

企竞中心每日资讯

2022 年 4 月 28 日

星期四

第 1641 期/共 1641 期

【参考信息】

拿来主义”不可取，要像制造业一样提供有精度服务……………p2

叮咚买菜 80%前置仓恢复正常营业 餐饮业外卖订单持续增加……………p4

飞猪与租租车达成战略合作……………p5

企业文化不是一层不变的，而是要随社会大环境变化和企业发展不断创新和变革。目前我国政治、经济和社会环境与过去相比，都发生了明显而深刻的变化，企业发展面临着诸多新机遇、新挑战和新任务，这都要求企业要高效开展企业文化创新和变革，保持企业文化先进性和引领性。

客观 冷静 中性 实证

上海企业竞争力研究中心

地 址：上海浦东浦电路489号由由燕乔大厦409-411室

电 话：021-51313680 4000092877

传 真：021-51313688 邮编：200122

E-mail:info@shecs.org

【参考信息】

拿来主义”不可取，要像制造业一样提供有精度服务



随着房地产行业探索“新的发展模式”被写进今年的《政府工作报告》，作为房地产市场的参与主体之一，房地产企业也被赋予了新的使命——面对房地产行业的新变局，如何转型及适应，是摆在房地产企业面前的一道必答题。

虽然到目前为止，“新的发展模式”仍在探索的初期阶段，但业界普遍对之达成了一定的共识，也即是房地产行业已经告别“高杠杆、高周转”的发展模式，未来的发展核心将围绕高质量、高品质而展开。

如果以高质量、高品质为标尺，房地产行业未来将看齐制造业，在产品设计以及数字科技等方面，均应该有长远的规划以及实质性突破。这对于依赖高增长惯性的房地产企业而言，并不是一蹴而就的。而对于由制造业延伸而来的房地产企业，或许他们在这方面的意识会更有启发性。

美的置业背靠美的控股，制造业的基因刻在了这家房地产企业的每一处，而它的转型之路，也是一个值得观察和研究的典型样本。

拒绝“拿来主义”

许多房地产企业在面对行业下半场的竞争之时，都会选择做多元化布局，从房地产产业链的上下游又或者其他跨界领域中探索可行的布局思路。虽然路径不尽相同，但目标总是确定的，就是寻找新的增长曲线，维持一定的发展动能。

由于制造业基因的加持，美的置业走的是一条智能化、科技化的路。有着制造业基因的加持，美的置业选择在房地产+、房地产的垂直产业链上做多元化培育和发展，包括智能化产业、住宅装配式产业等。

必须承认的是，房地产行业是一个十分传统的行业，它的商业逻辑并不复杂，过去也时常被认为是一个技术壁垒并不高的行业。即便美的置业有制造业延伸的优势，在房地产行业上能得到多大的发散与应用，在真正进入实践之前却是一个未知数。

故而，虽然美的置业提出用制造业思维去建房子，但是在之前美的置业不涉及制造业的时候，制造业的思维体现得并不是太明显。只有在涉足到制造业并将之与房地产行业做紧密连接之后，才会有一个明显的作用。

房地产企业很多时候是“拿来主义”，就是找不同供应商的东西拿来做整合，最后形成到产品提供给客户，但是在这里面有许多的价值点和关键点是没有办法去体现的。的确，房地产企业在过去以及现在，都很像是一个“整合商”，除了做好资金规划和投资策略，建房子有总包方，做装修也有供应商。这是许多房地产企业的痛点，却也是目前行业龙头亟待破除的困境，美的置业一开始也有遇到过。

这样会带来一个后果，就是在拿来主义的语境下，如果做智能系统，客户就会觉得所有的智能单品很分裂。但如果从制造业的思维出发，这将是另外的一套体系，是基于价值链条整体的战略拉通。例如，如果把住宅当做一个需求，我们需要往里面植入什么东西，而哪些是行业的难点、重点或者是破局点，都应该做一个系统的思考，再有系统的规划最后才进行布局。

这样的价值链条拉通才是制造业的典型思维方式。只有提供一条完整的价值链条、提供整体的服务方案给到客户，在这一链条上能够基于同一平台去互相拉通，才能够从头到尾像制造业一样为客户提供富有精度而且到位的服务。

解锁空间科技

思路有了，接下去就是落地了。但这并不是一个知难行易的过程。一个产品从构思到成型再到面世，它要面对的是来自于多方的打量和质疑，这是与传统房地产行业不尽相同的地方。过去房地产企业往往可以因为地段好、配套佳从而在住宅产品上被赋予高附加值，现在这些方面固然重要，但产品的打磨和空间的塑造这些越来越个性化的地方，却是新一代消费者会格外关注的方面。

根据美的置业的研究，90后、00后的群体已经成为了现在消费市场的主流，而这类人群往往有两种极端，他们或可能倾向于一个整体解决的方案，又或者是很专业的个性化玩家，对技术非常在行，只要给他相应的解决问题的硬件或者软件，他就会把自己变成专业人士，会很沉浸在其中。

基于这种调研所得出的结果，在所有的社区服务和构建的过程中，房地产企业每一个场景的运用和体验，均需要从一个系统解决方案的角度去思考。但这其中面临的一个问题是，你需要让所有的硬件软件去为你所用，就必须要让他们都放在一个技术平台之上去做更多的延伸和拓展，而不要形成技术与平台之间的孤岛。

美的置业对此作了许多的对比和研究。例如，过去普遍认为的智能场景或许只是声控开关、电动窗帘乃至智能安防等，大家会很局限在这些智能产品上。但实际上，智能场景它还要包括一个交互的过程，它是一个很大的范畴，例如跟抽油烟机甚至煤气炉的打通应用，都是一个一体化的思维，这样才能够让它的联动场景足够丰富和完整。

这样的应用场景，房地产企业并非没有设计过。实际上，构建无感化却体验强的空间场景，一直是龙头房地产企业以及第三方科技公司的追求和共识，这是对空间科技的一种全新的尝试，但这个目标的达成，有赖于技术的支持和投入。

而在这个过程中，对于核心的部件和平台，例如 App 的开发乃至智慧入口的一定得有自研的能力。拒绝“拿来主义”，美的置业从底层平台到产品设计都拿出了钻研的精神，而智能化板块的业绩发展，也显示其在这一领域的发展潜力。根据美的置业发布的数据，智能化板块睿住智能是其除主业以外增长潜力最大的业务，其服务内部项目按照市场化规则，同时服务大量第三方企业。

【参考信息】

叮咚买菜 80%前置仓恢复正常营业 餐饮业外卖订单持续增加



4月27日清晨6点，位于上海市闵行区中春路的叮咚买菜黎安站内，站长王震和分拣员、水产员、仓管、配送员等各岗位员工正忙里忙外，热火朝天地开始了一天的工作。在因防疫需要暂停营业12天后，黎安站在今天迎来了全面复工，大家都铆足了劲儿想尽快给周边居民们送上生活物资。

叮咚买菜员工正在工作

王震介绍，26日晚上站点已经到了好几车生鲜货物，除了蔬菜、米面等重点民生商品外，也有苹果、西瓜、蓝莓等多种水果，还有“拳击虾”、“久久丫”等多种速食预制菜商品，预计下午还将有一批“二配”货物到站。当天，站点一共30多名员工已全员出勤，到岗率100%，预计复工后每天可以配送完成超过2000笔订单。可动态查验核酸及抗原结果的“电子通行证”作为配送员上岗的必要条件和通行凭证，叮咚买菜要求所有骑手“持证”上岗。

近年来，叮咚买菜积极推进上海区域各前置仓复工复产的工作，重新回归岗位的前置仓一线员工超过1200人。截至4月26日，叮咚买菜在上海正常营业的站点已经超过200个，占整体比例约80%。

除了电商平台的陆续复工，线下餐饮行业也迎来复苏。据悉，4月16日起，和府捞面上海儿童医学中心店正式复工。这也是和府捞面在上海地区复工的首批门店。和府捞面上海儿童医学中心店店长助理郭亚洲表示，复工一周，门店的外卖订单增幅显著，“外卖订单每天就会突破300单，差不多每分钟就会有一单外卖，每天都忙得脚不离地。”

据了解，和府捞面上海儿童医学中心店自3月28日起暂停营业，店内共有20多名员工，但因为疫情部分员工仍处于封闭管理，门店临时调派了处于防范区的2名女员工和2名男员工，共4人，保障门店工作的正常运转。

郭亚洲坦言，复工至今，自己每天早晨六七点就要起床，对店内进行全方位的消杀。有时候赶上公司早晨配货，可能还得起得更早。“每天分别在开档前、中午备餐工作结束和打烊后进行三次消杀。如果早晨有食材从工厂配送过来，员工在早晨6点左右就要起来清点货物、消杀、入库，然后再进行后续的门店消杀工作。”由于最近住在店内，郭亚洲和同事们也会根据外卖订单情况，适当延长工作时间，有时在完成一系列工作后，已将近晚上11点。随后，郭亚洲还要和同事一起赶往附近的医院进行两天一次的核酸检测。

目前门店订单以外卖为主，除了订单量增加，顾客的下单习惯也发生较大的变化。郭亚洲观察到，以往客人单点一份面食的订单较多，但现在的外卖订单基本都是一次性下单好几份面，不少顾客还会搭配一些小吃。因此，门店内客单价较以往有也有较大增长，“最近我们店内的外卖营业额同比增长10倍多”。

【参考信息】

飞猪与租租车达成战略合作



自疫情以来，自驾游、房车游等消费趋势的崛起，让租车行业成为市场持续关注的热点。

4月26日,飞猪旅行和自驾游公司租租车达成战略合作,未来双方将围绕供应链建设、数字化运营、客户服务、海外市场等领域展开深入合作,与国内外租车企业共同拓展“租车+旅游”市场增量。

据悉租车供应链的建设是此次战略合作的重点。租租车平台上的门店和车辆资源将全量接入飞猪租车频道,双方还计划一年内实现飞猪上的租车商家数量翻倍增长。

得益于安全、私密和灵活等特点,疫情以来租车行业的增长势头不减。有研究报告表明,中国租车市场规模到2025年预计达1585亿元,年复合增长率13%。

启信宝数据显示,2020年和2021年国内新增汽车租赁相关企业均超过20万家。

据了解,飞猪自2015年开始正式发展租车业务。近两年来,飞猪的租车商家数量保持年均三位数以上的增速,并吸引了悟空租车、一嗨租车、神州租车等头部商家陆续入驻。2021年,有超过80%的国内租车商家在飞猪平台上的订单量翻倍。

此次战略合作前,飞猪租车刚刚宣布自2022年4月起减免商家1.5万/年的年费。

据介绍,租租车业务覆盖近200个国家与地区、6000多个城市、20万家门店,至今已为超3000万中国游客提供全球自驾游服务。

想要了解更多资讯,请关注上海企业竞争力研究中心公众微信:

