



指尖新经济

智能设备：

整合走出实用路

本报记者 陈静

不实用、黏性差，一直是挡在智能设备发展路上的“拦路虎”。当前，智能设备应迅速形成统一标准，互联互通，通过整合打通数据通道，让设备的“智能”真正得以发挥

第三届中国电子信息博览会于4月9日至11日在深圳举行。和今年以来国内外的诸多消费电子展一样，智能可穿戴设备、智能家居和智能汽车依然是这次博览会的最大亮点。国内厂商对智能设备的热情不难理解：来自第三方市场研究机构速途研究院的数字显示，2014年我国的智能可穿戴设备市场已达到66.2亿元规模，预计2015年我国智能可穿戴设备市场规模将达到135.6亿元，增速超过100%；而概念更为广泛的智能家居市场，则预计将在2018年达到1400亿元的巨大市场规模。

不过，“时髦不是实惠”，不实用、黏性差一直是挡在智能设备发展路上的“拦路虎”。今年两会期间，多位互联网界的代表委员表示，智能设备应迅速形成统一标准，互联互通，通过整合打通数据通道，让设备的“智能”真正得以发挥。

整合的途径之一是平台的开放。目前，小米、京东、阿里巴巴、腾讯、百度都已搭建起自己针对智能设备的“生态圈”。通过为创业者提供诸多服务来跑马圈地。阿里巴巴上周宣布，将集团旗下天猫、阿里智能云、淘宝众筹等3个部门进行整合，成立了阿里巴巴智能生活事业部，将电商销售资源、云端数据服务、内容平台集成在一起，希望借此打通全产业链。京东则在3月提出了“京东创业生态圈”概念，上线股权众筹平台，成立京东创业基金。京东商城CEO刘强东表示，其重点项目就是智能硬件。百度也上线了自己的智能硬件电商平台百度未来商店。

整合的途径之二是巨头之间的彼此合作。支付宝钱包开放平台上周宣布与小米手环合作，将在支付宝最新版本中支持“手环支付”功能。支付宝钱包产品专家蒋龙告诉《经济日报》记者，通过这一功能，消费者戴着小米手环在手机支付时，就可以免输密码完成支付。“随着智能硬件的普及，支付和金融能力将成为智能硬件设备发展的重要推力，未来可穿戴设备可以与个人身份进行绑定，代替各种实体卡券，一个手环可以完成各种场景的支付、酒店入住代替房卡开门，乃至电影院取票。”的确，支付被视为整合智能设备的重要渠道之一，百度钱包同样打算推出与智能设备捆绑的“心付”功能，通过人体健康手环等可穿戴设备里的光学传感器，测量血压和心跳速率等人体生理值，并通过这些数据判断用户的情绪和状态，从而推送符合用户状态的种种优惠券和产品。

在合作的大潮中，国际厂商也纷纷参与进来。4月8日，英特尔宣布携手腾讯QQ物联，共同创新智能家居及物联网开放服务基础架构。双方表示，英特尔将提供端到端的智能软硬件一站式基础架构解决方案，包括智能设备终端、智能网关等一系列的基础平台；腾讯QQ物联则提供其强大的端到云传输通道和智能云综合服务。

在互联网厂商之外，传统家电厂商和手机厂商也在不断打破“一家独大”、“占山为王”的思维模式。2014年年末，美的与小米达成战略合作协议，今年年初，海尔与魅族的合作也终于“落地”，魅族入驻海尔智能家居平台，海尔将向魅族开放接口，使魅族手机可控制所有海尔智能家居产品。

对于巨头们来讲，整合意味着效率的提高和数据的打通，但不少智能设备的创业者依然心怀隐忧。一位不愿透露姓名的智能血压计创业团队负责人告诉记者，从目前来看，整个智能设备领域并未实现真正的数据打通，“整合依然是基于各家自有的云服务，创业团队依然面临‘站队’问题，你在百度、阿里巴巴、腾讯中选择了任何一家，未来如何再在其他平台上拓展增值服务？”该负责人表示，随着巨头们智能设备生态链的形成，未来创业团队的创新空间有可能被进一步挤压。

建材行业启动大数据评估系统

据新华社电 日前，中国建材行业大数据评估系统在北京启动，这是建材行业结合互联网、运用大数据的首次创新性尝试。

该系统主要对建材行业的两大领域，即对水泥行业和建材终端产品的生产企业的社会责任、舆情监测和社会公众关注度三部分进行评价。中国建材联合会会长乔龙德表示，评价体系主要以建材产业的消费端对企业经营以及社会责任反应，市场对企业生产的质量和信誉度影响等要素进行分析，摒弃了以前带有倾向性的评判模式，是建材行业评价体系的一次创新。

2014年以来，国家建材行业的主管部门就多次强调，今后一个时期，互联网思维将成为行业创新思维的重要组成部分。业内专家也指出，当前中国经济已进入转型升级、提升质量的“新常态”，探索以互联网提升传统产业效能是未来的趋势。

由中国建材报社与东方君和管理顾问有限公司联合发布的这套大数据评估系统，以国际通用评价框架为基础，采用专业机构自主研发的指标体系，运用国内先进的舆情监测系统，监测、采集了来自30万家网站、200万微博账号、30万微信公众账号的相关信息，历经多次修改、调试、完善。在整个体系中，大数据为评价系统带来了新型评价方法。

本版编辑 朱洁

日前出台的《中共中央国务院关于深化供销合作社综合改革的决定》提出，深化供销社综合改革，做好农村电子商务。目前，在发展农村电子商务的过程中，供销社取得哪些经验、又遇到哪些问题？本报记者进行了调研——

把供销社办到网上去

——浙江省供销社发展电子商务调查

本报记者 黄俊毅



4月2日，浙江省绍兴市上虞区供销社驿亭镇贾家村电子商务服务站店主贾冰溶，替村民秦丽华在“淘宝网·上虞馆”下单订购衣服。



4月3日下午，在浙江省绍兴市上虞供销社大通电子商务有限公司总部，工作人员收到了秦丽华网购的衣服包裹。



4月3日下午，大通电子商务有限公司工作人员将贾家村当天到货的所有包裹装成一箱，送到贾家村电子商务服务站。



秦丽华(右)接到通知，来贾家村电子商务服务站领取包裹。本报记者 黄俊毅摄影报道

浙江网上供销社3年内将覆盖全省

本报记者 黄俊毅 黄平

浙江省供销社进军电子商务时间不算长，但发展很快，成果丰硕。为更好地服务“三农”，浙江省供销社正下一盘大棋。这盘大棋是：进一步拓展农村电子商务发展领域，提升农村电子商务的发展质量和服务水平，用3年时间打造成“浙江网上供销社”。

“今后我们工作的着力点是，在省本级打造‘5个平台’，上下对接，打造网上供销社。”浙江省供销社理事会主任马柏伟说。所谓“5个平台”，就是：以浙江特色(产)馆为主要内容的浙江农产品网销平台、以大宗农产品现货交易服务为主要内容的大宗商品交易平台、以农资经营服务为主要内容的“智慧农资”服务平

台、以为青年创业创新服务为主要内容的互联网创业创新孵化平台、以为农民生产经营提供融资服务为主要内容的农村合作金融服务平台。

按照规划，到“十三五”末，浙江全省供销社系统将构建起自建平台与借助第三方电商平台相互支持、线上交易与线下交易融合发展的格局。全省系统流通企业电子商务应用率将达到80%以上，基层经营服务网点信息化改造比率达到70%以上，电子商务交易规模占全系统销售总额比重达到40%以上。

“今年将新建各类地方特色馆23家，电商销售额可望突破18亿元。”马柏伟说。

品2000余种，其中浙江地标产品159个、中华老字号产品75个、浙江重点地域特色产品628个。宁波市供销社承建的“淘宝网·宁波馆”，开馆7天销售额就高达1400万元，成为浙江供销社系统淘宝网开馆期间销售业绩最好的市级馆。

马柏伟说，截至目前，浙江省供销社已在淘宝网、1号店及京东商城等三大电子商务平台上建成各类地方特色馆18个，入驻网商近1500家，入驻商品近4000种，并与2000多家合作社和生产型企业建立了产销对接关系。

生意做得火

常见网上卖农副产品，听说过在网上“卖”田吗？去年3月，兴合电子商务有限公司就靠在网上“卖”田，而且是卖别人的田，成功地火了一把。

事情是这样的：去年3月，兴合公司提出土地网上流转新创意，联合阿里“聚划算”和安徽绩溪市政府，通过网络平台，对绩溪闲散土地以私人定制农场的方式，向网民推出了一个“聚土地”认购活动。兴合公司首席运营官方献礼说，活动一推出就获得全国网民的极大关注，总共两天的网上营销活动，页面点击量达5亿多次，有35万多人在线咨询，2699人下单，成交土地339.9亩，交易额近200万元。

供销社都能在网上把农田“卖”好，其他的更不在话下。

“去年杨梅上市旺季，最多一天发了3000多箱。实在忙不过来，公司几乎所有人都下到农村田间地头，帮忙打包。”大通公司经理助理付元庆说。大通电子商务有限公司是浙江省上虞供销社下属的电子商务企业，公司经营“淘宝网·上虞馆”、“1号店·上虞馆”。

走进绍兴大通电子商务有限公司，就见玻璃墙上醒目地书写着这3组数据：

“6月12日至20日，8天时间，销售杨梅7526单13640箱，总销售额105.66万元，页面访问量突破22万人次。”

“8月7日至14日，8天时间，销售葡萄8619单10342箱，总销售额81.7万元，页面访问量突破20万人次。”

“9月9日至10月29日，50天时间，销售猕猴桃12312单17237箱，总销售额120.66万元，页面访问量突破35万人次。”

去年正值特色水果杨梅、葡萄、猕猴桃上市旺季，上虞馆通过在网上开展“四季仙果之旅”品牌营销，既促进了农产品销售，又吸引了上海、杭州等地的游客到上虞旅游，带动了商贸旅游业的发展，被合作方评为“特产中国明星馆”。

供销社电子商务开展得红火，最大的受益者是农民。“以前猕猴桃全靠自己出门推销，旺季集中上市，积压在地头，价格越卖越低。去年委托供销社在网上销售，不仅省心省事，而且每斤比以前多卖了两三元。”上虞章镇小草湾村果业合作社理事长胡友娣感慨地说。小草湾村果业合作社种了1060亩猕猴桃，去年最远卖到新疆，这在以前是做梦都想不到的。

如今，依托电子商务，浙江各地供销社将本地特色农产品迅速打响了品牌。除了上虞“四季仙果”，还有“二都杨梅”、“凤鸣杭白菊”、“山园子山核桃”等等，都已成为网民熟知的品牌。目前，全省供销社发展各类涉农电子商务企业(合作社)127家，建设各类地方特色馆20个，2014年实现电子商务销售额12.5亿元，电子商务企业数量和电子商务销售额同比分别增长65%和400%。浙江供销社的网上生意真是越做越红火！

农村电子商务一定要接地气

稗言

农村地广人稀，物流成本高昂，发展电子商务不易。浙江省供销社进军网络，之所以势头强劲，效果显著，是因为他们因地制宜，契合了现代农业发展与农民的需求。

记者在浙江各地走访中发现，虽然同在供销社旗下，电子商务发展模式却各不相同。

在平台选择上，有的供销社自建平台，有的借助第三方平台，有的既自建平台又借助第三方平台；在业务选择上，有的只提供平台服务，有的自己开网店销售，还有的既自营也提供平台服务；在渠道选择上，有纯线上的，也有线上线下相结合的；在物流上，有自建物流体系的，也有借助第三方物流力量的。这些模式各

有特点，各有优势，都是当地供销社根据自身实际，结合当地农业产业资源、农民需求、物流发展情况、电子商务基础和其他相关环境条件做出的选择。实际运行情况证明，这些模式确实是当地农村发展电子商务的有效平台和载体。

在选择网购的商品方面，依然坚持因地制宜的原则。供销社姓“农”，各基层供销社就主打当地特色农产品。如目前已通过网销打响了的“二都杨梅”、“凤鸣杭白菊”、“山园子山核桃”等一批品牌，都属于当地的特色农产品。衢江、上虞、龙游等一批县级供销社通过利用自身网点资源，创办农村电子商务服务站，为农民提供网上代购代销、电子支付、农产品代卖和电子商务培训等多种服务，取得了良好业

绩。供销社因此成为当地政府部门发展农村电子商务的重要抓手。

从实践看，浙江全省供销社系统承建的20个地方特色馆中，有16个是县级供销社承建的；全省系统建设的74个农村电子商务服务站，也是以县级供销社为主开办的。县级供销社直接面向农村，是基层网络建设的直接组织者和指导者，在发展农村电子商务中具有不可或缺的主体作用。发展农产品电子商务，县级供销社组织农产品最直接、最便利。放手让县级供销社“表演”，恰恰也是一种因地制宜。

农村情况千差万别，电子商务要在广阔原野生根开花，就一定要做到因地制宜。

网店开进村

网上购物在我国多数偏远农村仍是稀罕物，然而在浙江山村，如今网购、网售却是寻常之事。

早春时节，细雨纷纷，浙江省绍兴市上虞区驿亭镇贾家村的一切都笼罩在朦胧之中。村中央有座老宅院，黑瓦飞檐，墙漆斑驳，显示出小村的古旧。就在老宅院的对面，大学生村官贾冰溶开了个小商店。

村里开店不稀奇。哪个村子没有小商店？奇的是贾冰溶的小店几乎没什么货。原来，她开的是网店。确切地说，她照看的是浙江省供销社农村电子商务服务站。村里谁想买东西，来她这里上网下单，货到付款；想卖农副产品，也来她这里登记，由供销社打包上网销售。

60多岁的贾明中在网上买了一瓶杨梅酒，今天货到了。货送到家门口，比在镇上商场里买还便宜。老人脸上乐开了花。

50多岁的秦丽华，自家做了十几斤笋干菜，今天来小店作登记。“以前自家做的笋干菜，要自己送到镇上卖。现在供销社上门收货，一斤能给20多元，价钱好，又方便。”

方便、实惠，是农民对供销社农村电子商务服务站的评价。这样的服务站，如今在浙江农村随处可见。

解决了农村电子商务“最后一公里”问题，成果不小，但成本并不高。贾冰溶说，房子是她自己的，供销社给外墙做了统一粉刷，她只投资上万元置办了货架。员工就是贾冰溶自己，没有底薪，供销社给她返点，能挣多少全看业务量。贾家村店去年12月28日才开始营业，村里人口不多，目前业务量并不大。“网购代买每天有五六笔，代卖今年登记了几十笔。”

村里网店业务量小，但千万别小看这种扎根农村的电子商务。浙江省供销社数据显示，通过电子商务途径，2014年全省供销社系统共计销售茶叶、食用菌、干果、水产等农产品7.6亿元，同比增长347%。

买卖搬上网

农村电子商务服务站要成功运行，需要系统性的网络平台来支撑。2013年初，浙江省供销社启动了网上“供销百馆万店”工程。“我们的目标是打造浙江网上农产品大市场。”浙江省供销社理事会主任马柏伟说。

为此，浙江省供销社创办了兴合电子商务有限公司，专注于大农业电子商务的综合运营和服务，目前有员工30人。除了兴合电子商务有限公司，浙江省供销社系统旗下还有众多电子商务公司。虽然完全是市场化运营，但所有这些电子商务公司都以服务“三农”为宗旨，主要业务也都是涉农的。

资金投入注重借助社会力量。兴合电子商务有限公司总经理蒋一民介绍，公司注册资金2700万元，社会资本占20%股份。不仅资金投入注重引入社会力量，网络平台也善于依托既有的公共平台。浙江省供销社与淘宝网、京东商城、1号店等电子商务平台合作，承建淘宝网浙江省馆和京东商城浙江省馆，作为供销社开展电子商务的平台。

点开淘宝网上的“浙江馆”页面，只见茶叶、笋干菜、鲜鱼等各种地方农副产品应有尽有。浙江兴合电子商务有限公司承建的“淘宝网·浙江馆”目前已入驻网商657家，入驻商

札记

农村情况千差万别，电子商务要生根开花，必须要因地制宜。浙江省供销社进军网络之所以效果显著，是因为他们契合了现代农业发展与农民的需求。

虽然浙江各地电子商务的发展模式不尽相同，但都是当地供销社根据自身实际，结合当地农业产业资源、农民需求、物流发展情况、电子商务基础和其他相关环境条件做出的选择。