

西部鞋都 电商看过来

四川西部鞋都有限公司助力商家进军电子商务

■ 记者 王萍 成都报道

3月20日下午两点,成都皓思国际酒店,一场由四川西部鞋都有限公司主办的“中国女鞋之都批发订货中心项目推介会”在这里举行。四川西部鞋都有限公司总经理黄富豪先生先就项目的有关情况向与会来宾进行了讲解,到会的企业家商家们兴致盎然地聆听了演讲,并对该项目的有关政策表示了密切关注。黄富豪在演讲中明确指出,鞋类营销的出路在于电子商务,四川西部鞋都有限公司今后将致力于电子商务氛围的营造,帮助进驻中心的商家做好电商。由此,会议邀请到了巨鞋网CEO周斌、成都坤和科技有限公司首席运营官(COO)欧阳欣,就电子商务的有关问题进行了专题演讲,并与到会嘉宾进行了充分交流,共同探寻电子商务发展的最佳途径。

巨鞋网致力于打造中国鞋业“赢利终端”第一平台,做中国鞋业批发服务的领导者。成都坤和科技则可以在电子商务网平台系统开发、电商平台整体运营方面,为企业和商家提供帮助,协助客户以最短时间最小成本全方位进军电商。

黄富豪 整合市场拓宽销路

据黄富豪介绍,“中国女鞋之都批发订货中心”的建立,是基于对成都鞋业市场的调查和分析,是为了更好地发扬成都制鞋业文化,让更多的人了解、认可成都鞋业产业。同时也希望通过建立批发订货中心帮助企业整合资源、拓宽销路。

中国女鞋之都批发订货中心位于成都武侯区武侯新城“核心商贸区”,地处成都主干道川藏路和武侯大道交汇处,距成都双流国际机场仅35公里,13条公交线路直达,紧邻成都地铁3.9、10号线。项目用地面积约160亩,总建筑面积约30万㎡。

“中国女鞋之都”自2009年开业以来,截至2013年人流量已突破250万人次,年成交贸易总额35亿元。

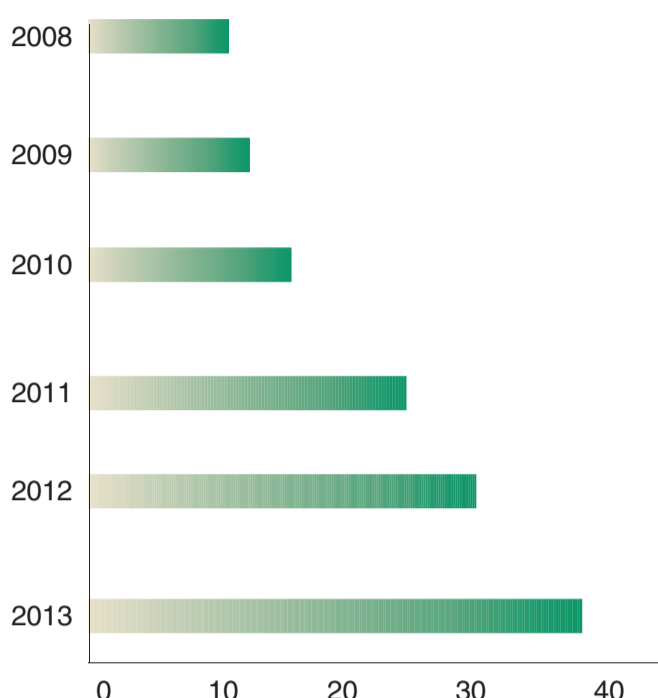
为了给企业提供更多的展示、推广的机会,四川西部鞋都有限公司建立批发供货平台,创造更多的机会让商家和企业直接交流,这对企业的发展和推广都有着不可替代的作用。据黄富豪介绍,中心能为企业带来更多的合作机会。不管是内销还是外销,不管是加盟商还是零售商,他们都与制鞋企业进行合作,只有拓展更多渠道,才能让企业更好更快发展。

“今后,鞋都公司将全力打造中国女鞋之都批发订货平台,利用中国女鞋之都的品牌影响力和号召力,向全国的鞋类品牌商、经销商展示我们中国女鞋之都优质商家和货源。”黄富豪说。

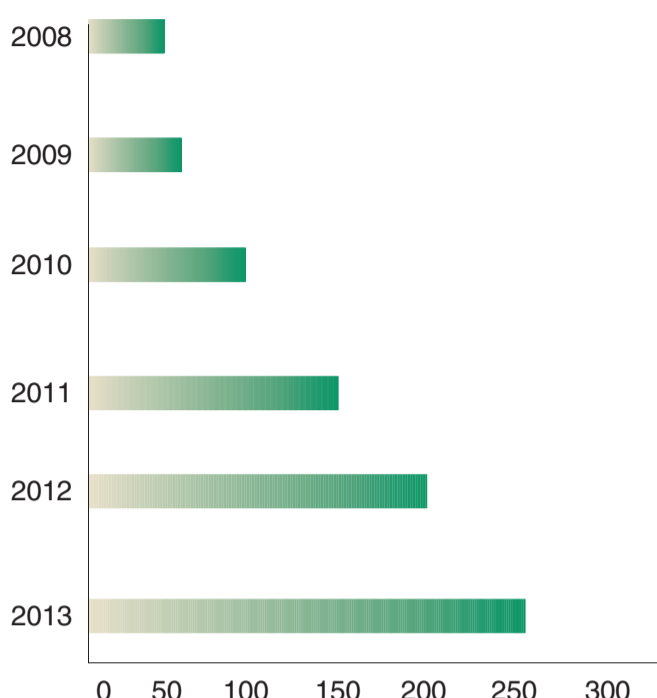
另外,鞋都公司的线上优势包括,将自建中国女鞋之都批发订货服务中心为入驻企业提供信息咨询、商家联系等一系列服务。

线下优势:利用中国女鞋之都知名度和号召力,建立国内二、三线城市加盟客户资源库,为入驻企业提供分销渠道拓展的机会。

年成交额(亿元)



年人流量(万人)



鞋都公司将批发订货中心定位为——中国西部地区最大的鞋类品牌批发集散地以及展示国际鞋类时尚潮流的窗口。因此,该项目将以中国女鞋之都为支点,打造中国西部最大的女鞋集散批发地,以批发和展示为主题,吸引全国甚至是国外商家的关注,并填补中国女鞋批发市场这一空白。

黄富豪称,为了扩大中国女鞋批发订货中心这一专业的批发市场的影响力和知名度,同时也为了更好的推广整个项目,鞋都公司将通过户外、纸媒、电视、电台、新媒体矩阵等,整合各种媒体力量,积极互动,提高批发订货中心的知名度和美誉度。

为了吸引更多商家入驻,鞋都公司也推出了具有一定力度的优惠政策,租金方面,现场签约商家,租金优惠至25元/㎡/月,免半年物管,两年一签且无递增。鞋都公司还将免费为入驻企业集中建立网络展示平台,同时入驻阿里巴巴,提高线上流量和企业知名度。其次,公司每年将举办2次电商、经销商、渠道商交流洽谈会及发展论坛,为入驻企业提供商业合作机会。

第三,公司每年会邀请国内鞋业经销商、代理商入园参观和交流,为入驻企业和品牌商提供合作的机会(每年两次,分别在春秋两季)。

周斌 电商供应链之痛

巨鞋网B2B开放平台作为本次会议的协办方,其CEO周斌先生在会上做了题为“开放分享,抱团发展”的演讲。周斌同嘉宾一起分享了电商运营的三个阶段、电商供应链之痛、柔性供应链解决之道等。

鞋都与巨鞋网的合作始于去年。2013年10月29日,由四川西部鞋都有限公司主办的中国女鞋之都与巨鞋网战略合作启动仪式在武侯直街鞋城举行。

经过10年的发展,中国女鞋之都已成

为了集产品批发、零售、旅游购物和电子商务等多种经营功能为一体的综合平台。而电子商务的高效率、低成本,也越来越受到商家和消费者的青睐。双方通过搭建中国女鞋之都电子商务公共服务平台,以拓展园区商家的销售渠道。

周斌认为,电商运营包括产品运营、店铺运营和品牌运营等几个阶段,其中,产品运营为第一重境界,店铺运营为第二重境界,品牌运营是第三重境界,再往上走才能达到成功的境界。

做电子商务也不能解决一切问题,那么,电商供应链之痛在哪里呢?周斌认为,库存大、推广费高、爆款(畅销款)难求,或者,好不容易打造出爆款,很快遭到仿照抄袭,市场被做烂,再就是资金压力大,产品质量不放心、合格率低等等。面对这样的行业困局,是忍受现状还是有所改变?周斌的观点是,“抱团”将是电商“逆袭”之路。

他认为,电商应该回归商业本质“产品”,背后是柔性供应链竞争。所谓柔性供应链,就是小批量(下单试销)、多款式(多批次)、快速出货(翻单)(爆款)。针对中小网商,周斌认为,应该尽快找到“柔性供应链”,从产品着手,走出品牌差异化很关键。

怎样抱团发展呢?两种办法。一类是承包一些小工厂,但可能质量不稳定;还有一类是,找市场上的ODM/OEM类型的工厂加工产品。可以先挑选店铺核心款式尝试抱团下单,不单打独斗;再就是,尽量做到原材料可以集中采购,少库存和多渠道销售。

欧阳欣 破解电商的时代困局

成都坤和科技有限公司的主要经营模式为与商超系统联营合作及自营专卖店,该公司曾经与成都好多超市有限公司、北京华联综合超市有限公司、成都百

伦百货商贸有限公司(成都百货大楼)、成都盛华堂百货、仁寿惠乐购物中心专卖店、金堂思庆家生活超市专卖店等合作,具有丰富的电商运作经验。该公司首席运营官欧阳欣先生在会上作了题为“电商时代的困局与破立——如何打造属于你的电商系统”的演讲。

他首先分析了目前商家面临的几种困惑。一,生意到底还做不做?实体店生意越来越难做。怎么办?现在老板常说的一句话“我们实体店铺的生意都被电商抢走了”,以前一个产品赚几千,现在一个产品赚几十,生意没法做了!究竟是市场变了,客户变了,还是天变了?二,如果做,如何做?是自己做,还是找人做,这是一个问题。自己做平台做网店,一打听,初次投资大不说,自己管理起来也是头痛的问题!或许有人会说,想做电商,但我公司有些客户信息很敏感,不方便让人代做。那么,C2C、B2B、B2C、B2B、2C、2S,头都搞昏了,到底选哪个?天猫、淘宝、阿里巴巴、京东、易讯,一号店,唯品会,凡客……到底做哪一个?三,如何才能赚钱。听说做搜索好,做了一年下来,咨询电话好多是请我解释产品名称的来历。千辛万苦开了店,天猫淘宝都上了,一年下来花了N多万,东西没有卖几件!委托给其他人做,一年过去,扣除服务费+提成,利润也就趋向于负数了。投入和产出不成比例,电商到底赚不赚钱?欧阳欣结合几个实际案例分析认为,首先,生意当然要做,电子商务大势所趋,不做只能被时代淘汰;其次,万变不离其宗,所有的平台无非就是两种形态,批发和零售;第三,赚钱的关键在于运营,是所有经营动作总和的结果。

欧阳欣总结道:“说到头一句话,适合的,才是最好的!”

他最后表示,坤和科技能协助客户以最短时间最小成本全方位进军电商。

四川西部鞋都有限公司已经为商家搭建起进军电子商务的平台,接下来就看商家的了。

玉航观察·肖玉航专栏

企业职工收入 差异化问题不容忽视

近些年来,收入分配改革的呼声非常之高,但从社会层面来看,企业职工作为体现收入分配变化的主体,其收入的差异化已是非常突出,可以说不同体制的企业职工,其收入已明显的拉开,难道是中国企业职工对社会的贡献具有明显的差异?实际上这一问题的产生并非单纯的贡献大小问题,按劳分配会体现一定的差异化,但如果出现过大的收入差,这显然说明社会发展过程中,出现了较大的问题,对此,决不可以漠然置之。

两会期间,有代表提议给公务员涨工资,立刻遭到人们的反对,其关键是许多城镇企业的收入出现了巨大的差异,而中低收入群体占据大部分所致。公务员由于社保及各项基金的隐性超国民待遇,实际上其工资收入水平或退休预期收入远高于社会企业职工收入平均水平。我们抛开公务员系列,仅以我国企业职工收入变化来看,就说明收入分配领域的差异化问题已构成了危机信号。

日前网易财经对851家国企(非央企)及其上市子公司在岗职工年平均工资进行整理,发现在851家企业在职职工年平均工资为109900元,相比2012年国企(央企)及其上市子公司287家员工平均工资111357元低出1457元;而同年“全国城镇私营单位就业人员年平均工资”为28752元,“非私营单位就业人员年平均工资”为46769元,分别是后两者年平均工资的3.8倍和2.4倍。这一数据本身显示出企业职工由于企业所有制性质不同,其收入差异非常明显,但实际上国有企业往往具有垄断与市场竞争等诸多优势。上这只是上市公司层面的收入,如果切入到整个社会企业,实际上企业职工收入是千差万别,很显然社会收入分配体制在某个环节出现了问题,要么就是资本时代的深入而导致收入分配差异化加大。研究发现,基尼系数相对平均的日本,其企业职工收入的差异化并不是如此之大,这与社会就业体制、税收调节与企业利润平均化与竞争性市场经济密切相关。

我们再来看一下银行业的公司。银行业公司制的职工收入或将令大部分企业感到收入微薄。近日上市公司与平安银行2013年报,其中浦发银行2013年应付职工薪酬合计为158.02亿元,员工总数为38976人,平均年薪为40.54万元;平安银行2013年报数据显示,2013年平安银行应付职工薪酬合计为108.1亿元,员工总数为34724人(包含6355派遣员工),职工平均年薪为31.13万元,而非派遣职工年薪高达38.10万元。同样上市银行方面,工农中建交五大行的平均年薪约为20万元,其他地方性银行与城市信用社职工收入又要下一台阶。这同样显示体制内的银行业职工收入也已出现了巨大的差异。

改革开放以来,我国社会已从公有制企业占大多数演变到目前中小企业占比更大的市场经济格局之中。统计数据显示:截至2013年三季度末,全国工商注册的中小企业总量超过4200万家,比2007年增长了49.4%,占全国企业总数的99%以上;同时,中小企业也贡献了58.5%的GDP,68.3%的外贸出口额,52.2%的税收和80%的就业,如此之多的就业职工面对差异化巨大的收入窗口,其社会按劳分配的认识难以统一。

总体而言,企业职工收入出现一定的差异化是可以理解的,如果出现过大的差异化,则不利于整个社会就业观与按劳分配原则的社会化。更利于社会价值观的良性发展,市场鼓励多劳多得,但收入调节分配制度的苍白无力,企业体制改革力度无法切入到深处,其必将影响到社会主义市场经济的深入,这个问题需要引起国家层面的高度重视。

军星赋

□ 吴鹏

军星有神,西蜀吻樽。拜问都江青城,探求水韵道行。请芳名出处,军中一枝独秀;转华丽身姿,民间二度梅开。踞崇州,酿琼浆玉液;立天府,写华章锦篇。斗酒诗仙律韵连珠,展翅云鹏气贯长空。

悠悠岁月,漫漫征程。路遥能知马力,事久方见匠心。引神山圣水,馏出千年劲液;循古秘方,蒸发军中情怀。筑巨窖,生天然神曲;倾全力,制唯一星醇。厚道人让陆翁重访,地道酒使玉兔欢腾。

武尚文崇,德馨技精。铁笔挥毫雄浑,壮志冲霄凌云。观军酒身形,雷似娇小可人;沐古道遗风,爆如玉女倾心。冠美誉,承蒙众贤爱;同赞许,多谢首长情。和平奖励鞭策吾心,复转军助至爱善行。

神韵乎!美哉军酒!
大气乎!壮哉军星!

2014春季成都全国糖酒商品交易会地址:成都市人民北路一段3号(西藏饭店斜对面)腾云楼宾馆307会议室

军星酒业有限公司出品 / 四川·成都 全国客服热线:400-028-7199
Http://www.cdjunxing.com 电话:028-82396177 传真:028-62183739