



《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》提出，大力发展行业电子商务，鼓励能源、化工、钢铁、电子、轻纺等行业企业，积极利用电子商务平台优化采购、分销体系，提升企业经营效率——

指尖新经济

知识产权紧跟“互联网+”战略

行业电子商务启动加速模式

钢铁电商

进入质变前期

本报记者 周雷 实习生 田珊楠

今年以来，钢铁业“互联网+”热潮涌动，电子商务快速发展。据冶金规划研究院不完全统计，今年一季度，国内钢铁电子商务网站新增用户数为2.07万，交易用户数为4.3万。有关业界专家认为，钢铁电子商务已进入质变前期。

由于持续面临着产能严重过剩、需求下滑等问题，钢铁业运行正处于低迷期。重压之下，钢铁行业亟需降本增效、创新突围。

“电子商务平台是传统产业和信息产业融合的一个切入点，也符合钢铁行业的发展方向。”中国国际工程咨询公司冶金建材发展部副主任陈子琦表示，电子商务改变了我国钢铁生产、销售、贸易的方式，不仅有利于实现全社会资源的优化配置、提高流通效率，并且能促进钢铁企业从制造商向服务商转变，由仅提供产品向主要提供以产品为媒介的包括技术在内的全套解决方案的模式迈进。

在钢铁业流通领域以往存在着信息不对称、中间环节多等问题，由于商贸商采取分层销售的形式，市场流通的钢材平均经过3次转卖才到达终端用户，导致商贸流通成本居高不下。而电商平台可以把钢铁生产端和用户端有机结合起来，以大数据技术做支撑，能够助力钢铁业提高流通效率，提升客户需求响应能力、有效降低服务成本。

当前，各大钢铁企业都在拓展电商平台。河北钢铁集团承建运营了电子商务交易平台“河北钢铁交易中心”。该中心2014年累计在线交易量1675万吨，活跃会员1万多户；今年一季度，钢材累计在线销售量已超过1000万吨。宝钢则推出欧冶云商平台，近日又成立了欧冶云商东北分公司，加速向辐射全国乃至全球的战略目标迈进。截至目前，欧冶云商注册用户超过5万家。

“钢铁电商仍处于探索发展期，谁家也没有成熟的模板。”河北钢铁交易中心总经理冯彦民说，单个企业级的电商与社会资源对接成本比较高，相比之下，面向钢铁及其上下游产业的第三方服务平台拥有更大发展空间。

陈子琦则提醒说，现阶段钢铁电商发展很快，但在金融支付、仓储物流等方面还需要进一步提升。特别是钢铁物流不同于常规的大宗商品，具有运输困难的特点，并包含仓储、运输、加工、配送一系列服务环节，这对于第三方电商平台而言是个考验。

国内重点钢企正携手构建具有规模优势和竞争力的钢铁电商联盟。7月3日，河钢集团、宝钢集团签署战略合作协议。双方将共同探讨研究欧冶云商与河北钢铁交易中心平台系统对接的可行性，并尽快展开实质性合作。“强强联合能使我们快速获得构建供应链的服务资源，甚至形成新的模式。”冯彦民说。



塑化业试水互联网金融

本报记者 翟天雪 通讯员 张文军

近日，在山东日照经济技术开发区，由日聚电子商务有限公司开发运营的化工原料现货交易平台“聚化网”上线运营，这是目前我国塑料化工行业第一家“互联网+产业+金融”的电子商务平台。该平台的运营模式包括给上游原料供货商找买家，给下游生产商找卖家，给中小微化工企业搭建快捷融资平台，努力实现行业“信息化平台”到“交易化平台”的跨越。

与以往行业电商不同，聚化网在提供资讯、交易和咨询等传统服务同时，还通过与银行和保险公司等金融实体合作，建设了独有的信用评级、仓储物流和融资服务体系，帮助客户实现最低成本交易。该平台自今年3月份试运营以来，截至6月底实现在线交易近6亿元。

- ① 聚化网工作人员在展示国家版权局颁发的证书。
- ② 依靠便捷的物流，将原材料迅速地送达客户。
- ③ 聚化网与日照银行等大型商业机构签订战略合作，谋求大幅度降低平台用户的融资成本。

纺织全产业链拥抱“互联网+”

本报记者 许红洲

纺织服装业是最早“触网”的传统行业之一。当前，在“互联网+”战略下，纺织行业的“互联网+”行动也正在升级换代，从单纯的销售转向生产、设计、制造、渠道、销售、管理、服务等，打造“互联网+”时代的全产业链新优势。

早在2008年，服装线上销售便如火如荼地展开，2014年服装网购交易额达到6153亿元，继续稳坐网购销售品类的头把交椅。在这一过程中，依托电子商务平台和超前的互联网营销思维，凡客诚品、韩都衣舍、太平鸟等一批新锐服装品牌和企业脱颖而出。这让整个纺织行业看到了互联网的巨大能量。

经过几年的发展，网络服装销售已趋成熟。伴随着互联网尤其是移动互联网技术的快速突破，纺织行业的“互联网+”也向纵深拓展。无论是新锐的互联网服装企业，还是传统的纺织企业，抑或是老牌的纺织产业基地、专业市场，都在通过各种路径或注入、或强化自身的互联网基因。

“互联网技术正在逐渐重塑传统的工业经济模式。”中国纺织工业联合会副会长孙瑞哲认为，传统的工业经济时代是以生产端为中心，以商业资源的供给来创造需求、驱动需求。“互联网+”时代两个最显著的变化是：需求端的消费者被高度赋能，形成消费者主权；供应端的企业由于信息的流动性和透明性，促进了大规模社会化分工协作，提高了供应效率并压缩了交易成本。

“互联网+”时代，原辅料、产能、设计这些纺织行业重要元素在互联网上形成巨大的产业生态圈，利用互联网交易平台可以有效地解决传统B2B商务交易中的信息不对称难题，打破传统的利益体系，让企业为消费者提供性价比更高、更符合市场需求的产品。

“做最专业的纺织互联网电子商务平台，一切以消费者的需求为指导进行生产。”这是成长于传统纺织产业基地江苏无锡的美尊网络科技有限公司的目

标。作为纺织产业柔性供应链整合服务平台开拓者，凭借对电子商务的深刻认识和娴熟的纺织服务供应链管理技术，美尊网络正在搭建CBBS平台，即实现消费者、生产商、渠道商、服务提供商的无缝高效对接。

目前，美尊网络已经成功开发出“虚拟成衣”系统。通过虚拟系统，样衣的修改和制作都可以通过电脑完成，厂商可以经过多次对比选择最满意的款式进行样衣生产，从而大大降低时间和经济成本。随着系统的不断完善，消费者也可以通过“虚拟试衣”等功能挑选自己心仪的商品。

业内专家认为，纺织服装业应当根据互联网的特性、大数据和云计算的集成与分析、电子商务的便捷制定变革蓝图，实现网络精准营销和在线服务，有效满足多元化、多层次的市场需求，这是纺织行业向价值链高端延伸的重要途径。

联通公司“宽带富民、宽带强政”应用为齐鲁大地注入新动力——

山东搭上“全光网”快车

本报记者 吉亚桥

“如果现在不让我用‘网’，还真不知道鱼苗去哪里买，成鱼去哪里卖。”山东济宁微山鑫淼水产合作社老板杨成超所说的“网”，可不是渔网，而是山东联通的光纤网。

在山东，为了让更多人像杨成超一样享受到光纤网络的便利，联通在2014年投入40亿元专项资金，开展全光网络建设改造。同时，联通的宽带富民、宽带强政等应用也逐渐落地。硬件与软件建设一同为齐鲁大地“互联网+”战略的发展注入新动力。

农民致富路更宽

“卖成鱼，以前通过鱼贩子，不知道行情。现在靠网络卖得快，而且不吃亏。上海铜川路、天津王顶堤这几个水产市场，在网上都有信息。”在烟波浩渺的微山湖中央，杨成超站在船头向《经济日报》

记者讲述光纤宽带给当地渔业带来的改变。互联网除了让市场信息更加透明，还彻底改变了水产品的销售方式。“以前每到水产品上市时，就要带着产品到处去找销售渠道。现在只要在水产QQ群发布信息，2小时内就会有经销商来谈合作。”杨成超说。今年螃蟹的季节又快到了，他已经提前从网上买好礼盒、标签等，到时候直接从网上接受预定就能发货。

如今，光纤宽带已经覆盖了微山岛上全部17个自然村，共有790户用上了联通光纤宽带。光纤宽带已成为大众创业的“最佳合伙人”。微山县副县长周建仁说，微山岛地处偏僻，网络为渔民打通了一条与外界沟通信息的“高速路”。“渔民们通过网络不仅获得了养殖知识和市场信息，还与江苏、南京、上海等地建立了供求‘绿色通道’，销量大幅增长。我们还将引进阿里巴巴等大

型电商平台，将微山特产卖向全国，搭上国家‘互联网+’的快车。”周建仁说。

城市管理更高效

路上井盖不见了怎么办，交通拥堵无人协管怎么办？从前，群众的这些问题，大多是通过政务热线、信访，或借助媒体、上网发帖去表达。但是，解决效率比较低。为了解决群众诉求不畅通，部门办事效率低下、流程不透明等问题，胶州市委和青岛联通打造了包括“一网站三终端”的党建网络服务平台。“一网站”即党建门户网站，面向公众开放；“三终端”即市级领导终端、镇街部门终端和网格员（基层党务工作者）终端3个手机终端软件。为了方便群众使用，还发布了市民客户端。胶州全市被划分为11139个基础网

格，青岛联通已为1.4万名基层网格员办理了3G终端，为1700户企业网格员办理了4G终端。同时，胶州已在今年6月30日成为全光网城市，共改造升级了5.9万个宽带用户、730多个行政村，宽带接入速率及运行质量大幅提升。如今，群众不出村庄、社区，通过门户网站或手机客户端轻轻一点，就可以用文字、图片、视频等形式反映问题，也可以在网格员每日巡查时集中上报。

依靠互联网和移动终端，解决服务群众“最后一公里”的问题得到了改善：群众轻松“下单”办事，系统对超过12小时未认领的事项自动提醒、责任单位办事质量积分纳入年度基层考核。胶州“服务型党建网”自去年10月上线到今年7月，已受理群众提出事项24657起，办结事项24403件，办结率98.97%，群众满意度达98.31%。

国内首个“知客”金融平台T2P启动

本报讯 记者顾阳报道：日前，北京奥青国际知识产权代理公司、湖南齐翔集团等国内5家知识产权领域领军企业共同发起成立战略合作联盟，并启动了国内首个基于“互联网+”的知客金融平台T2P。

所谓“知客”，是“知识产权投资者”的简称，而T2P是指“商标TM+互联网金融P2P”的概念。作为中国首个T2P平台，“知客”平台将商标与互联网金融进行创新性结合，助力知识产权交易市场的发展。

“知识产权代理服务机构作为创新成果的重要力量，必须紧跟‘互联网+’战略、顺势而为。”齐翔集团董事长朱增辉表示，通过“商标TM+互联网金融P2P”平台的搭建，可以集聚更多的资源，为知识产权领域提供资金、技术和人才帮助，进而实现知识产权业务的快速增长。

据介绍，投资者通过“知客”平台可以轻松实现商标研发储备托管、商标转让交易、商标质押于一体的在线商标金融管理；有商标需求的企业可以非常方便地在平台上选择购买已经成功注册的商标，这样既省去了等待商标审核通过的一年左右时间，同时也消除了企业自行注册商标能否成功申请的不确定性。

“目前，国内商标代理行业乱象丛生，有些代理机构不诚信、不规范、不专业，明明是2万元就能搞定的服务却向企业收取10万元甚至更高，让企业有苦说不出。”奥青国际创始人李宗虎说，5家知识产权企业结成联盟并打造T2P“知客”金融平台，正是为了解决上述行业问题，“价格透明化和商标可靠性的把关可以很大程度上解决上述价格乱象和后续服务不到位的问题”。

不仅如此，T2P平台还可以显著降低企业风险及成本，有效盘活闲置商标资源。

据悉，企业申请注册商标时，一般需要等待一年的时间，才能知道申请的商标能否通过。在等待商标审核的这段时间里，申请企业需要支付时间成本甚至高额的市场推广费用。

“T2P模式金融平台通过为企业提供可选择购买的已成功注册的商标，企业无需查询核对就能避免近似商标、禁注商标等情况，能够为企业提供稳定的、有信用担保的商标商品，将企业注册商标失败的资金风险和成本降到最低。”李宗虎说。

在朱增辉看来，T2P平台可以轻松实现商标研发储备托管、商标转让交易、商标质押等金融管理，集聚更多的资源，为知识产权领域提供资金、技术和人才帮助，进而实现知识产权业务的快速增长。“不仅可进一步提升代理机构的整体运营效率，盘活市场上闲置商标资源，还为代理机构带来商业价值与企业品牌价值的提升，对整个商标代理行业的转型发展起到很大的促进作用”。

据统计，目前我国四字汉字以内商标存量仅为1200万件，而2014年商标申请量高达228万件，2015年商标申请总量有望超过300万件，未来还呈现出逐年上升趋势。这意味着4年后，上述存量即将面临消耗殆尽的危机，如果企业再想使用四字汉字以内作为商标，将只能通过交易来实现。对此，朱增辉大胆预测，未来几年我国知识产权交易市场将会快速发展，在这个过程中，“知客”平台将在知识产权交易市场的兴起中扮演起重要角色。

专家表示，当前国内知识产权领域正处于战略转型期，只有通过整合资源、拓展业务空间、改善和提升专业水平，才能适应市场发展的需要。在“互联网+”时代的创新创业大潮中，“知客”平台的搭建有望发挥更为积极的促进作用。

微能源网产业技术联盟将成立

本报讯 记者梁剑箫报道：以“绿色生活·幸福中国”为主旨的首届“泰山论坛”将于9月4日至6日在山东省泰安市举办。届时，将成立中国微能源网产业技术战略联盟，推动微能源网的建设和发展，解决当前我国能源发展遇到的问题。

据悉，微能源网是以终端能源利用效率为导向，与能源互联网有机链接的智能化区域能源生产、使用、调度和控制系统，能够实现自我控制、保护和管理的自治系统。它既可以与外部电网并网运行，也可以孤立运行，是能源互联网的基本组成部分。

记者了解到，建立微能源网是解决中国能源问题的主要手段，是我国能源发展的必然选择。微能源网联盟的建立，将顺应世界能源互联网的发展潮流，以用户需求为中心，基于“互联网+”的开放模式，提供微能源网开放平台，整合微能源网全产业链，为微能源网的规划设计、运行管理、能效调控及综合利用等方面提供标准化产品、解决方案与服务，开展联盟标准的应用示范，推动其广泛应用，实现与用户合作共赢。

