

德必荟

第103期

德必荟

招商热线：400-0300-947

Better Together

股票代码 300947

Better Together | 在一起,更美好

总编 罗晓霞 主编 童言 编辑 符桢妮 刘连英 吕燕飞

德必官网：
www.dobechina.com

德必荟公众号：
德必荟

德必新浪微博：
<http://weibo.com/dobechina>

编辑部联系方式：
dbbd@dobechina.com

德必园区投诉建议：
jack@dobechina.com

简历投递：
hr@dobechina.com



扫码关注德必荟公众号
获取更多企业资讯

ISSUE 102

目录

- PART **1** 德必头条 01
- PART **2** 德必动态 03
- PART **3** 社群扫描 13

CONTENTS

- PART **4** 企业之星 25
- PART **5** 焕新之路 45

在这里

各得其

易



私享
独墅办公



乐享
活力商业



共享
智能生态



24H
开放街区

LEASING HOTLINE 火热招商
021-66392678
地址：上海市宝山区沪太路1528号



PART1

德必头条

Page 01-02

20周年再启航!

在一起，更美好 Better Together 德必新slogan发布



文创筑基 科创添翼
廿载耕耘 再启新程
7月28日
德必集团迎来20周年庆

作为国内领先的文科创产业全价值链服务商，德必筚路蓝缕的创业征程已有双十年华。20周年庆现场，德必集团创始人、董事长贾波宣布，德必集团的slogan由此前的“助力中国创意 For Creative”正式迭代升级为：

**在一起，更美好
Better Together**

新的slogan寓意德必集团依托轻公司生态圈发展战略，在新的发展阶段里聚合各方力量，融合产业资源，为客户创造更大价值。贾波指出，全力以赴为客户创造价值，助力客户成功，助

力合作伙伴成功，就是德必存在的唯一理由。

“在一起，更美好”也是德必原意“德不孤，必有邻”的当代化的阐释。“德必”之名取自《论语·里仁篇》中的“德不孤，必有邻”。意为有道德的人一定会遇到志同道合的人与其相伴而行。“德不孤，必有邻”不仅是德必品牌名称的由来，也是德必始终践行的企业价值观。德必的英文为“DoBe”，意指“奋斗，方存在。”德必的前20年，切实践行着“助力中国创意 For Creative”的理念，如今

以“在一起，更美好 Better Together”继往开来，则意味着更宽广的视野，更多元的合作，和更宏大的愿景。感恩 20 年来与德必走在—起的伙伴们，新征程中，我们将集合更多的力量，共融共生，为客户、合作伙伴、以及社会创造更多价值，构建“更美好”的共赢生态。“在一起，更美好”，是更有力量的再一次出发



新兴潮流文创目的地 汇聚先锋年轻企业力量

文化创意 / 数字科技 / 专业服务



office
big ideal

LEASING HOTLINE
垂询热线

5588 8883



PART2 德必动态

Page 03-12

德必入选上海市标准化试点项目

2023年8月，上海市市场监督管理局发布2023年度上海市标准化试点项目计划的通知。由德必集团申报的《文化创意产业园区建设与运营标准化试点》项目成功入选。

德必集团有丰富的文化创意产业园区规范管理文件制定经验。德必自2006年开始投资建设、规划设计、运营服务文化创意产业园区，已成功投资、运营服务近百个园区、总面积近200万平方米，在园区的设计规划、品

牌管理、运营服务等领域自主制定的管理文件累计近200个。

标准化试点工作将由德必文化创意产业研究院专门负责，文化创意产业园区研究领域的专家学者、园区运营专家、文创企业负责人等组成的智库团队将系统梳理文化创意产业园区建设、运营相关出台的文件，制定《文化创意产业园区建设通用规范》和《文化创意产业园区运营服务体系》，同步将实践创新成果进行总结和沉淀，推动形成具有

上海特色的文化创意产业园区发展建设和运营服务体系。

此次，德必集团入选上海市标准化试点项目，对德必在文化创意产业园区建设与运营领域的工作、服务开展，具有重要意义。在未来，德必将通过标准体系构建，助力将“文化创意产业园区建设与运营标准化试点”的成果固化，并不断优化，在行业内复制推广。



德必集团入选中国楼宇经济(产业园区)标杆企业20强指数

2023年9月，中国国际服务贸易交易会·2023（第三届）中国楼宇经济北京论坛举办，德必集团受邀出席。论坛上，中国楼宇经济（产业园区）标杆企业20强指数发布，德必集团入选。同时，德必集团还荣获2023中国文创产业园区最佳运营商奖项。

本次论坛由世界贸易网点联盟、集群智库、中国产业发展促进会楼宇经济和产业园区分会（筹）联合主办。

论坛同时发布了2023中国楼宇经济（总部经济）标杆城区30强指数，上海市浦东新区、深圳市福田区、北京市朝阳区分别位列前三位。



中国楼宇经济（产业园区）
标杆企业20强



中国文创产业园区
最佳运营商



颁奖现场

论坛呼吁推动商务楼宇和产业园区脱“房”向“产”，回归“产业基础设施”本质。商务部原副部长魏建国表示，产业基础设施既包括产业园、写字楼等产业载体，还包括算力中心、产业基金、科技成果转化平台、孵化器加速器的新型产业要素。

聚焦新周期楼宇经济面临的挑战，世贸贸易网点联盟主席布鲁诺表示，在全球经济逐步复苏的当下，楼宇经济的发展也迎来了新的契机，联盟将利用遍布全球的贸易网点等国际化资源，进一步推动中国楼宇经济与国际接轨，共同挖掘中国楼宇经济的发展潜力。

上海民营技术创新孵化联盟成立！ 德必携手多家孵化载体助力民企创新发展

为推动建设高质量民营孵化载体，激发民营企业创新的内生动力，促进民营经济发展壮大，9月11日上午，在2023浦江创新论坛全球技术转移大会期间，上海市工商业联合会、上海市科学技术委员会共同举办民营孵化联盟创新融通发展论坛。市委统战部副部长、市工商联党组书记王霄汉，市科技工作

党委副书记陈龙出席论坛并致辞。论坛上，德必等在内的50家民营孵化载体携手成立上海民营技术创新孵化联盟。

2018年年底，科技部印发《科技企业孵化器管理办法》，取代原有的《科技企业孵化器认定和管理办法》，明确将众创空间等科技创业孵化载体纳入孵化器管理体系。德必集团作为中国领先的

文科创产业全价值链服务商，经过多年发展，目前已在北京、上海、杭州、南京、苏州、成都、长沙、西安、合肥、深圳、武汉、徐州、无锡，以及美国硅谷、意大利佛罗伦萨等十余个城市成功签约近百个文化创意产业园区，成功吸纳了一批批优秀的文科创企业入驻，实现了产业集聚和生态闭环。



东枫德必WE人工智能创新基地 获创业孵化基地认定

2023年9月，北京市朝阳区人力资源和社会保障局发布《2023年朝阳区创业孵化基地拟认定名单》，东枫德必WE人工智能创新基地成功获评。按照《北京市促进创业带动就业行动计划(2021-2023年)》工作要求，根据《朝阳区创业孵化基地服务管理办法》(朝人社发〔2021〕20号)文件精神，朝阳区创业孵化基地围绕管理、服务、社会效益和发展前景四大维度，以及产业资源、创业就业等附加维度展开，重点考虑管理水平、服务水平、社会效益和发展前景等因素，评选出3家优秀孵化基地，以鼓励更多的创业者投身创新创业事业，推动区域经济发展和进步。



德必彩虹 WE 获评杭州南站 新城区域首家文化产业园区

近日，浙江杭州萧山区新一批文化产业园区、文化创意街区认定名单出炉，其中，德必彩虹WE入选萧山区文化产业园区，成为杭州南站新城区域的首家文化产业园区。

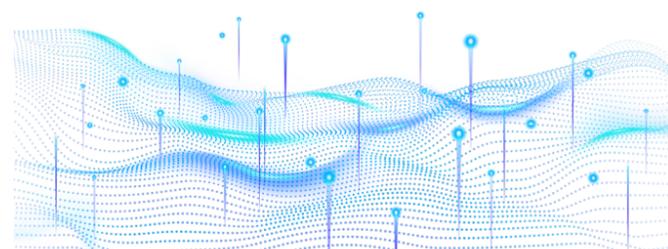
近年来，杭州市萧山区文化产业呈现强劲增长态势，增幅连续多年保持两位数增长。落址杭州萧山区杭州南站新城商务核心区的德必彩虹 WE 自今

年4月开园以来，着力打造数智创新中心，聚焦动漫游戏、创意设计、影视传媒、数字内容等行业，目前已集聚了一批文化创意企业，对杭州南站新城空间升级、产业升级、新兴产业培育发展都起到了积极的促进作用。

上海市政商代表团来访 中意设计交流中心

2023年9月21日，上海市国有资产监督管理委员会副主任王亚元一行抵达德必集团意大利中心，对上海设计之都促进中心指导、德必集团运营的中意设计交流中心佛罗伦萨基地进行考察访问，并与佛罗伦萨市政府开展上海文化创意产业合作交流会。

上海市新闻出版局网络出版处处长陆以威，上海市文化事业管理处副处长吉海东，上海市文化事业管理处胡敏捷，上海贸促展览展示有限公司副总经理黄可翔、项目经理刘易儒陪同考察。



南京市政府代表团访问 中意设计交流中心

2023年9月20日，南京市委常委、市委秘书长蒋跃建率队来访中意设计交流中心佛罗伦萨基地，并与意大利文创产业专家教授企业代表举行座谈会。

南京市委办公厅副主任白清泉，南京市科技局党组成员、副局长陈为生，南京市投资促进局党组成员、副局长成鸣镝，南京市外办党组成员、副主任孙曼，南京市玄武区委常委、宣传部长马千山，南京市委办公厅常委秘书处副处长汪金涛，南京市外办欧非处二级主任科员张梓涵陪同考察。



产教共创 德必与交大共建“创基金”走进第四个年头

9月21日，一年一度的上海交大-南加州大学文化创意产业学院“德必+ICCI 产教融通创基金”（以下简称“创基金”）终极答辩在德必世纪WE（国际数字科技中心）举办，13个前沿真实、创新务实的创业项目一一路演，接受文创产业企业家和投资人的检验，获得了频频点赞。

“创基金”由上海交通大学文创学院（ICCI）与德必集团于2019年共同发起设立，是上海交大首个面向文创领域设立的“学分+资金”产教融合实训项目，开创了国内高校文化产业教育的先例。德必集团董事长贾波是“创基金”项目发起人兼上海交大文创学院首批产业导师。

自2015年交大文创学院成立以

来，秉承“国际化，学科交叉，产业导向”的教学理念，与文创产业紧密合作，一直致力于将创新、创业和实践融入学院核心课程，“德必+ICCI产教融通创基金”便是校企合作创新成果。四年来，“创基金”践行产教融合理念，坚持“学分+基金”“校区+园区”“文创+X”的教学模式，以社会责任为起点、以协同创造为目标、以跨界实践带动跨学科教育，让年轻人的课堂成为产业和社会发展创新研发生态的重要组成部分，让高校在输出文创产业高端管理人才的同时，输出青年智力和创新创业项目种子，真正实现文创产业大格局教育、高效率培养、多维度输出的“产教共创”模式。

据介绍，“创基金”已经支持了近40个学生创新创业项目，涉及乡村振兴、

城市更新、文创科技、文创人力资源、数字文创、文化出海、文创园区、文博艺术等多个热点、焦点问题，产出成果包含专项研究报告、公益项目、文创产品设计、自媒体账号、城市文旅规划、游戏、大赛等各类形式，常常在各类产业活动中落地亮相，得到众多企业家、投资机构、主流媒体的关注，不仅展示了从0到1的无限创意，也表达了年轻一代对于文创产业发展的独特见解。

未来，德必集团将持续携手上海交大文创学院，把“创基金”精神延续下去，共同推进产教融合，通过多途径，将“创基金”做得更深入，让学生们拥有更加开阔的国际视野、多元的知识储备，为产业大势、为民族之崛起注入更多创意和创新力量。



答辩会现场



德必集团文旅生态事业部总经理纪晓东致辞

为爱而守护——德必水分子公益基金第13年山区助学行

以公益之心助力人才培养与启蒙。德必水分子公益基金第13年爱心天使守护计划于今年暑假期间再次启程。来自全国各地爱心人士和福建浦城丹桂助学站志愿者共计四十余人，走进福建浦城。在三天时间里，他们走访了10个乡镇，入户探望近百名孩子，共计发放爱心款10万余元，再一次将众多爱心人士的善款精准送到山区孩子手中，更是再一次走进孩子们的家庭，了解孩子们成长、生活与学习，为孩子们带去关心和爱。

与此同时，2023“山区 & 县区教师城市研学”活动在上海举办，8名

分别来自山西运城中学、湖北省英山县孔坊中学、福建浦城第三中学、福建浦城濠村中学的优秀教师，在上海展开为期4天的研学之旅。本次研学之旅包括大学之旅、中学之旅、产业园区之旅。研学团一行先后参观走访了延安高级中学、同济黄浦设计创意中学两所公办高中，上海交通大学和同济大学两所名校，并参观了德必集团旗下园区长宁德必易园、大宁德必易园、德必上海书城WE等园区，还走访了德必Z共享直播基地、生境花园、及“萌芽熊”、ARTSLINK 零创国际艺术教育等德必

园区企业，感受文科创产业园区的人文和科技力量。

为有效践行企业社会责任，2009年，德必发起成立了水分子爱心志愿者服务社，2014年，德必集团捐资200万成立了上海市水分子公益基金会，搭建公益平台，整合社会资源，为公益组织提供资金与资源支持，以实际行动关注“贫困家庭、及青少年儿童的成长和教育”，助力国家人才培养。



利率最低2%！德必为园区企业开拓“资金小超市”专享增值服务！

经过近两个月时间的各方调研和筹备，德必集团推出的“资金小超市”专项增值服务于9月正式上线！

“资金小超市”专项增值服务面向德必集团园区企业客户，通过德必集团从外到内、从点到面的信息传递与链接，实现银行资源与企业需求的精准匹配。

今年以来，在与银行、证券等金融机构的沟通交流中，德必了解到各类金融产品的推出与当前的市场走势、客户需求息息相关，部分产品具有很强的时效性，而这类信息通常很难直接触及

到客户层面。另一方面，需要这类信息的客户又缺乏有效获取渠道。

中国银行作为四大行之一，小微企业的信贷产品非常丰富，企业担保贷款及批次贷与各区政府补贴政策结合，利率最低可达2%。国有大行与国家政策的结合，是选择中国银行作为“资金小超市”第一期内容的重要原因。客户增值服务是园区运营配套服务之一。德必集团一直将赋能园区作为重要职责，在金融服务方面，如何做好财务相关的增值服务，是德必在工作中保持思考和探究的重要课题。

自2022年下半年开始，德必集团先后推出“招德易”、“金融服务进园区”等项目，作为赋能园区的重要手段。

德必始终践行“以客户为中心”的服务理念，不仅为文科创企业提供舒适、生态、个性化的高品质办公环境，也为入驻企业提供联合党建、社群活动、创业导师团、人才服务、品牌推广、智慧空间管理、政策对接、财务顾问、工商注册、资本对接等“十大增值服务”，为企业提供系统优质的微生态创业环境，助力文科创企业的持续发展。

创业担保贷款

- 服务对象**
注册在本市的小微企业或创业组织
- 授信额度**
最高贷款金额可达300万元
- 申请条件**
 - 本市户籍劳动者就业比例不低于15%
 - 职工超过100人的比例不低于8%
 - 资产负债率不高于80%
 - 含本笔信贷比不超过40%
 - 符合我行及市担保中心其他要求
- 业务特点**
 - 政信担保**：由市担保中心提供政策性担保
 - 财政补贴**：担保费全免，按期还款后可申请利息补贴
 - 期限灵活**：贷款期限最长可达2年

中国银行
BANK OF CHINA

德必友邻们一起“搞事情” 邻里有限公司开张!



德必上海书城 WE 一楼有一个特别的门店——邻里有限公司 DoBeHOOD。

在德必的近百个文创园区里，有超级多宝藏商业品牌。德必上海书城 WE 的小伙伴想运用园区的公共空间资源，为德必的邻居品牌们开辟一个专属的商品展示零售空间。于是，属于 DoBe 的 neighbourhood，DoBeHOOD 就应运而生！

这个属于德必所有邻居们的商业零售 IP，中文名叫作“邻里有限公司”。因为德必的名字来自《论语·里仁》“德

不孤，必有邻。”在快速发展的 20 年里，德必与万千客户成为好邻居，一同成长。德必始终希望，在德必园区的邻里之间，为大家创造互相连接，合作共创的平台。

未来，小伙伴们将在德必·永福里、德必外滩 WE 及越来越多的德必园区里发现邻里有限公司。



虹桥之上 创享无界美好

E - M A N D O R

 建筑面积约 **100-1500m²商务花园办公 火热直租**



021-69773808

中国·上海·西虹桥·华徐公路605号



PART3

社群扫描

Page 13-24

德必北京

来根文创雪糕 舌尖上的“微缩建筑艺术”

德必天坛 WE



德必天坛WE团队精心呈现首款文创雪糕——“北京街牌楼雪糕”诞生了！这是继金属徽章、文创打卡护照等产品之后，德必天坛WE文创周边衍生系列的第三期出品。雪糕以北京接牌楼造型为灵感，将微缩建筑艺术融于其中，传承历史文化，展现东方建筑美学，超级适合打卡拍照哦！

隽永七夕 德必北京与你浪漫赴约

东枫德必 WE 德必天坛 WE 德必光明 WE

东枫德必WE引领潮流，发起了盲盒约会活动，给大家发对象啦~大家纷纷在纸条上写下对于自己心中的那个“ta”的期望和联系方式，投入纸箱并随机抽取纸条。活动把时尚因素“盲盒”和七夕结合起来，吸引了大批的单身青年来参加，大家写下的不仅仅是对于美好爱情的期盼，也是对于生活的热爱。



德必天坛WE园区联合体育馆路街新时代文明实践所在街道党群阵地组织开展“执子之手，与你写下秋天的第一笔土味情话”七夕主题活动，组织地区“两新”党组织党员、企业青年职工、文明引导员参加活动。

德必光明WE和楼宇内教育机构合作组织了七夕节国风汉服diy活动，邀请了众多小朋友参与进国风汉服的手作中来，为大家讲解国风汉服的制作技巧的同时，科普七夕节的由来。



德必上海

虹口区“海纳百川·垂直路演”文化创意专场圆满举办

虹口德必运动 LOFT

为积极拥抱文化创意产业、借力资本赋能产业发展，在虹口区人力资源和社会保障局的指导下，由虹口区就业促进中心主办，上海计算机软件技术开发中心、上海虹口德必创意产业发展有限公司、发园地路演中心承办的虹口区“海纳百川·垂直路演”文化创意专场顺利举办，积极推进文化创意企业与创投资源的深度融合，缓解创新创业企业的资金压力。



“科技论道” 科技创新企业投融资对接会顺利举行

嘉加德必易园



日前，嘉加德必易园联手嘉加集团主办“科技论道”科技创新企业投融资对接会。5家来自长三角地区，分别从事光电科技、传感器、热电半导体、动力电池、碳纤维及复合材料行业的创新型科技企业参加路演，并与投资机构探讨投融资合作机会。嘉加德必易园将持续举办“科技论道”系列路演活动，不断提升园区服务科技创新企业的能力和水平，形成开放合作的工作纽带，让更多不同领域的创业者、投资人参与，推动嘉定经济更高质量发展。

德必上海

首届“创意双城汇－中意活动月”启动

德必·永福里

一群穿着婚纱礼服的优雅女孩，穿梭在雨中，漫步在街道的梧桐树下，恍惚“以为自己在巴黎街头”。这是国内婚纱礼服独立设计品牌Ah Bon Atelier在德必·永福里举办的2024婚纱新品大秀。大秀的主题是——Listen Inwardly·聆听·心底的声音。回望时间长河中的经典，总是源于最初那些充满勇气的“自我表达”。这与德必·永福里的品牌精神同样契合——“To Find & To Be”，希望来到德必·永福里的人们能与与品牌的碰撞中，找到实现自我的内在力量。



iF 设计奖上海分享会成功举办

德必外滩 WE



9月15日下午，全球最具影响力和权威性的设计奖项之一iF设计奖上海分享会在上海黄浦区德必外滩WE举办，活动现场汇集来自学界和业界的上海设计圈的专业团队前来学习交流。德必外滩WE作为上海市黄浦区文化创意产业楼宇、上海市黄浦区重点历史保护单位，迄今已服务130余家全球创意产业企业，园区内有诸多国内外知名设计企业入驻，多次获得 iF 设计奖的凹凸设计团队，此次也受邀出席活动。

德必上海

直播领域合规管理及反舞弊实务沙龙

德必虹桥国际 WE

8月29日下午，由长宁区工商联、德必虹桥国际WE、上海星瀚律师事务所主办的“直播领域合规管理及反舞弊实务沙龙”活动在德必虹桥国际WE元宇宙厅圆满举办。随着直播行业市场规模的不断扩大以及相关从业人员的不断涌入，直播行业亦不断地浮现出各种新型法律问题，从业者对具有针对性的法律服务需求也逐年变大。为了满足更多逐渐高涨的需求，德必虹桥国际WE将专业的法律行业大咖邀请进园区，收获了数十家来自园区内外的互联网企业及电商企业的热情参与。



来 PICK 你的专属显眼包

西虹桥德必易园 德必虹桥国际 WE



临近国庆，西虹桥德必易园和德必虹桥国际WE联合打造长假专属显眼包，园区打工人发布小红书打卡即可免费领取。三款颜色各异的显眼包百搭有趣，任意一款背在身上都很吸睛哦！

德必浙江

在一起，更美好！德必浙江举办 CEO 私享会

📍 德必彩虹 WE

入驻德必园区，入驻的不仅是一幢建筑，更是一个世界。适逢德必成立20周年，德必浙江携手闹剧场和红唐文化，举办了“德必CEO私享会”暨DoBe20周年派对活动，来自东溪德必易园和德必彩虹WE两个园区的20多位企业CEO，齐聚德必彩虹WE，共享聚会的美好时光。



德必南京

紫金山下 郊个朋友

📍 金旅德必紫金 WE



绿树浓荫的夏日，金旅德必迎来一群来自世界各地的商业创新者们，相聚在这紫金山下，交个朋友，共话“文创”发展之道。作为本次旅途中的一站，现场金旅德必总经理为大家介绍了园区的背景，随后带领大家来到紫金WE的草坪花园：针对“何为文创”这一话题展开讨论。

City Cycle 的夏夜浪漫属于环江骑行的那一晚

📍 东溪德必易园



唤醒秋日多巴胺，用车轮丈量城市之美，用轨迹记录美好生活。9月伊始，由德必浙江牵头联合杭州市上城区彭埠街道、王家井社区党群服务中心共同举办的迎亚运“低碳出行·乐在骑行”夜骑活动，在杭州的东溪德必易园拉开帷幕。骑行线路从东溪德必易园出发，途经彭埠大桥、观澜路、西兴大桥、之江路等地，最终回到东溪德必易园，骑行路程全长约20公里。

CEO 相聚意式咖啡品鉴会

📍 德必长江 WE

适逢德必集团成立20周年，德必南京携手BeansSolo豆号咖啡，在德必长江WE举办了一场「意式咖啡品鉴会」暨DoBe20周年派对活动。近20位企业CEO相聚于德必长江WE，在焕然一新的意式小楼中，每一处都隐藏着园区意大利风情的小心思。借助这次活动，园区内各企业间增加了彼此沟通交流的机会，同时向“邻居们”发出携手共进，寻找新契机的合作讯号。



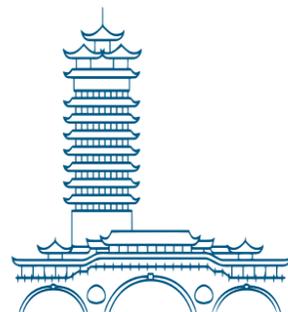
德必成都

2023 三伏季，我“伏”了，你“伏”吗！

德必川报易园



冬有三九，夏有三伏，三伏天注定，养生靠自己。如今大多数年轻人因为长期熬夜、缺乏锻炼、饮食不规律或油腻等原因，导致体内湿气过重。德必川报易园联合青松躺共同策划了三伏贴养生局派对，利用夏季三伏天的阳热，在人体的相应穴位上进行药物敷贴以驱散阴寒，调解脏腑功能，增强抵抗力，从而使人“不生病、少生病、迟生病”。现场拍照打卡，还有免费伏前预热贴理疗名额赠送哦！



洞见 5000 天后的世界

德必天府五街 WE

8月18日，德必天府五街WE正式开园，同时举办科技创新论坛，在如今这个空间关系、生产关系、人类与智能化工具的关系都在急速变化的时代拐点上，思考着：什么能推动企业乃至科创行业的“生产力再进化”？那些已经对下一个时代的生产方式有所洞见的人，正在思考什么、尝试什么，以及探索什么？论坛从四个话题维度来进行关于科技、生产与创意的未来性探讨，与来自不同领域的头部科创品牌一起探讨“何为这个时代的生产力进化的要素”。



德必西安

星光之夏，共话未来

星光德必易园



3位精英大咖观点碰撞，近200分钟脱水干货分享，20多位企业家聚首一堂。7月25日，由德必西安城市公司主办的《星光之夏，共话未来——2023年星光CEO私享会》在星光德必易园成功举行。活动涵盖企业交流、资源共融和冷餐酒宴等环节，促进企业更好地交流与碰撞、分享与沟通。星光德必易园尝试用分享的精神、平等的理念、建设性的方式来参与，并希望以自身为平台，为园区内企业提供花园式办公空间的同时，并汇集优质客户，为企业实现户不出园，链接全球的资源平台。

战略如何落地？德必创业导师团赋能企业

星光德必易园

9月26日，阿里战略管理专家、生态型组织进化专家，组织罗盘公司创始人以及平安、阿里组织建设方法论《组织罗盘》萃取者王秀梅受邀作为主讲嘉宾在位于西安的星光德必易园做了一场主题为“战略落地组合拳——化梦想为现实”的精彩课程分享，这也是德必创业导师团系列活动之一。星光德必易园园区二十余家企业负责人，以及长期关注星光德必易园的企业界人士齐聚一堂，在导师的引导下，共同探讨战略解码与战略落地的经验与技巧，以打破思维局限，拓宽视野，提升企业运营效率。



德必合肥

德必庐州之夜，奏响合肥企业“先行”曲

德必庐州 WE



天台星空为幕，烛光翠竹成影，7月仲夏夜，值此德必集团20周年之际，一场专属企业家的音乐盛会在德必庐州WE拉开帷幕。伴随悠扬的弦乐演奏，夏日限定的美味享受，企业家们相互举杯，交谈甚欢。活动最后，在数十位德必友邻祝福下，共贺企业家7月生辰，同时也祝愿德必集团20岁生日快乐。

擘画庐阳都市科创蓝图 助推区域经济高质量发展

德必庐州 WE



在全国大众创业万众创新活动周开展之际，9月18日，庐阳“都市与科创”研讨会在德必庐州WE举行。与会领导、专家、企业家展开“头脑风暴”，为庐阳都市科创行动“把脉定向”，加速推进科技创新回归都市主城区，共同把庐阳区打造成创新人才欢聚、科创要素汇聚、新兴产业集聚的都市科创新高地。

德必长沙

夏日花园游园会

德必岳麓 WE

这个夏天，正值德必20周年，德必岳麓WE特此为客户和合作伙伴奉上2023夏日花园游园会。现场准备了丰富的下午茶茶歇、超大气球打卡花墙，邀请企业代表共同写下祝福、记录美好瞬间，一起切下德必20诞辰蛋糕，对未来许下美好的期许。

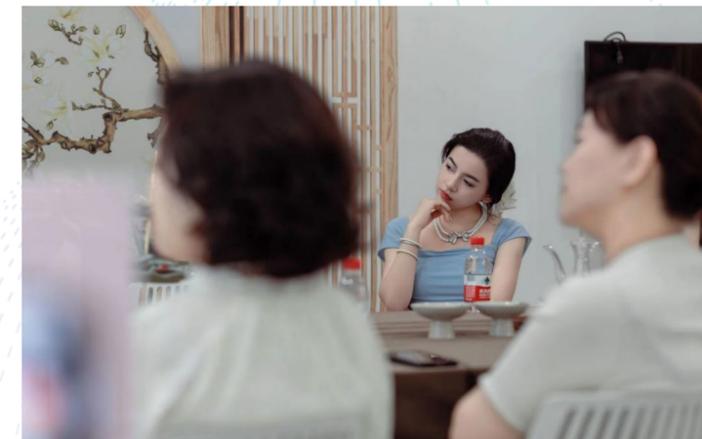


德必武汉

以美会友 邂逅悦己

武汉德必创立方产业园

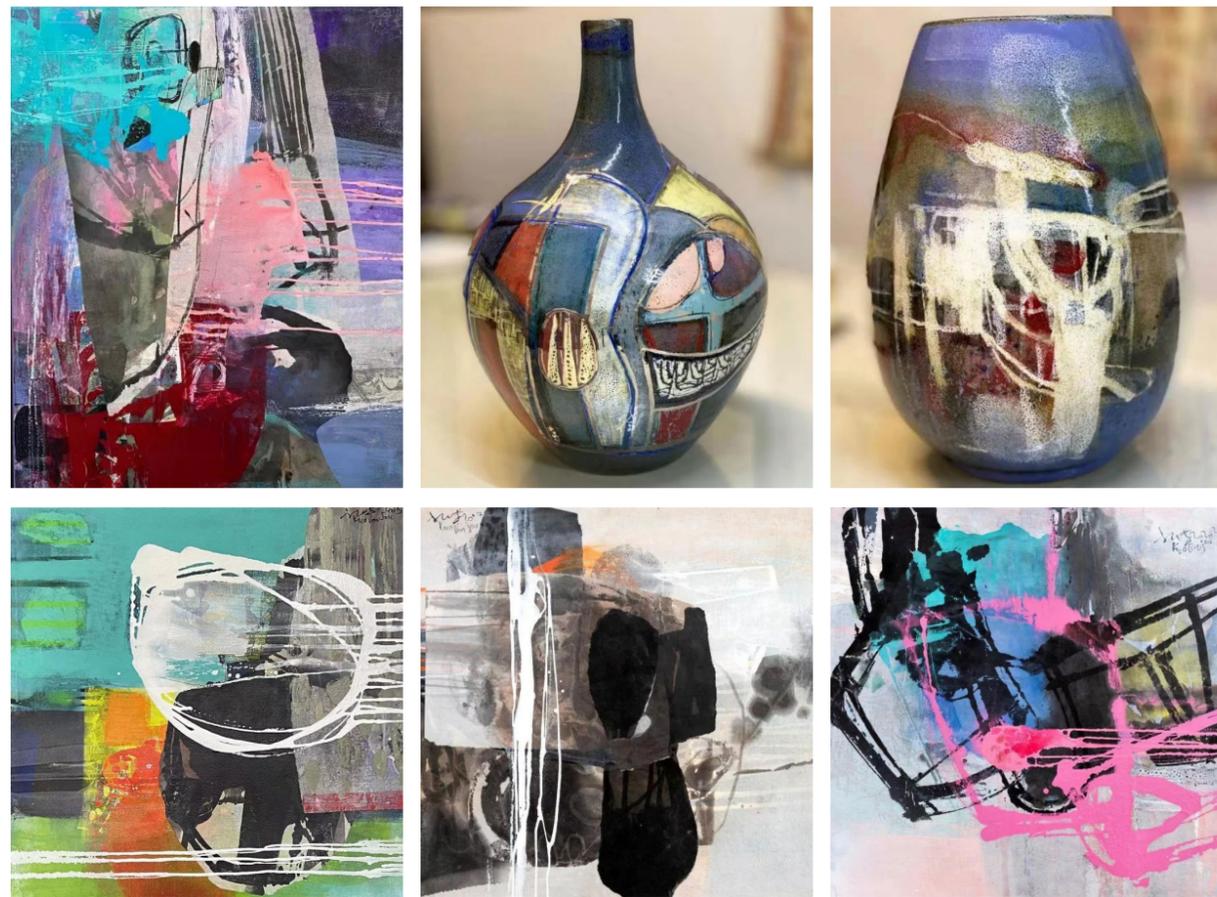
9月18日，在江岸区妇联、创立方产业园妇女之家、武汉时妆美容服务有限公司的共同支持下，武汉德必创立方产业园成功开展专场职业妆容教沙龙活动，带领园区靓女们一起探索瑰丽人生的更多可能性，一起获得内外兼修的美丽心法，为更多的女性创造展现自我、提升自我的交流平台。沙龙邀请专业的国际大牌彩妆培训师seven老师，现场教学零基础底妆技巧及职业女性妆容基础教学。让美发声，挖掘美的多种形态，化妆不仅仅是一种积极的生活态度，更是成为女性自在表达的一部分。



德必意大利佛罗伦萨

“灵动彩笔 · 自由期许” 线上展 Kuo Bor-Jou Online Exhibition

📍 中意设计交流中心佛罗伦萨基地



<https://mp.weixin.qq.com/s/KCyRblbBB4P1EWOk68xMYw>

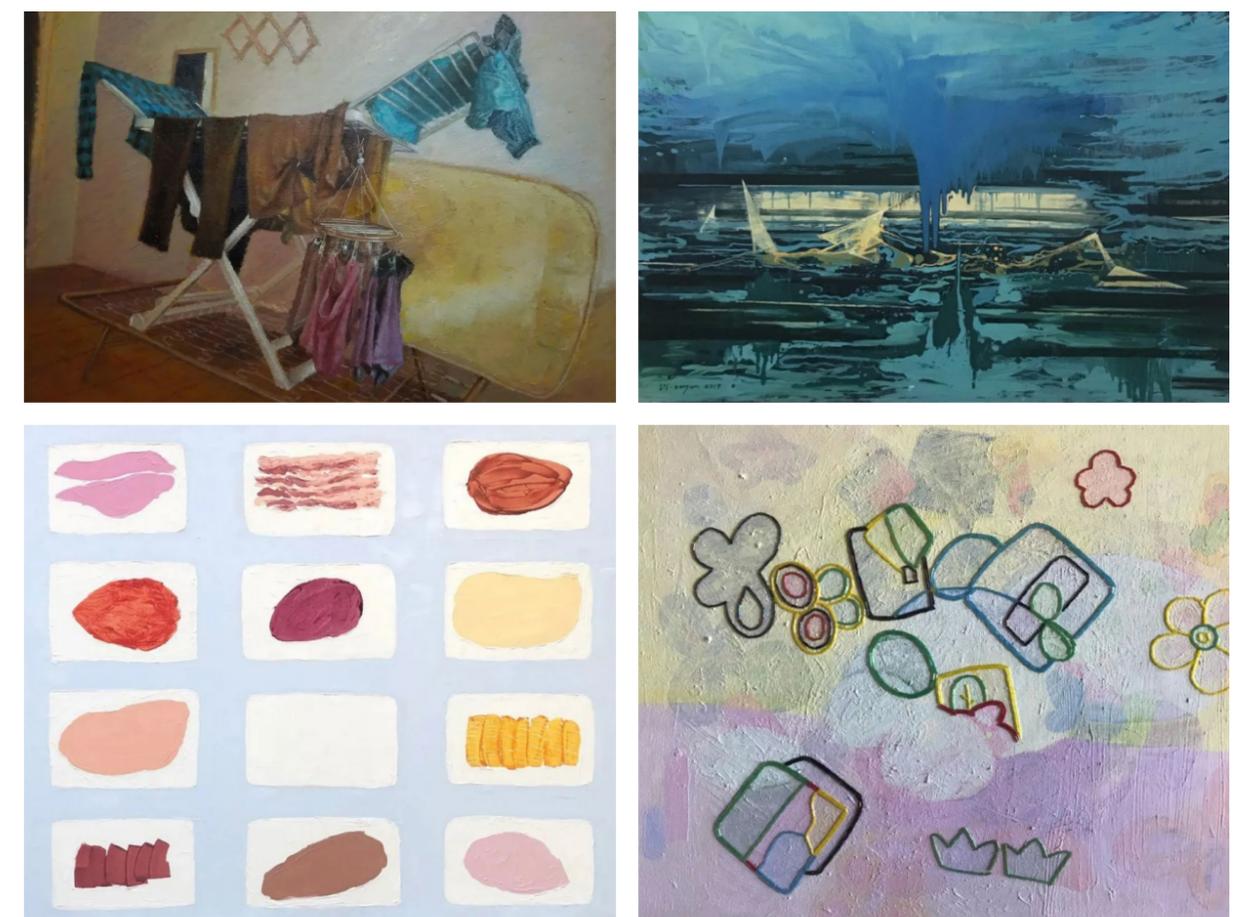
由德必意大利、中意设计交流中心、马来西亚艺象中心和国际艺象主办，佛罗伦萨市政府、上海设计之都促进中心、上海市对外文化交流协会和意大利乌戈·圭迪博物馆支持的艺术展“灵动彩笔·自由期许”于意大利时间7月14日12时上线。

Kuo Bor-Jou's personal online exhibition "Expressive Colors · Embracing Liberation" was organized by DoBe Italy, the Sino Italian Design Exchange Center, Malaysia Impressions Arts Center and IMPSART, in collaboration with the Municipality of Florence, Shanghai Promotion Center for City of Design, the Shanghai International Culture Association, and the Ugo Guidi Museum, opened on July 14th, 2023, at 12:00 Italian time.

德必意大利佛罗伦萨

《思绪绽放 Trionfo dei Pensieri》线上艺术联展 Mostra Online

📍 中意设计交流中心佛罗伦萨基地



由德必意大利、中意设计交流中心主办，佛罗伦萨市政府、上海设计之都促进中心、上海市对外文化交流协会、意大利乌戈·圭迪博物馆支持的线上艺术联展《思绪绽放》在意大利时间8月25日12时上线。

La mostra del gruppo online "Trionfo dei Pensieri" dell'artisti cinese, è organizzata dal DoBe Italia e il Centro Sino Italiano di Design, con il patrocinio Comune di Firenze, in collaborazione con lo Shanghai Promotion Center for City of Design, la Shanghai International Culture Association, e il Museo Ugo Guidi, si inaugura alle 12.00 del 25 agosto 2023.

LINKING YOU TO THE FUTURE

杭州南站 链接WE"来

德必彩虹WE"

8 83 7 8 8 8 1

TOD智慧交通枢纽

4.79米稀有办公层高

精装户型拎包入住

森林甲写有氧办公

VIPLINE
0571 8837 8881

杭州市萧山区德必彩虹WE园区（5号线火车站站直达）



PART4 企业之星

Page 25-44

“看见”与“捕捉”的AI商业化之路 @ 格灵深瞳

📍 德必天府五街WE 上海 作者：刘连英

前不久，一年一度的世界人工智能大会在上海落下帷幕，与人工智能产业相关的话题热度不减，“落地应用”是其中极为重要的关键词。人工智能应用如何快速落地？

在德必天府五街WE有这样一家企业，当人工智能相关企业还在为走出亏损泥潭而苦苦挣扎之时，它已率先实现盈利。它就是被称为“A股AI计算机视觉第一股”的格灵深瞳。

格灵深瞳是如何“看见”并迅速“捕捉”到AI商业化落地之路的？

本期德必客带你走进——格灵深瞳。

“自带光环” 的未来之星陷入初创困境

格灵深瞳成立于2013年，专注于人工智能的技术层和应用层，是国内最早一批计算机视觉创业公司之一。这是一个自创立之日起便被认为“自带光环”的“未来之星”。创始人赵勇毕业于美国布朗大学计算机工程系，曾在谷歌总部研究院任资深研究员，他作为谷歌智能眼镜项目立项的初始团队之一，参与的谷歌眼镜项目，开创了全球可穿戴设备的热潮。

2013年，赵勇于北京创立了格灵深瞳，开启了人工智能探索之路。

“自带光环”的明星公司在初创发展历程中也并非一帆风顺。“前三年是一个探索期，格灵深瞳在创业第一年就确定了人工智能在商业领域进行落地应用的方向，即商业零售。但是当时线上购物方式正处于上升期，导致没有太多人关注新零售，没人相信线下的零售需要智能化的参与，因为那时候淘宝、京东等电子商务正如火如荼。几乎所有人都相信未来的购买行为都能在线上实现，而对线下产业的未来，大家都是悲观的。”格灵深瞳研发中心总经理罗楷说。

经历了三年初创期商业化落地的种种阻碍，2016年，格灵深瞳便从头戴光环到低头看路。“回头看，我们可能确实是在不正确的时间做了一件超前的事情，步子显然迈得有些大了，甚至也引发了投资人的不理解。”

“看见” 新商业化路径迎来全新转机

赵勇在团队心目中的印象是“执着科研，技术上纯粹，又有浪漫理想主义情怀”。“勇哥善于激发团队成员

的创造力，公司管理也相对扁平化，他几乎每天中午都会与公司不同人边吃边聊，聊各种各样的事情，有时就激发出了很好的新想法。”罗楷说。

2016年之后，格灵深瞳吸取了过去三年的经验教训，重组了整个公司架构和发展战略，使得格灵深瞳“看见”了新的商业化路径，并逐渐向城市管理领域和智慧金融领域发力，这样的转变为格灵深瞳带来新的转机，形成日后持续发力的重要基石。乃至后来其商业化落地的触角逐渐向轨交运维、体育健康、元宇宙等新兴领域延伸，而这些新兴业务的探索也逐渐成为支撑格灵深瞳业务发展的重要板块，为格灵深瞳带来全新生机。

在体育业务领域，格灵深瞳已布局智慧校园体育场景。今年5月，格灵深瞳重磅发布智慧校园体育三大产品，分别是深瞳阿瞳目体育训考系统、深瞳阿瞳目体感互动系统、深瞳阿瞳目体育大数据分析系统。这三大产品涵盖了体育教研、体育考试、课后服务、专项教室、日常训练、云上运动会六大场景。格灵深瞳将整套解决方案取名为“深瞳阿瞳目”，并表示将致力于构建科学的体育运动场景，打造智慧化校园体育解





赵勇 创始人/董事长/CEO (实际控制人)

- 布朗大学计算机工程博士
- 中关村领军人才，北京市特聘专家
- 入选北京市“高聚工程”
- 荣获北京市华侨华人最高荣誉“京华奖”
- 北京市劳动模范、北京榜样人物、北京市抗击新冠肺炎疫情先进个人
- 北京市第十五、十六届人大代表
- 前谷歌研究院资深研究员、谷歌眼镜发明者之一

决方案。而“深瞳阿瞳目”这个名字难免让人想起“铁臂阿童木”。后者，正是为了推广当时前沿的原子能技术而出现的形象定义。由此来看，“深瞳阿瞳目”这个名字或许也隐藏着格灵深瞳对于未来教育的野心和其当前的技术发力点。

不止于此，格灵深瞳的3D立体视觉技术还在轨交运维领域发挥了价值。3D立体视觉技术通过将离散的局部列车零部件数据进行融合和重构，可得到列车标准模型，进行零部件匹配和故障诊断。该技术对轨交运维相

关产品的落地起到了重要作用。据悉，目前，格灵深瞳的轨交运维产品已覆盖列车常见的190余种故障项点，项点处理速率超过20,000个/小时，在高级重要性项点的故障诊断成功率大于95%，对于高精度测量的项点，测量精度到达亚毫米级别。

不负“深瞳”之名 专注“看见”，亦有“远见”

经过十年的深耕与探索，格灵深瞳已掌握了业界领先的基于深度学习

的模型训练与数据生产技术、3D立体视觉技术、大规模跨镜追踪技术、自动化交通场景感知与事件识别技术、机器人感知与控制技术等方向的多项核心技术。这些核心技术为格灵深瞳的现有业务提供强大技术底座的同时，还为格灵深瞳在新兴业务领域的探索赋能了无限想象空间。

2022年3月，格灵深瞳登陆A股，成为AI计算机视觉第一股，同时，获得无数行业瞩目的殊荣。这都归功于格灵深瞳对“3D立体视觉

技术”这样一条极为领先但也更为艰难的技术路线的始终如一的支持。3D立体视觉一般通过结构光、激光雷达等特殊传感器采集得到场景的深度信息，再利用深度信息和可见光信息一同计算出场景的三维图像。格灵深瞳通过多目传感器标定与深度估计技术使用一对成本更为低廉的可见光相机组成双目系统，对场景深度信息进行估算，在达到普通结构光相机精度的同时，可提高相机的可靠性和易用性，并能覆盖更多的结构光相机无法工作的光线条件和场景。基于这项技术的输出，格灵深瞳的算法能更好地适应多种不同的场景和目标，进而对人

体、物体、场景进行高精度的重建。前不久，格灵深瞳亮相由中国科学技术协会和北京市人民政府共同主办的中国科幻大会，展出的沉浸式互动游戏是格灵深瞳自研的大规模沉浸式人机交互系统可应用的场景之一，除此之外，该系统还可应用于展览展示、文博旅游、少儿科普等领域。这意味着格灵深瞳在AI商业化探索上的路径更为广阔。在一次公开采访中，赵勇表示有一句老话可以很好地诠释AI行业的发展：“每当一项技术创新发生时，人们容易去高估它的短期价值，低估它的长期价值”。长期来看，AI的价值有无限的想象力。

落址德必园区 “遇见”未来办公场景

谈及格灵深瞳将部分研发项目落地成都并选择落址德必天府五街WE，罗楷坦言，“成都近年来的发展在中西部乃至全国都颇为引人注目，成都高新区是我们的首选目标。”资料显示，成都高新区已经稳居169家国家高新区第一方阵，企业聚集度居中西部第一。人工智能作为成都产业建圈强链的一条重点产业链，《2023年成都市大数据与人工智能产业建圈强链工作要点》于近日印发，这意味着成都大数据与人工智能产业链迎来发展“路线图”。

“结缘德必背后有个小故事，当时我们正在为体育领域相关项目研发寻找一个层高要求比较高的空间，市场上能够满足我们需求的房源比较少，恰好德必天府五街WE能够满足我们的这项需求，当然这是纯粹从物理空间的角度来说。我们最终选择德必还是做了深入了解，德必在产业园区领域深耕20年，对我们办公需求可以举一反三，对接过程中专业、耐心、想客户所想，园区的位置环境、产业集聚度和配套服务，也很打动我们，相信未来在园区我们双方可以有非常融洽的合作。”

做咨询不是说服老板，而是一个共创的过程 @ 火橙战略咨询

📍 德必上海书城WE 上海 作者：刘连英

市场上最珍贵的资源是消费者的心智资源。

当定位理论进入中国后，这句话就成为诸多企业家奉为圭臬的名言，为了获得这“珍贵的资源”，越来越多企业家开始寻求咨询公司的合作，聪明的老板们懂得“战略咨询就是帮助企业做尽可能正确的决策”。

这种需求催生了国内专注于定位理论的战略咨询公司崛起，火橙战略咨询就是其中最具有代表性的一个。这个创立于2013年的公司已经服务了圣农、立马电动车、美克美家等多个知名的消费品牌的青睐，也创造了一系列效果显著的咨询案例，一个成立时间不久的咨询公司如何获得大品牌的信任？火橙到底有何神奇之处？

此次德必客我们约访了位于德必上海书城WE的火橙战略咨询，其创始人徐超作为业内知名的战略规划专家，和我们分享了他对战略咨询、公司管理、品牌规划、行业发展等多方面的经验和感悟。

Q：你为什么进入咨询行业？能否聊聊你的从业经历？

徐超：我属于80后较早一批创业者。

我大学期间就进入广告界，通过8年时间打磨，先后就职于奥美Ogilvy、盛世长城、睿狮中国等传播机构，27岁成为奥美的创意总监，31岁时创业成立晶橙传播集团（火橙股份前身），算是80后里面创业比较早一批。

工作期间，我和团队就负责过一些知名企业的项目，支付宝、天猫、阿里云一度都是我们公司的客户。当时我们确定支付宝的品牌口号是“支付宝知托付”，主推“信任感”；而我们的同事团队定了天猫的品牌口号是“没人上街不代表没人逛街”，天猫当时主要是和传统的商场竞争，因此这个口号主推“24小时不打烊”的特色；而阿里云我们当时定了“无法计算的价值”，他们做数据优化，我们要突出数据无价的属性，我们强调品牌口号每个词都和企业的战略相关。

2013年我开始创业，运气比较好，遇到一批不错的客户，第一个客户是HTC，他让我们负责当时的旗舰机型HTC One的上市方案，刚和我们合作就签订千万元的合同。接着我们又服务了奔驰、支付宝、美克美家、

中国电信等一批优秀客户，进而获得了行业的肯定。当然运气是一部分，另外我们的专业能力也很强。

Q：做战略咨询，我们对客户有行业规模要求吗？会集中在哪些领域？

徐超：我们的客户主要以大消费为主。因为消费领域的竞争比较激烈，竞争越激烈的行业越乐意找我们这样的战略咨询公司合作，因为有竞争，大家希望找到一些与众不同的制胜方法，找到独特的差异性，找到自己的定位，在激烈的竞争中树立一个鲜明的形象。因此竞争越激烈的行业，找咨询公司的客户越多。

Q：能否简单介绍下咨询服务流程？我们如何给客户提供服务？

徐超：用九个字可以概括，即“差异化、系统化、精细化”。

我们的客户一般都是对方的老板，因为只有老板有权制定一个公司的战略决策。因此在初步接洽建立合作意向并签订协议之后，我们会先花费3-4个月的时间做前期的调研，快速地了解这个行业，并且找出来公司中存在的各种问题、挑战，以方便我



们找到应对方式。调研过程有点像医生问诊或者健身教练定制计划，需要客户对我们有充分的信任，这样才能制定出最合适的咨询方案。

了解了客户的详细情况后我们可以梳理规划，发扬其优点，总结归纳成一个有竞争力的口号，然后围绕这个定位帮他们做运营、产品、渠道、传播等方面的改善。举一个例子，很多客户的产品没有找到核心品质，那么我们就帮他们找到这个点，单独拎出来反问，这个产品为什么会被消费者接受？怎么去应对竞争？能否建立你的护城河等。

把这些问题分析清楚之后，我们最终交给客户一个完整的战略定位报告。这个报告是我们的核心，报告确定之后我们就逐步按照上述的步骤开始实施战略定位策略，我们拆解到每月、每周、每天要落地的具体事情，这个过程我形容为“日拱一卒”。例如我们今年要做几个重大的传播活动，那么就要定计划多少预算？如何实施？多少人参加等等。总结起来我们做的事情就是“从战略定位到落地执行”。

我们除了有这个定位报告之外，还有一个专项报告，基于客户的每个产品、运营等细节出具的报告。

我们强调战略定位要有差异化、系统化和精细化三个特点：差异化就是要突出品牌的特点，一定要非常清

晰，越简单越好，越尖锐越好，越有竞争壁垒越好；系统化表示所有的运营改善具备系统性，不是某一个点的改善，而是整体的相互配合的系统性改善，就像打篮球一样，有战术和没战术有质的区别，整个球队从前锋到后卫，要形成一个整体；精细化则指在落地过程中每一个专项都能极其精细准确。

Q：有了这么详细的战略方案，如何说服老板同意执行？

徐超：我们不会去说服企业领导层同意某个方案，我们做战略咨询的过程不是一方说服另一方的过程，而是一个共创的过程。

调研的论证、论据、论点都是经过我们双方充分沟通的结果，因此最终的报告是大家共同的观点。

这个报告不是我们自己帮客户凭空设想了一个“大招”，让他们按照我们的策划全面改变，那种模式可能给企业带来风险，因此我们的过程强调共创，实际上很多公司老板对于公司的战略已经有了一些认知，我们帮他们做的只是将这种认知梳理出来，推动他们落地。

麦肯锡前 CEO 马文鲍尔说过一句话大意是，很多大公司的老板花费千万美金找我们咨询，并不是他们不知道怎么做，而是他们想通过我们第三方的视角来推动内部的变革。

战略咨询某种角度看像是治国，我个人觉得中国历史上有两个特别有名的“定位报告”，一个是诸葛亮的《隆中对》，另一个是朱升对朱元璋的九字真言建议“高筑墙，广积粮，缓称王”。

Q：在战略咨询领域，火橙的核心竞争力是什么？我们和同行的差异在哪里？

徐超：我们的核心竞争力在于我们在这个行业研究多年，有完整的以定位为核心的方法论。

在实践打法上，同行之间就是比拼谁对这个方法论运用得更纯熟，很多人不熟悉战术所以就施展不好，我们一个核心优势是经验丰富，操作能力纯熟。

当然在这个过程中，我们会根据不同的企业、不同的禀赋、不同的团队设计一套合适的战术，其实这也是一种方法论。听起来很简单，执行起来非常复杂，我们需要明确在什么时间执行哪项操作，这也是我们最重要的工作。

Q：为什么现在有越来越多的企业家重视战略咨询？这个行业经历了怎样的变化？

徐超：主要原因在于新一代的竞争越来越激烈。

改革开放初期我称为工厂时代，当时商品处于供不应求的局面，一件

好看的衣服，很容易成为诸多消费者抢购的对象，成为街装。但现在大家都将这种类似的穿着称为“撞衫”，人们尽量避免出现穿同样衣服的局面。那时候物资缺乏，现在物资丰富，那时候是工厂时代供不应求。

第二个阶段是90年代，当时

渠道商强势崛起，国美、苏宁诞生，随后淘宝、天猫出现，渠道的出现带出了产品的竞争——同样的产品消费者为什么选择这一个牌子，这就引发了“定位”战略的出现，产品端开始有意识地打造与众不同的定位。

第三个阶段是2005年以后，互

联网从门户端逐步转向移动端，人们的信息日益丰沛，人们购买物资越来越没有门槛，产品间的竞争维度已经完全转向运营、传播等一系列定位传播，企业所有的管理要极具效率。

这就是今天为什么越来越多企业需要定位，需要战略咨询的原因：消



费者怕复杂，越简单的东西越容易被记住，越有差异化越容易被记住，因此哪个品牌的传播效率高，它就有更大的概率会成功。而这也是战略咨询公司发展空间越来越大的原因。

Q：在火橙服务过的诸多案例中，能否举一个你印象深刻的案例？

徐超：立马电动车的策划案就是一个非常具有代表性的案例。

电动自行车行业是一个竞争极其激烈的行业，该行业头部有雅迪、艾玛等品牌，腰部也有绿源、立马、新日等品牌，竞争压力非常大。在当前的行业发展期，很多品牌面临“不进则退”的压力，因为前两年消费者换购潮，已经将保有量提上去了，所以今年上半年国内的电动自行车销量普遍下滑，而在我们的服务下，立马是为数不多的实现微增的品牌。

而立马电动车以前的口号是“好车立马行”，这个口号也不错，但是没有在顾客心智中占领一个差异化的地位，这个口号就是一个无效的口号。

因此为了找到新的定位，我们对立马进行了深度的研究调研，发现立马有自己的核心技术，在电动车领域，电池大部分都是供应链采购，但立马的电机有自己独特的技术，他们的电机功率大，起速快。

于是我们确定，动力是衡量电动自行车的一个标准之一，最终我们确定他的品牌口号是“大动力电动

车”。有了这个定位之后我们就分化了这个行业的格局，消费者在想到动力的时候就会有印象，一部分是普通动力，立马则代表了大动力，这样立马就代表了这个品类分化。

我们做了一系列的落地执行，比如我们更换了代言人，以前是游泳运动员，而现在换成了篮球运动员，篮球是一个对抗性的运动，这和立马电动车的大动力定位有强相关。

随后，立马电动车赞助了路人王比赛，联合全国各地的经销商在当地举办活动，将线上线下的运营打通，形成一个传播、运营、销售的环路，最终有效的促进了销量的增长。

这样从定位运营到落地销售，就像一个齿轮一样，环环相扣，最终系统化地将这服务推进执行，并获得了不错的效果。

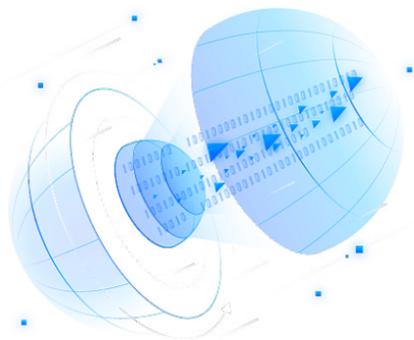
Q：火橙什么时候入住德必？选择德必的原因是什么？

徐超：地理位置、空间设计和氛围都完美契合我们的需求。

我们是去年6月份入住德必外滩WE，但当时外滩WE没有特别适合我们办公面积，所以没多久就搬来了福州路上海书城WE，这个园区的位置很好，距离地铁站不远，交通便利，大概2分钟到达南京东路、3分钟到人民广场，步行到外滩只要10分钟。除了地理位置比较好之外，德必上海书城WE紧邻上海书城，福州路原本

就是文化一条街，同时项目设计非常有特色，配套也很成熟，餐饮、商业等元素都非常丰富，比如这里预留了咖啡厅、商业文创、交流空间、演绎空间等，在办公之余还可以满足多元的交流需求，这种设计风格和空间布局，我都很喜欢。尤其是这里精装的办公室户型，很适合我们这种咨询类公司。

当然除了位置和空间之外，园区氛围也是我们选择德必上海书城WE的一个原因，上海书城原本就是上海最知名的文化地标，寄托了一代人的读书回忆，现在成为文创园区，集聚了业内优秀的上下游文创企业，形成了特有的创业氛围和合作链路，这种产业效应也会给火橙带来更多的机会和可能，这也是我们选择德必的原因之一。



外卖行业的又一匹黑马 @ 内餐吧

云亭德必易园 上海 作者：刘连英



外卖平台已成为商业世界中的巨无霸。数据显示三年疫情加速了外卖行业的发展，每年增长率超过15%。其中2020年为6646亿，同比增长15%；2022年增长19.8%，市场规模达到9417亿元。截止8月中旬，美团市值约为8340亿港元，饿了么估值100-200亿美元，一个成为中国第四大互联网公司，另一个则撑起阿里本地生活服务的半壁江山。显然，凭借节约顾客时间、提高餐馆效率的优势，外卖行业成为O2O模式下

最成功的商业业态。但这个风头无两的行业现在遇到了新挑战。

本期“德必客”——内餐吧，来自上海的云亭德必易园。

公司内的自助餐

云亭德必易园内，一个名叫“内餐吧”的企业正试图用“把餐厅直接搬到办公室内”的模式来取代传统外卖用餐。“简单地说，我们是将距离办公室白领10公里内的餐饮门店的美食，搬到了公司办公室内或办公

室所在的园区 / 写字楼内，这样不仅节约了员工外出吃饭耽误的时间，大大提升了员工的工作效率和幸福感，而且深受企业老板们的欢迎。”内餐吧城市经理仇翌说，这些节约下来的就餐时间可以方便员工们进行午间休息，补充能量，提高下午的工作效率。具体而言，内餐吧仅需客户企业提供一个大于4平米的空间，他们将在该空间内搭一套自研的“智能自助餐称重设备”，同时联合多家餐饮企业，以竞争模式每日为该客户提供餐饮

服务。以午餐为例，每个工作日上午11:30前，送餐企业把做好的菜品送到企业客户办公室，用餐时企业员工只需到自助餐台前绑定托盘、称重取餐即可，一菜一价、刷脸或扫码支付，全程无人服务。人均客单价在15-20元左右，低于市场上的外卖和堂食价格。

内餐吧城市经理仇翌说，他们采用“多商户竞争供餐机制+智能设备售餐+大数据系统管理”的方式为企业提供服务，这套“智能自助餐设备”的背后是以人工智能、云计算、大数据等科技手段为支撑的解决方案。内餐吧秉持着“员工吃的好，工作才更好”的经营理念，目前在全国合作了超过400个企业客户，主要集中在北、上、广、深、杭五个城市，同时对接了1000多家餐饮供应商，采用供应商不定期轮换的方式为企业供餐。“我们第一家客户是一个拥有十多家分公司的大企业，在进行回访的时候他们员工反馈自己的公司在21楼，外出就餐需要排队等电梯，而点外卖经常不知道选什么好，内餐吧既帮他们节省中午外出就餐时间，又吃得安全便捷，公司从员工到领导都很满意这个模式。”仇翌说。这种模式的出现很好地解决了白领阶层就餐的痛点，省时省心，也能给白领上班族带来更好的就餐体验。内餐吧曾对办公白领午餐做过调研，仅点外卖一项平均每个上班族每天就需要花费20

分钟左右的时间。因为外卖可选择性太多，每个人都会纠结点什么，再加上45分钟左右的配送时间，从点餐到就餐，每次点外卖都需要花费1个多小时的决策+等待时间；同时外卖平台对于商家的监管力度不强，网络平台商家众多并且是远程管理，还需要通过外卖员配送，这些因素让外卖平台很难有效地保证食品安全。而现在内餐吧将这些繁琐流程都在前期做好，能更高效安全地为白领配送自助餐。

一个 to B 的餐饮平台

和外卖平台不同，内餐吧是一个 to B 的餐饮消费平台。内餐吧于2021年在上海成立，隶属于广东优信无限网络股份有限公司，后者是一家新三板挂牌公司，是以新一代信息技术为政企提供智慧解决方案的国家级高科技企业和国家级新型信息消费示范点单位，在北京、上海、广州、深圳等30多个城市设立分子公司，在全国300多个城市，服务了6000多家食堂。他们研发的这套“智能自助餐设备”，入驻企业后可帮企业实现自助就餐，将此前需要“阿姨打饭”的分餐模式变成自助称重模式，这为食堂节约了大量的人工成本，减少了餐饮浪费。

同时，这种智能化改造也能服务于众多“餐饮品牌”，像高校或社区食堂一样，餐饮企业也希望将自己的分餐模式变得“自助化”，因此在

多年经营中，优信已和上千家餐饮企业达成了合作。随后优信无限发现：并不是所有的机构都有自己的食堂，很多园区、写字楼物业不允许有明火作业，无法设立食堂。为了解决这部分企业的就餐痛点，优信无限便创立了“内餐吧”。内餐吧采用“免费向客户投放自助餐智能设备”的方式来拓展用户，2021年成立后便在上海试水，随后业务快速扩展到北广深杭等一线城市。“我们做过调查，一线城市的白领群体超过5000万，对于这些人来说吃工作餐是刚需。”仇翌说，确定了市场后他们也对后端的供应商做了详细的规划和严苛的筛选。今天市场上 to B 服务的餐饮大概分两种：一种是包餐模式，一种是非包餐模式，即员工自由消费模式。包餐是指企业支付员工餐费，每天企业行政会为员工集体订餐，但这种供餐形式大部分都是盒饭，由一家餐饮企业承包某个企业员工的午餐。这种模式的问题是员工每顿吃的餐食和份量是一样的，员工没有菜品选择权，且菜品数量少。而内餐吧模式采用了自助餐模式，每天给员工提供8-12道菜，让员工可以自由选择。想吃什么吃什么，想吃多少吃多少。由于每道菜品都要计价，所以也降低了餐饮浪费，真正实现了节约粮食、光盘行动。

“我们有一套严苛的运营服务体系，从菜品采购、制作加工、出餐包装、物流运输到供餐上桌，每个环

节都能落实到人，这样能更好的保障食品安全。”仇翌说。员工取餐完毕后15分钟，系统自动结算，让员工了解今天的消费情况，吃了什么、吃了多少，更配有专属的营养分析报告，了解自己当餐卡路里、脂肪含量、碳水化合物摄入量及营养建议，把营养师搬到了线上。供餐完毕后，企业客户会自动生成运营报告，让员工吃得放心，同时也帮助供应商更好地了

创新服务德必园区“邻居”

目前，内餐吧已经在云亭德必易园试运行，并获得了不错的反馈。“今年6月份我们在办公室门口设立了智能自助餐设备，后来我们将这套设备搬到楼下一个更宽阔的区域，为全园区提供服务。”仇翌说，原本这套设备只是供自己公司和相邻公司的员工就餐使用，而云亭德必易园的负责人了解到内餐吧的特点后，认为这个模式会

收到园区内企业很好的反响，因此热情邀请他们到一楼中庭为全园区的白领提供餐饮服务。

据统计，目前云亭德必易园每天大概有300名白领，其中每天来内餐吧就餐的人数就有100多人。内餐吧在很大程度上为大家就餐提供了便利。“德必为我们提供了很多贴心的服务，我们也为园区的邻居企业提供了服务，这是一种典型的共赢。”仇翌说。



用数字有效联结中国企业和全球消费者 @ 飞书深诺

 **大虹桥德必WE 上海 作者：刘连英**

飞书深诺集团是一家出海数字化服务领域的龙头企业，已助力近万家中国企业成功出海。今年一季度，飞书深诺落户上海长宁区北新泾街道。9月15日，正式入驻大虹桥德必 WE 国际数字时尚创新中心。

开拓海外市场，听起来激动人心，做起来困难重重。十年前，飞书深诺创始人沈晨岗从跨境电商行业中看到了中国企业出海的历史机遇，在这个特别的赛道上开始了让出海更丝滑”的努力。

十年后，飞书深诺已成长为中国最大出海营销服务商，已帮助电商、品牌、游戏 APP 等场景的近十万家中国企业成功开启数字出海”的征程，将产品销往全球230多个国家。以“用数字有效联结中国企业和全球消费者”为愿景，这家总部位于上海的新兴企业，正致力于将前沿AI技术融入数字营销，以更高的效率，助力中国企业在海外市场站稳脚跟。

**一个平台：
跨越文化、爱好、消费习惯
重重障碍**

要在海外做一个成功的广告，让自家产品打入当地市场，企业需要了解什么？除了市场情况外，当地的文化、消费习惯、审美偏好，都是需要考虑的因素。

“就像一个广告，可能在中国并不受欢迎，却可能在印度走红。”飞书深诺首席财务官朱金华说，“出海”并不就是欧美日澳，还有非洲、西亚、东南亚、拉丁美洲，全球200多个国家，产品究竟去往哪里？如何打开市场？哪怕用当地语言写一条有效的广告语，对于大多数中小企业而言，也并非易事。

曾经，飞书深诺的客户经理们陪着滴滴、阿里、小米等客户，一站站实地考察。拉丁美洲是滴滴出海的第一站，在飞书深诺的助攻下，他们根据当地用户偏好，不断迭代、精准调整广告方案，很快就成为墨西哥最大打车软件。

在出海数字营销的赛道上，往往具有行业聚集效应。例如，手机行业的出海，飞书深诺几乎是这个赛道上所有企业都离不开的合作伙伴。

“过去，这些企业在当地找服务商做营销，成本非常高，而且与

总部协同困难。”朱金华说，飞书深诺用数字技术改变了这一状况，“如今，我们拥有整个出海手机行业的完整数据，可以相当精准地为用户画像并定位这使得整个营销环节一开始就能对市场 and 用户有更为清晰的洞察，从而带来最终营销效果的显著提升”。

**一站聚合：
突破创意、效率、流程
道道瓶颈**

在数字媒体上，一个广告素材的寿命可能只有几小时，一家企业一周可能需要生成2000条短视频，根据客户的反馈实时调整……面对如此巨大的内容生成量，只有依靠最前沿的技术来突破创意瓶颈。

飞书深诺将积累了十年的深厚出海数字营销经验，沉淀成了飞书逸途Sinoclick平台通过这个成长型跨境电商品牌SaaS服务平台，中小企业可以通过自助定制，快速生成产品出海的初步营销方案。

在这个平台上，客户可以根据自己的需求，结合 AI 技术生成大量广告文案、图片、短视频。例如，

一幅真人实拍的照片，在经过 AI 的换肤、改变姿态、自动匹配口型之后，就可以根据不同目标国家的语言、审美习惯等，生成多个版本的数字广告进行投放，从而大大降低了企业触达客户的成本。

朱金华透露，由于国际上开发大模型的公司，诸如微软、谷歌、Meta 等都是飞书深诺的国际客户，因此在 AI 大模型技术的率先使用与业务融入上，他们有着天然优势，“有些大模型还在内测阶段，我们就已开始尝鲜使用。

出海赛道比拼的就是效率。对于中国的中大型企业而言，出海的痛点不再是入门级的探路，而是协同管理难题——成百上千种产品投放到几十个国家，光是内部团队就有好几十个，营销目标分解、信息上传下达、大量业务和绩效报表，要打磨出一个成熟的流程模式绝非一朝一夕之功。

我们的 Beyondclick 平台，就是专攻这痛点的营销运营生态聚合SaaS产品。朱金华介绍，通过这一系统，客户在线上只需10秒就能完成自动化操作，可以使成本降到最低、物流效率提到最高，最终实现企业效益的最大化。

截至2022年，飞书深诺年度管理预算已突破50亿美元，每年为客户带来至少400亿的新增收益。

**一键出海：
模式复制，拓展海外客户
“卖全球”**

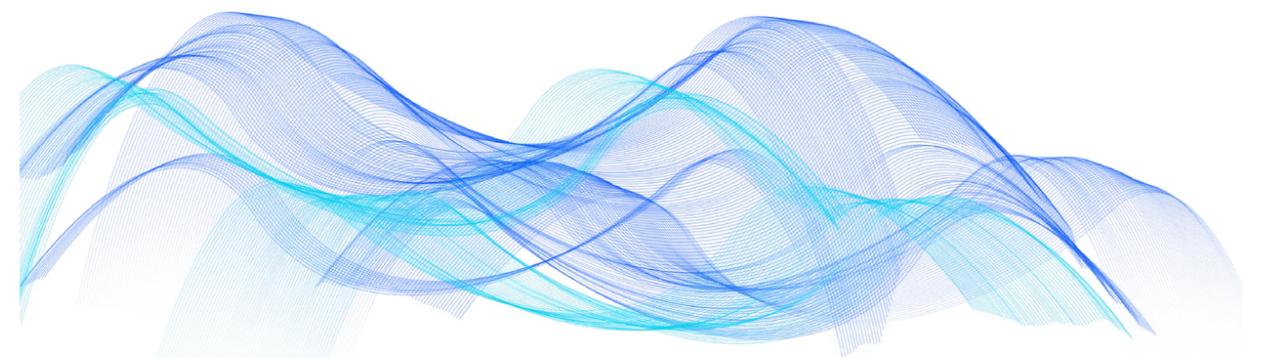
回顾十年前，脸书来中国寻找合作伙伴，触发了沈晨岗做数字营销的念头。当时，国内在这一领域竞争激烈，反而在尝试了出海数字营销之后，飞书深诺发现这是一片蓝海——由于竞争壁垒更高，时不时可以出现现象级客户，使得飞书深诺得到了迅速成长。

如今，飞书深诺的 SaaS 产品研发速度已在行业内首屈一指。2022年，公司研发团队的每季度研发任务高达两三千项，系统每日提供分析的成效数据超过930万条。

在朱金华看来，目前中国企业的出海潮才仅处于早期阶段，未来还有巨大发展空间，“国内的激烈竞争，已为中国企业打磨出了非常有竞争力的商业模式，去海外拓展发展空间将成为越来越多企业的选择”。

伴随着越来越多中国企业走向全球，飞书深诺也在高科技与全球化的双轮驱动下，继续深耕扩大行业领先优势。目前，飞书深诺已拥有日本、新加坡、美国、印度、中国香港五个国际化子公司。

朱金华表示，凭借飞书深诺十年来服务全球客户积累下的经验和数据技术能力，“未来我们还将帮助更多异国的本土企业走向海外市场，提升整体营销效果和全球品牌影响力”。



一场定制化的商业征程 @ 自个科技

 德必庐州WE 上海 作者：刘连英

设计师出身的李阵给自己定制了一场创业征程。

2012年，李阵就实现了“日销20万元”的业绩——他在淘宝开了一个名为“自个乐”的店铺，提供“照片书”的打印、装订、制作服务。

当时正处于纸质照片向数码照片转型的时期，虽然人们乐于使用数码设备来拍摄，但依旧习惯于用相纸来存贮照片，其中尤以中年女性为多。她们将大量的数码照片发到“自个乐”淘宝店，付费让李阵帮忙排版打印装帧成照片书，再寄回自己手里。在2012年，这是一个极为火爆的业务，“自个乐”一度做到淘宝该类别的第一名，高峰时日销售额就能达到20万。但李阵一点都不开心。

“那时候手机拍照还不像今天如此智能，镜头像素不高，又不会智能调节背景光，所以打印出来的照片也不会特别清晰，但客户不这么认为，他们总觉得是我们打印不好，”李阵要花费大量的时间去和客户解释。“我觉得这事儿太烦躁了，赚再多钱也不能干了，我要去做一件很酷的事儿。”

于是“自个网”诞生了。

梦想照进现实

这件很酷的事儿是——帮助设计师将他们脑海中或者电脑中的设计方案变成现实的产品。

“我是设计师，我了解这个群体的需求，所以做这件事就是做‘自个’。”李阵说，自个网对自己有着双重意义。

那时候将创意变成产品的渠道有限，要么通过淘宝网店来定制，要么联系工厂来批量生产，而这两种模式都有弊端——网店的产品质量不能保证，工厂生产起订量高，设计师们很难承受这种成本。

李阵想搭建一个平台，帮助设计师将他们的创意设计与T恤、手机壳、帆布包等产品结合起来，变成一个可以售卖的创意产品。他和北京万户纳美达成合作，该公司拥有自行研发的互联网设计及数字印刷技术，能够实现单件定制、快速生产、及时发货。

2015年11月，自个网上线，定位于原创设计衍生品交易，帮助设计师定制并出售具有原创设计内

容的个性化产品，以及单件定制的独特服务的平台。

按照李阵的设想，自个网的产品主要销售给设计师的“粉丝们”。

“用我们的柔性制造能力和对产品的理解力，将设计变成产品，设计师们可以将这些产品分享到自己的社交媒体上，让他们的粉丝到自个网的店铺中消费购买。”这样自个网就和设计师们产生了粘性，会吸引更多的设计师加入自个网。

这是一个B2B2C的商业模式，设计师也可在其他社交媒体平台出售自己的商品，但商品链接需跳转至自个网平台完成交易，从而导入新的流量。

自个网上线后吸引了大量的设计师加入平台，上线一年半，到2017年7月，自个网入驻设计师数量超过5万，开设近4万家店铺，插画作品达23万幅。

受益于设计师们的推广和网红们的关注，自个网的产品也受到不错的关注，那些T恤、卫衣、帆布袋、手机壳、束口袋、明信片等创意产品成为文艺青年的心仪好物。

伴随影响力而来的还有资本

的支持，2017年中，中欧国际工商学院的研究团队投资自个网1000万人民币，支持其运营和渠道的拓展以及线下门店的发展。

“他们对我们的模式感兴趣，知道在海外有了类似的成功案例。”

那是李阵和自个网最畅快的时候，拿到1000万融资时，他们甚至还没想好要怎么用这笔钱。

从2C到2B

融到的资金最终被用于开设线下门店。2017年6月自个网在北京798艺术区开设实体店铺，李阵希望将这里打造成一个帮助设计师们展示产品的窗口，为了开设这个实体店，自个网前后投入了几百万的成本。

“‘自个’是线上网站，缺乏线下温度，有了这个实体店之后我们就可以和设计师们聚会讨论，增加当面交流的机会。”当设计师们知道自个“花了几百万就为了帮他们展示产品”时，很多人热泪盈眶。

不过，很快李阵就发现了商业模式中的问题——仅凭设计师分享很难卖出产品。

“设计师不是微商，他们能创作但不擅长销售。”为了提升销量，李阵将剩下的资金也用来做推广，但并未能带来预期的增长。“后来发现，做C端市场，别说1000万就算砸一个亿也可能听不到一声响。”

明白了这个差异后，李阵再次梳理了自个网的商业模式，“做自个网的初衷是帮助设计师们赚钱，卖衍生产品遇到障碍后，那我们不能通过‘接活’模式来帮他们赚钱呢？”

随后自个网的商业模式发生了转变，从B2B2C转向B2B模式——成为阿里、字节、腾讯等大厂的创意类产品供应商。

“这些大厂看中了我们背后的数十万设计师资源。”李阵说，截止2022年1月自个网设计衍生平台入驻设计师总人数超过60万，设计师累计原创CG数据库作品超过220万件，庞大的设计师团队给他们带来巨大的创意服务能力。

疫情后自个网的2C业务受到冲击，但前期的投入他们在设计师

群体中收获了巨大认可，一大批关系紧密的设计师为他们向2B模式转变提供了可能。李阵称这个转型为“自个网的2.0时代。”

第一个B端大客户是腾讯，腾讯内部的设计师很多都是自个网的粉丝，这让腾讯高层注意到自个网的价值。

2019年前后，腾讯联系李阵，表示愿意采购自个网服务，让设计师为天美、光子两大游戏工作室提供设计绘画等服务。

“通过自个网采购，可以帮助腾讯规避财务、版权、项目管理风险等问题，同时我们又能充当‘行业翻译’的角色，将甲方的需求用行业语言翻译给设计师们，降低大家的沟通难度。”李阵说。





“我们库里的设计师越多，他们擅长的领域越广，越能为客户提供优质服务。”而这种“多样选择”的特性，让自个网成为诸多大厂的香饽饽。

这些大厂原本都是和单一的供应商合作，但会面临“沟通成本高、设计创意单一”的问题，而自个网能很好的解决这些难题——自个网充当行业翻译，同时可以提供多元的设计师给甲方选择。

“我们有海量设计师，满足甲方各式创意需求。”李阵说，凭借这种专业的服务能力，自个网成为这些大厂的优质供应商。

“自个网的优势就是积累了资源和人脉，最重要的是获得了设计师的信任，如果设计师不信任我们，那么他们可能会让我们先付费，再出创意，这就会影响我们的现金流，这个平台就很难经营。”李阵说，设计师的信任是自个网的核心竞争力。

与德必的相互信任

自个网转型的同时，也将办公地址从北京改到了合肥，李阵说，合肥发展速度快，而且要来合肥就要入驻庐阳区，因为这里有三孝口、城隍庙等文化地标，也因此他们最终选中入驻德必庐州 WE。

“德必是一家有着20年历史的企业，我没有理由不相信它。”李阵说，他在德必体会到别处租房时难以体会到的服务，无论是物业还是管理都显得很贴心舒适。他还受邀参加了德必20周年庆典，听到德必艰辛的创业经历时热泪盈眶。

“我能感觉到德必是一家很值得信赖的公司。”李阵说，自个网承接了这场庆典的伴手礼设计工作，他们在设计 LOGO 时提出了“年轮”的概念。“德必才20年，还很年轻，未来我希望它成为一个百年企业，所以我们的logo上的年轮没有画成闭口的圆圈，就是希望德必有更好的未来。”

做一家小小的“大”公司 @ 青檀创意

星光德必易园 上海 作者：刘连英



这是一家广告创意公司。

这是一家自带些“奇葩”属性，还不错的广告创意公司。

八年多下来，几乎所有初见青檀的人，都会有这么一个相同的认知。

就像“青檀”这个名字，合作伙伴也好，甲方客户也好，很多人问起过它的由来，或许是因为这些年中国文化、创意、民族自信的持续高涨，让青檀这两个字乍一看上去就有那么些人文底色，导致大伙对青檀也有了心理上的第一印象好感。但究其根本，

却无非是创始人对青石木器、对传统手艺、对文化传承的一种源于内心的热爱，如定要解读一二，则“青”既是“出于蓝而胜于蓝”的态度与理想，又是“雨过天青云破处，这般颜色做将来”的美好向往；至于“檀”，大抵是源于从业十余年，心底那团对于广告、对于创意的火，从未熄灭，且有芬芳。

守拙 求真

做好一件事，做对一件事。

在青檀看来，几乎所有广告公司，都要面对一个问题——做创意，还是做生意。庆幸的是，青檀选择了前者，直到今天，也依然没有动摇。

也恰是因为这种“坚持创意输出，为品牌赋能”的运营理念，让青檀在这数年时间里，始终平稳前行。

从地产广告这一广告创意行业细分领域出发，青檀服务过央企国企、服务过地产行业 TOP10 企业、服务过从城市高端居住区、复合型综合体到别墅、写字楼等全产品形态。且不

限于西安本地，珠三角、上海、天津、海南、川渝、昆明、郑州、洛阳、商丘、安康等，都有青檀团队深耕创意的身影。

小而大 坚持原创是件辛苦的事儿

在青檀看来，广告人都应该秉持一颗初心，即对作品的创作。

每一个项目，每一个品牌，都应该有其独立的讲话方式与表达形态。

比如，在为某地产集团做品牌形象宣传时，青檀用时三周，前往该企业各城市分公司，只为切身感受城市历史、文化与企业文化、开发项目的融合，并最终用全手绘创作的形式，为品牌成功塑造了鲜活的形象。

比如，在地产之外，为某新生餐

饮品牌建立形象时，青檀远赴海南，用一周时间感受饮食文化的差异，并最终将海岛小城的生活，移植西安；再比如，公司搬到星光德必易园后，经与德必多轮沟通，结合公司员工上班体验与当下企业办公择址的核心需求，为德必定制输出“园区办公”的差异化竞争力……



从地产到品牌 从传统到新媒体

不局限在地产领域，是青檀的“小目标”。

从前年开始，青檀便已开始了“摸索着转型”。凭借对“中国茶文化”的热爱和创意支撑，青檀与国内小众高端民族普洱茶——卡多拉叶进行深度合作，共同探寻“饮茶文化”背后的生活习惯，建立“茶+社交”的圈子型当代茶空间，并根据不同城市的地域文化特性，延伸出云在福（福建福清）、盛棠（西安）等地域茶文化品牌。

除了茶文化领域，青檀与西安高端私房网红火锅品牌——先生说进行合作，全面升级先生说火锅品牌形象。与先生说共同开发纯正海南餐饮——“海海的小馆”，建立“海海”完善视

觉形象体系与生活方式价值。

此外，青檀在传统媒体广告的深耕经验之下，结合当下新媒体传播特性，培养新媒体传播技术型人才，在新媒体端，尝试为品牌进行持续性创意输出。如短视频领域、数字藏品领域等。

相遇星光德必易园 在创意的土壤中继续开花

相较于传统企业，广告公司对于办公的选址，通常会有更多“满足内心向往”的需求因素与企业情结。

在传统写字楼中度过数年的青檀，一直在寻找一处能够完美匹配广告公司形象气质的办公场所。但同时，员工通勤、周边及办公区域环境、租金等问题，是需要全方位综合考量的。

直到遇见星光德必易园，当负责人将首次参观园区的照片和视频带回公司，征询公司小伙伴们的意见时，几乎全票通过，每个人都期待着公司的搬家。

无论是充满市井烟火气，让大家可以从忙碌中抽离出来的园区周边老街道，园区内随处可见由沙发、懒人椅、绿植和水吧组成的共享区域，还是咖啡厅、篮球馆和员工食堂构成的园区配套，都可以最大程度上“软化”工作的“忙”。

“在适合创意的土壤上，生长更好的创意”——这或许就是青檀，来到星光德必易园，收获的“附加价值”了。

时至今日，青檀依然是家不愿扩张的“小公司”，但这并不妨碍青檀在路上，始终带着一颗做“大创意”的心。

从上海到成都，瑞典家用电梯品牌 Cibes 再进德必 @Cibes

 德必天府五街WE 上海 作者：刘连英

当前，中国社会老龄化加剧，家用电梯的需求量急剧增长，中国用户对高品质的家用电梯的定制需求，同时也对电梯安全的重视，让 Cibes Lift Group（以下简称西柏思电梯集团）管理层敏锐洞察到了这一市场趋势和社会问题，为了满足更多的中国家庭私人定制家用电梯，帮助更多的中国家庭解决老年人通行不便的问题，西柏思电梯集团一直致力打造中高端家用电梯市场的长期品牌，提供更加优质的垂直通行解决方案，让家用电梯融入家居生活，自在通行。

西柏思电梯集团于1947年在瑞典成立，迄今已有76年的历史，作为欧洲平台和电梯协会（EPSA）的创始成员之一，在国际上一直是螺杆式电梯行业高品质的象征，同时也是该细分领域的行业龙头企业。1947年的瑞典正面临人口老龄化问题，西柏思电梯集团也是从那时起开始关注相关问题，为全球用户提供广泛的垂直通行及无障碍通行解决方案以提升生活品质。

作为德必天府五街 WE"· 成都国际数字科技中心首批入驻的外资企业之一，同时也是德必上海·

云亭德必易园入驻企业——瑞典知名螺杆式电梯公司 Cibes Lift Group，2012年进军中国市场，随后迅速发展，现已覆盖全国三十多个省份、自治区和直辖市，并且在螺杆式家用电梯的运行结构、外观设计以及安全系统等众多技术上持续创新，已逐渐成长为家用电梯行业实力不可小觑的企业之一。

本次访谈我们邀请到了 Cibes Lift Group 中国及亚太区销售和市场营销负责人 Russell Walker，带我们更深入了解家用电梯这一垂直交通工具。



Q：西柏思 2012 年就开始探索中国市场了，为什么选择在那个时候进入中国市场？我们对进入某个市场有一些标准吗？

A：我们上海外资公司是在 2015 年成立的，开启了我们的直销市场，但在外资企业公司成立之前，我们有顾问公司，经销商开始了中国市场上的业务，在 2012 年，我们开始探索中国的市场，随着中国的发展和老龄化社会的增长，以及人均财富的增长，我们看到中国经济相对较为发达的城市通常具有更多的消费潜力和需求。

Q：进入中国市场时最初是从事哪方面的业务？选择了哪些区域？

A：我们的主要业务是家用电梯，我们的产品是自带一体化井道，四面观光的螺杆式驱动家用电梯，非常适用于几代同堂的家庭使用。一开始是在华南区域开设展厅，然后再到华东，西南等全国的区域。到目前为止，Cibes Lift Group 在全国一二线城市已有 70 多个展厅。

2019 年我们在中国浙江建立工厂，这也是 Cibes Lift Group 70 多年以来首个在瑞典之外的国家第一个投资的工厂，我们希望可以为客户提供更好的服务，满足亚太及欧洲市场更多的定制化需求。

Q：和商场内的大型升降梯相比，西柏思的特色是什么？我们螺杆式电梯的特点是什么？为什么这种技术适合家用？

A：我们的拳头产品的特别之处在于一个特别的螺杆螺母驱动，这个产品我们已经制造了 50 多年，它可能看起来简单，但它实际上蕴含着很高的技术含量。

我们的产品主要优点是，不需要开挖底坑，而且是模块化设计，自带一体化井道，一平方米起就可以安装，内部空间利用率大，既美观又非常安全。可以根据家里的装修风格个性化定制颜色，背景等，所以非常适合别墅家庭使用。

Q：进入中国市场后，我们的业务发展如何？为什么会在这么短的时间内开设这么多展厅和网点？为什么如此快速的扩张？

A：进入中国市场之后，我们的业务发展非常快，但是我们的客户都非常地明智，他们在选购家用电梯产品时，通常也会货比三家，择优而选，因为家用电梯选购，不像是买家电，因为这是一个需要长期服务的家用产品，我们有着 76 年品牌历史，致力于在家用别墅电梯中高端的市场上做一个长期服务的品牌，所以我们在线下设实体展厅，可以让客户更好更直观地体验到我们的产品和服务。得益于我们优秀的产品

和服务，还有团队的共同合作，我们在中国的业务迅速增长。

Q：和海外市场相比，中国市场有哪些特点？我们如何定位中国市场？

A：中国市场与海外市场相比，具有较大的潜力和多样化的需求，西柏思在中国市场的定位是提供高品质、节能环保的家用螺杆式电梯，满足不同地区、不同用户群体的个性化需求。

Q：西柏思多个办公展厅都在选择在德必园区，为什么选择德必合作？你认为德必哪些服务比较契合你们的需求？

A：成都作为中国西南地区的经济中心和交通枢纽，拥有庞大的人口和潜在的市场需求。在成都也选择和德必合作，是因为德必提供了适合西柏思需求的全方位支持和服务。我们设置展厅一般对于空间的要求是比较高的，承重、层高、交通条件等都需要满足我们的展厅需求。德必天府五街 WE 在硬件条件上首先是满足的，另外就是我们在上海的园区已经有过合作，我们对德必的服务与园区品质非常满意，所以在成都选址的时候，我们依然选择了德必园区。未来我们还会涉足其他城市，希望能与德必共同发展。

CREATIVE PARK

创意赋能城市

空中艺术花园

精装全新家私

水贝城央地铁上盖

1100 m² 共享艺术客厅

十大创新增值服务

德心水贝 **WE**

YOU LOOK AWESOME TODAY

梵隱

德心集团 300947
股票代码

← 002028ALCDE
← 00-0000



WE 德心

国际时尚创意中心

VIP LINE 8899 9975
0755

招商中心：深圳市罗湖区布心路3008号



PART5

焕新之路

Page 45-48

德必庐州WE”

长三角(合肥)数字经济科创中心

合肥



项目参数

- 层数：22层
- 空调系统：24小时VRV空调，独立自控
- 电梯数量：客梯3部、货梯1部
- 外立面：玻璃幕墙+干挂铝板
- 可租赁面积：建面约100-1000m²
- 交付标准：精装修配家具
- 租金标准：55-75元/m²/月



垂询热线 0551-62628008

德必庐州WE： 合肥老城里的“垂直科创园”

德必庐州WE坐落于誉为“合肥之根、庐州文脉”的庐阳老城区，是德必集团在合肥的首发项目，也是合肥首个参与城市更新的科创产业园区。大楼原是安徽省属国企安粮集团的总部“盛安广场”，于1993年投资近1.5亿元兴建，大楼1999年投入使用，并于2001年获得全国优秀示范大厦光荣称号。2021年德必集团对其进行全新的设计和改造，打造长三角（合肥）数字经济科创中心，开启了这座“老楼”的焕新之路。

延续文脉 科创注入文创活力

德必庐州WE颠覆传统办公设计理念，于细微处彰显人文关怀和创意构思。不仅承袭德必WE品牌系列的优秀产品基因，还结合庐阳水湖、逍遥阁书屋等合肥地域文化，留住城市记忆，并植入多元科创元素，激活办公创意灵感，以“数字经济+科技创新”的融合效应，打造智能化、创新化、生态化的新型办公空间。

文化引领，科技驱动。德必庐州WE通过“美学、科技、实用”的创意空间营造，将“文创与科创”巧妙融合，在项目内部，可以看到诉说历史的裸露砖墙，也可以看到面向未来的智慧屏幕，既有延续庐州文脉的水流动线设计，也有彰显智慧科技的人脸识别门禁。人文

与科技，历史与未来在此交融与碰撞，展现出了一幅文创为科创注入创意活力的画面。

完善配套 专业运营助企发展

区别于合肥市面上大多数传统写字楼，德必庐州WE精心打造开放式共享空间，引入多种人性化配套。涵盖精品咖啡、环形书屋、智慧餐厅、共享吧台、休闲卡座、睡眠舱、电话亭、茶水间等，丰富办公人群的工作生活，让原本冰冷枯燥的办公空间多了几分温暖。

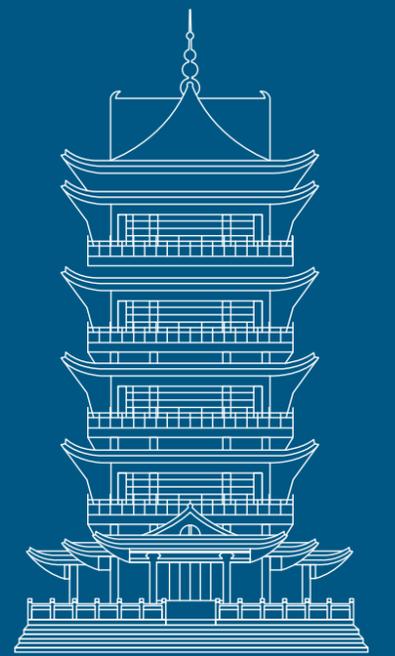
此外，德必还为入驻企业提供联合党建、社群活动、创业导师团、人才服务、品牌推广、智慧空间管理、政策对接、财务顾问、工商注册、资本对接等“十大增值服务”，为企业提供系统优质的微生态创业环境，助力文创企业的持续发展。在社群活动组织方面，德必庐州WE链接友行商学院、WorkFace、混沌学园、BOSS直聘等优质资源，开展各类知识培训、创业讲座、政策宣讲等活动，搭建学习交流的平台，让创业不再艰难，工作不再孤单。

以楼聚产 优质企业竞相入驻

焕新的是面貌，升级的是产业。目前德必庐州WE集聚数字科技企业近百家，企业生态圈初具规模，“上下楼”就能找到“上下游”。既有来自北京、

上海等一线城市的全国知名企业，也有合肥本土领军企业，其中包括中软国际、科捷智能、魁拔网络、自个科技等。通过完善的配套设施和精细的运营服务，德必庐州WE获得政府和社会各界的广泛认可，先后获得市级科技企业孵化器、市级科技企业众创空间、市级创业孵化基地等荣誉，成为合肥地标级科创产业园区。

未来，德必庐州WE将继续发挥科创服务载体作用，加大科创企业的招引培育，为园区企业做好运营支持服务，积极助推企业健康加速成长，也期待更多优质企业入驻，共建产业生态圈！





星光德必易园

西安数字文化创新中心



项目参数

项目总面积: 18000m²

租赁面积段: 100-2000 m²

共享空间: 2500m²

商业配套: 3200m²

交付标准: 精装修/定制装修



垂询热线 029-8228 1515

ADD: 西安市碑林区公园南路 26 号

星光德必易园：在西安老城聚起一片“星光” 文化打底、创意执笔、科技开路，为老城区，淌出一条路

唤醒老城活力，是一种使命。

快速、巨量的城市开发，随之带来的存量压力，使得城市更新成为一个意义深远的课题。德必以创新的方式为历史建筑、工业遗迹、老旧街区或厂房进行优化改造，其所秉承的设计理念，让它不仅成为城市历史的保护者，也成为一座城市文化和产业获得双重增值的贡献者。从今天起，我们将推出“德必城事”专题，分享德必与它所在的城市之间的故事。

本期故事来自西安的星光德必易园。2022年，德必落子西安，对原碑林科技产业园旧厂房进行改造，焕发新生的星光德必易园成为德必集团在西安的首发项目，也成为西安又一个地标级产业园区。

西安是座古城。

上启周秦，历汉唐。数千年，文化已做了西安无法褪下的城市底色。

古城自是有着古城的骄傲。既诞生了高新、曲江、浐灞、经开等一众新区的璀璨不夜，代表着西安最为顶端的居住、商务、商业与环境，又共生着城墙内外，一个个情感浓郁的老城区。

随着“北跨、南控、西进、东拓、中优”的城市战略实施，大西安“三轴两带多中心多组团”城市更新格局已成规模，在时代的车轮面前，老城区是不甘于落后的。

从2021年“十四五”期间开始，以老城复兴为目标的有机更新，在西安的老城区里，茁壮成长。基于西安与大多一线城市的城市底色区别，在老城复兴中，形成了“保护性发展与开发”的成果亮点，一方面对古代历史文化遗存加以保护利用，一方面积极探索当代历史遗迹的保护和再利用。让历史街区、工业遗产重新焕发活力，成为西安新的地标。

比如碑林区，因其地处西安“一环”与“二环”之间的老城核心地带，是西安科教文化产业发展水平最高的区域之一，区域内老街、老巷、老厂房、老建筑颇多。由此，在政府、高

校与企业联合推动下，建立了“以环大学创新产业带推动城市更新”，形成“三区一轴多园”的空间架构。三区：工程科技服务产业聚集区、创意设计产业聚集区、研发服务产业聚集区；一轴：友谊路轴线；多园：多点布置文科创产业园区。

创新设计、产业孵化、研发创新等要素集合下的文科创产业园，也迅速吸引了大批文化创意企业和科技创新企业，这些企业在以园区为载体的空间里集聚，形成综合性、公共性的多元化群落。

园区与企业是互相汲取、互为补充的。在国家“十三五”规划建设中首次提出“创意文化产业”概念后，以广播影视、动漫、音像、传媒、视觉艺术、表演艺术、工艺与设计、雕塑、环境艺术、广告、服装设计、软件和计算机服务等产业为核心构成的相关企业，呈现出集群化分布的显著特征。

因西安有着丰富的科教资源、良好的产业基础和深厚的城市文化。文科创产业的发展，呈现出“高速、多元、融合”的特点。据官方数据显示，近年来，西安文科创产业营收保持持续增长，连续三年增长率在20%以上，至2019年，已达全市GDP总量的6.4%。

与此同时，为满足日益增长的文科创产业，西安文科创园区发展飞速，并形成了工业园区改造型、创新创业街区型、双创办公空间型、高校建设园区型和独立特色场馆等五大类型。

无论是哪种类型的文科创产业园区，如今，已是西安城市更新的重要方向。

在西安文科创园区氛围浓厚，百家争鸣的当下，选择来到这座城市，与其说德必与西安谁选择了谁，不如说“这是一场双向奔赴的恋爱”。

始于对西安城市文化的深切热爱，对西安城市发展前景的坚定，对文科创产业在西安

成长的信心，德必来到西安，并期待为西安的“城市更新”建设，贡献一份属于德必的力量。

在园区运营领域，德必有着20年的丰富经验，目前已在北京、上海、杭州、南京、苏州、成都、长沙、西安、合肥、深圳、武汉、徐州，以及美国硅谷、意大利佛罗伦萨等十余个城市成功签约近百个创意产业园区，成功吸纳了一批批优秀的文、科创企业入驻，实现了产业集聚和生态闭环。

落子西安的首个项目，德必选择了碑林区公园南路。这是一条记载着西安老城东郊大部分记忆的路，也是链接老城与曲江、高新等新区的未来之路。

在进行了数次论证之后，最终确定以“易园”，作为项目的内核构成。易园，追求人与自然的和谐共生，主张办公环境与生态环境的有机融合。在诸多城市的易园作品中，随处可见通过室内花木微景观、共享空间、室外树阵组景、休闲区域等方式，完成园区的生态体系创作，并通过空间关系的尝试性建立，号召人们“用更自在、更舒适的状态，创造性地去工作”，真正意义上完成了建筑空间的合理、高效利用。

未来，星光德必易园将依托西安市丰富的文科教资源和创新主体资源，以高新技术为核心产业，通过吸纳优秀的文科创企业入驻，实现产业集聚和业态升级，以“数字经济+科技创新+文化创意”的融合效应，打造碑林数字文化创新中心。作为西安城市更新的样本之一，星光德必易园将不断探索创新，走出一条充满韧劲，符合产业与城市发展需要的活力焕新之路。

随着城市进入到高质量发展阶段，城市更新是一个持续的过程，作为历史文化古都的西安正凝聚各方力量引导产业园区、社会企业、研究机构等共同加入，尤其是作为主要角色的文科创产业园区，正积极参与到城市更新行动中，为经济可持续发展提供新动能。

云境办公

ATRIUM CLOUD ENVIRONMENT

舒缓城市焦虑

RELIEVE
CITY
ANXIETY

约110-400 m² 精装办公/沿街旺铺

 **021-57899898**

地址：松江区九亭镇沪亭路880号



扫码咨询

栏目征集

德必集团官方微信公众号“德必荟”特设栏目【德必客】
征稿啦！面向各园区入驻的文科创、新兴行业以及行业头部
企业等，我们将通过深度访谈的形式，记录创业故事，见证
客户成长。欢迎各位创始人通过德必园区伙伴联系编辑部，
可直接供稿或提供相关素材。

投稿咨询可联系园区伙伴或者编辑部邮箱：

dbbd@dobechina.com（德必品牌部）



欢迎关注德必集团
官方微信公众号
“德必荟”