

2019
范長江行動
香港傳媒學子山東行
之 8



►范長江行動山東行的香港傳媒學子在青啤博物館合影留念
大公報記者丁春麗攝

◀海爾的Hello Kitty款式洗衣機備受學子們歡迎
大公報記者丁春麗攝

近日,《財富》官網公布了今年Fortune500強榜單,其中,海爾集團旗下子公司之一海爾智家股份有限公司(簡稱「海爾智家」)憑藉智慧家庭生態品牌的全球落地,排名448位,較去年上升51名,如此大幅度的位次躍升,得益於衣食住娛可聯網的智慧家庭構思。7月22日,范長江行動山東行採訪團一行來到海爾集團產業信息園參觀,感受海爾智慧家庭的大布局。學子們在參觀中接觸了各式各樣的聰明家電,了解到智能衣帽間能因應天氣為主人搭配合適衣着;智能冰箱外機可觸摸屏可顯示食材的存儲日期,當發現食材不再新鮮時,便會如管家般立即提醒主人。

大公報實習記者 李夢瑤青島報道



聰明電器如管家 衣食住行可聯網 智慧家居新演繹 海爾創新耀全球

在海爾創新生活展廳,智能衣帽間吸引了學子們的眼球,「這個智能衣帽間能夠給化妝品進行紫外線消毒,還能根據每天的氣溫為主人搭配合適的着裝。」講解員介紹。來自香港城市大學的林浩星同學讚嘆:「這也太貼心了,我一個男孩子都想擁有。」

冰箱內置鏡頭辨別鮮度

此外,具備語音互動功能的海爾智能冰箱也十分亮眼。冰箱外機的可觸摸屏正顯示着一系列食材的名稱,每按一個,食材的存儲日期就會出現在顯示屏上。不僅如此,智能冰箱還能夠實時監測冰箱內冷藏食材的狀態,「智能冰箱的內置攝像頭識別到食材不再新鮮時,就會立即提醒主人,不宜再食用。」

海爾創新生活展廳是海爾集團的用戶體驗中心,以「互聯網+平台」的豐富展覽詮釋了物聯網時代下的智慧生活解決方案。採訪團一行通過現代化居住空間、智慧冰箱、自控空調等智慧設計感受到了海爾智慧家庭的大布局。

據悉,海爾以智慧家庭為發力點,打造「場景化」智能家居,並橫跨各領域資源、共創共建物聯網生態鏈群,不僅提出了「5+7+N」全場景智慧定制解決方案,並依據用戶衣食住娛各類需求,細分

出衣聯網、食聯網、空氣圈等生態體系。海爾智慧家庭的落地和應用,無疑為物聯網時代「萬事萬物皆可聯」提供了最佳詮釋。

「順逛」精準投放產品

在海爾創業展廳裏,採訪團學子對海爾集團的官方社交互平台——順逛進行了深入了解。順逛平台是海爾集團於物聯網時代在電商領域的創新成果,工作人員向採訪團一行介紹道:「電商互聯網是以電商平台為主體,而物聯網時代則是以社群為主體。順逛就是由大產業集群和社群生態打造的物聯網平台。」

順逛以社群交互為基礎,以智慧家庭為場景,通過零距離交互精準把握消費者痛點,幫助產品精準投放目標社群,為用戶提供差異化、細分化的產品和服務。

據了解,順逛作為海爾的微店平台(微信線上商城),為海爾在線上平台的布局開闢了新的渠道。此前包括海爾等多數企業在線上平台方面多依賴於天貓、京東等大型電商平台,很少構建自己的微店平台。2017年海爾實現了線上店、線下店、微店的「三店合一」,如今,又依託海爾的營銷網、物流網、服務網和信息網的四網合一,幫助合作企業與用戶建立流暢的交互通路。



▲香港傳媒學子參觀海爾展廳
大公報記者丁春麗攝

山東行行程示意圖

7月15日—7月23日



- 參訪海爾集團
- 品嘗青島啤酒
- 漫步青島八大關

採訪海爾企業



▲傳媒學子正在採訪海爾的工作人員
大公報實習記者黃苑筠攝

體驗傳統泥塑



▲港生八大關體驗泥塑技藝
大公報記者丁春麗攝

「人單合一」促轉型 滿足用戶個性化

【大公報訊】實習記者李夢瑤

青島報道:「海爾人單合一的管理模式真是把人的價值發揮到了極致。」在海爾的創新展廳內,採訪團學子山東師範大學的王雯漪在聽完講解後感嘆。

「人單合一」模式由海爾首創,現如今已被行業內視作物聯網時代企業轉型的一個新範式。據海爾工作人員介紹,「人」就是員工,「單」就是用戶需求。人單合一核心的內涵就是把員工和用戶需求連接到一起,讓員工創造的價值體現在用戶價值的增值之上。

海爾認為在物聯網時代,企業必須要轉型成以用戶為中心的、與用戶融合的生態系統。因此,「人單合一」這一模式不僅應用

於海爾內部的管理體系,更延伸到海爾在物聯網時代所打造的發展戰略和組織體系之中。工作人員介紹到,「人單合一」模式具體體現在三個方面:企業平台化、員工創客化、用戶個性化。」

據了解,在互聯網工廠的基礎上,海爾推出全球最大的面向用戶的大規模定制COSMOPlat工業互聯網平台,讓用戶全流程的參與到生產的全過程中,以實現大規模和個性化定制的融合,滿足用戶的個性化需求。此外,利用COSMOPlat工業互聯網平台,海爾還加速了雙創平台的實踐,搭建「人人都有機會成為創業家」的海創匯平台,讓員工從執行者變成創業者的時候,企業也實現了從原本簡單製造產品轉變為孵化創客的平台。

百年經典青島啤 高質客製展活力

【大公報訊】實習記者張鳳菲青島報道:7月20日上午,范長江行動香港傳媒學子山東行團隊抵達青島,青島啤酒博物館便成為學子們探索青島的第一站。學子們了解到,近年來,中國啤酒行業龍頭青島啤酒在高質量、個性化產品上不斷推陳出新,推出定制化服務,滿足消費者的個性化需求。

時代變遷,百年企業青島啤酒也在不斷尋求新發展。單一口味向多元轉變,青島啤酒經典1903、淡爽純生、濃厚的奧古特等,高質量、個性化、特色化的產品能夠滿足消費者不同的口味需求。除此之外,青島啤酒還推出個性化定制,包括企業和私人定制。

據了解,青島啤酒從新生產、新工藝、新營銷三個方面,激活私人定制新動能,不僅僅改變啤酒的外觀,更融合智能化供應鏈體系去打造一體化定制新式。青島啤酒現已推出三種定制模式:一是企業、社會組織、IP的常態化團購定制,合作夥伴包括萬科

、康普頓等行業頭部企業;二是渠道定制,針對新興渠道和特殊渠道進行跨界合作,比如同肯德基、必勝客、周黑鴨等品牌合作,填補這些品牌的啤酒空白區域;三是私人定制,主要應用場景是婚慶和聚會,通常在罐體包裝上打印婚紗照、聚會照等。私人定制賦予了青島啤酒這個百年企業無限的活力。



▲青島啤酒博物館展出個性化定制啤酒
大公報記者丁春麗攝

漫步青島八大關 飽覽萬國建築群

【大公報訊】實習記者劉嘉傑青島報道:來到山東青島,除了喝上一杯百年歷史的青島啤酒,更要逛一下八大關,感受當地的「紅瓦綠樹,碧海藍天」。所謂八大關,是以中國長城八個著名的關口命名的八條馬路,曾經是達官貴人以及外國大使集中居住的別墅區,類似香港的山頂地段。走在八大關的馬路上,遠眺是一片蔚藍的大海,近看馬路兩旁綠樹成蔭,抬頭一看是各國不同色調風格的建築風格,讓人忘卻城市的煩囂,置身於公園與各國庭院建築物之中。

這片地段有着200多棟建築,包括俄國、英國、法國、德國、美國、日本和丹麥等20多個國家的建築風格,被譽為「萬國建築博物館」,其中最為著名的是花石樓。

花石樓是一幢融合了西方多種建築藝術風格的歐洲古堡式建築,既有歌德式的圓頂也有羅馬式的圓形

拱柱門。特別的建築風格吸引了不少名人居住,其中最有名的是蔣介石。相傳蔣介石因東北戰事緊張,曾經秘密飛到此地居住,因此當地人又名花石樓為「蔣公館」。



▲港生在八大關擺出千手觀音的造型
大公報記者丁春麗攝

特稿

舉杯共飲 味蕾感受歷史變革

在啤酒的江湖中,不得不說,青島啤酒牢牢佔據着一席之地。7月20日,范長江行動山東行的傳媒學子伴着如山東人民一般熱情似火的驕陽來到以喝啤酒、吃蛤蜊、洗海澡而聞名的青島。一下高鐵,第一件事就是奔赴青島啤酒博物館,期待體驗一番酷暑下的酣暢淋漓,以洗去一天的舟車勞頓。

伴隨着紅黃綠相間的啤酒房子,空氣中四處瀰漫的麥芽香味以及耳畔迴盪着的轟隆隆的蒸汽聲,學子們彷彿行走於時光長廊中,感受着青島啤酒歷史性的變革,並品嘗新鮮的青島原漿啤酒、純生以及IPA印度淡色ALE型啤酒所帶來的味蕾衝擊。

一條條生產管道直通每一位客人手中的啤酒杯,保證讓每一位前來參觀的遊客都能體驗到不添加任何防腐劑、不經過濾、不經滅活工序,保留鮮活酵母的生啤酒原液。青島啤酒博物館人山人海的熱鬧景象正是對泡沫豐富、香氣濃郁、口味新鮮純正、風味獨特

的原漿啤酒最大肯定。學子一行更是熱鬧非凡,大家舉杯共飲,不記得互相敬了多少次酒,但此起彼伏的歡聲笑語,兩地學生的深情厚誼都融入每一杯新鮮純釀的青島啤酒中,令學子們難以忘懷。(實習記者 聶楊鈺)



▲學子在青島啤酒博物館品嘗最新鮮的青島啤酒
大公報實習記者劉嘉傑攝