

一网牵动百业重生

“互联网+”下的行业转型众生相

□本报记者 桑蕾

可什么是大时代?有人定义说,能提供从草根到王者通道的就是大时代。21世纪是互联网改变世界的时代,21世纪的中国是互联网输送财富英雄的时代。我们就生活在大时代。

此时此刻,中国百业已经被互联网融合在一起,无论主动与被动、迷茫与清醒,大势已经不可阻挡——



经济视点

记者手记

拥抱互联网

□桑蕾

小鲜肉组合TFBOYS成员王俊凯在微博发布过生日的消息,两小时收到祝福超过10万。听说,有传媒老板预计,如果TFBOYS举行一个3-5万人的演唱会,门票销售将在十几秒内售罄。因为他们的粉丝会在演唱会举办之前就分组预备抢购,带什么标语、喊什么口号、怎么集合、如何收费统统都在群里分配好。

“双十一”来临前,天猫服饰品牌店主D梅子就开始建群并宣布,今年将根据粉丝的打分为每款衣服打折,喜欢的人越多折扣越大。

某化妆品品牌老板通过微信群互动了解顾客对于产品气味、包装的喜好,从而进行改良。

在哈尔滨火爆的俄货,有企业通过网上订购直接送到社区食杂店。与大超市集约的经营方式不同,小食杂店主通过网上系统预订,不但保证品质新鲜,而且省掉了代理环节,直接与俄货进口企业对接,拿到更低廉的价格。

互联网早已开始影响我们的生活,和你的年龄无关。

有人说,“互联网+”是个筐,什么都能装。其实互联网是一种思维。

13年前马云在推广电子商务的时候,他就说互联网会影响生产、制造、销售,互联网将会影响社会的方方面面,很多人并不以为然。

可是如今,在我采访的过程中,各行各业都在谈互联网,谈转型。我们处于一个前所未有的动荡期,所有人都知道方向,却不知道如何顺流而行。不久前,马云在一次公开演讲中说:“这个世界正在发生很大变化,我相信未来30年是人类社会最精彩的30年,未来30年也是令人期待的30年,未来30年是令人恐慌恐惧的30年。”

精彩、期待、恐慌、恐惧。此时此刻,是真正意义上的日新月异。我们所要做的是把互联网变成一种思考模式:互联网+everything、互联网+everybody,拥抱互联网,拥抱充斥互联网的生活。

链接

O2O模式

O2O即Online To Offline,也即将线下商务的机会与互联网结合在了一起,让互联网成为线下交易的前台。这样线下服务就可以在线上找顾客,消费者可以用线上来筛选服务,还有成交可以在线结算,很快达到规模。该模式最重要的特点是:推广效果可查,每笔交易可跟踪。

M2M模式

简单的说,M2M是将数据从一台终端传送到另一台终端,也就是机器与机器(Machine to Machine)的对话。但从广义上M2M可代表机器对机器(Machine to Machine)、人对机器(Man to Machine)、机器对人(Machine to Man)、移动网络对机器(Mobile to Machine)之间的连接与通信,它涵盖了所有实现在人、机器、系统之间建立通信连接的技术和手段。



“煮饭郎”在为顾客上门服务。本报记者 桑蕾摄

【虽然郑红艳嘴上说自己是坐在家里的跨境电商,但其实她还是把这个新品牌在哈尔滨开了实体店——门店,是赢得信任的基础,也是实力的展现。短短数月的转型生活,她既清晰又迷惘:清晰的是她知道未来的路径就是网络,迷惘的是全新的销售渠道如何打开。这是一个让老销售员都有些说不清道不明的日子。】

在经过两年的考察,决定拥抱下一个项目后,郑红艳和方莹告别了经营11年的化妆品牌,来到一间酒吧,流着泪,端起酒,向创业的日子致敬。

2004年,这一对闺蜜在中央大街逛街时萌生了共同创业的念头。国内某知名护肤品牌成为了她们的目标。几年后,这个品牌在龙江销售额突破6000万元,省内各大商场均设有专柜。顺风顺水,淘到第一桶金。然而到了2012年,她们发现营业额开始很难提升,无论如何做促销都难以吸引到更多的消费者,而且商场费用又高,吃掉了很大一部分利润。凭着多年的营销经验,这对好友意识到零售百货业已经开始走下坡路。

【是不是所有的行业都需要采用O2O的形式进行销售呢,这曾经让很多企业家疑惑。与其踌躇不前,不如勇于实践。刘博通过亲身实践认知到网店对于家居企业来说是一个引导客流的地方。对于很多加工企业来说,“互联网+”应该是一个宽泛的概念,而不能仅仅局限在网络营销上。】

松杉木业董事长刘博是个80后,快人快语,敢想敢做。在很多企业家都在琢磨怎么与互联网嫁接的时候,她已经风风火火地闯入了,赚了一小笔,又总结了经验,明白了方式,现在正坐在记者面前侃侃而谈。

刘博的爸爸在加格达奇做林木业加工多年。去年4月,大兴安岭林区停伐,木业加工企业都在寻找新的发展点。走出大山,是第一步,去年第四季度,他们选定在宾西开发区建立一个新厂。今年年初,松山木业就正式投产,刘博成为新厂的当家人。新官上任,一场销售渠道的变革就此开始。“门



手工制作的传统东北美食大煎饼。本报记者 桑蕾摄

【在直接面向消费者的产业里,互联网是一种销售模式。可是在重工业者的眼中,互联网是他们的管理路径。利用互联网迅速、便捷的优势实现集约化管理和大数据的采集,从而实现节能、节约的目的。“互联网+”是个筐,什么都能装。最重要的是这个筐,你要怎么装,装什么。】

制造业如何与“互联网+”融合?带着这个问题在采访哈电集团副总苗立杰的时候,这位学者型的企业家先给记者普及了一个常识:互联网+的三个路径。一销售的互联网,就是通常所说的网络销售。二物联网,食品溯源是最容易理解的物联网方式。三能源的互联网,把生产的每个管理环节与互联网连接,通过数据采集并分析,从而实现科学的能源管控,淘汰落后产能,达到效益最佳。

销售互联网很难嫁接到我省的重工业企业,毕竟每台上万万的仪器都是需要量身定做。苗立杰说,工业企业中用互联网实现能源的科学化管理是

餐饮业 送上门的“煮饭郎”

【“叫外卖”已经成为很多白领的习惯。在一些名吃店还傲娇地拒绝外送的时候,伴随着互联网成长的年轻人已经开始将生活、工作与网络连在了一起。手机中“饿了么”、“百度外卖”这类软件火爆得一塌糊涂,技术手段打通了吃货与美食之间最后一公里。而刘磊把送食品上门变为送手艺上门,吃得更多家,吃得更有范儿,极大地丰富了吃货们的“吃生活”。】

厨师,传统行业。作为一名星级酒店的大厨,刘磊每天都和油盐酱醋打交道。在今年以前,他从未想过会在互联网上谋生。

今年4月,他到北京上海旅游,和老朋友聊天的时候,听说现在一线城市流行请大厨上门服务。这些大厨本身都有工作,通过微信接单,到客户家里做大餐,实现足不出户享受。旅游归来,刘磊马上就召集几个厨师朋友一起注册了公司,起名就叫“煮饭郎”。很快就接到了第一单。“一家三口,要求做4个家常

菜。”刘磊已经想不起做了哪四个菜,只记得第二天这家的邻居就打电话要求上门服务。“想吃做什么,客户可以自己备菜。”刘磊一开始只想卖手艺,后来有客户嫌麻烦,就又提供了代买服务,利用厨师身份买到比市场价更便宜的食材。

现在“煮饭郎”已经集合了20多位职业厨师,利用节假日做兼职。“4个菜起,收费69元,每多加一个菜15元。做好菜,还给收拾好卫生,倒垃圾。”刘磊定的价位其实并不低,但他的目标人群都是不差钱的高薪阶层,所点的菜也大多是“大馆子”才能吃到,且考验厨师手艺的大菜。回头客很多,今年“十一”小长假单子排满不说,更有常客要求每天都派一个厨师上门给老人和孩子做饭。凭借微信的渠道,接单多的师傅一个月能赚到3000多元。这个业务也启发了很多同行,据刘磊所知目前在哈尔滨注册的私厨企业已经有2家。

百货业 坐在家的跨境电商

必须转型!项目考察就此开始。在看了两年多后,一个来自加拿大的品牌打动了两个女人。“打动我们的有三点:第一产品好。第二介绍这个产品的人是化妆品营销界的精英,我们相熟多年。第三是以M2M模式做跨境电商。”郑红艳说,她早就感受到了互联网对于零售百货业的冲击,这是大趋势,如果要转型,就要先行。

女企业家做事都很爽利,看准了就出手,快刀斩断与“前任”品牌的缘分,挥别跟随多年的员工,重新召集愿意在网上创业的团队,两个女人又重新上路了。这一次她们连工作状态都转变了,以前工作时玩手机是要被批评的,如今这是工作,是沟通。以前开会要面对面,现在在微信群里开。以前给护理师给销售人员培训要手把手,现在在YY语音里培训指导。

以前工作忙,天天看店,现在要约朋友见面,进行感情沟通,增强信任,宣传品牌,实现销售。

“会不会有人误会你做传销?”当记者提到这个问题,郑红艳哈哈大笑:“当然有。所以要和大家解释清楚,我是坐在家里的跨境电商,依然经营品牌,不进百货店直接进shopmall,价格更有优势,应该更受欢迎才对。”

重新创业的难点又在哪里呢?郑红艳说,当然是新模式,需要被大家接受。微信、淘宝大多是代购,以往品牌代理商是不会涉足的,但是看到大商场内已经出现品牌撤柜,我就越来越相信会有更多的品牌通过网络渠道进行营销,爆发点就在2016年,所以转型早虽然难,但是这一定会成为我们将来的优势。”

家居业 实体店和网络一个不能少

店的销售额越来越萎缩,从去年开始我们就意识到必须上互联网销售了。”刘博说,刀已经架在脖子上,逼着她转型。网购已经成为趋势,想卖货必须迎合市场。可是互联网的销售并没有给她带来太大惊喜,反而是门店的客流量激增,2014年上半年松杉木业总体销售额达到4.2亿元,创了新纪录。今年上半年实体店销售额就达到2.6亿元,比去年同期增长了10%。

在缺少房地产这一强大动力的情况下,能实现这样的增长业绩,刘博除了调整定位,针对白领做产品外,网上的引流成为客源增长的重要原因。

“年轻人喜欢网购,可是家具与其他物品不一样,

需要现场体验。床的高度,桌椅的舒适度,油漆色、气味都需要有实物才能放心,更何况需要改尺、定做。”在经营网店一段时间之后,刘博意识到网店与实体店之间是需要配合的。其他行业是门店萎缩,网店蓬勃。刘博逆势而上,大规模上门店,这一年多时间里,松杉布局华东、华中、华南地区,门店多达95家。

刘博说,深圳的销售经理告诉她,有三成的企业今年销售业绩都在下降。但是松杉却成功了。“往刚需上做”、“往特色上做”,未来松杉定位和路径已经在刘博的心里。“未来10年中国将全面走向世界,考验80后的时代到来了。”这是采访最后,刘博对记者说的最后一句话。

食品加工业 煎饼豆包抢单“双十一”

【活到老、学到老,陈世杰把自己的智慧全部用在了农产品加工和销售上,大煎饼、粘豆包,地道的东北美食搭配上地道的东北吃法销往全国。可陈世杰也面临着网络销售的很多疑问,他说出来记者听不懂,记者说的他又觉得不对路。这也许就是互联网时代下传统实业转型的难点。】

快60岁的陈世杰很关心“双十一”的抢购,这说出来让很多年轻人不敢相信。可是,与网上的剁手族不同,他盯的是车间里的煎饼灶台和粘豆包流水线。

“我和总经理说,一定要赶上6万袋煎饼和6万袋粘豆包。”这是个死命令,如此看重“双十一”是因为在9月份举行的2015黑龙江国际绿色有机食品产业博览会上,陈世杰创立的品牌“绿辰”通过天猫“聚划算”4天向外销售额达40万。

提起绿辰,在我省很有名气。把煎饼称为“中式汉堡”就是他们的点子。大煎饼、粘豆包,这些地道的东北美食,尽管龙江家喻户晓、人人皆爱,可是在很多南方人的眼里,吃法还需要普及。“有个南方人看见煎饼问我,是得切开凉拌吗?”陈世杰说,南方人以为这是豆制品。

农产品要通过“互联网+”卖向全国,这是我省食品产业发展的一条路径。经营企业多年的陈世杰深知销售途径的重要性,因此他早早的就布局网上渠

道,淘宝、天猫、京东都能看到“绿辰”的网店。为了应战“双十一”的抢购潮,陈世杰不但要备大量的货,价格上也做了降低。“不降价,天猫不干!”他对记者说,“双十一”的活动早已经没有利润——因为包邮,每单最少5元邮费;里里外外包装也得6元;天猫平台还要收取2%的费用。而且这一降价,他以后就别想再把价格提上来。

陈世杰不傻,精着呢;这是全中国最大销售平台,在这里卖货不赚钱也划算。“在电视、报纸上打广告一次一笔钱,在天猫上开个店,随时都能搜索到,是活广告。”还有一处也值得一提,产品搭配上,他做足了准备——不知道怎么吃,就教他们。买煎饼送一袋香其酱,买豆包送一包砂糖。这一配搭,让邻居香其酱也借了光。

听着陈世杰介绍,以为他的网络销售路径已经顺风顺水,谁知道他话锋一转——绿博会时,原本还想加“绿辰”的新品方便米饭上聚划算,可省里某部门说,这个年代东北特色,愣是没上。还有莫名诧异,原本是企业与销售平台的往来为什么还有某个主管部门在横加干涉,究竟是陈世杰没有整明白网络销售的流程,还是其他什么原因导致错位,毕竟在采访其他食品企业的时候从未听到这种声音。但陈世杰一口咬定是记者不懂,对过程却支吾不言,或许这就是一个老实业家在在互联网对接时所遇到的瓶颈吧。

制造业 互联网管理走向智能化

目前最有意义的结合。

已经在省推广了一段时间的能源管理项目就是能源互联网的一种模式。建龙钢铁是我省推广能源管理较早的企业。铁与煤相遇,犹如魔法般在高温锻造下形成坚硬的钢。炙烤的热,同时扬起烟与尘,让人在慨叹工业力量的同时呼吸急促。然而,在实行能源管理后,建龙已经大变样。走进轧钢车间,在三米高的参观通道上,穿过备料区后,一个硕大的环形加热炉就在眼前。副总经理王利说,这台加热炉的温度可以根据氧气、一氧化碳的残留自动控制燃气流量,保证能源的高效应用。再往前,轧钢生产线上,火红的钢管在流水线上游走,一会儿遇水冷却,一会儿等待“裁剪”,一会儿排队向前,器械作业的隆隆声与钢管咣咣的碰撞

声,演绎出果决的钢铁进行曲。轧钢车间内热力依旧,空气却并不呛人。一气呵成的生产线中,只见几位工人的身影,除了先进的生产工艺,幕后操作者就是建龙的能源管理中心。

建龙能源管理中心建在办公大楼内。大屏幕上,记者看到每一道生产工艺都清晰显现,每一道生产环节的数据都能轻松掌握。主控中心就是建龙的“大管家”,能对生产中的2.8万个站点进行实时监控,根据数据变化随时调节。王利说,建龙以前是靠打电话报数据,再根据各个站点提供数据做出反应,全凭经验,且耽误时间。上了能源管理中心之后,这个“管家”非常可靠,以科学数据为基准,迅速做出反应,不但为建龙节约了50%的人力,每年还能节约13万吨标准煤。

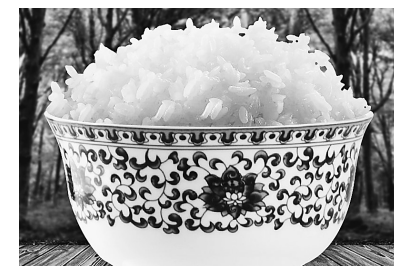
农业 溯源技术 让打假维权落地

【当互联网与食品联系在一起,食品溯源诞生了。当互联网与法律联系在一起,产品维权也变得可行。享誉全国的“五常大米”被李鬼“瘦身”多年,终于在今年秋收后,打响了“五常大米”保卫战。】

五常大米,香飘万里。这句美名在近年来频繁遭遇假大米事件后已经略显尴尬。今年,五常人终于找到了打假维权的办法。

“互联网+农业”是今年我省倡导的农业发展路线,其中食品网上溯源是保证产品质量可信的好办法。“一些做有机水稻的农民在田里安上监控,通过网络直播的方式,得到消费者的信任。”五常市副市长何广明说,这种方式启发了他们,五常农业物联网服务中心成立了,通过统一的溯源平台,种植加工基地都在五常市内的企业就可以免费加入,通过检验确定是五常的地产大米后,产品不但贴上防伪“薄码”实现食品溯源,从种到收、从加工到销售,每个环节一清二楚,而且要在包装上贴上“五常大米®”。这是地理标志保护产品专用标识,受法律保护,只有在平台接受检验确认是五常的地产大米才能贴上。我们会通过互联网把企业信息发布出去,一旦消费者发现有未授权企业使用,就可以举报,采取法律手段解决。”何广明把这一方式称为技术+法律+互联网,既解决了企业信用问题,又为正宗五常大米提供了法律保护。

目前,五常市现有的293家大米生产加工企业中,经国家质检总局公告核准使用地理标志保护产品专用标识的企业只有93家。正因为有了这样的手段和底气,今年秋天,五常大米打响了轰轰烈烈的保卫战。



本报资料片

名词解释

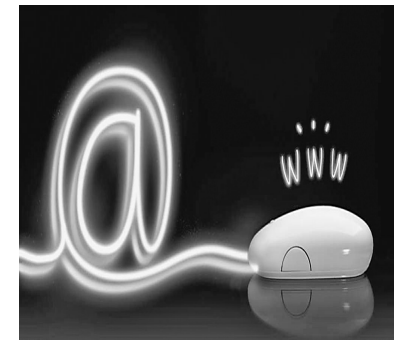
互联网+

“互联网+”是创新2.0下的互联网发展新形态、新业态,是知识社会创新2.0推动下的互联网形态演进及其催生的经济社会发展新形态。“互联网+”是互联网思维的进一步实践成果,它代表一种先进的生产力,推动经济形态不断的发生演变。从而带动社会经济实体的生命力,为改革、创新、发展提供广阔的网络平台。

通俗来说,“互联网+”就是“互联网+各个传统行业”,但这并不是简单的两者相加,而是利用信息通信技术以及互联网平台,让互联网与传统行业进行深度融合,创造新的发展业态。

它代表一种新的社会形态,即充分发挥互联网在社会资源配置中的优化和集成作用,将互联网的创新成果深度融合于经济、社会各领域之中,提升全社会的创新力和生产力,形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。

几十年来,“互联网+”已经改造及影响了多个行业,当前金融、在线旅游、在线影视、在线房产等行业都是“互联网+”的杰作。



本报资料片