



NOVA Adult Day Care Center & Home Care 乐园日间护理中心

4-088

我们的宗旨：老有所依、老有所乐。让您享受家一般的温暖。

维州唯一
华人创办老年活动中心

- 健康管理：**专业医生定期会诊并提供理疗服务、专业护理人员每日基础健康检查
- 生活辅助：**专车上门接送、预约医生、陪同就诊、外出购物
- 营养膳食：**提供中餐西餐、品种丰富、营养均衡
- 康娱活动：**日常锻炼、设施齐全、定期开展丰富多彩的文娱活动
- 居家护理：**专业护理人员上门照顾日常起居、亲情陪伴
- 福利咨询：**Medicaid(白卡)和Medicare(红蓝卡)相关事宜
- 倾情服务：**专业护理,亲情式融入



招聘 诚邀您加入我们的团队：
司机、办公室人员 RN注册护士,PCA护理人员

办公室：703-433-8888 传真号：703-433-1111

地址：44675 Cape Ct, Suite 130, Ashburn, VA 20147 Email: bartel@novaleyuan.com



真善美日间保健中心

4-068

12910 Cloverleaf Center Drive, Suite 100, Germantown, MD 20874 Web: www.jasminecenter.com



欢迎致电查询

邹秉雄 240-683-0033
吕思慧 240-386-7882
中心电话 240-232-2288

中心特色

- 精国、粤、台语的专业医护及护佐
- 专业社工协助申请各类社会福利
- 舒适安全的交通车到府接送
- 营养丰富的早、午餐及点心

中心宗旨

We are an equal opportunity employer

- ♥ 最真诚的贴心照料
- ♥ 最完善的保健设施
- ♥ 最美丽的场地环境

邹秉雄、吕思慧主理
华人最优秀的保健服务团队
至诚为您提供最专业的服务
真诚 善良 美丽
Truth Goodness Beauty

美团会成为苏宁的救命稻草吗？

今日,宣布与美团达成战略合作,成为正式入驻美团平台的首家家电3C品类大型连锁品牌。据了解,消费者登录“美团”或“美团外卖”APP搜索“”,即可下单购买手机、电脑、生活家电类产品,最快30分钟送达。

双方合作的出发点,正是在于即时零售。

这在意料之中。

一个清晰的趋势是,作为线上线下深度融合的模式——消费者通过线上交易平台下单商品,线下实体零售商通过三方或自有物流执行配送上门的服务,即时零售正在成为美团京东阿里等电商巨头争抢的新风口。

而苏宁易购虽然同为电商市场主流玩家,身处第二梯队,但由于自身近两年经营出现流动性危机,几乎可以说没有资本独立参与这场即时零售的竞争中,与头部合作,也就成为唯一路径。

又在情理之外。

业内熟知,与阿里走的极近,曾经是互相持股的亲密关系。阿里与美团,则在过往的发展中发生了较多纠葛。但在进军即时零售时,苏宁易购最终是跟美团达成合作,而不是饿了么。

在业内人士看来,更为看重美团在即时零售上的优势地位,希望能借此自救,毕竟现在的,生存压力已然迫在眉睫。

听到前东家与美团达成合作,徐光送上了祝福。

去年5月份,作为B2B业务产品开发人员,徐光从苏宁北京公司拿了一笔赔偿,然后走人。

该年年初,随着时任苏宁集团董事长张近东定调“针对不在零售主赛道的,该关的关该砍的砍”,苏宁在北京也开展了一系列的收缩动作。

“一批研发中心,比如大数据、人工智能等方面,基本上都裁撤了。”徐光告诉AI蓝媒汇,他也深知公司出现了严重的经营危机。

2021年财报显示,该年,公司录得营收1389亿元,同比下降44.94%,扣非前后分别亏损432.6亿元和446.7亿元。

到了今年,情况也未能得到好转。2022年Q1,录得营业收入193.7亿元,归母净利润-10.29亿元,同比仍大幅下降。这也导致了在今年5月份,戴帽“ST”。

显然于此时,活下去并盈利成为了苏宁易购的第一要务。

尤其是保线下。

“苏宁线上业务一直是亏钱的,利润贡献权重最大的正是线下的家电3C门店,但由于疫情影响,线下门店是受到了很大冲击。”徐光表示。

在即时零售选择与美团进行合作,也正是以期通过接入美团外卖,实现线下门店的创收转化。

资本市场也是应声作出反应。今日收盘,苏宁易购(ST苏宁)直接涨停。

即时零售战争正酣

事实上,入局即时零售业务,对于的意义也不仅局限于“防守”,同样也意味着“进攻”。

如果将线上零售的蛋糕按照配送半径来划分,2-5天的传统电商模式已经被阿里、拼多多、京东等传统电商牢牢把持,已经基本丧失争夺第一梯队的资本,剩下的就是0-2日的即时配送这块蛋糕静待瓜分。

对此大厂早已嗅到气味,美团、饿了么已经在近年凭借餐饮这一切口插入了即时配送的腹地,搭建了相对完善的供应链体系。

根据智研咨询公布的数据,自2015年以来外卖行业的市场格局已经从最初的三分天下,逐渐走向“黄蓝”的双极竞争。这其中美团外卖的市场份额持续攀升,截至2020年占据中国外卖市场份额的69%,较2019年增长了5%;饿了么占中国外卖市场份额的26%,与2019年持平;百度外卖/饿了么星选占国内外卖市场份额的4%,与2019年持平。



可以看到,凭借餐饮这一切口,美团在即时零售的上半场竞争中已经占据了较大优势,跑通了从0到1的商业逻辑。

接下来从0到N,横向扩充品类版图。

但下半场的激烈程度,不容小觑。即便美团已经在餐食品类上率先拿下一成,但紧随其后的各大场也早已虎视眈眈。

2015年,京东到家上线,后与达达合并登陆资本市场;2017年阿里成立淘鲜达,业务类型均为向本地超市、便利店提供即时配送服务。蔬果生鲜方面,美团、拼多多、京东、阿里等大厂更是鏖战持久。

品类的争夺也愈发强烈。

这个时候,苏宁易购拥有的3C及生活家电等产品便成为了很好的补充。今年3月,美团闪购官宣与小米合作,共计276城的3600余家小米之家门店入驻。今年9月,美

团闪购亦与Apple授权专营店展开合作,覆盖200多个城市超1110家门店。

但这其中,更多的是3C及小家电板块,大家电始终算得上空白。

苏宁易购的入驻,则很有可能成为大家电板块的品类补充。这个布局方向也得到了苏宁方面的证实,相关负责人表示,充分发挥供应链优势,美团闪购进一步丰富平台供给,探索空调、冰洗等大家电即时配送服务模式。

显然在双方的谋划中,美团为苏宁提供数据、入口、配送等技术、流量支撑,苏宁为美团闪购业务补充3C、家电等优质SKU,扩充即时零售的品类版图。

表面是看起来很美,就看落地后市场反响如何。