

2017第二届国际社群节完美收官 文科创“奥斯卡”奖项隆重揭晓



“首夏犹清和。芳草亦未歇。”在这个炙热且充满生机的夏日，随着各奖项相继揭晓，备受瞩目的“2017第二届国际社群节”在7月21日傍晚19时举行了盛大的闭幕仪式。仪式上共颁出“国际社群节”十大奖项、“全球大学生创新创业大赛”五强以及“最美社群天使”十强三类大奖。上海团市委副书记丁波，上海市创意产业协会秘书长张浩，上海工业设计协会会长王日华，上海设计之都促进中心秘书长罗志伟，上海产业发展研究院秘书长黄海，上海现代服务业联合会副会长兼秘书长李关德，德必集团董事长贾波出席了本次闭幕式。

本届国际社群节，从5月到7月，从“全球大学生创新创业大赛”到“奔跑吧！周末！”，再到聚集创业邦、来嗨、818创意公社、念聚场、飞来即兴、樊登读书会、大象点映等在内的全球数十家优质的社群资源，参与人数累计达10万人次。吸引来自投资方、企业、媒体等各界人士踊跃参与，在魔都掀起了对“社群”、“创意”等话题的热烈讨论。

随着各类奖项的相继揭晓，“2017第二届国际社群节”也在掌声和欢呼声中落下帷幕。未来，在“国际社群节”倡导的协作、社群、共享精神的指引下，更多的社群、企业、投资机构等资源也将加入进来，让“轻公司生态圈”能够产生的集聚效应发挥最大的价值。

(文、科创企业十大奖项获奖名单第四版)

德必动态 DoBe NEWS

德必集团党支部获评 长宁区“两新”组织党建工作“五星奖”

近日，德必集团党支部获评长宁区“两新”组织党建工作“五星奖”荣誉称号。评定活动旨在表彰党组织建设和有效性发挥上取得一定成绩的党组织。德必党支部成立于2012年8月，目前已有党员47名。2016年，党支部不断进行支部建设，推动企业发展，助力社区公益。此外，支部在2016年建立健全了党员积分制，优化对党员的考评激励。

未来，德必党支部仍将继续在长宁区委、华阳街道党工委的领导下，进行社区自治共治建设，进一步规范支部建设，加强党员教育管理，拓展“凝聚力工程”，切实发挥党支部的战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用，为长宁建设国际精品城区做出积极贡献！



全联房地产商会城市更新和既有建筑改造分会 考察团来访德必外滩WE”

7月14日，全联房地产商会城市更新和既有建筑改造分会代表团一行来访德必外滩WE”，考察德必在践行城市更新过程中助力文创、科创企业发展的有效举措和实际效果。

“全联房地产商会城市更新和既有建筑改造分会”是全国工商联房地产商会、中国老旧小区暨建筑改造产业联盟为发起单位，联合与城市更新和既有建筑改造行业有关的科研院所、企事业单位、社会团体等自愿结成的全国性、行业性、专业性、非营利性社会团体。分会代表团一行先后参观了园区企业，并进行深入沟通交流。在随后座谈会上，德必董事长贾波表示：德必不断探索从企业出生到鼎盛发展的全过程服务解决方案，打造轻公司生态圈，成功吸纳了一批优秀的文创、科创企业入驻。未来德必将继续为企业与企业的连接、企业与人的连接、人与人的连接，打造入口、提供平台，帮助轻公司更好发展。



社群扫描 COMMUNITY

@芳华德必运动LOFT

国际社群节活动周期间，“零秒出手”——德必第一届企业联合篮球赛”完美收官，来自昭化德必易园的Top-Gun获得联赛冠军。本届联赛是德必会员制服务的重要活动之一，以园区企业为参赛对象，共吸引了200多名篮球爱好者，46家园区企业参与其中。为期1个月的比赛中，园区企业以球会友，延伸工作之外的密切联系。德必会员制，将持续为您带来丰富精彩的园区生活。



@虹口德必运动LOFT

国际社群节活动周期间，德必MO+在虹口德必运动LOFT正式揭幕。此次开幕，不仅带来为期两天的“幸福后备箱创意集市”，还特别邀请著名画家徐乔健在德必MO+空间内进行为期一个月的艺术展。德必MO+致力于打造一个泛文化社交生态圈，通过泛文化艺术类展览、沙龙、创意市集的形式，生活美学类培训加游学的组合，形成高品质生活追求者的交流聚合平台，搭建有品质、有深度、有粘性的社交生态圈。



@德必外滩WE”

国际社群节活动周期间，沪上知名即兴剧组织“飞来即兴”在德必外滩WE”带来表演工作坊，共50名即兴剧爱好者参与其中。活动旨在普及表演艺术，激发创意思维，共建团队价值。本次国际社群节活动周为期10天，共吸引20多个社群带来60余场特色活动，以不同的面貌展现社群与人，以不同形式串联创意与创业，以不同的主题辐射从工作到生活的各方面。



@上海佛罗伦萨中意设计交流中心

意大利当地时间7月13日，上海佛罗伦萨-中意设计交流中心佛罗伦萨基地邀请比松特版画工作室主席西莫内先生、前佛罗伦萨美术学院版画系教授柴考迪教授，共同探讨“从伦勃朗到安迪沃霍尔”的艺术时代变迁中版画的发展历程。此次国际社群节活动周期间，围绕全球创新创业社群交流主题，德必各海外园区结合本国特色，从艺术、生活、科技、创业等多维度联动，真正诠释全球社群交流盛会。



企业之星
ENTERPRISE

共享日程创新者：
微约日历，用时间
共享实现真正的高效！

在知乎上有一个问题：「时间管理最常见的误区有哪些」，知友林琳评价：我们对失误预估的时间不足，会导致耐心告罄，进而导致事情失去节奏。这里的“失误”，不仅是规划中的缺陷，更多的，是来自我们身处团体的“意外日程”的干扰。

对大众而言，我们的时间往往并非完全属于自己，身在企业这一团体中，时间管理的核心，不是传统意义上的个人自律，也非简单机械的企业管理，而是基于团队成员间的时间协作，时间协作，才是有效提升个人乃至团队效率关键——正是基于此点，微约日历应运而生。

微约日历选择以日程共享为切入点，通过日历的形态+时间共享的理念，以轻量化的产品来给“提升团队效率”提供了全新的解决方案。2016年10月，微约日历发布，目前注册用户80万。

从PC到移动，一个空白细分市场亟待开拓

在谈到为什么想要做微约日历时，CEO王敏表示，萌生这个创业想法是源于自己以及周边的人在日常工作中遇到的问题。之前PC互联网时代，会议通知、共享日程本来都用outlook。但移动互联网时代没有类似的产品，outlook的手机端没法共享日程，遇到召集开会或者安排其他人工作时，还是得不断地电话或者微信里沟通时间安排，而助理以及其他同事也会不断询问我的时间安排，感觉在用种种高效的通讯工具去完成最低效的沟通。而有时好不容易约好的时间又会因意外而发生变化，导致这个过程重演一遍；有时一忙，也经常出现明明已经约好了时间，但忘记录

入自己的日程表，导致失约的情况，所以非常不方便。

目前，已经有一些产品开始提供对应的服务。一些SAAS软件中开始加入日程模块，如：明道、泛微、钉钉等。但日程共享只是模块复杂、功能强大的企业服务软件中的一个不重要的分支功能，还是不够完善、不够轻巧，且大多都不能跨组织间使用。

专注团队间的时间协同

在品类众多的移动App市场，用户的选择正在从“全能型”产品渐渐转变为“能解决某些具体问题”的细分产品。与其将“时间管理”作为企业服务软件的一个模块，不如专注于细分场景，深入挖掘团队日程共享的真正需求。实际上，日程共享的需求无非基于以下几个痛点：

- 1.日程非常满的老板，每天无数的人找他汇报、签字、做决定，不停有人问他是否有空，什么时间有空；
- 2.需要和其他部门/组织协作，相关人员的时间/档期事先不知晓，需要分头各自询问，且很难协调一致；
- 3.想要组织全公司参加的会议或活动，通知下发之后总有人看不到，事后反复询问甚至错过参与；
- 4.团队成员以外勤为主，需要沟通时经常搞不清楚对方人在哪，项目进度如何...

而以上这些痛点，为什么不用一个轻便的工具来解决呢？当日程共享渗透到以上场景中，个人与个人、个人与企业、企业与企业之间的边界就开始被打通。从个人使用延伸到团队内部、跨组织

协作、甚至是家庭成员之间，从个人时间管理到多人时间管理，从提高个人效率到提升组织效率，通过时间连接的关系将会被不断强化，未来的价值和想象力也会无限放大。

工具产品社交化带来新连接

搜狗的创始人王小川说过，工具的价值是有限的，并不能形成增值。纵观优秀的工具类产品，很容易总结出它们的共性：足够细分、强需求、高频使用、用户基数大。但如何留住用户，并找到适合自己的变现方式，是所有工具类产品绕不开的问题。

对此，微约日历开发团队表示，工具产品社交化是一条必由的变现之路。微约日历已从有共享日程需求的人及团队开始，提高ta们与身边人，包括同事、伙伴、亲人、导师等等的协作效率。以他们为种子用户，获得他们的认可，让他们热爱并且传播这款产品。到后期，微约日历希望能够以时间为纽带，接入更多与时间相关的资源，拓展更多生活服务、本地服务，高效连接人与人，人与活动，人与商业。

微约日历现有注册用户有80多万，每天有10%左右的用户把微约日历分享给自己的同事、朋友；新增用户中，每天9%来自于好友推荐；周活用户里，有约30%的用户连续使用5周以上，获得了36氪、钛媒体、猎云网等科技媒体报道，最美应用、小众软件、知乎、简书、小米、华为、360、应用宝等平台推荐。公司去年拿到了中微子投资的500万天使轮，目前正在准备进行pre-A轮融资。

文/陆昕



Name :
微约日历

Add :
长宁德必易园
长宁区安化路492号A座8楼

创新服务
SERVICE

德必会员制：
做“轻公司”的强心脏

“轻公司”是德必园区内5000余家企业的专属称谓，轻盈灵动，锐意进取。轻资产、轻体量、高智力是他们的标签，创意与创新思维是他们的核心竞争力。

在中国，超过98%的企业被归为中小企业行列。这个数据并不夸张，尤其在“双创”热潮下，大批创业公司的出现，使企业基数不断扩大，巨头企业的比例更是逐步被稀释。正是因为身处这样的创业热潮中，比起听取千万种不同发展契机和创新经验，这些中小企业普遍面临的发展风险应该更值得德必的“轻公司”们思考。

以下是一家专注企业保障服务的公司基于全国2000家中小企业客户做的一项调查，结果显示排在企业面临风险前三的分别是：资金与成本控制、雇主责任及赔偿、税费及稽查。深入调查得到的统计如下：

1. 超过20%的被调查对象都出现过比较严重的资金运转问题
2. 公司成立3-8年的公司群体中，超过50%发生过雇主工伤责任赔偿问题
3. 税费策略失误而被相关执法部门稽查

以上所列中小企业遭遇的问题，其实央企、上市公司同样会面对，只是前者称之为风险、后者认为是风波。原因不外乎——防范意识、应对

策略专业度的差异！

因此，德必推出会员制服务战略，即是通过整合园区内外的多方资源，在不增加企业负担的前提下，帮助园区内5000家企业迅速弥补短板，做好风控，助力上海文创、科创企业经营。

“轻公司”更要重人才

wehome文创、科创企业联合招聘会，依托德必的品牌号召力，提升会员企业的背书公信力，吸引优质人才。在2017年上半年结束的两场校园招聘会——“走进上师大”、“走进东华”中，德必帮助几十家会员企业收集到逾千份简历。下半年我们依旧会开展高品质的企业联合招聘会，集合一群专业精湛、目标一致的人才，让德必会员企业的发展更平稳、更具向心力。

“轻公司”更要聚能量

没解决途径、没谈判话语权是众多中小企业面临的大问题，“聚沙成塔”是德必为园区企业争取权益的一贯策略，事实证明也是最行之有效的方法。将德必园区企的共性需求予以整合，就能一举打破“轻公司”们单打独斗过程中面临的种种窘境。截止目前，通过德必会员制的集中采购平台，已经帮助德必会员企业节省了近1/3的采购成本。

“轻公司”更要强势发声

都说国人本性含蓄，而德必会员制则倡导全方位沟通，通过wehome线上平台和线下社群活动为载体，将线上线下信息渠道全线打开。

这样会员也能够随时搜索自己的需求，从企业注册代办、资金借贷通道到企业上市咨询，小到采购一笔一纸、大到策略咨询、实操指导，都可以在德必强大的优选集成商库中按需提取。德必会员制想要做的是对企业发展全流程的高效辅助。

近期，德必会员制会更关注中小企业发展过程中易产生的风险问题，精选了专注税费优化策略支持、雇主责任险的优选集成商——企保360，这家由国资委重点支持的企业，基于对中小企业服务的多年经验，打破传统保险服务，为中小企业量身定制了雇主责任险产品，不仅性价比优良，仅5元/人/月，而且投保方式、产品组合灵活多样，契合中小企业多样化需求。

同时，德必还开展了专业类线下分享沙龙、讲座，从主讲老师到话题均做了多重筛选，使会员服务内容更具有指导性和实操性，帮助企业快速理清思路，避免风险。

德必会员制，助力上海文创、科创企业经营，做“轻公司”的强心脏！

(感谢企保360为本文提供数据)



江湖段子 FOUNDER

我做创业代表， 他是我的铁后盾

连日高温，让人已经回忆不起3月天里的清凉凛冽。和今天这两位主人翁的相识，始于市场人社群活动中的案例讨论，因为聊得火热，一群人意犹未尽的去了他们的公司参观。就在甘泉德必易园3楼尽头的小天井处，左边是一家视觉艺术设计公司，右边则藏着一个名为【林间】的茶室。茶室中央横着一条长桌，上面整齐摆放着茶具，环绕茶室四周的架子上一个个形状不同的茶叶盒，上面印着【LINKTEA啥茶】的字样，设计把性冷淡与中国风刚刚好的结合。创始人小米是个90后的“小”姑娘，个头娇小，眼神凌厉。她的先生阿杜是隔壁视觉艺术设计公司的创始人，相较于小米的热情，阿杜沉稳内敛，不太说话。没错，这种时髦的“萝莉&大叔”的配置让这对创业者显得鲜活又快乐。小米好似天马行空脑洞大开的做梦人，阿杜像是去实现这一切，或者说，更像是保护这种梦成真的捍卫者。

我告诉我们不要等，去过想要的生活

我叫小米，福建人，外公曾是国营茶厂厂长，也是传统茶人，茶山有我各种的童年回忆。对于我来说，茶有时候不像是一株植物，一个产品，更像是陪伴我成长的朋友。你们想不到，我还是学工程管理的工科女，大学毕业后进入建筑行业，先后任职于行业内不同类型的顶尖公司，从世界五百强的国企、到外资咨询公司、再到全国名列前茅的地产公司，作为一名建筑从业者，经历过高温天在建筑工地审计工程量，经历过站在未完工的超高层建筑顶上与甲方谈判，也经历过为项目加班熬夜连轴转出预算、出各种报告拼命加班的夜晚。

与钢筋水泥打交道，让我更想念和三五好友围坐约茶，泡茶的仪式感、品茶静心的过程，都是在调剂平衡忙碌的工作和千篇一律的生活。一直以来，我就有一个小梦想：我想创造一座房子、一个空间、一份心情、一种体验，来让更多人感受茶生活、展示茶文化及相关文艺活动的生

活之所。小时候耳濡目染自然而然的喜欢茶，辞职后，我花了近两年的时间系统的学茶。我希望自己成为新式茶文化的传播者，所以我创立了【LINKTEA】茶品牌，打造了【林间】茶生活艺术空间，这是我对茶的理解和信念，喜欢什么样的茶正如你向往什么样的生活，答案来源自己，而不在于听到的故事。每个人心中，都有一款属于自己的茶。LINKTEA，顾名思义就是链接茶，以茶为媒介，来链接你我和这个空间。

阿杜与我不同，是个学建筑的艺术青年。毕业后从一个游戏创业公司的美术师成长为一个知名游戏公司的美术总监。当朋友们都觉得他将在游戏行业大有所为之时，他却辞职成立了自己的艺术工作室，做游戏美术开发和品牌设计等相关的视觉艺术策划。他总说，工作室不求大，但求独立而自由，灵活而多变。即使有一天，我们很成功了，希望办公室仍旧是大大的空间，少少的人。

人家说在一起久了，两个人长得都会比较像，一起来创业，阿杜竟在长期耳濡目染下爱上了茶，LINKTEA已经成为我们俩的一个共同的事业和理想，就算我们的公司还在初期，我俩经常也会为了产品定位、渠道或者营销的方式争论起来，但是每当我们带着产品出去，介绍它们的时候，总是很自豪。我们用心在说，在做。

我做代表，他是我的“铁后盾”

父母反复怀疑我们创业的决定是不是正确的，虽然我们有时候也会问自己，但是相较于被束缚不能做自己想要做的事情，或者被框定在某种模式中，我想出来闯一闯嘛，也不是坏事。我是很热情的人，但这种热情有时候会变成小小的冲动。我想等我老了，都不会忘记现在发生的一点一滴。阿杜对我的关心，支持和呵护。他不仅是我的爱人，更是我的好伙伴，为了我，他总是放下手头的事情，提意见，想创意，帮助我的品牌做设计。他总跟我说，你去随心大胆地做自

己喜欢的事，之所以为什么大家总能在我们出现的地方看到他，因为阿杜说，怕我冲动会吃亏，还没想好就乱说话，他在，我就不需要担心。

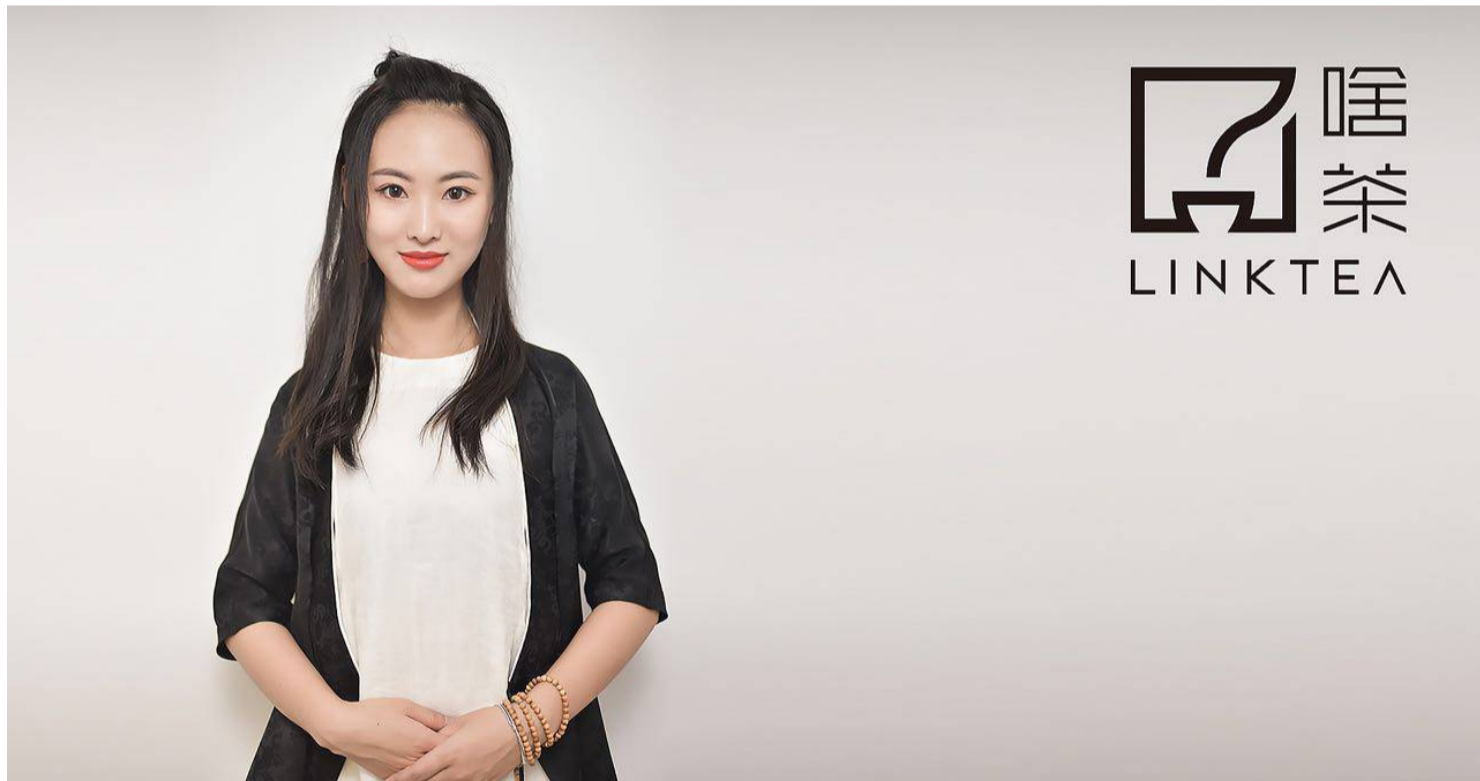
他自认为是个艺术领域的从业者，无论是以前学设计，做游戏，还是现在在设计。他内心一直有个心愿，希望自己的工作能孵化出我最想做的项目。这一切都需要不断积累和打磨。这个过程，不仅需要钱、精力，更需要时间。我是他的小粉丝，我总说，家里有我，生活中的大小事我来管，你就去放心的工作就好，无论最后成功还是失败，你都有我！哈哈，实际上，这样的支持，他给我的也不少。

只要创业过的人，都知道万事开头难

其实只要创业过的人，都明白一个的道理——万事开头难。难在哪里，对我而言，无非就是用户和资金。我的优势在于茶品渠道和品牌设计，在品牌的经营中，我们其实已经解决了很核心的产品问题。但是，如果去吸引用户，开拓市场，是我们当下还在考虑和摸索的问题。简单来说，我们希望把LINKTEA林间啥茶打造成为一个新式东方茶文化和艺术品牌。这个品牌不仅仅只是售卖茶，而是一种以茶文化和各类艺术相结合的生活方式。而这种方式，并不是那种过于传统老旧，也不是新颖到脱离本质，让人觉得遥不可及和不接地气。而是更符合当今社会发展和大众生活理念，让爱茶的人以更丰富和新鲜的体验来感受茶，让不爱茶的人，以更有趣和简易的途径来认识茶。同时，这个品牌一定不会是那种完全大众快销的形象，而是充满了时尚、品味和生活乐趣。

总之，我们希望营造一个能感受茶文化和艺术、在嘈杂的工作之余享受片刻宁静和乐趣的生活圈子和空间。我们希望LINKTEA林间啥茶会成为大家生活中的另一种选择。我们希望，我们为执着着的梦，能一点点的成真。

文/小米



Founder档案：

小米
德必市场人社群成员企业 林间啥茶LINKTEA

所在园区：

甘泉德必易园

wehomer

最美社群天使：逆生长 双子座的双料魅力

1、今天的主角，有个特别的“称号”，那么首先，请您为我们介绍下自己吧！

大家好，我叫卢娜，是一名抓住80尾巴的靠谱文艺女青年。在生活中，我简单乐观，如同一枚爱笑的逆生长的向日葵。但同时双子座的我，有着太阳和月亮的双重属性：我在阳光下，可以照亮世界温暖着你；我在月光下，可以在宁静的世界里拥抱着你。我爱音乐，爱旅行，爱生活中一切新鲜刺激的事物；我也会思考，会生活，会创造无限可能的机会。

2、作为一位全程经历此次国际社群节的嘉宾，您对此次国际社群节有什么看法呢？

从种类方面来看，这次的社群活动丰富多彩，不仅有各种维度的论坛，可以便于各行各业领域的交流；还有有趣的活动、集市，让大家参与互动，彼此认识；从质量方面来看，大量的企业在这里获取资源，发布需求，园区企业之间不断地形成新的纽带和连接。作为一个参与者，我在这次活动中的每次的参与都很快乐，而在活动中也有一种无形的能量扩散，这或许就是社群的魅力所在吧~

3、您在wehome的“最美社群天使”活动中大放异彩，请问这个活动，或者说wehome平台的什么特质吸引了您呢？

因为在生活中，我非常喜欢和别人打交道，

聊天让人和人之间的相处变成一件很有趣的事。对我来说，接触不同人就好像在一个空白的本子上写故事，这难道不是一件很有意思的事情吗？这是我做这个工作的原因，也是我被wehome吸引的原因，因为wehome就给我这样的feel，让我能够拥有更多的社交视角和社交渠道，有更多机会去交流和学习，它让我的生活变的好丰富。

另外在这里我也要表达对wehome和wehomer们的感谢，是你们的支持让我获得此次社群节“最美社群天使”的称号。我明白作为“社群天使”所需要履行的职责，但幸好我是一个古灵精怪又喜欢DIY的双子座，尝试一切新奇的事物对我来说很有趣，所以我也想通过平台去传递生活中的正能量，召集wehomer们一起组织更多更有意思的社群活动，让更多人来到wehome。

4、如果您现在就开始组织wehome社群活动，您想要组织的第一个社群活动的主题是什么呢？

应该是“天使派对”吧~因为这次评选中我们十个人之所以能够成为“最美社群天使”十强，大部分还是来自于平台上wehomer们的支持，也不得不说是一种缘分吧。那我们就利用大家给我们这样的荣誉为wehomer做些有意思的事情和尝试，但是，首先总要把大家召集起来商量一下的呀~哈哈！偷笑了哈哈。

文/杨璐蓉

本期主角：卢娜

(2017第二届国际社群节 最美社群天使)

所在公司：蓝色光标

所在园区：德必静安WE



2017第二届国际社群节 International Community Festival

文、 科创行业十大影响力企业获奖名单

年度最佳社群组织： 创业邦

创业邦成立于2007年，是中国领先的专业创业服务平台，致力于帮助创业者实现创业梦想，推动各领域成长企业快速发展。创业邦传媒体系包括创业邦网站、杂志、App、微信公众号、微博、数据库、创业创新榜单、研究报告及峰会等。



年度新锐企业家： 陆慧斐 科翼传媒

科翼传媒隶属于A股上市公司——思美传媒股份有限公司，是国内知名视频内容制作商和娱乐整合营销服务商，为国内多个互联网平台及电视台提供视频内容制作、节目研发；为众多综艺节目、影视剧、艺人提供全面的品牌整合营销服务，被誉为“中国娱乐互动行销第一品牌”。



上海科翼文化传播有限公司
Shanghai KEYI Culture Communication Co., Ltd.

年度最佳投资人： 邓建新 卓元资本

现为深圳市卓元道成投资管理有限公司董事长·曾任德勤会计师事务所合伙人、昆吾九鼎投资管理公司合伙人·是著名的资本运作财务专家。2005年-2007年担任中国证监会第七、第八届股票发行审核委员会专职委员，在任期间审核并表决了约100家企业的股票发行与上市。



年度中国文化影响力人物： 王双强 秦汉胡同

秦汉胡同国学书院的创始人，热爱文学、收藏鉴赏，出版了《文心是佛》等书籍。自名“未斋主人”的王双强，身兼艺术品投资鉴赏和评论家，古典文学功力深厚，艺术爱好多样。犹以金石书画见长，还通今博古品读文人墨客的千古文字。王双强的秦汉胡同国学文化会所，成功培育2000多名少年儿童，包括日本、韩国和港澳台在沪的孩子，并先后在世界兰亭书画大赛获得金奖等荣誉。

年度最佳跨界创新产品： 杭州莓兽科技有限公司

杭州莓兽科技有限公司跨是以动漫IP为载体，致力于开发创新餐饮产品的创意公司，产品北境雪域精灵之莓/中国餐饮IP原创魔幻体验馆，依托结合莓兽品牌主打魔幻故事为载体，将东北大兴安岭森林野生莓果系列鲜榨饮品和衍生产品，把餐饮美学和ACG相融合，呈现最酷、最潮的餐饮业态新体验，打造最新形式的餐饮创新IP经济。

年度WE"明星企业： FARFETCH

2008年，Farfetch创立，总部位于伦敦，致力于打造崇尚自我表达和与众不同的多元化生活概念。提供网站和随行随购的移动应用程序，让时尚爱好者尽享“一站式”购遍全球时尚精品的高端体验。Farfetch的快捷配送服务通达190多个国家，在中国更已送达465个城市。



年度最佳投资机构： 达晨创投

达晨创投成立于2000年4月，是我国第一批按市场化运作设立的本土创投机构， 聚焦于TMT、消费服务、医疗健康、节能环保领域以及军工、智能制造、机器人等特色细分行业，发展成目前国内规模最大、投资能力最强、最具影响力的创投机构之一。



年度最佳文创企业： 樊登读书会

樊登读书会是由央视主持人樊登发起创立的，基于移动互联网的学习型机构，是倡导“全民阅读”的先行者。目前全国拥有117个分会，36万正式会员。通过视频、音频、图文等多种形式呈现书籍精华，分享传播。樊登读书会旨在帮助更多中国人养成阅读习惯，通过知识的传播来改善自我。



年度最佳科创企业： 上海依图网络科技有限公司

依图从事人工智能创新性研究，致力于将先进的人工智能技术与行业应用相结合，建立更加安全、健康、生活便利的世界。目前，依图的技术已经服务于安防、金融、交通、医疗、建筑等多个行业。领先的人脸识别技术已在青奥会、珠海航展、G20峰会安保系统、阿里巴巴2017智慧建筑峰会上成功应用。车辆识别产品亦被公安系统广泛采用。



年度最佳跨界创新企业： 上海多派文化传播有限公司

Doper Communications上海多派文化传播有限公司，是国内领先的以时尚行业意见领袖管理与发展为主营业务的代理公司。公司为包括CHANEL、GUCCI、Louis Vuitton、HERMES等众多顶级品牌提供了社交媒体KOL传播策略、数字营销传播策略、创意设计与技术开发服务，完成了数个行业经典案例。旗下知名博主包括gogoboi、谷阿莫等。

