



从“菜市场、破零钱、挨个挑”到“躺在床上、手机付账、开门收货”，在海南，越来越多的小、优、特农产品正通过手机移动端推广改变着传统的销售方式和渠道

海南农产品从“低头族”中找市场

□本报记者 吴雪君

6月海南瓜果飘香。清晨，海口市三门坡镇的百亩果园内成片的芒果树早已郁郁葱葱，枝下金黄色的芒果让人垂涎三尺。“别看这些芒果现在仍挂在树上，但都有主啦。”君福来公司总经理彭时顿美滋滋地说，这批预计可以采收100万斤的芒果，基本上都已通过移动端预售出去了。这位从事水果产品销售多年的企业老总，现在急切盼望着海南水果“走进”手机移动端，撬动“低头族”消费群。“年轻人越来越依赖手机，‘低头族’是巨大的消费群体。”彭时顿认为，以手机为代表的移动互联网将成为人们消费的主要渠道。一组数据似乎可以为这一判断提供相应的验证支撑。日前，工信部发布数据显示，截至今年1月，中国移动互联网用户达9.8亿户。易观智库最新数据预测则显示，2015年中国

移动互联网交易规模达1.7万亿元，农村地区网购交易额达到3530亿元，同比增长了96%。

农产品发力移动端市场

6月12日，在海南三亚崖州区一个近400平方米的仓库配送中心，墙边堆着早上刚从树上采摘下来的成筐芒果，果形均匀，色泽红润。一旁的工人正对芒果进行分拣、套袋、贴标签、称重、包装。而快递员则将标注收件人的单子贴上，运送至岛外。

记者了解到，现在正值芒果销售旺季，虽然价格相对高一些，但彭时顿的公司每天还是运出600多件，约4000斤芒果。

其实，彭时顿的芒果“邂逅”移动互联网时间并不长，但是移动互联网所占销售份额却扶摇直上。

据彭时顿介绍，这两年，他的芒果70%通过移动互联网销售，10%通过礼品市场，20%则是传统市场，而移动互联网的销售价格也相对较高。

作为最早通过电商平台销售海南农产品的农业公司，彭时顿时常参加海南冬交会。去年，极具商业头脑的他就敏锐地嗅到“移动端”对农产品销售的影响。

“现在人们的生活习惯变了，以往是‘菜市场、破零钱、挨个挑’，现在是‘躺在床上、手机付账、开门收货’，你看，一位朋友刚在自己朋友圈里发布自己去果园采购芒果的信息，立马就有一堆想尝鲜亲朋好友留言让他代买。”

在彭时顿看来，移动互联网催化了消费者的快速购买行为。此前，他通过市场调研发现，越来越多消费者把移动互联网作为最重要的购买工具。在使用移动设备对产品或服务进行初步了解的消费者中，有超过80%会在当天进行购买。

与此同时，手机移动互联网通过微信、QQ等社交工具，也为发展线下分销商带来了便利，其便捷性能够快速的发展各级代理商，同时产生裂变，在短时间内形成强大的销售网络。

在今年3月到6月短短四个多月内，彭时顿通过手机客户端就卖出了4000多箱芒果，销售额达60多万元。

“手机推广基本零投入，但销售额比预期要多。”彭时顿坦言，虽然这个数字只占传统批发销售渠道的10%左右，但已经远在自己的意料之外。在切身感受到移动互联网的力量后，自己会更加坚定在该领域的发展和投入。

如何在市场中“饱餐一顿”

事实上，彭时顿只是眼下海南农产品商集体的一个缩影。

目前，海南不少果蔬大户纷纷瞄上手机客户端，从“低头族”中找市场。

海口市秀英区生态农业协会会长吴礼奋告诉记者，随着智能手机的普及和移动用户使用习惯的变化，如今，以网络为主的销售格局已悄然发生了变化。从2012年至今，个人电脑的人均单日使用时长持续下降，而移动端使用时长则大幅增加。时间资源即用户的

关注度。当用户大规模向移动互联网、社交网络迁移的时候，品牌商和零售商也要逐渐转移自己的阵地。

“移动端的农产品销售，改变的不仅是销售渠道，还是消费群体和商业模式，这是一个新的商业模式。”吴礼奋说。

当下，不少移动端电商也嗅到商机纷纷布局海南。移动零售服务商“有赞微商城”、“乡亲直供”，以及面向大学生群体的生鲜O2O平台“奇怪果园”等移动端电商平台均已落户海南。

然而，摆在他们面前的是，究竟怎样做才能在这个市场里“饱餐一顿”。

“产品品质是移动端销售的核心，只有产品优质才能持续吸引客户，特别是小众品种，品质优良的农产品，更能吸引移动端客户群体，今年海南三亚芒果、澄迈无核荔枝的成功就是如此。”海南省商务厅电子商务处副调

研员雷振宇认为，品牌农业是基础，粉丝经济靠“吃货”驱动。在进军移动互联网时，海南农企也需要针对移动端的特点，转变生产模式和种植品种，有针对性地开发小、优、特的农产品。

雷振宇表示，完善的供应链、良好的售后保障，是保证产品质量，吸引回头客的重要因素，海南农业互联网电商可以在借鉴成熟的运作模式和平台基础上，进行探索创新。

“需要在对的时间、对的地点、传达对的内容，给对的目标人群。”现阶段，彭时顿感觉自己只对场景营销的认识和挖掘依然有限，未来的一段时间，自己和团队将花更多精力就如何将移动端的场景营销完美地与线上线下结合起来，在人群精准分析、定位精细化以及更好地衡量场景营销效果上力争有更大的突破。



(本文图片由东方IC提供)

链接

农业部:力争3年使农民手机应用技能大幅提升

据媒体报道，农业部日前召开全国农民手机应用技能培训工作视频会议。会议发出通知，将从今年开始，联合地方各级农业部门、中国移动、中国电信、中国联通三家电信运营商以及阿里巴巴、腾讯等企业深入乡村，分层次分类型举办多种形式

的培训，面对面、手把手教会农民应用手机，力争用3年左右时间，使农民手机应用技能得到大幅提升。

农业部副部长余欣荣表示，当前我国经济社会信息化的短板在农业、农村、农民。今后几年，提升互联网普及率的空间

主要在农村，挖掘手机市场和信息消费的潜力也主要在农村。要通过农民手机培训，以农民信息消费需求为导向，把握农业农村特点，让农民愿用、会用、用好手机。

本想走时尚与文化相结合的路线，却丢失了草根巷味和人气

改造后武汉吉庆街反现萧条

□本报记者 张静

“过早户部巷，宵夜吉庆街”——在武汉，这是吃货们耳熟能详的金科铁律，而吉庆街名声大噪多半源于池莉的小说《生活秀》。然而，在今年的“五一”小长假期间，当武汉接待游客数以百万计时，吉庆街在5月1日晚，却只有一家店铺营业。而在刚刚过去的端午假期，吉庆街依然萧条，现在的吉庆街究竟怎么了？

困局：吉庆街的萧条

在吉庆街的入口，一块由池莉题记的“吉庆街”石头，默默地在这里注视着吉庆街，可是，它的注视无法掩饰吉庆街的萧条。

“经营了大约一年时间，一直在亏损，坚持不住只能退出了。”小家庭湖南味馆是吉庆街的人驻商户，该店王姓负责人介绍，开街热门一阵后，客流越来越少。据他介绍，店内每天的平均销售额大概在6000元左右，但保本需要

8000元左右。苦撑之下，后来只好选择退出。

这家餐馆的状况恰是吉庆街所有餐馆的共同遭遇，吉庆街的客人越来越少，各家餐馆几乎都难逃亏损的命运。曾在吉庆街餐馆销售排名前三的一家餐厅负责人表示，即使排到前三，也避免不了亏损。这位负责人说，刚开始的人流量还行，但消费力不够，入不敷出成为一种常态。“在新街”的运营成本，比街边开店要高不少。“因为普遍亏损，到2014年，原先进驻的近20家餐厅，仅剩越秀、慢生活、巨浪、渝尚煌四家规模餐饮企业，以及一家馄饨店，到2015年，这几家店也先后停业。如今，整个吉庆街的餐馆中，只剩那家馄饨店还在营业。

改造：萧条的始作俑者？

此前，随着城市发展，狭窄的街道、脏乱的环境和不便的交通，使吉庆街这张“文化名片”黯然失色，同时，伴随着吉庆街名声鹊起，更多的负面影响也接踵而至，这让人们不得

不正视吉庆街未来的发展。

2009年3月，武汉市斥资进行整体搬迁改造，目标是将其打造成集餐饮、休闲观光、旅游购物于一体的国内品牌商业街。

2011年冬至，改造后的新吉庆街开街，2012年3月8日，改造一新的新吉庆街正式开始营业。可是，新吉庆街开张不足两月，14家餐饮企业就已支撑不住，纷纷停业夜市经营。

“每晚每家夜市接待不到2桌人，生意惨淡，难以维持。”据吉庆街一家餐饮企业负责人透露，原先吉庆街夜市最出名，他们来这里开店就是奔着夜市的，可开了夜市，却没人来，14家餐企都撑不下去了，夜市从5月2日起统一停止经营。

五味逍遥锅负责人回忆称，餐厅当时投入100多万元，然而开街后一直在亏，每天平均只有一桌客人。

“客流量不够，夜市难以支撑，原先期望的宵夜生意，与现实落差太大。”巴蜀巷子负

责人也记忆犹新，当时，他们宵夜每晚也就4桌左右，主要还是气氛不够，“餐饮企业均在二楼以上，下面玩的配套不够，客人来了留不住。每晚10点多钟，一楼门店黑漆漆的，消费者不愿来，即便是宵夜旺季，每天也只是一两桌，完全看不到希望。”

涅槃：特色街区的改造之路

吉庆街上资历最深的“园园大排档”老板胡胡源，对新街的落魄毫不意外：“新街的餐厅都在二楼，和别的地方没有区别。慕名来吉庆街吃饭的，绝不会想吃这样的馆子吧？”胡老板介绍，老街的老字号，当初便觉得新街有些不伦不类，进驻新街的只有一家，后来的情形，还真看不到希望。

曾人驻吉庆街的“巴蜀巷子”负责人表示，如果是一家餐馆出现了问题，可能是这家餐馆的营业能力有状况，如果是大家都经营不好，那说明新吉庆街整体规划和设计有问题。粉墙黛瓦、飞檐翘角、拱形的石桥，高悬

的大红灯笼……的确，如今全国各地都充斥着千篇一律的“明清”建筑群体风貌，吉庆街也正在仿古的滚滚洪流中逐渐失去自身的个性。

在吉庆街，除了餐饮业，还有不少眼镜店之类的非餐饮商铺，吉庆街曾经的经营管理者表示，新吉庆街在招商前期定下了“时尚”基调，走时尚与文化结合的路线，但最终的结果却事与愿违。

与吉庆街的改造结果截然不同的的是当地的户部巷。

户部巷管委会主任桂新认为，户部巷虽历经多次改造，但每次都保留了草根巷味，这是户部巷的根本，也是汉味小吃的特色，这些“魂”不能丢。在桂新看来，武汉是个码头文化城市，边走边吃正是巷味之所在。讲究与时俱进，应该在硬件、环境、卫生等方面进行提档升级，但小吃的品质不能丢，巷味更不能丢，不是说门面变大把顾客赶进店里坐下吃就是升级。

“城市地标的形成折射了市民生活的变迁，之所以为百姓所钟情，是因为它传承了当地的文化与精神，给予市民独一无二的归属感。”武汉大学一位文化学者认为，和吉庆街一样，全国各地有着代表不同文化风格的地标性建筑，随着时代的发展，这些地标的建筑和配套相对老化，需要不断升级，但整齐划一的“复古风”建筑只会导致本土文化特色的丧失和时代精神的流逝。城市的发展需要提档升级，但更需要蕴含悠久的历史，不能随波逐流。

“圆梦行动”五年助力10万寒门学子圆梦

本报讯(记者王群)6月13日，“国酒茅台·国之栋梁——2016希望工程圆梦行动”暨“参与贵州大扶贫，助推实现小康梦”新闻发布会在贵阳市举行。会上，茅台集团向中国青少年发展基金会、共青团贵州省委捐资1亿元，帮助20000名贫困家庭的大学新生圆梦大学。

据了解，从2012年至今，茅台集团已连续五年累计捐资5亿元资助10万名来自全国各地寒门学子的优秀学子圆梦大学，范围覆盖全国33个省市的1200多个县。

相关资料显示，“十三五”期间，贵州推出“大扶贫+大数据”战略，仅“扶贫云”工程已经精准覆盖623万贫困人口，9000个贫困村，934个贫困乡镇，66个贫困县和扶贫开发任务的地区。因此，与往年不同，今年的圆梦行动也加大了对贵州省的帮扶力度，大力度向贵州本地的寒门子弟倾斜，将其中的5000万元、1万名资助名额分配给贵州省本土的贫困学子，这将极大地促进贵州省大扶贫行动战略的有效实施。

发布会上，茅台学子跟踪管理APP同时正式上线发布。从现场展示环节可以看到，此款APP不仅是一个简单的学生跟踪管理平台，它更是茅台学子互联的大数据平台，通过为茅台学子提供持续的帮助，资助他们开展丰富多彩的社会服务项目，实现项目从救助到发展的转型。

第28届中国经济新闻大赛结果揭晓

本报讯(记者王群)第二十八届中国经济新闻大赛暨2015年度中国创新创业新闻人物颁奖典礼，6月12日在北京举行。全国人大教科文卫委员会副主任委员、清华大学新闻学院院长柳斌杰，全国记协党组书记、常务副主席翟惠生到会致辞。

据介绍，这次由中国经济报协会主办的评选活动以新内涵、新亮点、新收获为特点，反映了经济新闻工作者为推动改革发展所付出的努力和取得的成果。

中国经济新闻大赛聚焦2015年的经济新闻报道，45家媒体推选的241篇作品入围本届大赛。经评委会的四轮评选，有119篇作品获奖。2015年度经济新闻人物推荐，侧重“大众创业、万众创新”优秀人物。9家媒体在100多位候选人中推选24人入围。16人分别被评为“2015年度中国创新创业新闻人物”和“2015年度中国创新创业新闻人物”。

京广线上百年老站成功换“心”

本报讯(记者刘静 通讯员赵萌)6月7日10时20分，经过400多人、8小时20分钟的铁路I级封锁施工，世界最先进的计算机联锁信号系统在安阳站投入使用，京广线上这座百年老站成功换“心”。

信号设备犹如铁路的心脏，是保证行车安全、扩大线路通过能力、提高运输组织效率的关键设备之一。本次施工将信号设备换成先进的EI-2计算机联锁设备，安阳站两端区间自动闭塞设备由UM-71型升级为ZPW-2000型。作为施工主体的中国中铁电气化局集团三公司和新乡电务段提前介入施工，拿出了科学细致的施工组织方案和联锁试验方案。郑州铁路局领导班子成员到施工现场进行包保盯控，确保了施工质量和安全。

据悉，新信号系统“上岗”后，安阳站接发列车由以前的“人向台上按，车朝前走”转变为智能高效的计算机操作，将极大地增强车站信号系统的可靠性和过往列车运行的安全性。

超市喷雾为蔬菜保鲜 青菜“享受”夏日清凉



6月13日，湖北省襄阳市，一家超市的蔬菜区用自动喷淋装置保鲜。

这种自动喷淋装置定时喷出淡淡的轻雾，落在青菜上面使它更鲜嫩，看上去水汪汪的，保鲜时间更长。视觉中国 供图



订餐APP催热外卖骑手

如今，订餐APP已经成为不少市民手机里的必备应用程序，随着网上订餐人数增多，外卖平台订餐需求量大增，催生了一个新的职业——外卖骑手，也就是专业的外卖送餐员渐渐增多。商家加入外卖APP后，顾客APP下单，商家APP接单，系统自动通过APP给外卖骑手派单。37岁的“外卖骑手”杨敬兵本职工作是一名健身教练，由于觉得“外卖骑手”工作自由，又能运动，他便兼职送外卖。杨敬兵介绍，他平均每天能接30个单，遇到下雨天和周末能接50单，白天送外卖，晚上去健身房上班。

视觉中国 供图

据新华社电(记者石庆伟)“德国资本对东北关注度超乎预料，越来越多的德企日益深度融入老工业基地振兴战略中来，为结构性改革注入新生力量。”沈阳中德装备园管委会常务副主任李宝军13日告诉记者。

6月15日，第二届德国企业沈阳行暨中国机会—中德制造业合作论坛将在沈阳举行，由于德资企业和相关机构报名踊跃，参会人数比计划增加了一倍，推介的合作项目也一再增加。

国家发展改革委振兴司司长周建平表示，德国与我国东北地区纬度相近，产业基础相似，具有较好合作基础。大众、宝马等重要德企生产基地分别布局于东北工业重镇长春和沈阳。引进德国先进制造，对于东北老工业基地结构调整和产业升级具有积极意义。

由于共同面临全球新一轮产业革命和技术变革，在中德两国政府推动下，“中国制造2025”和“德国工业4.0”战略对接合作，日益成为中德企业家的共识。

华晨宝马汽车有限公司总裁兼首席执行官海森博士表示，随着新发动机工厂今年年

德国企业逐渐融入东北老工业基地

初在沈阳投产，宝马已将其最核心技术引入中国，将积极参与“中国制造2025”战略规划，为中国工业现代化作出新的贡献。

我国开启新一轮东北振兴之际，德国宝马集团就与华晨汽车集团在沈阳成立合资项目，华晨宝马投产十几年来持续增资扩产，汽车年产能达到30万辆，总产量突破130万辆，员工已近千人增至1.6万人，连续十年纳税额居沈阳首位。

目前，华晨宝马已在沈阳建成大东工厂和铁西工厂两家整车厂，还把其在欧洲之外首个具有铸造车间的发动机工厂、全球第二个研发中心带入沈阳。

“随着华晨宝马产能的不断释放，其供应链配套企业也纷纷进入沈阳，形成先进制造集聚效应，带动老工业基地传统制造业向中高端迈进。”沈阳市大东区区委书记王健告诉记者，仅在华晨宝马大东工厂附近，集聚的德

资配套企业就达20多家，多数是行业领军者、“隐形冠军”，与其他汽车企业共同形成辽宁首个年产值上千亿元产业集群。华晨宝马两大整车厂及发动机工厂仍处于产能扩建当中。其中第七代新五系扩建项目总投资超过110亿元，预计明年将在大东工厂竣工，将生产宝马全球最高端新车型。

德国企业与东北老工业基地合作范围不断扩大。德国蒂森克虏伯集团与东北最大钢铁企业鞍钢集团也持续开展战略合作，双方已在大连建立热处理铝板合资项目，近年又推进在化学工艺、采矿选矿设备、废水资源利用等多方面开展广泛合作。

我国最大的机床企业沈阳机床集团董事长关锡友表示，近年企业通过与德国希斯公司及科研机构合作，加速产品升级，构建“德国研发、中国制造、全球销售”全新运营模式。