

打造通服全新的展示窗口、赋能平台、生态空间

记中国通服上海公司“智联空间”展馆建设团队

关键要确保展馆持续的活力和生命力

按照卞宇萍总经理提出“以‘立足新基建，诠释智联’为主题，全面展示公司20年来坚持党建引领，秉承‘人民邮电为人民’红色基因，积极落实国家与上级创新战略，扎实推进长三角一体化发展，主动融入数字中国主航道，以‘新一代综合智慧服务商’新定位，深耕行业、聚势赋能，努力建造智慧社会、助推数字经济、服务美好生活”的建馆要求，公司集客部经理杨海燕率建设团队展开广泛调研和深入探究，先后参观考察了上海工匠馆和上海电信博物馆，在考察位于陆家嘴信息大楼的上海电信信息生活体验馆之后，建设团队与馆长交流了新时代智能化展馆的理念、模式、路径和手段，以及如何确保展馆持续活力和生命力等议题。

经过调研与研讨，杨海燕和团队逐步形成了共识：展馆不是仅局限于形象展示的一次性工程，它应该是一个可持续、具有内在驱动力的空间，因而需要建立与之相匹配的长效机制，确保展馆自身的活力和生命力。由此引出以下的思考：供给端的业务单元是否有内容展示的动力和持续的供给？需求端的市场体系是否有来自客户的需求和来自商机的倒逼？贯穿整个过程的运营团队是否有可持续的迭代机制与合适的团队？欣慰的是，自2017年以来，公司以“三基地一中心”为代表的创新体系打造，以“双百行动”为代表的商机推动，以资源池为代表的载体建设，以及在上述推进中锻炼成长的人才和汇聚成熟的共识，为公司启动展馆建设奠定了基础，亦顺应了外部客户市场的需求。

建设团队接下公司管理层划定的位于江苏路500号电信实业大楼26楼部分区域和25楼部分区域，总面积约380平方米的空间之后，每周日的建设团队例会雷打不动，大家带着问题而来，集思广益，智慧凝聚，精心打磨每一个细节，潜心构思每一个方案，力求在一张白纸上画出展现公司智慧化服务社会、数字化体现价值的完美画卷。

未来的展馆究竟是怎样的、如何才能保持其活力和生命力呢？建设团队首先廓清了若干问题：参观者是谁？答曰客户和上下游合作伙伴；要展示什么？答曰有内核且靠谱的交付能力；促成怎样的商机？答曰集成和被集成；具有哪些功能？答曰展示的窗口、营销的空间、合作的平台。展馆定位于“营销新空间、公共会客厅、创新沙龙区”。对外，主要展现企业形象和综合实力，展示上海公司立足当下、面向未来的能力建设和具体实践，营造会客空间，赋能市场一线；对内，进一步拉通专业能力和创新产品，为公司搭建跨专业、跨产品、跨团队、跨领域的有形载体，推动面向市场、以价值创造为核心的能力聚合与创新转型。

自第二届中国国际大数据产业博览会后，中国通服总部要求各省通服公司根据自身业务拓展需要，建设统一的展厅。2020年，恰逢庆祝上海电信实业集团成立20周年与上市14周年，上海公司管理层遵循总部要求，以“ONECCS，一个通服”理念为信仰，以庆祝公司发展进程中的重要节点为契机，决定启动“智联空间”展馆建设项目。3月30日，公司立项审批通过后，即组建以公司集客部为牵头部门，相关专业公司密切配合的展馆建设团队。



在展馆开工之日，武广副总经理（右一）对建设团队提出具体要求

目前的主要方式是以线下为主、线上辅助、主实业互嵌，所谓“线下”，是指26楼+实地考察现场；所谓“线上”，是指公司“双百小助手”微信公众号；而“主实业互嵌”，是指展馆与上海电信信息生活体验馆等的互动交流。

为更好提升展馆的形象辨识度，鲜活传递公司创新理念和企业文化，公司集客部联合工会办公室和综合部，向上海通服和所属单位包括在职和退休在内的全体员工征集展馆主题词、馆名、IP形象的创意文案和设计。历时3个月的征集活动共收到应征作品42件，经专家评审，部分优秀作品脱颖而出，员工马杰的行楷书法、王媛莹的卡通人物“小智，小联”、张璐燕的手绘导览图均亮相于展馆，真正体现了“这是我们员工自己的展馆”初衷。

展馆细化方案集众人创意和智慧于一体

围绕展馆的中心思想“立足新基建，诠释‘智’和‘联’”，整体业务展示区的数字基建，展现了智联的基础设施；城域智联展示区体现了场景驱动和智联；大数据驾驶舱实现了智联的数字化表达；终端展示墙则体现了智联的末梢神经。

鉴于始于年初的新冠疫情，留给建设团队的时间已经不多。在公司管理层和相关专业公司的支持和配合下，建设团队各司其职，环环相扣。装修阶段，由工程公司担纲装修工程，通服国际公司负责设备采购；布展阶段，由设计咨询院担纲道具安装、综合布线、播控系统部署和调

测，设备采购和安装仍由通服公司负责。内容部分，由综合部承担历史足迹墙文案编撰和图片征集，市场部负责形象展示，中通软公司负责拼接屏、城域智联区、大数据驾驶舱、25楼沙盘和电视显示、数据中心产品基地和云计算产品基地负责算力展示，电信科发公司担纲物联网板制作调试，培训中心负责各展厅的内容视频化与后期调整制作。与此同时，相关专项工作亦有序开展，集客部负责公开征集主题词、馆名、IP等，设计咨询院担纲数字化观展任务，中通软公司负责“双百小助手”线上展厅的预约、画像、发布等功能开发，电信科发公司担纲实业大楼1楼人行和车行预约系统。

集众人创意和智慧于一体的展馆细化方案随即浮出水面。被称为“会客厅”的整体业务展示区整个展厅纵向长度10.5米，分为6个展区。采用暗黑色亚光贴膜为主基调，融合通服专用色和通信行业元素等背景；引入的一体机柜融合展示云、IDC等业务。展厅顶部定制通服LOGO灯，玻璃墙体、贴膜和灯带。部分原有墙面拆除后改为玻璃移门。正立面墙体右侧设置一体机。采用的互动方式是，由控制系统控制区域灯光，形成讲解引导，并让各显示屏播放相应内容。正立面墙体内嵌一体机，进行参观者互动操作。

被称为“石库门”的城域智联展示区以简洁的申城剪影，营造城域多个业务环境。展区分为业务讲解和业务体验两大区域。与大数据驾驶舱相邻的玻璃幕墙，承担承上启下的功能。展厅的铝板墙体和飘逸灯带，2个75英寸和3个60英寸显示屏，3个PAD，1台高清投影等高科技展示设备，让公司的城域智联业务和服务全方位、立体化、有深度地展现于参观者面前。而简明扼要的业务讲解，辅以触摸互动，以及之前方PAD联动，让观众沉浸于城域智联的氛围之中。通过控制玻璃移门投影内容，引导观者探寻下一个神秘的太空世界。

大数据驾驶舱以遨游浩瀚宇宙中的宇宙飞船驾驶舱为场景，通过苍穹星云表达大数据概念，而星座图像则显示数据背后的关联，流线型的驾驶控制台与三个大屏构成业务展示的最佳平台。参观者进入驾驶舱，满天繁星闪烁，光带弧线勾勒出星座图案；三个大屏播放相关大数据业务介绍；通过PAD屏进行大数据业务调度，演示与互动并进，虚拟与现实并行。

临展区采用通用的展示场景，便于各专业公司后续迅速搭建临展。本次提供的是两种背景图案选择，网状连接图和视觉多面体。背景墙体延伸至大数据驾驶舱；三套演示道具中是50英寸大屏加上配套演示设备。每套临展设备均设置无线鼠标和键盘，便于直接演示业务。

休息区和留影墙具有通服LOGO等特有元素，公司开发的“飞翼智巡”无人机、万吨级海缆施工船“福海”号模型，以及25楼展示台和75英寸电视墙，让观众从另一个角度感受通服企业助力各行各业客户实现价值的非凡实力。

大会战追求“没有最好，只有更好”

总体目标明确之后，一场智联空间展馆大会战随即拉开序幕。由于整个展馆是在公司本部26楼的一半区域进行改造，为了不影响到同一楼

层的两个会议室正常使用，因而只能安排在夜间和双休日施工，加之展馆布展与传统的装潢用料在材质选取、展示效果、灯光布景等方面存在较大制作工艺上的区别，导致施工难度非常大。两头并进的超负荷工作量给公司集客部责任小组带来极大考验，王磊、唐晔和周峰想方设法把一切不利因素遏制在萌芽状态，及时应对解决突发事件。整个项目的顺利推进充分体现了责任小组团结、负责、互补的执行力和战斗力。

业内人士都说，建筑与结构之间永远存在矛盾，而在这次布展与设计之间同样也有这样的矛盾。设计咨询院建设团队接到展馆设计任务之后，装修设计师便赴现场与各方探讨。在此之前，布展公司已根据使用方需求，设计了场地的平面和立面效果，此次请设计咨询院参与是为了配合布展的需求进行装修设计。然而当装修设计师看了效果图之后，发现其中的许多效果无法实现，比如石膏板的墙面不会有发光效果，铝板中间无法嵌入灯带，改造后不能满足消防要求等。这些都是施工中会遇到，效果图却考虑不到的问题。然而，布展公司坚持只有自己的设计方案才能展现整体美感，设计咨询院就是要想方设法解决这些难题，配合实现这样的效果。为此，双方进行了N次探讨，装修设计师咨询了多位“老法师”，并在市场上寻觅新材料；布展公司则从合理性角度调整方案。经过多次商量和修改，双方在3月敲定了终审方案。

在展馆建设过程中，大家互相探讨，头脑风暴，智慧碰撞，追求更好，解决了一系列预料之中 and 出乎意外的诸多难题。针对“城域智联展厅区域拆顶后，发现原中央空调接口处漏水”的问题，由公司资产管理部牵头举行协调会，请大楼空调维保单位解决。留影墙采用颜色与原地砖保持一致的地砖铺设，壁龛处采用原有木条填补。为使“石库门”吸引眼球又不至于太过厚重，最终采用了0.6毫米LED灯带嵌入式处理，让光线细亮更精致，与城域智联展厅顶部1.5厘米宽的光带相映成趣。为避免“石库门”安装完成后与原有墙体之间有拼缝，团队成员拆除原有门框面板，新做了整体门框面板。在物联网板的布展中，考虑到客户的通常视觉角度，设计师建议采用蜂巢的方式，并预留4个位置，中间一排的中线高度为1.6米，蜂巢上下均为亚克力，文字贴敷于亚克力，便于随时更换。每个设备的背后由支架托住，观者可取出仔细查看。说起荣誉墙的设计方案，原先给出的是100个方形三角柱设想，几经商榷，总觉得百数至顶，“水满则溢”，遂确定为99个圆形小翻板，与中国通服“九子相连”的标识和谐地融为一体，让集客拓展团队的靓丽和格言次第亮相。队员王永利介绍说，我们在所有展厅的顶上都装有蓝牙网关。基于整体美观等考量，这种与照明灯相仿的设备都放置于顶板后面，但封顶之后却难以确定蓝牙网关的准确坐标和方向位置，于是我们设计了一个木制等腰三角形，每个角上固定一方磁铁，把蓝牙网关设置于等腰三角形内，然后吊装于顶板后面。当我们需要确定设备位置和方向时，只需三个独立的磁铁即可“手到擒来”。很难想象的是，如今成型的留影墙已修改了十余稿，当初叹曰“绝望”的设计师终于功夫不负有心人，给展馆留下了浓墨重彩的“收官之笔”。

如果说，展馆的成功率主要取决于展示方案的创意和完备，展馆建设的细节打磨，以及解说小姐姐简明扼要精彩讲解的话，那么，展馆的可持续则主要取决于试运行中的内容优化和客户的观展体验，进而源源不断发掘出新的合作商机。有鉴于此，建设团队针对“经过多轮参观，每次结束后展馆无法快速回复至初始状态；大数据驾驶舱的三个屏幕播放内容强相关，亟待一起控制；由于26楼有2个会议室，服务员需要控制门和灯”等问题，相继采取了“增加展馆复位功能，将声光电和门的状态重置到待参观状态；增加三屏联播功能；开发服务员使用简化版的中控APP，以便管理展馆的门和灯光”等措施。

基于实现观展过程数字化的考量，建设团队推出“四个一”方案，即一个预约号，一套个性化观展方案，一次展前、展中、展后的完整体验，一个入口：《双百小助手》微信公众号。对公司内部的客户经理赋能和支撑，弥补现有营销路径的短板；对外部的专业客户，配备一名营销顾问，支撑客户经理做好接待和反馈。由此形成“展前预约，展中采集信息至中控平台，展后分析客户关注点和问题反馈”的高质量展馆操作链，真正让10月30日正式开馆的上海公司“智联空间”展馆成为通服企业全新的展示窗口、赋能平台、生态空间。（文/筱霖 摄/晓李）

上海通服多年来持续帮扶脱贫

今年年初，云南山区持续低温，上海通服关心关爱贫困山区孩子们的学习和生活状况，由公司工会对两所公司2007年捐建的云南希望小学1000多名学生捐赠一批“暖手宝”，以及每人2副便于书写的保暖手套，让学子在寒冷的课堂里感受到上海通服“暖手行动”的融融暖意。

公司成立二十年来，在保持企业健康发展的同时，持续关注希望工程，用行动回报社会。几度春秋，帮困助学。公司工会通过上海市青少年发展基金会，先后在云南、贵州等贫困地区捐资建造希望小学。由此，公司在2005年获评云南省首届“希望工程十大慈善企业”，2009年获评中国青年发展基金会“希望工程20年杰出公益伙伴”。

“输血”：精准扶贫

上海通服所属德律风置业公司助力上海电信“四川木里县农产品展销会”活动。展销会上，德律风党委书记与木里县领导共同启动“德食惠云餐厅——精准扶贫产品专区”上线；南翔餐饮分公司既有农产品现场展销，亦借助“德食惠云餐厅”，方便业主长期购买；公司在所管理的电信和通服近30家员工餐厅使用的原料中，采用从木里县购买的400斤核桃仁，做成600盒“芝麻核桃仁”和50斤“琥珀核桃仁”无污染特色农产品，供应就餐员工，美味加爱心，很快便售罄。

爱心传递

通服国际公司派专业人员加入上海电信团队，赴四川凉山州西昌市，参加由中国电信集团举办的终端产业扶贫研讨会，针对木里县展开精准扶贫研讨。公司专业人员随上海电信团队赴定点扶贫县凉山州木里县展开扶贫调研，先后考察木里县农特产品体验店、西秋乡咪核村幼教点、乡卫生院、乡中心学校和种植羊肚菌的农户。公司以自身优势，配合上海电信扶贫物资在上海地区的配送，以及贫困地区农特产品在上海电信各区局的配送。

“造血”：授人以技

以电信科技发展公司为主的上海通服团队，作为产业援疆排头兵，参加上海市产业援疆建设。他们凭借在呼叫中心产业方面的优势资源和积淀经验，把上海的技术、管理、市场等方面优势，与新疆的资源禀赋和实际需求相结合，联合培育特色产业，携手实现共赢发展。

公司与位于新疆喀什的新疆智慧呼叫中心产业园建立战略合作伙伴关系，为园区建设完成一期工程、迅速进入运营状态夯实基础。公司为新疆智慧呼叫中心产业园提供了可行性研究报告、规划设计方案、建设实施指导，帮助园区引入大客户并促成签约和运营指导。公司在产业援疆中的组织协调能力和业务技术能力和独具特色贡献受到上海市政府和当地领导高度评价。（柴慧 筱霖）