

智慧商业赋能实体零售业转型创新

文 / 肖亮

通过发展智慧商业，提升实体零售竞争力，已经成为新商业时代下实体零售企业转型创新的战略选择。自2016年底，亚马逊的“Amazon Go”无人超市推出以来，国内零售企业纷纷开启了智慧商业领域的探索，无人超市、盒马生鲜等一个个鲜活的新零售样本的出现，更加促使越来越多的实体零售企业加入到智慧商业的浪潮中。然而，绝大多数的探索和尝试都停留在初步的智慧商业场景体验和效果展示层面，虽可以诠释新商业时代实体零售业转型创新的愿景，却不足以为新商业时代下实体零售业的转型创新提供具体的路径引导。

寻找转型创新的正确姿态，探索智慧商业技术应用的有效策略，尝试智慧商业模式创新的不同路径，赋能实体零售业发展新动能，依然是实体零售业现阶段面临的关键问题。尤其是随着智慧商业技术应用由单一交易场景应用向消费者数字画像、客户关系管理、门店规划设计与布局优化、交易与服务体验改善、供应链全程优化与智能决策等全过程的综合商业场景应用转变，未来的智慧商业体系将进一步聚焦“低营销成本、低物流成本、高人效、高坪效、优质服务体验”五大目标，助推实体零售业全面提升服务便利性、提高客户粘性、优化改善经营效率与强化精准化运营能力，逐步推动实体零售企业从B2C模式转向C2B模式、实体零售平台从B2B转向S2B模式。

智慧商业基础设施建设、商务大数据资产积累、商业算法模型库构建恰恰正是构建未来智慧商业体系最为重要的三大手段。通过智慧商业基础设施的建设，如在实体零售场景中嵌入无线网络设备、人脸识别设备、动线追踪设备、自助收银设备、智能货架、电子标签、传感器等智慧设备，将推动实体零售业的数字化和智能化进程，积累和沉淀大量记录商业行为的各类商务数据。而商务大数据正是互联网时代下实体零售企业最重要的资产，是未来新商业时代下实体零售企业的生命线，是隐藏在冰山下的巨大金矿。商业算法模型则是挖掘大数据冰山下巨大金矿的新引擎，是激活商务大数据资产潜在价值的重要工具。通过三大手段的综合利用，才能真正推动智慧商业体系的落地，实现实体零售业的精细化服务、精准化营销和精益化管理。

智慧商业发展任重道远，既需要实体零售企业、智慧商业技术企业协同努力，也要大力发挥行业组织的平台作用，促进实体零售企业、智慧商业服务商企业、院校与科研机构等加强对话与交流，共同推动实体零售业的智慧商业发展破题，开拓实体零售企业转型创新发展新局面。



肖
亮

浙江现代商贸发展研究院执行院长
浙江工商大学管理工程与电子商务学院副院长
浙江工商大学现代商贸研究中心执行主任



名誉主任：徐鸿道

顾问：周日星 徐高春 吴德隆 胡祖光 吴克强

法律顾问：浙江六和律师事务所 王红燕律师

主任：隋剑光

副主任：骆光林

委员（按姓氏笔画排列）：

马更跃	金华市商业联合会	会长
万玲玲	华东医药股份有限公司	副总经理
王忠义	浙江省新华书店集团有限公司	董事长
王钧耀	浙江省连锁经营协会	执行会长
王磊	浙江国美电器有限公司	总经理
王露宁	物产中大集团股份有限公司	副总裁
叶晓京	银泰商业集团有限公司	助理总裁
叶惠忠	浙江百诚集团股份有限公司	董事长
刘士龙	浙江省吉林商会	执行会长
张月明	海宁中国皮革城股份有限公司	董事长
欧再福	浙江人本超市有限公司	董事长
刘晓明	杭州市商业联合会	会长
刘绪刚	浙江省山东商会	会长
陈可人	浙江省汽车流通协会	执行会长
杨军	浙江华联商厦有限公司	董事长
张际松	浙江省百货购物中心协会	会长
赵有国	浙江省兴合集团公司	副总裁
吴波成	义乌市市场发展集团有限公司	董事长
沈国良	浙北大厦集团有限公司	总经理
汪选华	杭州五丰联合肉类有限公司	总经理
张斌	浙江省土产畜产进出口集团有限公司	董事长
沈滨	浙江省农都农产品有限公司	董事长
张慧勤	杭州联华华商集团有限公司	董事长
郁义龙	浙江苏宁云商商贸有限公司	总经理
周自力	杭州解百集团股份有限公司	副董事长
欧阳宝坤	杭州碧桂园久泰置业有限公司	碧桂园浙江区域总裁
宗佩民	浙江华睿投资管理有限公司	董事长
周建松	浙江金融职业学院	党委书记
郑勇军	浙江现代商贸发展研究院	院长
雍轶群	浙江宏图三胞科技发展有限公司	总经理
赵文阁	浙江中国小商品城集团股份有限公司	总经理
骆左强	浙江上百贸易有限公司	董事长
俞步松	浙江经济职业技术学院	党委书记
赵伯祥	话机世界通信集团股份有限公司	董事长
赵敏	杭州市商贸旅游集团有限公司	董事长
胡敏杰	宁波太平洋恒业控股有限公司	董事长
徐九成	衢州市商贸业联合会	会长
徐仁艳	浙商银行股份有限公司	副行长
徐承彦	中国银联股份有限公司浙江分公司	总经理
诸奇德	浙江中浙国际展览商务有限公司	董事长
翁南道	颐高集团有限公司	董事长
陶晓莺	杭州三替集团有限公司	董事长
徐祥燕	浙江省成品油行业协会	常务副会长
章凤仙	浙江省餐饮行业协会	会长
屠红燕	万事利集团有限公司	董事局主席
章建成	浙江杭钢商贸集团有限公司	董事长
董伟平	浙江省商贸业联合会	副会长
韩利平	杭州饮食服务集团有限公司	副总经理
蔡玉林	浙江省商业集团有限公司	副总经理
蔡李章	浙江在线新闻网站有限公司	副总经理
潘廉耻	浙江衢州东方集团股份有限公司	董事长
魏君聪	浙江省商贸业联合会	秘书长
戴国海	浙江凯虹集团有限公司	副董事长

目录 contents

卷首语

P01 智慧商业赋能实体零售业转型创新

特别策划

赋能实体经济 开启智慧商业新时代

P04 论新零售商业的七“新”大法

P08 赋能实体经济 开创新商业时代

P12 恒天路灵捷：站岗新零售的大后方

P15 技术为器 运营为魂

P19 未来，每一个公司都将是软件公司

P23 聚焦新型餐饮“来钱快” 赋能小微商家

决策者参考

政策解读

P26 解读省第十四次党代会报告：指导浙江未来发展的纲领性文件

观点

P31 世界三大湾区之后是谁 浙江湾区经济要来了吗

P34 有关阿里“无人门店”与“智慧零售”的思考

商界纵横 诚信兴商

P38 顾客至上 诚信经营

P41 诚信经营 迎风破浪 再展宏图

品牌故事

P44 饮誉浙东的“四明大药房”

浙商风采

P48 努力拼搏 再创辉煌

P51 鲜绿多：传递幸福味道

P54 发展特色服务业 提升集聚区魅力
为永康经济发展打造“新引擎”

P58 创新·转变

魅力商街 Glamour Street

P60 慈溪银泰城——引领时尚新生活

浙商联动态 dynamic

P63 浙商联动态



主管单位：浙江省商务厅
主办单位：浙江省商贸业联合会
浙江省商业经济学会

总编辑：隋剑光
主编：魏君聪
副主编：周鸣阳
责任编辑：章永健
编辑：杜佳音 陈媚媚 徐林娟 杨 敢 潘向中
美编：陈姝莞
特约编辑：王磊迪 叶彩萍 刘 霖 李 蕾

浙江省商贸业联合会

地址：杭州市体育场路 508 号地矿科技大楼 4 楼
邮编：310012
电话：0571-85062226
传真：0571-85069995
网址：www.zjsm.org
E-mail：smylhh@126.com

浙商联媒体传播中心

电话：0571-85061053

浙江省商业经济学会

地址：杭州市滨文路 470 号
邮编：310053
电话：0571-58108123
传真：0571-58108124
E-mail：zmy501@163.com

论新零售商业的七“新”大法

文 / 舒畅

“未来的十年、二十年，没有电子商务这一说，只有新零售。”马云在提出“新零售”这一概念时表示。

寥寥数语，践行不易。

早在马云提出新零售这一概念之前，九爱创始人邵晨曦就于2016年开始布局亲情产业互联网平台。与马云对新零售的宏观定义相比，邵晨曦对新零售的实践更加具象——和十多家省代和运营商签订意向协议，联合数百家健康、医疗、人工智能、智能设备等生态合作伙伴，开拓和改造1000家新零售门店——4F未来生活馆。从传统手机门店升级到亲情模式新零售体验店，真正实现了新零售定义的“线上零售效率”和“线下用户体验”。

近一两年，零售企业希望搭上O2O大潮实现转型，然而许多都成了先烈，像九爱科技这样异军突起的案例不多。其实，从业者只有认识到“新零售”这个行业发展必然所内涵的关键问题，做到有名有实，才是新零售。新零售和互联网+、移动互联网、O2O、物联网等或许更多只是时代背景下不断翻新的术语，我们更应该从本质看问题。

那么，新零售的核心到底是什么

一、新零售：不能脱离零售的本质

新零售其实是将企业的核心优势放大，缺乏核心优势的转型必然失败。依靠产品本身的市场吸引力（如九爱爆品手机）、周边生态、已有渠道等因素，不少传统企业在拥抱新零售从未思考如何发挥核心优势。小米的硬件生态、京东的物流体系、阿里的大数据能力、九爱的亲情产业等才是这些企业转型成功的关键。不重视产品核心优势建设，新零售

只能是一句空话。基于此，九爱科技在4F新零售战略布局之初就从不间断优化产品，以九爱亲情手机为中心载体，引入新、奇、特的硬件系列和服务体系，更新智能化、专业化、高品质、快时尚的品类，满足不同人群的亲情

需求。所以，只有不脱离零售业本质的新零售转型才能走得更远，走得更好。

二、新场景：重构环境链接消费者

没有创新的环境、氛围，就没有所谓的“新零售”。通过人、机、物实时互联，根据每个消费者的生活场景、生活习惯，快速迭代出智慧的生活场景和链接服务，重构线上、线下的消费场景，让消费者不仅获得产品使用的知

识，还能充分体验到获取产品的快乐，并且这种体验既可以来自商品本身，也可以延展到产品价值以外。这样，看上去是一个虚拟购物场所，但呈现给消费者就是一片娱乐天地；走进一家实体门店，购买者就如同走进一个情趣横生的生活迷宫。因此，包括小米之家、盒马生鲜、秒生活、九爱 4F 未来生活馆等新零售场景式门店，通过装修改造、创新陈列和氛围营造变革场景，链接消费者购买多品牌化、多渠道化和碎片化需求。

三、新体验：从产品体验迈向情感体验

江南春认为新零售时代，消费会变成一种情绪抚慰。特别是近 2 亿新中产人群会更多追求产品的情感体验，而不是功能的体验，是更多地比较产品的情感体验价值，消费趋势已经从规模化转向个性化，从功能

经济向情感经济升级。例如九爱亲情手机，通过系统人情化、交互智慧化、服务个性化，满足了广大新中产人群对亲情链接陪伴、关爱家庭的迫切需求。所以，新零售转型企业应该把消费者价值观、消费观、消费心理、情感需求研究透，并与本企业产品、定位及文化相融合，切实从消费者出发提供其所需的产品、服务、购物环境等，才能真正实现“新体验”。

四、新业态：从单一商业体向多元新业态进化

我国消费者行为已出现明显升级倾向，即需求多元化、购买社交化、品牌口碑

化、体验一体化。现在看来，无论是单一的线上电商，还是单一的线下实体，都无法满足用户的需求。从单一商业体向多元新业态进化，引进新的业态，对既有业态的改造升级，打破自我封闭与各自为营的状态，才是新零售业态长兴的秘诀。小米之家、盒马鲜生、永辉“超级物种”、百联“未来店”RISO、九爱 4F 未来生活馆等新零售门店，基于“全业态+融合+创新”，跨界融合科技、美食、时尚、艺术、内容、IP 等多种元素，通过多业态、立体化内容增加消费者接触频率，多方位强化品牌认知，将业态的话题性、聚客力、连带力发挥到极致。

五、新渠道：全渠道的一体化无缝式体验

在多业态和跨界融合的基础上，还需要打通创新渠道才能构建生



态矩阵，改变传统“人、货、场”渠道链条，以“人”为中心，必须通过线上平台、线下数字化设备等实现全渠道信息共享，精准定位消费者，从交付端、服务端及商品端等多个渠道打造消费体验。九爱科技携手多家上市公司、零售巨头、设计界领军企业等联合打造 4F 未来生活馆，和快乐购、生态合作伙伴等创新渠道跨界融合，面向 2.25 亿新中产人群，在 2018 年建成遍布全国的 1000 家规模的 4F 未来生活馆，将线上优势、资源优质，与经销商、厂商和消费者的需求更好地结合，打造综合性亲情生态生活体验馆。类似小米之家、三只松鼠、优衣库等典型案例，也是通

过各渠道间的协同分销，为顾客提供一体化的无缝购物体验。

六、新供应：从链式结构向网状结构转变

新零售时代，更透明的价格、更个性化的产品需求、更挑剔的购物体验，都需要强大的供应链能力来保证。传统零售业门店的线性的、链式的供应结构并不适合新零售定制化、快速化、动态化的需求。我们需要一个网状的供应结构，因为网状是最具有弹性，而且反应速度最快，每一个网络节点都可以单独或联合供给。我们现在看到一些企业在做探索，比如一些品牌的设计、生产、仓配等环节，他们直接服务客户，听取客户的反馈评价，而不是像过去由链主——品牌商来

管控。从现实来看，不论是万达、苏宁、国美、京东，还是九爱科技，在门店业务和供应流程再造上都不遗余力，最终形成弹性、敏捷、智慧的交付能力，这样才能确保新零售转型强而有力，井然有序。

七、新技术：ABC 赋能新零售

任何商业的本质都是如何快速实现价值流动，消费者需求的提前洞察及消费者行为的预判，以及新零售门店的智慧化体验，都需要大数据 (BigData)、云计算 (Cloud) 和人工智能 (AI) 等组成的“零售技术”在新零售中发挥着至关重要的作用，甚至可以说新零售革命实质就是新零售技术的革命。大数据负责采集与分析消费者行为信息，为企业反向定制与零售商的精准营销提供基础支持；云计算打破各个网点之间的数据孤岛，为制造端与供应



链输出廉价的方案设计与解决能力；人工智能将实现对生产、供应与配送环节简单劳动的替代。Amazon go、阿里无人超市、缤果盒子、九爱 4F 未来生活馆等新技术赋能的新零售门店，都是通过对商品的生产、流通与销售过程进行技术升级改造，利用计算机视觉、深度学习以及传感器融合等技术，为厂家、供应链、商家和门店赋能，强调客户体验、融合转化和互相影响。

新零售的真正来临并不能一蹴而就，不是凭空而来的怪物，它是既有传承、又有创新，既有坚持、又有发展，既具前瞻性、又须接地气的行业，它随着时代的发展而变化。能不能称为“新零售”，关键可能不在于是否“颠覆”和“极致”：以颠覆的思维去迎接每一天的新变化，以用户为中心，贴近需求，创造极致的产品品类、极致的场景生态、极

致的交付能力、极致的营销模式、极致的渠道生态。诚如九爱 4F 未来生活馆，颠覆传统零售业态模式，改变单纯卖货逻辑，运营品类、空间向运营情感和生活方式过渡，为新中产人群呈现极致的情感消费体验。

也许，这才是练就新零售七“新”大法的任督二脉！



赋能实体经济 开创新商业时代

——太平洋致力成为三四线城市商业综合体全产业链平台运营商

宁波太平洋百货集团创建于1990年，至今已发展成为一家集百货及购物中心连锁、酒店餐饮连锁、商业地产开发、商业运营管理的跨地区、多业态、多元化的集团公司。恒太商业依托太平洋恒业控股和太平洋百货集团二十多年的商业管理经验和商业信誉，专心研究三四线城市商业综合体的运营管理，并成功打造“百货购物中心、购物中心、邻里中心”等产品，推出“商业规划、开业筹备、运营管理、商

业投资、物业管理、工程管理、信息智能”等服务项目，先后在浙江、安徽、江西、山东、湖南、湖北等多个省份开发运营25家城市商业综合体，总面积达100多万方。

商业模式转型赋能实体经济

由于实体商业不断扩容，再加上电商的冲击，2011年全国百货行业告别了黄金期，各地百货业绩呈下滑趋势。都说商场如

战场，太平洋百货在这场新形势下的市场博弈中也遭受了重创。公司要解决生存与发展空间的问题，必须走转型之路。胡芳园带领公司管理团队多次奔赴全国各地进行市场调研，结合当地市场需求，用两年时间把太平洋百货从传统百货打造成百购中心，这一重要转型不但解决了企业的生存问题，也为企业进一步发展奠



定了坚实基础。

2012年，太平洋看到越来越多的三四线城市地产商由于不专业，在经营商业综合体时频频遭遇瓶颈，通过交流探讨，获得了地产商的认可，太平洋百货凭借二十多年的商业管理经验和商业信誉从专业的角度帮地产商解决问题，同时也为企业自身创造了效益，实现了双赢。2013年，太平洋百货已经发展到7家门店，在浙江三四线城市商业领域已小有名气，胡芳园和公司管理层开始深入研究三四线城市的商业，思考公司的发展转型问题，于是在2014年做出了“自主经营向管理输出转型”这一重要决定，这是太平洋的第二次转型，

解决了企业发展的问題。

2015年—2016年，太平洋已操盘了9个项目。2017年初，基于全国三四线城市巨大的商业市场空间，基于太平洋拥有二十多年专注专业三四线城市商业运营所积累的经验 and 能力，胡芳园和企业管埋层意识到资源整合是商业地产行业发展的必然趋势，从项目定位能力、开业统筹能力、运营创新能力、系统化标准化管控能力，以及招商、工程、人资、财务、信息等专业能力和商学院人才培养能力，探索打造现代商业循环生态系统，解决企业

可持续发展问题，于是做出了第三次战略转型，即把企业打造成最具特色、最富高效、最有竞争力的全国知名三四线城市商业综合体全产业链平台运营商，赋能实体经济。

企业的三次转型，充分体现了太平洋人务实的工作作风和创新的变革意识。

专业化管理赋能实体经济

太平洋人意识到想要在行业里生存并得以发展，企业必须以精准的管理赋能实体经济。于是，

洋国际购物中心



东阳新光太平洋购物广场



建德太平洋购物中心



安徽芜湖太平洋购物中心

百货集团总裁胡芳园在2017年百货集团年度工作报告中提出了打造集团强力赋能平台。

标准化管理赋能实体经济。前筹中心和运营中心开业筹备和运营管理节点标准管控体系的上线,实现从开业筹备到运营管理的全流程系统管控,对每个项目进行1108个节点管控,其中开业筹备管控节点448个,运营管理节点660个。2016年太平洋开业了4家门店,这是公司历史上最多的一次,其中2家门店在同一天开业。公司在发展中,将努力打造成为三四线城市商业综合体运营管理的行业标准。

人才培养赋能实体经济。“人才”是企业发展的第一要素,太平洋恒业商学院以“提升员工的职业技能与职业素养”为使命,每年培养培训核心岗位人才300多人,管理人员在岗知识技能迭代培训6000多人次,为助力公司发展做出了一定贡献。

太平洋企业作为专心致力于三四线城市商业运营的经营者,其战略抱负并不仅限于自身企业的得失,而是致力于促进实体商业的良性发展。

体验式、社交化、情景化赋能实体经济

商业地产发展至今,从单一的零售“脱胎换骨”到大幅度提高体验式业态占比,体验为王的理念正成为行业主流。单纯的买卖商品已经不能满足顾客的需求,顾客在追求性价比的同时,

更注重消费体验。因此,太平洋在商品编配上加大了体验项目的比重,餐饮、娱乐、健康等项目从原来经营面积占比30%增加到60%。在vip服务上,一年举办多次沙龙活动、相亲会、各种集市、吃货节,让顾客真实感受到体验式消费带来的身心愉悦。

打造购物中心社交功能。一个商场犹如一个城市客厅,人们

可以在这里约会、商务洽谈、朋友聚会,社交已成为购物中心的一项重要功能。星巴克、各类餐饮、电影院、健身房等都是购物中心标配,成为都市白领生活休闲娱乐的聚集之地。

情景交融的购物氛围让顾客体验休闲。在购物中心遇见“山川河流”已不算新鲜事,一年四季大自然的变化也会在购物中心



随处可见，还有当下流行的话题或人气游戏，在购物中心一定有一块属于“它”的地方，八月份门店的“王者荣耀”现场人气爆棚。购物中心情景化，从主体升级构建六感体系，动静结合的环境营造，让顾客身临其境。

相比于互联网商业，做深“体验式、社交化、情景化”才是提升实体现代商业的核心竞争力。

智能信息赋能实体经济

信息化赋能实体经济。公司

在杭州成立有 20 多人组成的团队，专门研究商业信息化管理。建立会员内循环，采集商户 vip 信息，通过《线上积分商城》提供各种服务，拓展线上支付和积分支付，随时可以在各商户兑换积分，形成积分循环，方便顾客，增强顾客对商场的粘性。采用数据营销，结合大数据平台，从品牌端和顾客端来研究客户的性别、年龄、喜好等，让运营更加精准。建立自动化物业管理系统，远程监控各门店用电、空调、电梯等运行情况，用 APP 检查各营

业流程节点，用信息化工具管理门店现场。

“唯有专注，方能聚焦。”这是太平洋人一直以来坚守的事业信念。谈到公司的发展愿景，胡芳园总裁表示：我们专注于三四线城市综合体的运营管理，未来 3—5 年，企业将实现上市，并成为在中国商业领域有责任心的企业，为开启新商业时代贡献自己的力量。



（宁波太平洋百货集团 特约供稿）

封面人物介绍

胡芳园

胡芳园——宁波太平洋百货集团有限公司董事长兼总裁、恒太商业管理有限公司总裁、宁波太平洋恒业控股有限公司副总裁，南京大学新闻传媒广告学学士，伦敦政治经济学院硕士，长江商学院 EMBA，宁海县政协常委、宁波市优秀企业家。

2007 年，胡芳园进入宁波太平洋恒业控股有限公司，她先后担任宁波太平洋百货集团部门经理、集团人力资源总监、集团总裁。商业跌宕起伏的这十年也是她在商海里从 0 到 1 不断摸索成长的十年。跟别人眼中的富二代不同，她勤奋、好学、谦虚，进入公司后，她提出要从基层做起，担任门店的男装部经理，繁琐的管理工作非但没有让她退缩，反而更加激起了她对商业领域的探索欲，通过不断钻研以及团队的配合，她迅速熟悉了门店的业务，门店业绩同比上升 28%。2014 年，胡芳园被任命为百货集团总裁，当时企业正处于转型期，经历着变革，企业内部发生了人事变动，在公司管理层的鼓励下胡芳园主动挑起重担。她从未把自己放在企业接班人的位置上，而是努力让自己成为一个优秀的职业经理人跟随团队一起开拓成长，一天工作 18 个小时对胡芳园来说很稀疏平常，每个月她都会奔赴各家门店巡场，查找问题，回来向公司管理层请教、征求大家的意见，与团队一起解决问题。她有着敏锐的商业嗅觉，主动搜集信息，与同行、专家交流，精准把握市场动态。

胡芳园秉持父亲的创业精神，她的谦虚好学赢得了公司管理层的尊重以及合作伙伴的一致认可。经过 10 年历练与耕耘，如今的她已是一位能够带领太平洋走出浙江进入全国商业市场的领军者。

恒天路灵捷：站岗新零售的大后方

从2016年下半年开始，“新零售”概念迅速火爆起来，在国家经济新常态的背景下，消费者需求趋向多样化和场景化，移动互联网、大数据、人工智能等新技术也在蓬勃发展。越来越多的企业依托互联网，对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造，将线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合，进而重塑业态结构与生态圈，重新定义智慧商业生态。

“新零售”的核心要义在于推动线上与线下的一体化进程，其关键在于使线上的互联网力量和线下的实体店终端形成真正意义上的合力，从而完成对传统行业的升级改造。这其中，智慧物

流是智慧商业完整生态链中不可或缺的一环。

目前的传统物流行业，面临着人工分配固定送货路线盲目性大、调度灵活性差、送货任务不均等问题，导致物流系统反应速度慢、资源整合力度低，不利于总成本的控制，也阻碍了企业提升配送服务品质，阻碍了迈向智慧商业的发展步伐。

路灵捷——恒天软件自主研发的智能配送解决方案，基于智能路线规划算法和无名道路技术专利，结合GIS、GPS、移动互联网等技术，为物流企业或有物流需求的企业搭建集配送路线规划、无名道路自动识别、配送过程实时导航、全程实时监控、路径分析与优化、大数据智能分析

等功能为一体的全周期配送管理系统，优化配送流程，提高配送效率。

无名道路智慧学习

如今各产业信息化在快速发展，地图数据不断完善，城市地区信息服务特别是地图服务非常发达。但是在广大农村地区包括城市新建造的小区，还存在不少无名小路和新开辟的道路，传统地图服务软件无法实现对这些道路的精确导航。而这些问题深深困扰着从事农村配送和小区配送服务的送货员。

路灵捷秉承“送货到户”的配送理念，采用了自主学习、完善路线的无名道路服务，在广大农村道路导航上实现了重大的突

路灵捷



破。首创的无名道路服务基于“路灵捷”无名道路解决方案技术专利，实现无名道路和农村道路自动学习、优化、导航，无需人工介入。通过配送助手 APP 全程离线语音导航，还能实现全部零售户无障碍配送，避免陌生户无法配送的情况，保证路线规划的有效性和配送服务顺利进行。

每日路线智慧规划

车辆路线问题 (VRP) 自 1959 年提出以来，一直是网络优化问题中最基本的问题之一，由于其应用的广泛性和经济上的重大价值，受到国内外学者的广泛关注。它是指一定数量的客户，各自有不同数量的货物需求，配送中心向客户提供货物，由一个车队负责分送货物，组织适当的行车路线，目标是使得客户的需求得到满足，并能在一定的约束下，达到诸如路程最短、成本最小、耗费时间最少等目的。

基于此理念，路灵捷借助人工智能算法簇，应用强大计算能力，在现有的送货模式基础上，

实现基于订单量、订货户具体位置、车辆满载量、配送工作时间等多因素的智能路线规划。

区别于传统人工“经验”、大量“理论基础”的路线规划，人工智能算法能够实现多目标规划，在可接受时间内，在满足满载量、配送工作时间、零售户收货时间的限制下，生成一个时间、里程、成本都优化的配送路线。同时，该配送方案还充分考虑实际地图道路数据和订单数据，考虑路线稳定性、逢集问题、送货员接受程度、送货效率、村庄送货等多种业务因素。每天仅需 10 分钟，就能自动完成路线规划，还会根据新增零售户信息，优化路线，做到实时调整和优化。

配送过程智慧管理

配送中心系统包含实时监控、配送管理、路径管理、基础数据管理、系统管理等部分，涵盖配送全过程，有效帮助管理人员全面详细地进行配送管理，并对全过程可控可管可查：

计划生成，基于订单数据和

可用的车辆送货员，根据实际的道路情况和配送条件，合理安排配送路线，生成一个能够在规定时间内配送完成、且兼顾配送效率与成本的配送计划。管理人员亦可轻松查询每天的配送路线信息，包括路线总时间、总里程、户数、满载量，以及每一户的具体送达时间和轨迹等。

实时监控，实现对配送整体情况、配送车辆具体位置、进度、轨迹的全方位监控，支持地图与文本模式切换。结合配送终端的签到功能，管理人员可清晰直观地了解每个送货员的当前位置和业务进度，实现对于配送过程的全面掌握和管理。

历史查询，储存所有的配送历史记录，可提供历史配送情况的详细展现和数据统计，随时查看任何一天任何一条送货路线的详细配送情况，包括到达每户的时间、详细的行驶轨迹等。

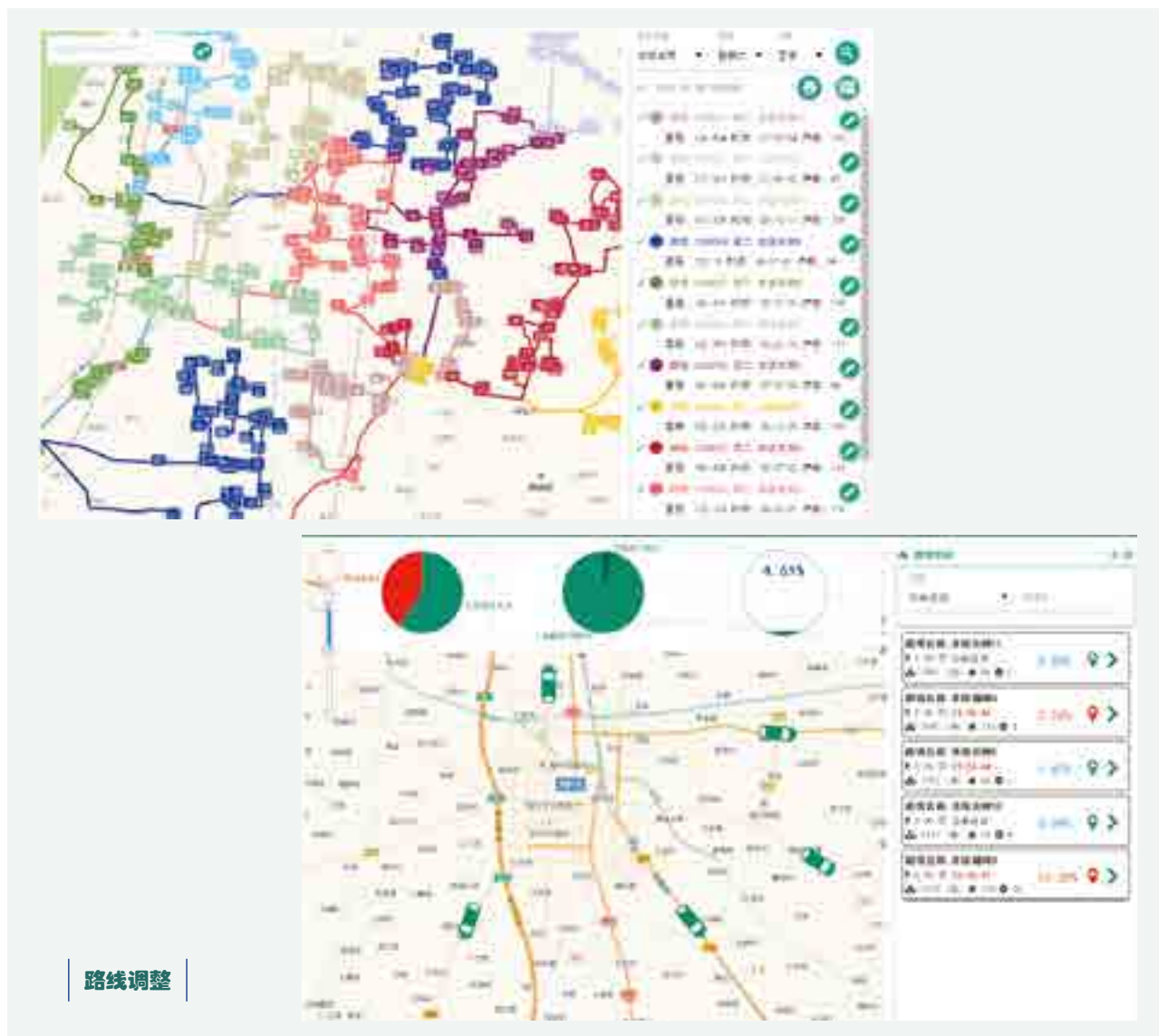
系统管理，提供系统用户权限管理、配送参数管理等，实现对于包括工作时间、户均送货时间在内的路线规划关键参数的管理，保证路线规划的灵活性和可靠性。

送货收货智慧掌握

路灵捷配备完善的用户服务，移动 APP 精准满足专卖、采集、配送、驾车、监控等不同需求。

针对送货员的配送助手，可提供地图导航、到货确认、退货管理、签到服务、区域告警等服务。支持覆盖无名道路和优化道





路的全程离线语音导航服务。此外，还能实现配送工作的地图服务，包括基本地图操作、周边搜索等，及时反映当前位置、周边环境等信息，应对配送过程中出现的各种突发情况。微信服务号则能让订货商家和客户轻松了解配货信息以及物流情况，足不出户掌握货物动态。

目前路灵捷已成功应用于某烟草公司，帮助其实现了基于订

货信息的自动化动态路线规划，平衡淡旺季业务需求差异，节省配送成本。该地区使用路灵捷共采集零售户坐标 25000 余个，采集无名道路近 3000 条。在原有的人工优化配送方案的基础上减少配送线路 5 组，节约总时间 14%，降低配送成本 150 万 / 年。

作为一家国家重点软件企业，恒天软件拥有 2000 多名 IT 专业人才，为全球客户提供可

靠、高质量的软件产品与技术解决方案，致力于创新商业模式以及管理手段，将商业与技术紧密整合，开拓全新智慧商业新征程。恒天软件旗下产品除路灵捷外，更有慧商城、慧开店等助力线上线下快速融合的品牌电商平台，大数据整体解决方案——智能全息信息深度绽放数据价值，助力决策者全景掌控。

(网新恒天市场部 特约供稿)

技术为器 运营为魂

——产业园区的智慧运营之路

近几年，住宅地产受政府调控政策影响进入平静期，商业地产也日益疲软，而产业地产成为了地产行业市场关注的热点。产城融合、PPP项目、众创空间、智慧园区、特色小镇、城市更新等概念层次不穷，政府、企业、各类机构纷纷投入到产业地产的建设中。如今产业地产面临着重大的转型挑战和巨大的前

景机遇，而产业园区的运营也被提到了全新的高度。未来决定园区成败与优劣的正是在运营上，借助最新的技术手段，也将帮助园区智慧运营驶入发展高速路。

一、产业园区的转型升级

近几年，产业园区有明显的转型升级趋势，即日趋关注制度、融合化、软环境，注重园区体制

机制、产业配套、园区文化、生活服务，注重提升产业竞争力与土地利用效率。这种转变是喜人的，但更是源于外部经济和园区自身发展形势的倒逼。

受国家整体经济下行趋势的影响，民间投资大幅下滑，土地成本高企，经济“脱实入虚”问题突出，产业园区的发展也受到了一定程度的波及，部分园区经





济整体下滑现象较为突出。面临严峻经济形势，围绕园区如何在下一轮竞争中扮演好增长极、发动机的问题，很多园区普遍对于新的发展方式、新的增长动力渴望迫切。园区不断地对接资源、搭建平台，最终希望形成创新的运营服务生态圈，降低入驻企业的创新成本，提升园区招商引资的竞争力。同时园区从粗放低效的“摊大饼”式建设开发模式，采取更加集约、绿色的开发方式。在关注经济发展和城市建设的同时，更加注重环境保护，注重管理服务，帮助企业降成本、增能效。

通过对整个市场的观察，我们发现园区的开发、运营、管理、投融资各个环节也在逐渐分离，开始呈现出多元化、市场化、专业化的特点。

二、产业园区的发展融合

园区的发展转型升级趋势明显。突出表现在产业形态、资源互补、“走出去”、城市功能、发展方式等五个方向上的融合。

1、围绕产业链、服务链的进一步融合：围绕园区的主导产业，引进上下游配套产业，形成产业集群；或是围绕产业需求，引进“微笑曲线”两端产业服务，注重高附加值输出。

2、园区与园区之间的进一步融合：园区之前开始相互签署合作协议，交换重要资源，实现产业梯度分布，推行产业投资和“飞地”模式。

3、国内与国际发展战略的进一步融合：即“走出去、引进来”，发达地区的园区不满足于在国内扩张，将目光瞄准了国

际市场。

4、园区与城市间的进一步融合：随着生产型园区经济向综合型园区经济转型，园区需要从配套、交通、生活、医疗、子女就学、自然环境等方面提供更加便利、更加舒适的功能条件。

5、线上与线下的进一步融合：得益于互联网的高速发展，我国的互联网信息产业取得了瞩目的成就。很多园区开始引入互联网，实施“互联网+”的智慧园区运营规划，期望借助信息技术手段，进一步升级园区空间。

三、智慧园区的规划出发点

随着互联网、物联网、大数据、云计算等技术的飞速发展，也会为智慧园区的建设提供了坚实的技术基础。据数据统计，当

前我国至少有 34 个国家级高新区正在有序推进智慧园区建设，占国家级高新区总数约 32%。同时有 29 个国家级经开区正在规划、实施智慧园区工程，占比约 16%。不难推测，智慧园区建设是智慧城市建设的领头羊，是智慧产业的孵化器，如何立足智慧园区建设推进智慧产业发展、满足城市管理需求成为当前研究的热点之一。

伴随着智慧城市的全面兴起和深化建设，智慧园区作为城市经营、产业集聚重要载体，也加入到如火如荼的建设浪潮之中。智慧园区的规划与建设，应当满足以下四个条件：

1、辐射群体多元化

将智慧园区视为城市的一个缩影，将城市的各方主体引入到园区中，包括个人、企业、商家、金融机构、学校、政府等，充分考虑各方职能和需求，让他们相互配合、共同参与园区的建设、运营、发展，在园区范围内构建良好互动的小型生态圈，实现园区社会生态微循环，实现园区产业结构、就业结构、人口结构、消费结构相互匹配。由此，智慧政务服务、智慧企业服务、智慧物业服务、智慧教育服务、智慧人力资源服务体系建设等需求应运而生。

2、园区功能复合化

智慧园区始终关注人的聚集，因此其功能更加复合。除了产业发展之外，还必须包括居住

（人才公寓、住宅）、商业（零售、餐饮）、办公、社交、医疗、休闲娱乐、体育锻炼、景观绿化等以人为核心的人文功能。通过多功能的复合，才能满足多元化的消费需求，才能实现宜居宜业社区的打造。而且不仅如此，伴随着新兴技术的发展，人们还开始关注复合功能实现的方式，开始强调便捷化、舒适化、科技化体验，以人为本，就必须同时迎合这些深层次需求。基于此考虑，智慧停车场、智慧商圈、智慧办公楼、智慧游乐场、智慧健身、智慧医疗、智慧家居等功能的实现成为必须考虑的方面。

3、产业发展高度协同

智慧园区关注产业协同，关注产业链上下游企业的协同发展，通过引入上游的研发、设计，下游的销售、金融服务，以及相关中介服务机构来实现产业链的延伸。通过产业链相关企业的引进，有助于发挥协同效应和聚集效应，促进产业的创新发展。由此，产业资源共享平台、智慧供应链平台、智慧金融服务平台、电商平台、创新创业平台等平台的构建成为刚需，让园区企业能够以更低的成本获得更多的支持，看得更多，走得更远。

4、环境友好、资源节约

为了吸引人的聚集和停留，智慧园区的主导产业必须是低污染、对环境破坏程度低的产业。在当前的社会环境下，人们对健康的关注大大提高，对周边环境

破坏程度较高、对人身健康有害的产业，不适合作为智慧园区的主导产业。同时社区的整体规划设计也应当注重环境、景观和绿化，园区的整体建筑应当绿色、节能环保，体现人文情怀，才能让人愿意停留其中。

四、技术为器，运营为魂： 早行助力产业空间运营

在互联网时代，当产品日臻成熟，就需要依靠运营发挥出巨大的作用。如今，产业空间（产业园区、众创空间、孵化器、写字楼等）的运营也面临着全新的机遇与挑战。

为了让产业空间的运营者们用上真正的好产品，由来自深圳、杭州、广州等地成员组成的早行团队融合了产业地产多年的运营经验，并结合移动互联网、物联网、大数据等技术，打造了最新的运营平台——早行 APP。产品理念可以用四个词来概括：社群、服务、在线、数据，产品功能也是基于这四个理念用心打造的。整个早行平台致力于帮助空间运营者提高工作效率，为空间里的每位用户提供最便捷的服务，让千万个大大小小的工作空间转化为创造空间。

1、平台功能

让用户成为紧密社群

通过早行 APP，运营者可以将空间里的每位用户都聚集到统一平台，让用户不再是孤立的个体。用户在平台上可随时分享所

见所想,参与空间里的热门话题,还可以参加活动,认识更多的朋友。让用户之间不仅仅只是陌生的邻居,还可以是朋友和生意伙伴,形成良好的社群氛围。

让空间资源自由共享

一个空间就是一座资源宝库。很多时候,空间里的资源并没有被充分利用,或者用户不清楚有哪些资源可以为他所用。借助早行APP,运营者可将空间资源整合到平台上,用户可以轻松预订、使用该资源,如会议室、运动场地。用户还可以浏览到空间里最新的资讯信息,了解企业成员。

让空间服务清晰呈现

空间的绝对优势集中体现在服务上,但空间服务往往缺少一个支撑的平台。早行APP将帮助运营者将服务线上化,减少用户的服务找寻时间,提高整体服务效率。无论是日常用品,还是企业服务,都可以通过平台的服务、商城功能模块清晰呈现。

让用户信息更加透明

使用过早行APP的每位用户,都能够随时了解到清晰透明的个人信息。无论是物业缴费单、商品订单,还是各类的社交、空间动态信息,都能轻松获取。作为运营者,通过管理后台能够了

解用户最详细的信息。

招商运营全在线化

空间的招商运营工作,往往不够科学化、精细化,通常会产生人员配置冗余、效率低下等问题。早行平台将诸多招商、运营的工作在线化。通过管理后台,就能轻松实现房源管理、租赁合同管理、缴费管理的招商工作,告别传统的excel统计表格。同时,服务、商城、社交等运营工作都可借助平台完成。

让数据创造更大价值

传统方式下,招商运营工作数据没能被很好保存下来,就无法激活数据的价值。早行平台能将所有数据留存至管理后台,随时随地导出统计报表,数据可视化呈现。让运营者从数据中发掘价值,做到真正的数据驱动运营,创造更大的价值。

2、平台优势

开放可扩展

早行平台具有开放、可扩展的特点,既拥有标准化的SaaS产品,也支持定制开发及第三方应用集成,为产业空间提供定制产品以及多空间管理产品。

运营服务

早行不仅提供好用便捷的互联网产品工具,还提供一整套运营服务。包括:

产品运营——内容运营、用户运营、活动运营、服务运营;

线下运营——运营咨询服务、客户关系管理、服务中心打造;

品牌运营——产业品牌塑造、宣导系统开发、招商中心升级。

3、关于早行

早行是深圳市前海怕啥科技有限公司用心打造的产业空间运营服务品牌。作为产业空间运营合伙人,早行致力于提供系统的线上线下运营解决方案,长期深度服务产业空间。

早行团队由一群产业地产的业界精英和一群互联网行业的优秀小伙伴组成。核心管理团队拥有平均十年以上的产业地产从业经验,股东由国内知名机构和数十位产业地产领域资深合伙人构成。

早行认为智慧园区的打造,一定要秉持“技术为器,运营为魂”的理念。技术平台只是工具与手段,真正的核心与灵魂还是在园区的运营上。

目前产业园区的运营还处于起步阶段,还有很长的路要走。但越发成熟的市场、技术、服务与资源,都将赋能产业园区的智慧运营。

(早行(深圳市前海怕啥科技) 特约供稿)



每一个公司都将是软件公司

——你不需要招聘程序员 只需要云沃客

文 / 吴斌（北京云族佳科技有限公司首席战略官）

在 2013 年股东大会的讲话中，美国通用电气 (GE) 的首席执行官杰夫·伊梅尔特写到：“我们相信，每一个工业公司都将成为一个软件公司。”

实体产业都将软件化

通用电气作为传统的工业制造业集团，其在软件驱动创新方面并不孤单。根据 IDC (世界数据中心) 的研究，到 2017 年全球 2000 家企业中，三分之二的 CEO 将使数字化改造成为其企业的战略核心。

杰夫·伊梅尔特的观点与其说是超前，不如说是对现实的反思和对未来的焦虑。2017 年 7 月 29 日，美股市值前五的公司，分别是苹果、谷歌母公司 Alphabet、微软、facebook，亚马逊。这五大公司市值都超过或

接近 5000 亿美元。相比于这些互联网软件公司的突飞猛进，我们就不难体会到实体产业的焦虑和急迫了。

现在，很多表面看起来是实体制造业的公司，其实它们本质上都是软件公司。比如作为全球市值最高的苹果公司从没说过自己是一家硬件制造厂商，而坚持自己是一家软件公司。“宝马 7 系列汽车的价格为什么高？因为它的软件有两亿行代码。特斯拉的软件有 5 亿行代码！滴滴打车提供的就是一个软件平台。京东之所以做得这么大，很大程度也是功能强大的软件平台在发挥作用。”

麦肯锡发布了一项名为《工作的未来：自动化、就业和生产力》(A future that works:

Automation, employment, and productivity) 的报告，认为软件控制的自动化 (智能机器人、人工智能、深度学习) 可以通过减少失误、提升质量和速度增强商业表现，而且在很多方面，自动化的表现已经超过了人类。根据计算模型，麦肯锡估计自动化 (2015—2065 年) 平均每年能够在全球范围内将生产率提升 0.8% 到 1.4%。

那些率先应用自动化的公司将提前进入更高一层的维度，高维打低维就像用卫星看大气运动一样清晰，将大概率在市场上控制局面，战胜那些依然墨守成规的公司，面对这样的生存竞争态势，积极进取的公司是有极大动力去进行软件化的。



两种过时的转型之路

虽然传统实体产业在数字化转型中迫切需要软件的赋能来提高生产效率，提升市场竞争力，但是与互联网公司相比，传统实体产业并不天然具备软件基因。根据以往的经验，这些传统实体产业要满足需求只有两种办法。

第一，招聘一个软件开发团队。

既然公司有软件开发的需求，那就直接组建一个软件研发团队，这是很自然的反应。但是，很多实体企业最终发现，自己组建开发团队并不划算，或者说承受不起。

组建软件研发团队成本太高，这个成本包括直接的财务成本和管理成本两方面。根据 IDC 的数据，目前中国大约有 200 万程序员，总体来讲处于一种供不应求的状况，在这里暂时不谈招聘到一个合适的程序员有多难，仅从程序员的工资来看，一个程序员的工资动辄就上万，若有几年经验，月收入 3-5 万都很正常。一个程序员的工资相当于 3-5 个制造业工人的工资，这对大部分传

统实体产业的公司来讲，是一个不小的成本支出。

现在是一个快速变化的时代，公司对软件开发的需求也在快速变化，如果全职招聘程序员就势必会出现以下两种状况：

一方面是有活没人。当软件开发出现新的需求时，之前招聘的程序员并不具备这些技能，因此企业又不得不费大力气去重新招人，在招聘过程中，时间和财务成本都承受不起。另一方面是有人没活。当需求产生变化的时候，之前招聘的程序员就处于停摆状态，但公司依然要支付高额工资以及其他相关福利。一边找不到人，一边养着闲人，公司不得不在这种尴尬的境况中支付昂贵的时间和财务成本。

另一方面，软件开发工作相比于传统实体产业流水线式的工作，更具创业和灵活性，因此传统实体产业形成的管理制度很难与程序员兼容。众所周知，谷歌、facebook、京东这些大型互联网公司的办公环境相对比较轻松，不打卡、可以自由走动、甚至可以带狗来上班，只要按时完成工作即可。但是制造业就不能这样，它要求按时上下班、在固定的岗位坚守、重复做同样的工作。因此，有着传统基因的实体产业，在管理程序员上有着相当大的难度。

最终，绝大部分传统实体产业的公司就会发现，招聘一支软件开发团队成本太高，并不划算，因此就会选择第二个方案。

第二，找外包公司。

有过经济学训练或者悟性的人都知道，当一件事情自己做比让别人做成本更高时，就一定要外包出去。将软件开发工作外包给专业的软件外包公司，是目前绝大多数传统实体产业公司的主要选择。公司只需要提需求，然后让这些外包公司开发满足需求的产品就可以了，这样省掉了非常多的麻烦事。然而，选择外包公司也有诸多不便之处，而且成

本并不见得更低。

首先，外包公司尤其是一些大的外包公司，因为他们自己要养一大批专业的程序员，所以他们不可能包罗万象，什么软件需求都能满足，为了降低成本，它们也只能将自己的开发范围限定在个别领域，比如有的主要针对金融，有的只针对于铁路等等。因此，对于传统企业来讲，要找到一个愿意接自己活的外包公司

并不容易，尤其是一些小的、利润比较低的需求，外包公司就更会挑三拣四，甚至直接拒绝。

其次，正如上文所说，外包公司是要全职雇佣一批程序员，租住办公场地，因此它们的人员成本也非常高，而这种高成本最终还是要转移到需求方企业身上，因此往往找外包公司价格也并不见得便宜。

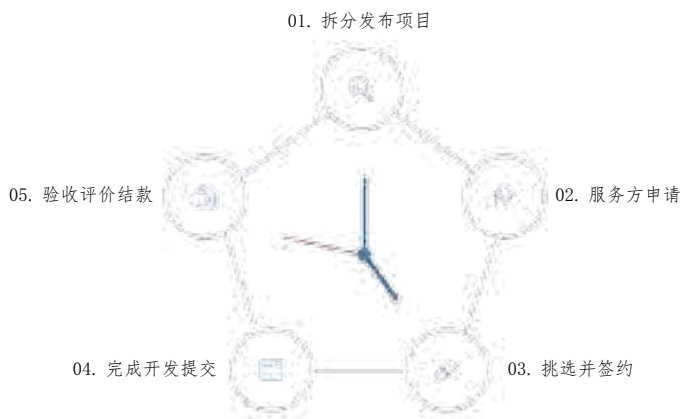
其实还有第三种选择

除了自己组建团队和外包之外，还有第三种选择，那就是软件众包。我们首先来说说软件众包。

众包这个词最早由《众包：群体力量驱动未来》的作者杰夫·豪和《连线》杂志的编辑马克·罗宾逊创造，他们把众包定义为：一个公司或机构把过去由员工执行的工作任务，以自由自愿的形式外包给非特定的，而且通常是大型的大众网络爱好者的做法。

软件众包模式在美国软件行业已经蔚然成风，行业接受度非常高，代表着软件开发的未来。云沃客(ClouderWork，网址：<https://www.clouderwork.com/>)是北京云族佳科技有限公司旗下的软件众包平台，在2014年3月将这种新型软件开发模式首次引进到中国，需求方(公司或个人)将自己的软件开发项目拆分成n个模块化任务，发布到云沃客平台，分别交给擅长该领

云沃客众包流程，实时体验云端工作畅爽！



域的人同时开发，既能节省项目开发的时间，又能大大减少预算成本。

目前云沃客是中国处于领先地位的软件众包平台，有10万多的活跃会员，在全国有14个分公司，无论项目大小，几乎能满足所有的软件开发需求，已经有近千家大小企业通过云沃客平台提供的庞大人才库突破了技术难关。

在广东有一家名为“微盾生物科技”的高科技企业，它们的

产品是通过手指静脉扫描来识别人物身份。2016年3月份，微盾的研发团队在项目研发中遇到了一个难题：如何让静脉识别与不同版本Windows系统的开机用户验证功能相结合？开发团队的现有研究人员研究重点在静脉识别的专业领域，但要解决遇到的这个问题需要比较高的内核驱动和硬件驱动开发水平，研发团队夜以继日奋斗了一个多月，在投入了大量时间、人力和资金的情况下，却仍然没有找到合适





合作的企业 logo

有效的方法。

微盾生物科技的开发人员，在评估了技术难点的价格和周期之后，在云沃客软件众包平台上按照规则拆分了任务模块，然后悬赏精通静脉认证算法和Windows系统的技术人员，来帮忙解决这个令他们自己研发人员绞尽脑汁也未攻克的难题。事实上，他们也不确定是否能找到人。出乎意料的是，短短两三天之后平台上就有3个技术人员报名参加了这个项目的投标。

经过一番沟通和了解，竟然发现其中一个开发者甚至有过类似功能的开发经验，并且对于这项技术难点有着自己独到的认识和分析，这种意外之喜，

对于微盾的研发团队来讲就如同久旱逢甘霖。最终经过筛选，研发团队与远在千里之外成都的一个程序员达成了合作协议。在项目进展的过程中，双方通过云沃客平台的即时沟通工具来协调沟通，并且微盾的研发团队能够通过平台实时了解项目的进展情况，最终顺利完成了在Win7、Win8、Win10这三个操作系统版本上通过静脉识别验证用户身份的功能。这个项目从发布任务到交付验收仅仅用时一个多月，而且微盾生物科技对开发的质量非常满意。

微盾生物科技对这项工作的预算是5万元，而最终的花费仅为1.5万元，新模式竟能节省

70%的开发成本，不可谓不神奇。开发的时间完全符合他们的要求，丝毫没有耽误整体的研发进展。在项目合作中，微盾并不需要负担这个程序员的五险一金和办公场所及电脑所需的成本，项目结束之后，支付完费用，临时雇用合同自动解除，如果需要再合作可重新建立临时合同。

实现软件众包的技术已经逐步成熟，但是目前大多数的企业因为路径依赖，受限于过去固有的经验，宁愿忍受传统方式的高成本，也不愿意尝试新的方式，这种观念上的偏差也在威胁着传统实体产业的转型之变。

聚焦新型餐饮 “来钱快” 赋能小微商家



在互联网+的时代，餐饮业也正在被互联网所改造，从传统的餐饮慢慢转型到新型餐饮。而传统行业的转型，必然伴随着很多的痛点和困难，尤其是餐饮业这种历史悠久、从业人群基数大、文化层次不高的特点，要想更好地跟上时代变化成功转型就更为困难。

2015 年餐饮行业总营业收入高达 32,310 亿元，2016 年的 1 月到 9 月，餐饮总收入 25,614 亿元，与此同时 2016 年 1-9 月，竞争激烈月均倒闭 1 万家左右。从这个数据不难看出，提升餐饮

的存活率成为一大难题。

为什么会有这么高的死亡率呢？

1. 从业基础差，管理问题严重

餐饮行业的从业者，无论是老板还是员工的文化程度并不高，而且很多老板原本并不是餐饮行业的，却头脑一热就冲入了餐饮行业，对经营管理往往还非常缺乏经验。但是餐饮又是一个高度竞争的行业，要求从业者不仅要有敏锐的市场嗅觉，还要在细节上精雕细琢，从品牌的定位、

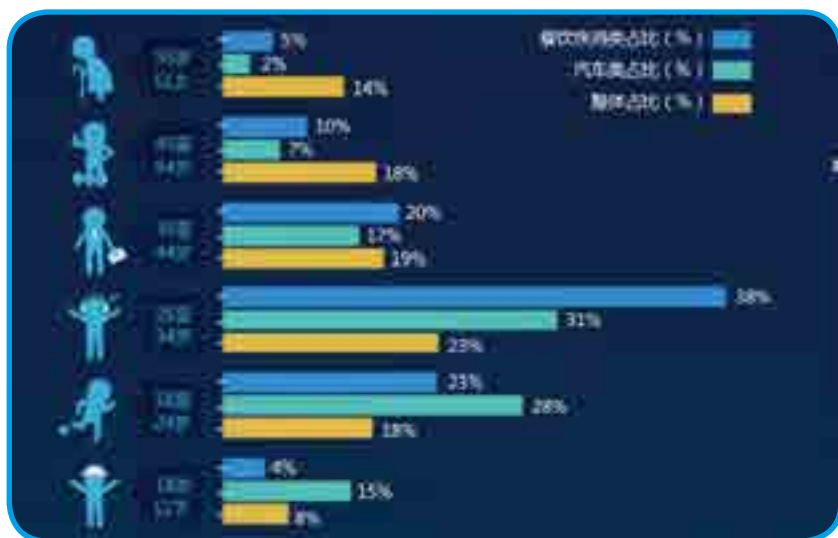
餐品和口味的选择到门店的日常管理，再到员工的管理，一步错步步错。

2. 大数据的把握不足

互联网时代，家家都在说大数据，但是要想拥抱大数据却并不简单。传统餐饮的一大痛点就是数据不好采集。单天销售的多少营业额好记账，可是一个月下来具体的流水、利润和原材料很难管控到。商家并不能精准地把握店铺的销售数据，从而造成了对店铺的管控不到位。

即使是管理更为规范的连锁餐饮，对数据的归集和分析也往





往流于表面。连锁餐饮相比较单店的餐饮，更需要大量的数据对店铺的产品进行分析和新品的研发。如果对于线下门店的情况一概不知，连锁品牌想要经营得好，也是十分困难的。

3. 对消费升级带来的餐饮结构的调整认识不深

从马斯洛的需求层次理论来看，如今餐饮对于消费者来说已经不仅仅是生理需求了，更多的是精神层面的追求。

而消费的主力也从70后变成80后和90后，这些消费群体更趋向于追求新奇特的体验。因此，餐饮一定要根据市场需求及时调整店铺的菜品、服务和各种体验结构迎合市场。

聚焦新型餐饮，“来钱快”让商家得解放

2013年，数名具有丰富SAP等ERP系统研发经验和大数据挖掘科研经历的海归博士、硕士联合在杭州成立了浙江萨宝信息科

技有限公司。公司在设立之初就确立了“服务小微商家”的愿景和使命，希望通过简单高效容易学会的系统来改造传统的餐饮行业，让最广大的小微商家也能拥抱“互联网+”，因为大商家往往不缺资源、管理流程和信息系统，而小微商家才是最需要得到帮助的。自2013年以来，公司的产品经理便一直坚持深入到餐饮商家中去，根据实际的第一手场景，研发了精准适用于小餐饮门店和小门店大连锁的“来钱快”收银系统。

餐饮店铺每天业务流转的核心的就是收银系统，纲举目张，抓住了收银系统这个核心，就能够有效提高店铺的经营管理效率，赋能小微商家。

那么“来钱快”收银系统，到底为商家解决了哪些痛点？

标准、简单而程序化操作

传统餐饮行业的老板，大部分都是手写单据，传送到厨房。这个过程不仅慢，还很容易出错。

而来钱快收银系统在商家点单一下单—传菜这一核心主干流程上追求标准、简单、高效的理念，让商家可以快速上手，轻松掌握。

新型功能助力

新型餐饮其实是随着互联网发展和商家的年轻化带来的。传统店铺的管理方式已经落后很多，而新型餐饮的核心概念其实是效率，而在这个新型餐饮的风口上有个极为重要的机遇——那就是外卖。

2016年，外卖行业入驻商家累计达245万，外卖行业整体交易额约1500亿。行业巨头饿了么和美团外卖，基本上已经渗透到了每个人的生活中。而如何让外卖的效率提高？来钱快收银机抓住机遇，上线了外卖平台。

收银机对接了饿了么外卖和美团外卖，并且上线了自动接单的功能，一个外卖响应速度极其重要，十分钟没接单，单子就取消了。因此全平台接入自动接单的功能，帮助商家在繁忙的时候也能及时接下订单并且打印出来配送单。

而店家自主的微信外卖的功能，更是可以让商家的公众号对接外卖功能，消费者关注了商家公众号就可以点外卖，不仅效率高、方便快捷。这个平台还不收取任何的服务费，让商家的客户真正属于自己，而不再是为公共平台做嫁衣裳。

转型连锁，神助攻

连锁餐饮行业一直在大家的视线中，而近几年的店铺趋势更

有向连锁靠拢的趋势。网红店铺一点点奶茶、黄焖鸡米饭、coco奶茶，这些连锁店铺每年都在已惊人的速度扩张，连锁门店的开业都是在复制成功。

来钱快收银机助攻连锁门店，支持所有门店统一一套菜谱，无需每家门店重复建商品。因为连锁门店的商品和原材料，其实是经过精准的研发和市场实验，然后推广到全国的，如果加盟商随意增加商品，不仅仅是影响品牌的形象还影响商家的生意。因此菜谱的管控尤为重要。

除了菜谱的管控，收银机还支持后台统一查看所有门店的数据，如：报表数据、运营分析数据、以及原材料的消耗数据等。

连锁总部可以在后台拉出每

个月的单品前几名，然后进行饮品的分析，从而研发更符合广大消费者口味的数据。

丰富的营销活动

营销是每家商家必不可少的的手段，因此来钱快收银机在系统内设置了非常多的促销方案。比如可以自定义店铺的活动方案：买一送一、第二杯半价、折扣等等，方便商家更好地做店铺促销。

同时收银机还支持微信会员卡券系统和会员短信系统，增加在消费者面前的曝光率，提升老客户的终生价值。

“来钱快”收银机，让未来餐饮变得更简单

中国的餐饮业一直处于一个高毛利低净利的状态，而这样的

局面就证明了整个行业效率的低下。但是，不可避免的现实却是广大餐饮从业者，无论是老板还是员工文化程度并不高，让大家一步登天从刀耕火种的人工传单1.0时代转变到复杂繁琐的ERP系统无疑是无法实现的。萨宝科技秉承的是“服务小微商家”的

愿景，开发的来钱快收银机，致力于用简单、高效的收银系统来一点点改进商家的经营效率，做最普惠的智慧餐饮，帮助最多的小商家开更多的店、并且帮助更多的商家做出更好的数据分析和营销活动，让大家从传统餐饮到新型餐饮变成一段愉快的旅程。

(浙江萨宝信息科技有限公司 特约供稿)



解读省第十四次党代会报告： 指导浙江未来发展的纲领性文件



浙江省第十四次党代会于6月16日上午在省人民大会堂胜利闭幕。大会审议通过了车俊书记代表十三届省委所作的报告。报告全面总结了过去五年的成就和经验，客观分析了当前形势，明确提出了今后五年的奋斗目标和主要任务，是指导和推动浙江今后一个时期发展的纲领性文件。

为更好地学习领会省党代会报告精神，报告起草组对报告主要内容作一解读。

一、省党代会报告主题的核心要义是什么？

省第十四次党代会报告的主题是：紧密团结在以习近平同志为核心的党中央周围，坚定不移沿着“八八战略”指引的路子走下去，秉持浙江精神，干在实处、走在前列、勇立潮头，

高水平谱写实现“两个一百年”奋斗目标的浙江篇章。全面理解报告主题，必须牢牢把握“坚定不移沿着‘八八战略’指引的路子走下去”这个核心要义。

“八八战略”是习近平总书记在浙江工作时留下的极其宝贵的精神财富，是习近平总书

记亲自为浙江设计的发展路线图。2003年7月，省委十一届四次全会作出了发挥八个方面的优势、推进八个方面的举措的重大决策部署，简称为“八八战略”。一是大力推动以公有制为主体的多种所有制经济共同发展，不断完善社会主义市场经济体制。二是主动接轨上海、积极参与长江三角洲地区交流与合作，不断提高对内对外开放水平。三是加快先进制造业基地建设，走新型工业化道路。四是统筹城乡经济社会发展，加快推进城乡一体化。五是创建生态省，打造“绿色浙江”。六是大力发展海洋经济。七是积极推进基础设施建设，切实加强法治建设、信用建设和机关效能建设。八是积极推进科教兴省、人才强省，加快建设文化大省。

二、报告总结提炼五个方面体会主要基于哪些考虑？

报告高度提炼了五个方面体会，即“五个必须坚持”：必须坚持把讲政治放在首位，同以习近平同志为核心的党中央保

持高度一致；必须坚持以“八八战略”为总纲，做到一张蓝图绘到底；必须坚持以人民为中心的发展思想，把人民对美好生活的向往作为我们的奋斗目标；必须坚持弘扬红船精神、浙江精神，唱响创新和实干的最强音；必须坚持党要管党、从严治党，保持心齐气顺风正劲足的良好氛围。

讲政治，是马克思主义政党的根本要求，关系党的前途命运。报告提出要牢固树立“四个意识”，做到中央有要求、浙江见行动。

“八八战略”是引领浙江发展的总纲领，是推进浙江各项工作的总方略。报告提出要坚持不移续写好“八八战略”这篇大文章，不断推进“八八战略”深化细化具体化。

人民立场是我们党的根本政治立场。报告提出要把人民为中心的发展思想贯穿于经济社会发展的各个环节，做到“群众想什么、我们就干什么”。

红船精神、浙江精神是我省极其宝贵的精神财富。报告提出要进一步解放思想、与时俱进，保持敢为天下先的精神、求真务实、苦干实干，干出勇立潮头的新气势，干出改革发展的新境界。

只有坚持党要管党、从严治党，真正做到政治上过硬、本领上过硬、作风上过硬，才能更好发挥总揽全局、协调各方

的作用。报告提出要提高各级党组织的凝聚力战斗力，营造良好政治生态，汇聚起战胜一切困难、从胜利走向胜利的磅礴伟力。

三、为什么提出“两个高水平”的奋斗目标？

报告提出今后五年的奋斗目标是，确保到2020年高水平全面建成小康社会，并在此基础上，高水平推进社会主义现代化建设。

实现“两个高水平”，是贯彻落实习近平总书记对浙江工作重要指示精神的职责使命。在中国共产党成立一百年时全面建成小康社会，在新中国成立一百年时建成富强民主文明和谐的社会主义现代化国家，是全党全国各族人民的共同奋斗目标。习近平总书记明确要求我们“在提高全面建成小康社会水平上更进一步，在推进改革开放和社会主义现代化建设中更快一步，继续发挥先行和示范作用”，这为确定我省今后五年的奋斗目标提供了重要指引和根本遵循。

为实现“两个高水平”目标，要求我们在大有可为的战略机遇期把握机遇、趁势而上，在干事创业的发展黄金期干出气势、创出业绩，在不进则退的转型关键期把定方向、稳中求进，努力把浙江的事情办得更好，真正做到“干在实处永无

止境，走在前列要谋新篇”！人民对美好生活的向往，就是我们的奋斗目标。实现“两个高水平”，根本出发点和落脚点就是不断满足人民群众日益增长的物质文化需求，提高人民群众的获得感。

四、“六个浙江”的提法有哪些继承和创新？

报告提出建设“六个浙江”的具体目标，即在提升综合实力和质量效益上更进一步、更快一步，努力建设富强浙江；在提升各领域法治化水平上更进一步、更快一步，努力建设法治浙江；在提升文化软实力上更进一步、更快一步，努力建设文化浙江；在提升人民群众获得感上更进一步、更快一步，努力建设平安浙江；在提升生态环境质量上更进一步、更快一步，努力建设美丽浙江；在全面从严治党上更进一步、更快一步，努力建设清廉浙江。

富强浙江、文化浙江、清廉浙江是第一次概括提出。提出富强浙江，继承和发展了富民强省的一贯追求，体现了既富又强的更高目标。要在继续做好“富”的文章的同时，突出做好“强”的文章。“富”，主要体现为居民、企业、财政三大收入保持较高水平、持续较快增长，最核心的是人民群众生活富裕。“强”，主要指科技创新能力强、产业国际竞争力强、民营经济实力

和活力强、城乡区域协调性强，集中体现为综合实力强。

建设文化浙江主要体现为三个层面的具体目标要求：一是强大的价值引导力、文化凝聚力、精神推动力；二是公共文化服务和文化产业协同发展，人民精神文化生活更加丰富；三是文化融入经济社会发展各领域、各方面、各环节。

建设清廉浙江，就是要把握“清”和“廉”的要求贯穿各领域各环节各行业，形成党员模范带头、干部清正廉洁、社会风清气正的良好局面。

法治浙江、平安浙江和美丽浙江的提法带有延续性。法治浙江是习近平总书记在浙江工作时带领十一届省委于2006年作出的重大决策部署，是浙江推进政治建设的总抓手，是法治中国建设在浙江的先行实践，报告从民主和法治建设两个方面对今后五年法治浙江建设的目标进行了阐述。平安浙江是习近平总书记在浙江工作时带领十一届省委于2004年作出的重大决策部署。美丽浙江是省委十三届五次全会作出的重大决策部署，是一以贯之实施生态省建设方略的深化实践，是美丽中国建设的省域探索。报告提出要实现全省天更蓝、地更净、水更清、空气更清新、城乡更美丽的目标，展现了省委坚定不移践行“两山”理论的思想自觉和行动定力。

五、如何把握“四个强省”的工作导向？

报告提出，在工作导向上突出改革强省、创新强省、开放强省、人才强省。这“四个强省”事关浙江全局和长远，是各项事业发展的动力之源，也是塑造浙江未来发展新优势的重要着力点。

提出“四个强省”工作导向，就是要紧紧抓住浙江发展中的关键领域和薄弱环节，在体制机制、发展动能、国际竞争、战略资源等方面形成引领未来发展的新优势。

改革强省，着眼于全面深化改革，包括经济、政治、文化、社会、生态文明建设和党的建设各个领域改革。创新强省，着眼于全面创新，包括科技创新、产业创新、理念创新、方法创新、工作创新、机制创新、模式创新、组织体系创新等。开放强省，着眼于全方位开放，包括城市国际化、企业国际化、人才国际化。人才强省，着眼于全领域人才，包括党政人才、企业经营管理人才、专业技术人才、高技能人才、农村实用人才、社会工作人才等各类人才。

“四个强省”工作导向，是增强浙江未来发展动力的核心载体，每个强省都有牵一发而动全身的重大举措。推进改革强省，就是要以“最多跑一次”改革撬动各领域改革。推进开

放强省，就是要以“一带一路”统领新一轮对外开放，打造“一带一路”战略枢纽。推进创新强省，就是要抓住科技创新这个牛鼻子，把产业创新作为主战场，加快实现发展动能转换。推进人才强省，就是要紧紧抓住引进人才、培育人才、用好人才关键环节，进一步形成聚天下英才共建浙江、发展浙江的生动局面。围绕“四个强省”工作导向，报告提出了谋划实施一批重大举措的要求，概括起来是8个“最”，即谋划实施一批群众最期盼、发展最急需的重大改革举措，谋划实施一批最具比较优势、最能带动全局的重大创新举措，谋划实施一批最体现浙江资源禀赋、最契合国家战略使命的重大开放举措，谋划实施一批最能补齐发展短板、最能激发潜在优势的重大人才举措。

六、报告提出“7+1”任务是基于什么考虑？为什么把全面从严治党作为单独的一部分？

习近平总书记2015年到我省考察时提出“八个方面重点任务”，涉及经济、改革、城乡、法治、文化、社会、生态文明建设和党的建设。

报告之所以把全面从严治党作为单独的一部分，主要是考虑到党代会报告是政治报告，既是开创伟大事业新局面的行

动纲领，也是推进新的伟大工程的行动指南，应当对党的建设各项工作进行系统部署，在报告中要有足够的分量。

七、如何辩证把握推动经济转型升级的着力点？

报告强调把转型升级牢牢抓在手上，切不可有丝毫松懈。总的思路就是要深化供给侧结构性改革，推进“三去一降一补”，加快腾笼换鸟、凤凰涅槃。重点围绕两个方面展开：

一是坚持有“破”有“立”、倒逼引领并举。“破”的方面主要是坚决打破拖累转型升级的“坛坛罐罐”，“立”的方面主要是深入实施创新驱动发展战略。具体的举措包括深入实施“三改一拆”，高标准推进“五水共治”，扎实做好企业减负降本工作，大力推进科创大平台建设，加快建成“互联网+”世界科技创新高地，实施高等教育强省战略，打造完整的科技创新生态圈等。

二是坚持供需结合、协同发力。报告围绕提高供给体系质量和效益，明确提出要全面振兴实体经济，深化农业供给侧结构性改革，同时要持续扩大有效需求。在构建现代产业体系方面，报告强调要做大做强八大万亿产业、加快传统产业改造提升、培育一批引领未来的重量级产业等重大举措。

八、新形势下如何深化改革扩大开放？

报告强调要坚持改革不停顿、开放不止步，最大限度释放改革开放红利。深化改革扩大开放，总的思路就是以“最多跑一次”改革撬动经济、文化、社会、生态文明等领域改革，以“一带一路”统领新一轮对外开放。

“最多跑一次”是指群众和企业到政府办理行政权力和公共服务等事项，在申请材料齐全、符合法定受理条件时能够“最多跑一次”办结。报告强调加快打造“审批事项最少、办事效率最高、政务环境最优、群众和企业获得感最强”的省份。

“一带一路”建设是全方位扩大对外开放的重大举措。我省参与“一带一路”建设具有战略交汇、天下浙商、第一大港、货畅四海、电子商务、平台集成、体制先发、文化底蕴等八大优势，并提出要重点打造国际港航物流枢纽、贸易枢纽、产能合作枢纽、新金融服务枢纽和人文科教交流枢纽等五大枢纽。

九、在实现城乡发展更协调、更美丽上有哪些新的思路 and 载体？

报告强调要深入推进新型城市化和城乡发展一体化，切实推动区域协调发展。围绕统筹城乡发展，重点是大力提升四大都市区综合能级和国际化水平，坚持做强市域经济与激

发县域经济活力并重，推动县域经济向城市经济、都市区经济转型。围绕统筹区域发展，重点是“三个行动一个工程”，即实施“5211”海洋强省行动，谋划实施“大湾区”建设行动纲要，实施“1210”交通强省行动，着力打造山海协作工程升级版。

报告强调要深入践行“绿水青山就是金山银山”的重要思想，大力开展“811”美丽浙江建设行动。总的思路就是要环境整治与美丽建设并重，把绿水青山护得更美，把金山银山做得更大。要全方位推进环境综合治理和生态保护，主要载体是实施“碧水蓝天”工程；要大力建设具有诗画江南韵味的美丽城乡，主要抓手是谋划实施“大花园”建设行动纲要。“大花园”的空间形态是“国家公园+美丽城市+美丽乡村+美丽田园”，主要方向是绿色生产、绿色能源、绿色消费，目标是加快建设世界一流的生态旅游目的地。

十、推进民主法治建设和社会建设有哪些任务和举措？

报告明确了今后五年民主法治建设和社会建设的任务和举措，强调在丰富内容的基础上持续推进、不断深化。民主法治建设，重点是完善党的领导方式和执政方式，在国家政治生活和社会生活中落实人民当家作主，统筹推进科学立法、严格执法、公正司法、全民守法，积极用好

统一战线法宝画出最大同心圆。

我们一切工作的出发点、落脚点就是要让全省人民共享改革发展成果，过上更加幸福安康的生活。为此，报告明确提出要坚持以大众创业促充分就业，加强和改进公共服务，稳步提高社会保障水平，加强和创新社会治理，下最大气力做好公共安全工作。

十一、提升文化软实力要从哪些层面着力？

实现“两个高水平”的奋斗目标，既需要雄厚的物质基础，又需要先进文化的引领。报告从牢牢掌握意识形态工作主动权，树立全社会高度的文化自信，发展文化事业和文化产业三个层面对文化浙江建设作了部署。

报告强调要牢牢掌握意识形态工作主动权，重点是严格落实意识形态工作主体责任，统筹好建设和管理、内宣和外宣、网上和网下，不断巩固马克思主义在意识形态领域的指导地位，巩固全省人民团结奋斗的共同思想基础。

报告围绕树立全社会高度的文化自信，从筑牢信仰之基、补足精神之钙、把稳思想之舵等维度，提出要持续开展中国梦和中国特色社会主义宣传教育，培育和践行社会主义核心价值观，大力弘扬红船精神、浙江精神。

大力发展文化事业和文化

产业重点是积极实施文化精品战略，大力繁荣哲学社会科学，持续推进基层文化阵地建设，建设文化产业集聚发展平台。

十二、持续深入推进全面从严治党强调了哪些任务和要求？

报告围绕持续深入推进全面从严治党，具体部署了六项任务，即坚决维护以习近平同志为核心的党中央为核心的党中央权威和集中统一领导、全面推进依规治党、建设高素质干部队伍、推动基层党组织全面进步全面过硬、驰而不息改作风正作风、加强党风廉政建设和反腐败斗争。

维护党的团结统一，首先就要维护核心、维护党中央的权威。报告提出要坚持把加强理论武装摆在首要位置，用马克思主义中国化最新理论成果武装头脑、指导实践、推动工作、规范行为。报告特别强调要旗帜鲜明讲政治，做到对党绝对忠诚。

党章党规党纪是管党治党建设党的重要法宝，严格执行党内法规是全面从严治党的有效途径。报告明确提出要坚决执行各项党内法规制度，强化制度执行的刚性约束，切实增强党内政治生活的政治性、时代性、原则性、战斗性。

习近平总书记明确提出，好干部要做到信念坚定、为民服务、勤政务实、敢于担当、清

正廉洁。报告围绕落实好干部标准、打造浙江铁军，对健全干部选拔任用机制、动真格推进干部能上能下、从严加强干部管理监督、关心关爱干部、激励基层干部等提出了具体任务和举措。

基层是党的执政之基、力量之源。报告强调要贯彻“一切工作到支部”的理念，深化“整乡推进、整县提升”，高标准落实农村基层党建“浙江二十条”，把基层党组织建设成坚强的战斗堡垒。

党的作风是党的形象，是观察党群干群关系、人心向背的晴雨表。报告强调要巩固和拓展作风建设制度成果、实践成果，坚决推动中央八项规定精神风化俗成，大力推进党员干部家庭、家风、家规建设，推动干部士气、党内正气、社会风气进一步提升。

坚决反对腐败，防止党在长期执政条件下腐化变质，是我们必须抓好的重大政治任务。报告强调“两个决不”，就是要坚持惩治腐败力度决不减弱、零容忍态度决不改变，巩固反腐败斗争压倒性态势。反腐倡廉，领导干部是关键。报告还特别强调各级领导干部特别是主要负责同志，要发挥好关键少数的示范带头作用，做忠诚干净担当的表率。

(来源网络《浙江商贸》编辑部整理)

世界三大湾区之后是谁 浙江湾区经济要来了吗

天气不错的时候，开着车从旧金山到奥克兰的海湾大桥上，冯俊峰会产生错觉，仿佛在杭州湾跨海大桥上飞驰。一样的蓝天，一样的宽阔海湾。常年奔波在杭州和硅谷两地，他对这两个地方太熟悉了。

有一天在上网的他，突然看到有人在问“杭州湾有可能成为东方旧金山湾吗？”他当下就在心里回答：太有可能了。四年前，作为杭州未来科技城的招商员，他被派到硅谷，寻找合适项目，也因此不自觉地把两地作了很多比较。“无论是人才还是产业结构，都在趋同。”

“没有人敢错过湾区。”浙江省一位曾调研过湾区经济的有关人士说，全球60%的经济总量集中在入海口，如果浙江的龙头城市要参与国际竞争，抢占产业链的制高点，代表高端经济形态的湾区必须提上战略议程。“错过湾区的发展机会，机会窗口转瞬即逝。”

浙江看到了也付诸了行动。在省第十四次党代会报告中，“谋划实施‘大湾区’建设行动纲要”被写入报告，并细化为“重点建设杭州湾经济区，支持台州

湾区经济发展试验区。”虽然行动纲要尚未出台，但沿杭州湾的杭州、宁波、嘉兴、绍兴、舟山等地的地方官员听到“湾区经济要来了”的消息，无不倍感振奋。

更高层级的顶层设计，发展正当其时

“浙江经济发展到了今天，需要有一个更高层级的顶层设计来打破旧有的坛坛罐罐，尤其是在区域合作之间，地区协商机制

固然重要，但经济利益的驱动，更能摧枯拉朽地打破一些落后的发展观念。”浙江省发展规划研究院综合处处长潘毅刚认为，湾区就是目前看来最好的顶层设计，发展湾区经济正当其时。

事实上，嗅觉灵敏的浙江人已经感受到了。尤其是近几年，越来越多的浙江本土企业走出去，深度参与国际竞争，成本之痛成了不可避免的事实。

对湾区的期待以及渴求，最



浙江六大重点湾区

杭州湾

象山港

三门湾

台州湾

乐清湾

瓯江口

浙江六大重点湾区涉及杭甬温三大都市区,拥有杭州湾新区、大江东产业集聚区、瓯江口产业集聚区、台州湾产业集聚区等引领经济增长的重大产业平台。



杭州湾是全国第二大湾区,全国唯一河口型海湾,钱塘江入海口,地处长三角洲南翼黄金区域,经济总量约占全省六成,集中了全省8个国家级高新区中的6个,高新技术产业产值占全省约75%,在全省经济发展中举足轻重,所属区域滩涂资源有百万亩,是世界六大城市群的重要一翼。

数据来源:新华社

先也来自于成本。“湾区是有着明显的产业分工布局的,湾区里的资源,不论是无形还是有形的,能做到‘人尽其才,物尽其用。’当一体化的湾区资源发挥出最优价值后,其最后结果就是湾区里的市场竞争主体在参与全球竞争的时候,成本很低。”潘毅刚说。

要在全球竞争,湾区这个大平台是个关键。怎样集聚高端要素,高端人才?并不是说在某个地方,落地一个大项目或者一个研究室,要素和人就来了,必须要有大都市的环境,跟国际水平接轨,人才愿意来。教育、公共

服务、生活环境、道路交通,这些配套缺一不可。但,任何一个县市单打独斗的招商部门都做不到这一点,只有在系统化的湾区里,因为湾区是一个关系集群优势的典范。

全要素流通、区域分工合作明确的湾区,带来的另一个集聚效应就是:创新。

最新报道显示,全球有101家独角兽公司的总部位于美国加州,23家位于纽约,33家在中国,欧洲的独角兽公司只有13家,主要在德国和英国。而湾区,正是这些独角兽公司的诞生地。

两年前,在冯俊峰的牵线下,旧金山湾区委员会考察了梦想小镇。已经70岁的旧金山湾区委员会,包括苹果在内的270多家湾区高新企业的CEO都是其成员,几乎覆盖了整个硅谷所有的创新资源。在冯俊峰的撮合下,湾区委员会的副总裁戴尔有了一个新身份——梦想小镇名誉镇长。在他看来,梦想小镇创业创新的热情和氛围和硅谷相似,需要补齐的是更加专业、细分的创新配套环境。

以世界三大湾区为参照系,增长空间广阔湾区

“湾”是海湾。湾的基础是深水良港的先天地里优势,这是一个海湾能成为湾区的先决条件。“区”是腹地,区决定着湾可以走多远,能有多强。

全球三大知名湾区:旧金山湾、纽约湾和东京湾,都是依托优良的海湾资源发展起来的,东京湾区的集装箱年吞吐量是766万标准箱,纽约湾区是465万标准箱,旧金山湾区的数据是227万标准箱。

对比这组数据,若统计杭州、宁波、嘉兴、舟山等中心区域,杭州湾湾区的集装箱吞吐量高达2377万标准箱。

杭州湾湾区背靠两大天然良港。宁波舟山港一季度首次超过深圳港,成为世界前三甲的集装箱港口。还有,上海洋山深水港四期工程即将投入使用,这是目前全球建设规模最大的自动化集

装箱码头。两个中国亿吨大港显然能让杭州湾湾区与全球各地快速建立经济联系。

再来看腹地。全球三大湾区是以世界级的城市群为基础，就像东京湾区包含了至少东京、横滨、川崎、千叶、船桥等城市，经济总量占到了整个日本的26%。

比起东京，甚至纽约湾区，旧金山湾区，杭州湾湾区的腹地要大得多。

狭义而言，2003年，浙江建设环杭州湾产业带时，已将沿海沿湾的杭州、宁波、嘉兴、绍兴、温州、台州六市纳入了环杭州湾区域，六市经济总量占全省79.8%，其中湾区核心区生产总值占全省57.7%，工业增加值占全省54.3%、固定资产投资额占全省35.8%。

广义而言，杭州湾处在东部中间的地带，承南启北，再加上上海铁联运、江海联运打通了江、海、陆地的物流通道，钱塘江流域、长江流域等广大的腹地都可以成为杭州湾湾区的大腹地。这可以定位为以上海为龙头，构建“1+2+3+X”空间格局，1即上海湾区龙头，2即杭州和宁波两大极核，3即舟山、嘉兴、绍兴三大协同空间，X即所有可辐射的沿海和腹地空间。

从这个意义上讲，虽然世界上最大的东京湾区经济总量目前已经达到了近2万亿美元，遥遥领先。包括上海在内的广义杭州湾湾区经济总量也有约1万亿

美金，且增长空间巨大，大有赶超气势。

补上短板，让保护性开发紧随

对比旧金山湾、纽约湾和东京湾，可以看到他们的发展历程，大致经历了港口经济、工业经济、服务经济、创新经济四个发展阶段。

而这个发展历程可以更为直白地理解为，每个湾区在世界经济发展格局中寻找位置的过程。旧金山湾区凭借苹果、谷歌等几大互联网巨头，站稳了全球信息产业的龙头地位，纽约湾区集聚的金融产业让它找到了“世界金融心脏”的地位，而东京湾区连片的高端制造基地让其在全球的制造链条上占得一席之地。

杭州湾今后的征程上，必然要面对与它的“前辈们”当年迥异的客观条件。比如，人们提及最多的旧金山湾区和东京湾区，之所以能发展到今天的规模和体量，很重要的一个原因是“时势造英雄”——旧金山湾区起家于淘金潮，而东京湾区则受益于城市功能演变和产业大迁移。那么，错过了上一轮发展的黄金机遇期的杭州湾，在中国乃至世界经济格局中找准自身的战略定位、敏锐寻找其发展机遇，无疑更具挑战性。

去年浙江省政协的一份调研报告中，对现有的杭州湾产业结构作了一个评价：“产业同质化、产业布局雷同，存在低小散弱不

可持续的问题，以资源开发和初级产品生产为主。”从某种意义上来说，对标东京湾，对杭州湾来说更有现实意义。过去的东京湾也经历过产业布局乱象，港口恶性竞争和重化工污染等问题，所以，杭州湾湾区生产力必然会有一个“有进有出”的调整。

最急迫的，补足交通短板成为湾区发展的“头等大事”。尤其是沿海大通道，存在明显的交通短板。杭州湾杭甬连接主要通道通行能力有限，铁路仅有杭甬客专和萧甬铁路，高速仅有杭甬高速和杭州湾跨海大桥，已不能满足宁波与杭州、上海等主要城市的沟通联系。乐清湾、瓯江口、三门湾等区域对外交通建设滞后，对内连通性不足，呈现末端式交通格局。

无论是旧金山湾还是东京湾，在这些人口最密集、经济最繁荣的大都会，高额的经济总量和宜人的环境和多元包容的氛围相伴相生，刷新着我们对于湾区经济的想象。冯俊峰说，“我在旧金山湾区生活了5年，那里的大学校区、科技园区和居民社区都是融合在一起的，让人去了都不想走。”

“湾区经济必须秉持保护性开发的原则。”潘毅刚说，良好的生态环境是湾区可持续发展的关键所在。

杭州湾会成为第四个世界级湾区吗？让我们拭目以待！

(来源：浙江在线)



【郑眼观商】

有关阿里

“无人门店”与“智慧零售”的思考

关于阿里“无人门店”与“智慧零售”可以从以下四个方面进行思考：

区分“无人”与“智慧”的差异

现在大家被“无人”这个热词所吸引而忽略了“无人”的目的和未来方向和目标是什么？其实，无人技术已经并不鲜见，无人飞机、无人驾驶、无人拆弹等都已经变为现实，而这些“无人”的背后，都是为了替代人解决一些危险、不适、低效的作业内容。从这个角度来看当前流通和零售领域的无人

技术，其方向应该是提高效率、降低成本、提高消费体验。所以，“无人”并不是目的，而“智慧”才应该是目标，而随着数字金融、信用消费、物联网、非接触式感应等技术的广泛应用，简单的“无人值守”门店早就已经不是障碍，从技术层面来看，阿里的“无人门店”只是多种现有技术的“空间集成”，并不存在重大技术和模式上的创新。



郑红岗



博士，教育部人文社科重点研究基地——浙江工商大学现代商贸研究中心研究人员，浙江现代商贸发展研究院特聘研究员，浙江省特色街专业委员会委员，长期从事商业街、专业市场、城市综合体等商业地产项目的功能定位、业态编配、品牌落位及运营管理的研究及咨询工作，尤其对线上线下O2O融合、新商业模式创新、新商业品牌拓展具有独到见解。先后参与承担商务部重大课题《互联网经济背景下流通升级战略研究》、《电子商务能否拯救专业市场？》专题研究，浙江省商务厅《电子商务‘十三五’发展规划》、杭州市政府《杭州市国际网络贸易中心城市战略规划》、温州市《商业网点‘十三五’发展规划》等多个政府委托课题。



2

现在的“无人”与以前的“无人”有区别吗？

要分析现在阿里的“无人”价值大不大，首先我建议先分析现在的“无人”与以前的“无人”有什么区别？以前我们也有无人吗？非常肯定，有！公交自助刷卡是无人吧，12306 火车票是无人吧，自助售货机是无人吧，自助咖啡机是无人吧，共享单车是无人吧。所以，零售领域的无人门店一直以来都存在我们身边，并不鲜见。那现在的“无人”

和以前的“无人”有区别吗？可以说没有，无非就是结算数字化了，消费信用化了，产品数字化了，用户网络化了。从这一点上来看，现在阿里的“无人门店”并没有给“新零售”有什么特别的创新模式或流程、成本的缩减，如果实在要说区别可能消费体验上有了一些新鲜感而已，至于更大的创新现在不好判断。

3

技术“服务”消费还是消费“迎合”技术

我认为不管新零售还是老零售，主要区别体现在：以前是消费带动零售技术的发展，而现在和将来很可能是技术进步促进消费升级。所以，给零售企业的建议是，以前如果还可以“盯着成本”干零售，未来可能要睁开两只眼睛：一只眼睛盯消费者，一只眼睛盯技术变革。将来零售企业要善于利

用新技术去主动盯住、挖掘、服务好那些会玩、会享、会乐的“心理年轻人”，是技术“服务”消费，而不是消费去“迎合”技术。现在我们的消费者还处于头脑发热的时候，难免在刚开始时会出现消费“迎合”技术的现象，但可以肯定的是这种现状不会持续太久。

4

阿里强调的“无人”是否就是未来的“智慧”

回答这个问题要先回答阿里为什么要做“无人门店”？我认为，阿里一直以来都不甘心只做网络世界的大数据，回顾阿里近年在线下的业务布局，无论是收购银泰，还是入主三江，又或者吞并美团，都是阿里在尝试打通线下大数据的断层，但从目前来看上述尝试都不算太成功。在这一背景下，利用成熟的 RFID 物联技术，加上人脸识别，发挥自身

在线结算的优势，对传统的“无人门店”从技术上进行简单的“集成”，从概念上进行创新不失为一种低成本的好思路。所以，我认为，阿里建“无人门店”的目的其实就是自身大数据战略发展的一种布局，是要建立一种低成本获取线下数据的渠道。



>>> 对“无人门店”与“智慧零售”的一点建议

首先，从现阶段技术发展水平来看，建议对“无人门店”冷处理。当前的技术智能化水平还处在刚刚起步的阶段，虽然谷歌的ALPHGO已经打败众多人类棋手，但在比如语音识别、智能对讲、表情识别、脑电波感应等方面离真正的智能化还存在较大差距。个人信用体系、数字金融技术的准备也并不充分，要真正做到“智慧零售”还有很长的一段路要走。其次，从国外发达国家的零售发展经验来看，当前的“无人门店”也不宜过快推进。日本应该说是无人零售应用最为广泛的国家，其消费理念和信用基础都远高于我国，即便如此，日本的“无人门店”在整个零售产业中的占比也非常小，大量的零售消费

都缘于“生活即时需求”，而这种消费往往需要更有人情味的响应。再者，从我国当前的劳动就业情况来看，“无人门店”也不宜大范围应用。当前，以批零住餐为代表的第三产业是我国最大的就业源，是快速城市化发展过程中最大的劳动力承载体，也是我国进行收入结构调整，保持社会稳定的重要窗口。现阶段我国仍处于城市化发展的初期阶段，仍面临较大的新就业人口压力，因此对“无人门店”的应用要“宽容有度”。最后，从消费需求的发展来看，“无人门店”不可能大小通吃，只可能是某些零售业态的创新补充。人的消费需求

都来源于对幸福生活的不断追求，从物质到文化，从文化到精神，零售商业的本质就是为了满足普通大众最基本的“吃喝拉撒睡”，所以无论技术如何发展，零售的本质不会发生变化，这种本质最直观的体现就是“方便、快捷、安全、舒适”，再有“物美价廉”。智能化门店是未来的一大趋势，但可以肯定的是并非所有的业态都适合无人店模式，而决定因素就在于消费趋势的变化方向，而不是技术本身。





顾客至上

诚信经营

宁波戈尔登国际酒店是宁波南铂酒店管理集团有限公司旗下一家按四星标准建造的现代豪华涉外饭店，位于鄞州区嵩江东路 577 号，酒店总面积 2 万平方米。一楼大堂设有咖啡厅、棋牌室、商务中心；二楼设有豪华大型婚宴、庆典大厅，能同时容纳 800 名嘉宾。二至四楼拥有 26 个包厢，能同时容纳 400 人用餐；5 至 9 楼拥有 118 套舒适高雅的豪华客房，酒店还设有大小会议室 5 个。

酒店于 2013 年 3 月正式开业，一直注重文化建设和品质经营，推出绿色消费理念，倡导文明消费。2014 年 1 月被评为“银叶级绿色旅游饭店”，同年被评

为“宁波餐饮名店”；2015 年 12 月评为“国家五钻级酒店”；2016 年 10 月被评为“浙江省商贸流通业诚信示范企业”。

戈尔登国际酒店自开业以来，始终坚持“诚信经营”。并将“以情服务，诚信待客”做为戈尔登国际酒店的企业精神，坚持以顾客为中心，以质量为本，以“诚信”求双赢。就是在这样“以诚待人，取信于人”的理念经营下，戈尔登国际酒店在市场经济的大潮中走出了一条自主经营、自负盈亏、自我完善、自我发展的道路，各项经济指标在宁波市同行业中名列前茅，取得了良好的经济效益和社会效益。

一、以诚信理念打造企业精神

打造企业精神就是塑造一个企业的价值观和行为观。开业四年多来，戈尔登国际酒店将“诚实、礼貌、理解、自信”贯彻在企业的经营理念中，来夯实诚信基础，引导员工要对社会、对顾客讲诚信，并在企业文化手册中规定，将抵制不正之风、诚信经营、礼貌待客、拾金不昧、优质服务等列为员工的行为规范。为酒店创造良好声誉者给予表彰和奖励，反之，对违反职业道德、坑蒙拐骗、私自处理客人遗留财物、索取和变相索取小费者，则给予罚款乃至除名的处分。令行禁止，奖惩兑现。正气、诚信在酒店蔚然成风，优质服务、拾金不昧的感人事迹层出不穷。四年来，酒店员工多次拾到现金，从几百元到二十几万元不等，以及手机、皮包、金碗、珠宝首饰等贵重物品，其中手机捡到是多不胜数，这些都及时准确地交还到顾客手中。因此，在老客户心中都不约而同的达成了一种默契“只要遗落在戈尔登的东西就不会丢！”

二、细微之处见精神，体现对客服务讲诚信

戈尔登国际酒店要求员工要“永远以顾客需求为第一考虑”，要通过细微服务和延伸服务等优质服务措施满足顾客的消费需求，并在细微之处见精神。对于酒店的VIP顾客，酒店构建客户档案，每逢生日、婚庆日等纪念性日子，酒店会为他们准备一份精美的礼品；在客户走访过程中，针对顾客提出的反馈意见，酒店及时采取有效措施改进服务工作；在工作中一线服务人员勤沟通、细观察，为生病的客人送去药品、病号饭，为客人排忧解难，把顾客视为“亲人”和“家人”，使顾客把酒店当成“家外之家”。

三、菜肴卫生可口、货真价实，体现餐饮服务中讲诚信

在餐饮食品卫生管理中体现诚信，是对顾客身心健康的保证，也是酒店形象和信誉的保证。严把采购控制关始终是酒店长抓不懈的工作。“民以食为天”，食材货真价实、菜肴卫生可口也是消



总台



大堂



会议厅



费者最基础的消费要求。酒店通过制定严格的采购进货制度、物品验收储存制度、食品管理制度、卫生消毒制度、细致的台账制度等规范操作行为，并按照餐饮食品卫生的每一项要求，实实在在地落实在管理中。对于“不诚信”供货商，一经查实则重罚处理。酒店严格实行国家食品安全法，在四年多的经营中从未出现过一例食品卫生事故，受到了各级领导和顾客的一致好评。

四、将卫生消毒工作进行到底，体现客房服务讲诚信

戈尔登国际酒店的客房管理，不仅着重培养员工的诚信意识，更建立了有力的预防措施，将客房卫生消毒工作进行到位，“让客人放心入住”。一是确保布草严格消毒，分类包装后进入客房；二是使用优质洗化用品；三是重视客房内小件物品的消毒工作。

五、加强自律，主动监督，以宾客为中心体现诚信

为促进行风建设和创建诚信企业活动的深入开展，酒店以宾客为中心，采取措施，完善质量监督网络，更好地服务于消费者。一是建立宾客投诉措施，如：总经理信箱、宾客意见书、大堂副理投诉等，发生客人投诉及时进行逐级处理；二是全面开展质检工作，加大监督力度。做好法律、法规、食品卫生、消防安全的宣传工作，增强员工的自律意识，提高自律能力。认真开展诚信监督，提高预防差错的能力，提高服务质量纠正的能力。

六、以诚信求双赢，回馈社会讲诚信

企业的发展离不开各级领导的关心和方方面面的支持与协助。戈尔登国际酒店在多年的经营中取得经济效益和社会效益的同时，坚持回报社会。

酒店多次为灾区捐款，结对贫困学生进行长期资助，关爱孤寡老人献爱心等等。热心公益、奉献社会是戈尔登国际酒店一直以来在做，并会一如既往坚持回报社会的切实行动。

如今社会是一个讲诚信的社会，没有了诚信，企业就没有了立身之本。多年来，戈尔登国际酒店对“诚信经营”进行了初步的探索和实践，见到了一些成效，但还是存在许多不足，今后还将继续秉承“诚信经营”的理念，打造诚信品牌，将“诚实守信”的经营信条更深地融于日常的经营和管理中，深入到每个员工，从而形成酒店良好的诚信企业文化，促进企业的可持续发展。戈尔登国际酒店将为弘扬诚信经营的良好社会风气，营造健康、安全的消费环境，积极引导广大消费者的合法权益而不懈努力。

(宁波戈尔登国际酒店 特约供稿)



诚信经营 迎风破浪 再展宏图

什么是诚信经营，“诚”真诚也，“信”信用也，两者结合起来就是诚实守信、遵守信用。它是我们生活中的一种规范，是协调人际关系的基本要求，也是我们通常说的一诺千金，说到做到的意思。诚信作为社会一种凝聚力，是我们生意经营中相互信任，和谐相处的基石。对于一个企业来说，诚信是一个企业的立足之本，只有以信誉才能在市场竞争中占有一席之地。特别处在当今市场经济的条件下，企业要发展，只能在消费者认为是可靠可信的基础下，才能得到丰富的收益与回报。

金佰汇购物广场作为常山县重点招商引资项目，于2009年

元旦正式开业。金佰汇购物广场是常山县最大的购物广场，年销售额达2亿元，占常山同行业销售总额60%以上，是衢州地区最大的商业零售企业之一。在经营方面，金佰汇始终把客户需求放在首位，各部门自上而下日日贯彻诚信经营的理念。公司建立了食品进货管理机制、食品质量安全检查制度、不合格产品下架销毁制度；做好商品进货台帐管理制度，设立了无理由退、换货制度；金佰汇超市在开业初就在卖场中设立了“临保质期专区”，在醒目位置标示临保质期商品，维护了消费者权益，保护了消费者的知情权。生鲜肉类蔬菜建立可溯源机制，在鲜肉和蔬菜日常

进货中紧抓源头、进货运输、加工包装、仓储保存、超市零售的各个环节。坚持蔬菜农药残留检





测工作，建立生鲜检测室，专人每天对上排面菜品进行检测，实时公布检测数据，对不符合菜品质量的菜品立即下柜销毁，并追溯源头。仅仅检测设备及人员就投入了5万多元，只为了让广大消费者相信金佰汇的商品是安全的、可靠的。超市不断加强对食品安全的监管和超市经营产品质量的售后服务保障。2010年，公司为响应省人民政府对食品安全的电子化监管，投入大量的人力物力把所有商品的信息重新导入食品安全电子监管系统，在2012年获得了衢州市食品安全电子监管工作先进单位评选二等奖，切实保护消费者的合法权益，真正将诚信经营落到实处。

2011年，日本福岛核电站核泄露，引起周边国家的恐慌，因担心受核辐射污染，各地出现哄抢碘盐的情况，一时间各大超

市零售店批发部等食盐十分紧张，供不应求，有些商家乘机悄悄提高售价。金佰汇及时与盐业公司联系订货，保证货源的流畅充足，不但不抬价，还比平时售价便宜了两角。同样的情况发生在2014年，因县城供水管道维修，造成一时间缺水，时逢夏季缺水成为一个难题，特别对于一些特殊群体，金佰汇人提前储备了大量的矿泉水，保证不提价、不缺货、不断货。并组织员工免费为一些行动不便的孤寡老人上门送水，赢得了良好的口碑。

由于在各方面工作的良好表现，本单位被推选为“常山县流通领域食品行业信用促进会”副会长单位，为常山食品行业诚信经营起了先进模范作用。质优价廉和无理由退换货制度的实行更为企业和广大百姓提供了和谐、互信的消费平台。几年来，企业

遵纪守法、无侵犯知识产权和损害消费者权益案件，在工商系统中无企业不良记录；企业诚信经营、财务制度健全，把上缴国家税费当作是企业的一种责任、一种荣誉，按时足额上交国家税费。“重合同、守信用”是企业扎实壮大的基础，公司先后获得“浙江省工商企业信用AA级‘守合同重信用’单位”、“衢州市消费者信得过单位”、“2014年度衢州市流通环节食品安全电子化管理市级示范单位”、“浙江省知名商号”等荣誉。

企业负责人季飞先生致富思源、富而思进，从扶助贫困学子，到助震抗灾，从捐助伤残人士，到资助希望工程，先后获得了衢州“希望工程功勋奖”、“红十字会热心社会公益事业奖”、“优秀中国特色社会主义建设事业奖”、“浙江省红十字人道促



进奖”先进个人、“衢州市优秀青年企业家”、“衢州市希望工程 20 年特殊贡献奖”等荣誉称号，并加入到省、市青年企业家协会，当选为衢州六届人大代表。在董事长的带领下公司先后获得“扶残助残先进集体”、“浙江省希望工程 20 年杰出公益伙伴”、“浙江省红十字博爱功勋奖先进集体（铜奖）”、“衢州市红十字博爱功勋奖”、“常山县大学新生助学事业关心支持奖”、“衢州慈善奖（机构奖）”、“红十字会热心社会公益事业奖”、“衢州市希望工程杰出公益伙伴”等多项社会荣誉称号。

因势而转，顺势而行。在互联网+时代，金佰汇家家送网上超市成为公司创新发展新业态，截至 2015 年，已设立金佰汇家家送网上超市农村服务站 30 家。家家送继续秉承诚信经营的理

念，在产品质量上严把关，在服务上精益求精，为农村百姓提供更多的价优质高的商品与专业贴心的服务，在农村具有良好的口碑。现许多农村待业人员主动请求在其地方上设立农村服务站，期盼成为金佰汇的一员。公司计划一年内，在常山县以村级为单位设立 100 个金佰汇家家送网上超市农村服务站，要让金佰汇品牌走进千家万户。

2016 年 3 月 29 日，开化金佰汇广场开工仪式在美丽开化芹江之畔隆重举行。总占地面积 130.3 亩，总建筑面积 21 万平方米的开化金佰汇广场是由天地金佰汇控股斥资打造的，集大型商业、高端酒店、商务酒店、企业总部、大型乐园于一体的开化地标级旅游商业综合体。项目整体计划于 2018 年建成投入运营，其中金佰汇购物广场及大型商业

街已于 2017 年 1 月建成开业。

古人云：“求木之长者，必固其根本；欲流之远者，必浚其泉源”。一家现代企业要实现真正的长治久安、永续发展、不断增值，诚信经营是关键、是基石。营造诚实信用的社会风尚，建立诚实信用的市场环境，符合全体社会成员、全体社会企业的利益。诚实守信是中国自古以来的修身治国之本，作为一种美德它深深地镌刻在中华民族的文明史上。“人无信不立”、“信乃安身立命之根本”、“言必信，行必果”这些重诺言，重信用的千古名句，永远是金佰汇人处事经营的座右铭。诚信经营是金佰汇人的经营理念，“诚信、责任、发展、感恩”是金佰汇人的价值观，有了诚信作保障，金佰汇这艘崭新的商业航母必将乘风破浪，扬帆万里！

（金佰汇 特约供稿）

饮誉浙东的“四明大药房”

文 / 应芳舟

漫步甬城大地，你定然会被那块永葆青春、被民众热捧的金字招牌——四明大药房所吸引。四明大药房是宁波地区开办最早的西药店之一，距今已有近 90 年的历史，是屈指可数的中华老字号和浙江老字号。

一、“四明”的创办与发展

1870 年，随着西医诊所次第开设，使甬城市民认识到一种起效迅速、服用方便的舶来品西药，深受人们的欢迎。开设西药铺商机成熟，引起甬上相关人士浓厚的开办兴趣。据民国《鄞县通志》“食货志”介绍，至 1934 年，宁波共有西药房 16 家，且家家生意不错。

四明大药房的前身是四明药局，又称“四明志记药局”，创办时间大约在 1923 年底 1924 年初，创办人孙义瑞（？-1929），即孙志吕，奉化人，1921 年 6 月毕业于浙江公立医药专门学校药科专业，是四明大药房前身四明药局的缔造者。在孙义瑞的苦心经营之下，营业发展有条不紊。不过令人扼腕的是，时值英年的孙义瑞却不幸逝世。正当四明药局面临歇业的时候，出现了一个

四明大药房甚至甬上西医史上的关键人物，此人就是范文蔚。而促成范文蔚接盘四明的人是范的同学、浙江陆军医院院长孙赛甫。

范文蔚（1900-？），奉化西圃人，与孙义瑞系同学，医校毕业后任鄞南方桥公益医院调剂员；1922 年在浙江医药专门学校任助教两年，后在该校附设诊所做了三年调剂员；1927 年 3 月起，在南京陆军病院任药局主任；1928 年 3 月，任徐州野战卫生处材料仓库分库主任，3 个月，后，改任杭州传染病院药主任；1929 年 3 月起，任宁波市卫生实验所技师，6 月份接管四明。20 世纪 30 年代，范文蔚曾任鄞奉公益医院董事，并在家乡创办龙溪小学，供族内子弟入读。

四明大药房在发展历程中，还使用过四明药房、红卫医药店、四明医药店等名称。

四明大药房中的“四明”既有源于宁波这个地理概念，更取狮子吼鸣（四明是“狮鸣”的谐音）、振兴中华民族的意思。

范文蔚接盘四明，是四明大药房事业大展宏图的关键一步。范系专业药师出身，接受过良好教育，既懂医药业务，又有



范文蔚

丰富的管理经验，由他出任经理实乃不二人选。他主动出击，将欧亚、华明等经营不善的药房盘进，改名“四明药房”，并将药房改革为股份制公司，利用自己广泛的社交网络，多方筹集资金，争取到孙赛甫、周师洛（杭州民生药厂创始人）、张银棠（上海西药巨商）、史致富以及同乡、同学、同行等人出资入股四明。此外，他还聘请拥有权势的王文翰（恕房）兼任四明董事长一职，由王开设的诊所自然来四明处配药，后来抗战爆发后，第三战区

司令部的医药生意也由他介绍给四明。王后来任浙江省公路局局长，凡四明运输的药品都可方便通行。范文蔚依靠自己过硬的专业学识和人际关系亦获人赏识，时任宁波市市长的罗惠侨邀请他兼任卫生试验所所长，王文翰也请他兼仁济医院药局主任一职。

范文蔚将四明店址迁至人流较大的东门口，原来的崔衙街稍显冷僻，而东门口西药铺开设极少，留下的市场空间很大，至1932年时西药房也只不过两家（东大路则有七家），而其中一家就是四明。范文蔚具有强烈的市场开拓意识和长远的战略发展眼光，既抢占了西药市场份额，同时又避开同行竞争激烈的地段。

在范文蔚筹划下，四明生意发展迅速，击败中日、华英、华通、五洲等西药房，营业额长期位居全市西药业之首。至1941年6月，四明资本额达10万元，职工数14人。当时全市西药业公会会员共有25户，总资金31.62万元，店员139人，四明的资本额占了全市将近三分之一，资本和营业额遥遥领先，优势十分明显。

四明诞生于半殖民地半封建社会的近代中国，因此它的发展步履格外沉重。1937年抗日战争爆发，为了安全起见范文蔚将店内大部分物资移藏至南门外及方桥二处。1939年春，四明大部分资金转移至金华四牌楼，并筹集资本6万元开设分号。1941年宁波沦陷前夕，四明除贵重物资转运至奉化某山中外，店内剩

余物品则惨遭抢劫一空。同年夏天，时局稍见好转后，范文蔚再将物资经宁海转移至金华，并改名“浙东药房”，年冬又将宁波四明药房的房屋买下，以保存实力，作今后恢复打算。1942年春，金华亦遭沦陷，遂辗转福建，在浦城设临时营业处，在南平设立分店名“浙闽药房”。1943年冬，南平分店关闭，改设江山分店。1944年冬，宁波四明总店召开董、监事临时会议，宣告暂时结束四明，仅在东边一小间设一小药房，名四明文记药房。抗战胜利后，浦城、江山二店先后关停，重心转至宁波总店，至1946年6月10日正式复业。

二、“四明”的成功之道

（一）自制及代售（理）药品种类齐全，以经营西药业见长。作为宁波西药史上资格最老的药号之一，四明主要经营各种药品、药材、医疗器械、玻璃仪器、化学试剂批发和零售等业务。它自主研制的药品不少，据四明老职员介绍说有53种（一说55种）。此外，尚有代理、经理、经销上海信谊药厂、杭州民生药厂、宁波家庭制药社及瑞士、日本、法国等多家洋行出品的双刀牌臭药水、三花牌爽身粉、扑身粉等药品27种（不含经理的德国先灵洋行、瑞士哈夫门、罗氏洋行、瑞士汽巴药厂、日本新药社等药品）。

20世纪30年代，各传统行业大都趋向衰退，唯独西药业反

而逆势增长。据统计，1933年宁波共进口西药约60余万元，其中要数鱼肝油销路最好。而当时四明大药房的一个拳头产品就是作为滋补药的老少牌麦精鱼肝油，受到市场的广泛认可，使四明能在西药业稳稳站牢脚跟。四明的经营优势是西药品种齐全，这远非其他药房所能匹敌。四明的利润一直名列本市西药业前茅，1935年时四明当年盈利达5千余元，而当时的华通才两千元，其余则更少。四明的西药业龙头地位无人能够撼动。

（二）采用科学、人性化的管理方式，招徕大批顾客。四明是一家由专家负责经营的药房，对药房和员工采取相对科学、人性化的管理。作为一家股份公司，四明每年年底分红时都是发放三分之二的现金和三分之一的股票，这样上至店经理，下至学徒，都油然而生一种与四明同呼吸、共命运的责任感和使命感。四明注重对店员的培养，每一个进入四明的学徒，先要轮流做包装、站柜、进货、跑街送货、调剂配药、出纳会计等工作。当时四明职工、学徒的薪资和待遇在西药业中是最高的。四明还注重人才的培养，每周有两个晚上进行专业培训和外语补习，由范文蔚等人亲自授课。药房还替考查合格的职工向卫生部申请药剂生执照。学徒工在业余时间还可以免费观看电影、学骑自行车等。

职工们切身感受到四明重视人才，在四明从事工作能够



发挥自己的才能，所做的工作也富有前途。四明培养的一批学徒，日后大都成为合格的医药管理人员。

以客人为主，也就是以病人、客户为本。四明派出的跑街上门联系洽谈业务都是有针对性的，他们大多被安排联系自己户籍所在地的营业放账收款，这样人地两熟，便于开展工作。四明因为药房规模大，一次性进货数量多，所以可以争取到比其他药房更低的进价，给予老百姓更多的实惠。四明还急病人之所急，主动上门接方配药和通过邮局办理购药事宜，这种专业化、人性化的服务，使群众看病服药大为便利，深得百姓称道。

(三) 广告投放力度大，名牌产品深入人心。甬城老百姓流传有中医找寿全斋，西医找四明之类的说法。口碑的流传自然有四明所售药品疗效上佳的原因，使病友之间彼此相告，更有长年来在甬上各大报刊登载广告所起的作用。每逢疫苗推出、防疫季节到来、西药新品、自制秘方出来后，四明必要大作广告。四明的敌敌涕 (DDT) 药从 1947 年 7 月 11 日至 1948 年 8 月 12 日间，每隔数日在《宁波日报》上密集刊登广告。有些名牌产品推出的广告，时间跨度更是长达十余年。如四明头痛粉早期在《时事公报》(1937-07-03) 刊登广告，后转至《宁波日报》(1947-12-04) 继续刊出。四明的鱼肝油至今仍被市内老姬知晓。逢年过节的时

候，四明也会与药品制造商联合开展促销活动。

四明的药品广告设计制作精美，使人过目难忘。这和药房聘请的专业广告设计师汤雪帆有关。由汤设计制作的四明药品橱窗的活动广告，引来路人驻足观看，发挥了广而告之的作用。四明还编写有一部《四明良药集》，向医院、诊所、机关、学校等单位分发赠送，交代日常用药方面的知识。多样化的宣传手段，虚实结合，带动了四明药品销售量节节攀升。

四明大药房对自己所售名牌药品的声誉十分爱惜。抗战初期，上海至宁波的航运受阻，加上气候和战争的关系，甬地防疫药品“十滴水”供应紧张。四明在成本增加的压力下，争取到一批货源后并未趁机哄抬价格。通过平价售卖十滴水这一事件，反映出四明具有的医药济世的优良传统，也使十滴水这一产品深入人心，成为当年宁波百姓夏季必备的防暑药品。

(四) 利用国人抵制洋货、争夺利权的舆论契机，发展壮大民族产业。西药房在抵制洋货浪潮中往往容易受到打击，这主要是因为西药大多来自东、西洋进口，属于当时抵制的对象。据民国《鄞县通志》记载，宁波西药业起先仅三数家，1932 年时“逐渐添设十余家。自抗日抵货后颇受影响”。这里的“抗日”是指国人反对日本侵略军发动的“九·一八事变”。这种来自舆论的巨

大压力，迫使一些从事西药买卖的商家摆明态度。四明在这一点上颇能积极主动，早些年前就已愤然喊出挽救民族利权的口号，“昨接吾友来信，始知我友发明救人苗浆，喜甚喜甚。观其来货完全与德货无二，其效必超过外货，盖其期近，且试之其免疫性甚盛。凡我爱国志士、同胞、善士尽来购试，以免利权外溢也。”（《宁波民国日报》1927-06-27）买四明药就是爱国，四明充分利用了全市人民抵制洋货这一舆论契机。此外，四明喊出“免利权外溢”口号是有雄厚基础的，它创制的50余种药品和代理（售）的大多数国产药品成为市场上的畅销品，为争取民族利益、抵制外国药品的市场垄断作出了不小的贡献。

三、解放后的“四明”

1951年，四明大药房完成私营企业改造。当时四明药房共有股份4800股，资本金6亿元，其中范文蔚有215股，出资额2687.5万元，王文翰的股数为387股；1956年，转为公私合营；1976年，位于中山路上的宁波市医药公司大厦落成，一楼12开间作为四明的门市部对外营业；1987年，四明资本额为11.65万元，营业额195.26万元，职工数32人。当时老城区专业西药房有四明、新华、国光、新亚等4家，总资金18.83万元，职工57人，年销售额326.77万元。



在改革开放春风吹拂和社会主义市场经济带动下，四明大药房善于解放思想，屡屡重拳出击。1999年12月8日，四明大药房有限责任公司成立，成为甬城首家医药零售连锁企业，此举标志着四明走上了事业发展的新道路；2000年8月21日，成为我国第一批41家药品零售跨省连锁试点企业之一。四明善于借力发力，开创事业新局面；2001年10月，完成增资扩股，注册资金由1000余万元增至2380万元；2004年10月，改由上海市医药股份有限公司控股，从此驶上事业发展的新征程。

在激烈的市场竞争下，四明秉承“诚信无价、四明无暇”的经营理念，坚持“四明相伴、健康永远”的服务精髓，继续发扬该店的优良传统，诸如免费测量血压、血糖等，还与时俱进树起专业药房大旗、健康咨询进社区、向特殊群体献爱心、义工志愿者活动等，便民服务工作开展得有声有色。2006年底，四明将总店从城隍庙迁至鼓楼城门前的镇明路，与升阳泰、天胜照相馆、东福园饭店、正章等老字号相距仅数十米远，构成甬城最为密集的老字号区块，知名字号的集聚效应十分明显。四明现有连锁门

店50余家，遍布宁波城乡，还深入超市、社区、学校，甚至走出甬城，进驻舟山海岛，成为饮誉浙东的药界老字号。

在新的时代背景下，四明大药房相继取得了一系列荣誉。1997年7月12日，被国家医药管理局评为“全国文明示范药店”；2001年8月，通过国家首批浙江省唯一医药零售连锁店企业GSP认证；2008年10月，被浙江省经济贸易委员会公布为首批“浙江老字号”；2009年5月8日，海曙区人民政府公布四明大药房为海曙区区级非物质文化遗产传承单位；2011年3月，被商务部评定为第二批“中华老字号”（1993年10月、1995年11月，曾被国内贸易部两次公布为中华老字号）；2014年“四明”被浙江省工商局认定为“浙江省知名商号”；2016年被评为“长三角健康服务示范企业”、全国医药零售行业百强企业。这些荣誉的获得，使四明大药房这块金字招牌在新的时代熠熠发亮。



努力拼搏 再创辉煌

——浙江东兴商厦股份有限公司

商业是一个城市极其重要的构成元素，它既是城市繁荣、城市魅力的展示窗口，同时它又浓缩历史文化，体现地域特色，反映城市风貌，是城市的精华。

一、桐乡商业变迁——商以城在，城以商兴

在桐乡，城市规模商业的发

展起步要从1996年庆丰中路东兴商厦的成立算起。经过20多年的商贸发展，围绕着东兴商厦为核心，商业林立，庆丰商圈已然成为整个桐乡不可撼动的商业巨头，也是全桐乡最具人气的综合性消费场所。如今的东兴商厦立足浙北地区，是一家集百货、连锁超市、连锁药房、连锁家电、配送为一体的综合性零售商厦。

2016年度销售额10.5亿元。目前公司下设分公司、直营店81家，总营业面积达20余万平方米，公司本着“服务全桐乡”的目标和理念改变着桐乡市民的消费观念。

二、全新城市地标——颠覆传统，赚动全城

如今，东兴商厦再次亮剑，



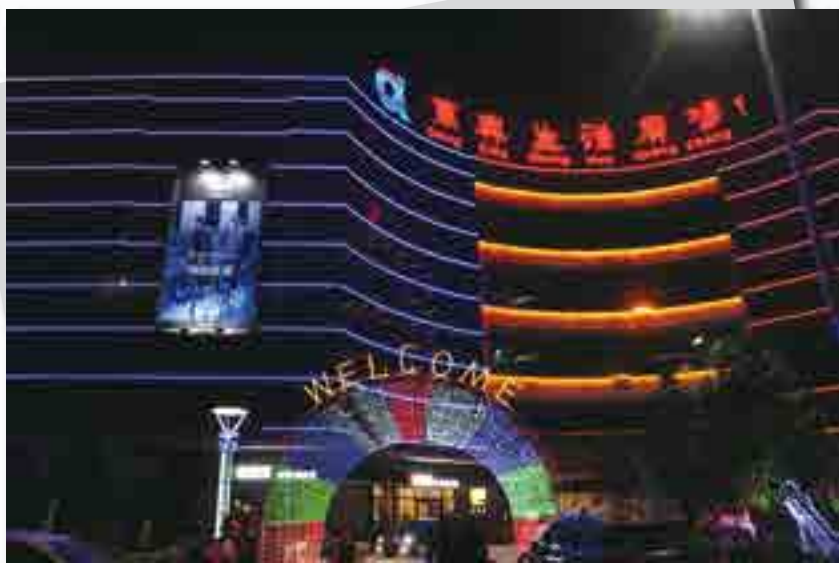
东兴生活广场选址庆丰北路，傲立城北中心，配套完善、交通畅达，中心价值潜力无限，打造崭新的超大规模一站式城市商业综合体，集购物、娱乐、休闲、文化、教育、餐饮、酒店为一体的一站式全功能的商业综合体。整体打破传统商业单一层面的概念，以丰富多变的立体空间、建筑内外的休闲空间，显现大气格局。东兴生活广场整体区域按功能划分，各楼层品类穿插分布，颠覆了传统百货按品类划分区域的局限性，打破了传统商业单一层面的概念，通过环形连廊、线性连廊将公共空间有机地规划，将主商场和副商场贯穿起来，横行走

廊，竖行电梯的有序组合形成丰富多变通达的立体空间，增加了购物的新鲜感。现代简约的建筑风格、高科技保障的集成系统、WIFI 无线网络覆盖、1000 多个车位的超大地地下停车场等，将营造出更舒适的商业氛围及购物体验。它不仅改善城市商圈模式，提升城市商业规模，而且它的高密度性、复合功能性、业态相互依存性，将各种商业业态集聚为一体，可以为未来更好地发展提供坚实的基础。无论是商业办公、文化娱乐、教育运动、商务招待、健体美容、选货购物，都可以通过“消费功能+模式+商业空间”

创新完成，满足了各阶层消费者的多种需求。

东兴生活广场经过这段时间的努力，杭州银泰百货、IMAX 巨幕世纪影院、星巴克、许留山、汉堡王、LEE、奥世健身等众多国际大牌入驻东兴生活广场，使东兴生活广场如虎添翼，必将成为桐乡人民休闲娱乐好去处。其中东兴乐园是东兴生活广场的重头戏。作为一个配备齐全的儿童娱教综合体，整体分为四大区域，拥有 8 项大型娱乐项目，电子游艺设备 100 多款，是嘉兴市目前规模最大、项目最全、设备最新、规格最高的大型乐园。同





时，硬件游乐的 1.0 时代直接跨越至 3.0 时代，乐园为立足桐乡，辐射全省，开展连锁化经营打下坚实基础。为亲子家庭提供一站式快乐体验，营造孩子真正乐享的梦幻空间，为成人提供新奇刺激的冒险感受。

三、本土商业领袖——20 年东兴品牌百姓心中的影响力

东兴生活广场是由浙江省百强企业之一“浙江东兴商厦股份有限公司”投资建造，东兴商厦拥有在桐乡家喻户晓的知名度，是浙江省内的百强企业、知名企业亦是嘉兴桐乡市的重点龙头企业。公司成立至今 20 年来获得诸如：百强企业、优秀企业、示

范企业、诚信企业、创新企业、龙头企业、典型企业、十佳商贸企业、信用示范企业、信得过单位等荣誉和品牌奖章无数。东兴商厦有着坚实的社会地位和深入民心的品牌地位，是省内、市内名副其实的“明星企业”和“著名商标”，在整个嘉兴和桐乡的老百姓中具有“信誉第一”、“品质第一”的良好市场口碑。🔗

（浙江东兴商厦股份有限公司 特约供稿）



鲜绿多：传递幸福味道

湖州鲜绿多健康农产品产业发展有限公司自成立以来一直秉承新鲜、绿色、共享的经营理念，并在互联网+的转型风潮中抢抓机遇，转型成为一家基于互联网发展的农产品流通企业。所销售的每一样农产品都为消费者透明呈现了生产者信息和生长履历，通过发现食物背后的故事，用食物重建人与人的信任，致力于将绿色农产品从田间地头传递至千家万户。

从传统农产品企业转型为农产品电商企业

——2013年，是公司坚持努力的一年。鲜绿多由一个8人的小团队通过不懈努力，在当年销售额达到了1000万元，并有幸纳入了湖州市“菜篮子”工程，成为“湖州市本级冻猪肉储备承储单位”。

——2014年是公司强化管理的一年。随着市场的不断拓展和品牌力的不断提升，公司从业人员从原8人小团队发展到了30多人，服务单位也从原来的15家增加到了30家，销售额首次达到3000万元。





▲ 配送车队



▲ 微市场



▲ 车间照片

——2015 年是公司迈入正规化进程的一年。鲜绿多农产品 ERP 系统平台正式上线，将农产品的供应、分拣、销售、配送等环节连成一个有机整体，进行全面的信息化管理。2016 年公司销售额突破 1 亿元大关，客户单位已经已有 100 多家，辐射范围也从原有的湖州市中心城区拓展到湖州东部新城、织里镇、南浔区等。

——2016 年，是公司加快发展具有里程碑意义的一年。

公司组建的鲜绿多农产品产业联盟，下辖六个子公司。全力打造一个集仓储、分拣、加工、包装、销售为一体的现代化供应链系统，建立 B2B、B2C 及门店三种销售模式，在城区之间搭建一个完善的农产品流通服务体系。

同年公司入选为“湖州市城市共同配送试点企业”、“浙江省农产品市场体系建设——公益性项目试点企业”、“浙江省冷链流通标准化试点企业”，

并被授予了“浙江省诚信示范企业”、“浙江省农村电子商务龙头企业”、“浙江省重点流通企业”等殊荣。

保供应，扛在肩头的一份责任

作为一家农产品流通企业，我们始终不忘初衷，拓宽农产品流通渠道，创新农产品流通方式；创新公益性实现模式，增强保供稳价能力，担起稳物价、保民生的责任。

公司计划于 2017 年底建设完成 20 家微市场，形成中心城区、吴兴区、开发区、度假区范围内的农产品微市场网络布局；通过农产品微市场网点的建设与完善，致力于社区居民提供丰富、安全、平价的“菜篮子”商品；以标准化、多样化、优质化的经营模式为居民提供便捷的消费体验和宜人的购物环境。

微市场建设中始终坚持“四化”标准，确立统一标识、

统一服务、统一管理、统一采购、统一配送的“五统一”标准体系。

对各门店确保 200 种左右的蔬果、肉禽、粮油、水产、冻品等经营品类。同时，把好质量关，选择优质安全货源，并对每批生鲜农产品进行抽样检测，建立健全产品质量溯源体系。

“鲜”招牌，挂在头顶的一张时间表

从新鲜食材到美味佳肴，这是一场身体力行的推动。在农产品销售过程中，“鲜”是招牌，“快”是核心命题。无论是基地直供还是线上直销，最终目的是将农产品在最短时间内供给消费者。而“鲜绿多”多年以来在农产品配送方面的苦心经营，为其积累了众多的资源与经验，也让其在产业链的延伸过程中得心应手。

鲜绿多通过建立 O2O 生鲜运营模式，打通线上线下销



▲ 检测中心



▲ 员工照片

售，优化农产品流通渠道。通过微市场与鲜绿多APP、微信商城等线上销售平台结合，建立线上线下一体化的“网订店取”“网订店送”销售模式，打通电子商务、末端网点和城市共同配送平台的信息链，有效降低重复配送率，提升消费者的网购体验及生活便利性。有效解决“最后一公里”，将绿色农产品从田间地头搬上老百姓的餐桌。

安全关，悬在心头的一道闸

绿色，预示着健康、环保、无公害。“鲜绿多”如何为食品安全把关？作为专业的农产品流通企业，“鲜绿多”执着于食品卫生的监测和控制，通过管理层的统一认识，在供应商的选择、配送过程的把关、物流运输中的温控、收货、储存等各个环节对食品安全进行全方位的监控。而“鲜绿多”管理层独创的三级质量保障体系，一直得到行业主管部门肯定及

推广。

第一步，源头保障最关键。为确保质量，“鲜绿多”一直选择从价格较高的正规蔬菜合作社进货，目前产品全部来自我市69个无公害蔬菜基地、水产家禽养殖场，产品严格按照无公害标准生产。

第二步，严把中间检测环节关。“鲜绿多”食品安全检测中心建设总投资460万元，2013年9月投入使用。检测中心拥有大容量农残检测仪、超纯水系统、肉类水份快速测定仪等目前世界先进的农残检测设备。日常产品配送之前，专业检测人员都会采取样本进行安全检测，“检测内容包括吊白块、甲醛含量，肉类水分、农药、瘦肉精含量、食品中漂白剂速测等。”检测中心工作人员介绍到。

最后一步，复查关。商品出库时，送货员先要经过严格的登记后，再对货品进行抽样复查，发现问题立即召回。

用生态定义未来，用美味定义生活

湖州鲜绿健康农产品产业发展有限公司积极发挥农产品配送中心的大流通作用，为打造智慧、便捷、舒适的百姓生活而不懈前行。以更现代化、规范化、标准化的管理机制强化公司核心竞争力，走绿色营销、品牌营销的战略道路，让“鲜绿多”的品牌深入人心。

在农产品流通这条系民之路上，湖州鲜绿健康农产品产业发展有限公司将一路秉承“高产、优质、高效、生态、安全”的信念，以智慧低碳型现代化农业流通企业的定位大举向前，将理论付诸实践，将幸福传递万家。

（鲜绿多 特约供稿）

发展特色服务业 提升集聚区魅力 为永康经济发展打造“新引擎”

文 / 应晓红

中国科技五金城自2013年被列入全省第三批现代服务业集聚示范区以来，坚持以“产业集聚、电商引领、展会支撑、设施完善、生态良好”为目标，把促进特色服务业发展作为提升五金城集团经济发展层次和水平的重要举措来抓，通过突出政策支持，加强要素保障，集聚区发展势头良好，集聚效应逐渐显现，为永康集聚了大量的商流、物流、资金流、信息流，也为永康五金制造业的大规模发展升级和现代服务业的繁荣，提供了强有力的支撑平台，在推动永康经

济发展中发挥了不可替代的重要作用，成为了永康经济发展的“新引擎”。

一、实体市场线上线下双轮驱动发展，影响力持续提升

中国科技五金城是国内首屈一指的五金专业市场，现有营业设施80万平方米，拥有金城市场、金都市场两大实体市场群，实体营业店铺3436家，经营19大类数万种五金产品及衍生产品。繁荣的五金城市场推动了永康区域经济的快速发展，但随着国内外经济发展环境的变化，“互

联网+”等新兴业态、新商业模式的迅速崛起，对商品交易市场带来了挑战。在新经济快速发展环境下，五金城加快资源整合，充分发挥五金城实体市场体量优势，打造“智慧五金城”电子商务集聚区和跨境电商交易平台，将成熟兴旺的五金城市场整体延伸至网络，发挥网络优势，打造线上线下市场的“双轮驱动”发展模式，突破五金城市场区域的限制，拓宽实体市场经营户和企业的发展空间。“智慧五金城”涵盖了五金城实体市场的所有商铺以及永武缙地区的部分生产企



尚五金电商平台线下体验店



第八届中国永康国际门业博览会开幕式



五金优选直销

业。基于服务实体市场和企业的目的,通过实现将线下的资源整合到线上、商户地理位置采集、定位等功能,方便采购商检索和定位所需要的商品和店铺,完成线上线下的互动。只要扫描二维码、搜索关键词,就能帮助采购商实现精准导购和导航,精确地找到采购商需要的商家和企业,并且设置出最短的到达线路,全面解决了以往客商找不到店铺和产品的问题;采购商还可以通过“智慧五金城”交易功能完成采购。此外,在“智慧五金城”首页,还有实时滚动更新的购买记录,企业、商家、采购商可以一目了然,让消费者真正感受到智慧与科技带来的便捷与高效。“智慧五金城”完善了市场综合功能,壮大了服务业态,提升了市场服务水平,有力推动了中国科技五金城市场的信息化、标准化、集约化发展。2016年五金城实现实体市场成交额436亿元,同比增长6.3%;网上交易额289亿

元,同比增长11.2%。市场成交额及增幅连续多年位居全国同类市场之首。在带动区域产业发展、推进经济转型、拉动就业、提升城市品位和辐射影响等方面发挥了重要作用。先后荣获“中国十强品牌市场”、“中国百强商品市场”、“中国最具品牌价值商品市场”、“全国诚信兴商双优示范单位”、“中国网上网下融合市场20强”等诸多荣誉称号。

二、电商产业多元化多模式发展,引领力显著增强

坚持多条腿走路,从平台培育、模式创新、品牌打造、产业链构建等方面着力,全面推进电商产业多元化多模式发展。一是“尚五金”品牌升级引领“永康质造”。2015年以来,中国科技五金城将“电商换市”作为市场转型升级的主引擎来抓,按照“行业权威、全国一流”的目标和“买卖五金、尚(上)五金”的商业定位,组建了电商产业发展

有限公司,自主打造了一站式产业服务“尚五金(www.shangwj.com)”电商平台,开启PC端、手机APP和微商城三网营销模式。针对当前永康五金产品缺乏自主高端品牌的实际,今年“尚五金”3.0版正式上线,全面打造“五金优选”引领“永康质造”。“五金优选”最突出的优点在于品质的把控,首选国内外一线品牌代加工的工厂以及中国质造实地认证工厂的产品,在研发、设计、制造、销售等各个环节都有专门的工作人员负责跟踪到底,而且所有的产品全部由金华市出入境检验检疫局检验,检验合格后方能上架销售。“五金优选”通过激活品牌运营,传递出永康五金自主品牌的意识,着力提升永康五金产品品牌影响力,成功营造了“买卖五金,尚(上)五金”的商业口碑。目前平台在网销售各类五金产品6万余件,辐射全国十多个省市地区。平台注册会员已达54.48万个,入



中心



永康保山五金博览会



尚五金电商平台3.0版正式上线

驻商户 9450 家，实现订单笔数 1878.57 万笔，交易额达 37.05 亿元。会展中心电子商务集聚区被评为浙江省 A 级电子商务产业基地。二是营销模式多元化助推五金城迈进“新零售”时代。与阿里巴巴集团强强联合，合作建成阿里巴巴 1688 五金城云市场。积极探索淘宝直播全新营销模式，采用线上线下联合互动的方式进行，线上会场是“尚五金”商城及淘宝企业活动页面，线下会场则为拥有三千多户商家的五金城市场，线上引流造势，线下现场采购，为永康市五金小微企业主和专业买家提供全方位的采购服务，助推五金城迈进“新零售”时代。三是发展模式多元化实现共创共赢。一方面“走出去”打开线下市场外延空间，另一方面“尚五金”整合线上实现协同效应，以“尚五金”电商平台为中心、集成众多“永康五金直销中心”品牌实体店和体验店，在全国各地设置多个直销点，用实体店的体验来吸引顾客，通过“线下体验”来实现“线上购买”，构建了“永康五金直销中心+尚五金电商平台”O2O 双线发展模式，全面提升“尚五金”的覆盖广度和深度。截至目前，已设立宁夏银川、湖北恩施、河南郑州等十多个直销点。与此同时，各大高速服务区及云南、安徽等地区的中心城市也将陆续建成“尚五金”品牌线下体验门店，形成线下体验店与尚五金电商平台共创共赢的局面。O2O 双

线模式正成为撬动永康经济新腾飞的支撑点，“让永康五金走向世界，让世界五金汇聚永康”的梦想之光正逐步照进了现实。

三、会展经济引进来走出去 发展，辐射力愈发凸显

经过多年的培育，永康已经初步形成以国家级或国际性展会为龙头，以区域品牌性节庆会展为主体的发展格局，探索形成了“政府主导、国企承办、部门履职”的办展新机制。利用国际会展中心一流设施，实行开放办展，会展经济实现由“节会”向“展会”华丽转身，在引领产业集聚发展中发挥了重要作用。一是智慧会展撬动展会转型升级。全面打造“智慧会展”，对博览会平台进行全新改版和功能升级，把展馆、参展企业全部搬上网，实现了从线下展销为主向商品交流、技术交流、人才交流、工业设计展示、五金指数、论坛等多功能的交互升级，从传统展会向“互联网+展会”升级。全新推出“智慧展商名录”，建立专业观众数据库，累计收集和存储客户 4.36 万人，信息约 4 万条。为参展商和客户提供一个实时的信息和资源匹配开放生态链接平台，客户只要打开“网上展会”，点击进入“展会直击”，即可轻松查询博览会参展企业、展位号、产品等相关信息，让客户轻松逛展会。“智慧会展”彻底改变了传统形式上的参展商、采购商和观众的相互交流的方式，高效利

用和匹配资源，节约成本和时间，全面改进会展服务，提升了商务洽谈的明确性、效率、灵活性和响应速度。二是专业会展拉动高端产业要素集聚。中国五金博览会已然成为永康会展产业发展的“动车头”，牵引着一列列动车组快速行驶。门博会、机械装备展、农展会、建材家居展、汽车展、网货节等多个知名专业展会，近年来纷纷聚首永康，举办展会的频率越来越高，2016 年永康国际会展中心举办各类展会 32 次，展出规模 50.6 万平方米，交易总额 196 亿元。会展产业已成为永康经济发展的“助推器”和“发动机”，在促进国内外贸易和投资往来的同时，对永康五金产业和市场发挥了巨大带动和促进作用，对区域经济发展产生了巨大的拉动作用，对高端产业要素集聚和形成具有强大推动作用。三是引进来走出去办展提升城市的影响力。大力实施“走出去”办展战略，主动出击，大胆尝试到外地办展。连续两年北上北京举办中国（北京）国际自动门电动门展览会、南下云南保山举办 2017 中国永康·保山五金博览会。走出去办展不仅为两地深度合作、展销宣传架起了一座桥梁，也为深化供给侧结构性改革，推进永康五金向外梯度转移提供了一个重要契机，更为推动区域协调发展、协同发展、共同发展开创了一条新路子。与此同时，积极探索展会品牌化，引进品牌展会，去年首次引进举办浙

江第三届省外浙商市场采购浙货对接会，今年也将引进第十届中国商品市场峰会、第四届省外浙商市场采购浙货对接会，开创展会发展的新空间、新路径，实现共享共赢。近几年，永康市会展业的快速发展，既拉动了经济增长，带动永康第三产业的快速发展，又提高了永康的城市影响力，实现经济效益和社会效益的双丰收。不仅盘活市场资源，提升产业，激活流通，弘扬文化，而且还搭建了一个全面展示永康形象的大舞台，成为永康市五金产业经济中一个重要的活力元素。

四、服务产业良性互动融合发展，集聚力已然显现

坚持产业间融合发展已成为中国科技五金城发展的一个重要特征，“市场+旅游”、“五金文化”、“五金指数”、“知识产权保护”等各种产业融合与互动正变得越来越密切。一是开启“工业游”，打造五金旅游新高地。整合市场资源，集聚旅游产业，开辟金都市场旅游购物区、金城市场旅游购物区、永康名品精品展示厅旅游景点。在此基础上，投资430万元新建中国五金历史文化体验中心、金都市场五金文化长廊（漂流书亭）多个旅游景点及相关设施，形成“两区两馆一长廊”的旅游新格局，打造了商贸购物、会展旅游和五金文化三大品牌，打响了“工业游”，被省旅游局、省经信委认定为“省工业旅游示范基地”，成为

永康市首批示范基地之一。国际会展中心添设了游客中心等旅游设施，开辟了名品精品展示厅购物区，成功创建成为国家3A级旅游景区。二是弘扬五金文化，提升名企名品集聚度。中国科技五金城紧扣五金文化这根弦，创办了中国五金博览馆、永康五金名品精品展馆、国外五金产品展示馆、五金历史文化体验中心、五金广场以及广场群雕。在国际会展中心建立大规模的名企名品展示厅，进一步丰富五金文化内涵。通过开展“经营规模公司化、经营方式网络化、经营商品品牌化、经营渠道外向化”等活动，使名企、名品逐年增加，品牌集聚度快速提升，统计数据显示，名企、名品在五金城市场的占比从原来的8%、32%，分别增长到现在的45%、93%。如今，市场积聚了一大批中国驰名商标、浙江省著名商标，市场已成为品牌孵化的高地，品牌已成为市场巨大的无形资产，以品牌集聚创新

资源，推动产业规模化、集群化发展。五金城集团也因此先后获得了全国诚信示范市场、国家级知识产权保护规范化市场、中国十强品牌市场等荣誉。三是发布“中国·永康五金指数”，提高五金行业话语权。在树立品牌的同时，积极努力提高企业在行业的话语权，占领行业制高点，甚至引领行业发展。编制、发布的由五金产品价格指数、五金产品景气指数、五金产品其他辅助指数构成的“中国·永康五金指数”是国内第一个五金行业指数，被称为国内五金行业的‘道琼斯指数’，帮助交易商准确研判市场走势，为生产企业和政府提供一个成本控制信息与产业景气趋势，为生产经营、管理决策提供服务。“五金指数”网站的登录人数与日俱增，其每日浏览量由三年前300余人上升到现在2000多人，影响力遍及40多个国家和地区，已经成为五金产品市场行情的风向标与晴雨表。





创新 • 转变

浙江省医药工业有限公司成立于1976年，为原省医药管理局直属的管理全省药品生产的行政性公司。1986年起逐步转型为经营性公司，经营规模不断扩大，连续30多年被评为浙江省信用优等企业。现为浙江海正药业股份有限公司的全资子公司，具有独立的法人资格，注册资本13,600万元。

公司业务范围广泛，销售网络遍及全国，拥有一批高素质的专业药品推广队伍，并与全国各大医疗单位、生产企业以及经营企业保持着密切、良好的合作关系。保证经营药品质量、提升服务态度、满足客户需求是公司的经营宗旨！

2016年，面对巨大的商业挑战和发展机遇，公司作为浙江

省区域创新型多元化商业公司和海正特定产品（线）的全国创业型营销与销售公司，大刀阔斧地进行了全面的业务创新。

在供应链上游，公司与国内外知名药品生产企业建立起良好的合作关系，通过与品牌供应商的省级代理项目合作，如西安杨森的“金戈铁马”项目，取得了该项目全国销售增长第一的成



绩；“勃林格”沐舒坦系列产品全国总代，完成了全国渠道的覆盖，预计2017年销售规模将达到4个亿；与惠氏的“长三角合作”实现了华东地区所有KA连锁的点对点无缝衔接；通过引进特殊品种，扩大了终端基层市场的覆盖；新的业务板块—中成药，16年同比15年销售增长率达到25%，大大扩充了公司的产品结构范围。

在供应链下游，利用“海正药业”的研发优势与医院进行深度科研合作，先后与省内多家三甲医院签署合作协议，融合B2B、B2C新的营销模式和全新的现代化物流体系，扩大线下医院、药店的配送规模，提升服务体验，形成线上线下的融合，深耕细作，快速地抢占终端市场，覆盖全省95%县以上各级医疗机构，配送业务保持12%以上的增长；同时组建专业的OTC推广团队，整合工、商企业的优势资源，拓展深耕药品零售市场，纳入门店体系2200家，同时销售

规模和药店覆盖率也取得了快速增长，目前已经覆盖全省主要大型连锁药店及零售药店4000多家，新开户比上一年增长30%，销售规模连续三年年均增长35%以上。随着民营医院的迅猛发展，公司也开展了民营医院业务板块业务，目前已与250多家民营医院建立了业务关系，2016年销售同比增长200%。

2016年，公司的销售额一举突破60亿大关，取得了14%

的年增长率，实现税前利润46%的年增幅。2016年，公司荣获中国药品流通行业“十二五”最佳技术创新奖、浙江省商贸流通业诚信示范企业、全国AAA级信用企业，销售规模稳固在医药流通“百强榜”前30位，同时入围浙江省服务业百强、全国服务业500强名单。

如今，随着两票制、营改增等一系列国家政策的陆续出台，公司将继续以创新创业、自我驱动、专业协作来服务客户、服务社会，竭尽全力地为供应商增值，让医患信赖，升级产品结构、客户结构和技能结构，整合要素资源，凝聚社会力量，继续并持续为人们提供更好、更优质的服务，进一步形成一个有竞争力的、超常规发展的大型医药经营企业。

（浙江省医药工业有限公司 特约供稿）





——引领时尚新生活

慈溪银泰城是慈溪第一个 shopping mall。一期项目于 2011 年 12 月 24 日试运营，标志着慈溪市在商业服务业上的重大的飞跃。慈溪银泰城位于慈溪市核心商圈，一期建筑面积约 8.5 万平方米，包括地下 2 层，地上 8 层，是集商业购物、休闲餐饮、娱乐观光等多功能于一体的现代化大型综合购物中心。

一、注重体验，打造一站式购物广场。

慈溪银泰城依托银泰百货优质的品牌与服务，以银泰百货为主力店，辅以 KTV、影院、美容休闲、主题餐饮、儿童游乐场等几大主力商业组合，商业业态之全、主力店数量之多，都创造了慈溪商业的新纪录。银泰城将努力打造成慈溪娱乐、休闲的集中地，家庭体验式消费中心，在满足顾客消费需求的同时，更注重满足消费者的体验需

求。让顾客不出店门，就能享受吃喝玩乐的一站式服务。

二、引领消费，始终把品牌引进作为核心。

慈溪银泰城引进了名品名表、流行服饰、黄金珠宝等 300 多个时尚品牌和 30 多家休闲餐饮，绝大部分都是首次登陆慈溪。囊括了国际一线化妆品雅思兰黛、美国经典休闲领导品牌 TOMMY HILFIGER、美国第一大设计师品牌 CK、浪琴



等全球顶级品牌。休闲餐饮更是大牌连锁云集，包括星巴克、满记甜品、DQ 冰淇淋等纷纷落户，受到年轻人的喜爱，人气爆棚。个人用品专家屈臣氏、亲子乐园泰斗猩、美发护理地球村、K 乐汇、中影星美院线、静博士美容及新华书店也相继亮相慈溪银泰城。

2015 年是银泰商业集团巨变转型的一年，阿里巴巴集团正式入股银泰商业集团，银泰也正式开启

了线上线下全面融合的模式，正式成为“物联网+”企业，推出喵街、喵货、喵客三喵产品，打造 24 小时随时逛街、随时下单的网络销售平台。同时推出西选、集货等新项目，改革成为了主旋律。

三、助推城市品味、区域价值的跳跃式提升。

慈溪是一个极具消费实力和超前消费能力的城市，但是原来慈溪

真正规模意义上的中高端购物百货却寥寥无几，慈溪市民多是赴宁波、杭州、上海甚至香港、国外等地购物，非常不便。慈溪银泰城的运营，有力地助推了慈溪的商业朝着更时尚、更现代、更齐全、更具体验性方向迈进，让银泰成为慈溪CBD最具示范性的龙头商业，让城市CBD焕发新活力。

二期项目与2016年10月1日正式营业，随着餐饮配套、儿童早教、健身房等新业态的不断补充，慈溪银泰城一定可以让消费者感受到不同于传统百货业的崭新形象，创造新的购物潮流，引导新的消费理念，全力打造出慈溪市品质与品位兼具、服务一流的都市商业中心和时尚生活新地标，赋予这座城市全新的时尚定义！



我会秘书长魏君聪深入衢州企业调研

6月23日，我会秘书长魏君聪率办公室、会员部、服务中心等部门负责人在衢州市商贸业联合会会长徐九成、秘书长王晓荣的陪同下走访调研浙江不老神食品有限公司、衢州市宏伟农业开发有限公司、浙江001集团有限公司、浙江和琨环保科技有限公司、浙江枫晟生物科技有限公司等衢州名品企业实地，与企业进行座谈交流，了解企业发展历程、经营现状及今后发展方向。

参加调研的还有衢州市龙游县商务局局长贾仲银、副局长柯小平。



浙商联召开省十四次党代会报告专题学习会

6月26日，我会召开浙江省第十四次党代会报告专题学习会，会长隋剑光、秘书长魏君聪参加会议并讲话，秘书处全体同志参加了学习。

会议以每位同志参与报告通读的形式，认真学习和深刻领会报告的内容和精神实质。

魏秘书长在学习中指出，省十四次党代会报告是指导浙商联发展的很好范本，对我们的工作以有益的启发。当前浙商联面临新机遇、新挑战，需要大家齐心协力，各部门相互配合；坚持正确的发展方向，坚持“服务立会、开门办会、品牌强会、融合发展”的办会理念，坚持为会员服务思想；创新和实干相结合，保持心齐气顺、风正劲足的良好氛围，并随着浙商联的不断发展壮大而延续下去。



读书分享，提升自我——浙商联举行首期读书会

6月30日，浙商联首期读书会在杭州最天使文创书城成功举行。本期读书会由魏君聪秘书长主持，隋剑光会长亲临现场。

读书会上，我们邀请了浙江现代商贸发展研究院郑红岗博士作“未来零售商业发展趋势探讨”的分享，共同探讨未来零售商业发展新趋势。郑博士与大家就三个方面展开分享与讨论：一、印象中的零售商业；二、未来商业驱动新零售变革的要素；三、未来零售商业的方向。

读书会现场大家畅所欲言，气氛热烈。通过本次读书会大家从不同层面、不同角度收获了新的认知与想法。隋会长对本次读书会表示肯定，希望读书会能形成常态，按期举办，营造多读书多讨论的良好氛围。



浙商联党支部赴嘉兴参观学习

7月7日，为继承和发扬党的优良传统，铭记历史，缅怀革命先烈，增强党员和秘书处同志的责任感和使命感，浙商联党支部全体党员及秘书处同志赴嘉兴参观学习。浙商联党支部书记魏君聪，浙江省开发区协会会长傅杜尔、副会长王杭生、秘书长郑宁海等参加了此次活动。

瞻仰革命圣地，弘扬“红船精神”。通过此次瞻仰学习活动，大家对党的成长历史有了更深的认识，增强了对党、对祖国和人民的热爱，更加坚定大家忠于党、忠于人民的信念，更加激发党员和全体秘书处同志的先锋模范作用，弘扬“红船精神”，为做好各项工作增添强劲动力。

下午，参观学习团一行还参观学习了嘉兴经济技术开发区和乐高（浙江）嘉兴工厂。



浙商联召开2017新增会员座谈会

7月14日下午,浙商联召开2017新增会员座谈会,浙江经济职业技术学院、浙江省吉林商会、宁海商业联合会等12家新增会员单位代表参加了会议,会长隋剑光出席会议并为新增会员授牌。

隋会长向与会代表简要介绍了浙商联的成立、平台建设、金秋购物节、老博会及诚信评比活动等情况。隋会长指出:要认识商会,起到政府不可替代的作用;服务商会,为会员企业服务,做到精准指导,有的放矢,互通有无,资源共享;成长商会,吸收会员的目的是成长,做到能力协同、成效分享、渠道分享、案例分享、信息分享等。

各会员企业代表分别作了简要发言,并进行互动交流。代表们纷纷表示感谢浙商联的大平台,满怀信心地加入到这个大家庭,实现资源共享、合作共赢,促进企业新发展。



我会会长隋剑光走访湖州市商务局

7月25日,我会会长隋剑光、秘书长魏君聪一行走访湖州市商务局,与湖州市商务局局长褚连荣、副局长傅远超就浙江金秋购物节及名品展相关事宜进行座谈交流。

隋会长表示,浙江金秋购物节是由浙江省商务厅等8部门联合主办的省级消费活动,希望能全省联动,把各地的名品及特色组成特装展,打响自己的品牌,从而拉动消费。

褚局长对于浙江金秋购物节表示积极响应,金秋购物节是省、市、县三级联动的促消费平台,湖州市将认真组织,积极谋划,打造有湖州特色及亮点的活动和展会。



浙商联与杭州市商务委共同开展诚信示范企业申报培训与座谈

8月1日,浙商联与杭州市商务委相关处室于杭州市市民中心共同召开了诚信示范企业申报培训与座谈,来自杭州各地的50多位企业代表参加了此次会议,我会秘书长葛平与杭州市商务委秩序处处长陈卫斌出席会议并讲话。

陈处和葛秘书长向与会代表分别讲解了此次活动的具体内容以及重要性,对历届评选的情况进行了说明,鼓励企业积极参加诚信示范企业评选。

葛秘书长与陈处指出此次工作就是在原有的基础之上,进一步精准地调查和评分企业的信用价值,确保护而充之,完善和扩大企业信用的范围。

葛秘还就相关文件和各种注意事项进行了解释和说明,并回答了代表们的提问。



隋剑光会长走访三替集团

8月7日,我会会长隋剑光一行走访三替集团,与三替集团董事长陶晓莺、总经理徐松屹进行座谈交流。

双方就今年金秋购物节和第六届浙江国际养老服务业博览会进行深入地讨论,隋会长表示金秋购物节要用集聚、集成、集约的发展方向打造品牌化、市场化、专业化的展会综合体。陶董事长表示将积极参与第六届浙江国际养老服务业博览会。

我会养老产业专委会、会员部、财务部等负责同志陪同走访。

