

我市互联网行业交流会今日举行

本报讯(记者 王辉) 1月7日下午,漯河市互联网行业交流见面会将在漯河迎宾馆正式拉开帷幕,本届大会主题为“融合促进发展 服务美好漯河”,突出“开放 融合 创新”的发展理念。目前,大会的各项准备工作已全部到位。

近年来,我市深入推进“互联网+”行动计划,把推进电子商务作为转变经济发展方式的战略选择,大力引进品牌电商企业与人才,加快本土电商品牌培育,推动电商与传统产业融合发展,电子商务产业得到迅猛发展,产业链条日臻完善,集聚效应持续显现,突破式的发展趋势为广大互联网从业

者带来前所未有的机遇。本次大会不仅是漯河互联网行业的一次“大阅兵”,更是一次发展思想的“大碰撞”。就是为漯河互联网共享共治搭建平台,让漯河互联网企业集聚一堂,交流思想、探索规律、凝聚共识,为我市互联网发展贡献智慧和力量。

活动以开放酒会的形式跟大家见面,方便沟通交流,凸显互联网行业的包容性,增强漯河互联网行业的凝聚力。大会演讲主题包括:《智慧互联 美好漯河》——天津大学赵靖博士;《新经济环境下的零售之道》——深圳宝视佳科技营销总监刘金旺;《河南互联网的现状和突破点》——河南IT行业促进

会发起人孙晓松;《移动互联网自媒体新时代》——河南雷购电子商务有限公司CEO毛宁;《智无界 创共赢》——漯河市晶芮源网络科技有限公司。另特邀嘉宾:天津大学智能信息研究院院长任长明教授、中原研究院副院长王磊副教授、温岭技术转移中心副主任高级工程师黄蒙恩、阿里巴巴集团华北地区农村淘宝总经理许世伟。

此外,到场参会者均有礼品,另举行抽奖活动。如果你想学习和了解新时代背景下的互联网行业发展和经营思路,与业内精英面对面进行交流,凭大会邀请函(可在现场领取)到现场聆听,相信能有很大的收获。

商业论坛

立好规矩 网红店才“红”得久

一些网红店“开得快、倒得也快”,没有实现“长红”,归根到底是赚快钱的“流量思维”在作祟,追求短期效应。

最近,两则有关网红店的消息引起人们关注。一是广州一家餐饮网红店被曝出用变质肉和发霉大米配餐,存在严重卫生安全隐患,监管部门检查还发现,该店有些经营点竟没食品经营许可证。二是上海某网红餐厅倒闭,旗下14家门店全部关门,340余名员工被欠薪约330万元,实际经营人处于失联状态。

所谓网红店,是指近些年通过网络手段积攒高人气的商铺。这些店铺推出的产品往往靠颜值吸睛,并利用社交媒体传播。开店之初,人气很高,但一段时间之后,大多会经历从门庭若市到门可罗雀的“大落差”。比如,第一代网红店“赵小姐不等位”已不见踪影,火锅店“小龙坎”被曝回收“口水油”后元气大伤,“一笼小确幸”出现食物中毒事件……

一些网红店“开得快、倒得也快”,来去一阵风,没有实现“长红”,原因何在?有的是没守住保障“舌尖安全”的底线,成为众矢之的;有的是“无证”上岗,被取消了经营资格。追求短期效应、缺少连贯的发展思路,是他们的“通病”。以“网红风”刮得最猛的奶茶行业为例,门槛低让创业投资大批涌入,借助短视频、直播平台等网络手段开展推广,奶茶品牌门店遍地开花,摊子大了,管理不成熟,品控把不牢,就很容易发生问题。说到底,这都是赚快钱的“流量思维”在作祟,没有按照“百年老店”的“长线思维”进行稳健投资与产业布局。

市场监管缺位、规矩不全,是网红店“乱象多”“总犯



某网红奶茶店内景

病”的外因。有些服饰、食品网红店,并无线下实体店,多以微商等虚拟形式进行营销,一旦出现侵犯消费者权益事件,就玩起“躲猫猫”的游戏。要适应商业新模式、新业态的发展趋势,织密监管网,守住规矩,堵住漏洞。

“网红”并非一个贬义词,有的网红店至今一路飘红,比如图书领域的诚品书店、食品领域的一些老字号餐馆,其推出的新品持续为消费者所追捧。这背后的共同点在于:“店主”们认识到,网红店也是实体店,既然如此,就离不开诚信经营、品质立身的行业圭臬,要持中守正、本分做事,承担起与名气对等的社会责任,保障消费者合法权益。同时,按市场规律办事,循序渐进创新,以持续不断的优质产品和服务赢得回头客。

任何一个行业、企业的发展都需要一套完整的规则来护航,网红店也一样。对于那些假借创新名头、打政策擦边球的网红店,有关部门要完善监管体系,强化制度刚性约束,利用大数据技术对点评网站消费者的评论进行甄别、判断,提高监管针对性。坚持勤巡查、严执行、出重拳,建立常态化排查和不定时的抽查机制,严查侵权行为,提高违法成本,彰显规矩的威慑力。这不仅是为了保护消费者合法权益,其实也有利于网红店“红”得更久。据《人民日报》

行业聚焦

便利店,如何让夜间消费更便利



资料图片

如今,便利店已成为消费者夜间购物的便利之选。然而,数量不够多、布局不合理等问题,影响了便利店满足人们夜间消费需求的能力。便利店怎样加快网点布局、拓展服务功能、扮靓咱们的夜生活?

24小时便利店提供的全天候服务,贴合了人们夜间消费需求。“24小时便利店是现代城市消费尤其是夜间消费的重要渠道。”中国连锁经营协会副秘书长王洪涛说,根据设计理念,便利店主要满足1.5公里以内居民的即时性消费需求。也就是说,当人们在日常生活中有需求时,最多步行十几分钟就能走到最近的便利店。

数据显示,2017年我国便利店门店数量超过10万家,增速为13%,销售额为1905亿元,增速达23%。

便利店火热发展的背

后,是人们消费生活方式的转变。无论是加班工作,还是休闲娱乐,夜晚不再是一天的结束,而是热闹的延续,生活和消费时间被拉长。24小时便利店提供的全天候服务,恰恰贴合了人们夜间消费的需求。

“小、全、近”,是便利店与其他零售业态的典型区别。便利店面积未必很大,但生活服务项目一定要全,开店位置一定要好。

然而,人工、房租、水电等成本一直是制约便利店行业发展的共性问题。这需要相关政策扶持。

中国连锁经营协会发布的报告显示,2017年,我国便利店运营成本快速上升,店铺资源加速稀缺,房租成本上升18%;人员流动性大幅提升,人工成本上涨12%;水电成本上涨6.9%。

前不久,中国连锁经营协会与波士顿咨询公司通过对全国36个城市便利店发展情况的调研,发布了《2017中国便利店发展报告》,认为当前中国便利店发展呈现八大特点:增长速度快。便利店

行业年增速达13%,市场规模超过1300亿元。开店数量及同店销售双双增长。市场空间大。一二线城市是增长热点。同时,区域格局明显,全国布局尚未出现。

盈利提升空间大。单店销售、利润水平历年来虽有所改善,但与国际领先企业差距仍然较大。

运营成本上升。租金、人工成本在2016年均呈现上涨趋势。

商品结构待提升。生鲜及半加工食品占比低,自有品牌占比低。

加盟机制不完善。加盟占比较低,三成企业尚未开展加盟,加盟管理较为松散。

数字化初见雏形。半数企业引入网购,网购占比约11%;移动支付技术普及,但使用率低。

会员体系有待加强。55%企业建立了会员体系,但会员维护、挖掘消费潜力等有待加强。

这份报告认为,未来中国便利店发展将更加贴近目标客户群的生活方式,细分商品、店群或子业态;在商品组合上,将紧密围绕自有品牌、鲜食和半成品,建立商品差异性;同时充分利用数字化技术,自建与合作提高新技术应用能力,打造全渠道模式,更好满足消费者需求。据人民网

消费曝光台

本栏目接受消费者投诉,对典型案例和不良品牌商家进行曝光,针对行业发展中的弊端,维护消费者合法权益。

电话: 3117156

15839581290



请扫码关注沙澧商圈微信公众号。