

去年武汉传统商业零售额增速下降8.7%，但网购支出增长60%，6家本地电商年销售额过亿元。而武汉几家大型传统零售企业对如何转型发展的议题，尚存路径分歧——

# 武汉零销巨头“触不触电”很纠结

本报记者 郑明桥

2012年,武汉10家大型重点零售企业零售总额711.34亿元,增速下降8.7%。2009年受国际金融危机影响,增幅较2008年下降1个百分点,是近年来下跌幅度最大的。

与此同时,2012年,在阿里巴巴平台上,来自武汉消费数据显示,人均支出9214元,比北京多1083元,同比增长60%以上。

武汉邮政EMS总经理助理廖立军介绍,2012年武汉本地电商中,6家年销售额过亿元,年销售额在千万元以上的20家,专职网店1000家,兼职网店卖家5万家,武汉电商业整体增长约20%。

一个增速大幅下跌,一个发展势头很猛,这种反差刺痛武汉传统商家。今年4月,中百集团、中商集团、武商集团、汉商集团4大商业上市公司聚会,探讨“触电不触电”问题。

中百集团将“触电”列为重点发展业态。相关工作人员表示,“集团各子公司

都成立了电商部,专门负责与中百商网对接,维护各系统内的商品价格、物流、配送等,集团电商团队从20人增加到50人。”但中百方面坦言,因配送完全免费,成本压力很大,加上忠实客户改变消费方式,难言短期见效,难与成熟电商抗衡,此举成败还有待观察。

中商集团在2008年就建设中商购物网,但交易额一直偏少。他们的基本态度是,“实体商业做电商不容易,在电商布局方面,我们总体上还处于摸底阶段”。

武商负责人透露,“可能收购一个成熟的平台型电商切入市场。”目前,武商已成立电商拓展公司,但传统商业转型电商存在许多问题不易破解。如,电商维护费用不菲、宣传费高企,有些交易额还不错的知名网站,每年亏损过亿元,令人望而生畏。

而汉商集团总经理麻健雄坦言,目前没有做电商的打算。

“触电”问题,4家公司均持谨慎态度,

即使投入,也只是“小兵力侦察”。他们担心“投入大,亏损大,我们要对股东负责”。

这种“力度”与政府有关方面期待不对等。武汉商务部门认为,本地电商网络上年零售约32亿元,仅占社会消费品零售总额的0.9%,而全国水平为6.1%。“网络购物爆炸性增长,武汉严重落后”,武汉商务部门有关工作人员认为“商业是优势产业,武汉接连错失电商全国扩张、地方布局电商机遇。传统商业要补课,本地电商布局要启动”。

据悉,武汉汉正街正在整体改造为国家电子商务示范基地,武汉今年将重点引进一批电商。京东商城派人多番来汉考察,设立具有集结算中心、分拨中心功能的华中区域总部。阿里巴巴智能物流中心、腾讯电商总部、富士康电商总部、富士康微软云电商体验店正与武汉接触。

让武汉人纠结的不是这类引进,而是财大气粗的本地商家,要不要以较大投入

实施转型电商战略,因为凭借这些商家财力,最有可能创造出本地大型电商。

4大商业上市公司聚首,未能解决这个问题。武汉专家、学者亦意见分歧。有专家以沃尔玛为例,2010年,沃尔玛在中国试水电商,其效果远不如在美国做得好。有专家指出,传统商业借助电商平台虽能提高销量,但每单交易额过低,免费派送的成本,最终难以承受。还有专家认为,电商不可能取代传统商业,传统商业必须坚持和完善既有业态,电商只是补充。

据了解,家乐福针对中国国情,与电商找到一个很好的结合点,2011年,家乐福与团购网站合作,低价、批量销售促销商品,团购的大购买量带来的低折扣,受到消费者欢迎。但家乐福上海区负责人表示,在可预见的时间范围内,不会将重心转向电子商务,“因为家乐福的理念就是‘福到家’,对于我们来说,购物环境和与顾客之间的互动更重要。”

## 公司数字

### 50% 安盛购入天平汽车保险股份

本报上海4月25日电 记者李治国报道:安盛集团近日宣布,已与中国天平汽车保险股份有限公司达成协议,购买其50%的股份,交易的完成取决于中国保险监督管理委员会的批准。根据协议条款,大部分交易对价将以现金形式,约20亿元人民币,注入天平投资于未来增长,并从天平的现有股东手中购入24.4%的股份,交易对价为19亿元。安盛与天平的现有股东将共同管理天平。安盛目前在中国的财产险机构将被并入新成立的合资公司。

交易完成后,安盛将继续大力发展其在中国的财险业务,包括商业财险、零售非车险及健康险业务。

### 10亿欧元 华为在意大利部署移动宽带

本报深圳4月25日电 记者杨阳腾报道:华为技术有限公司今天宣布与意大利电信服务企业Sirti联合,共同为意大利运营商Wind推进LTE移动宽带技术在当地的应用。其中,华为将独家部署全国性的LTE网络,该网络建成后将在意大利全国范围内提供LTE服务,为当地带来最佳移动宽带体验,Wind将为此项目投资10亿欧元。

据悉,LTE网络的部署是Wind为满足流量增长和用户体验诉求的重要战略。Wind将充分利用最新移动宽带技术的巨大潜力,为用户提供全新的业务体验,使用户能够享受到视频会议、实景导航、高清视频点播、高速视频下载和社交网络等移动宽带业务。这也是华为与意大利公司建立长期战略合作伙伴关系的一大合作成果。

本版编辑 董庆森

电子邮箱:jrbqybd@126.com



这是4月25日在山东省最大的船舶制造基地——即墨女岛船舶制造功能区拍摄的载重20.5万吨的散装货船。

当日,青岛扬帆船舶制造有限公司将一艘20.5万吨级散装货船正式交付香港洪祥航运公司。据了解,该散装货船载重20.5万吨,是山东省有史以来建造的最大吨位船舶,具有自主知识产权,其油耗、航速及载货量等主要技术参数优于日本、韩国等国家的同类型船舶,主要适应于煤、矿石和谷物的运输。

宁友鹏摄(新华社发)

## 5款产品同时问世

# 中搜进军移动互联网

本报北京4月25日讯 记者秦海波报道:老牌搜索引擎厂商北京中搜网络技术股份有限公司近日在京发布了中搜搜悦、中搜第三代搜索移动版、中搜应用宝典、中搜V商以及中搜移动船票等5款移动互联网产品,分别涉及新闻订阅及阅读、移动搜索引擎、应用下载商店、企业级社交平台和 enterprise 级移动应用等5个不同领域。业内专家指出,这意味着国内领先的第三代搜索引擎服务提供商吹响了进军移动互联网的号角。

中搜总裁陈沛认为,个性化、主动和互动将是移动搜索必须具备的3大特点。基于对移动端搜索的理解,以及中搜在传统PC互联网积累的第三代搜索技术,中

搜推出其在移动互联网的第1款颠覆性创新产品中搜搜悦。中搜搜悦是中搜移动战略的重要一步,也是其全面进军移动端的重要标志。

中搜2013年全新的移动战略随之对外公布。首先,中搜会将之前在搜索方面的优势转移至移动端,并充分适应于移动端的特点和优势,以相应的系列产品及服务。陈沛表示,移动搜索还是尚未被完全开发的领域,中搜希望在此处实现超越。

其次,中搜将吹响中小企业专属移动应用的号角,帮助所有客户及合作伙伴与中搜共同探索、利用移动互联网的广大空间。从目前的情况看,传统产业中的中小

企业步入移动端的步伐明显偏慢,行业内也缺乏相关服务和产品。甚至此前还很少有移动互联网企业提出类似概念,中搜看准了此间存在的一系列需求和商机。为此中搜同期发布了为传统中小企业打造专属移动应用的系列产品及服务——中搜移动船票,而另一款产品中搜V商也将为中小企业在移动互联网搭建社交平台。

最后,中搜还将发布自主的移动应用平台,这可以看做是中搜移动云平台的前奏。中搜在PC互联网的云服务方面具有较强优势,将这一优势延伸至移动互联网,不但是前两项移动战略的基础,也可为中搜今后争夺移动端入口提供有力支持。

## 微讯

### 苏宁线上线下联合发力促销

本报讯 记者周雷报道:北京苏宁近日宣布,为迎接“五一”黄金周的到来,将通过线上线下联动的方式率先发力家电市场,力争用两周半的时间实现销售额超12亿元。

据悉,苏宁本次促销以电商苏宁易购为先锋,通过线上的全品类促销等形式抢占市场先机,全面提升销售额。在线下市场,苏宁携手国内外知名家电厂商,集中了大量资源,对彩电、空调、冰洗、厨卫等产品进行打折销售。此外,苏宁深化银企合作,将携手8大银行及百个品牌展开“零首付、零利率、零手续费”的分期付款活动,并推出专属畅销优惠产品,促进信贷消费的增长。

### 北京千件专利企事业单位评出

本报讯 记者沈慧报道:记者近日从北京千件专利企事业单位培育工作会暨知识产权宣传周启动仪式上获悉,中国石油、国家电网、清华大学、联想集团等10家单位成为2012年北京千件专利企事业单位。

据了解,下一步,北京市知识产权局将在推动千件专利企事业单位培育和发展的基础上,进一步加大专利的流转运用,在专利转移转化上下大力量,着力将潜能巨大、影响长远的专利无形资产转化为无限的有形经济价值,为首都战略性新兴产业高端发展提供核心专利资源的支撑和保障。

活动当天,主办方还公布了首届北京市知识产权10位有影响人物、10大案件以及10大事件。

### 华北荣盛深水防喷器填补空白

本报讯 记者宋美倩、通讯员李圣哲报道:近日,河北华北石油荣盛机械制造有限公司生产的3000米深水防喷器,在北京第十三届国际石油石化装备展览会上被评为唯一创新金奖产品。

据悉,华北荣盛是全球最大陆地防喷器制造商和沧州市超千万美元石油钻采设备出口龙头企业。此次他们携5大类10多种高新技术产品参展,引发了大批国内外客商的关注,赢得了17名工程院院士和专家评审的认可。该公司研制成功的3000米深水防喷器及其控制系统,打破国外厂家垄断,填补了我国海洋工程水下关键设备的空白。

是否收费且不说,微信给运营商带来的威胁却实实在在。原来相互残杀的3大运营商将于近日推出联合计费,这对消费者来说肯定是件好事——

# 还是交给市场办好

徐涵

日前,工业和信息化部新闻发言人对于微信收费一事表态,即互联网和移动互联网等新业务是否收费由市场决定。“由市场决定”这几个简单的字做起来却相当艰难,这意味着一个企业的产品用什么形式呈现给用户,是否收费,收取多少,将由企业说了算,相关主管部门将不再干预。

尽管从这样的表态中人们依然无法判断微信将来是否会收费,但至少可以知道,主管部门已经放弃了原来明显的倾向性。

微信收费一事源于此前从工信部传出的消息,称工信部正在协调运营商微信收费一事,他们会考虑运营商的合理要求。这样的信息足以表明主管部门的态度,正因如此,才会市场上引发轩然大波。而目前,关于微信收费说法的改变其实传递出一个重

要信息,就是市场的事情政府不再插手,交给市场来办。

人们之所以关注微信是否收费,是因为这个基于移动互联网的创新应用有着强大的市场魅力。从2011年1月微信的第一个版本上线至今,微信用户已经超过3亿,遍及海内外,致使基础电信运营商的业务受到冲击。工信部19日公布的数据显示,2013年一季度全国短信发送总量同比增长仅0.5%,而普通用户使用的点对点短信量同比下降了10.9%。在中移动近日发布的第一季度财报中,季度总通话时长为同比下降了3.06%,显然,类似微信的即时通信软件对通信运营商的影响深远,产生了强烈冲击。

如果把刚刚两岁的微信作为移动互联网应用的一个创新的话,那么运营商的

语音业务和刚刚起步的数据业务只能算作“传统业务”了。最近微博微信上广为流传的一个长贴,第一句话是,“移动搞了这么多年才发现,原来腾讯才是我们的竞争对手……”其实,传统业务真正的竞争对手是融合创新,这一创新的导向完全来自市场需求。无论你在世界百强中多靠前,无论你拥有多大客户规模,不创新必然走向衰落,这是发展大势。如果企业把扩大市场规模寄希望于政府与政策,必然令创新的步伐懈怠,最终被市场淘汰。

看过电影《少年派漂流记》的人都会对船上那只老虎印象深刻,有了这只老虎,少年才会警觉,才会创新,才会充满动力,才能赢得生机。在这只老虎的面前,任何人都会有危机感,除非你自己放弃生存的希望。

显然,运营商面对威胁不会轻言放弃,更不会坐以待毙。有消息称,中国移动电信公众平台日前已悄然上线,同时,中国移动已经向第三方公开竞标以重振飞信。此外,中国电信的翼聊、中国联通的沃聊也在加紧布局,这一切动力,都来自市场的压力。

此外,有业内消息人士透露,一度竞争惨烈的中国移动、中国联通、中国电信3大运营商将首次联手应对微信带来的冲击,不甘心仅仅成为它们的运行“管道”。3家运营商的应用商店将于近日推出联合计费,应用开发者可以同时在这3家应用商店平台发布应用,直接覆盖全国10亿手机用户。这些动作只是运营商发力收复失地的开始。

我们相信,把市场的事交给市场办,这事就会更好办。