

立足县域经济 打造电商品牌

山东嘉祥大力发展电子商务,涌现出云农场、丢丢定制等一批本地电商品牌——

立足县域经济 打造电商品牌

“我先订10袋尿素、10袋复合肥,赶紧给我送啊。”随着春耕备播用肥进入需求旺季,山东省济宁市嘉祥县纸坊镇云农场服务站老板张建华记录村民们的订单忙得团团转,“大家对云农场的知晓率越来越高,我的农资生意也越来越好”。

自2014年云农场成立以来,嘉祥县就与电子商务这个词紧密联系起来。云农场以其“互联网+农业”的产业新形态,成为中国首家集农资电商、农产品电商、农村物流、农技服务及农村金融等领域为一体的农业互联网综合服务商。目前,嘉祥200余个村设立了村级服务站,带动2000多人就业。像云农场一样的嘉祥本地电商品牌也在不断涌现壮大。

个性服装定制兴起

你喜欢圆领还是翻领,想印制什么图案,图案是烫金烫银还是厚板印花……只要在“丢丢定制”网站轻轻一点,立马就能拥有一件专属自己的针织衫。因为采取不同的网

络销售模式,刚过元旦,济宁爱克森服装公司今年的订单已经满了。

作为一家国际品牌的OEM厂商,爱克森服装公司在2013年就开始试水电子商务,不仅尝试跨境电商,还自主研发了个性化定制网站“丢丢定制”,采取O2C、O2O模式将服装设计、平面设计、个性定制直销、区域代理招募、自动自助成衣定制通过网络平台整合为网上个性化设计、营销业务。“丢丢定制的优势不仅是个性化定制,更能迅速补货。”运营总监杨广涛说道。

如果撇开物料成本,用传统的工艺流程设计生产某款衣服,一件和一万件在花费上区别不大。所以一些小批量的定制服装,小作坊承载不了,大企业不愿意接。此外,目前的服装销售模式都是提前半年生产,衣服投入市场后如果有爆款想要补货,最快也得几个月。而“丢丢定制”的中央库存系统则破解了这一难题。

“我们有间5800平方米的仓库,既有原材料,也有半成品和备印备发的成品,一旦接到客户订单,立即领出制作。”杨广涛说。而且“丢丢定制”自主开发的ERP系统,在各物料和成品低于或高于额定数量时,会自动启发采购和生产机制,迅速在当天投入生产。“一件衣服从购纱到制作得两个月,可我们一周就能完成。品牌商能直接从我们的系

统中查看物料的情况,有需求随时补货。”

2014年,日本丰岛公司贸易观摩了“丢丢定制”的设计、生产、运营部门后,当场签下了总量52万件、总额310万美元的定制订单,并逐步将公司在日本300多家门店的服装供应交给“丢丢定制”,还请GRACE公司将迪斯尼品牌在日本的销售供货,交给“丢丢定制”负责,这样产品设计开发和上市周期将从原先的60天缩短到3个星期。

做好规划建好平台

“像云农场‘丢丢定制’等这类规模比较大的本地电商企业,在带动本地就业创业方面起到很大作用。政府在政策、规划等方面也给予最大支持。”嘉祥县商务局副局长詹金银说。

为加快云农场村级服务站建设,《关于进一步加快电子商务发展的若干意见》专门列出专项资金予以扶持,又成立了嘉祥县支持山东天辰云农场有限公司发展农村电子商务工作领导小组,全力支持云农场农村电商工作,并要求各乡镇(街道)积极配合云农场做好村级站点的选址,有力地促进了工作的开展。

嘉祥县虽然经济欠发达,但是每年设立200万专项资金,重点在电商平台建设、物流

体系建设、人才培养等方面给予扶持。2015年,全县电子商务交易总额达到150亿元,占全县社会消费品零售总额的比重超过20%。在山东省公布的首批电子商务示范县里,嘉祥县也是榜上有名。

“为推进电子商务发展,县里专门在商务局设置了电子商务服务中心,负责拟订全县电子商务发展战略规划,扶持政策,推动电子商务产业园区建设,培育电子商务企业和发展平台,推进各行业电子商务应用。”詹金银介绍,规划建设3.6万平方米的电子商务产业园目前已经入住创业实体近百家。

嘉祥电商产品销售范围广阔,尤其在嘉祥本地的特色产品石雕、木雕、手套、牛羊牲畜等方面发展的顺风顺水。产品来源在本地,不仅为电子商务企业节约了采购成本,也带动了本地企业其他产品的销售。

目前全县拥有各类电子商务(企业)网店2000多家,其中年销售额1000万元以上的(企业)网店20多家,直接参与网上创业的群众1万余人,从事相关产业的人员达到5万余人。仅从快递数量上来看,中通、申通等快递公司年发送个人经营电子商务店铺货品300余万单,销售额达3亿元以上。

电子商务已成为嘉祥县大众创业、万众创新的重要引擎,正以多品牌、多类型的多彩形式蓬勃发展。(许红洲 薛海波 王哲)

自主品牌 一定要有核心技术

在今年4月底的北京车展现场,广汽乘用车总经理吴松以及广汽研究院院长黄向东接受了记者专访。吴松表示,自主品牌参与市场竞争,一定要有核心技术。据透露,今年第一季度,广汽传祺的经济效益已达10.8亿元,这一数字已与去年全年持平。

参与竞争要有核心技术

目前在国内车市,各自主品牌均发展良好,市场营销、产品研发都进入蓬勃发展时期。吴松表示,在市场竞争中,合资企业也好、进口车也好,自主品牌也好,都要在人才、产品、技术、服务等方面竞争。要想在竞争中取胜,必须有一个创新模式。广汽集团在中国就首创了“共享资源模式”。

吴松认为,自主品牌真正要参与市场竞争一定要有核心技术。新能源方面,广汽传祺已掌握电池、电机、电控等核心关键技术,去年底成立新能源分公司,未来将全面加强新能源领域的战略布局。此外,如果企业体制不完善,要参与市场竞争也是很大的问题。现在,传祺的销售有体制,配套有体制,企业完成任务后,会做好人才激励。“我想,自主品牌真正进入市场一定要按市场规律来竞争,虽然任何国家都有国家的政策,对自主品牌还是有一定的扶持。我希望未来自主品牌占50%的市场份额。”吴松说。

传祺明年发布新能源品牌

对于传祺在新能源车市场的走向,吴松回应:“广汽集团不会为了成立公司而成立公司,新近成立的新能源分公司包括冲压、焊接、涂装、总装等四大工艺。我们尽量共享资源,做到一定规模的时候,再独立出来一个生产线,在现有平台基础上,2017、2018年会有一个全新的品牌”。

据悉,广汽集团现在有三个平台,在平台模块化基础上,根据不同的市场需求,将推出不同的产品。低平台可能是轿车、中级平台可能是MPV,高级平台可能是SUV,未来可能成本会更低,开发时间会更短。目前,黄向东是新能源事务局的局长,专门负责新能源的研发。吴松主管生产基地,包括新能源工厂。广汽集团通过一个研发中心和两个生产中心来支撑新能源汽车和传统汽车发展。(王晓)

超豪华品牌汽车看好中国市场

虽然进入了“新常态”,但中国的汽车市场仍然是全球最具吸引力的市场,在第十四届北京车展上,众多国际超豪华汽车品牌均表示看好未来的中国市场,纷纷携重量级产品参展。

在今年的北京车展上,超豪华品牌宾利汽车携慕尚长轴距版、新飞驰V8,以及SUV车型添越参展,其中宾利慕尚长轴距版是全球首发。宾利全新旗舰车系慕尚于宾利克鲁兹总部手工精心打造,整体造型设计更为优雅,由慕尚、慕尚极致版以及慕尚长轴距版三款顶级车型组成。全新慕尚家族三款车型的首发限量版全球仅限量50台。

据介绍,慕尚首发限量版车型配备专属定制的纯银梳妝套件,置于后排木质桌板内。这款奢华套装由伦敦皇家奢华品牌爱丝普蕾设计,包括梳妝镜,发刷和梳子,均完美精巧地嵌合在独特木质桌板内。而首发限量版的徽标在座舱内多处可见,包括后排桌板

饰面上独具一格的镶嵌徽标、迎宾踏板上别出心裁地镌刻徽和位于座椅上、灵感源自英国国旗的首发限量版刺绣。

亮相北京车展的慕尚长轴距首发限量版车,其涟漪纹饰面板取材于树龄高达350年的珍稀英国产胡桃树。同时,专为偏好后排乘坐的客户提供航空头等舱般的乘坐体验,额外增加的250毫米后排腿部空间,使得慕尚长轴距版车型成为世界上最宽敞的礼宾豪华轿车之一。

宾利汽车主席兼首席执行官沃尔夫冈·杜翰墨(Wolfgang Dürheimer)表示,慕尚体现了宾利精湛工艺、独一无二和澎湃动力的DNA,树立了汽车的豪华典范,展示了宾利的奢华品位和卓越性能。

对于未来的中国市场,宾利汽车表示,未来越来越多的企业家和商务人士希望购买宾利,而他们的消费观和消费方式与之前一代人有一些差别。未来,中国仍将在超豪

华汽车市场保持领先地位。

不仅是宾利汽车,意大利超级跑车品牌兰博基尼也携全新乌拉坎(Huracán)家族车型进行了中国首秀,其中包括乌拉坎LP580-2、乌拉坎LP610-4敞篷版及全球限量250台的全新乌拉坎LP610-4Avio。

据介绍,乌拉坎LP580-2为采用V10发动机的两驱车型。限量250台的乌拉坎LP610-4Avio从车辆命名,色彩搭配到应用材质,均展现出向航空航天领域致敬的特殊意义。而乌拉坎LP610-4敞篷版车型包含了极致舒适、奢华、纯粹、动感的设计理念,使得该款敞篷版车型成为兰博基尼又一标志性车型。

得益于乌拉坎LP610-4车型的成功,2015年成为了兰博基尼历史上V10车型销售最为成功的一年。乌拉坎全面上市的第一年,兰博基尼已向客户交付2,242台。在向市场推出后的18个月内,乌拉坎的销量较

其前身Gallardo在同一时段内的表现增长70%。

兰博基尼乌拉坎LP580-2专为纯粹驾驶体验而生,该车型搭载5.2升V10自然吸气发动机,最大输出功率为426千瓦(580马力),车量净重仅为1389千克。而乌拉坎LP610-4Avio车型搭载5.2升V10自然吸气发动机,输出功率高达610马力;从静止加速至100公里/小时仅需3.2秒,最高时速可超过325公里。

同时,所有乌拉坎车型均体现出兰博基尼2016年的全新技术特征,配备了气缸闭停技术及发动机启停控制系统,应用全新四轮驱动电子控制系统,带来驾驭感受的全面提升。

兰博基尼汽车公司总裁兼首席执行官Stefano Domenicali表示,在2015年,兰博基尼的销量创历史新高,中国是兰博基尼全球最重要的市场之一。(李志勇)

道金平——走进企业的百强书画名家



道金平 DAO JINPING

道金平,男,1966年9月出生。毕业于西北师范大学美术系中国画专业,研修于中国艺术研究院研究生院研究生课程班郭怡琮花鸟艺术工作室、中国热带雨林艺术研究院。曾师从靳笪、杨国光、郭怡琮、张鉴等名师,擅书法,善花鸟。多年从事教育和非物质文化遗产保护与研究工作,参与编辑出版了《环县道情皮影志》、《环县道情皮影》图文书等著作。近年书画作品多次入选国家省市以上展览并获奖。《沙漠之春》、《绿水光中木木清》、《天生名品高》、《丽日千层艳》、《新绿园林晓气凉》、《瓜是老来红》、《天香幽幽芬芳溢》、《汉殿凝香》等代表作品入编《中外文化交流艺术大使》、《中华文化大使》系列画册,由《中外文化交流杂志》社、《世界知识画报》社出版发行。2013年获庆阳市第十届精神文明建设“五个一工程”奖暨第五届梦阳文艺奖。中关村画院画家,中国热带雨林艺术研究院院聘画家,甘肃省民间文艺家协会理事,政协甘肃省庆阳市第二、三届委员会委员。



道金平作品《清香四溢》68X138CM 2014年



道金平作品《新绿园林晓气凉》68X138cm



道金平作品《天香幽幽芬芳溢》90x180cm



道金平作品《花发朱明雨后》90x180cm