

青岛平度加快发展农村电商

500万元快递费的背后

本报记者 刘成 通讯员 张德杰

今年4月初到5月底,从销售大棚樱桃到露天樱桃,广东电商蒋李已经在青岛平度市云山镇驻扎了2个月,“光支付快递费用就超过500万元了”。

今年,像他这样抢滩胶东小镇的电商有200多人,每天网络销售大棚樱桃就达两万单,4月份大棚樱桃全网营销量位居全国第一。

平度市云山镇电商的风起云涌,一方面得益于3万亩云山大樱桃具有“农业部农产品地理标志认证”的金字招牌,另一方面还得益于平度市实施“互联网+服务再造”行动计划,推动电子商务进农村工程的实施。

“作为国家中小城市综合改革试点的平度,‘互联网+’就是试金石。”平度市商务局局长栾庆晓介绍说,平度突出商贸流通、农村和农业、跨境贸易等重点领域,重点推进传统优势产业触“网”升级。目前,已引进了北京云众创客空间胶东总部基地、青岛国信大宗商品交易中心、北京一亩田网、山东地主网等几十家运营商。同时,开设阿里巴巴农村淘宝服务点66个,开设京东服务点200多个。

据了解,除云山大樱桃外,同样具有国家地理标志身份认证的平度马家沟芹菜、大泽山葡萄等名特优产品也已在淘宝、天猫开店销售。平度市蓼兰镇电商和广东省茂名市根子镇结成鲜果类电商对子,其优质油桃远销广东;来自“中国荔枝第一镇”新鲜采摘的荔枝也通过顺丰快递直达平度。

电子商务进农村,互联网知识培训是基础。今年以来,平度市已举办电商高峰论坛、电子商务大讲堂、农村淘宝合伙人培训班、微信营销班等各类电商培训班60余场,培训人数8000多人次。

“面对面教如何运营网店,再加上政府提供的‘农创工坊’平台和政策支持,我创业更有信心了。”在蓼兰镇“农创工坊”接受互联网培训的李霞说。跟刚触“网”的李霞不同,今年65岁的仁兆镇沙北头蔬菜合作社负责人王桂欣已经是个老电商了,自2007年谈成第一笔网上生意以来,目前已做成近300笔网上交易,贸易额达4000多万美元,带动当地蔬菜种植2000多亩。

“我们还将加快电商产业园的建设和运营,推动电子商务聚集发展。”栾庆晓告诉记者,目前,平度已规划建设了国讯高科电商创业园、青岛华天金超越电商创业园、佳龙腾电商创业园、万汇电商创业园等10多个电商产业园,通过为中小电子商务企业、农业合作社、大学生等提供培训交流、网站运营、物流配送、项目申报等服务,促进电商聚集发展。一期建筑面积3000平方米的蓼兰镇“农创工坊”,已有当地旅游采摘等4个项目组以及100多名青年创业者入驻。

完善的电商物流和支付服务体系是“互联网+服务再造”不可或缺的重要环节。平度市以阿里巴巴农村淘宝、京东市级运营中心和邮政三方物流为主体,与顺丰、“三通一达”等知名物流企业协作,已逐步构建起适应农村电商发展的物流配送体系,着力打通农村物流“最后一公里”。“顺丰物流将在云山镇建立冷链物流分拨中心,配备冷链物流车辆,直接把当地的大樱桃等特产运往北京、天津、上海等大城市。”栾庆晓说。

去年网上零售额同比大增47%

陕西电子商务加速跑

本报记者 雷婷

去年,由陕西省太白县丰郎土蜂专业合作社发起的“筑巢酿蜜 体验原始的甜蜜味道”的众筹项目在淘宝众筹上线,68元1瓶500克的包邮土蜂百花蜜在网上供不应求。太白县农副农产品网上热销只是陕西大力发展电子商务的一个缩影。2015年,陕西省网上零售额692.9亿元,同比增长47%,对社会消费品零售总额增速的贡献率达到33.6%。

陕西省随着“一带一路”建设的步伐,电子商务实现加速发展,特别是京东商城、苏宁云商等大批知名网上平台陆续在陕西建立电子商务运营中心和物流设施,为陕西网上零售的快速增长起到了重要支撑作用。

目前,陕西网上零售额过亿元的企业有8家,2015年共实现网上零售额99.6亿元,同比增长173.1%,占全省限额以上网上零售额的92.7%,对全省限额以上消费品零售额增速的贡献率达到21.8%。以上网店为代表的无店铺零售实现网上零售额76.1亿元,同比增长201.9%,对全省限额以上消费品零售额增速的贡献率达到17.8%。

一手抓网络平台建设,一手抓电商货源开拓。陕西依托丰富的果品和茶叶、香菇等农副土特产品资源优势,引导本土企业建立上接云端、下连农户的农副产品网销平台。目前,陕西省共有限额以上网上零售的企业55家,其中涉及食品、果品以及土特产品等商品销售的企业就有27家,2015年共实现网上零售额8.2亿元,同比增长339.3%。

同时,陕西省将农村电商作为实施扶贫攻坚的龙头。目前,全省电商经营户已经超过15万家,线上零售额近400亿元。洛川是陕西优质苹果产地,全县种植苹果面积50万亩,总产量85.4万吨。为了让优质果走向大市场,该县成立了电子商务公共服务中心,已经吸引54家企业入驻电子商务孵化中心,全县注册电商企业114家,网店2580家,微店达到4500家,一年仅网上苹果销售收入就达4亿元左右。

本版编辑 来洁

面对互联网的市场冲击,特许企业开始创新变革,积极采用新技术实现

线上线下的融合——

“互联网+”催生消费“化学反应”

本报记者 王晋

互联网给特许经营业带来冲击,更带来变革的机遇。

面对经济下行压力和变化莫测的市场环境,每个企业家都面临着艰难的选择,思考如何转型、创新,抓住消费升级的机遇。在新消费、新技术来临的时代,变革必然会遭遇挑战,但也意味着成功的可能。

精准触达用户

如果没有互联网,商业企业如何做消费者调查呢?以往,企业有个重要的部门叫“市场部”,他们负责客户调查。我们很多人都曾收到过调查问卷,但大家都不会准确地填写。企业的市场部也举行过不少市场投票,但是消费者参与的热情并不高。

“过去,我们对客户的需求并不是很清楚,他们的消费状态是模糊不清的。但是,借助互联网技术,商业企业实现了无处不在的用户市场行为监测。如果能够充分利用好实时消费大数据,也许未来市场部都没有必要存在了。”和君集团副总裁、合伙人王丰提出,特许企业应该思考移动互联网到底改变了什么,实体商业与电商的融合是“时代的特征”。

借助互联网技术,越来越多的企业开始精准地触达用户。尼尔森中国公司零售行业研究高级总监梁冠章说,经过市场调查,52%的消费群是中青年消费群,这个群体贡献了70%的消费额。不同年龄阶段的中青年消费群,消费特征也存在明显差异,例如“90后”更看重商品的个性,更喜欢个性化、小众化的产品,也更习惯网购。

同时,消费者对于商品品质的关注有力带动了消费升级。调查显示,2015年,在快消品品类中,高端奶制品销售额提升了50%,海外直购的消费群从32%上升到63%。85%的消费者愿意尝试新产品,2015年,5%的大卖场快消品由新品带动。未来,健康消费、旅游消费、餐饮消费都将有较大的盈利空间。

提供便捷服务

借助互联网为消费者提供更便捷的服务,用服务增强用户“黏度”,这是众多企业的实践。

健康消费正成为新的消费热点。英睿健康连锁机构联合创始人江莉说:“十多年前,健身业刚进入中国市场时,很多人还不太认同。最近三到五年,健身业发展呈井喷之势,我们每年的销售额保持两位数的增速,感受不到太多经济下行的压力。”

2014年,英睿健康成立了基于移动互联网技术发展的研发小组,用2年研究客户消费模式,包括俱乐部会员及非会员对健身消费的需求。针对消费者不了解私教的现状,2015年6月,他们开发了“微健身网络私教”,搭建开放平台,集合专业教练到平台上,免费为消费者提供服务。据调查,一般经过一到两周网络私教指导后,15%的人会选择成为健身俱乐部的会员,或购买私教服务。

广州华胜企业管理服务有限公司总裁周大军认为,未来各行业都将是数字化的,通过数字化可以让服务业变得更透明高效。

周大军说:“我们着力开拓高端汽车的后服务市场,致力于通过互联网为客户提供更好的服务。第一步,我们给汽车做一个健康电子档案,把常规的108项检查做好,测出客户爱车的健康指数并且告诉客户。第二步,维修服务产品化,比如推出适合一年四季的保养产品,让消费者自主选择。第三步,实现传播互联网化,把各种维修费用明白地告诉客户,并标注4S店的价格对比。最终提前解决汽车可能出现的问题。”

新业态兴起混搭风

体验消费正成为实体企业“黏住”消费者的关键一招。

在山东威海市环翠区,有个韩品在线韩国生活实景O2O深度体验中心。在这里,小桥流水之间,韩式客厅、餐厅、美发室依次展开,消费者尝美食、试服务、选产品,在体验中增加对商品的了解。这种业态创新激发了消费者新的需求。

山东新大东有限公司董事长刘本昌做中韩贸易26年,他告诉记者:“我是韩国日用品最大的中国进口商,独家代理很多韩国日用品。体验中心开业不久,今年的销售额已经比去年同期增长了25%左右,在互联网开拓方面,主要由阿里B2B网络批发为主,这块业务基数小,增速大。目前,新大东有1000家左右的经销商,主要在全国高端超市布局。”

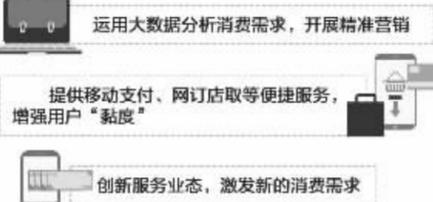
混搭风渐成连锁企业的创新方向。7月6日,言几又城市文化空间正式落户北京西红门荟聚购物中心。这家店面面积3600平方米,更像个包罗万象的文化空间。它有书,但不只是书店;有咖啡,但不只是咖啡店;有文创产品,但不只是创意市集;有食品,但不只是食品店;有画,但不只是画廊。这种混搭了各种元素的书店受到年轻人的喜爱。目前,已经在北京、上海、天津、成都等地都开了实体店。

商务部流通业发展司副巡视员尹虹表示,特许企业近年来积极采用互联网、大数据等技术实现线上线下的融合,有的企业在实体店铺内开展了场景化布局,采用移动支付的方式;有些企业开展了网订店取、网购店退等业务;有些企业还运用大数据分析消费行为,开展精准营销。借助互联网技术,特许行业的现代化程度不断提升。

中国连锁经营协会秘书长裴亮说,目前中国正进入消费升级的关键时期,服务类的连锁发展有巨大空间。对于特许经营企业来说,互联网技术、大数据从招募加盟、品牌营销,到客户服务等方面都会带来积极作用。比如员工的内部培训,企业可以应用APP、视频等提高效率;比如在营销方面,一些公司通过游戏开展有效的营销,还能招募到对品牌感兴趣的专业人才,获得新品开发思路。只要用开放的心态积极创新,连锁企业就会取得更好的发展。



借助互联网技术,企业可以



在日前举办的中国特许加盟展上,移动互联网技术、大数据、云管理等如何嫁接实体店成为新亮点。图为消费者在扫码关注移动店铺。



图为消费者在体验虚拟驾驶产品。本报记者 王晋摄

实体企业应感谢互联网

王晋

近年来,电商给传统行业带来了巨大冲击。在不少论坛上,笔者经常听到传统企业对此的反映可谓洪水猛兽,对互联网看不懂、看不透。他们有抱怨,有压力,销售份额被电商抢夺,销售市场被电商占领,看着人家红红火火,自己却感觉竞争并不公平。在这种知己不知彼的战争中,实体店倒闭潮一时蔓延,“消费者把实体店当成试衣间”的新闻不绝于耳。

但是,随着传统实体企业对互联网的认识逐渐加深。他们开始创新、变革,积极拥抱互联网。如今,他们逐渐找到应对之道,加强与电商的融合,合作共赢,回归行业本质,为消费者提供更好的产品、体验与服务成了大家的共识。

通过变革,传统实体企业增强了竞争力。他们延伸了自己的市场触角,精心打造出自己不可替代的新优势,利用互联网加

大对消费者的了解,通过体验消费、便捷支付等方式,让消费者感到便捷好玩,释放了新要求。

要感谢互联网,如果没有它的冲击,传统实体企业怎么可能放着舒舒服服的日子不过,去研究消费规律,去体察和挖掘消费者的需求?如果不是这种压力倒逼传统实体企业加大改革的力度,加快创新的步伐,中国消费怎么可能健康成长?

要感谢互联网,有了它,我们的消费变得更便捷了,没有时空界限,少了排队等候,价格逐渐拉低,品质逐渐提升,消费者有了更多选择,消费体验不断改善。

压力本来就可以变成动力,关键在于企业家如何认识、怎样行动。站在潮头的企业家永远不缺应对压力的勇气,这勇气会激发他们的智慧,在转型中加快升级。

读屏软件被喻为视障者的“眼睛”

让信息流动无障碍

本报记者 陈莹莹

7月上旬,在“移动互联网下视障人群的生活现状”沟通会上,视障人士孙涛给大家讲起了智能手机给自己生活带来的改变:来会场上,他用团购软件订餐,正要用导航软件走过去吃饭,却发现消息提示空气污染严重,于是回房间用外卖APP叫餐。

“散会后,我打算回兰州老家看望父亲,先用手机预订机票,再用导航软件测算一下打车费用,假如不是太贵,就用打车软件叫车去机场。”孙涛说,“假如没有这些智能手机的应用和互联网服务,大家的生活可能会点不方便。但是,对我来说,这些是克服残障、打破生活局限的重要途径”。

沟通会上,中国信息无障碍产品联盟秘书长梁振宇带来了《中国视障用户基本情况报告》。报告显示,有63%的视障者认为互联网的价值非常大,互联网的普及在一定程度上改变了他们的生活或命运。我国有至少600万视障人士在使用智能手机,其中83%在操作手机、电

脑时完全依赖语音读屏功能,读屏软件已成为视障者的“眼睛”。借助智能手机,他们可以跟普通用户一样看新闻、社交、打车、购物。

互联网已成为障碍群体融入主流社会、平等享受现代文明的渠道,某些时候甚至是唯一畅通的渠道。“这是我们推广信息无障碍的意义所在。”梁振宇说。目前我国65岁以上的老年人有1.3亿人,视障者1300万人,听障者2000万人,读写障碍者7000万人。填写调查问卷的视障人士中,92%都拥有智能手机。86%的视障用户和孙涛一样同时使用10个以上APP,22%的视障者使用新型互联网打车软件打车出行。

《报告》显示,有66%的视障者认为目前国内信息无障碍水平一般,另有20%的视障者认为信息无障碍水平较差。

信息无障碍研究会的首席技术官、参与互联网万维网无障碍标准制定的张昆说,全世界已有20多个国家和地区拥有自己的无障碍标准,通过法律法规和技

术规范,来约束政府和公共服务,要求政府公共网站提供无障碍接口、为残疾人提供公共服务。苹果和安卓系统也分别有IOS和Android无障碍编成指南,告诉程序员怎样编写无障碍程序,方便残障人士使用。“但是,我国的互联网无障碍情况还难以达到无障碍用户或者公益机构所期待的状态。”张昆表示。

孙涛告诉记者,以前他一直使用支付宝的语音读屏功能,今年春节时他和朋友忽然发现不能用了。这意味着,手机充值、银行转账、水电煤缴费、淘宝购物、线下扫码付款等视障人士在支付宝上使用最多的功能,全都没有办法实现了。他和几位视障朋友在网上发布了一封《视障用户致支付宝公司公开信》。

当天下午,支付宝的技术人员联系上孙涛,解释下架这个功能的原因:安卓系统的手机存在一个漏洞,黑客有可能通过读屏功能盗取用户账户。

不久,孙涛再次接到支付宝电话,邀请他参加即将上线的安卓版支付宝的内

测。他和另外两位视障用户提出9个需要完善的功能,支付宝已经按视障人士的迫切程度作了排序。

“和孙涛沟通的过程,让我们对视障群体有了深入了解,也让我们意识到包括支付宝在内的很多APP给视障群体的生活带来了质的变化。目前,支付宝在无障碍服务方面还在不断改善。”支付宝无障碍工程师原则表示。在6月30日更新的安卓版支付宝中,特别说明:“本次完善了无障碍辅助功能,感谢无障碍联盟提供的解决方案建议,windflower、余修付、蓝色天空等视障用户协助内测。”Windflower便是孙涛网名。

“移动互联网的无障碍服务,能够满足残障群体对于互联网的使用,从源头帮助他们融入社会。”梁振宇说,我国互联网产品的信息无障碍还是停留在行业自律阶段,多数公司没有意识到无障碍对用户价值。未来,希望更多的公司能参与到无障碍辅助功能的完善中来,共同加速信息无障碍进程。