

(上接 A01 版)

## 代表企业三

星空传媒控股有限公司

标签:从互联网到“互联网+”升级企业

分类:智慧社区

模式:构建“左邻右里”的生活服务交际圈

“互联网+”时代的社区,究竟会是何种模样?4月27日上午,在位于政务区财智中心的星空传媒控股有限公司的总部,其品牌总监杨志给市场星报、安徽财经网记者做了这样的描述:在未来的智慧社区内,楼道里灯坏了,业主拍一张照片直接上传到小区的平台,物业服务企业就可以收到信息,及时维修;每天小区内有何通知,手机上的小区客户端就会有实时提醒。更重要的是,小区的居民可以在平台上享受到更多服务,譬如,用手机就可以直接当门禁卡使用,在手机客户端上直接采购你需要的“柴米油盐酱醋茶”等。

## 构想:物业管理+电商、社交平台

构建智慧社区,是集团总裁陈挚的一个伟大构想,杨志介绍,因为社区O2O无疑是新一轮投资焦点。2014年6月30日,花样年旗下的彩生活在香港挂牌,为社区O2O的资本打开了全新的窗口。叮咚小区、社区001、小区无忧等加快布局。乐居中国投资的实惠,瞄准商业、写字楼展开攻势,实惠近日还与万科达成了战略合作。

移动互联网几乎对所有行业都带来了颠覆性的挑战,并在重新书写人们的生活半径,但作为每个城市家庭最重要生活圈的社区,还延续着老的管理模式,绝大多数传统社区,就像小区的围墙一样,在管理与服务方面封闭而冷漠,缺乏交流,陈挚认为。

因此,2015年1月初,星空传媒旗下的“左邻右里”的社区O2O应运而生。它是一款包括为物业公司提供的物业管理系统,涵盖社区周边商家的电商服务系统,以社区为核心并面向整个城市的社交平台,以构筑一种立体智能的小区生态。

陈挚表示,左邻右里打造社区O2O的核心,是将业主、物业公司和周边商户的需求引入同一个平台,实现多边对接,每个社区既是相对独立的小生态,同时也向相邻社区乃至所在城市开放,构成大生态的一环。

## 改变:可以看得见的“家长里短”

左邻右里APP,彻底拉近了邻居之间的距离感,杨志介绍。在下载这款软件里,杨志饶有兴趣地给记者演示起如何查看各个小区的“家长里短”。即使你以游客的身份进行体验,也可以在左邻圈这个选项中,看到本小区和邻近小区居民发的各种生活帖。当然,你想发帖的话,必须进行电话号码的实名注册,经过小区物业服务人员的验证之后,才能登录。

而与房产网站的社区论坛不同,左邻右里社交平台,是类似于一个个的微信朋友圈,不仅同一个社区的邻居可以加入,物业公司管理的多个小区业主也可加入,甚至其他社区的不同业主也可加入交流,是一个完全开放的社交平台。居住在相同、相近社区的业主,线下交流、活动很方便,若干兴趣相近的业主很容易由陌生人变成朋友。

更重要的是,这个平台能将物业服务企业的责任和小区业主的义务完全透明化和量化,让业主与物业公司的需求与服务精准对接。譬如,在小区居民登录服务界面之后,物业费的缴付、业主的投诉和公共设施的报修都可以在一个界面上完成操作。令合肥物业头疼的“住改商”的小区经营户们,左邻右里项目也给了他们一个新的发展空间,将有租金的实体店搬到互联网上,无经营成本地针对每个小区居民进行销售。

合肥的书香门第、上海的五角场板块社区,都已经有了左邻右里项目的应用,杨志介绍,在未来,接通小区生活所有便利服务设施,将不再是科幻小说里的“神话”。

## 相关链接:

### 1、到底什么是“互联网+”?

“互联网+”的本质是重构供需,阿里巴巴集团·移动事业群总裁俞永福如是说。真正的“互联网+”,关键是看原有的非互联网业务,在与互联网交接后有无产生质变,并且这种质变不在于提升效率,而是体现在供需的重构上。前者只是“+互联网”,物理叠加,改善存量;后者才是“互联网+”,化学反应后创造增量。

典型例子就是打车软件,大大提升了乘客和司机对接效率,但另一方面,出租车供给量和乘客打车需求原本就在那里,互联网只是将这种存量的效率和体验发挥到极致,因此只是“+互联网”。“互联网+”则是做到了真正的重构供需。例如专车软件,与打车软件不同,它的模式就是将社会中更多的闲散车辆集中起来,成为商品资源进入商业流程,增加了供给;而乘客日常则在打车之余,多了专车的选择,需求也增加了。



### 2、那些年,已经死亡的O2O项目

属于“互联网+”的创客时代,人人都说做O2O,但是O2O不是万能药,要谨防一窝蜂后惨死路边。废话不说,今天就将失败的O2O一个个说给你听。

#### A、餐饮业死亡名单

企业名称	简介	运营情况
好这口	是一个帮助中高端用户发现最具特色的美食、景点、娱乐、酒店信息,解决用户对各地特色商品的需求的生活服务平台	已关闭
食神摇摇	一款餐厅推荐软件,帮助用户解决“吃什么,去哪里吃”	已被收购
死亡原因	“平台黑洞”。必须不断地烧钱、补贴、砸流量、抢用户。饿了么、到家美食会、美团等不断掀起用户抢夺战。但用户能够持续选择的入口是有限的,只有第一没有第二,甚至淘宝、百度都有可能成为直接竞争对手。这类项目难度系数较大。	

#### B、生活服务类死亡名单

企业名称	简介	运营情况
身边家政	成立于2013年5月的北京,是一款基于地理位置的应用,直接对接客户与小时工并进行撮合	已关闭
家装	成立于2013年6月的北京,是家居装修服务网站	已停止运营
死亡原因	整个市场的竞争环境也不乐观:58到家、阿姨帮、泰迪洗涤、e袋洗、闪送等,拼到最后都是看烧钱能力和整合资源的运营能力。用户群基数小,消费频次低这样的项目就不适合做单独的项目而应放在整个家政平台上。	

#### C、出行类死亡名单

企业名称	简介	运营情况
停哪儿	成立于2013年8月,是一款基于手机智能停车应用,帮助车主找寻空余停车位资源,隶属于深圳市卓识兄弟科技有限公司	已关闭
打的啦	成立于2012年12月,是一个手机打车移动应用	已停止运营
死亡原因	从死亡名单可以看出,汽车后市场与打车平台一样,是一个拼资源、拼流量的血路战场。对于初创者而言,汽车领域O2O创业是有较高门槛的。尤其是汽车平台类项目,百度、阿里巴巴、腾讯公司三巨头分别涉猎了滴滴、快的、Uber三家打车项目。即使是易到用车、一号专车也逐渐形成气候,因此打车平台基本上没有机会可言。	

## 专家观点: “互联网+”并非“+互联网”别一味炒作

复旦大学国际政治系副教授沈逸认为,当今的中国,需要的不仅仅是“互联网+”这样一个概念,更需要的是同时完成工业革命和信息革命两件事,所以在“互联网+”这个概念上有困惑,就是因为目前我们的工业化还没有完全实现。这两者是要齐头并进的,工业化方面还要补课,信息化则可以弯道超车,但没有补课就去超车是有风险的。

中科大管理学院副教授张瑞稳则指出,现在很多企业都在做“互联网+”,但资金和人才的问题,是很多企业难以继续发展的重要瓶颈,“互联网+,不是+互联网,不是所有行业都适合在现阶段就与互联网全线联通。”他认为,“互联网+”是一个很好的概念,但是如何让这个价值落到实处,不被金融炒作绑架才是真正的挑战所在。

中央财经大学教授黄震也非常明确地表示,“互

联网+”不等于“+互联网”,“+互联网”是一个信息化过程,“互联网+”是信息化之后要在这个土壤上再生长出新生事物的过程。所以,如果没有提前进行信息化,就难以实现“互联网+”。

长江证券分析师周一认为,现在“互联网+”处于风口浪尖,很多企业争相挂钩,是为了拉投资,包括体现在股市的估值翻番。“其实,我看很多说是互联网+的企业和投资者,根本就没做好准备,不过是讲故事、炒概念,导致市场上出现接二连三估值。”

不少专家都认为,政府应该在“互联网+”领域进行适度的引导。“现在是个企业都想跟互联网挂钩,不是说挂钩不可以,但如果都真金白银地投入是否合算?炒高的估值能否实现?真的所有行业都可以‘互联网+’吗?我觉得要分先后,要试点,并且重点领域要扶持。”张瑞稳说。