

德必集团2018全新力作 龙潭WE"亮相北京东城区



近日，德必集团2018全新力作——龙潭WE"文化创意产业园于北京揭幕。项目响应北京东城区建设文化金融合作示范区发展趋势，根据规划，有望被打造成为集文化与金融服务相结合的新地标。

德必龙潭WE"靠近新世界购物中心、国瑞购物中心等主要商圈，毗邻龙潭湖公园和天坛公园两大城市绿肺，园区总面积10000平方米，由意大利国宝级建筑设计大师，“垂直森林”建筑缔造者博埃里先生全程参与指导。未来这里将聚集世界知名的艺术空间，时尚新潮的个性化体验店，“一乡一品”创新孵化基地等。

作为文创企业的服务商，德必结合自身优势，以产业链为核心，将德必龙潭WE"打造成为北京优秀的、具有代表性的新型文化创意产业园。除了提供智能化办公及物业服务外，还搭建了多维度平台活动，为园区企业提供全方位定制化服务。德必秉持着“构建文创企业全球大使网络”的伟大使命，正在逐步探索出一条“双核驱动”的全球化发展道路，为有意进入中国市场的国际性文创企业搭桥铺路，也为国内优秀的文创企业走向国际开设绿色通道。积极搭建各种公共服务平台，形成竞争优势，对入驻企业发展带来极大的促进作用。

相信德必龙潭WE"园区的落成揭幕，将在引入海外企业走进来，推动中国企业走出去的基础上，快速打破区域壁垒，推动创新对文化金融的协同作用，共筑文化产业发展新生态。

德必动态 DoBe NEWS

上海市静安区委副书记顾云豪一行 来访德必静安WE"

1月8日，上海市静安区委副书记顾云豪一行来到德必静安WE"，调研文化创意产业园区产业发展状况，上海市静安区商务委员会副主任虞红梅和德必集团首席艺术总监苏荣陪同参观。顾书记一行依次走进园区企业丹麦创意家居品牌HAY，以及全球联合办公品牌先驱者WeWork。顾书记表示：园区要与政府相关部门保持紧密合作，可以由企业和市场自行解决的问题，政府应当予以相应的自由发展空间；如果企业在发展过程中需要政府的扶持，政府将提供必要的政策和资金支持。德必静安WE"，作为静安区文化创意园区中的特色园区，通过持续创新和探索，未来将继续吸纳更多国内外文创、科创领军型企业进驻，为产业发展持续助力。



《CHANCE》生活方式评选颁奖礼落幕， 德必园区纷纷获评

1月19日，CHANCE生活方式评选颁奖礼成功举办。本次评选揭晓了近80个奖项，德必外滩WE"、德必天坛WE"获评最佳互动空间、最佳空间设计殊荣。CHANCE生活方式评选以艺术、创意、潮流、生活美学为关键字，涵盖空间、酒店等五大核心，意图传达当下生活新方式。德必外滩WE"、德必天坛WE"作为德必WE"品牌代表性园区，以领军、国际、相爱为品牌理念，自2015年以来，不断通过国际人群交流、潮流话题讨论等形式，先后举办了数百场社群活动，并通过WE"园区个性化的建筑风格，叠加品牌对于现代化办公及生活方式的双重理解。

社群扫描 COMMUNITY

@德必硅谷WE"

近日，德必硅谷WE"联合理想校园、北美新浪举办2018(IOT)中国智造跨境创新-硅谷产品发布会。本次发布会以物联网为主题，得到当地政府、协会组织等大力支持，为“中国智造”提供交流展示的平台。德必硅谷WE"依托德必“轻公司生态圈”的发展理念，未来仍将以人才、技术、创新、资本对接为切入，通过资源联动网络，不断帮助国内外文科创企业无缝嵌入硅谷生态。



@德必外滩WE"

1月14日，2018年“新金融、新经济”论坛成功在德必外滩WE"举行。上海浦东国际金融学会副秘书长朱正到场出席本次活动，并做了相关分享，话题聚焦新时代信息技术的运用。本次活动为行业专业人士及相关从业者搭建交流的平台，德必WE"长期以来举办多种形式、覆盖全行业的社群活动，链接彼此，传递WE"相爱、领军、国际的品牌理念。



@CEO俱乐部

近日，德必第一期CEO俱乐部在德必外滩8号举办，活动邀请普华永道中天会计师事务所审计总监黄俊荣先生、税务及商务咨询副总监高洁瑶女士带来关于创业公司期权和税收为主题内容的分享。德必CEO俱乐部，将聚焦来自不同行业CEO的共同需求，为生活在德必园区内外的高净值人才提供专业的双向交流平台。



@水分子基金会

近日，上海市水分子公益基金会与上海书城正式签约，未来双方将通过“漂流书架”、“自强少年计划”等项目，打造集“阅读体验、讲座沙龙、学术交流、新书发布、教学体验、成果展示”于一体的文化平台，推广全民阅读。去年11月，水分子受邀参加由中宣部召开的“社会组织建设与管理研究”座谈会，讲述自有公益项目“漂流书架”、“自强少年计划”等，获得一致好评与关注。



波波茶馆 VIEW

如何玩转品牌魔方？

无论是企业也好，个人也好，品牌传播终极目的是与各方建立信任关系。

我们认为，信任之上才有长久的买卖或合作关系。而这种信任关系的建立，绝大部分时候，首先是文字和视觉的传播，其次才是产品和服务的体验。品牌就是在这种不断的传播和体验中取得并累积信用资产。

抛开传播过程中无法验证的部分，我们的数据团队在诊断企业遗留在互联网上的主动传播和被动传播的数据时，往往会发现散乱点断的特征。具体参见文章《数据正在出卖你（2）企业篇》、《浅谈企业外部数据的连续性》等文章。而之所以出现这样的状况，其中很重要的一个原因是品牌传播语境缺乏系统的构建和长久的规划。

传播所展现的不仅仅是一个企业的知识点，更是一个品牌的价值观。淳粹传媒根据十年的品牌传播经验，将企业或个人品牌传播内容加以梳理和归类，提出“品牌魔方”的传播心法以供参考。

我们认为，无论传播的方法和手段如何变化，品牌传播的内容离不开六个基本而组成的一个魔方。这六个面分别是企业、团队、产品、用户、行业、X因素。每一个面上都由大小不一、多少不同的区块组成。每一个区块都代表一个可独立传播的点，这些点又相互构造形成一个有机整体。

企业层面会涉及股东、定位、战略、商业模式等内容；团队层面则包括代言人、顾问团队、核心团队等不同成员与企业相关的言行；产品层面包括产品的外观、优势、功能等；用户层面包括用户特征、痛点、场景等；行业则包括竞争对手、第三方、上下游、政策及监管部门等对行业的影响；X因素是个随机变量，它可能是社会热

点、时代潮流、跨界合作等。每一个面都可以不断向外延展。因此，品牌魔方是个不规则的六方体。传播的时候，有的会面面俱到，有的则独当一面。

我们认为，魔方的核心就是一个企业的基因，一个企业基本不可能变的东西。不变的因素才能将不同的块和面连在一起，无论你怎么拧和转。只要围绕这个不变的中心，我们便能让品牌传播保持一致性和整体性。结合六个面，这些不变量包括但不限于企业文化，团队性格，产品核心、用户特征、行业属性、社会背景等。

品牌基因是一个企业的价值观以及由此生发的事情。价值观是一个企业的心智。如果心智坏了，企业早晚晚会崩塌。尤其在面对危机时，所展现出来的价值观，是企业能否渡劫的关键，更是事业能否长青的基石。所以，明确自己企业的核心价值观是什么，梳理自己企业的基因图谱很重要。而驱使品牌魔方不断翻滚向前的是梦想、愿景、使命等看不见摸不着的，远方的东西。

品牌方可以根据自身不同状况、预算等自己随意玩转魔方。比如，很多初创企业，他可能面临没什么点可传播的状况，至少他可以去宣传团队这一面。而有的企业是产品驱动的，那可以重点去宣传产品那一面。不同的面之间可以做任意的组合，每一个组合都是一次整合传播。比如，产品面和行业面旋转出来的叠加内容，便是一个行业中所有产品的测试报告。我们也可以同时在一个传播事态下，将企业、团队、产品、用户、行业X因素等六个面全部整合展示，但整合的越多意味着传播的成本越高。

特别要说的是X因素中的跨界，即与另一个品牌的合作。实际上，在用户群体、品牌调性等各方面条件匹配的情况下，两个品牌的叠加效应一定

会吸引更多的注意力，而且彼此的用户可以通过这种链接认知并了解对方。比如2017年网易云音乐和农夫山泉的合作就是很好的案例。另外，从更高的层面来看，这种合作不仅有利于降低企业品牌的传播成本，也有利于提高社会资源的使用效率，这应该是个能看得到的趋势。

品牌魔方背后的基础理论是知识图谱，参见文章《关键词谱，让品牌传播更有谱》。每一个企业都应该有一张自己的关键词图谱，他就像行军打仗的地图。他让你心里有谱，知道重点怎么部署，怎么进攻，如何防守……品牌魔方是将图谱总结和归类后的立体化呈现。值得警惕的是，品牌传播很容易让企业业务虚着魔而失去自我，因此守住心智，方能不乱阵脚。

文/曾国伟



特邀作者：
曾国伟
淳粹传媒创始人、永承资本合伙人、
U40资本俱乐部发起人。
第一财经2017年菁英计划年度菁英人物，
内蒙古卫视《创客中国》节目思辩导师。

专栏作者：
波波
jiabo@dobechina.com

社群故事 COMMUNITY

2018，市场人社群探索 1万种对话世界的可能性

2017年12月在北京圆满落幕的金触点（TopTouch）·2017全球商业创新大奖颁奖典礼上揭晓了覆盖了6个大类、细分61个小类的各奖项名单。在近2000份奖项申报中，德必市场人社群一举斩获“年度最具营销创新力品牌社群”奖项。大奖评审采用广受行业赞誉的“CIE+模型”，融合创意性、互动性、效果和整体形象等四个维度选拔奖项。

2017金触点大奖，是由新锐营销价值交流平台TopMarketing主办，是全球唯一定位于“引领跨界商业潮流”的活动。经过四年的厚积薄发，大奖已成为亚太地区极具权威性和影响力的商业与营销创新奖项。今年奖项的申报一共吸引1000+公司参与，其中20%为世界五百强企业，全媒体矩阵覆盖人数超过70万。在德必市场人社群获奖的平台类奖项中，共有超过500家企业/媒体平台参与评选，通过在营销创意、媒介、互动力、市场环境、渠道开发及市场运营挑战等多维度比拼下，成立两年持续积累各类资源的德必市场人社群，凭借市场资源一体化，合作内部化，市场部工作直接化，媒体对外发生联合化的发展模式，以及在线下空间的基础上，成功串联市场部负责人线上交流、资源互换、搭建合作平台的新颖运作模式崭露头角，荣获“年度最具营销创新力品牌社群”奖项。这也是第一次在商业大奖中，有一个平台组织，以社群的身份荣获奖项。

德必市场人社群作为“2017金触点·全球商业创新大奖”唯一官方合作的社群平台，除了自身获奖之外，还为大奖输送了德必园区内优秀的市场人社群企业，获奖/申报比例高达90%。其中，来自虹口德必运动LOFT的科创企业岸峰创新在奖项

申报一连斩获“最具市场竞争力品牌”、“最具创新力商业模式奖”两个奖项；来自沪西德必易园炫伍科技的“一汽-大众奥迪RS6 Avant VR体验系统”获得技术营销类铜奖；生长在虹口德必运动LOFT的二次元独角兽董石网络旗下的大角虫APP，以坐拥千万级二次元用户的优势，夺得“年度最具年轻领导力品牌”奖项；来自德必集团营销中心的薛吉祥，在同类1000余个营销案例比拼之中，以极具创意的长条图文描绘虹口德必运动LOFT场景的作品，获得了铜奖……在TopMarketing“2017金触点·全球商业创新大奖”聚焦的娱乐营销和技术营销两大领域，德必市场人送选企业均有获奖。

这次德必市场人社群与TopMarketing的合作，是我们以社群的方式，召集德必园区内的5000家企业市场人共同发声，是将“跨界创新”、“营销技术”等商业热点与泛娱乐时代与数字化浪潮下对营销新变革和新机遇的探索完美的结合。更重要的是，这些成长在德必园区内的优秀文创企业，由于自身规模、资源矩阵局限等因素，缺乏展示自己、证明实力的机会。市场人社群作为本次大奖申报的窗口，为这些已在业内出类拔萃的企业，提供了一个扩大行业影响力、提升社会公信力的渠道，这也是市场人社群在搭建线上线下连通的交流平台、组织大咖分享、促进社群成员合作之外，进行的新探索、新尝试。每个荣耀时刻，每处感动所在，有你，有我，也有TA……

德必市场人社群，是德必园区企业市场品牌人聚合的专业性社群组织，是德必园区市场品牌从业者自发组织的社群。自2016年成立以来，社群依托园区平台，以“链接、分享、共同成长”为宗

旨，集结联合园区市场品牌的相关负责人，进行整合资源，深度交流，自由联接。我们期待在未来，德必市场人社群的努力能得到更多元、更广泛的肯定，也希望德必园区内的优秀文创企业通过市场人社群建立的平台和渠道，获得更多的市场认可以及来自行业云集的响应。2017年，市场人社群在德必各园区建立了社群分舵，通过线上线下连通的双运作模式，又召集了一批来自各行业的伙伴们。在市场人社群里，大家即是社群的受益者也是社群的共建者。这一年，我们开设了“shall we talk?”系列讨论沙龙，持续探索企业市场问题更好的解决方式；我们联合沪上知名创投媒体鸵鸟电台共同举办2017魔都市场PR趴，邀请yoho!高级市场总监分析火爆的活动案例；我们围绕各类风口话题，基于德必园区内企业的多样性，邀请各类行业大咖坐镇分享，每一次市场人社群和大家的见面，都活跃着这样的一群人，他们来自不同的行业，来自不同的德必园区，他们陪伴市场人社群的每一次成长！是他们，让社群不只是活动，不止于学习，更是资源的对接、合作的达成，是一场不可多得的体验！2018年，我们的目的仍然是“链接，分享，共同成长”！

李善友先生讲“社群是商业模式”，吴晓波说“社群是互联网送来的最好的服务”，阿里巴巴的张勇先生说“社群，像昭示着某种趋势”！借用Jeff Weiner的话：“Dream Big, Get Shit Done, Know How To Have Fun”！简单讲就是：有梦、有劲、有趣！这大概也就是市场人社群最有声的总结。

市场人社群从分享到合作，回归共同需求的原点。2018，我们期待你的加入……

文/花语



市场人社群联络邮箱：
marketing@dobechina.com

企业之星 ENTERPRISE

老虎游： 努力不把极地旅行 作成一门生意

南极，潜意识里第一印象便觉得太遥不可及。一年之中有半年时间处于极昼或极夜，充满着神秘与未知。但对于国外来说，极地旅游却已经是个非常成熟的旅游产品。在七宝德必易园，有这样一家企业，让你告别走马观花式的旅游，一起空降南极点，带着世界去探险——老虎游。

撕掉标签，打破界限，定制独一无二的极地之旅

随着人们消费水平的提升，旅行需求的个性化、品质化日趋明显，极地旅行也受到了越来越多中国高端旅行者的青睐。近日，携程发布我国首个年度《中国人极地旅游报告》显示，我国游客可以选择的南极、北极、极光旅行线路增加到1000多条，2017-2018年南北极旅游报名增长2倍，人均花费超5万元。在人群方面，客源群体从北上广一线城市向二三线城市扩散。南北极旅行在过去几年里迎来爆发式增长。

以登陆南极的中国游客数量为例，2016年中国已成为全球第二大赴南极旅游客源地，仅次于美国。从2008年的不足100人次到2016年的3944人次，九年时间里增长了近40倍。今年这个数字已达5000人以上。而北极目的地也迎来了显著增长，在欧洲芬兰、挪威、冰岛这些国家每年接待的中国游客数量增长在50%-100%。

就近年打得火热的极地旅行探险而言，南北极旅行在产品、客群、消费方面都存在一定差异。随着高收入群体持续增长的消费信心以及休闲生活方式的转变，中国高端旅行者已经从盲目跟风的旅游方式逐渐成长，开始考虑自己的需求，无论是出行时间，目的地挑选，旅行主题，行程安排，甚至住宿选择都不再满足于固定化的传统旅行团模式。

在这样的背景之下，定制化极地旅行应运而生，老虎游就是这样一个专注极地旅行的专业旅行品牌。以“线下门店+线上APP”的双运营模式，构建一个专注私人旅行定制和南北极探险的服务平台。定制化的做法，能够以日渐增多的年轻消

费人群为出发点，更多关注“人”本身，并且设计出更具有灵活性的产品。市面上的极地旅游探险产品线路虽多，但是往往被打上“奢华”、“昂贵”的标签，老虎游在常规的旅游线路之上，探索出高端定制南北极非常规路线的行程，结合基础款北极游、南极游路线、海岛私人游艇租赁全面发散的业务模式。

21艘邮轮，15条极地航线，空降南极点，带着世界去探险！

老虎游，作为一家以全球深度探索旅行的品牌，由于产品定位，服务的都是高净值人群，从极地到海岛，从看极光探险到租游艇，老虎游尝试用不一样的深度探索体验打造旅行产品。

围绕用户群体，主要形成了3个不同特色：多条线、定制化行程产品；极地探险做专做精：邀请国家级科考人员担任极地探险的领队，昆仑站前副站长曹建西正是老虎游的极地探险专业领队；私人定制上，老虎游以“私人管家”为核心模式，定位中高端消费人群，线上线下同步运营的模式，互补C端和B端不同的旅行需求。

目前平台已汇聚了全球各地认证旅行管家，专业提供高端私人旅行定制服务，包括常规性的吃、住、行、游一站式管家服务，以及私人游艇、私人别墅、私人海岛、私人包机、私人线路等个性化差异服务。

旅行者不仅可在平台看到众多游客对目的地和管家的真实点评，为自己的选择发现靠谱的参考，还可以在平台上轻松找到目的地的管家，与中意的向导聊天，沟通行程，商量价格，享受“行程咨询”、“民宿推荐”、“包车推荐”、“包机推荐”、“专业陪游”、“专业翻译”、“主题活动”、“个性项目”等多种服务，定制专属自己的旅行。而符合条件的玩家行者，则可以在平台上申请成为当地的旅行管家，利用自己的闲暇时光，与旅行者分享最地道的本地玩法。

平台实行零佣金制，入驻平台的管家完全自

主定价，不必缴纳任何佣金，邀请朋友还能获得奖励。除此之外，平台还会为优秀的管家做免费推广，让游客更了解管家，为管家带来更多客源。

2014年成立至今，光游艇业务方面，老虎游就已经整合了全球40多个海岛的豪华游艇租赁业务，下属30多款不同档次的游艇可供旅行者来选择。2017年，老虎游在极地旅行这个细分市场达成了三“最”：开创中国人数最多，组团整包游轮进军北纬80度的先河；受邀为中国最大的科考船雪铁龙号远征送行；集结最专业的科考队优秀队员带领亲自登陆（其中包括中国南极昆仑站前副站长曹建西等人），360度为探险者解读极地。

在创始人李鑫看来：极地旅行探险并不仅仅只是旅行，我们带着信仰，努力不把极地作为一门生意，更多的是一种历史，是老虎游的特色，要打动别人的一定是产品本身，如果你连你的产品都做不到，其他方面就无从谈起。

旅游这个行业，做出来的产品都是很特殊的东西，很难把它评级，高端旅游的标准，它应该是一个相对宽泛的概念，主要体现在它的价值之中。老虎游给自己的价值定位，便是深度挖掘当地资源，让用户深度探索当地文化、感受当地历史，带来更多不一样的旅行体验，同时享受全面的专业服务与保障。但短期内，想要快速获得消费者认可，让游客在众多鱼龙混杂的旅游产品中挑选出适合自己需求的产品，这还需要长久的市场培育。

面对市场发展，旅游日益变成一种刚需，但什么样的旅行产品是刚需，什么样的旅行产品又是用户所需要，对于一家以定制化为主、深度探索的旅游机构来说，如何打造深度产品实现深度体验，如何根据用户特点找准需求，用心打磨每一款旅游产品，这依旧需要一个摸索的过程。

文/花语



图/摄于2017老虎游北极行

Founder档案：

老虎游

Add：

七宝德必易园 A306

wehomer

“最美wehomer”葛颖斐 再不疯狂我们就老了

本期主角：

葛颖斐

2017第二届国际社群节最具亲和力天使
上海集悍衫服饰有限公司

所在园区：

虹桥德必易园

自我介绍：

大家好，我是集悍衫的Florence Ge，葛颖斐。我爱笑，爱唱，爱跳，是个琴棋书画歌舞茶样样都爱的O型女。就像我不喜欢老套到死的开场白一样，我不喜欢一成不变的生活方式，不爱循规蹈矩的日子，也不觉得女生就非得柔声受气，不认为特长就是只专注一个方面，在我心中，年轻就应该活的桀骜不驯，毕竟再不疯狂我们就老了。

Q1：平时有什么爱好呢（除了狼人杀之外）？

A:哈哈，我是很喜欢玩狼人杀，而且还经常和wehome上认识的小伙伴一块组局呢~其他的爱好也比较广泛，钢琴、美术、跳舞唱歌我都很喜欢的，毕竟是从很小的时候就开始接触的兴趣爱好，一直坚持到现在，现在从事服装设计的相关工作，不得不说我总能从我的兴趣爱好中获取设计的灵感，可以说，这些爱好已经成为了我生活不可获取的一部分。

Q2：是什么让你选择参加wehome的“最美社群天使”大赛？

A:最开始我是不太了解这个比赛的，但因为一直和园区的客服袁曾关系很好，当时他力挺我参加这个活动，我才开始渐渐了解“最美社群天使”比赛，才开始渐渐了解wehome，这也算是我和wehome的缘分吧，而我比较活泼开朗的个性，或许也是wehomer们喜欢我，支持我成为wehome最具亲和力天使的原因之一，也是我结识了很多wehomer的原因吧~

Q3：参加了wehome的一系列活动，你在

wehome中收获了什么？

A:首先就是在wehome上认识了很多人啊，从国际社群节中的社群天使到后来的水分子福建山区行的志愿者，再到德必乐队的wehome代表，我在wehome上认识了志趣相投的小伙伴，也参加了很多精彩的活动。其次在wehome上增加了曝光也算是帮公司做了宣传。我所在的企业原创设计师服装品牌Ge3.21，秉持创新创造价值理念，以独立设计为核心。以皮革、裘革和其他天然纤维面料为设计载体，提供有态度、高品质服饰设计解决方案及产品。在“国际社群节”之后，越来越多的客户从园区电梯屏（wehome代言人）还有各种wehome推广中认识了我，进而开始了解Ge3.21，而我们也用户的激励下，不断从传统文化、艺术生活中汲取灵感，每一季都以革新性的作品颠覆以往，让皮革作品始终呈现出更超越的时尚面貌，唤醒生活中的原初活力。

Q4：你会怎样使用自己“最美wehomer”的影(mei)响(mao)？

A:我想我会选择一个社团吧~爵士或者美术的都可以哦，毕竟都是我喜欢的活动，能在园区里找到同好的话，想必会很有趣吧，而且wehome不是有一个“玩转艺术”的系列活动吗？如果可以的话，无论是参加还是做顾问我都是没问题的，这么多年的美术功底毕竟还是不虚的啦，而且可以帮我们Ge3.21和wehome一起做推广，最后再次感谢wehomer们在“最美社群天使”活动中对我的喜爱和支持哟！



活动 ACTIVITY

每周2/3/4, 「wehome LINK企业服务日」全天开放

中小微企业占国内企业总数的99%，在竞争激烈的市场和有限的运营成本相比下。

如何在：公司商事、知识产权、投资、合同、金融等法律问题；人才招聘、福利保险、劳动关系管理、工资与薪酬服务、咨询与培训等人力问题；企业保障、员工保障、员工福利等企业保障问题。做到即“节流”又“健全”呢？

wehome LINK，是全球首家以探索多元化大发展环境下企业服务创新模式的实验室，是连接德必园区内企业、白领，与外部服务资源的桥梁。我们根据园区企业的发展共性需求，选定服务商，以3个月为实验期，让服务商入驻园区实验室空间，并对其开放部分德必旗下园区资源，让园区、企业、外部资源在三个月时间内充分沟通，交流服务，选择合作，共同完成一次关于全球企业服务的创新性探索。

从2018年1月15日起，wehome LINK项目，以企业需求匹配度、良好的园区服务推广度、产品的创新度、白领需求匹配度以及是否符合最新的文科创企业政策趋势等维度.....在「wehome LINK企业服务日」带来最全面贴心的差异化服务！

每周2/3/4（共三天），在大宁德必易园wehome LINK空间（上海市静安区彭江路602号大宁德必易园G座2楼wehome LINK）进行，服务方向涵盖企业财税、薪酬、人事、法律风险等方面。

感兴趣的你，快来看一看吧！

wehome LINK工作组联系方式：zlcxy@dobechina.com



全球企业服务创新实验室

资讯 INFORMATION



德必梅园WE” 园区企业 上海吾品堂实业有限公司 招聘

818公社汇聚了一批专业的娱乐家，通过在不同地区举办不同主题的市集，展现给大家最棒的生活方式，让更多敢于创作，追求时尚，注重健康，热爱生活，关注慈善的有志人士们汇聚在一起，通过818的平台互相认识，形成一个互帮互助有爱的大家庭！

旗下项目包括：818公社创意市集、818公社公众微信平台、米舍美物市集、米舍美物集成店（长泰店）、POP中岛集成铺。

现诚聘：平面设计、活动策划、行政专员

简历投递：1159296812@qq.com

七宝德必易园 园区企业 宁波爱她基因科技有限公司 招聘

爱她基因科技有限公司成立于2015年，是一家专注于进行人类基因数据库建设、高通量测序数据分析、人类遗传数据分析、基因数据库软件开发、线上线下基因检测体检的新型高科技企业，公司将致力于开发新型高通量基因检测方法并申报专利、体外诊断试剂盒，基于高通量基因数据 开发用于指导人群健康生活、提高自身生活质量的数据分析产品。

现诚聘：后台PHP工程师

工作职责：

- 1、负责PHP程序开发或二次开发；
- 2、负责数据库管理系统的开发及管理后台的维护。

简历投递：277716338@qq.com

公告 BBS

2018德必CEO俱乐部招募

德必CEO俱乐部,是德必社群-彩虹计划专为园区CEO人群设计的社群。坐拥德必园区内5000家企业10W+白领的资源池之上,响应“轻公司生态圈”内企业合作发展的思想,致力于打造德必园区内外联动、服务中小企业的CEO联盟。我们通过搭建专业平台,为企业家之间提供经验分享、交流的平台,通过线上线下双运作的模式,让CEO之间的相互合作、资源共享更高效及时,并带您寻找新的潜在合作伙伴、业务增长点!德必CEO俱乐部通过主题沙龙、CEO私蜜聚会,定制聚会,资方晚餐等多种活动形式,满足身处不同行业CEO的共同需求!

第一次的活动后,已有部分企业CEO 加入进来,如果您也再园区中工作,身为企业创始人的你对于公司发展,资源共享等有更多的需求,欢迎加入我们~

联系邮箱: zlcxy@dobechina.com



扫一扫, 关注微信公众号

企业会员福利合集

助力文创、科创企业经营



行政管理

办公设备租赁
办公用品采购
空气净化服务
企业搬家服务



法律服务

合同审核
法律咨询/顾问
中小企业法律服务



人力资源

企业保险
人事外包



员工福利

车险优惠

合作邮箱: zlcxy@dobechina.com

联系电话: (021)32508752