互联网餐饮“炒”出新味道

小龙虾搭上外卖顺风车

本报记者 余 颖

夏天是属于小龙虾的季节。不过，今年的小龙虾可是坐着互联网外卖顺风车来的。呼朋唤友围坐家中，一边看着电视、聊着段子，一边把虾钳子嘬得滋儿滋儿响，这才是当下小龙虾最正确的打开方式。

天生适合网络外卖

舌头很忙、卷福、虾baby……从去年开始，这些小龙虾外卖的名字就刷爆了朋友圈。中央厨房、微信订餐、快递送餐……这些互联网的玩法让小龙虾成为了最新的外卖网红。

“小龙虾天生适合外卖。”舌头很忙的创始人汪雪告诉《经济日报》记者，一盒单价在100多元的小龙虾通常在20只左右，客单均价高、配送成本低。再加上小龙虾口味单一，总共就麻辣、十三香、蒜香、油焖、清水这几种，易于后厨加工；壳厚味重的小龙虾经过两三个小时的行程之后，比堂食更加入味，即使是冷冻后再加热，口味也不会有太大变化，特别契合外卖市场。

因此，2015年当单纯的外卖送餐斗得头破血流之时，许多人都看上了小龙虾外卖这片蓝海。据说去年全国兴起的小龙虾外卖项目超过千个，其中北京就有200多个，卷福小龙虾、闪电虾、虾baby、夹克的虾、大虾来了等都在去年成立。2015年也被称为小龙虾“网红”元年。

“小龙虾最佳销售季节也就是6到9月。”汪雪说，舌头很忙去年7月上线，推出的第一款产品就是小龙虾，3个月复购率达到60%，为公司赢得了开门红。

进入2016年，外卖虾更红了。美团点评数据研究院的数据显示，小龙虾在千亿级外卖市场中表现出色。特别是今年6月适逢欧洲杯，有1500吨小龙虾在夜宵阶段（20时至23时）搭着外卖小哥的电瓶车奔赴吃货们家中，销售高峰期出现在21时至22时。

为什么小龙虾会成为“夜宵网红”，只要看看小龙虾的体格就知道答案了——小龙虾全身只有20%左右是肉，虽然吃的时间特别长，但是不占肚子，即使晚饭吃再饱，啃几只小龙虾也没问题。

“我们的油焖虾很快也要在大众点评的外卖频道上线了。”坐在北京丰台区新开的“一品楚虾”餐厅里，老板向俊杰告诉记者，“潜江油焖虾使用了数十种秘料，加上去头、开背、焖煮10多分钟等工艺，入味更深、咸鲜适口，口感特别好”。

他特意强调自己的虾是从潜江空运过来的白腮虾，这意味着小龙虾生活的水质干净。实际上，无论线上线下，目前全国知名小龙虾商户销售的都是白腮虾。因为在网络外卖市场，食客最看重的就是干净卫生，而互联网足以将一丁点儿问题都千万倍地放大，一旦出了食品安全问题，任何一家小龙虾外卖店都承受不了巨大的后果。

双城擂台赛打到线上

红遍大江南北的小龙虾主要来自湖北潜江和江苏盱眙。

今年6月12日，第七届湖北潜江龙虾节再次拉开帷幕。这座人口不过百万的小城仿佛刷上了龙虾红，到处都是味道工厂、虾小弟等龙虾品牌的广告。

同在6月12日，第十六届中国·盱眙国际龙虾节在千里之外的江苏盱眙上演。不过，早在6月5日，“中国盱眙·京东”第二届互联网龙虾节就已拉开帷幕，乌兰图雅等明星现场拍下京东盱眙龙虾“第一单”，并由京东快递员现场派送。

两个龙虾之城的擂台赛已经从线下打到线上，成为小龙虾网红之路的主推手。

这两个城市的龙虾可是老对头了。盱眙是小龙虾十三香口味的发源地，这是目前全国最受欢迎的小龙虾口味；潜江的油焖大虾在湖北和广东地区最为流行。2003年以前，江苏小龙虾出口量连续13年位居全国第一，但2004年至今，湖北小龙虾出口则独占鳌头。因此，2008年盱眙县被中国烹饪协会授予“中国龙虾之都”，潜江则在2010年被中国水产流通与加工协会评定为“中国小龙虾之乡”。

眼下，这两个城市的小龙虾也积极抢占互联网的新阵地。今年5月，潜江小龙虾交易中心开始营业，采取“互联网+小龙虾+物流”的线上、线下双轨流通模式，日均交易量达300吨以上。盱眙也不甘人后。今年以来，当地众多龙虾企业均在淘宝、京东商城、苏宁易购三大电商企业建立了网络销售平台，全年电商销售额有望达到5000万元以上。

互联网快车直通稻田

盱眙龙虾和潜江龙虾斗红了眼，两地的虾农也都赚够了钱。

据统计，目前我国小龙虾年产量超过60万吨，而2003年，这个数据不过是5万吨。小龙虾产量的猛增源于潜江人民创新的虾稻连作、虾稻共作饲养模式。

2000年，潜江农民刘主权第一个在农闲季节将小龙虾放在水稻田里饲养，虾吃了稻田里面的天然饵料，长得更好。因为可以使每亩地的收益增加数千元，这一养殖模式还被写进了2006年湖北省政府的一号文件，在全省推广。

2010年，潜江市水产局在原虾稻连作的基础上推出“虾稻共作”模式。每年四五月份，在稻田种植之时，可以把幼虾养到稻田旁边的沟渠里，等整田、插秧完成后，再把幼虾放回稻田养着，等到八九月份的时候，又可收获一季大虾。据介绍，通过“虾稻共作”模式种养，一年可以收一季稻、三季虾，亩均纯利润达4000元以上，是纯稻田的4倍。目前，潜江有小龙虾养殖面积35万亩，年加工能力30万吨，去年综合产值突破100亿元，带动就业人数突破7万人。

盱眙也在全县落实“虾稻共作”综合种养模式达3.5万亩，“虾稻共作”综合种养模式全省推广。今年3月下旬，盱眙“虾稻共作”标准化示范区获省立项，成为江苏省三个农业标准化示范项目之一。

2015年，盱眙人段德峰回到家乡，承包了1500亩农田和150亩水面，用来种植水稻和养殖龙虾，起名叫小河农场。

农场采用的也是虾稻共作模式，但段德峰通过最新的物联网技术对虾稻的生长全程进行数据化管理，对水温、亚硝酸盐、PH值、氨氮等多项指标每天进行检测，保证最终产品的可追溯性和食品安全性。段德峰的小龙虾品质得到了市场的认可。今年6月，段德峰养出的稻田虾已通过线上平台U掌柜首发，熟制净虾一斤半，售价119元，目前已销售超过5000份。全国的龙虾爱好者甚至还可以花4999元认购一亩虾田，回报则是至少200斤小龙虾，外加一直在自己网络监控下长成的稻米。

在盱眙，像段德峰一样的新虾农为数不少。线上小龙虾外卖品牌卷福也选定盱眙为自己的小龙虾基地之一，小龙虾还在稻田里就已经搭上了互联网的快车。

▲ 美团点评数据研究院的数据显示，小龙虾在千亿级外卖市场中表现出色。图为外卖品牌卷福小龙虾在北京设立的线下实体店。

▲ 小龙虾的客单均价高、配送成本低、后厨加工难度不大，这些特点使其适合作为网络外卖。

▲ 很多小龙虾餐厅实行了便捷的在线支付。

▶ 今年5月，潜江小龙虾交易中心开始营业，采取“互联网+小龙虾+物流”的线上、线下双轨流通模式。图为潜江油焖虾。

本报记者 余 颖摄

网红餐厅要避免“见光死”

若 瑜

线上外卖和线下商户的关系有点像围城，线上的人想下来，线下的人想上去。线下商家在互联网外卖平台上问题频发，线上商户变成实体店也一点不轻松。

线下实体店和线上外卖的玩法大不一样，除了厨师和营销，选址、装修、店长、服务员都要操心。评价的指标也有差别。零点有数发布的《第三方外卖平台用户消费习惯行业研究报告》显示，68.1%的用户选择外卖平台最重视餐厅的安全、卫生等品质要素。可等大家到实体店吃饭时，通常最看重味道，这也是众多美味的“苍蝇馆”大行其道的原因。

线上线下的差异是如此之大，网红餐厅们能否适应呢？答案恐怕不乐观。

卷福小龙虾可能是第一家大张旗鼓从线上走到线下的餐厅。卷福品牌诞生就是用互联网众筹的方式，之后又通过众筹从全国的支持者手里筹到了1600多万元，用于在10个城市开出10家实体店。

最近，北京卷福小龙虾百子湾店正式开业。这已经是该店址近年来开设的第4家餐厅，前几家都垮了。

选择这样的店址，可能卷福对自己有信心，因为他们是自带粉丝的网红品牌，但是另一方面也说明他们有点冒险，因为这个地方之前开的几家餐厅生意都不好。记者实地调查发现，一个重要原因就是店铺位置不明显，开车不好找。此外，从实际体验来看，卷福的服务、口味也算不上好，服务员连打包袋的提手坏了也没发觉。

现在的卷福也好，曾经火爆的雕爷牛腩也好，都是网络营销的高手。但任何一个只会讲故事的商业模式都不会长久，一旦经历了市场真刀真枪的洗礼，所有的故事色彩都会褪去，留下的只会是他的核心竞争力，那就是极好的用户体验，包括味道、环境、服务、性价比等综合评价。无论线上线下，成功的商家概莫能外。网红餐厅要避免“见光死”，还需在改善用户体验上再下一番功夫。

指尖新经济

手机浏览器变身内容平台

争夺用户资讯“入口”

前不久，“UC浏览器”正式升级为“UC”，向“大数据新型媒体平台”全面转型，并发布独立资讯应用“UC头条”。

手机浏览器是移动互联网的重要入口之一，市场规模巨大。据统计，2016年手机浏览器市场用户规模已达到5.36亿人，增长率为17.3%。为了满足用户一站式便捷服务需求，手机浏览器厂商也在纷纷转型，向内容平台升级，争夺用户资讯“入口”。

手机浏览器已成为用户获取资讯的主要入口。市场调研机构比达咨询数据显示，2015年移动用户手机浏览器的使用目的主要有浏览资讯、搜索、网址导航、阅读小说、下载应用、看视频、购物等。其中，以浏览资讯的用户最多，占比63.1%。因此，内容服务成为手机浏览器厂商深耕的共同方向。

今年以来，不仅是UC，国内市场份额最高的几大浏览器厂商都宣布了新的转型战略，向内容服务商、游戏供应商等方向转变。诞生于2004年的UC浏览器是国内最早的移动互联网应用之一，通过将云端压缩技术应用到手机浏览器上，大大节省了手机访问网站的加载时间和流量耗费，让很多中国用户第一次实现了手机上网。UC也因此成为了中国最大的手机浏览器，目前UC浏览器全球季度活跃用户数已经超过6亿。

基于浏览器土壤，UC聚合了搜索、小说、游戏、应用分发等服务，并先后推出了移动游戏平台九游、神马搜索和PP助手等业务。

据第三方机构艾瑞咨询日前发布的《众媒时代下资讯渠道价值研究报告》，UC头条以4158万的日活用户表现，成功进入资讯平台第一阵营。“未来，UC将为用户提供以内容为连接的网络生活服务，为内容产业升级、接入阿里大文娱板块和商业体系提供助力。”UC联合创始人、阿里移动事业群UC总裁何小鹏说。 文/金 文

甘南“藏地传奇”自行车赛：

草原深处的“驴友”盛会

本报记者 李琛奇 通讯员 祁发鹏

日前，以“骑行藏地神秘旅程·感受甘南多样魅力”为主题的2016年甘南“藏地传奇”自行车赛在甘肃甘南藏族自治州举办。这是一场自行车选手的激情碰撞，一场自行车爱好者的“驴友”相会，更是一场草原深处的互联网盛会。

据组委会介绍，今年赛事全方位贯穿“互联网+”理念，在赛事的策划、选手招募、志愿者培训、后勤保障等环节实现网上无边界运作，依托互联网传播优势，赛事吸引全国，乃至港澳台、欧美国家的选手参赛。此外，赛事宣传推广全面依托互联网平台，全媒体报道更具特色。除邀请数十家大众传媒及行业媒体外，组委会还广泛动员甘南本地新媒体和青年人自媒体平台，进行全媒体互动和直播，同时，今年首次实现对赛事的微信直播报道。

来自湖北的选手杨斌在燃情单车网公众号上看到了此次比赛信息，了解甘南的基本情况后，直接就在公众号上报了名。之后，又通过公众号上发布的攻略，预订了往返车票和酒店住宿。

给参赛选手提供优质网络服务的同时，组委会还设立电商产品线下体验馆，集中展示甘南各族青年互联网创业项目，方便选手及游客购物。藏族青年完玛才让两年前注册了自己的网店，将虫草、蕨麻、土蜂蜜等甘南特产放到网上卖。此次作为电商创业代表受邀参展，他积极向游客介绍自己的产品、推广地方品牌。完玛才让告诉记者：“这次自行车赛除了有选手参加，还有很多外地客商来，体验馆是个很好的展示平台。”据了解，近年来，甘南州涌现出一批像完玛才让这样在电商领域的创业青年，在共青团组织、商务部门及地方党委、政府的大力支持下，电商成为草原深处青年人青睐的新的经济形态，开创了一条条致富路。

“通过赛事平台，充分发挥人流、物流密集的优势，展示甘南互联网创业项目，进一步扩展线上线下农特产品销售渠道，为青年创业者创造更多寻找商机的契机。”共青团甘南州委书记赵才让表示。

宁波：大数据助力智慧城市建设

近日，浙江省宁波市原则通过了《关于推进大数据发展的实施意见》。浙江省委常委、宁波市委书记、代市长唐一军提出，发展大数据意义重大，宁波要紧密结合全市经济社会发展实际，大力推进大数据发展，为宁波智能经济等新经济发展提供重要支撑。宁波智慧城市建设进入了新阶段。

宁波市是我国第一个系统开展智慧城市建设的城市。早在2010年9月，宁波市委、市政府就正式发布《关于建设智慧城市的决定》；“十二五”开局伊始，宁波市又出台《加快创建智慧城市行动纲要(2011—2015)》。宁波市按照“顶层设计、统筹规划、联动推进”的总体思路，以智慧应用体系建设为突破口，致力提升城市管理和服务效能，促进产业经济转型升级，民生优先推动信息惠民。宁波先后获国家首批信息消费、信息惠民、电子商务等领域的示范试点城市，并荣获中国智慧城市推进“十佳城市”“领军城市”“中国信息化50强”等荣誉。

深耕6年，宁波智慧城市建设取得丰硕成果。宁波市经济和信息化委员会副书记、副主任，宁波市智慧城市建设工作领导小组办公室主任徐红介绍，宁波建设智慧城市一是突出基础先行，信息网络支撑建设全国领先。宁波大力推进国家“光网城市”“宽带中国”试点城市建设，目前全市光网已实现全域覆盖，城区和农村平均接入能力分别达50M和20M，互联网宽带接入用户达416万户，互联网国际出口专用通道带宽达到140G，“宽带中国”指标提前实现。4G移动网络实现城域全覆盖，免费WiFi（无线局域网）基本覆盖县级及以上重点公共场所和区域。

二是突出协同共享，信息资源共享体系基本建成。宁波率先建成市政务云计算中心，目前已为全市30家单位的82个大型综合信息化系统提供基础支撑服务；同时，依托政务云计算中心，逐步建立统一数据共享开放机制，初步形成了“政务数据统一部署，基础数据统一集聚，应用数据初步挖掘，主题数据跨地区、跨部门、跨层级共享”的政务数据生态体系。

三是突出民生优先，智慧民生应用建设成效显著。宁波围绕“就医难、出行难、就学难”等民生热点、难点问题，着力智慧民生应用体系建设。智慧健康推行电子健康档案、网上预约挂号，形成分级诊疗、信息汇聚共享的医卫协同体系，建立全国首家“云医院”，实现居民“不出家门看云医，不出社区看名医”，开创智慧健康宁波模式。智慧交通着力构建多种出行方式无缝对接的综合交通体系，依托“宁波通”平台提供出行路线规划、出行方式对接、客运购票、停车诱导等20多项便民服务，大大改善城市居民出行效率。智慧教育整合空中课堂、终身学习和数字化阅读三大应用，打造统一的智慧教育学习平台，实现优质教育资源共建共享。

四是突出产业带动，智慧产业融合创新不断深入。2015年，宁波规模以上电子信息产品制造业企业完成工业总产值1616亿元，占浙江省规模总量的近三成；软件和信息服务业增长28%，培育上市企业19家。宁波深入贯彻落实“互联网+”战略，不断推进制造业智能化、进出口贸易电商化、物流业智慧化，2015年两化融合指数80.95，居浙江省前列；跨境电商交易额居全国试点城市前茅；港口物流实现在途可视、资源交易、智能订仓、智慧供应链等服务功能。

今年以来，随着“中国制造2025”、互联网+、大数据等国家战略的实施，智慧城市建设又被赋予了新的内涵和要求，宁波智慧城市建设全面升级。

据了解，“十三五”期间，宁波将以“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念为指引，加快实施城市大数据战略，进一步完善“海天地”一体化信息基础设施，加快建设智慧城市运营中心，推进智能经济发展，力争打造“数据驱动、业务协同、产业融合、应用升级、信息安全”的新型智慧城市。

文/宁 东 廖小琴

云南元谋建设“互联网+高原特色现代农业”

8月25日，云南省楚雄彝族自治州元谋县农产品O2O旗舰店在昆明市五华区人民中路开业。元谋县利用“互联网+高原特色现代农业”已建成1个生鲜农产品交易平台、5个网店，实现元谋农产品基地在线、生产在线、检测在线、销售在线、科技服务在线五大功能。近年来，元谋县积极利用互联网助推农业产业发展。今年1至7月，全县实现电子商务销售额6102万元。

新华社记者 杨宗友摄

本版编辑 来 洁