

第五届浙江商务服务交易博览会上,移动电商成亮点 掌上商战波起云涌

本报杭州9月9日讯
记者 刘乐平 通讯员 劳育聪

传统的PC电商已经越来越不能满足用户需求,与此同时,智能手机的普及率以不可思议的速度演进。这一切似乎都在指明:下一个爆发点就是移动电商。那么,小小的手机屏幕如何承载购物的各种需求?

围绕移动互联网,一切都被重新定义,新商业模式层出不穷。在这场变化中,碎片化、个性化成为移动时代商业的新关键词。在昨日开幕的第五届浙江商务服务交易博览会上,一场有关移动电商新机遇的论坛上演了一场分享秀。

平台流量“去中心化”

智能移动设备在科技的精雕细琢下逐渐有了“四感”,即视感、动感、听感与触感。在不断的完善与改进下,与人类“五感”相近的特征使手机正在移动互联网时代不断地吞噬其他设备。

移动电商平台 Kancart 创始人周翔认为,每个垂直细分市场在移动互联网上都有自己的一线生机,这个市场中包含着各种各样“小而美”的店——他们的规模并不大,但是有着专属于自己的品牌文化和专属标签,也拥有一定的粉丝持续关注着小店的动态。

与“小而美”们一起构成电商世界两极的,是诸如淘宝、天猫、京东商城等流量高度中心化的电商平台。“大树之下,小草也可以活得很好”,周翔认为,在电商林立的年代,没有一个电商巨头可以掌握所有流量分配,“小而美”的企业在夹缝中仍然可以努力地博取生长机会,这就是“去中心化”。

而社交网络则成为获取移动流量的最佳渠道。周翔说:“每个人身上都有标签和插口,而一家小店只要能够对上某个人身上的插口,就能成功将他转化为这家店的粉丝。”所以,在为客户提供移动电子商务解决方案的过程中,他一再强调希望这家店的产品背后附着一个专属的故事,这个故事往往是找对受众插口的利器。

而在获取了大量的受众之后,小店就可以依托粉丝经济以一个“小社区”的姿态获取更大的移动流量。同时,他也很看重线下的流量,线下的物理流量同样



视网网供图

可以转化为线上的数字流量,线上线下的双行道会令一家小店锦上添花。

消费习惯“碎片化”

移动电商同样改变了消费者的习惯。与使用PC端网购的消费者相比,使用移动端的客户网购的时间更加碎片化。传统的网店店主开始探索在移动端上的新营销手法。

电商自媒体人、杭州蚁米电子商务有限公司总经理吴蚊米在营销过程中发现移动端并没有层次之分,主要就在于中心词匹配,这就要求很多商户要把最具有特点的中心词找出来。

吴蚊米形象地把移动营销的最终目的概括为“圈人”,而“圈人”的过程主要根据分析用户碎片化的时间,最后制定出一张精准的时间表。在每天需要经营微博、微信公众号、千牛等不下10个社交账号的情况下,吴蚊米根据这张精准的时间表,归纳出每个渠道用户最为活跃的时间段,流程化地在不同时间段到不同的社交账号上发布新的内容。用户在相应活跃的时间段总能收到来自她的信息,自然更加顺手地进行二次传播,从而达到最佳的“圈人”效果。

除却“精准”之外,她也非常注重“互动”。“互动”意味着传播者自身不是一个独角戏或是一潭死水,而是会和自己的粉丝有交流。而吴蚊米表示,她在每天都会分享一些类似营销上的经验等“干货”内容,或者有时候开启一个话题的讨论,这种方式都为积攒粉丝打下了良好的基础。

而淘宝无线大学讲师曹龙伟则表示,手机淘宝也在用户利用碎片化时间的大趋势下慢慢开始转变。传统的B2C模式开始转向C2C模式,单纯的线上模式也向线下模式伸出触角,而由搜索向导购则是最大的转变。工程师会利用算法来获知用户购买的记录,并通过对这些记录的分析,开始找到相类似的产品,并出现在用户购物时的页面上,这种“导购”式的推荐会给人一种在逛街的感觉。

品牌传播“自媒体化”

分享会上,不少发言嘉宾都提及,移动互联网带给商户的最大魅力在于,你有可能花很少的成本甚至是零成本却得到意想不到的传播效应。

让移动导购类应用“口袋购物”副总经理章征征印象极为深刻的是一家服装店,当他店里的

服装在“口袋购物”上的收藏突破1000次时,店主极为兴奋,随手发了一条公告:“为庆祝小店收藏突破千次,今日在本店购物包邮”。第二天醒来,该店主惊喜地发现,多了几十票订单。

电商自媒体人吴蚊米认为,自媒体效应有的时候就可以打响一个品牌,就淘宝、天猫等平台而言,无线推广这块仍然处于红利期。她提醒,在移动互联网时代,一些电商卖家保持着“只要将PC端的一切转移到移动端即可”的营销思维,而这种思维是可能存在误区。“不对PC端的用户与移动端的用户加以区分和引流,就无法扩大移动端的流量,也意味着小店难以形成一个固定的群落。”

章征征还与现场观众分享了该平台上一家销量极高的服装店的成功经验。在分析这家小店的方方面面并与其他店面做了比较之后,他发现,无论是图片的尺寸还是宝贝描述的字数、字体和字号,都会影响到受众的体验,从而直接与移动流量的大小挂钩。

此外,章征征也非常推崇店主与买家之间的互动,“任何互动在技术的支持下及时推送到用户的移动端上,就有可能带来零成本却辐射超广的推广效益。”

大气污染防治法修订草案向社会征求意见 将建重污染天气预警体系

据新华社北京9月9日电(记者 白阳) 国务院法制办9日就《中华人民共和国大气污染防治法(修订草案征求意见稿)》向社会公开征求意见。征求意见稿规定,我国将建立重污染天气监测预警体系,实施排污许可制度,同时突出燃煤、机动车、扬尘等重点领域以及重点区域的大气污染防治。

根据意见稿,我国将建立重污染天气监测预警体系。可能发生严重雾霾等重污染天气时,省级人民政府须适时发出预警,县级以上地方人民政府将依据重污染天气预警启动应急响应,采取责令有关企业停产限产、限制部分机动车行驶等应对措施。

征求意见稿要求实行排污许可管理制度,对重点大气污染物排放总量控制。省级人民政府应按照国家的规定削减和控制本行政区域的重点大气污染物排放总量,超过

排放总量控制指标的地区,将暂停新增重点污染物排放总量的建设项目环境影响评价文件的审批。

在重点领域大气污染防治方面,征求意见稿表示,国家将进行煤炭消费总量控制,优化煤炭使用方式,减少煤炭生产、使用、转化过程中的大气污染物排放;在机动车船污染防治方面,国家鼓励发展公共交通,合理控制机动车保有量,推广应用节能环保型机动车和新能源机动车。征求意见稿还特别指出,县级以上地方人民政府可以根据本行政区域大气污染防治的需要和机动车排放污染状况,划定高污染车辆禁行区。

征求意见稿还强化了对有关政府和部门及其工作人员的追责机制及违法排污行为的处罚力度,对有关违法行为规定了没收违法所得、处以罚款、吊销许可证、责令停产整治以及责令停业、关闭等行政处罚。

对外投资流量逾千亿美元

据新华社北京9月9日电(记者 王优玲) 商务部9日发布的数据显示,2013年我国对外直接投资流量创下1078.4亿美元的历史新高,同比增长22.8%,连续两年位列全球三大对外投资国。

根据商务部、国家统计局、国家外汇管理局联合发布的《2013年度中国对外直接投资统计公报》,我国投资存量全球排名前进两位,投资覆盖国家地区进一步扩大。截至2013年底,我国1.53万家境内投资者在国(境)外设立2.54万家对外直

接投资企业,分布在全球184个国家(地区),较上年增加5个;我国对外直接投资累计净额(存量)达6604.8亿美元,全球排名由第13位升至第11位。

除对欧洲地区投资下滑外,我国对其他地区投资均呈不同程度的增长。对外直接投资覆盖了国民经济所有行业类别,其中,租赁和商务服务业、金融业、采矿业、批发和零售业、制造业等五大行业累计投资存量达5486亿美元,占我国对外直接投资存量总额的83%。

全面排查台湾进口食品

本报讯(通讯员 刘佳 苏晓春) 日前,台湾地区查获一起“地沟油”混制食用油案件,问题油品被台湾强冠公司大量收购生产“全统香猪油”并作为原料食用油销售给食品生产企业,目前波及企业已近千余家,包括味全、85度C、盛香珍、味王、台糖等知名品牌。

对此,自9月5日起,质检总局连续发布3份警示通报要求紧急排查问题产品并采取相应的禁止入境

和召回等措施,9月6日至8日,浙江出入境检验检疫局严格按照总局相关要求,紧急排查已确定的77家强冠下游企业的问题产品,并每日对总局更新的问题产品名单进行跟踪排查,到目前为止,浙江局辖区无问题产品进口记录。

浙江出入境检验检疫局将持续跟踪排查台湾“全统香猪油”问题产品进口情况,并及时采取有效措施,确保进口食品安全。

节后鲜活农产品价格回落

据新华社北京9月9日电(记者 王晓玲) 据新华社全国农副产品和农资价格行情系统监测,与前一日相比,9月9日,肉类价格下降;蔬菜、水果、水产品价格以降为主;食用油价格略有波动;成品粮、鸡蛋、奶类价格均基本稳定。

监测数据显示,中秋节后,监测的大部分鲜活农产品价格回落。

其中,肉类、水果、水产品价格整体降势较为明显。

猪肉臀尖肉、猪五花肉价格分别下降0.5%、0.6%;白条鸡价格下降0.7%,普通鲜鸡蛋价格持平;芦柑、雪花梨、鸭梨、香蕉、橙子价格分别下降2.0%、1.2%、1.1%、0.2%、0.2%;监测的21种蔬菜中,14种价格下降,1种价格上涨,6种价格持平。

“五金盛宴” 期待八方宾客

第19届中国五金博览会将于9月26日至28日在永康国际会展中心举办

一年一度的“五金盛宴”又要永康举办了!作为世界五金行业三大盛会之一的中国五金博览会不仅是世界五金行业的一张“晴雨表”,更是世界五金发展的一张“走势图”。同时,展会经济与产业经济互动发展,比翼齐飞。在博览会的“滋养”下,永康一批批五金企业茁壮成长。作为“百工之乡”、“五金名城”,永康有无限的商机,永康这张独特的“金名片”正变得越来越闪亮。

中国五金博览会是伴随着五金产业和五金城市市场的迅速发展而成长起来的,万众瞩目的中国“五金盛宴”,一届比一届火爆。永康中国五金博览会,在规模上已经



展现永康新形象的永康国际会展中心

进入国际三大五金专业展会,与德国科隆、美国拉斯维加斯的五金专业展会并驾齐驱。

从1996年至今,它走过了18个年头。从第一届中国五金博览会的100个展位、10万人次参展、5.89亿元成交额,到如今成交额依然以每年两位数的速度递增。中国五金博览会不仅推进了永武缙五金产业集群在经济上对外开放的程度,而且引领永康从“五金之乡”快步迈向“中国五金之都”、“中国五金名城”,带动了永武缙区域经济的快速发展。

中国五金博览会举办的18年,正是永康五金培育、发展、壮大的18年,永康已成为全国闻名的五金生产基地和专业市场。依托浙江永康这一中国重要的五金生产基地和出口基地,以及规模庞大的五金产品集散中心,五金博览会快速发展。博览会的壮大为企业提供了一个面向国内市场的强大平台,这个平台不断成长壮大,给每一家身处其中的企业带来了国内市场的无限机遇,丰富了永康的产业集

群,完善行业产业链,给永康经济插上了腾飞的翅膀。

五金博览会正在助力产业华丽转身。如果说,在前几届博览会上,企业千方百计推出新品是因原材料等各种成本上涨而达到“曲线提价”目的,或者是以创新来留住难得的客户的话,那么现如今参展企业已经深谙创新才是竞争力之理,他们已将自主创新视为企业发展的内在需求,企业转型升级从“要我转”变成了“我要转”。

五金产业的集群效应正在显现。前不久,永康市又被授予“中国炊具之都”称号。据悉,这是继“中国五金之都”、“中国门都”、“中国口杯之都”、“中国电动工具之都”、“中国休闲运动车之都”、“中国家居清洁用品之都”后,永康获得的又一块“国字号”区域品牌。由此看来,产业集群效应在永康十分明显。成功举办了18届的中国五金博览会,不仅是永康的重大盛会,更是国内的行业盛会。随着永康五金的发展,这些“国”字号的光环不仅提升了永康知名度,也提升



了永康的产业集群效应。

永康境内有近万家五金企业,从业人员数十万,已形成门业、车业、杯业、电动工具、电器厨具、休闲器具、技术装备、金属材料等八大支柱产业,产品多达上万种。其中10多种产品销量全国领先,100多种产品销量居全国前三。

随着永康五金的不断发展壮大,永康五金产业已经向缙云、武义等周边县市辐射,形成了永武缙五金产业集群,成为全省产业集群示范区中少有的跨区域、跨产业的特色产业集群,被浙江省政府列为

“块状经济”向现代产业集群转型升级示范区、全省首批区域国际品牌创建试点单位、信息化和工业化深度融合试验区。

随着五金博览会的发展,专业性的不断提升,各行业产业链的不断完善,同时延伸出更加专业的相关展会,如门博会、机械设备展览会、门配展等,这些都依托五金博览会这个母体完善发展而来。总之,永康八大五金行业之所以能茁壮成长,上下游产业链能不断完善融合,都离不开五金博览会。中国五金城为五金博览会提供基础平

台,五金博览会推动市场、产业的发展,丰富整个产业,完善产业链,从而进一步推动五金城市市场向品牌化、国际化发展。

2011年,第16届中国五金博览会在新的国际会展中心成功举办,成为了永康会展史上的一个崭新起点。国际会展中心的正式启用,提升了永康市会展业的水准,为总部经济的发展搭建了崭新平台,为永武缙区域会展业发展提供了更为辽阔的发展空间,随着硬件设施的完善、服务功效的拓展,在范围化、专业化、国际化、实效化方面实现了新的提升。今后永康市将以五金特色产业和不锈钢销钉等五金专业市场为依托,集聚更多展会资源,在这里举行更多的专业展会,为区域内招商引资、人才引进、技术合作、文化交流等创造条件,提升五金博览会的专业平台,更好地推动五金产业集群的发展与壮大。

(陈馨泽 应海涛)