

哈尔滨房天网络科技有限公司总经理王峰:

构建三维创新体系,擘画互联网餐饮智慧蓝图

吴斌

餐饮业作为传统产业数字化转型的前沿阵地,不仅承载着稳增长、促消费的经济使命,更与扩就业、惠民生的社会福祉紧密相连。2024年10月,国家信息中心发布的《中国餐饮业数字化发展报告(2024)》(以下简称《报告》)明确指出,线上化、平台化和智能化是餐饮业数字化的关键内核,是餐饮业数字化转型的前提、基础和关键手段。作为深耕互联网餐饮领域多年的行业专家,哈尔滨房天网络科技有限公司总经理王峰构建起的三维

创新体系,精准契合《报告》指明的三大方向,为行业发展带来全新动能。

线上化是数字化转型的首要环节,王峰打造的“线上外卖订餐平台”便是这一理念的生动实践。他率领技术团队深入调研市场需求,广泛收集消费者与商家的反馈,分析行业现存的技术短板。基于此,他们以提升用户体验、优化商家运营为核心目标,将前沿的互联网技术与餐饮行业特性深度融合,从平台架构搭建、功能模块设计到交互界面优化,每一个环节都反复打磨、精益求精。最终,该平台成功打

破时空壁垒,实现行业资源整合与供需精准匹配,让消费者“足不出户吃遍天下”成为现实,同时为餐饮商家提供精准营销与高效运营的有力工具,助力其迈向数据驱动的转型之路。

然而,在消费端与供给端效率大幅提升的同时,配送效率与服务质量却难以保障。为此,王峰迅速组织团队展开技术攻关,基于对配送全流程的理解,开发出“外卖订单配送服务平台”,推动整个配送链条实现从无序到有序、从低效到高效的蜕变。在该平台的研发进程中,王峰率领团队运用大数据与人工

智能算法,实时捕捉道路拥堵、天气变化、订单潮汐等动态信息,构建了动态的配送决策模型,实现毫秒级响应,为骑手规划最优路线。同时,平台利用智能算法对骑手进行精准画像,让每一份餐品都能找到最适配的运输使者。这种智能调度不仅优化了配送效率与服务质量,更为餐饮业数字化转型提供了基础。

在完成智能调度系统的突破性升级后,王峰并未止步,而是迅速整合技术资源,聚焦用户体验与运营效率的双重提升,推出“外卖智能服务平台”,系统性解

决了订单调度、客户服务等关键环节的智能化转型难题。尤为亮眼的是,该平台结合机器学习算法,不仅能够精准识别用户的饮食偏好,还能捕捉下单时间规律、消费频次等行为特征,为每位用户量身定制专属推荐列表,真正实现“所想即所见,所见即所得”的智能化服务体验。

业内专家评价,王峰及其团队打造的一系列创新矩阵,从服务场景的数字化重构,到产业资源的平台化整合,再到运营管理的智能化升级,三大平台环环相扣、层层递进,为推动行业迈向智慧新时代注入了强劲动力。

上海半壳网络科技有限公司CEO胡凤莉:

创新数字化营销生态,推动用户与品牌“价值共生”

肖霞

在流量红利逐渐消退的商业环境下,如何让营销真正触达消费者内心?企业又该采取怎样的策略才能实现突围?上海半壳网络科技有限公司CEO胡凤莉凭借敏锐的市场洞察力和对营销本质的深度把握,为企业开辟了一条突破增长困境的创新路径。

在数字化转型浪潮中,胡凤莉将技术创新深度融入企业发

展战略,主导研发了“营销效果实时监测与评估系统V1.0”和“营销自动化与个性化推荐软件V1.0”等智能化工具。这些系统依托先进的算法与大数据分析能力,实现了营销全链路的精准监测、动态优化与智能决策,不仅显著提升了营销效率,更助力企业优化资源配置、预判市场趋势,最大化提升营销价值。在技术赋能下,企业得以构建以消费者为中心的数字化营销生态,推动品牌从单

向的“注意力争夺”升级为双向的“信任共建”。实践证明,当技术与营销深度融合,品牌与用户的关系不再停留于短暂的交易,而是迈向更深层的价值共生。

除技术创新外,胡凤莉同样重视学术研究对行业发展的推动作用。在她主持的课题《MCN机构中的KOL影响力评估与品牌合作策略研究》中,创新性地构建了一套多维度的KOL影响力评估体系。该体系

通过量化分析KOL的粉丝活跃度、互动率、内容质量等关键指标,将消费者的真实需求和偏好置于评估核心,使品牌能够精准把握目标受众的行为特征。这种以消费者为中心的合作模式,显著提升了品牌传播效果,也为行业标准化发展提供了理论支持,更在商业实践中融入了人文关怀与科学依据。

“从技术研发到学术研究,从企业实践到行业创新,胡凤

莉始终走在营销领域的最前沿。她凭借专业智慧与创新实践,以技术赋能品牌,用洞察连接消费者,不仅为企业注入了数字化活力,更为整个营销行业开辟了全新发展路径。”业内专家评价,她的创业历程深刻诠释了成功的真谛,即源于对专业的执着坚守、对技术的灵活运用,以及对未来可能性的不懈探索。期待在她的引领下,未来将会有更多企业携手共绘营销领域的崭新蓝图。

腾讯产品策划马博闻:

以智能数据平台破局行业发展困境

董思婷

当前,数据分析已成为驱动全球经济发展的核心引擎。然而,中国企业在数据治理领域仍面临多重挑战。根据IDC最新报告,中国大数据市场规模虽持续扩大,但增速已放缓至10.3%。一方面,约60%的中国500强企业受限于分散的数据架构,难以实现高效协同;另一方面,30%以上的企业因数据质量问题导致分析结果可信度受损。更值得关注的是,生成式AI(Generative AI)的爆发式应用在推动基础设施升级的同时,也催生了新

的IT孤岛,行业对一体化数据治理平台的需求迫在眉睫。

面对这一行业困局,腾讯产品策划马博闻研发的“基于统计学习的数据模型优化与分析平台”应运而生。据介绍,该平台打破了传统的数据孤岛,能够跨系统、跨平台实现数据的无缝集成和共享;通过智能化数据清洗、预处理和标准化,该平台能够在源头上确保数据质量的合规性和高可靠性,减少了人工干预的成本与错误概率;平台采用了分布式架构,能够有效地跨部门、跨区域整合不同数据源,推动企业内部

的数据流通和信息共享;平台创新性地融合了机器学习与统计学习技术,实现了数据分析的智能化与模型自优化。

马博闻强调:“我们的目标是通过技术创新,让数据分析变得更加智能和高效。这套基于统计学习的平台不仅能自动化完成复杂的模型选择与优化流程,还可根据用户需求实现个性化定制,真正推动数据分析的民主化进程。”

值得一提的是,平台在设计阶段就将用户体验作为核心考量,其独创的自动化模型优化功能可智能匹配数据特征与业务需求,通过

AI算法实现模型的自主调节与持续优化。这种技术突破在时效性要求高的领域尤为显著——以金融、制造业为例,平台提供的低延迟、高并发实时分析能力,可使企业决策效率获得质的提升。

在数据安全与合规方面,平台通过引入先进的加密技术和差分隐私算法,对数据进行加密和去标识化处理,在保障数据安全性的同时,有效增强了企业与用户之间的信任。其内置的合规性审计功能可实时监控数据处理行为,确保其符合《通用数据保护条例》(GDPR)等法规要求。

“这一系列措施不仅解决了企业在数据治理中面临的合规难题,更为企业提供了坚实的法律保障,有效规避了因数据滥用而引发的监管处罚风险。”马博闻表示。

业内专家指出,基于统计学习的数据模型优化与分析平台通过智能化、安全性与实时性三重创新,重构了数据分析范式。在数据驱动时代,这不仅是技术创新的典范,更是企业突破增长瓶颈的战略工具,为行业开辟了一条从数据孤岛到价值联通的可持续路径。

国网石狮市供电公司:
以“满格电力”护航电商出海

许伟哲

5月7日,国家电网福建电力“双满意”(石狮海丝之光)共产党员服务队先后前往石狮国际商贸城国际贸易中心、石狮跨境电商运营总部等电商园区开展巡视,了解用电需求,解决用电问题,以优质可靠的电力服务护航石狮“一网一总部十园区”跨境电商产业发展。

福建省石狮市电商产业历经十余年的发展,已从原来的72家市场主体增长到如今的2万多家,成为福建省较早拥有两个国家电子商务示范基地的县级市。亮眼的数据印证着这一成就:年销售额超千亿元,连续6年位居福建省电商销售额首位,位列“2023年度县市电商竞争力百佳样本”榜单第2位,先后获评“中国直播电商发展示范

市”“中国服装网商创新示范基地”等荣誉。

为匹配电商产业的高速发展,国网石狮市供电公司推进电网高能级自愈体系建设,实现配变故障“分秒自愈”,促使其供电可靠性在全省大型县供电公司率先突破“4个9”、达99.991%,全域近一半用户实现“零计划停电”。此外,国网石狮市供电公司主动对接政府部门,实行“一企一策”精准服务,推动供电服务转型升级。该公司还深化AI赋能,运用大数据分析平台为企业客户制定能效分析报告,帮助企业合理调整用能安排。此外,该公司纪委还充分发挥纪检监督作用,开展监督检查,提升客户用电体验。

在每年“6·18”“双十一”等电商大促节点,国网石狮市供电公司都提前部署专项保电工作,以充足可靠的电力保障护航石狮持续擦亮“电商之都”的金字招牌。

四川成都高新区:
落地离境退税“即买即退”服务,助力国际消费升级

龚友国

近日,四川成都高新区正式推出离境退税“即买即退”服务,并在成都SKP成功落地。服务推行当天即完成首例业务办理,境外旅客现场领取到了退税款。成都高新区商务文旅局相关负责人表示,这一举措在为境外旅客带来极大便利的同时,也将进一步提升成都高新区的国际消费吸引力。

随着我国过境免签政策全面放宽,境外旅客停留时间延长至240小时,境外旅客入境游、入境购的热情持续高涨。成都高新区在原有离境退税服务基础上,实现“即买即退”的升级服务。据介绍,这一模式的最大亮点在于提前了退税环节,将原本设在机场的退税窗口“前移”至商场,旅客在

购物环节就能拿到退税款,并可直接用于二次消费,有效提升了消费体验,充分满足境外游客的消费需求。

作为服务落地载体,成都SKP由北京华联集团投资控股有限公司投资建设,拥有32.4万平方米的超大商业空间。它不仅是亚洲体量领先的下沉式商业综合体,还是全国较早以“公园+商业”模式打造的下沉式高端时尚百货,入驻了全球超1300个一线品牌,其中包括222个首店品牌。

今年一季度,成都SKP的销售业绩亮眼,销售额同比增长25%,离境退税办理笔数同比增长182%,销售额同比增长224%。在4月结束的成都SKP生日庆档期活动中,其取得了9亿元销售额的亮眼数据,销售额同比增长8.5%,其中单日最高销售额突破了2.17亿元。