

拥抱互联网，寻找新商机——

传统大集转型求生

本报记者 崔国强

服务中心

由北京市皓跃中天展览展示有限公司主办的“2016年五棵松大集”正在如火如荼进行。但主办方表示，已经在北京举办了6年的五棵松大集将告别京城，最后一届五棵松大集截止到2月4日。大集的商业模式过时了吗？如何转型升级才能适应新时代的消费者？近日，《经济日报》记者来到五棵松大集探访，既看到了传统商业服务模式的变迁，也亲身感受到了许多人对“大集”抹不去的浓浓情意。

儿时记忆并不遥远

年终岁末正是置办年货的时候，在五棵松大集上，来自全国各地的农副产品、土特产琳琅满目。广东的皇上皇腊肠、四川的樟茶鸭、山东东阿阿胶、郭字号辽刺参、黑龙江的鱼子酱等原产地直供产品，赣南脐橙、阿克苏冰糖心苹果、河北手掰肠、德州扒鸡、南京咸水鸭、五常大米……让人眼花缭乱，大集上的商家正热情地邀请客户品尝。

在不少生于上世纪五六十年代的人们记忆中，“赶集”是每逢节日必不可少的一项活动。在五棵松大集上，以金猴闹新春、年年有鱼等图案为主题的年画、中国结、福字、门神、对联等应有尽有。从商业模式上看，大集更像超市，与超市不同的是，大集上的商品品种更丰富，买卖时可以砍价，增添了不少乐趣。

过年了，考虑到不少人家厨房需要添点“减轻劳动”的设备，大集上的万能小型粉碎机、小型绞馅机、手摇面条机、电动擀面皮机、手摇削苹果器等也吸引了不少市民驻足选购。据主办方负责人戴文忠介绍，6年来五棵松大集已成功举办了60届，目前正在北京市东、西四环外选址，未来将对品牌进行升级改造。“此次大集有从20多个省区市采购的新特奇产品上万种、冬季生活日用品及食品数百万件，共有450家商户入驻，价格都是当地产地价或出厂价、批发价，减免了中间环节，有些比电商价格还低一成，能让百姓淘到实惠。”戴文忠说。

为了保障大集上各类货品的质量，全部商品入驻大集之前都要经主办方工作人员查验商户的经营证照，同时验证物品的质量。大集入口处专门设立了“消费者服务台”。戴文忠表示，即使大集闭幕了，如果因为质量问题想退货，也可以找到主办方解决。

拥抱“互联网+”正当时

郭字号辽刺参负责人郭奉武向记者介绍，今年来大集的人比往年都少，这种趋势已经延续了两年。“现在网购的人越来越多，大家通过淘宝和京东等电商可以买到各种特产，不仅品类全而且快速不受场地限制，所以这两年客流量在



1月7日，消费者在北京五棵松大集购买商品。此次大集有从全国20多个省市组织的新特奇产品上万种、冬季生活日用品及食品数百万件，让百姓淘到实惠。

远舟摄

锐减。”记者在其他几户商家采访，他们都表示生意比往年冷清。

记者在现场看到，逛大集的顾客以中老年人居多，很多人向记者表示，在记忆里都有过“赶集”的经历，在最后一场大集上，即使不买东西，逛一逛、回味一下过去也很好。“小时候在农村总是爱跟着大人们一起赶集，人山人海，车水马龙。那个时候能到集市去买菜，就是好生活，形容有钱人往往说‘他家集集都赶’。”家住石景山的吴大妈说。得知今年是最后一届大集，昨天一大早她就和老伴赶过来了。

为了实现商业模式的转型升级，大集拥抱新技术、新理念正“步履维艰”。单纯依靠传统的年货购物方式，大集的优势并没有得到完全充分的发挥，戴文忠表示，当前在四环外选址，将开展“互联网+大集”活动。“未来将入驻电商平台，推出‘互联网+年货、生鲜农产品’生活理念，将全国各地的生鲜农产品第一时间提供给北京市民，让老百姓体验到通过互联网置办年货的便捷与潮流，并且能实现‘私人定制’，让‘年味’更时尚。为了更好地回馈消费者，未来在大集现场还将举行红包派送活动，通过手机摇红包形式，让市民在体

验‘互联网+生活’的同时，在新的一年里赢个好彩头，让大家过一把‘办年货、吃美食、领红包、逛大集’的瘾。”戴文忠说。

转型升级路在脚下

“大集”这种传统商业模式，作为市场的重要补充，究竟该怎样转型升级，未来的发展趋势到底在哪里？

北京工商大学商业经济研究所所长洪涛认为，近几年商务部、北京市商委等部门牵头，各地政府支持，把全国各地土特产分期分批产销对接、一站式组织的方式集合到北京，以大集形式在大型购物中心或专业场所交易，减少了流通环节，降低了商品成本。“大集改变了商家四处找地儿组织展览展销打游击的形式，利用五棵松奥运场馆空地搭起的大棚，相对于露天市场，冬有暖气，夏有冷风，顾客愿意来；大集整合了市场和商场的经营优势，兼具商场的信誉和市场的价格，消费者的需求促进大集升温。”洪涛说。

洪涛认为，大集的低成本、大流通、快捷灵活的销售方式，使北京的百

姓不出北京城就可以品尝到全国各地既新鲜又便宜的土特产品，促进了土特产销售，还解决了中小企业库存问题，同时解决部分就业难问题。“许多人在大集上实现了自主创业梦想，给就业难的人们提供了就业机会。大集的繁荣带动了周边商业门店的生意，每日上万人次的客流给这一区域的餐饮、娱乐、旅店等相关行业带来许多商机，市场需求决定了大集模式将不断拓展。”

中国人民大学商学院教授黄国雄认为，大集商业模式应树立不断巩固、提高、发展的理念。“第一应三台合一。建立交易平台、展示平台、信息平台，指导国内外经营者的参与，做成一个固定的平台，少搞面子工程。第二是促进批零兼营。大集兼营了批发，如果批发辐射面更广，商品流通交易的深度、广度将提升。第三是聚内促外，聚集国内产品来促进国际贸易发展，通过聚内形成规模和优势，来吸引外宾购买，大集升级版应该达到这个程度。各地都应建立交易中心，构建平台，如做一个饰品城，建设国际西餐一条街，带动消费体验升级，促进大市场、大流通、大交换，从而促进经济大发展。”黄国雄说。

点评

老树靠什么发新芽

金名

拿当下来说，春节快到了，很多中老年顾客都习惯了到各种各样的年货大集上瞧一眼、逛一逛，不光为图实惠，也为感受那久违了的过年气氛。

赶集这种传统服务业态，虽然不能满足年轻消费群体便捷化的需求，但也有着不可替代的一面。如今，很多城市人都在抱怨“年味”哪去了？在过去，赶集是过年期间不可缺少的一项活动，全家老少齐出动，欢欢喜喜赶大集，既满足了购物需求，也增进了亲情，浓浓的“年

味”就蕴含其中。时下，虽然购物越来越方便了，但似乎随着商业味越来越浓，人情味却越来越淡了。如何找回“年味”，也许就是赶集这种商业形态“老树发新芽”的契机。

现代服务业，既包括随着技术发展而产生的新兴服务业态，也包括运用现代技术对传统服务业的改造和提升。商场运用O2O等方式引来了人气，传统集市也不妨在运用技术手段方面多动脑筋，争取吸引年轻人来赶集。

发展创新设计 引领新产业革命

——访中国工程院院士、中国创新设计产业战略联盟理事长潘云鹤

本报记者 杜芳

会为主要服务对象，是科技成果转化成为现实生产力的关键环节。

重视设计是发达国家的重要特点。德国早在1907年就确立了“设计定标准、设计定质量”的战略，从而铸就了奔驰、大众、西门子等百年品牌。日本1969年先后成立“设计产业振兴会”和“日本产业设计振兴会”，并设立“日本好设计奖”，推动设计产业蓬勃发展，使日本品牌迅速占领全球市场。1998年韩国发表《21世纪设计时代宣言》，宣告以3个“五年计划”实施设计立国，推动了三星、现代、LG、大宇等企业创新，造就了韩国工业强国地位。

当前，欧美各国大力发展创新设计引领新产业革命。美国为了巩固全球创新优势地位，2013年投资3.2亿美元成立“数字制造和创新设计研究院”。2011年欧盟成立设计领导力委员会，制定了面向创新设计的联合计划，并颁布了《为发展和繁荣而设计》纲要。

记者：创新设计如何影响企业发展？当前我国创新设计有何发展机遇？

潘云鹤：创新设计决定着企业的兴衰。爱立信、摩托罗拉、诺基亚等

手机企业，因产品设计未能抓住网络智能的特征而导致衰落。我国汽车产业因长期缺乏自主设计、自主品牌和自主知识产权，外资以40%的资本，占据我国50%的市场份额，攫取70%的利润。而Apple、Google、华为、阿里巴巴等企业，依靠产品和商业模式创新设计，汇聚了全球各种资源，引领了全球产业发展大潮流。

当前，以信息、能源、材料、生物等技术为主导的技术创新，和以互联网、智能化为特征的产业创新、社会创新，将成为推动新一轮全球经济增长和产业结构升级的引擎和动力，而创新设计正是将引擎和动力装入列车的关键环节。我国要大力促进创新设计，利用互联网、大数据、柔性制造、物联网、智能城市、云计算等新技术，催生出创客、众包、众筹及个性化定制、网络设计制造等新业态，推动大众创业、万众创新的新发展。

记者：我国应如何推动创新设计发展？

潘云鹤：我国发展创新设计势在必行，因为创新设计是实现从跟踪模仿到引领跨越的突破口，也是产业和产品创

新链的起点、价值链的源头。对于提升创新设计能力，我有几点建议：

首先，建议将发展创新设计作为国家“十三五”规划的重点内容，把创新设计作为国家创新驱动发展战略的重要组成部分；对创新设计的发展进行规划和部际协调，通过顶层设计政策引导提升我国的创新设计能力，强化创新设计在创新链中关键环节的作用，提升产业的整体创新能力；制定“中国创新设计十年行动纲要”，力争到2025年实现我国创新设计竞争力进入世界设计强国之列，有力支撑我国创新驱动发展战略和国家竞争力提升。

其次，建设国家和区域创新设计公共服务平台。选择重点，推动产学研政合作、建立创新设计工程研究中心，开展创新设计共性关键技术研发，推动创新设计成果产业化。

此外，加强创新设计的科研与教育。加大创新设计研究经费投入，在国家相关专项计划和科技重大专项中增加创新设计内容；改革创新设计教育，促进学科交叉融合，提升学生创意创造和设计创新的能力。

一席谈

最近，山东潍坊成立“城市共同配送联盟”，快消品、生鲜食品、药品、家电等民生消费领域的9家企业成为“盟友”，共同探索城市共同配送，引起关注。

“共同配送”是指多个客户联合起来共同由一个第三方物流服务公司提供配送服务，通过作业活动的规模化降低成本、提高资源利用效率。过去，一辆物流车或一个车队只为一家企业服务、一次只配送一种货物，实现共同配送后，一个车队同时为几家企业服务，可以节约物流费用，降低企业的运营成本。

在“互联网+”时代，整合物流业资源变得更为便捷。每家物流企业的车辆情况、物流企业配送信息、货主信息可以高效地整合到一个平台，通过信息共享，用好物流业的存量资源，可以有效解决过去物流业存在的“满车去、空载回”“半车也要跑一趟”等现象。

谁来搭建城市共同配送信息平台呢？政府部门应大有作为。物流配送占用大量社会资源，具有一定的公益性、公共性，需要政府投入更多精力。业内专家建议政府建立相关的专项资金、政策，重点支持城市商品配送、涉及城市安全的物流配送、先进技术和现代装备应用、商品配送物流服务标准研制和推广等项目。同时，着力改善城市货运车通行环境，为进入中心城区的标准化车辆提供便利。此外，政府还应结合城市发展战略和规划，在道路设计、居民区选址、商业及各类服务网点布局等方面充分考虑城市配送问题，为城市配送留足发展空间。

当前，企业面临较大经济下行压力。“降成本”既是企业的呼声，也是政府应有的作为。在《物流业发展中长期规划（2014—2020年）》中提出：“加快物流公共信息平台建设，积极推进全社会物流信息资源的开发利用，支持运输配载、跟踪追溯、库存监控等有实际需求、具备可持续发展前景的物流信息平台发展，鼓励各类平台创新运营服务模式。”基础设施、信息平台共享共用，既有利于降低成本，也有利于提升效率。

加快推进物流公共信息平台建设，推广试点经验，能有效降低现代物流成本、节约社会资源，同时削减在途运行车辆的数量，缓解城市交通压力，减轻环境污染。这样的探索，还需有关部门、行业骨干企业创新思路、扎实推进。

服务窗

连接供需两端 优化金融服务

货运版“滴滴”开始接单

本报记者 杨阳腾

为了给货主、车主和司机三方搭建开放、透明、诚信的智能货运交易平台，深圳市圣义承科技有限公司旗下“货豹APP”日前正式上线。

据统计，目前我国公路货运占有所有交通运输的比例高达80%。货主和物流公司的数量超过百万，货车司机达1600万人。但因为信息不对称、层层转包等问题，车和货得不到高效整合与匹配，致使2000多万辆货车的空载率高达40%以上，导致了我国物流成本长期居高不下。

据圣义承公司首席执行官陈伟新介绍，货豹APP打破了传统的货运定车模式，通过物流信息化管理，线上与线下相融合，将货主的发货需求与货车运力直接对接，打造出一个货主与司机紧密相连的O2O生态圈，实现最大限度优化货主用车体验及改变传统司机接单方式。

诚信缺失、运费拖欠是物流行业的痛点，极大地损害了货主、车主和司机的利益。在身份核验方面，货豹APP连接公安部身份证系统，将对用户真实身份进行核验。司机需上传身份证、营运证、驾驶证等验证身份，货主则需在下单时预存运费。在保证货物安全方面，平台为货主提供多样化选择，可为货主提供合适车辆，对于运输过程可能发生的货物损毁，符合保险赔付条款的，货豹平台会先行代赔付。面对收款风险，货豹APP提供了第三方支付线上支付。费用采取动态确认模式，自动划拨以保证车主、司机能及时收款，同时平台会提供账单用以核对货物。

眼光掠影



1月7日，江西吉安县委敦厚镇荆岭社区农村淘宝合伙人罗贵华（右一）正在帮村民网上选购“年货”。该县43个农村淘宝店附近的村民不出村，便可通过农村淘宝合伙人网购，既方便又实惠。

胡颖摄

本版编辑 杜铭

服务焦点

当前，我国正进入实施创新驱动发展战略、推动产业转型升级的关键时期。大力发展创新设计，对于全面提升我国的产业竞争力和国家竞争力，推动“中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”，具有重要战略意义。什么才是真正的创新设计？设计将如何推动创新、品牌乃至产业的发展？我国应该如何提升创新设计能力？日前，《经济日报》记者为此专门采访了中国工程院院士、中国创新设计产业战略联盟理事长潘云鹤。

记者：什么是真正的“设计”？为什么要大力发展创新设计？

潘云鹤：设计是人类对创新活动的计划和策划，是将知识、技术、文化和创意转化为产品、工程、经营和服务的先导和转变，决定着制造和服务的品质和价值。设计推动了人类文明的进步，也必定随之而进化。面向知识网络时代，传统的工业设计已经无法满足经济社会的新需求，它必须进化为创新设计。创新设计以网络智能、共创分享、绿色低碳为特征，集科学技术、文化艺术、服务模式创新于一体，以产业和社