

社区店内不设库存,顾客通过平板电脑下单,之后可以选择来店自提,也可以选择送货上门

顺丰开“嘿客”,与谁争食?

本报记者 杨召奎

“顺丰疯了,马云害怕的事情终于出现了!”近日,这样一条消息在微信朋友圈被广泛转发和阅读,截至10月21日,该消息的阅读量已突破10万次。该文称,今年5月18日,顺丰速运首批518家“嘿客”社区便利店开业。除青海、西藏以外,它们在全国各省市自治区均有覆盖。顺丰方面表示,未来1年内,全国开设“嘿客”将不少于4000家。

“嘿客”这种新业态在快递和电商领域引发热议。有人甚至惊呼,“马云害怕的事情终于出现了”。“嘿客”究竟是什么样的社区便利店?其运作模式是怎样的?其盈利模式及前景如何?本报记者对此展开了调查采访。

打造社区网购便民生活平台

10月21日,记者来到位于通州区怡乐北街的一家“嘿客”社区店发现,该店后面就是怡乐一区、新华联家园等大型社区。进店后记者看到,这家20平方米左右的社区便利店没有满货架的饮料食品,只有各种商品的纸板展示牌、两台播放广告的液晶电视以及两台超大尺寸的电子触摸屏平板电脑。

记者在店内看到,纸板展示牌上面的商

品可谓五花八门,既有水果蔬菜、婴儿奶粉、高档红酒,也有数码家电、手表首饰、化妆品服饰等。店员告诉记者,顾客可以通过扫描二维码了解商品信息,然后通过平板电脑预购店内展示商品,之后顾客可以选择来店自提,也可以选择送货上门。“嘿客”除了少量试穿用的样品外,店内不设库存。

记者现场体验后了解到,顾客首先点击平板电脑上面的嘿客商城,进入后浏览商品,看中某一商品后直接点击就可以了,这和天猫、京东购物没啥区别,价格优势也不是很明显。在记者待在店内的半个小时内,只有两个人进店咨询,但均没有购物。

店员告诉记者,“我们的产品都是有质量保障的,而且在退货方面会有保障,如果出现质量问题,我们可以替您和对方厂家沟通,协调退换货。目前,我们还处在建设阶段,将来还会和商家进行合作,商家会专门安排针对‘嘿客’的促销活动。”

另外,记者从顺丰方面了解到,到今年底,顺丰将在北京开设100家“嘿客”便利店。“嘿客”未来的发展方向是,除了具有以上的物流、购物功能外,还开办ATM、团购、预售、试衣间、洗衣、家电维修、代缴水电费等多项业务,并逐步完善成为社区网购便民生活平台。

能否解决“最后一公里”配送难题

顺丰曾凭借过人的配送速度,走出了一条和“四通一达”差异化的发展道路,但由于价格偏高,顺丰在电商领域的订单量一直不敌竞争对手。在巨大的竞争压力之下,顺丰不得不“自降身价”,推出“电商特惠”、“顺丰小盒”等服务,其8元~12元的价格已经无差别地接近了“四通一达”。

然而,“最后一公里”一直是物流行业共同的难题,据了解,“最后一公里”的投递成本约占到了物流配送总成本的三成,由于涉及成本、隐私、管理等多重问题,快递行业最后一公里物流瓶颈问题始终难破,为此,快递企业包括各大电商可谓使出浑身解数,但却一直收效甚微。

对于顺丰而言,如果能够率先解决最后一公里的问题,无疑可以提升自己的竞争优势。中国快递协会副秘书长长沙迪表示,“嘿客”是一个大胆的尝试,如果能盈利,将帮助我们解决快递最后一公里的配送难题。”

如何利用差异化的服务,布局社区网点,从“四通一达”手中抢得更多电商领域订单已经是顺丰的当务之急。不过,顺丰此次布局便利店,不仅仅是与“四通一达”竞争那么简单。

王小星认为,目前“嘿客”还处在尝试的阶段,没有实现盈利,因此还需要时间来检验。他对记者表示,“顺丰要想赚钱的话,需要有庞大的市场份额、用户流量以及用户粘性,目前来看,‘嘿客’还没有做到,对传统电商也谈不上冲击,不过社区O2O模式是发展趋势。”

知名电子商务观察人士鲁振旺对记者直言,并不看好“嘿客”模式。“顺丰对自己快递的速度还是挺自信的,于是想用自己的快递网络

建实体店来弥补电商平台的短板。但我认为,这样做难度还是很大的,运营成本也很高。”

“实体店就是要现货,不需要等待,看好了就可以直接买回家,但‘嘿客’的模式是店里体验网购,没有实体商品,订了货同样要等,用户体验其实并不好,这与自己网购有什么区别呢,还不如用手机APP方便。”在鲁振旺看来,“顺丰是靠快递起家的,有物流方便的优势,它完全可以选择做一些服务性更强的业务,比如生鲜、粮油的送货上门服务,解决‘最后一公里’配送难题。”

不过,电子商务资深人士张旭东比较看好“嘿客”模式。“首先它是一种战略布局,其次是做市场验证,最后就是业务优化。O2O模式最难的其实是线下,顺丰已经意识到只要做社区便利店是不行的,必须把产品、服务和体验融合在一起。”

张旭东告诉记者,“如果顺丰的几千家‘嘿客’真建立起来了,铺好网点了,它有物流的优势,有品牌保证,在获取社区人群特征、消费习惯等数据之后,通过大数据分析,然后进行精准营销,前景还是很广阔的。更为关键的是,顺丰的这种社区O2O模式,给商品销售提供了很好的渠道,将会引起其他商家的关注,加多宝和顺丰的合作就是一例。”

建实体店来弥补电商平台的短板。但我认为,这样做难度还是很大的,运营成本也很高。”

“实体店就是要现货,不需要等待,看好了就可以直接买回家,但‘嘿客’的模式是店里体验网购,没有实体商品,订了货同样要等,用户体验其实并不好,这与自己网购有什么区别呢,还不如用手机APP方便。”在鲁振旺看来,“顺丰是靠快递起家的,有物流方便的优势,它完全可以选择做一些服务性更强的业务,比如生鲜、粮油的送货上门服务,解决‘最后一公里’配送难题。”

不过,电子商务资深人士张旭东比较看好“嘿客”模式。“首先它是一种战略布局,其次是做市场验证,最后就是业务优化。O2O模式最难的其实是线下,顺丰已经意识到只要做社区便利店是不行的,必须把产品、服务和体验融合在一起。”

国家统计局今天发布的数据显示,三季度GDP同比增长7.3%,增速比二季度回落0.2个百分点,该数据创下近6年新低。初步核算,前三季度国内生产总值419908亿元,按可比价格计算,同比增长7.4%。分季度看,一季度同比增长7.4%,二季度增长7.5%,三季度增长7.3%。从环比看,三季度国内生产总值增长1.9%。

三季度GDP同比增长7.3%

局发言人盛来运在国新办召开的发布会上说,上半年的国内生产总值GDP增长7.4%,其中二季度增长7.5%,比一季度稍快了0.1个百分点。城镇新增就业人员超过700万人,外出务工的农民工数量增长1.8%,增加307万人,所以说就业也是总体稳定的。

国家统计局今天发布的数据显示,三季度GDP同比增长7.3%,增速比二季度回落0.2个百分点,该数据创下近6年新低。初步核算,前三季度国内生产总值419908亿元,按可比价格计算,同比增长7.4%。分季度看,一季度同比增长7.4%,二季度增长7.5%,三季度增长7.3%。从环比看,三季度国内生产总值增长1.9%。

民企博物馆成4A级景区

本报讯(记者彭冰)中华酒文化源远流长,近日,国家4A级旅游景区——吉林省酒文化博物馆在长春“揭牌”,这也是我国首家民企自办的省级酒文化博物馆。

据悉,该馆占地面积达3000多平方米,馆内收藏有近60年来几千个品种的名酒,产地涉及我国各个省份,曾以67大类、575个品种创造出“白酒酒数”吉尼斯世界纪录。除酒类外,该馆还展示了酒类酿造工艺、商标、瓶型、包装的演变过程。业内人士表示,一家民企能自办省级酒文化博物馆,并被评定为国家4A级旅游景区,这创造了酒企转型发展的成功经验,也为全国酒文化进一步走向世界起到了良好的推动作用。

跨界“联姻”成新媒体增长点

本报讯(记者赵琛)日前,“中国传统媒体与新兴媒体融合发展高端对话”在北京举行。国务院副秘书长王仲伟、国家工商行政管理总局副局长甘霖、湖南省副省长张硕辅等出席了对话。

据悉,新华社新媒体中心、湖南广播电视台、创谷·长沙(国家)广告产业园三家主办方正式建立了战略合作伙伴关系,共同推进新媒体产业园区建设与新媒体技术发展。湖南广播电视台广告创意基地、新华社新媒体中心产业研发基地落户创谷。

此外,主办方还正式启动了“新媒体·新媒体新梦想——2014中国创谷新媒体梦工厂大赛”,面向全国征集评选新媒体客户端并颁发最具影响力、最具发展价值、最具使用价值等奖项。

宝汉高速首片箱梁预制成功

本报讯日前,宝汉高速公路坪坎至汉中(石门)段全线首片30米箱梁在中铁港航局三公司6标项目部预制成功。

据悉,该公司承建的6标管段长7.22公里,主要工程为9桥5隧,按精细化管理施工。宝汉高速公路坪坎至汉中段是我国西部南北大通道银(川)重(庆)线的重要组成部分,是陕西省规划建设的“2637”高速公路网中3条南北纵线的重要组成路段。坪坎段建成后,对完善陕西省高速公路网布局,增强迂回线路,促进宝鸡、汉中区域经济发展将发挥重要作用。坪坎段全长约88公里,全线采用双向六车道高速公路I级标准,设计时速80公里。(徐航)

吉林水泥混凝土枕获生产许可

本报讯日前,吉林水泥轨枕厂收到国家质检总局颁发的ⅢA、ⅢC、ⅢQC、ⅢQA和枕5个品种混凝土枕全国工业生产许可证,标志着该厂生产的,包括先期通过的新Ⅱ型枕在内的所有轨枕品种均通过全国工业生产许可证验收。

据悉,国家从去年6月份起将轨枕产品纳入全国工业产品生产许可证目录,并实施新的轨枕办证细则。依据新细则要求,该厂在当年年底通过了质检中心混凝土及主要原材料试验,厂内做了轨枕温度等试验,修订了各种规格轨枕产品技术条件、工艺细则,原材料检验标准和工序检验标准。(段大光)

●如何整治城市“牛皮癣”?②

统一设置便民信息栏,有偿提供合法传播途径

昆明东川让健康小广告合法“落户”

本报讯(记者黄榆 通讯员马静怡)从建筑物墙面到街道护栏,从电线杆灯杆到公交站牌,从广告灯箱到电话亭,从电表箱到邮箱,甚至从街道绿化树木到居民楼楼梯,城市非法小广告几乎无处不在,有关部门多年来一直在清除,但却“铲不净涂不完”,市民形象地称之为“城市牛皮癣”。

“我们的工作都是治标不治本。”昆明市拓东街道城市建设与管理科科长王芳表示,虽然街道成立了专业的小广告清除队伍,聘请了监督员,也动员街道公共资源,但小广告的清除工作,每天都是从零开始,收效不明显。

“这是因为小广告的违法成本太低。”云南鑫金桥律师事务所律师刘永平认为,

依照现行《广告法》,只要违规张贴小广告,毁坏公共设施或文物古迹,都应该受到法律追究,但是取证较难。在现实中,很少有人因为张贴小广告而遭受大额罚款,这也一定程度上助长了小广告的胡乱张贴行为。

“以前的东川城区,小广告也曾铺天盖地,一根电线杆上最多的时候可以找到上百条小广告。但如今在东川的街头,却基本看不到随意乱贴的非法小广告。”东川区住建局城管大队副队长李云友说。

李云友告诉记者,针对“牛皮癣”的困扰,东川区住建局以“城乡清洁工程”为契机,创新小广告管理方式,改“堵”为“疏”,引进了一家专业信息咨询公司进行市场化运作,在对

非法小广告进行清理的基础上,在城区桂苑街、春晓路、白云街等人流量较大的地段,统一设置了7处公共便民信息栏,有偿为群众提供了100余平方米的合法传播渠道和场所,只要是健康合法的小广告,都可以在上面“落户”,从源头上减少了小广告的胡乱张贴或者喷绘。

据东川区住建局市容市貌管理科科长李明说:“这些小广告内容要经过专业信息咨询公司里面的审核,商品类和住房类的(广告)要提供相应的营业执照或者产权证。采用这种模式以后,一方面我们节约了大量的人力资源,一方面‘牛皮癣’泛滥的现象得到根本改变,老百姓对合法广告的发布更方便、更有效。”

非法小广告进行清理的基础上,在城区桂苑街、春晓路、白云街等人流量较大的地段,统一设置了7处公共便民信息栏,有偿为群众提供了100余平方米的合法传播渠道和场所,只要是健康合法的小广告,都可以在上面“落户”,从源头上减少了小广告的胡乱张贴或者喷绘。

据东川区住建局市容市貌管理科科长李明说:“这些小广告内容要经过专业信息咨询公司里面的审核,商品类和住房类的(广告)要提供相应的营业执照或者产权证。采用这种模式以后,一方面我们节约了大量的人力资源,一方面‘牛皮癣’泛滥的现象得到根本改变,老百姓对合法广告的发布更方便、更有效。”

据东川区住建局市容市貌管理科科长李明