新动力

《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》提出，利用互联网提升农业生产、经营、管理和服务水平。目前，依托互联网的农资电商平台、农业信息服务和金融服务等各种创新平台不断涌现——

用互联网提升农业服务水平

农资上线更实惠

本报记者 黄 鑫 实习生 李 姝

农资领域，各路电商纷纷“亮剑”，云农场、云公社等农资电商平台顺势而生，加上新上线的京东农资频道，农资网上市场正显示出强大的生命力

国务院印发的《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》提出，鼓励互联网企业建立农业服务平台。最近，京东农资频道上线，为全国广大农民提供种子、农药、化肥、农具等农资产品的电商服务。中国种子集团有限公司、北京京研益农科技发展中心等国内多家农资知名企业与京东达成合作协议并入驻京东农资频道。这意味着京东成为中国首家采取自营农资的综合电商。

我国农资电商的市场潜力巨大。有数据显示，以种子、农药、化肥、农机具四大品类为代表的农资行业市场空间约为2万亿元。2015年被称为我国农资电商发展的元年。在尚未被完全渗透的农资领域，各路电商纷纷“亮剑”，云农场、云公社、农一网、种地宝、村村通、易农商城等农资电商平台顺势而生，加上新上线的京东农资频道，农资网上市场正显示出强大的生命力。

传统的农资行业存在农资行业信息不对称、物流水平落后、金融资源不充分、社会化服务水平低等诸多“痛点”。现在搭上互联网快车，这些难题有望破解。农资电子商务的优势在于优化传统购物渠道、提高行业效率、降低中间费用，为企业和农民省钱。京东农资电商将致力于缩短农资供应渠道，让农资离农民更近。

同时，电子商务可以利用已有的物流网络优势和可追溯的供应链体系，保障农民购买的产品直接来自生产厂商。自营模式的电商还能提供农机售后等打包服务，提高农业社会化服务水平。此外，电商平台特有的比价、信息搜索、金融服务等功能，也会让农民采购农资更加方便。

农资企业加入电子商务平台后有何期望？中国种子集团业务拓展部的姜宗敏十分赞同京东和农资企业共同建设一个农资销售体系，“我们希望通过京东这样的企业，把我们的一些优秀种子品种在一些经营领域进行买断营销，这样并不会与传统经销渠道产生冲突”。中种集团表示，目前由农业部种子管理局牵头，多家企业投资建设了爱种网进行农资网上销售。

目前，农资电商正处于发展的蓬勃时期，各路资本积极涌入，加之政府对农村电商的大力推进，使传统农资企业纷纷触网。但是，京东农资频道等电商与农资企业的结合，更多侧重于农资产品的流通领域。京东副总裁马建荣说，“我们首先要服务农民，改变传统农资的流通方式，优化农资整个产业链”。对农民而言，除了便捷地购买农资产品之外，更重要的是农业技术推广服务、农机具的售后服务等问题的解决有待于农技推广体系的进一步完善，这也是农资企业迈入互联网经济之后需要考虑和解决的问题。

湖北宜昌创新农产品信息服务平台

黄秋葵销售搭上互联网快车

本报记者 李景录 通讯员 张国荣

近年来，湖北省宜昌市大力发展现代农业，充分利用互联网技术，拓宽营销渠道，多层次、多维度与电商进行融合，建立农产品信息服务平台，有效促进了农民收入增长和农业增产增效。

前不久，湖北省宜昌市夷陵区鸦鹊岭镇新场村生态农业园蔬菜基地的黄秋葵成熟上市，当地“玩转宜昌”“魅力夷陵”的新媒体工作人员走进蔬菜基地，现场采编并发布微博、微信图文消息，为当地蔬菜销售搭建平台，助推农产品走上“互联网+”的销售快车道。

① 湖北省宜昌市夷陵区新媒体工作人员（左）在鸦鹊岭镇新场村生态农业园蔬菜基地现场发布黄秋葵销售信息。

② 新媒体工作人员在现场拍摄黄秋葵照片为发布销售信息作准备。

③ 鸦鹊岭镇新场村生态农业园蔬菜基地工人对清洗后的黄秋葵进行上架晾干。

农机电商牵起融资租赁的“手”

本报记者 牛 瑾

网上买书、买家电常有，买农机却不多见。网上买手机分期付款常有，买农机分期付款也不多见。

日前，京东、宜信与农机1688网牵手，正在将上述罕见变得常有。三方通过设在京东的“农机专营店”，以“电商+农机企业+金融”的模式，将线上农机销售、农机融资租赁与线下售后服务、农技指导等结合起来，解决农民个体或集体经济组织在购买农机时遭遇的信息不对称、资金压力大、售后服务差等问题，提高农村农业机械的使用率。

众所周知，农业机械化使用率与农业现代化发展进程息息相关。随着农机使用率的不断提高和土地规模化经营程度的提升，预计到2020年，我国农机市场规模将达到3000亿元以上。与此同时，在我国农机市场上，产销之间信息严重不对称，传统销售渠道、流通方式和服务形式等难以满足农民的实际需求，出现了农机销售疲软与农民农机消费需求难以满足并存的局面。

“让电商真正方便农民的消费与生产，这是京东发展农村电商事业的初衷，也是我们三方牵手合作的原因。”京东集团农资电商部总监范天阳说，“将生产企业、金融服务企业、农户结合在一起，发挥京东作为全国最大自营电商平台的作用和拥有覆盖全国农村电商基础体系的优势，有助于实现农机扁平化销售，让农民享受到多快好省的购机和售后服务，推动农机在农村的普及”。

对于如何有效解决农民购买农机资金短缺的问题，宜信普惠高级副总裁王威认为，宜信提供的融资租赁农机金融解决方案，让“先致富后买单”成为可能，有效打通了农机销售的最后一环，也带动了农机生产企业营销收入的增长。

为了让更多农户通过京东、宜信与农机1688网搭建的平台满足购机需求，王威表示，宜信将为所有成功买到农机的用户免费提供一份含25种重大疾病的人身意外保险，让购机农户在体验到电商平台购机实惠的同时，也能真正享受到普惠金融带来的切实帮助。

微信智能餐厅，让就餐更有乐趣

本报记者 刘 成

对于一家餐厅来说，用餐高峰期时忙得不可开交是家常便饭，如何在控制成本的前提下提高点餐效率一直是餐饮企业面临的难题。青岛卡铺信息公司适时推出了“微信智能餐厅”让吃饭这件事变得更简单，一部手机扫一下二维码就可以完成从点餐、下单、上菜及买单的全部流程，大大提高了用户体验。

位于青岛市李沧区创业广场四楼的一间办公室，是青岛卡铺的创业据点。十几名员工坐在电脑前，认真地忙碌着。“除了我以外，他们几乎都是‘85后’。”青岛卡铺总经理房志远说。

一直以来为企业提供专业的微信营销解决方案，是青岛卡铺“养家糊口”的本领。曾经为青岛市旅游局、光大银行、华润集团、华仁信息、海尔集团等众多大型企业开发微信公众号的青岛卡铺，曾跃居“2014中国优秀十大微信开发商”之一。摊子铺得很大，但却没有自己的拳头产品，为此青岛卡铺积极寻求转型升级。在李沧区创业广场创业期间，房志远在与区人力资源部门负责人交流过程中了解到，餐厅服务员一直是最大的用工缺口。为此，他萌发了做微信餐厅的想法。

说做就做，在初步调研后，他将公司70%的人力都投入到“微信智能餐厅”的开发设计中。在这期间，房志远和他的团队跑遍了青岛的200多家餐厅。“现在，一进餐厅，我就习惯性地对餐厅流程、点餐服务进行评估。”房志远笑着说。经过一年多的时间，“微信智能餐厅”正式上线，经过初步推广，已在青岛市100多家餐厅正式使用。

“这是一个趋势。”使用了微信点餐系统的某餐厅老板说，“点餐系统确实提高了效率，而且减少了服务员用量。非常重要的一点是为餐厅积累了粉丝，他们将可能是我们今后的客源”。房志远告诉记者，“微信智能餐厅”的上线可以帮助传统餐饮企业搭上互联网的“快车”，为其提供精准的品牌规划，包括总结客户人群、调整经营策略等，为餐厅的不断创新助一臂之力。“通过大数据的支持，‘微信智能餐厅’能抓住传统餐厅的不足：过去老板们可以分析哪个菜卖得好、每道菜的成本、单价，但是分析不到具体的人，包括年龄、饮食习惯、要不要二次营销等。而‘微信智能餐厅’能够很好地解决这一问题，并且还可以将线下的用户体验引流到线上，将线上入口为线下门店导流。”

省去传统生活方式下的繁杂与不便，让生活变得更简单，或许是新媒体的魔力所在。顾客到餐厅后一般的流程是，叫服务员，点单，最后付现金或刷卡。现在，顾客只需要点开公众号或者扫一扫餐桌上的二维码，就能自动弹出菜单和支付页面，点菜和支付进入无纸化时代。在后台，“微信智能餐厅”会分别提供给餐厅的吧台和后厨一套数据。用户一扫码，吧台就知道客户在自家餐厅就餐。用户不用催菜，每道菜的进度都会实时报告。用户不在餐厅时，也可以用公众号预约点餐、提前支付，看到的界面是一样的。这样一来，在预约的时间赶到餐厅时，热腾腾的饭菜刚刚上桌。

“微信智能餐厅”为房志远在业内打响了名声，更为他带来了实实在在的收益。2014年，他的公司获得了青岛华仁创业投资公司的保荐，顺利登陆青岛蓝海股权交易中心，成为山东省内首家四板挂牌的微信第三方服务商。谈及这次保荐，华仁创投相关负责人表示，青岛卡铺在发展微信应用服务业务中形成了稳定的运营团队和优秀的研发团队，特别是它们选择餐饮行业为突破口，能快速实现交易量的突破及盈利。

对房志远来说，“微信智能餐厅”并不只是一个“掌上餐厅”，他看中的是其背后的客户资源及产业延伸。未来，卡铺将继续探索餐饮行业O2O全流程解决方案，建设集餐饮业前端营销、店内交互、后端大数据分析为核心的餐饮微信产业生态链。

指尖新经济

链家全方位打造O2O“住”平台

本报记者 许红洲

近一个月来，曾经低调的二手房中介链家大动作频频。先是和北京万科联手成立新的独立家装公司“万科链家”，正式进入家装市场；紧接着在万科、保利、华润等诸多地产开发商见证下，对外宣布新房业务正式上线；几天后又宣布合并广州三大中介公司之一的满堂红。

链家到底要干啥？“在互联网垂直领域炙手可热的当下，衣食住行中，住的领域还没有一个真正的入口，我们就是要打造‘住’的入口。”链家董事长左晖说。

今年以来，链家开始密集并购同行公司，从北方大本营向南、向西、向东不断拓展，已覆盖19座城市，完成了对一线城市的布局。区域布局只是链家谋划万亿地产O2O平台的其中一步棋。随着新房业务的正式上线，链家也完成了对房地产全产业链服务关键一环的填补。

“一、二手房销售的联系越来越密切，开发商需要更多的销售渠道与精准用户，凭借二手房市场庞大的用户群与平台资源，链家从去年就开始探索进入新房市场。”链家网CEO彭永东表示，链家未来对新房市场的开拓将会聚焦全国25个城市，目前链家所覆盖的城市中，在卖新盘的95%都已经在链家网上线。

打通了新房和二手房市场，链家想要打造“住”的入口，构建O2O住房消费服务大平台的目标就变得更加清晰和顺畅。

“在房产垂直领域建立住的入口，核心点是人连接服务。当你想买二手房时，有二手房源和经纪人帮助你；如果想换新房，有新房的经纪人帮助你。如果有金融需求，有金融置业顾问和金融产品服务你，如果想让资产升值，也会有专门的人帮助你。”彭永东说。

围绕“住”做好服务，链家近年不断向资产管理、借贷金融服务、装修等进行产业链延伸。以前房地产中介的服务集中在撮合交易上，而现在中介的服务已经扩展到为业主装修、放租并管理房产，首付不够可以找中介借款，需要融资也可以找中介寻求金融服务。

日前，链家还与地产行业领先的移动化社交化营销平台明源云客达成战略合作。“双方通过充分的数据对接和资源整合，用户将在链家网上看到更为全面的楼盘信息和最及时的楼盘售卖动态。同时，链家网大数据技术通过对用户的行为分析，可为开发商提供更个性化的营销方案，甚至可为后续楼盘开发的户型提供参考设计方案。”明源云客CEO姚武如说。

“互联网浪潮推动房产销售模式改变，房产O2O领域的竞争最终聚焦到服务上。谁能拥有更多的客户，并为客户提供更多、更好、更有价值的服务，谁就能站得稳、走得远。”左晖认为。

业内人士分析，链家作为目前全国最大的房产O2O平台，拥有500万的求租求购委托客户、超过1亿的用户基数、4000家线下门店和5万名经纪人。加上完善的产品和大数据体系，辅以渗透率达30%的金融服务系统，链家正以“全能者”的身份进入O2O住房消费服务领域，未来势必将影响房产交易市场格局。同时，链家带来的全产业链全程服务，也必将为消费者带来更多选择和便捷。

高德联手新浪微博共建“V交通”平台

本报讯 记者徐红报道：高德与新浪微博日前宣布，合作推出“V交通”公共服务平台，并邀请北京、武汉等地的数十个交通机构入驻，在账号互通与内容共享合作的基础上，通过交通大数据进行长期合作，共建权威的交通信息发布平台。同时，高德与新浪微博还联合发布了“V交通”公共服务平台的首个产品——城市交通指数榜。

高德集团总裁俞永福表示，高德与新浪微博合作的重要原因在于希望引入和激活更多更权威的数据，共同建设交通大数据库，创造更多类似“躲避拥堵”等创新功能。

新浪微博CEO王高飞表示，当前通过新浪微博认证的政府机构官方微博10万余个，几乎覆盖政府各大职能领域，其中宣传部门微博数约2.9万，覆盖粉丝总数4.5亿；公安官方微博数1.8万，覆盖粉丝总数约4亿。在公安、法院、交通、气象、文教等民生重点领域，借助新浪微博平台，已经建成了微博上的政务公众信息服务体系，为公众提供公共安全、司法公开、交通出行、天气预警、教育查询等多项服务。通过与高德这样的专业交通数据提供方合作，新浪微博能够进一步发挥在公众交通服务上的影响力，让“V交通”助力智慧城市的建设。

“V交通”公共服务平台发布的首个产品“城市交通指数榜”，正是高德交通大数据及新浪微博媒体影响力的有效结合。城市交通指数榜由高德提供的“高德城市车速榜”和新浪微博提供的“微博城市交通榜”两个榜单综合组成，覆盖范围包括北京、上海、广州、杭州等全国45个主要城市，每日榜单结果在新浪微博上发布。

铂傲推出智能无线音乐系统

本报讯 丹麦著名视听品牌铂傲（B&O）近日推出全新智能无线音乐系统。该系统的机身由木质与铝制相结合的可拆分双界面组成，为音乐爱好者带来两种截然不同的音乐体验：木质界面的全新智能功能，可随着使用时间的增加而逐渐了解消费者的音乐品味；铝制界面的色彩转轮和精细触摸屏，能方便音乐爱好者们自由浏览在线音乐目录、最喜爱的播放列表，并分享自己的音乐收藏。“作为基于云计算的现代化音乐系统，智能无线音乐系统将提供软件更新，我们也准备了可靠的更新路径，并运用多房间体验功能覆盖到电视机和其他音响产品。”铂傲营销副总裁玛丽·施密特说。（宝 木）

本版编辑 朱 洁