人无我有、人有我优、人优我廉——

国安社区的底气

经济日报·中国经济网记者 韩 叙

慧眼观企

“国安社区成立1年来进驻了8座城市，包括北京、天津、上海、广州、深圳等。在这些城市里，我们一共开了427家门店，服务范围包括229个行政街道、12173个社区。1年间，我们共组织了8041场社区活动，这是我们连接社区居民的力量。”在近日举办的国安社区品牌盛典上，国安社区（北京）科技有限公司（以下简称“国安社区”）CEO赵晨希说。

国安社区是中信国安集团全资打造的“线上+线下”一站式社区共享平台。它背靠中信集团、国安集团两大顶级品牌，扎根社区、服务社区，力争通过互联网、云计算及大数据等创新技术更好地服务社区及社区居民。

资料显示，目前国安社区推出的多款产品均成为“爆款”，尤其是最近推出的“国安社区畅修卡”已在短时间内得到了居民们的高度认可。

国安社区究竟是怎么个玩法？

O2O的本质是连接

不久前，国安社区方面表示，“预计到2020年将进入全国100个三线以上城市并实现联动运营，门店总数达1万家，累计注册用户6000万户、2.5亿人，服务覆盖7亿中国人”。

敢放言“为全中国一半人提供美好生活的最美服务”，是自大还是有底气？

赵晨希认为是后者。理由有二。从宏观层面上讲，随着我国城镇化率的稳步提高，社区服务发展空间巨大。有测算显示，社区服务市场规模有望在3年左右突破13万亿元。同时，由于目前国内社区服务产业仍不成熟，作为领头羊的国安社区先发优势明显。从微观层面上讲，国安社区已经“找对了路子”，形成了“比较令人满意的发展思路”。

“O2O的本质是连接。国安社区专攻社区服务，一端要连接社区居民的需求，也即内容产生；另一端要连接生产商和服务商，也即内容供给。从线上到线下，国安社区要把社区内每个人的需求和社区外广大的供给端连接起来。”赵晨希说。

先决条件是找准需求

赵晨希认为，连接的先决条件是找准并抓住最核心的需求。

在寻找需求的过程中，国安社区敏锐地发现，相比于年轻人，老人在社区内活动的时间更长，需要帮助的几率更高，专门为老人开发的项目市场纵深更广。为此，国安社区从成立伊始便推出了“老年之家”服务板块，通过医药服务、健康商城、老年用品、适老服务、健康服务等，满足老年人生活照料、家政服务、康复护理、精神慰藉、文化娱乐等方面的需求。

就拿最不起眼的吃饭问题来说，年轻人对工作餐和外卖的接受程度较高，但老年人普遍更习惯自己在家做饭吃。尤其是对很多身体不好又习惯节俭的老年人来说，“凑合凑合”几乎变成了饮食的常态。

针对这一需求，国安社区在重阳节当日推出“养老餐试吃”活动，免费为老人提供中华老字号餐厅及正规中央厨房参照老年人餐饮标准定制的餐饮产品，全国各地共有超过2万名老人来到活动现场就餐。

“此次推出‘养老餐试吃’活动，一方面是希望在重阳节这个特别的日子里宣传敬老爱老的理念，为社区老年人带来实惠和福利；另一方面也希望借由活动深入了解全国各地老年人在饮食上不同的口味，将国安社区‘让生活更丰富、更便捷’的品牌理念落到实处。”赵晨希说。

“落地”的三个步骤

由于精准地抓住了需求，供需双方被有效连接起来，接下来要解决的问题就是“落地”了。

在国安社区看来，让连接真正“落地”的第一步是渠道和服务内容的全覆盖，也就是“人无我有”。

运用互联网、云计算及大数据等创新技术，国安社区建立起覆盖移动端、电视端、PC端、400电话端、门店端、社区专员端及智能终端等7类社区服务“触点”。无论什么年纪的用户，在什么场景下，习惯用什么设备，都可以便捷地发送指令。同时，其业务范围覆盖社区物业、社区购物、生活服务、信息服务、公共服务及交互服务6大板块，基本覆盖了社区居民的日常所需。

让连接真正“落地”的第二步是为用户提供更高品质的服务，也就是“人有我优”。这是国安社区的核心竞争力。

以社区物业服务板块为例。该板块涵盖9大内容。其中，家居维修在保证服务专业、价格透明的同时，采用服务人员全程陪同监督的全新服务模式；洗衣服务不仅提供“上门快取送”，而且不收取任何额外费用；家政服务以用户满意度为最重要标准，不满意就换人；家装服务不仅提供大装大改，一般装修公司看不上眼的“小打小闹”也没问题；快递服务不仅提供快递驿站，帮助社区居民收取存放包裹，而且还24小时服务……

让连接真正“落地”的第三步是将部分利益让渡给消费者，也就是“人优我廉”。这是进一步巩固企业用户黏性的重要方法。

比如社区物业服务板块最新推出的“国安社区畅修卡”。该卡除能提供八大类、百余项家居维修、换装服务外，还可提供全年保障性服务方案，并据此推出168元及365元2款套餐产品。它采用“用时激活”使用方式，而且从维修6次到全年无限次维修，为居民提供更多选择。

国安社区的底气正在于此。梳理其发展思路可以看到，从功能设置上，各大服务板块均立足于解决社区居民生活中的痛点难点问题，并形成了紧密的功能互补关系。由于形成了“人无我有、人有我优、人优我廉”的递进式逻辑，需求的方方面面被有效覆盖、优质覆盖、低价覆盖。如此这般，客户群快速扩大且用户黏性稳步提升自然在情理之中。国安社区主打的“更多更有温度的消费体验”讲的就是这个道理。

图①图② 国安社区员工正在为畅修卡用户提供维修服务。

图③ 国安社区门店里，工作人员（右）正在为客户提供咨询服务。

本报记者 韩 叙摄

正佳集团探索传统商业“进化”路径——

脑洞大开为哪般

本报记者 杨忠阳

“用面粉作画，把面团捏成一只小耳朵……”进入正佳广场5楼“天使小面人”亲子互动体验空间，家住广州的米米小朋友兴奋不已。

米米的妈妈告诉记者，自己特别重视培养孩子的想象力、创造力和动手能力。但在家庭环境中，要想为孩子营造这样一个无危险性且有意思的空间实在太难了。

直到她发现了这间名为“天使小面人”的互动空间，一切问题都解决了。在这里，孩子可以与面粉“亲密接触”，不仅能体验到自己动手制作食物的过程，还可以随心所欲地尝试新奇的设想，难怪这里这么受家长和孩子们的喜爱。

“天使小面人”是正佳集团围绕消费升级开发的一个寓教于乐的项目。作为传统商业地产企业，正佳集团开发运营的正佳广场位于广州天河路商圈，总建筑面积约42万平方米，其中购物中心建筑面积约为30万平方米。2014年，该项目年销售额高达64亿元，在国内购物中心销售额排行榜中名列第一。

然而，与全国所有实体购物中心一样，由于受到互联网及消费习惯变化的挑战，正佳广场也面临着租户到期、产品同质化等问题。怎么办？

“当前传统购物中心对消费者的吸引力已经从物质需求逐渐转化为情感需求、社交需求、教育需求，消费者逛商场的主流期望不仅是添置物品，更是感受新体验。”正佳集团副董事长谢萌表示，新体验的本质还是要围绕人来作文章，只有通过教育、文化、科技等元素的注入，提供更优质的体验与服务，传统商业才能满足人们更高层次的物质与精神需求，为城市商圈进化和自身转型升级找到更高层次的路径。

基于这样的思路，正佳集团加快了新业态的创新与探索。2016年1月份，集团投资6.8亿元建设的总建筑面积超5.8万平方米、拥有500多种超3万只陆生与水生动植物的正佳极地海洋世界对外开放。作为全球规模最大的室内空中极地海洋馆，这里不仅有全球最大的单体水族展示缸、全球最长的20米炫彩水母长廊、360度超大广角海底隧道，还有白鲸音乐厅、海洋氧吧、真雪打造的极地动物部落等，目前已成为国内最大的室内极地海洋科普教育基地。

在一面大型玻璃窗前，今年7岁的刘雅璇在父亲的带领下，一边观赏形态各异的水母，一边学习海洋生物知识。好奇的刘雅璇还登上了海洋馆内的模拟“蛟龙号”载人潜水器，带上VR眼镜“亲身”感受了一下海底世界。

“过去我们都不愿带小孩来商场，觉得这是买东西才来的地方。但真要带孩子去科技馆又懒得动。”刘雅璇的父亲、今年40岁的工程师刘先生坦言，以前总觉得孩子的成长需求和成年人的生活节奏不一致，孩子们和成年人的休闲场所是完全分开的，如今随着商业和科技的不断创新，孩子们和成年人共处的空间明显变大了。

科技体验和教育因素的注入不仅给家长和孩子带来了快乐，也使传统商业中心焕发了新生。正佳极地海洋世界项目部负责人吕志鹏透露，海洋馆运营1年多来，年均客流量超过100万人次，日均客流量3000人，暑期、周末、黄金周等节假日的日均客流超万人次，目前仅门票收益就已突破2亿元。

与正佳极地海洋世界齐名的是正佳演艺剧院。据谢萌介绍，正佳演艺剧院定位于华南文化新地标、广州“百老汇”，致力于将最优秀的多元文化引入广州，推动广州文艺交流。

“从剧院、海洋馆的先后开业，到即将对外开放的热带雨林馆、自然历史博物馆，再到疯兔乐园、红音乐节等一系列年轻化的超级IP，这些‘脑洞大开’之举是正佳集团围绕消费升级，创新传统商业模式的探索。”谢萌说。

谢萌表示：“党的十九大报告指出，中国特色社会主义进入新时代，我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。这是一个十分重要的论断，为我们传统商业企业变革指明了方向。未来，正佳将沿着这一方向，依托创新驱动优化供给结构、提升供给质量、增强客户体验，力争把正佳广场打造成‘都市型世界级旅游目的地’。”

金辰机械深耕光伏产业——

不能坐等“天花板”

本报记者 崔国强

10月中旬，辽宁营口金辰机械股份有限公司(以下简称“金辰机械”)在上海证券交易所举行挂牌仪式，成为今年辽宁省首个在主板上市的企业。

一家1996年才成立，挂靠在营口市站前区企业办下面的工贸企业，用20年的时间发展成为一家能为世界光伏巨头提供光伏组件自动化生产线的装备和服务的业界名企，金辰机械是怎样实现这个质的飞跃的？

“任何企业要发展，都必须矢志创新。尤其是单一行业的装备企业，如果不注重创新研发，很快就会碰到‘天花板’。说我们是‘不创新毋宁死’一点都不夸张。”金辰机械董事长、总经理李义升表示。

1996年，李义升和他的伙伴每人投入800元开始了自己的创业之路。早期，他们设计了一款半自动小冲床用于加工门窗模具，市场回报不错。但随着全自动产品批量进入市场，金辰机械遇到了困难。

很快，转机来了。

“我们的第一位光伏行业客户是做铝合金切割具的。他们当时正在为国内光伏企业配套太阳能电池组件的铝边框，需要购买我们的机具来切割。”李义升说，当时他隐隐感觉抓到了一丝灵感。

在此后的半年多时间里，李义升带领团队走遍了中国所有做太阳能组件的14家工厂，并从中发现了一个巨大商机。“当时，光伏组件尺寸还没有一个明确的标准，我们的自动化设备完全可以弥补这一缺陷。”进军光伏组件装备市场的想法在那一刻成型了。

2003年，找到方向的金辰机械开始专注于太阳能光伏组件自动化生产线成套装备的研发、设计、生产和销售。如今，该公司主要产品已涵盖自动化生产线成套装备、生产信息化软件产品、自动化生产单元、检测设备以及系统集成解决方案等，可广泛应用于光伏、家具、港口等多个行业。

为不断夯实创新基础，提升创新能力，2012年金辰机械成立了大连理工营口金辰工程研究中心，并大力加强与大连理工大学、中科院沈阳自动化所等高校和科研单位的合作，联合申报省级以上科技创新项目。凭借长时间的努力，金辰机械已经拥有了一支相对成熟的研发团队，构建起覆盖基础理论、创新技术和产品设计三个层面的研发体系，有效保证了公司不同阶段新产品的设计质量。

“寻找突破点和创新点，是我们的制胜法宝之一。”金辰机械技术部副总经理李轶军说：“比如削边机，国外的产品需要转4下才能把玻璃四边外溢的薄膜削掉，我们的设备可以将玻璃规整固定，4个边、4把刀同时工作，一次完成。”

当前，金辰机械正积极布局第四代高效组件生产线技术升级、研发关节型搬运机器人和高速并联拾取机器人、背结式太阳能电池组件自动化生产线等，预计Q4系列太阳能电池组件项目第一条示范生产线将于明年底投产。

“从全球范围看，国内太阳能光伏组件自动化生产线成套装备制造业起步虽然稍晚，但经过多年发展已逐步形成了自己独特的优势。一方面，国内太阳能光伏组件自动化生产线成套装备制造企业更加贴近市场，设备专业化程度高、生产效率高、交货周期短；另一方面，国内企业生产装备性价比较高，这一点在成套装备上表现更加明显。”中国光伏行业协会秘书长王勃华表示，国内企业应该发挥好这些优势，提升在国际市场上的话语权。

王勃华的观点与李义升不谋而合。如今，金辰机械正从东北走出国门，其产品已经出口到美国、日本、南非、印度、土耳其、巴西、新加坡、马来西亚、尼日利亚等国家和地区，为全球80多家光伏企业累计安装了36GW（吉瓦）的光伏组件自动化封装生产线。

北京文化科技融资担保有限公司为好电影把好“钱袋子”——

为群众提供更“可口”的精神食粮

本报记者 梁剑箫

生意经

泰国影片《天才枪手》自10月13日在内地上映以来，仅用两周多的时间票房就冲到了2.37亿元，创造了泰国影片在中国内地市场的最好成绩。这个消息也让为该片在内地宣传发行作担保的北京市文化科技融资担保有限公司（以下简称“文化担保”）受到关注。

文化担保由北京市文化投资发展集团发起设立，是首都文化产业投融资服务体系的重要组成部分，致力于为北京市文化产业、科技产业及文科融合等领域提供优质、高效、便捷、可依赖的金融服务。

文化担保董事长邢洪旺告诉记者，影视文化行业是典型的轻资产行业，能用于融资担保的资产不多。同时，影视版权质押融资较为复杂，加上影视产品在上映和播出之前变数大、风险系数高，因而取得银行信贷支持的周期较长、难度较大。

“这也是我们成立文化担保公司的初衷。凭借自身较为强大的资源整合能力和经验，文化担保能够采取多种方式支持影视项目，大幅缓解影视文化企业与金融机构的对接困境。”邢洪旺表示，文化担保目前主要采取3种方式为影视企业项目融资提供支持，第一是传统意义上的贷款融资担保；第二是通过下属平台公司成立影视投资基金，与知名导演、制作人、出品公司合作，以基金形式完成对优质影视项目的融资。目前，公司已设立3只基金，总规模超过6亿元；第三是推出“结构化基金优先级担保”，由企业提供部分资金，撬动银行等金融资本成立专项基金，再由担保公司为基金的优先级资金提供担保。这种专项基金打破了传统融资方式的局限，实现了优势资源整合，既能满足企业资金需求，也达到了金融资本对安全性的要求。邢洪旺还透露，目前文化担保已与一家国内知名影视公司设立了总规模为20亿元的结构化基金。

事实上，在《天才枪手》成功之前，文化担保已通过上述方式先后与多家影视文化公司展开合作，业务范围涵盖影棚建设运营、影视器材租赁、影视制作、影视后期宣发、院线等多个领域，先后为包括《惊天魔盗团2》《大闹天竺》《湄公河行动》《功夫瑜伽》在内的40余部影片提供了累计20亿元的融资担保支持，帮助影片顺利拍摄、上映，在收获高额票房的同时也收获了良好的口碑。如《湄公河行动》上映7天就获得超5亿元的票房收入，成为2016年国庆档票房冠军；《功夫瑜伽》以突破17亿元的票房斩获2017年春节档票房冠军。

“党的十九大报告明确指出，满足人民过上美好生活的新期待，必须提供丰富的精神食粮。这意味着在新时代新的历史起点上，影视文化行业将迎来又一轮高速发展期。在这一背景下，融资担保行业应发挥自身优势，在资金支持和风险控制等方面为其提供帮助，促进行业健康规范有序发展，为人民群众提供更加优质‘可口’的精神食粮。”邢洪旺表示，未来文化担保将紧紧抓住这个重大机遇，扶持更多优质的影视文化企业，为群众生产出更多有故事、高品质的影片，丰富中国电影文化，满足观众多元化的观影需要和更高层次的精神需求。

本版编辑 李 景 美 编 高 妍 本版邮箱 jjrbqyb@163.com