

## 德必集团现身大虹桥CBD 探索未来办公新模式



近日，德必虹桥绿谷WE项目正式落地于上海虹桥商务区。作为虹桥商务区的第一个文化创意产业园，项目立足于“产城融合发展、环境生态文明、配套优势明显、区域特色鲜明”的世界一流商务区框架中，依托聚合“大交通、大商务、大会展”的区域平台，将助力虹桥商务区逐步朝着“长三角城市群联动发展新引擎”和“世界一流水准商务区”的发展目标迈进。

在设计方面，德必虹桥绿谷WE“按照不同的建筑设计理念将办公楼新添了“绿”的元素，采用“拟海拔”概念，将各幢楼组合穿插，退台、挑台错落有致且层层见绿，呈现大自然的绿色“零距离”接触。更融合智慧低碳的创新概念，打造一个数字化、网络化、智能化的国际化办公环境。园区定位为“硅谷人工智能&区块链（上海）中心”，充分发挥德必已有项目德必硅谷WE在美国硅谷的互联创新资源，联动硅谷当地企业、高校资源，结合硅谷科技创新的理念优势，构建上海对话硅谷的桥梁，打造国际化智能、创意办公新标杆。

未来，德必将秉持着“构建文科创企业全球大使网络”的伟大使命，逐步探索出一条“双核驱动”的全球化发展道路，为有意进入中国市场的国际性文科创企业搭桥铺路，也为国内优秀的文科创企业走向国际开设绿色通道，为国内外文、科创领军型企业提供一个资源共享、行业交流、国际对接的发展平台。

## 德必动态 DoBe NEWS



### 北京市委宣传部副巡视员、市文促中心主任梅松来访谈德必天坛WE“参观调研

近日，北京市委宣传部副巡视员、市文化创意产业促进中心主任梅松等领导来访谈德必天坛WE，调研德必园区企业发展情况，德必集团董事长贾波陪同梅主任一行参观园区。梅主任在随后的座谈中表示：政府愿意搭建或借助更完善的平台，帮助企业解决发展中的问题。同时，也希望德必能够利用自身做文化创意产业园区的丰富经验和连锁化优势，提高承办全国性和全球性大型文科创企业创业大赛等活动的的能力，并且时刻关注政府规划，紧跟政府政策导向，为助力旧厂改造、城市新生贡献力量。德必集团期盼构建全球服务平台，作为企业“大使馆”，为有意进入中国市场的国际性的文科创企业铺路，也为国内企业走向国际开设绿色通道。此外，德必也将继续不忘初心，通过城市办公场景实践，为中国城市更新提供更为丰富与前沿的案例。

### 德必静安WE“获评2017年度静安区星级“特色园区”称号

近日，2018年静安区产业园区工作会议召开，会上揭晓了静安区2017年度文创园区星级评定工作结果，德必静安WE“荣获2017年度静安区星级“特色园区”称号。此次评选是根据产业园区转型升级的工作要求，由静安区商务委员会和静安区文化创意产业协会共同发起开展评定工作，从前期质评到中期复评再到后期专家评审汇报，评选工作历时近四个月，德必静安WE“从50余个候选园区中脱颖而出获得荣誉称号。

德必静安WE“一直以来探索海洋办公模式，积极施行社群化管理，提供各类创新服务。未来，德必静安WE“将持续利用线上wehome平台及线下社群共享中心，通过丰富的各类社群活动，辐射园区内外企业客户、辖区街道居民和社会公益组织，实现人员交流、资源联动和企业合作，为入驻企业及辖区街道的发展提供更多可能性，帮助企业实现资源价值最大化，促进辖区和谐共荣。



## 社群扫描 COMMUNITY

### @德必外滩8号

近日，Jimmy Choo品牌创始人Professor Jimmy Choo周仰杰先生和高端婚纱品牌The Atelier品牌主理人YEW携高端定制产品亮相德必外滩8号。活动当天，Professor Jimmy Choo分享了“制鞋设计师”对高定与时尚的理解，并联合举行了The Atelier 2018A/W限量版Le.Earth鞋履的首发仪式，共同度过“When The Atelier Meet PROF. JIMMY CHOO”时尚魅力之夜。



### @德必虹桥绿谷WE“

近日，德必虹桥绿谷WE“联合第一太平洋人工智能学院举办“人工智能”主题分享沙龙，活动邀请友邦安达智慧物流合伙人兼CTO李豪、以太坊修正创始人马丁围绕“企业如何应用人工智能技术”、“区块链与商业”等时下热门话题展开讨论。德必WE“通过举办各类社群活动，链接彼此，为园区白领打造更加多元化的学习交流平台。



### @大宁德必易园

近日，大宁德必易园携手大宁路街道邀请刘春雷律师事务所专业律师团队，在园区带来一对一法律咨询问诊服务。问诊内容涵盖双创企业发展过程中存在的法务需求、法律风险问题，知识产权、工商等司法行政系统工作问题。未来，德必将继续聚焦园区企业需求，搭建多维度平台活动，为企业提供全方位定制化服务。



### @昭化德必易园

近日，市场社群落能昭化德必易园，并联合复旦沐新创新创业实验室共同举办线下沙龙聚会。活动就“平台的商业模式及运营模式”等话题展开了深入交流探讨，并邀请平台运营大咖为市场人们带来生动有趣的案例分享。2018年，市场社群将继续本着“链接、分享、共同成长”的宗旨，聚合更多园区企业、市场人需求，搭建一个更加积极、自由的交流对接平台。



## 波波茶馆 VIEW

### 粉丝经济，就是“宗教徒经济”

**特邀作者：**  
王艺锦  
现任中国企业家圈层经济俱乐部  
常务秘书长、《圈层》杂志社总编辑、  
中国品牌营销学会顾问、  
中国茶品牌金芽奖评委委员会主任。

**专栏作者：**  
波波  
jiabo@dobechina.com

“粉丝”是中国人发明的传统食品，本意是指细的粉条。但这里的“粉丝”却是由外来语FANS演变而来，所谓粉丝，犹如歌迷、影迷、影迷一般：专指那些狂热的追随者。

在互联网时代，我们听到最多的词就是粉丝经济。我们常常挂在嘴边的也是“粉丝经济”。如果在外面不谈谈“粉丝经济”，说白了都不好意思跟别人打招呼。也许，这就是互联网趋势！何为粉丝现象？在寺庙里，我们经常见到有些佛教徒“一步一虔诚，三步一叩首”，见到菩萨佛陀双手合十，见到寺庙罗刹俯身低头毕恭毕敬，虔诚祈求，保佑家人健康平安！这就是“粉丝现象”！

粉丝又怎么能产生经济？通常，我们拜佛需要上香许愿。前提是，如果你对佛不敬畏、不虔诚、不狂热、不痴迷，就不会对佛产生精神依赖。因为敬畏，所以虔诚；喜欢不需要理由，一旦注入情感因素，有缺陷的产品也会被接受。上香、抽签、卜卦、募捐自然就成了宗教产业链中的一环，拉动情感消费，让你为之买单。

“宗教，是世界上最大的品牌；信徒，是世界上最忠诚的粉丝”世界上最大的品牌，就是宗教！无论是儒、释、道，还是基督教。宗教文化历史悠久，源远流长，跨度最多，受众最广。所以，宗教，是世界上最大的品牌；宗教，也是智慧者的结晶。

儒释道，作为古代中国最早的世界文化视野观，儒教主张一个字：“伦”，也就是伦常。儒家认

为天下一盘棋，上天把你摆放在哪里，赋予你什么权力、职责、义务，那么你就遵守履行属于你的责权利，这就是知天命。道家的核心是“命”，既是生命的“命”，也是修炼的“命”。

作为一个活生生的人，而不是一个机器。有这样的“命”或“人生”，你算是活得有价值，你要修一个好的、快乐的人生、健康的人生，那才过得有价值。老子的《道德经》虽然只有五千言，但是他是世界上影响最大的哲学家。《道德经》里可能三五个字就够我们用一辈子。现在大家引用最多的“大智若愚”，其实这还不是老子最核心的观点，其最核心的是“知其雄，守其雌，为天下溪。佛家讲的是“见性”。“性”是什么？是“心性”，也就是修养。

佛家有七个字：“见性、救世、通万有。见到你的心性，叫“内观内照”，就是你自己要想到有一盏探照灯，来照亮你，你自己首先要能明白你是一个什么样的人。佛家的修行基本上都有三步，叫做“戒、定、慧”。戒是有所不为，不能说谎话、不能杀生、不能做坏事。中国文化中的儒、释、道三家（或称“三教”），在相互的冲突中相互吸收和融合；在保持各自的基本立场和特质的同时，又你中有我，我中有你。三家的历史发展，充分体现了中国文化的融合精神。随着时代发展，中国文化一直延续着儒、释、道三家共存并进的格局，取长以补短，万物以冲和，方为中华之真精神，世人之福气。

星云大师：“学佛修行就是迈向人生极限”拜佛就是拜自己，佛是一面镜子，是反映自己内心真实的写照！对品牌的狂热程度，将决定你的忠诚度！对于宗教，如你把他看成一件商品，或以商业的眼光来看待，那么就容易得多，运营寺庙其实与运营公众号道理一样！内容就是王道，粉丝才有黏性。

粉丝经济就是“宗教徒”经济。经营粉丝不仅要以大德，更要以大爱。以神爱世人的眼光来对待，将心比心，你对粉丝怎样，粉丝将对你怎么样。在互联网火爆发展的今天，运营者应深刻洞察人性，辅以情感互动交流，切勿盲目商业化，你的教育对你是否产生依赖，取决于你的教育；你的教育将决定着他们的兴趣和潜在购买行为，取消关注，就意味着需求的转移。

只要科学经营、妥善管理，粉丝效应才会逐渐扩大，经济效益也才能持续发生。反之，用户手指只需轻轻一按，你的品牌就“Say goodbye”。社交媒体的兴盛正使大众传播方式发生深刻的变化。新的网络语境下，粉丝数量不仅意味着影响力还意味着经济价值。喜欢你才买你，喜欢你意味着消费者会用脚投票，为你买单。然而，天下没有免费的午餐。要想从粉丝身上获益，必须要善于“教育粉丝，让粉丝为你痴迷”。人生最大的极限是智慧——“见到因缘，顿悟无生”。

文/王艺锦

## 企业之星 ENTERPRISE

### 博协科技：你生活的城市够“聪明”吗？

刚刚落幕的两会，“智慧城市”再次成为最值得关注的年度话题。会上，全国人大代表、腾讯公司董事会主席兼CEO马化腾提出一个不务空名的观点：智慧城市不是做给领导看，真正的检验标准是老百姓。这样平静有力的话语在这个被各种风口浪尖话题席卷的时代里，不得不让人产生疑惑：究竟什么样的存在，才是真正的利民实在，而不是资本的跑马圈地？

“相对于智慧城市这样的大标题，我们做得是脚踏实地。”这句话来自博协软件的创始人——张占科。博协作为一家致力于智能公交的企业是怎么把智慧城市做得不一样的呢？

随着中国城镇化的推进，越来越多人涌入城市，交通也越来越拥挤。面临这种情况，一座城市如何才能运行得更有效率呢？智慧城市就是在这一背景下提出的概念。

智慧城市的管理涵盖了城市社会管理、基础设施管理和规划管理，交通就是其下属于城市生活产生全方位影响的重要方面。先来看看别的地方的“智慧”长什么样？从拥有国际顶尖公交水平的日本先说起，日本的公交车采用真皮座位，且到站时可以将车身倾斜到与马路牙子在同一平面上，在乘坐体验上来说可谓做到了极致，但日本的居民住宅区域都紧挨着地铁站，公交车使用率并不高，因此可以走这样少而精的路线。再来说说丹麦，在丹麦有这样一条规矩：公交车迟到一分钟起就会开始大额扣款，这样的规则在乘客看来会非常安心，可现实是丹麦马路上车辆很少，根本没有堵车风险，所以司机迟到完全是司机本身的责任。受到人、物、事、时间、空间等场景的基本要素的影响，不同的国家、每一个城市的交通都变得各有千秋，那么博协是怎样把上海这座城、乃至中国的公交系统做得不一样呢？答案是效率。精准度95%的报站系统在7\*24小时的时间段中提供了不浪费每一分钟的权利，与日本不同，中国如上海、杭州等地的部分住宅可能离地铁站有着一段“走路太长，开车太短”的尴尬距离，因此一辆可以准确知晓行程的公交车就可以为这部分人群每天的出门规划起到非常重要的作用。也因为这一点，公交市场的竞争对手包括共享单车，一方为了公交事业殚精竭虑，一方却是不知道什么时候就会毁约不退押金，或者最少需要一次性充值20元才可以使用的共享单车，作为消费者，是什么导致了矛盾的选择？

#### 博协眼中的城市——鱼骨

作为整个城市公交的掌控人，博协眼中的城市交通可称之为“上帝视角”。整面蓝底曲面大屏墙，后现代感十足，而城市道路则以鱼骨的形式显示在大屏上，主路为鱼骨脊梁，支路则为鱼刺。

以上海沪太路为例，963路为主要线路，沿线辐射出13条相接驳的鱼骨状线路。如此，每条主路都拥有一块基于地理信息系统(GIS)平台的定制化大屏。实现人、车、线7\*24小时监控、调度，包括车辆信息、车辆运行图、监控指挥、设备监控、轨迹回放、信息查询、车辆状态图表、车内图像监控、线路运营异常处理、驾驶员监控、车载机远程维护等功能。能够充分利用智能调度系统的自动检测能力，发现车辆违规，统计车辆运行数据，分析车辆运行状况，便于管理人员快速响应。

#### 觉得报个站很简单的话那恐怕每天人工智能、区块链的报导就白看了

精准的报站系统不仅是便民，是对大数据使用的一种极致体现，包括共享单车提供的活动数据和外卖平台提供的人群聚集数据，这些数据除了拿来卖，对社会的作用是什么呢？解决了哪些还是创造了哪些刚需呢？我们不得而知……

让我们回到刚刚的报站问题的思考上，在博协建立报站预告系统的早期，系统上显示的12：20分到站有可能会突然变成12：50，甚至是突然消失，报站准确率可能不足60%，这被市民戏称为“幽灵车”。博协也因此收到了各种投诉。

“幽灵车”的成因其实有很多，报站系统也并不是简单的只是依靠车载GPS就能实现准确。上海高楼林立，高架密集，这些都会对卫星定位造成非常大的干扰。车辆故障会返回检修，但电脑很难识别出在地图上车辆正正常行驶的汽车到底是在开往目的地还是出了故障。交通拥堵，可能是意外，可能是高峰时段，但要做到精准判断对于技术层面上来说却是一大难题。这些问题是切切实实存在，并且无法投机取巧绕过的。

光是为了总结这些密密麻麻的“成因”，博协就组建了专人专班，致力提升公交的报站准确。这个集技术与扎实的“百人团”，每天在各条交通线路来往监察一切细微问题，若是遇到天气恶劣（如高温、雷雨、台风）时更需加班加点，奔波操劳不说，肤色也全统一成了古铜色。最终，技术团队在总结测算各类千奇百怪的问题后，寻找出了一套适用于上海本土实际情况的解决方法论

，并将到站的预报准确率提升到95%。

只做“公交人”带着信念探索藏在鞘里的“软件”成立于2002年的博协，已经有很多事实证明他们一直是在“智慧公交”行业内探索的先驱。他们于2004年启动研发的“公交广告管理系统”，以7\*24小时、高速率的不间断服务，在众多竞争对手中脱颖而出，建成上海公交车载媒体管理平台 and 广告投放监控平台。直到2011年，上海提出了智慧城市的三年规划，博协与巴士集团牵手，首创智能运营管理系统“巴士通”，历时两年建成上海公交实时到站预报系统并落地使用。通过自主研发的公交智能运营调度系统、公交企业综合管理平台、公交站管理信息系统、公共交通出行信息服务管理平台、智能场站管理平台、公交信息综合监控管理平台等全方位的输出服务看上海的“智慧交通”。目前，除上海外，博协还服务包括长三角、珠三角在内的20多个城市60家公交行业客户，获得来自各城市政府颁发的数十项荣誉……

在全民双创的现在，博协的交通大数据、辐射的精准用户群体、企业本身处理数据的能力和经验的等等因素，已然吸引了众多互联网企业或资本方的合作意图。但在如此巨大的诱惑面前，博协却没有接受来自外部的大量投资涌入，一方面是不希望公司目前清晰的股权结构被打散，但更重要的是创始人张占科认为：这些交通大数据是应该受到保护的，而不是简单的被共享、被经营甚至被售卖。

“张总是一个‘公交人’，不是一个商人。”博协的员工是这样评价张占科的……这位皮肤黝黑的年轻企业家在讲述自己初创故事的时候，也反复强调了“公交人”的精神，“在博协刚刚起步的时候，我们3个月内就完成了90条公交线路的布置，每天日出凌晨四点就要起床，半夜才能回家。”或许这份对事业的保护和坚持，正是博协可以被社会各界认可、看重的原因。

如果有一天，候车亭下的人们会指着报站预告的电子屏，聊起博协这家企业为城市建设出力时，也许正是张占科能够获得最大的满足感了吧……

博协做的是藏在鞘里的“软件”，很难将己身价值直接展示给大众。交通调度背后的运作是很难被看见和被理解的。如何开发在科研方面的巨大潜力，当找到一条因地制宜、软硬兼施的发展道路时是否又是一条康庄大道？

文/朱豪



**Founder档案：**  
博协科技软件

**Add：**  
沪西德必易园

## 对话资本 DIALOGUE

**1、德必集团在2016年提出打造“轻公司生态圈”，推动园区与企业、企业与企业、企业与人、人与人的连接。一年后的今天，李总如何看待“轻公司生态圈”过去一年的变化？对未来的发展（特别是如何完善和提升）有何建议？**

过去一年里，德必通过建立新型企业邻里关系连接了5000多家轻公司。“邻趣”和“阿姨在哪”就是很好的例子。“轻公司生态圈”的发展很迅速，效果也很显著。自然，罗马不是一天建成的，这是一个厚积薄发的过程。我知道早在“轻公司生态圈”概念提出之前，德必已开始接触资本市场和各界资源，提前布局。“轻公司生态圈”的成功是必然的，也是我意料之中的。“轻公司生态圈”从某种意义上说和我们做投资很类似。一个好的投资人既要追求一些眼下的市场性机会，还要对未来做一些布局，要对未来的经济发展作出判断，并为即将到来的机会做好充分准备。现在很多初创企业审时度势的能力并不强，德必作为拥有众多强大合作伙伴的成熟的园区管理者，可以充分激发成员的主动性和创造性，通过专业化的机构服务提升成员的规范性，引导企业正规发展，从而大幅提升企业与企业、企业与人、人与人之间的合作效率和互信度，加速企业成长速度的同时建立企业间的互信机制。

**2、江铜有邻作为“德必和它的伙伴们”计划的重要一员，就支持文科企业的发展，有什么样的计划？李总对社群模式、社群经济有什么看法？**

我之前曾说过，社群经济是共享经济的升级版，也是在当今资源节约型社会越来越多的中小微企业企业的生存之道。在园区与园区企业的关系中，社群效应是建立在园区与企业群体之间的情感信任+价值反馈，共同作用形成的自运转、自循环的范围经济系统。园区与企业之间已经超越了单纯功能上的连接，企业开始在意附着在园区之上的诸如口碑、文化、逼格、魅力人格等灵魂性的

东西。作为计划的一员，江铜有邻愿意将自身在财智创投融和资本运作方面的成功经验与德必生态圈里的企业分享，全力帮助企业寻找更加适合的投资者和金融服务机构，在企业发展的不同时期，为企业量身定做的符合自身需求的发展规划，助力中小微企业的成长。

**3、在接受《首都金融》专访时，李总提出“软实力”的概念，如何判断一个公司是否有“软实力”？“软实力”对公司的发展起到什么样的作用？公司如何提升“软实力”？**

企业之间的竞争包括“硬实力”和“软实力”。过去我们强调硬实力比较多，但从长远来看，“软实力”比“硬实力”更具持久性和影响力。在科技高速发展的今天，许多“硬实力”的边际收益已经逐渐进入新常态。那么，在“硬实力”已经不再无法复制的今天，企业区别于其他竞争对手的关键特质便体现在其突出的“软实力”。

在许多看似不同的行业中，好的公司都具有的共同之处就是运营团队在和资源持有方、供应链上下游的不断合作与博弈过程中，形成的独特的管理和运营能力，这些能力就是企业的“软实力”。有“软实力”的企业更容易在行业竞争中脱颖而出也更加受到资本的追捧，而且往往这些“软实力”是不可能被竞争对手轻易复制的核心竞争力。我认为提升企业“软实力”的关键在于塑造企业形象、品牌形象，培育员工综合素质和优秀企业文化。塑造企业形象不仅要在表面做文章，更要注重内在形象：企业精神、社会信誉、售后服务等方面的形象；提升品牌形象需要在品牌的认知度、感知度、忠诚度这三个方面下功夫；人力资源是企业的关键资源，企业必须尊重员工、依靠员工，充分调动员工的积极性为企业服务，促进企业与员工的和谐发展；企业文化是企业的灵魂，是支撑企业发展的基础。培育优秀的企业文化可以彰显出企业独具特色的底蕴，塑造核心价值理念。

**4、李总对创业创新企业的发展有何建议？李总看好哪些行业？创业创新企业如何才能具备更好的投资价值？**

每个创业企业的发展模式和未来要走的道路都是不相同的，因此没有什么放之四海而皆准的金科玉律。我认为企业所需要的创新往往是将现有因子创意高效地组合重构，也就是改进式创新，而非颠覆式创新。去创业的人都很聪明，比如共享单车，你能想到的别人基本也能想到。

这意味着大家手上的牌其实是差不多的，至少开始时是这样。为什么后来大家差距越来越大呢？这就又回到上面说的软实力。能大浪淘沙活下来的创业企业往往有这么几个特征：效率高、应变和择机能力强、资源分配合理、战略清晰以及发展稳定。这里面有些问题，比如企业使命，价值观，战略，文化，有些初创企业可能觉得很虚，很遥远，但恰恰是这些元素未来某个时刻就决定了你企业的天花板。

你应该不难看出，其实这也是我们的基本投资逻辑和价值判断。这几年我们已经看到消费升级与设计、创意等行业带来的大量产业机会，未来文创和科创一定是中国进入竞争发展时代的一个核心的力量，环保、大健康等领域未来也都会诞生千亿级的企业，而它可能就是你无数次路过的那个园区里，连牌子都没有的，只有三名员工的初创公司。对于他们，我们投资人应始终保持敬畏之心。有邻和德必现在在做的事，就是发现并帮助有潜力的创业创新企业孕育“软实力”。这些“软实力”在公司的年报中没有注明，甚至不是行业研究和技术分析就能轻易发现。作为投资人，我们从来不认为自己比企业懂得更多，我们给自己的定位是企业的朋友和知音，而不是导师和教练。这也是我们认为自己作为投资人的“软实力”！

(本文由陆昕根据采访内容整理)



本期嘉宾：李昊

(北京江铜有邻资产管理有限公司董事长。具有十五年创业及风险投资经验。2016第一届国际社群节中荣获年度最佳投资人。)

## wehomer

“最美wehomer”黎睿  
做一个现实主义的吃货

本期主角：

黎睿  
上海贺益精密机械有限公司

所在园区：  
七宝德必易园

自我介绍：

大家好，我是黎睿，是一名九零后，也是追求理想的现实主义患者。爱工作，爱旅行，也是一个地地道道的吃货。在工作上，我不偏爱铁饭碗，更倾向自己的兴趣。在现实面前能清晰地了解自己的个人能力，懂得进退。在生活上，我认真、努力、百分百的用自己的热情、勇气和毅力把理想变成现实。无论朝九晚五，还是浪迹天涯。我，都可以！

**Q1：你做过最疯狂的事情是什么？**

我很喜欢旅游，平时也就是去一些大家常去的热门景点旅行。但是最近一次去塞班疯狂了一次，尝试了跳伞，坐飞机到4200米的高空然后往下跳，对我来说也算是一件比较疯狂的事情了吧，不过没有感觉到别人说的失重感，也一点都没有预想的紧张或者是害怕。其实坐在飞机上等待的时候，我非常担心自己一会儿往下跳的时候表情会不会很难看，因为全程都有拍照和摄像，所以担心一不小心被拍成表情包，结果拍出来的照片可以说是相当克制了……

**Q2：作为wehome活动的“铁杆粉丝”，你印象最深刻的一次社群活动是什么？**

印象最深刻的活动必然是我参加的“最美wehomer”啦，当时真的很开心也很激动，感受到了园区大家的支持和鼓励，也感受到了wehome平台的巨大能量。说到日常园区社群活

动，对热爱美食的我来说，印象最深的当然是美食活动啦！其中最大的体会就是：真好吃（吃货本能暴露无遗）。其实园区日常的社群活动我真的几乎次次都参加，我们公司的联合园区共创过活动，我们公司的主业是硬质合金，但是副业是日化产品（日本美妆护肤日用品），平时会和园区里的小伙伴一起分享日本最新潮的化妆品，大家像朋友一样，特别暖心，在七宝德必易园工作让我感觉非常开心。

**Q3：你觉得wehome还有什么需要改进的地方吗？**

其实我觉得wehome已经够好了呀，只不过作为常常参加活动的吃货本人，我还是希望园区的wehome社群活动形式能够更加多元化一些，活动数量更多一些就好啦！而且有机会的话，wehome可以组织园区大家一起去旅游呀，这样不仅可以认识园区里陌生的小伙伴，让大家关系越来越好，各园区年终说不定还能一起开一个跨园区园区年聚会呢，大家都可以上台表演节目！

**Q4：如果用一种食物形容wehome，你认为是什么？**

那一定是我最爱吃的蛋糕，吃起来心情就会很好，充满了惊喜，永远不知道下一块会是什么滋味，让我总是想要尝尝看，我爱wehome，wehome加油！

文/杨璐睿



## 活动 ACTIVITY

### 8-hour Partners : 工作很美, 而你正好有空!

在工作本质正在改变的今天, 我们深谙让你愉悦工作的要诀, 无论是让你认识你邻居的TA, 增进园区熟识度, 还是激发你的创造力和生产力。我们以丰富包容的各类活动为你打造一个不止有咖啡, 还有瑜伽; 不止温暖舒适, 还有艺术氛围的环境。从早餐会到头脑风暴沙龙……我们一起找到工作真正的意义, 让每一周都将无比值得期待。

将来的某一天, 如果发现园区的某一角落在表演即兴剧接龙, 或者突然有一杯热腾腾的咖啡送到你面前, 亦或是充满设计感的精致艺术品砸到你的键盘, 请不要惊讶, 这是8-hour Partners的陪伴……

八小时, 搭个伙, 让工作更美!

活动合作请联系: caroline@dobechina.com



## 资讯 INFORMATION



### 七宝德必易园 园区企业 LANXIN TRADE 招聘

LANXIN TRADE是一家集国际采购和贸易代理为一体的国际贸易公司。公司的主要业务包括国际采购, 贸易代理, 进出口报关报检, 并致力于中国市场的销售拓展服务。公司秉承着开放, 诚信, 进取, 高效, 合作, 超越的发展理念, 为国内合作伙伴带来国外先进理念和产品信息的同时, 也为中国用户带来国际上放心、安全的各类产品。

现诚聘: 财务出纳

简历投递: yan.huina@lanxintrade.com

### 虹口德必运动LOFT 园区企业 TA GAMES 招聘

TA是一家为全球客户提供互动娱乐美术制作服务的专业公司。公司成立于2011年, 在上海、苏州、成都设有分部。核心团队拥有多年知名游戏公司从业经验, 参与国外几十款3A级别的游戏产品开发, TA游戏通过系统多样的实战项目的磨砺使每位员工的技能突飞猛进, 迅速适应各种美术风格的制作, 快快加入我们吧!

现诚聘: 动画师、手绘角色模型师、英语翻译、次时代场景设计师

简历投递: 2732190622@qq.com

## 公告 BBS

### 2018虹桥德必易园HR 社群招募

德必HR社群——一个更有态度、更有成长空间的真实HR专属社群, 懂HR, 更懂你的招聘苦, 致力于汇聚德必园区内的精英HR们, 在这里, 你不再是负重旅行的孤独者, 而是一群人在期待职场进阶, 一起探讨招聘之道, 获取优质人才推荐等群内专享福利。在这里, 志同道合、同处“困境”寻求出路成长的伙伴们, 通过吐槽、交流、互动更好地提升自己。

快快加入我们吧!

联系邮箱: zlcxy@dobechina.com



扫一扫, 关注微信公众号

# 德必集团 / 成都首发

德必川报易园 / 成都国际文化创意中心

- / 国际城南区位
- / 全球园区共连
- / 庭院入户景观
- / 稀缺7米挑高
- / 12间智能会议室
- / 0距离地铁口

创意办公 / 火热招租

☎ 028-86510078

地址: 成都市梓彩路158号

