

锦江酒店App跨界合作电影《愤怒的小鸟2》开启“硬核酒店之旅”

■ 童梅

作为锦江国际集团全球酒店共享服务平台,锦江 WeHotel 一直在此方面积极探索和创新实践,近日旗下锦江酒店 App 率先与热映电影《愤怒的小鸟 2》进行 IP 跨界合作,并联合锦江国际旗下酒店品牌,共同开启从广州到上海,途经汕头、厦门、霞浦、温州、杭州等热门城市,长达 2000 公里的“硬核酒店之旅”。

携手IP 开启硬核酒店之旅

锦江酒店 App 作为锦江国际会员预订官方 App,可为会员提供锦江国际旗下 40 多个全系列品牌、全球超万家品质酒店的预订服务、会员商城、在线服务、金融支付等高品质、一站式旅行服务。此次,锦江酒店 App 以做一个有态度、用品质、用行动说话的酒店 App 为宗旨,以奖励活出真自我的“硬核玩家”为目标,利用电影《愤怒



的小鸟 2》IP 形象,打造硬核“移动酒店”,并从锦江 WeHotel 逾 1.5 亿会员中招募“硬核玩家”。

“移动酒店”每到一个城市,便会有一位高校学霸、房车旅行家、职场精英、帅气奶爸、投

资人等不同硬核特点的会员上车,一起沿途领略锦江国际旗下酒店的魅力,打卡网红景点和美食。锦江酒店 App 还在硬核酒店之旅的终点站“上海静安康铂酒店”举办“锦江酒店硬核之旅”会员主题派对,与广大会员一起欣赏“硬核酒店之旅”精彩视频。

8 月 21 日,“硬核酒店之旅”来到厦门站——锦江之星品质厦门集美大学国贸酒店,紧接着一路沿海北上,途经霞浦、温州,于 8 月 23 日来到杭州站——锦江都城杭州火车东站酒店。其间,酒店为参与此次“硬核酒店之旅”的会员们提供了贴心周到的品质服务,锦江都城及锦江之星品牌人员、酒店投资人还与会员们展开了别开生面的互动,让大家对锦江品牌有了更深入的了解。

联合品牌 推出多个跨界营销活动

此外,锦江酒店 App 携手锦江国际旗下康

铂、锦江之星、白玉兰、锦江都城、凯里亚德、非繁轻简等多个酒店品牌,共同发起订房送电影票活动。此次携手电影《愤怒的小鸟 2》,是锦江酒店 App 在 IP 跨界合作上的一次成功探索,也是锦江酒店 App 紧跟消费升级、创建会员体验经济的重要举措,共同打造电影《愤怒的小鸟 2》主题房,以吸引会员预订入住。身处主题房内,仿佛置身于电影之中,易怒的红鸟、话唠的超速黄鸟、捣蛋的绿猪王将一起陪你入睡。据悉,在 8 月 15 日至 9 月 30 日期间,凡是预订及入住带有“硬核联萌”标签的锦江都城酒店、白玉兰酒店及锦江之星酒店,即可享受活动折扣价 7 折起,还有机会获赠《愤怒的小鸟 2》电影票两张,为旅途解压。

未来,锦江酒店 App 将以满足用户多样化旅行住宿需求为导向,整合内外部渠道和流量资源,不断丰富酒店产品,持续提升会员服务体验,力争成为互联网时代智慧出行的首选。

风口来临,我要做刷脸支付市场的汗血马——专访四川鑫森辉瑞科技有限公司 CEO 蒋彪

风口已至,未来已来,抓住刷脸支付就抓住了未来!刷脸支付未来已来,梦想照进现实,你准备好了吗?目前刷脸支付市场非常火爆,全国各城市都在加盟代理。成都也有二十几家刷脸支付科技公司,通过调查,我们找到了位于春熙路太古里银石广场 37 楼的四川鑫森辉瑞科技,对蒋彪总经理进行了专访。

笔者:刷脸支付已登陆四川市场,成都开始安装了吗?请介绍一下你们公司?

蒋彪:成都刚开始,目前红旗连锁、舞东风、棒棒鸡传奇等已相继安装……我公司是国内首批移动支付行业技术服务商,主要从事支付宝、微信刷脸支付的市场开发与服务。是支付宝 ISV 和微信官方授权的国内移动支付服务商。产品围绕移动支付收银为商家提供量身行业解决方案。公司致力于商家支付、会员营销、店铺运营,提供互联网解决方案,以移动支付为基础,打造智慧商圈,目前与国内多家连锁餐饮企业、商场等达成良好的合作关系,为大众步入移动智慧生活提供技术支持。

我们的愿景是:让生活更便捷,让支付更简单,让数据为你所用!我们的责任是:开放分享,用户第一,创新思维,团队协作,创造价值!我们的使命是:自信,协作,坦诚,有责任心,尊重用户,创造价值!我们的目标是:拼搏向上,不忘初心,善待人生,懂得感恩,致力于中国科技支付影响力!

笔者:请给我们介绍普及一下刷脸支付吧?
蒋彪:随着支付宝和微信支付的普及,“扫



一扫”已经成为了人们的日常,人人都说现在出门不用带钱包,有部手机就可以走遍中国,而以后连手机都不用打开就能支付了!微信、支付宝刷脸支付识别精准。在支付场景保证极低误识率(FAR)的情况下,一次识别通过率在 99%以上。持续不断进行算法优化,可以通过不断的训练使识别变得更智能。整体识别流程耗时小于 1s,节约支付环节的等待时间。

支持针对不同门店或区域,建立高频人脸库,减少用户二次确认概率,有效提升识别效率。无缝打通收银台,软硬件结合,1 秒识别人脸,8 秒内完成支付、实现刷脸支付+扫码支付,无需技术,操作简单、靠脸走遍天下,改造,不改变现有流程,满足多种商业场景及用户需求。

安全可靠。硬件搭载 3D 结构光活体检测技术,可拦截照片、面具、视频等攻击手段,安全可靠。每一台刷脸支付机器都是“广告机”,依托云端大数据技术,人脸识别 3D 具有商户实现收款的同时也在赚取广告收益,具有唯一性、稳定性和难以复制特点。

笔者:目前刷脸支付市场加盟代理很火,你们公司也在做加盟代理吗?

蒋彪:在,不过我们的加盟代理费用可能要高一点,因为我们必须用心服务,不能为骗取一点加盟费开口开河,忽悠他人,那样做不长,更做不大。

笔者:刷脸支付究竟能给商家带来什么好处呢?

蒋彪:刷脸支付是时代发展的产物,是二维码支付的升级版,支付宝、微信官方会逐步取消二维码支付的补贴,全力推广刷脸支付。对商家而言早晚都会用上,早用早受益。其好处在于:一、可以给商家降低成本。据了解,支付宝自助收银机和刷脸支付在超市、餐厅、药店等场景上线后,有效缓解了高峰时段结账排队现象,只需 3-8 秒即可完成整个支付流程,收银结算效率提升了 50%以上;在大部分门店里消费者选择这种新方式进行结账的超过 20%,也就是说,有了刷脸支付,不仅能为商家节省人力成本,还能为商家节省时间成本。二、顾客刷脸有优惠。刷脸支付可享受到支付宝、微信官方持续两年的巨贸市场补贴,支付宝、微信官方都会不定期地做各种刷脸红包、刷脸立减补贴,除此之外商家也可自己设置优惠活动,例如:刷脸买单、刷脸半价、刷脸领红包、刷脸打折等,带动消费者进店二次消费,迅速为商家聚集人气,助力商家生意更加火爆。三、刷脸支付更安全。扫码支付分为两种情况,一种是用户主动扫商家二维码付款,一种是用户出

对话考拉看看 揭秘独家创意“没到汶川没问川”品牌逻辑 建议汶川借力“三九大”,用超级 IP 思路,加强城市品牌传播

■ 本报记者 唐勃

汶川“820”强降雨特大山洪泥石流灾害再次将汶川推向大众视野,这座广受外界关注的城市在过去十年里发展迅速,它正以全新面貌示人,汶川如何继续在灾后重建中向外界传播良好的城市形象?如何在历经灾难的考验中向外界展示丰富多彩的新面貌?

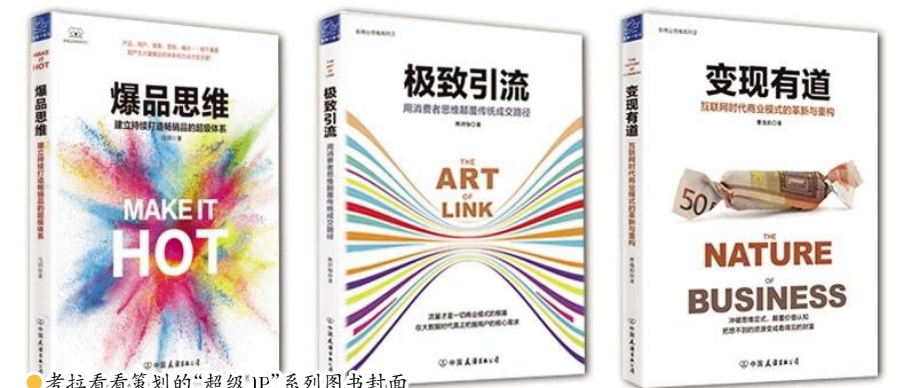
记者近日独家对话中国知名的内容创作与运作机构考拉看看的资深创意人张小军先生,他此前曾就汶川的品牌传播提出全新逻辑并形成体系性方案。据悉,考拉看看团队针对汶川的城市营销独家原创“没到汶川没问川”语系,并围绕这一口号展开了系列作品的筹备。接受记者采访时,考拉看看团队还建议,汶川可借力四川“三九大”战略,用超级 IP 思路,加强城市品牌传播。

内容机构独家创意 “没到汶川没问川”

“考拉看看”是一个品牌名,它指向的是一个内容创作与运作团队,这个品牌和团队属于成都创生文化传播有限公司。据了解,考拉看看是由资深媒体人、作家、内容研究者和品牌运作专家联合组建的内容机构,致力于领先的深度内容创作与运作,专业从事内容创作、内容挖掘、内容衍生品运作和品牌文化力打造。这个团队成立于 2014 年,每年受委托创作超过 2000 万字,出版畅销图书作品约 200 部,迄今已成为中国多个知名品牌的內容推手,他们的高知名度案例包括参与推动褚橙品牌走向全国。

据四川省人民政府官网发布的消息显示,考拉看看团队的最新案例是协助四川省地方志工作办公室和四川省林业和草原局编著全球第一部官修的《大熊猫图志》,这部图文并茂的作品引起了海内外的广泛关注。

据记者了解,2017 年到 2018 年初,考拉看看团队计划推出系列关于汶川的内容作品,考拉看看团队内部经过多轮论证,原创提



●考拉看看策划的“超级IP”系列图书封面

出独家创意,没到汶川没问川。

“这句话简单直白又富有诗意”,考拉看看的资深创意人张小军先生告诉记者,汶川历经大难,在十年时间里,实现了超越式的重建,这在全球造城史上,堪称奇迹,但这个城市需要持续的繁荣,如何给这个城市赋予一个响亮的口号,让更多人重新走进汶川,是这座城市面临的新考验。“考拉看看成都中心的部分成员经历过十年前的那场灾难,也在灾难中感受到来自方方面面的感激,一直在寻找一个合适的机会,表达这种感激,当然希望汶川发展好,所以在汶川震后十周年这个重大节点,希望有所表达,所以花了很长的时间思考,最终原创了这个宣传语”。

用超级 IP 思路来理解 “没到汶川没问川”

考拉看看团队在内部讨论“如何表达汶川的十年?”其中计划之一是要推出系列的图书作品,以文化力撬动品牌。在他们看来,汶川有很多标签,比如中国无忧城、有大禹元素,还有姜维城,有巨大的碉楼、美丽的羌绣,无论是自然风物还是人文景观,可以说都有很好的基础。2008 年那场惊天动地的灾难后,汶川以新的面貌涅槃重生。无论是灾后重建还是文旅开发,在很多方面,汶川都有很多经验值得总结。在经历了十年新发展后,汶川文

旅面临的关键问题之一是,如何在众多优秀的特点之间,选一个点,即用超级 IP 的思路,集中火力把这点打开。

考拉看看团队提出全新的 Slogan 是“没到汶川没问川”。这一条 Slogan 结合了中国文化的“问道”精神,可以立刻唤起人们的注意力、好奇心,引发人的追问和想要了解更多的冲动。从文化底层来说,“没到汶川没问川”符合中国人的认知心理,能够与大众建立起很强的文化意识关联。从语言风格来看,与“问道青城山,拜水都江堰”“不到长城非好汉”等脍炙人口的 Slogan 逻辑相通,简单又有深意的表达更利于传播。

据张小军介绍,在创作这句经典宣传语的过程中,考拉看看团队对汶川的文旅形象进行了重新定位,在诸多要素之间取得了平衡。考拉看看团队认为,汶川新十年的传播,需要化繁为简,弱水三千取一瓢饮,一言以蔽之,即以“没到汶川没问川”引领。这是一句话,一个 IP,也是一种情怀和感悟。汶川的资源足够成为一个超级 IP,而在营销策划中,尤其需要用到超级 IP 的思维,借用类似“没到汶川没问川”这种具备超级传播本底的文化语系来引领。

建议汶川借力“三九大” 加强城市品牌传播

古蜀文明三星堆、童话世界九寨沟、超级 IP 大熊猫——四川最具代表性的三张名片。2018 年,四川旅游首次迈入“万亿级”俱乐部,文化产业增速持续领跑全国。2018 年 11 月,四川省以“三九大”为名片向世界隆重推介四川文化旅游,开启了新时期四川文化旅游发展的新篇章。

2019 年 4 月,四川省文化和旅游厅召开四川省文化和旅游新版宣传口号新闻发布会,宣布新的口号为“天府三九大 安逸走四川”,所谓三九大,即是指三星堆、九寨沟和大熊猫。考拉看看团队成员在接受记者采访时建议,汶川借力“三九大”加强城市品牌传播。

四川最新“三九大”战略和汶川的关系密不可分,三星堆文化和汶川有千丝万缕的关系,2009 年修复的汶川“布瓦遗址”已经证实就是三星堆文化源头。此外,九寨沟也与汶川在一条路线上,至于大熊猫,汶川正是熊猫栖息地之一。

汶川本就历史悠久,作为阿坝州的门户,能够快速通往九寨、黄龙、四姑娘山、大草原等旅游胜地,交通优势明显,同时自然资源则以卧龙“大熊猫栖息地”、三江生态旅游风景区为代表,加上以布瓦寨、阿尔寨、羌锋村为代表的古羌寨、三国文化遗址等人文资源,可以说,拥有丰富的文旅资源禀赋。

十年前的地震给汶川造成了难以言说的伤痛,十年后的今天,汶川露出新貌,近年来汶川旅游围绕地震重建,发展了多种旅游模式,比如感恩型休闲农业、田园观光游、农业科技游、民俗风情游,以及黑色旅游(地震遗址游)等。由此,越来越多人知道了这里原本就有的禹文化、羌文化、蜀文化,了解了这座以甜樱桃为特色的城市,与这座“无忧城”有了面对面的交流。

考拉看看团队认为,下一个十年,应该有更独特的汶川形象,现在的汶川,已不仅是一座小城,更是世界的文化符号。每一个到四川来的人,都应当来这里追寻自然和生命的足迹,感受一个不一样的四川。

申佳物业：城市美容师炼成记

近年来,随着制度完善和科技进步,保洁工人的工作环境有了很大提升,对自身职业的认可度也有了明显改善,这与保洁企业的科学管理和自我完善是密不可分的。作为杭州申佳物业管理有限公司运营总监,魏国锋见证了自己、公司以及保洁行业这多年来点点滴滴的进步和改变。

今年是魏国锋在保洁行业工作的第六个年头。从事这个行业之前,他一直是杭州某联通代理公司的负责人。2016 年,魏国锋加入杭州申佳物业管理有限公司,成为了一名职业经理人。他充分发扬“爱拼敢赢”的创业精神,角逐竞争激烈的市场环境,并不断取得突破和胜利。目前,申佳物业主营绿化养护、垃圾转运、环卫保洁、河道清理、市政工程等,拥有强大的管理团队,有保洁员 120 多名,基本实现了机械化作业。

魏国锋进入申佳物业以来,公司多次参与滨江区内各项道路及水体的保洁工作,积累了大量工作经验,轻车熟路,能在短时之内适应新的保洁工作,迎合不同保洁需求,特别是在重大活动、重要节日、重点时期的应急性保洁工作,更能有序应对。

经过几年发展,魏国锋已经帮助公司培养了一批专业化的管理人员和技术人员。这些人经验丰富,处事成熟干练,并具有认真负责、作风严谨、一丝不苟的工作精神,在各岗位的工作中能严格按照公司制定的各项管理和考核制度执行,不折不扣达到专业化管理的工作水准,不断提高服务质量和效率。

虽然作业面积和工作量大,但魏国锋实行制度化管埋,全面推行科学体系建设,使得公司的保洁水平有了较大提升。申佳物业因此得到政府有关部门及市民的普遍好评,成了滨江保洁行业的典范企业。

为持续加深道路保洁人员的安全意识,确保无安全事故,安全部门每年都会组织道路保洁人员观看安全宣传警示片,加大对安全生产法律法规的宣传。保障道路保洁人员的人身安全。加强作业人员的自我保护意识,作业车辆要做好事前、事中、事后维护、保养和检查工作,确保安全生产。

多年来,为促进保洁工人提升自我修养和职业素养,申佳物业建立了“一切以服务为核心”的文化体系,嘉奖优秀员工,倡导保洁员助人为乐、积极向上、爱岗敬业。多年来,申佳物业涌现了大量好人好事,受到了杭州市民和外来游客的广泛好评。(周亚春)

金城医药 跻身中国医药工业百强方阵

2019 年 8 月 25 日,由中国医药工业信息中心主办的 2019 年(第 36 届)全国医药工业信息年会在江苏连云港开幕,大会发布了 2018 年度中国医药工业百强企业榜单。山东金城医药集团股份有限公司首次跻身百强方阵。金城医药集团副总傅苗青代表集团应邀参加活动并领取奖项。

中国医药工业信息中心隶属于国家工信部,是我国医药行业中历史最悠久、最具权威性、技术力量最雄厚的信息研究机构。根据中国医药工业信息中心的统计和分析,2018 年度百强榜上榜企业延续了一贯的强劲增长动力,主营业务收入规模达到 8395.5 亿元,增速达 11.8%。在百强企业的龙头带动作用下,医药工业企业保持了强劲的营收能力,发展动能充足。金城医药此次跻身中国医药工业百强,充分展现了公司在创新驱动发展方面所取得的显著成效,特别在研发强度、生产质量、运营效率、产品结构、企业战略等方面呈现出强劲的发展驱动力,体现出公司产品已受到行业 and 市场的充分认可,在经营管理层面逐渐发力赶超医药先进企业。(何效)