路线。通过“方舟运营系统”，连锁品牌和达达快送可以预测单量变化、进行运力实时调整或预调。

根据官方数据，截止至2020年6月，达达快送服务的泉源堂门店已超过200家，全渠道日均订单量相比4月增长77.33%，在订单高速增长情况下，达达快送依旧保持稳定高效履约，平均履约时间约25分钟。泉源堂CEO陈洲华表示：“达达快送专业的配送系统，为泉源堂门店提供了专业高效的配送支持，保障了全渠道订单的高效率。在为消费者带来用药便利的同时，也为社会创造价值。”

(中新网)

茂县李文旅节暨赤不苏采摘节8月15日开幕

2020第三届四川茂县李文旅节暨赤不苏采摘节将于8月15日开幕。本次节会以“千年果乡 茂县有李”为主题，将开展萨朗妹在线赠李、茂县景区门票赠送、网红直播带货、羌族非遗展演、李子和苹果采摘等一系列活动。

据悉，节会期间，主办方将陆续举办九项主体活动。其中，8月14日晚举办烤羊篝火锅庄晚会；8月15上午是古羌城开城仪式、节会开幕式和羌族非遗演出，同时举办茂县特色农产品和旅游商品展示会、茂县农文旅摄影图片展；开幕式结束后，水果萨朗妹将通过在线方式向网友赠送茂县李和茂县景区门票，网红直播带货也将同时举行，还将开展采风和采摘体验等活动。

值得注意的是，此次将举办的萨朗妹赠李赠票活动时间为8月15日节会开幕式当天和9月8日赤不苏采摘节活动当天，李子总赠送量不少于3000斤，全部为茂县李感恩礼盒包装；中国古羌城、九鼎山、松坪沟三大景区门票总赠送量为1500张。网友通过微信搜索公众号“微茂县”、“茂县旅游”或“西部旅游快讯”，扫描近期文章中的赠李赠票萨朗妹微信群二维码即可加入活动。

茂县山清水秀，物产丰富，是四川乃至全国闻名的水果之乡，被农业部认定为“无公害农产品生产基地整体推进县”，被四川省人民政府命名为“四川省现代农业基地强县”和“四川省现代农业产业基地重点县”，盛产苹果、樱桃、枇杷、脆李及花椒等。其中，茂县李又称羌脆李或红脆李，独特的地理及气候条件造就了茂县李特有的口味，被誉为水果中的“李子之王”。

同时，以“净土阿坝”为依托，茂县先后获得“茂汶苹果”“茂县李”“茂县花椒”地理标志登记认证3个，茂县“羌脆李”“脆红李”“甜樱桃”“枇杷”“香茹”“莴笋”等绿色食品认证达24个，“脆红李”等有机转换产品认证5个。2015年底，南庄“青脆李”获有机食品认证。截至目前，茂县李产业总产值达10亿元，该县全县农民实现人均增收1万元以上。

茂县是全国最大的羌族聚居区和羌文化旅游目的地，也是古蜀文明的发源地之一、大熊猫栖息地的重要分布区和成都平原前往大九寨、大草原、大冰山的主要过境集散地，在四川文旅“天府三九大”的品牌体系中，茂县是全要素支撑区之一，目前正在积极创建“天府旅游名县”和“省级全域旅游示范区”。在目的游方面，该县境内的中国古羌城、九鼎山、叠溪·松坪沟以及羌乡古寨等自然和人文景区享誉八方，其“春观花、夏摘果、秋赏红、冬滑雪”的目的地形象深入人心，而7月至9月则是采摘茂县李和避暑消夏的最佳季节。

(本报记者 王道海)

饿了么联合百威推出超级品牌日 数字化让更多餐饮小店受益

7月31日，饿了么与百威集团共同打造的升级版百威“品牌馆”正式上线，饿了么将依托阿里巴巴商业操作系统，成为百威集团在本地生活领域的数字化合作伙伴。消费者打开饿了么的百威“品牌馆”，可以挑选红盔甲“小龙虾+百威”、肯德基“炸鸡+百威”等多个品牌与百威搭配的限定款套餐。

饿了么CEO王磊表示，“以百威为代表的无门店快消品牌，可以通过饿了么的数字化能力覆盖绝大多数的本地化渠道，相信我们能为更多城市用户服务，满足他们的需求，也探索行业更多可能性。除品牌方和平台之外，每个售卖百威产品的小店都能作为品牌营销的参与者而受益。”

根据介绍，百威此前在饿了么平台的产品销售，主要基于商超类的零售渠道。而“品牌馆”的建立，给百威的消费者提供了一个更全面、更精准的聚合入口。除商超之外，饿了么平台上所有出售百威产品的餐饮店都将被悉数收录，给用户更多选择的同时，也能使近十万小店获得更多的成交机会。

在饿了么搜索关键词“百威”即可进入升级后的百威“品牌馆”。相比较过去版本，新版本可以承载更多定制化的营销方式和玩法，比如为此次“超级品牌日”所开发的线上版百威“玩啤机”。

有了“品牌馆”这样可直接触达消费者的数字化阵地，品牌方得以围绕消费者需求，提供更加个性化的产品与服务。此次百威便联合红盔甲、丰茂烤串、全家、家乐福、肯德基、必胜客、永辉等品牌，为“超级品牌日”量身打造了32款“玩啤机套餐”。消费者随时随地“摇一下”就能以更低的价格，获得更丰富的选择，还能解决“不知道吃啥”时的“选择困难症”。

由于啤酒的佐餐属性，百威的消费场景感十分显著。饿了么品牌馆上线后，百威将主打“餐食+啤酒”的“全景场+全时段”产品供应。用户通过游戏的方式即可获得专享的“玩啤机套餐”推荐以及对应的优惠卡券，随后便可跳转至身边的店铺下单消费。基于饿了么成熟的即时配送体系，可以真正实现即玩、即购、即得的体验。

百威“品牌馆”将长期持续运营，未来饿了么和百威还将联合推出新品首发、啤酒节等更深度的营销合作，由此在同城生活的零售领域建立起一整套以“品牌馆”为核心、以数字化为抓手的用户与渠道运营阵地。

(中新网)

趣谈营销

产品同质化严重竞争优势不明显，市场销售静止不前或者是原地踏步。营销人员颇有感受，有的直接抱怨指责某某政策支持少、客户挑剔没事找事。稍好些的素质高，认为自家产品从产品设计包装和主流消费趋势不匹配。但，极少有人能认认真真去查找问题的根源来自于哪里。你懂营销吗？你知道你的客户最需要什么？你了解你的产品吗？

你懂营销吗？

或许你觉得这么问有些天真和幼稚。营销工作我都做了好多年了，这个问题对于老营销人员不算事。其实你真不懂什么是营销，营销是甲乙双方都满意的交易。或者说是甲乙丙丁一个整体都满意的服务过程。

有的营销人员总觉得自己最聪明，唯我独尊没有自己过不去的火焰山。总把客户当傻帽，觉得客户不懂消费不懂专业。大家往往因为心态不端正，过于精明去算计客户的口袋，虽然侥幸一次、两次过关斩将。可最终算计的还是自己。你比客户都聪明，你功利心这么强，客户觉得你的报价水分太多，因为你太精明客户怕你忽悠，时时刻刻在防着你。客户也有客户，客户也有朋友他们会货比三家会精打细算调查了解。你让客户吃亏，客户就让你的企业吃亏，企业吃亏最终还是你自己吃亏。实实在在做人，踏踏实实做事比什么都好，精明的最高境界就是厚道。

你了解你的客户吗？

有的营销人员抱怨客户要一次产品后，一年也不要第二次。我们没有分析什么原因导致发货次数不多，就觉得客户要么能力有限，要么想捞点好处。无论是前者还是后者，我们都应该去研究和分析。能力不足你有没有动脑子帮客户解决实际问题，万物联网就是物联网时代，每个人都是独立经营的个体更是一个整体。客户的客户你知道吗？或许，客户面临的问题你有资源可以帮忙解决。你想过吗？后者，你以往经验脑子里面固有模式认为拿下核心人员销售就解决了。可是你有没有想过，好多企业都是民营他们每一分钱都是老板自己省下的，你认为请客送礼拿回扣能解决实质性问题吗。营销是艺术不是技术，客户多样性的今天需要我们不仅去学习营销学更要学习消费心理学和社会经济学。

你了解你的产品吗？

像爱护自己眼睛一样爱护自己企业的产品，这是最基本的商业素质和职业道德。你自己都对自己企业产品不看好，怎么能让客户看好。好比，你总是消极和负能量。总认为，自己没有研究生学历没有博士的学识。自己与别人无法竞争，这种心理暗示时间久了百分之百会一败涂地。一个人对自己不自信，比过于狂妄更加可怕。干一行就爱一行，干一行就要精通一行。夫妻之间有七年之痒，能走过7年爱情就会升华到亲情。没有什么比得上亲情，她中有我，我中有她。你的产品同样是一个道理，喜欢它、研究它、了解它、深爱它。产品如人品，人品如产品，产品会说话。

(杨海军)

京东集团与利丰集团宣布达成战略投资协议

近日，京东集团与利丰集团宣布达成战略投资协议，推进双方在数字供应链和自有品牌等业务上的长期深度合作。

此次战略合作是京东集团在供应链、自有品牌和国际化布局的重要一步，未来可借助利丰集团全球供应链网络，叠加京东成熟的中国供应链体系以及数字化能力，形成优势资源共享，共同提供全球数字化供应链服务，助力京东一体化开放平台战略的实施。同时，利丰集团具备领先的自有品牌打造能力，可以完善京东在时尚家居品类的布局与品牌资源储备，协助京东打造国际化的自有品牌。

此外，双方在数字化转型方向上具备高度的战略协同性，京东拥有完善的数字化技术与丰富的线上线下零售资源，能够加速推动利丰集团的数字化转型升级，引领全球供应链服务。在当前疫情冲击全球实体零售行业、全球供应链重构的大背景下，京东与利丰的合作更具深远战略意义。

(中新网)

便民服务 收费标准：55元/行/天（13字1行）广告热线 028-66079393 地址：红星路二段159号成都传媒·红星国际2号楼1702室 QQ：769036015 VX：13308082189

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。

●成都美地亚广告有限公司，营业执照正副本（注册号：510106000266510），税务登记证正副本（税号：510106774543623）均遗失作废。

●本人遗失成都嘉善商务服务管理有限公司专用收据（收据号：1578862、1578863），登报作废。

●成都天合鼎鑫科技有限公司营业执照副本（注册号：510107000846929）遗失作废。

●四川惠众惠美商贸有限公司股东会决议解散公司，请公司的债权人自公告之日起四十五日内到成都市金牛区星辉中路1号1幢6层16号向公司清算组申报债权。[illegible]

●成华区思雪奶茶店食品经营许可证（编号：JY25101080093175）副本遗失作废。

●更正公告：4月29日成都西贝李刚餐饮管理有限公司、成都西贝愿李刚餐饮管理有限公司、成都西贝李刚喜悦餐饮管理有限公司在西南商报刊登的合并公告因格式有误，现更正如下：

合并公告

经成都西贝李刚餐饮管理有限公司（简称：成都西贝李刚，注册号：91510100MA61WJ1K5W）、成都西贝愿李刚餐饮管理有限公司（简称：西贝愿李刚，注册号：91510104MA6724QW3D）、成都西贝李刚喜悦餐饮管理有限公[illegible]

……出清偿债务或者提供债务担保的请求，逾期不提出的视其为没有提出要求。

成都西贝李刚餐饮管理有限公司
成都西贝愿李刚餐饮管理有限公司
成都西贝李刚喜悦餐饮管理有限公司
2020年8月4日

●注销公告：成都成兴建材有限责任公司（注册号：510105000246649）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。

●成都锦尚鲜果品有限公司开户许可证（核准号：J6510094151601，账号：153253508，开户银行：中国民生银行股份有限公司[illegible]

[illegible]