



## 16省市实行银联手机支付进农家

本报讯 记者陈果静报道:为改善农村地区的支付环境,增加农村支付服务投入,中国银联自2012年启动农村地区移动支付试点工作以来,已将银联手机支付业务延伸到了16个省(市)的县乡,为农民生产、生活带去了便捷、安全、实惠的支付服务。

目前,全国已有近半数省份的农村地区启动了银联手机支付试点,服务内容除了跨行转账、小额取现、余额查询等基础性支付功能外,还可实现农资购销、涉农保险、农事查询以及公共事业缴费等特色支付应用。

## 农行甘肃分行与读者传媒开展合作

本报讯 记者李琛奇、通讯员张小菊报道:中国农业银行股份有限公司甘肃省分行与读者出版传媒股份有限公司近日在兰州举行战略合作框架协议签约仪式。

根据协议,农行甘肃分行将充分发挥大型国有商业银行的金融资源和服务优势,向读者股份公司提供包括信贷、理财、现金管理、投资银行、“金穗读者卡”在内的金融服务;读者股份公司将首选农行甘肃分行为业务主办行之一,与农行甘肃分行建立全面战略合作关系。

## 一汽自主品牌新奔腾 B50 上市

本报讯 一汽新奔腾B50近日在北京举行上市发布会,此次新奔腾B50共推出1.6L和1.8L两个排量共计6款车型,市场指导价为9.28万元至12.28万元。一汽轿车销售公司总经理张晓军表示,新奔腾B50以全新外观、全新内饰、新增动力等40项全新变化充分展示了一汽轿车在自主领域的汽车制造工艺和科技水平。

据悉,此次新奔腾B50上市的车型新增了1.8L排量,其配备的1.8L ET3系列高性能全铝合金发动机,在达到京V排放标准的同时,比同级排量发动机更具有燃油经济性。(何悦)

## 携程发布中秋版旅行 5.0 客户端

本报讯 记者黄鑫报道:携程近日发布中秋版携程旅行5.0客户端,推出了动态打包式自由行套餐,并增加了攻略社区的微游记功能,将行前、行中、行后打通。

携程旅行网CEO梁建章表示,自4月发布“大拇指+水泥”无线战略后,第二季度携程酒店预订超过20%、单日交易额峰值更超过5000万元,成为交易额最高的旅行类APP,近期酒店单日交易订单比峰值更突破40%。

本版编辑 杨忠阳 孟飞

## 计划年内招商数量达到1万家

## 苏宁发力电商开放平台

本报记者 周雷



9月12日,苏宁开放平台“苏宁云台”正式上线,前期签约的300家商户全面投入运营,年内招商数量将达到1万家。苏宁此番动作意味着电商巨头将围绕商户资源展开新一轮平台大战。

数据显示,2013年上半年,中国B2C网络零售市场(包括开放平台式与自营销售式),天猫以50.4%份额排名第一;京东名列第二,占据20.7%份额;位居第三的苏宁易购占据5.7%份额。

阿里巴巴在国内电商界业绩遥遥领先,其开放平台模式功不可没,基础则是淘宝、天猫两大平台上广大商户的支撑。由于阿里的成功样本在前,原本以自营销售业务为主的电商也开始把平台化发展提到战略高度。京东提出,2016年开放平台交

易额将占整体业务的50%。苏宁出于快速做大线上业务的需要,自然也要发力开放平台。

今年8月底,苏宁公布了全面转型互联网企业的实施路线图,其核心是大开放战略。苏宁云台定位“电商+店商+零售服务商”,计划将企业自身的商业资源进行社会化共享,经营全品类、拓展全渠道、服务全客群。苏宁开放平台的实施,填补了“零售服务商”的定位。

“互联网企业比拼的不再是自我创造价值的高低,而是为合作伙伴服务的能力。”苏宁副董事长孙为民表示,苏宁唯一的产品是服务,企业从传统零售起家,积累了传统电商所不具备的品牌、门店、供应链、物流等零售核心能力和资源。开放平台就是把苏宁的核心零售资源与进驻商户共享,提供商户零售整体解决方案。

据介绍,门店是苏宁区别于传统电商平台最大的优势,苏宁将对商户实施“双线开放”。苏宁现有1600多家门店,到2020

年门店数将达3500家,既有苏宁EXPO超级店、旗舰店,也有自建的苏宁广场和苏宁生活广场,入驻线上开放平台的商户将可依托苏宁店面实现落地。比如,入驻苏宁广场进行品牌展示、选择部分商品进入门店实物展示或通过电子货架、二维码、视频进行虚拟展示,让消费者能够零距离体验线上商品。苏宁门店则将向消费者提供自提、支付、配送、鉴定等线上线下协同服务。目前,苏宁正在全力打造互联网门店模式,第一代版本将于四季度在全国重点城市试点,届时第一批100家核心门店将向平台商户开放。

金融服务也是苏宁平台建设的关键一环。苏宁已拥有自有第三方支付工具——易付宝,并且设立了小贷公司。苏宁将对入驻开放平台的供应商提供小额贷款,首批投10亿元设立平台信贷资金,向商户提供质押、信用、保理等多种形式的融资服务,预计将在9月底开始试点运营。

针对目前电商盛行的收取平台使用费、

技术使用费、佣金等获利的做法,苏宁提出了免费策略。苏宁易购执行副总裁李斌介绍,苏宁开放平台设立了7类基础的公共服务,面向商户提供类目规划、店面设计装修、基础流量导入、基础数据服务、即时通讯服务、苏宁认证商品质检服务、第三方交易担保和支付工具等服务,这些全部免费。

有分析人士表示,苏宁作为开放平台的后来者,以“更低成本、更大价值”吸引商户的策略一目了然。在既有平台收费提高、线上商户运营成本上升的情况下,苏宁打出免费牌,势必会分流其他电商平台的商户资源,而实施线上线下开放,可有效扩大客群资源,有助于商户把握更大商机。此外,苏宁以高起点对商户进行筛选,可解决以往平台粗放发展、鱼龙混杂的积弊,聚集优质商业资源。这些举措预计将对竞争对手产生一定的冲击,各大电商平台转型升级步伐也会加快。当然,苏宁开放平台现在还处于起步阶段,在平台运营、技术服务等方面有待历练,要赶上传统电商尚需时日。

在行业销售利润率仅为0.23%的情况下仍有亮点——



## 钢铁企业创新管理御“寒冬”

本报记者 常理

大胆尝试;首钢加强集团化管理,形成合力;唐钢转变生产组织模式的实践,显著提高了企业的成本控制能力……还有沙钢、中天钢铁等,均通过管理创新打开了企业发展的一扇窗。

工业和信息化部产业政策司副司长苗长兴认为,依靠管理创新突破制造业当前的困境,实现传统制造业的转型升级,首先要推进企业管理理念的创新。钢铁企业要摒弃传统计划的、粗放的、规模的发展观念,转而走市场的、集约的、质量效益型的发展道路,并探索更加适合这种道路的管理理念。

其次,要强化企业管理机制体制创

新。强化企业管理体制和机制创新,需要考虑的因素较多,但是最关键的一点就是是否增强了企业在市场竞争条件下的竞争力。

第三,要更加注重商业模式的创新。商业模式的创新,要和钢铁企业转型升级的进程,要和钢铁企业从制造商向服务商的转变紧密地结合在一起。钢铁企业应进一步深化对全产业链的管理模式创新,加强服务能力建设;进一步重视信息技术的进步对于企业管理模式和经营模式的深远影响;进一步高度重视现场管理和环境经营,从低碳、绿色的角度组织生产经营,走可持续发展之路。

在钢铁行业产能过剩的大背景下,加之原材料成本持续高位和钢材价格一路走低,今年1月至7月钢铁行业销售利润率仅为0.23%。然而在严峻的市场形势下,全行业也出现了一些难得的亮点。数据显示,上半年,沙钢集团实现利润11.28亿元,中天钢铁实现利润3.94亿元,南京钢铁实现利润3.15亿元,中阳钢铁实现利润2亿元。

是什么支撑了这些钢铁企业在行业的微利状况下保持一定的盈利水平?其中很重要的一个原因是企业通过内部管理创新提升了利润空间。“不论是应对当前的困难,还是进行转型升级,管理创新应该是总开关。”在近日举行的冶金企业管理创新高

峰论坛上,中国钢铁工业协会党委书记兼副会长刘振江指出,这次钢铁业面临的转型非同寻常,是行业由规模效益向质量效益的转变,是摒弃原有发展方式开拓新的增长模式的转变。在转型初期,很多钢铁企业不适应,不知道如何转,比如目前经济增速放缓了,而钢产量还一时控制不住。因此,我们应该清醒地认识到,在当前的市场环境下,一些陈旧的管理办法不行了,钢铁企业需要创新管理理念、创新管理机制、创新管理方法。

据了解,目前国内许多钢铁企业已经走出了一条向管理要效益的道路。比如,宝钢在财务管理、能源管理等方面进行了

## 张裕入选

## “全球最受欢迎葡萄酒品牌”



全球第四大葡萄酒企业

进入欧洲3000家超市

张裕解百纳: 出口欧美亚28国, 性价比高

张裕爱斐堡: 大国元首访华宴会用酒

张裕先锋国际酒庄联盟: 专业甄选全球佳酿

注: 英国行业权威杂志《国际饮料》发布2013年度“全球最受欢迎葡萄酒品牌”排行榜, 张裕榜身其中。

