

新商业 新机遇 新发展

“这是一个最好的时代，也是一个最坏的时代”，新信息技术的迅速崛起，使商业快速进入到全网时代，传统商业受到巨大冲击。危与机始终如孪生兄弟相互依存，激励着企业家审时度势，顺势而为，革新变旧。

商业始终要以人为本，与时代同步，围绕人展开各种创新才能焕发生命活力。信息时代的来临极速推动着商业的变革，商贸企业必须以新的价值观驱动企业的运营和持续发展，基于人的生活和社会的需求来打造新的商业文明。

传统商业必将走向新商业。现代社会的消费需求愈加趋向个性化、理性化、碎片化、共享化，互联网、物联网、大数据、云计算重新定义了商业关系，带来了商业的全新改变——新理念、新模式、新路径、新环境、新规则……

经济发展的新常态蕴藏新的机遇：国家审时度势，创新宏观调控思路和方式，使国民经济在合理区间内运行；供给侧改革持续向纵深推进，经济结构调

整出现了积极变化；企业创新能力和水平快速提升；新业态、新模式、新需求不断涌现；新信息技术正催生大批高新技术产业、新兴业态。所有的一切表明：企业已经迎来了转型升级、产业链向中高端迈进的历史性机遇。

发展才是硬道理，商贸流通企业必须认清形势提振信心，把握最新商机，创新转型方法，开拓新思路，探寻商贸流通行业新机遇、新发展。在《国务院办公厅关于促进内贸流通健康发展的若干意见》、《“互联网+流通”行动计划》、《国务院办公厅关于推动实体零售创新转型的意见》、国家十三五规划以及《浙江省人民政府办公厅关于加快推动商贸流通业健康发展的实施意见》等政策指引下，趁着“大众创业、万众创新”的浪潮，商贸流通业的发展一定会引来重大利好。

是这一个时代造就了新商业，赋予了新机遇，广大商贸流通业必将开创再次腾飞的新局面。

《浙江商贸》编辑部

《浙江商贸》编委会

名誉主任：徐鸿道

顾问：周日星 徐高春 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：吴德隆

副主任：钱锦庚 骆光林

委员（按姓氏笔画排列）：

王晓哲	浙江省商业集团有限公司	副总裁
王磊	浙江国美电器有限公司	总经理
叶惠忠	浙江百诚集团股份有限公司	董事长
刘庆龙	杭州市商业联合会	会长
刘忠建	浙江人本超市有限公司	董事长
刘绪刚	浙江省山东商会	会长
任有法	海宁中国皮革城股份有限公司	董事长
朱昱	浙江中国小商品城集团股份有限公司	董事长
沈光明	物产中大集团股份有限公司	副总经理
沈滨	浙江省农都农产品有限公司	董事长
张际松	浙江省百货纺织品商业协会	会长
张慧勤	杭州联华华商集团有限公司	总经理
何忠民	浙江省兴合集团有限责任公司	总裁
吴波成	义乌市市场发展集团有限公司	董事长
汪选华	杭州五丰联合肉类有限公司	总经理
陆鸿敏	杭州金鱼电器集团有限公司	董事长
杨军	浙江华联商厦有限公司	董事长
周自力	杭州解百集团股份有限公司	总经理
周鹏	浙江宏图三胞科技发展有限公司	总经理
宗佩民	浙江华睿投资管理有限公司	董事长
罗庭树	浙江苏宁云商商贸有限公司	总经理
骆左强	浙江上百贸易有限公司	董事长
赵伯祥	话机世界通信集团股份有限公司	董事长
郑勇军	浙江现代商贸发展研究院	院长
胡敏杰	宁波太平洋恒业控股有限公司	董事长
袁幸福	银泰商业集团有限公司	杭州区域总经理
张斌	浙江省土产畜产进出口集团有限公司	董事长
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	三替集团有限公司	董事长
徐仁艳	浙商银行股份有限公司	副行长
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
章建成	浙江杭钢商贸集团有限公司	董事长
屠红燕	万事利集团有限公司	董事局主席
徐承彦	中国银联股份有限公司浙江分公司	总经理
梁建军	杭州饮食服务集团有限公司	董事长
董伟平	浙江省商贸业联合会	副会长
隋剑光	浙江省汽车流通协会	会长
蔡李章	浙江在线新闻频道中心	副总经理
魏君聪	浙江省商贸业联合会	秘书长

目录 CONTENTS

卷首语

P01 新商业 新机遇 新发展

特别策划

新商业 新机遇 新发展

P04 2017 打开浙江商贸流通新格局

P07 丝绸早已不只是种面料 它更是文化载体

P10 如何用好新商业下的网红生态

P14 互联网时代的新商业

P18 转型促发展 创新赢未来

P22 构建商业综合体智慧商业大数据平台

决策者参考

●政策法规

P25 国务院办公厅关于推动实体零售创新转型的意见

●权威发布

P29 “十二五”浙江省商贸百强企业榜单

P32 2016浙江金秋购物节获奖榜单

商界纵横

●新商业 新思维

P34 传统批发集贸市场升级转型如何突围？

P37 轻松教育：打破信息壁垒，智慧校园伴“你”行！

●品牌故事

P39 以菜名楼 以文兴楼

P41 “上百”——力创百年老店

P44 华夏瑰宝 商业之魂

●浙商风采

P47 做大 做强 做好银泰

P50 世间美食千万 独爱潮牛火锅

P52 老百姓大药房勇辟新天地

P55 一百离你很近 你能留给生活的时间可以更多

魅力商街

P58 揽山水之秀 享悠闲人生

P61 杭产女装基地——杭州意法服饰城

浙商联动态

P63 浙商联动态



浙内准字第 0229 号

内部资料 免费赠阅

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：吴德隆

主 编：魏君聪

副主编：周鸣阳 黄瑞访

浙商联媒体传播中心

电 话：0571-85061053

副主任：章永健

编 辑：杜佳音 徐林娟 杨 敢 潘向中

美 编：陈姝莞

特约编辑：王晶迪 叶彩萍 刘 晔 李 蕾 w

浙江省商贸业联合会

地 址：杭州市体育场路 407 号宏都商务楼 A 座 7 楼

邮 编：310006

电 话：0571-85806713

传 真：0571-85069995

网 址：www.zjzm.org

E-mail：smyllh@126.com

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



郑勇军，教授，教育部省部共建人文社科重点研究基地——浙江工商大学现代商贸研究中心主任；浙江现代商贸发展研究院院长；商务部全国内贸专家；中国流通 30 人论坛 (G30) 专家之一；浙江省政协经济委员会常委、副主任。

2017 打开浙江商贸流通新格局

文 / 郑勇军 赵浩兴

“2017 版”的浙江商贸流通将肩负更重要的历史使命，不仅为“促消费、稳投资、调结构、惠民生、助创新”作出更重要的经济贡献，而且通过打造连接和融合新供给与新需求的新商贸流通体系，为“十三五”乃至今后更长时期内我省国民经济及社会发展起更大的推动作用。

一、创新驱动，打造经济转型发展新引擎。

适应我省经济进入换挡调整期的新常态，发挥流通业作为国民经济基础性、先导性产业的作用，

通过率先做大、做强、做新流通业，将流通业打造成为促进我省经济转型发展的新引擎。一是进一步做大流通业总体规模，使流通业在我省服务业及国民生产总值中的比例进一步提高，形成与我省社会经济发展与消费升级相适应的产业结构；二是加快流通业的体系与体制创新，构建业态创新、主体活跃、技术先进、空间优化的现代流通新体系，使流通产业成为我省产业参与国际竞争的动力引擎；三是大力推进流通业态、技术和主体的创新发展，加快以信息技术为核心的“互联网+流通”在第一、



赵浩兴，知名商贸营销专家，浙江工商大学教授、博士，浙江现代商贸发展研究院副院长，浙江工商大学现代商贸研究中心副主任、浙江省“151”人才工程入选，商务部国际电商中心特聘专家，美国华盛本大学、南非斯坦林布什大学等高校的高级访问学者。

第二和第三产业的渗透和应用，通过流通供给侧结构性改革，推动农业、制造业和服务业创新发展。

二、协调共享，培育资源优化配置新动力。

发挥流通业作为连接、协调生产与消费两端的桥梁纽带，以及推动商流、物流、信息流、资金流“四流整合”的重要作用，着力推进流通业的生产要素资源协调与共享。一是以供给侧结构性改革为契机，有效发挥流通业在扩大消费、释放产能、消化库存以及促进产业结构调整 and 产业升级等方面的重要作用。二是加强区域流通资源整合与优化配置，建立全省统一、内外统一大市场，建立和完善区域利益共享和协调机制，通过制定统一的市场交易制度、合理的市场竞争规则，建立市场主体公平竞争的法制环境，进一步完善区域利益共享和协调机制，推动统一市场的建设。三是实施城乡双向流通畅通

战略，优化农村消费和农产品销售环境，同时将传统流通业态与新型流通业态结合起来，以城乡统筹为出发点，加大对从事城乡商贸流通企业的优惠力度，积极搭建工业品和农资下乡、农副产品和废旧物资进城的双向流通平台。统筹规划城乡商业网点的功能和布局，提高流通设施利用效率和商业服务便利化水平。整合商务、供销、邮政等各方面资源，加强农村地区商业网点建设。

三、繁荣主体，建设大众创业、就业的新平台。

进一步发挥流通业作为大众创业、就业“第一蓄水池”的功能，以“大众创业、万众创新”战略推进为契机，通过“大而强”、“小而优”的流通主体培育，繁荣流通产业。一是推动传统流通企业转型升级。通过传统流通企业的技术、管理与营销创新，激活传统流通企业活力，增强其在新商业环境下的

竞争力，从而保证传统流通企业的就业“蓄水”能力；二是大力发展电子商务、现代物流及连锁经营等新兴流通业态，全面提高新兴流通业态在流通产业的总体比例；三是积极鼓励和推动流通领域的创新创业，加大对流通领域初创期成长型中小企业创新创业的支持。支持发展创业投资基金、天使投资群体，引导社会资金和金融资本加大对流通创新领域的投资。

四、绿色高效，开拓生态文明建设的新领域。

着力改变我省流通业成本高、能耗高的现状，推动流通业绿色循环、高效低碳发展模式创新，助推流通领域的生态文明建设。一是鼓励绿色商品消费，引导流通企业扩大绿色商品采购和销售，推行绿色包装和绿色物流，推行绿色供应链环境管理，推动完善绿色商品认证制度和标准体系。鼓励旧货市场规范发展，促进二手商品流通。研究建立废弃商品回收的生产者、销售者、消费者责任机制，加快推进再生资源回收与垃圾清运处理网络体系融合，促进商贸流通网络与逆向物流体系共享。二是制订流通领域节能节水和环保技术、产品、设备推广目录，引导流通企业加快设施设备的节能环保改造。三是

加快流通网络化、数字化、智能化建设，促进线上线下融合发展，积极发展农村电子商务，通过提高流通业信息化、标准化管理水平，提高流通效率。

五、开放创新，搭建传播优秀文化的新载体。

发挥商品及服务在流通过程中的文化传播和文化价值创造的功能，通过流通国际化和流通产品与服务的文化创新，使流通业成为传播优秀文化的新载体。一是服务“一带一路”战略，通过打造内外贸融合、线上线下融合发展的流通网络，打造一批内外贸结合、具有较强国际影响力的大型会展平台等促进基于商品与服务双向流通的国际文化传播。二是推动流通领域文化弘扬及传播创新。弘扬诚信文化，加强以诚信兴商为主的商业文化建设。加强对内贸流通领域传统技艺的保护，支持中华老字号创新发展，促进民族特色商品流通。三是加强流通商品文创设计，支持消费类产品提升新产品设计和研发能力，以创意设计增加消费品附加值。四是提升商业设施的文化内涵，引导流通企业在商品陈列、商场装饰、环境营造等方面突出创意特色，增加商业设施和商业街区文化底蕴，推动现代商业与传统文化融合创新。





战略投资签订仪式

丝绸早已不只是种面料 它更是文化载体

万事利启动境内上市计划首轮融资 2 亿元

2016 年 11 月 10 日，万事利集团旗下专注丝绸文化创意产业的杭州万事利丝绸文化有限公司召开发布会，宣布引入浙江浙商产业投资基金、万向三农集团、浙江国俊、杭州盈思投资、浙江华媒投资、深圳卓元晋嘉投资、张家林、陈曙华、杭州乐世利投资等多家战略投资者，正式启动境内上市计划，首轮融资规模逾 2 亿元人民币。这是万事利引进的首批战略投资者。

后 G20 时代 品牌效应充分释放

杭州万事利丝绸文化有限公司董事长李建华说，

万事利上市的计划早在三四年前就萌生了。

1975 年由沈爱琴创办的杭州笕桥绸厂（万事利前身），只是一家乡镇企业，前期布局多元化经营战略，巅峰时期旗下有 30 多家纺织类子公司。

这些企业，有些是传统制造型的企业，不盈利反倒亏钱，有些是伴随着高污染的印染企业，有些做纯贸易的，和丝绸产业没有任何关系。三四年前公司痛下决心，通过改制、关停、转让等方式，对这些非丝绸类的企业进行剥离。“这是一个非常复杂的过程，花了我们 2 年多时间。”李建华说。

此后，万事利一直在转型升级，再造丝绸商业

模式、探索新的丝绸之路，直到近两年才慢慢成熟，形成了以团购为主，零售为辅，线上线下联动的商业模式。

“后 G20 时代，万事利的品牌效应得到了充分释放。万事利推出的相关丝巾、手包等产品，一个多月时间销量超过 10 万件，平时随买随提的产品开始供不应求。我们认为，时机到了！”李建华说。

丝绸生产转型丝绸文化创意

在发布会上，万事利集团董事长屠红燕说，她十分注重金融与资本的创新力量在企业发展过程中的强劲推动力，并期望这股力量能够为传统丝绸产业注入全新活力。她认为，传统企业用金融概念去思考发展方向要成为新常态。未来万事利将与战略投资者着眼于丝绸文化创意产业转型发展趋势，在渠道拓展、市场挖掘、产品研发、技术创新和人力资源开发等多方面开展深入且广泛合作。

“丝绸早已不只是一种面料，更是文化的载体。万事利迄今走过 40 年，近 10 年一直在谋求转型升级——从传统的丝绸生产到丝绸文化创意的突破。”李建华说。

此前，万事利进行产业结构调整，将更多精力

投入到丝绸主业上，并不断地挖掘、传承和弘扬中华丝绸文化，将丝绸与文化创意、高科技相结合，在传统丝绸面料、丝绸服饰产业基础上，拓展研发出丝绸文化礼品、丝绸艺术装饰及丝绸艺术品三大创新领域。

“用一句话总结——”传统丝绸 + 移动互联 + 文化创意 + 高科技 = 丝绸经典产业”的转型升级”新丝路”。李建华说。

目前万事利汇集了来自香港、法国及自主设计师团队 100 多人，涉及十多个丝绸文化创意产品门类开发，依托丝绸行业国家级企业技术中心的研发实力，每年个性化新产品设计量达 3000 多项，成功为北京奥运会、上海世博会、北京 APEC 峰会、G20 杭州峰会等多个世界级盛会提供过丝绸文化创意产品的设计生产服务。

现在，万事利的高端丝织品被陆续摆上杭州大厦、北京翠微百货等国内高端商场，与奢侈品为邻，并卖出了和奢侈品一样的价格。

去年，在全国丝绸行业深陷低迷的情况下，万事利交出了一份令业内震惊的成绩单：2015 年销售同比增长 11%，其中丝绸板块销售同比增长 12%，利润同比增长 26%。



推进丝绸产业品牌化国际化

除了恢复和打造传统丝绸文化创意，近几年，万事利集团积极布局全球市场，并开始撼动丝绸的世界品牌秩序和丝绸版图。

2013年，万事利收购了法国120多年历史的老牌丝绸企业MARC ROZIER(马克·罗茜)。位于全球丝绸中心里昂的这家古老丝绸企业，曾为世界上包括爱马仕在内的40多个高端女装品牌，提供丝绸服装面料及丝巾。2014年，聘请前爱马仕纺织板块CEO巴黎特出任高管，助推万事利集团在全球范围内的品牌扩张；2015年，组建跨国设计团队；2016年，在巴黎开设中国丝绸文化产品传播中心……

在屠红燕看来，企业只有具备了国际化视野，再融入中国的传统文化、世界一流设计、高端制造品质等元素，才能做出与众不同的产品。这才是属于中国走出去的世界品牌。

发布会上，万事利集团还与中国银行(601988, 股吧)、中银投资浙商产业基金管理(浙江)有限公司分别签署银企战略合作协议，建立面向未来的全面战略合作伙伴关系，合力探索金融与产业的良性发展新模式。

根据银企合作协议，中国银行将为万事利的丝绸产业发展提供20亿元人民币授信融资额度。此外，中国银行、中银投资浙商产业基金管理(浙江)有限公司将从战略高度出发，牵头联系中银国际、中银香港、中银保险、中银基金、中银租赁和相关涉外分行组成金融业务服务团，充分发挥他们在信息、技术、人才等方面的优势，重点在助推上市、资源整合以及对外投资并购等方面为万事利提供优质、高效、安全、便捷的全方位、专业化金融服务。

“未来万事利还将继续对国内外的丝绸企业进行收购兼并。”李建华透露，目前已经有几家意向企业，这个月底还有一家知名奢侈品品牌总裁来访。

“进入资本市场是企业成长的一个重大标志，是企业转型跨越发展的战略步骤，更是万事利品牌提升的重大举措。”李建华说，万事利已迈出改革创新发展的关键一步，将借助成功引进战略投资的东风，继续以丝绸文化创意为引领，国际化品牌发展为目标，通过进一步优化产业结构、加大技术创新、强化市场开发和营销网络建设、加强队伍建设和完善公司治理等措施，将公司打造成受人尊敬的中国丝绸领导品牌。

(万事利集团 特约供稿)



万事利集团核心管理团队



万事利年轻设计师团队



庄千山

美空网副总裁

千山视觉 CEO

浙江省电子商务十大创业青年

浙江省电子商务百强企业

3所高校客座教授兼创业导师

如何用好新商业下的网红生态

——对话美空网庄千山

文 / Jason

庄千山，做为电商界80后的中坚力量，总被认为从事着全天下男人最羡慕的职业。2009年创立了千山视觉网拍基地，为电商提供拍摄设计视频等一切视觉相关服务，在杭州滨江建了近3000方的超大规模网拍基地，并且在短短两年内几乎囊括所有电商视觉大奖，因为视觉服务中模特拍摄是主营业务，曾被媒体采访报道戏称3000美女为他打工；2016年又出任美空网杭州CEO，现任美空网副总裁，直接把3千佳丽猛增至坐拥350万美女！

美空网大家都不陌生，被誉为当之无愧的美女

经济帝国！是国内最大的模特艺人平台，拥有350万美女会员，涵盖150多种职业，30万摄影师设计师，12万专业模特，8万职业造型师和目前最炙手可热的4万万网红。

2016网红年，当网红这个新产物降临的时候，太多人还没来得及看明白到底怎么个打法，又似乎知道不能再出手晚人一步！此次，美空网以开放平台的视角，通过一次对话来阐述大家对网红的用法和布局。

Q: 真是全天下男人都羡慕，从事这么令人向往而又伟大的职业，感觉怎么样？

痛苦啊！每天只能看看，万花丛中过，片叶不能沾身~！其实美空网的正能量使命是让美丽在阳光下绽放！所以大家对模特和网红都不要误解，非常努力而又阳光正能量的美丽女孩，才愿意通过这么辛苦的付出来证明自己的价值。

Q: 今年网红大爆发的元年，到底怎么去理解网红这个新产物的价值？

意识比较前沿比较会玩的，今年通过网红都有机会大丰收。网红代表了一个新的经济形态，就是以人为入口的分享经济时代来临了。通俗一点说，网红通过自己的微博微信直播分享商品，粉丝特别愿意买账，因为粉丝信任这个网红，网红推荐产品也会特别在意粉丝的使用体验感受，这之间完全就是由信任为最基础的关系。有这样的信任做为关系，就给变现提供了最好的基础，网红就会成为流量来源，让相应的产品呈现给网红的粉丝们，这就是网红其中一个价值所在。

Q: 那网红的模式比起原来传统都有什么优势呢？

确实很强大，而且超出想象。

举个大家都知道的一个案例，模特网红张大奕在6月20日晚8点用直播的方式向粉丝介绍每一件衣服的详情和穿搭方法。根据淘宝方面披露的数据，这次直播的观看人数超过41万、点赞数超过100万。截止晚上10点直播结束时采用张大奕的店铺在两小时内的成交额达到近2000万。

这是极为精彩的变现方式，2小时2000万，效率高到小伙伴们都惊呆了！而且背后的网红逻辑更令人吃惊：

1. 用户成本，也就是粉丝的流量成本极低。
2. 粉丝的忠诚度却极高。
3. 粉丝互动采用预售模式，0库存。

所以网红时代的商业变现价值不言而喻。

Q: 所以，网红优势胜过传统电商卖货，那模特都能像张大奕一样转做网红吗？

模特做拍摄是视觉入口，传统电商流量大部分是靠推广直通车等去花成本引流，而网红其实是成了流量入口，但也是先由视觉为入口的，这是电商不变的第一基础逻辑。网红同样也是先要把美美的图片晒出来吸引眼球，这里重点要夸的就是网红的自拍照那是美空网的30万摄影师大军都无法超越的！无论哪个女孩，手机一拿起来，哪个视角要多少度，哪里该修哪里又该瘦，那绝对是一气呵成的~图片越好看的越引发粉丝的关注，还能获得更多转发获得更多粉丝。其次被关注的才是要展示的文字内容，而且往往好的图片就是承载内容最好的方式。

张大奕就是典型的穿搭达人，她的粉丝就是以她为平民偶像，视为自己生活里的影子。所以只能说模特本身就具备这样的潜力，用擅长的能力和魅力来增加粉丝的关注度。

Q: 电商卖货大多数会陷入低价格战，而网红却可以开启高价格卖货模式，是这么一回事吗？

一样的道理，网红和粉丝是通过互相信任连接对方的，这样的信任，粉丝对价格的敏感性，往往会被这样的温度所代替。

比如一个网球教练，推荐了哪个牌子的网球拍比较好用，你肯定愿意选择去相信他，而不是去相信店员的推销，也更甚于去相信淘宝的详情页和评价，哪怕价格贵一些也愿意购买。只要他是你喜欢的某个领域的达人，建立了一定的信任度，价格的敏感性都可以被温度所代替。

像罗振宇直播卖锤子手机，以他真爱粉为例，罗振宇不用卖手机，直接卖锤子~一天也能卖出10万把！就这个道理。

Q: 今年网红大爆发的元年，到底怎么去理解网红这个新产物的价值？

意识比较前沿比较会玩的，今年通过网红都有机会大丰收。网红代表了一个新的经济形态，就是以人为入口的分享经济时代来临了。通俗一点说，网红通过自己的微博微信直播分享商品，粉丝特别愿意买账，因为粉丝信任这个网红，网红推荐产品也会特别在意粉丝的使用体验感受，这之间完全就是由信任为最基础的关系。有这样的信任做为关系，就给变现提供了最好的基础，网红就会成为流量来源，让相应的产品呈现给网红的粉丝们，这就是网红其中一个价值所在。

Q: 所以粉丝对网红的信任度会降低对价格的敏感度。网红的价值，是否代表了一种新商业？

没错，而且是一种新媒体，把网红作为流量入口来考虑，网红具备各种想象空间。

网红通过粉丝卖货变现当然只是一种比较直接而又浅显的方式，但我给大家分享一个网红如何做事件营销的价值所在。

比如，我们拿美空网平台的100位网红，共同去发布一个微博话题：“彭于晏的水光女孩”，那这百位网红都是拥有一定粉丝数量的，加上美图配文的传播，加上彭于晏的明星效应，再加上为彭于晏寻找水光女孩的互动性，最后再加上资源的推动，很快可以推上话题热门榜，“彭于晏的水光女孩”是为碧欧泉这个品牌打造的事件，现在阅读量已经到达2.2个亿，还在持续增加，大家开脑洞想一想，这里的想象空间有多大？

Q: 网红还能这样玩？炒热新浪微博话题！所以，网红可以打造事件上热门榜？事件可以不断被关注？

没错，话题热门榜的流量入口非常棒，比如热门话题：“王XX离婚案”，不关心王XX，不关心他为什么离婚，是不会点进去看图配文的，所以引流是精准的，而且还避开了现在最担心的假粉丝问题，因为是以话题形成阅读量关注，不用去在乎网红的原本粉丝。重点是，这样的热门事件，会被其他甚至所有媒体同时为此事件不断宣传转发。这就是我常说的产生裂变，营销最大的价值就是产生裂变效应，不断被传播。

Q: 网红营销事件达到裂变传播应该是终极传播手段了吧，那有百位网红就能造出热门话题事件？

当然不是，这只是举例而已，重点看网红对粉丝的影响力，有时候为了促成热门事情上榜，美空网投入了超出100更多的网红，而且这背后推动事件形成因素还是很复杂的，包括需要用到美空网的媒体属性和推广渠道，还包括新浪和微博的内部资源加推送等等都是重要构成因素，所以哪怕给你100个网红还是没有存在造出热门事件的可能，这就是核心稀缺资源。

Q: 网红除了卖货，还能制造这样的营销事件！这的确核心稀缺，那大家都可以这样用网红吗？

这么说吧，今年对网红的用法，其实重点不在于卖货，是在于抢占营销事件点。简单说网红通过直播卖货是很直接的变现，因为网红和粉丝的互动极强，这样直播的转化率就会非常之高，而且往往是传统电商卖货引流的转化率几十倍以上，但这也是基于网红和类目商品的精准匹配度，没有匹配，转化率也会低到让人摇头，我们数据分析了商家用不好网红做转化，绝大多数都是自己不懂得如何去准确使用。而事件营销点给抢占下来了，你的品牌和商品就畅通无阻了！逻辑思维的逻辑罗振宇，他去年抢下了跨年演讲这个点，就牢牢占据那个事件点带来的流量入口，而且跨年演讲这个点就很难再有人抢赢他了。

只能说，在网红爆发的今年，大家都有机会去抢下一个事件点，这是网红流量的红利期，再到之后一定会越来越难，成本越来越高，因为核心资源会越来越稀缺。

Q: 今年网红最大价值是在抢占事件点，而不是通过卖货来变现。那网红进入直播是怎样一个玩法？

直播是网红很好的一个流量入口，几乎每天都有一夜成名的主播，商家要利用直播平台的流量入口其实就是依赖已经拥有流量入口的网红。我解释一下美空网和直播平台的关系大家就能懂，直播平台在初期是缺少主播的，那去哪儿找主播呢？总不能去找一帮小姐来天天在屏幕前刷脸刷胸~这时候直播平台很自然都会想到找美空网来提供有颜值有内涵有各个领域的网红美女们！所以一时之间美空网很自然成了各大直播平台的人才供应商，内容供应商和直播场地供应商，我们在北京和杭州都有自己的直播基地。再重点是我们输送的主播在直播平台上不断成长吸粉，开始牢牢占据这些平台的热度资源位，大家知道现在直播平台的排行规则并不清晰，甚至有的花钱还买不到坑位，而更多的是主播的热度决定了上线的排行位置，所以又一种稀缺资源的占据，再是把各大直播平台的资源匹配给相应的商家和品牌需求，比如淘宝直播匹配给淘宝商家卖货，明星直播匹配给事件打造，游戏直播匹配给游戏开发商等等，这样的网红匹配就会比微博又多出来很多的输出口，就像是一个牌局，来的什么需求，我们就打出相应的什么牌，做到让信息对称起来。而且现在也在协助传统品牌商做线下属于自己的直播间，然后我们再给品牌方输出相应匹配的网红主播资源，内容策划和媒体营销等等相关联的网红服务，让大家都能参与和享受到今年的网红流量年。

Q: 所以直播是网红的变现平台，也是商家展示品牌和事件的窗口。直播平台不断涌现事件，就是你所讲的事件营销？

没错，直播平台打造事件也是一个天然战场，几乎每天都是事件案例层出不穷地涌现出来，然后被各大媒体转载传播，因为目前大家的关注重点就在网红直播，媒体没事都要传出点事，这样的新闻热点需求就跟美国总统大选一样，全球媒体自动转载哪怕任何一点芝麻大点的事，这样的媒体关注也是极为罕见的红利期，利用的好会特别美妙。我们做过无数案例，什么直播平台某一天全平台包场，全部直播间冠名，统统都是某一个品牌或者一个事件，这样大家会对这样的打法瞬间开始传播，甚至口口相传，媒体也会全力去传播这样的事件，又再次形成了营销事件。

所以，我常说做营销做事件，最核心的就是要产生裂变，裂变才具有最大的价值，不然打网红牌其实跟平台买流量没多大区别，只是买对了性价比高了一些。

（美空网 特约供稿）

互联网时代的新商业

——西狗国际，让生活无国界



西狗茂
Seagoor Mall



请关注西狗国际微信公众号
和下载西狗全球购 APP

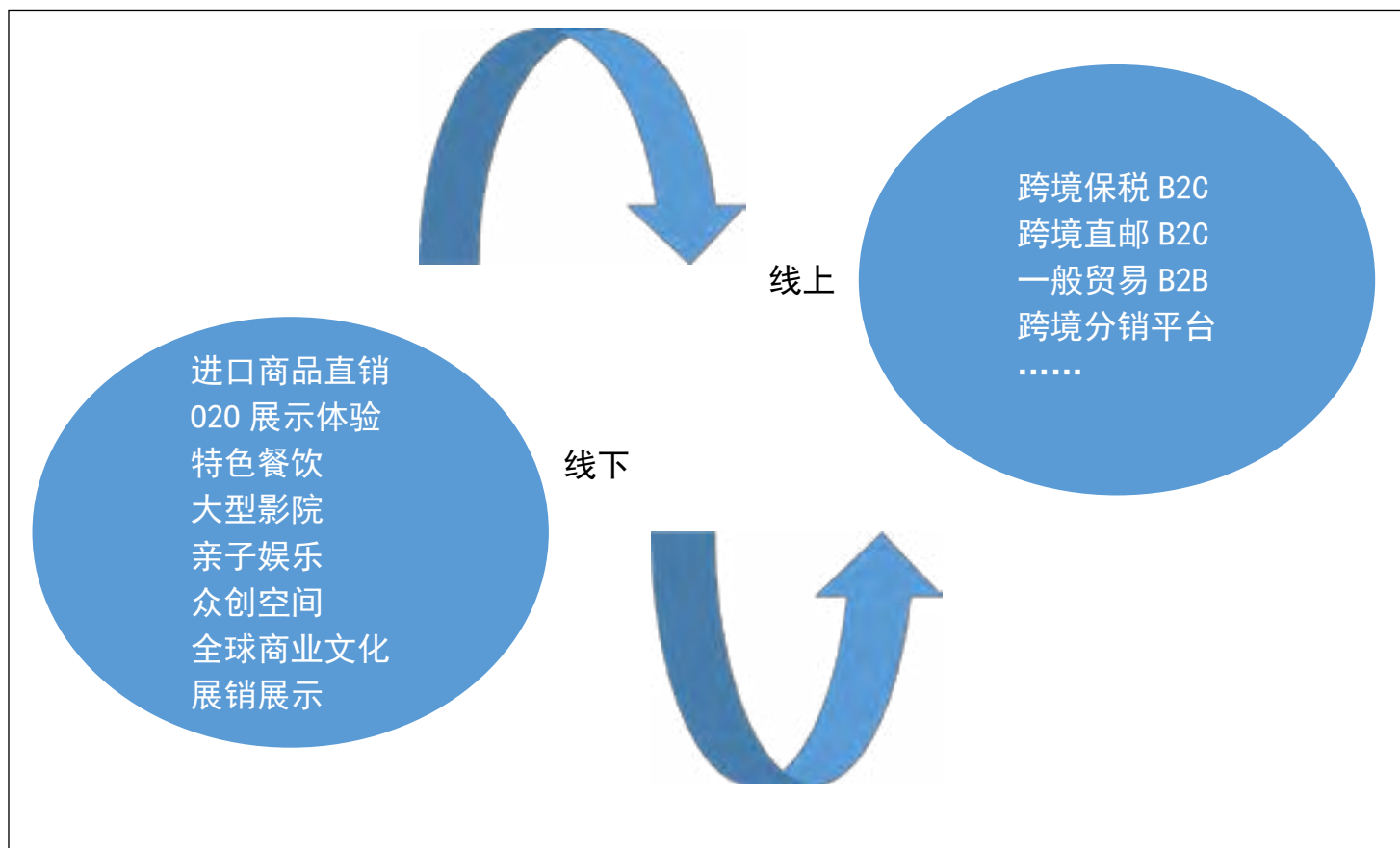
传统行业正在以裂变的速度接受着移动互联网浪潮的冲击，面临前所未有的严峻考验：零售业、批发业、制造业、金融业、餐饮行业、物流行业，新闻行业等等。从传统媒体到微博、微信朋友圈等互动互联网新媒体，从传统支付工具到微信支付、支付宝等互联网支付工具，不仅在改变我们的生活，也同时颠覆了传统的商业模式。社交模式浸透传统商业模式、网红直播、支付宝芝麻信用等等。

互联网对于实体商业的冲击已众所周知。10多年前，很多人对电子商务不屑一顾，网上没法试穿，谁会买鞋子买衣服？今年双十一电子商务销售额超千亿，而全国的零售业规模一年才10多万亿人民币。很多品牌大幅度关店、商场人越来越少却是事实，最显眼的迹象是，沃尔玛开始关店了。沃尔玛不是被淘宝打败，也不是1号店，而是被一种新的业态所革新，这是一个不可抗拒的趋势，沃尔玛也必然要改变。传统大卖场的盈利模式是，一方面大量开店，获得巨大的用户，另一方以此获得和供货商的强大谈判优势，获取差价，和资金滞留。很多年前，很多电子产品宣布：我们从未授权任何网站出售我们的正版

产品。现在来看，那是对线下传统渠道的一种保护，一种挣扎，一切基于信息不对称的行业都将被互联网打击。互联网最有价值之处不在自己生产新东西，而是对已有行业的潜力再次挖掘，用互联网的思维去重新提升传统行业。互联网影响传统行业的特点有三点：一、打破信息的不对称性格局，竭尽所能透明一切信息；二、对产生的大数据进行整合利用，使得资源利用最大化；三、互联网的群蜂意志拥有自我调节机制。互联网正在倒逼传统零售行业电商化。

传统零售行业如何电商化？O2O线上线下联通互动的模式，但是到目前为止传统零售行业还没有成功的O2O模式成功案例。网上下单，线下消费成功的O2O模式多数是餐饮行业。传统零售行业O2O的难点？一是线上与线上价格的比价；二是线上与线下的体验差异；三是线上与线下的成本差异。

一、线上与线下的比价。由于移动互联网和比价软件流行，让消费者能够随时随地比价。到底线上与线下的价格优势如何？以及如何制定线上线下的价格策略？第一、随着线上流量成本的增加，线下与线上的价格差距逐渐缩小；第二、品牌并具有线下零售门店的策略之一线上和线下同价。传统的零售门店成为线上的配送点和换货退货点，给线上更好的客户体验，顺势升级为初级的O2O模式。第三、产品差异策略，基于线上消费的特点，专门特供线上款。比如西狗国际代理的洗护类品牌意大利mirato系列，小瓶装就



铺设线下渠道,大瓶装或者组合套装就特供线上。第四、基于有服务增值体验的产品,线下还可以产生服务增值。比如生鲜产品,线下可以提供加工增值服务。

二、线上与线下的体验差异。一般情况,线上不能有直接面对面的服务体验以及对产品不能直接的试穿试用试吃的体验。从消费体验感上,线下的体验优势明显,尤其是新品、食品、临期产品的销售。线上在不断在完善消费者的体验感上做文章,比如流行的电商直播就是为了增加消费者体验感。但是同时满足消费者购物的便捷和体验感,线上取代不了线下,线下也不可或缺,而必须是真正打通线上线下的联通互动。

三、随着电商的竞争激烈,电商的流量成本

越来越高。线上的扣点费用、广告费用、促销费用、物流仓储费用等成本直逼线下成本,所以相比线下价格优势越来越小。而对于消费者敏感的价格因素,线上的消费也会逐步转移的线下。

综上三个因素,如何线上与线下真正打通,产品线上线下策略,价格线上线下策略,供应链管理策略,将是互联网时代下新商业的核心价值和发展趋势。

现以西狗国际为案例谈谈未来新商业的核心价值和发展趋势:

西狗国际,不仅是一家集跨境电商、实体商业、国际贸易供应链为一体的公司,也是跨境产业一站式综合服务平台。致力于为消费者提供时尚、健康、舒适、高品质的跨境生活体验。通过线上电商(西狗全球购、西狗屋分销)、线下实体商业(西狗茂购物中心、Seagoor 精选超市)双轮



同步驱动，营造出全新的体验式消费和场景化购物，使跨境成为众人生活方式的一部分。除了建立完整的销售渠道外，为了给商品跨境之旅保驾护航，西狗国际还自建了强大的供应链体系，从海外选品、报关报检，对接电子口岸溯源系统，到实时追踪运输全程的货物流、单证流、信息流，再到联合海外仓及国内各主要保税仓并自营萧山5100方保税仓，实现了国际贸易供应链的深度布局。西狗国际还联合金融服务平台企业，为海外商家代开信用证、仓单质押、账期质押等灵活可控的供应链金融服务。

作为西狗国际跨境电商平台的一部分，西狗全球购坚持“足不出户尽享海淘乐趣”的理念，让众多西狗用户仅仅通过手机就能买到世界各地的优质商品。“西狗屋”平台，则是轻创业分销平台，为个人商户提供全面助力与服务。西狗全球购APP作为蓝本，为无数B端客户复制延伸无数个西狗全球购APP，并提供强大的供应链支持和服务。

作为西狗国际的重点项目，西狗茂·跨境商品直购中心位于杭州下城区跨贸小镇核心区域，是西狗国际倾力打造的目前国内体量最大、业态最全、以优质进口商品直购为主题的购物中心。

其总建筑面积近5万方，涵盖跨境商品、特色餐饮、娱乐配套、文化展览及众创空间等业态，线上线下联通互动，一站式满足高品质的生活需求。西狗茂实现跨界的生活服务融合，跨国的国际文化交流，跨境进口购物体验，跨域的C2B的定制服务，联通西狗全球购APP线上满足每一个家庭同质、同价、同步、同享的全球生活体验。

西狗精选超市是西狗国际自营的大型进口精品超市，入驻西狗茂，占地面积三千方。精选海外热销商品，严格把控品质价格，打造特色商品体验，营造舒适购物环境，提供优质贴心服务。并以此精选超市为样本辐射到每个社区小区。同时，西狗国际总代理和独家代理把海外优质产品引入中国。西狗国际看准生活中人们日益关切的健康问题，成功拿下在日本各类健康杂志和媒体争相推崇的国宝级护肝美体产品“肝辉”以及在日本发展势头日趋向上的乳酸菌、水素水杯、水素水等畅销保健系列。同时，日本分公司成功抓住时代黑科技的热潮，率先抢占市场潮流先机，邀请日本“眨眼即影BLINCAM”的创始人高濑先生来访西狗国际，并成功签下了BLINCAM中国独家代理权。西狗国际也从快节奏的科技市场中，找准生活不可或缺的刚需，顺利签下日本TAPIA智能陪伴式机器人。西狗国际会继续保持对科技发展的高度敏感，在第一时间为中国市场引进更多智能生活服务，在提升民众生活质量的同时，促进人工智能领域的交流与发展。西狗国际还总代理了意大利洗护系列产品mirato系类。

未来西狗国际新商业将打通跨境进口出口的双向通道，通过线上线下的互通联动将全球严选产品引入中国，也将把严选的中国产品走向全球。西狗国际，让生活无国界。

（西狗国际 特约供稿）

转型促发展 创新赢未来

前言

2016 联商风云会刚刚结束，会上开展了以“共享、共生、共创”为主题的关于新零售的讨论。无独有偶，重庆雄风购物中心结合现状也及时组织开展了 2017 年度“围绕效益促转型、雄风变化大家谈”的主题讨论，通过重市场、重消费者、重人才、重模式、重体验、重服务等方面展开变革，相信我们新零售必有新商机。

2016 年，新的领导班子勤于思变，公司通过一系列变革同比增加考核利润 1105 万元，迅速加快了传统百货转型升级的步伐，购物中心成为重要的转型方向。企业面对成本上涨、经营环境氛围不佳、业态配套结构不合理、企业内部难题治理等诸多问题，唯有“变”，在多业态、抓招商、重商家、降成本、提服务以及互联网运用等方面做足功夫，逐步形成更便利、更活力、更关联、更全面的商业管理系统来增强自身的核心竞争力。面对充满机遇和挑战的外部环境，重庆雄风购物中心以孜孜不倦的学习态度，建立高绩效管理团队，实施差异化的经营策略，不断创新的发展理念，独树一帜屹立在行业之中。

顶着压力增效益

近年来，市场供需发生巨变，各新事物不断涌现，营销手段日新月异，线上销售来势凶猛，颠覆了消费理念，传统实体店遭到巨大冲击。新形势下，集团公司及时提出“突出效益，加快转型升级”的经营方针，重庆雄风围绕以效益为中心，进行部门整合、资源调整、效率提升、百货购物中心化系列举措。

而我们重庆雄风商贸城和雄风建材城也紧跟步伐，积极应对。作为对外租赁经营的商贸城深受网购冲击，个体小商户经营困难。经调整现小商品区域缩至一二层，三四层引进了海宁皮革城，五六层以租赁办公场地、培训学校等业态为主，目前尚需加大招租力度。

建材城自开业以来出租率平均达 95% 以上。建材类产品由于重体验、重售后且运输、安装施工复杂等因素，网购对其冲击不大，所以经营商

家、市场销售和效益比较稳定。下一步，我们将做足“变”、“租”、“管”这三字文章，提高效益。“变”就是要拓开思路，不固守于原先租赁品类形式，只要是合理范围内的都可以考虑。“租”就是招商工作要积极主动走出去、跑出去，利用多种宣传和社会人脉关系提高出租率。“管”就是对各类日常管理中产生的水、电、设施设备更换及维修保养等方面费用的严格把控。

业态互补解困局

重庆雄风新天地不同于百货、超市、商贸城、建材城等业态，它是嘉陵风情步行街的一座餐饮休闲娱乐城，以北碚独特的人文与科技、旅游与商业相互交融背景为基调，集餐饮、休闲、娱乐、文化为一体的流行、时尚休闲中心。

2014 年年底至 2015 年，新天地停业撤场的商家达到 11 家左右，空置出 30% 左右的场地。2016

年餐饮休闲娱乐行业仍持续低迷，招商引资仍为困难，但领导层的调整，法律顾问的更换，新天地快速解决了大部分场地纠纷问题。同时，为突破招商困境，整体布局采取灵活多变、业态互补模式，实施全员兼职招商员的奖励制度，商场总经理还亲力亲为参与每一场重要的招商洽谈。截止9月底，雄风新天地新进商家有：重庆琦品美业、返朴网咖、中国太平洋保险公司的下属子公司、Yuan会馆、JOY烘焙体验馆、美妆美甲、美发、米亚工作室等，达到74%的出租率，还有其他意向商家尚在洽谈中。

目前，新天地已入驻餐饮、娱乐、办公、美容美发、美甲、烘焙DIY等业态，而接下来的目标业态将定位于金融、培训、电玩、棋牌娱乐、浴足休闲等。我们坚信天下无难事，只怕有心人，未来雄风新天地在业态间互补中与商家携手并进、合作共赢！

节能增效加减法

重庆雄风购物中心位于北碚，这里商业比较分散，新旧商圈较为明显，大型商业机构少，购物中心尚未形成统一趋势。在这样的外围环境下，我们任重道远，降本增效，做好加减法。

一、广告招商，减费增收。现有的户外墙体灯箱广告位都由入驻商户免费使用，未收取广告费外，还要贴出电费。小不经算，这对公司来说是增加经营成本。为此，企划部发起动员对外广告招商，租赁广告位，对已使用的广告商户进行电费收取。同时，与广告公司零投入合作建立新的LED广告屏幕，不仅将增加新的收益项，还能提升购物中心形象。

二、异业联盟，资源共享。结合现有的健身房、儿童早教中心、新天地、建材城、皮草城等多业态体验式商家的宣传需求，携手打造有价值的企业形象，共同营造商场氛围。例如：由我司组织收





集商家需求，做整体规划，在几个入口处设立统一的广告灯箱位，费用由商户承担，这样既节省费用、提升商场形象，又满足顾客寻找方便、商家得到宣传推广的双向需求。同理，可应用于商场节日氛围的打造，像万圣节，就可以和早教中心、儿童摄影类商家提前策划，一起营造节日氛围。

三、减少物料宣传，推广网络营销。通过单柜微信群建立微商微信宣传网，增加网络推广力度，既迎合现代顾客生活习惯，又降低物料宣传资金投入，还达到宣传推广目的。为推进此项工作，企划部先对近150个品牌专柜店长进行培训，如何建立个人微信号、如何吸引顾客添加店铺微信号、如何学习像微商一样日常维护店铺微信号的朋友圈；再建立公司内部品牌专柜宣传群，便于每次大活动宣传资料的发放和宣传工作实施的统一调配，每次活动宣传期，百店齐发统一换活动头像，分享活动链接等给活动造势，同时也便于店长之间经验的交流。从8月22日启动这项工作至日前，已有136个专柜微信号在运营，拥有近万人VIP顾客。

打破传统模式，改变固有思维，不仅为公司降本增效，还有效提升商场形象，吸引客流，提升业绩，以稳健的步伐促进转型。

赢取效益促转型

2016年，国内经济收缩，继续下行。零售企业从几年前开始就一直面临着高成本、高竞争、低回报、难扩张等难题，利润低下，业绩下滑，成本却越来越高。重庆雄风超市发展至今天，要想立于不败之地，赢得效益，也面临着一个转型。

自去年3月份，永辉超市在北碚城南开店前，重庆雄风超市的领导就已经开始在考虑如何对卖场进行适当的调整，来确保市场份额，确保效益提升。超市一直秉承“肉鱼果蔬带动鲜食，鲜食带动食品，食品带动非食，非食创造毛利”的经营理念，所以超市要有效益，首先要带动超市的人气，而带动人气的往往是一般家庭主妇最熟悉、最敏感、最需要的肉鱼果蔬等商品。看到这一点，公司领导果断对生鲜区进行了整改重装，更新了熟食、面包专柜的陈列展示柜，增加了蔬果、肉类、水产类商品的精品展示，蔬菜柜采取优胜劣汰竞争上岗，更换了供应商，蔬菜供应更加新鲜及时。诸多改变，给了顾客一个全新的体验，更好地带动了超市的客流。

为促使顾客购买创造效益的食品和非食品类的商品，食品区扩宽了民生食品区域，采取了现场制作、免费品尝的模式，给了顾客更好的购物体验。非食小家电商品进行了现场操作演示，向



顾客展示专业简便的电器操作，为如今快节奏的生活提供了方便。食品和非食为提升效益，对供应商也进行了调整，清理了销售业绩不好的供应商三十多家，又引进了新的供应商，为超市的销售提升注入了新鲜血液。

同时，对超市外租区也进行了调整，场外新增了天友鲜活奶的销售专柜，促进多元化的销售，方便了顾客的需求。继而在收银台外围，引进了泽熹珠宝柜台，实行了品类多样化，丰富了超市的购物。为确保利润，公司召开供应商会议，对生鲜区几个重点供应商2017年的合同进行了修改，把联营扣点的合作方式改成了联营保底销售加租金的形式，为超市效益的提升上了双保险。

效益提升除了开源，还要节流。从今年年初开始，公司就对超市的人员进行了调整，精简人员配置，强化团队协作，节省人力成本。

转型升级促发展

在会上，总经理章叶锋反复强调，在新时期、新阶段，紧紧围绕以“转型、效益”为工作核心，以“务实、勤奋”为人才标准，以“创新、转型”为驱动力，全面提升重庆雄风购物中心的赢利能力和赢利水平。各部门纷纷展开广泛深入的讨论，理清工作思路，明确工作重点，提交工作方案，

并积极高效地付诸实施。

首先面临的是家电撤场后空置的近1700平方米场地，严重影响儿童品类的整体经营。时间紧，面积大，任务重，面对看似不能完成任务，我们实施了“两步走”策略。第一步，引进大型儿童乐园，转变到以娱乐带动零售的经营思路上来；第二步，引进儿童定位性品牌。

经过多方努力，儿童乐园在四楼经营获得了消防许可，成功引进了全国连锁品牌“豆乐园”。依托“豆乐园”带来的氛围和人气，成功实现了第二步，顺利引进小阿迪、小安踏、小骆驼和阿拉小优母婴综合馆等，提供游泳、摄影等体验式服务。

目前化妆品经销有欧莱雅、玉兰油、羽西、美宝莲、ZA五个品牌，不但每年占用大量资金，而且毛利低，临期产品的处理也很头痛，自营员工工资费用高。通过艰苦洽谈，保留了这些品牌，经营模式改经销为联营，工资和水电全部由品牌承担，彻底解决了临期产品和资金占用问题。针对一楼定位、销售、赢利能力有待提高的状况，我们制定了2017年上半年调整转型方案，与部分品牌进行沟通洽谈，并达成合作意向。

由于考虑到品牌开业初的压力，我司承担了部分品牌的电费，造成运营成本增加。这个老大难的问题将随着男、女装调整的不断深入，卖场氛围、品牌级别、销售业绩的进一步提高，品牌一家独大已不再可能，因此优胜劣汰势在必行，能为购物中心和商户带来双赢的品牌必然为先。

在狠抓效益的同时，清理并解决历史遗留难题，纠正不合理现象，这也是当务之急。经过近几个月的正本清源，重庆雄风购物中心的精神风貌焕然一新，打开了新局面，回到了健康、有序、积极的经营轨道。我们也将秉持“转型促效益、创新赢未来”的工作核心和精神，团结一致，风雨同舟，砥砺前行！

（雄风集团 特约供稿）

构建商业综合体智慧商业大数据平台

——慧优科技智慧商圈大数据方案

今天的购物中心，需要转型升级，从传统的“建房子收租金”模式向线下线上融合，服务好消费者，提升整体营收能力，并通过销售大数据增值。

现在整个世界最热门的东西是VR，VR其实也是一种体验经济的缩影。今天的购物中心的业态也在不断的变化，从最初的百货类为主到现在的餐饮娱乐等体验类为主，从穿衣到吃饭，从聚会到闲逛，都折射出社会的变化，消费需求不断在变化，但永恒不变的宗旨是购物中心承载了消费者的生活需求。我们需要知道谁来了，谁经常来，谁经常买，谁不满意了，这些是商业的本质，任何一家商业机构都应该把握这些信息和数据，才能在竞争中获胜。

挖矿需要工具，需要新技术，慧优科技全心的

帮助大家挖矿。致力于帮助商业综合体打造一个基于粉丝和会员体系开展精准营销和服务的管理平台，最终实现大数据的增值。

回到大数据本身，大家都已经非常熟悉大数据的价值和应用了，相信在每年的双十一都会收到各种各样跟你购物习惯相符的推送和页面广告，这些转化率跟群发短信相比，有天上和地下的区别。而构建大数据的平台是需要成本的，特别最重要的是系统之间的接口，需要在整个购物中心设计的时候就做好规划，这样才能保证最低成本的获取数据。我们在跟很多已经开业的新建购物中心的接触过程中，发现一个更加严峻的问题是，建设方投入大量的资金去购置IT和网络系统，但这些IT网络系统





最终不能为我们的平台所用，需要改造系统造成投资浪费。所以现在还正在建设和刚刚设计的购物中心，就更加要重视整个 IT 平台和大数据平台的设计。

浙江慧优科技是中国商业地产领先的智慧商业平台解决方案提供商和运营商，智慧商业平台的产品名称为“旺猫”，通过快速部署新技术和运营服务，提供高品质服务，专注构建一个链接购物中心、商户、消费者的管理、营销、服务平台，实现精细化管理、精准营销和个性化服务，推动购物中心互联网化，实现大数据运营增值，使购物中心成为真正意义上的——“旺”MALL。

随着互联网、移动互联网的迅速发展，使商业快速进入到全网时代，传统商业受到巨大冲击，随之改变的是消费者的消费行为：购物空间立体化（全渠道购物）、时间碎片化、购物移动化、信息传播化，这四大方面的改变直接颠覆了我国商业地产管理者的思维和消费者到固定场所到习惯。

互联网时代来了，消费者的消费行为变了，中国的商业市场的发展方式也要随之转变。对商业而言，运营难，难在其所研究对象是人，运营很重要，因为它贯穿整个项目的生命周期，摸索运营方法和手段才是商业发展重点，运营手段是项目发展的重心，而创新是让项目成为独一无二的制胜点！

随着商业地产对信息化建设的要求越来越高，传统的工程或 IT 人员所掌握的技能已经无法满足商业地产信息化建设的需求，此时，就需要像慧优科技这样的专业公司来协助商业地产企业共同打造智慧商业平台。

目前，慧优科技向购物中心或商业综合体提供以下服务：

一、针对新建项目提供硬件规划设计，根据项目定位和运营需求，量身定制做基础网络的整体规划设计，其中包括：有线网络、无线网络和数据中心，为项目打下坚实的硬件基础，为未来的软件和运营提供更好的支持服务，避免在硬件采购和实施中出现多买、少买、喽买、买贵、买错和返工的风险；针





对已开业的项目，提供基础网络的优化服务，提高全网的网络运行性能。

二、针对已完成硬件规划设计和已营业的项目，根据项目定位和运营需求，量身定制智慧商业相关软件，同时把项目使用中和经营相关的各个系统进行集成，避免信息孤岛的产生，将数据收集汇总、分析，最终形成智慧商业平台，为科学经营、大数据分析和精准营销打下基础，从经验经营到科学+经验经营的转变。

三、针对已经完成智慧商业平台搭建的项目，以项目线下经营为核心，提供一体化的线上运营整体解决方案，通过一系列的营销活动、资源整合等线上运营，提高项目经营和消费者管理水平，让智慧商业平台的价值最大化。

慧优科技目前已经为众多的商业地产项目提供智慧商业平台搭建和运营服务，并且将在该领域深耕发展，持续创新和努力，为中国的智慧商业、智慧城市发展作出更多、更大的贡献！

(慧优科技 特约供稿)



国务院办公厅关于推动实体零售创新转型的意见

国办发〔2016〕78号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

实体零售是商品流通的重要基础，是引导生产、扩大消费的重要载体，是繁荣市场、保障就业的重要渠道。近年来，我国实体零售规模持续扩大，业态不断创新，对国民经济的贡献不断增强，但也暴露出发展方式粗放、有效供给不足、运行效率不高等突出问题。当前，受经营成本不断上涨、消费需求结构调整、网络零售快速发展等诸多因素影响，实体零售发展面临前所未有的挑战。为适应经济发展新常态，推动实体零售创新转型，释放发展活力，增强发展动力，经国务院同意，现提出以下意见：

一、总体要求

（一）指导思想。全面贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中、六中全会精神和国务院决策部署，牢固树立创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，着力加强供给侧结构性改革，以体制机制改革构筑发展新环境，以信息技术应用

激发转型新动能，推动实体零售由销售商品向引导生产和创新生活方式转变，由粗放式发展向注重质量效益转变，由分散独立的竞争主体向融合协同新生态转变，进一步降低流通成本、提高流通效率，更好适应经济社会发展的新要求。

（二）基本原则。

坚持市场主导。市场是实体零售转型的决定因素，要破除体制机制束缚，营造公平竞争环境，激发市场主体活力，推动实体零售企业自主选择转型路径，实现战略变革、模式再造和服务提升。

坚持需求引领。需求是实体零售转型的根本出发点，要适应消费需求新变化，引导实体零售企业补齐短板，增强优势，扩大有效供给，减少无效供给，增强商品、服务、业态等供给结构对需求变化的适应性和灵活性。

坚持创新驱动。创新是实体零售转型的直接动力，要抢抓大众创业、万众创新战略机遇，加

强互联网、大数据等新一代信息技术应用，大力发展新业态、新模式，进一步提高流通效率和服务水平。

二、调整商业结构

(三) 调整区域结构。支持商业设施富余地区的企业利用资本、品牌和技术优势，由东部地区向中西部地区转移，由一二线城市向三四线城市延伸和下沉，形成区域竞争优势，培育新的增长点。支持商务、供销、邮政、新闻出版等领域龙头企业向农村延伸服务网络，鼓励发展一批集商品销售、物流配送、生活服务于一体的乡镇商贸中心，统筹城乡商业基础设施建设，实现以城带乡、城乡协同发展。

(四) 调整业态结构。坚持盘活存量与优化增量、淘汰落后与培育新动能并举，引导业态雷同、功能重叠、市场饱和度较高的购物中心、百货店、家居市场等业态有序退出城市核心商圈，支持具备条件的及时调整经营结构，丰富体验业态，由传统销售场所向社交体验、家庭消费、时尚消费、文化消费中心等转变。推动连锁化、品牌化企业进入社区设立便利店和社区超市，加强与电商、物流、金融、电信、市政等对接，发挥终端网点优势，拓展便民增值服务，打造一刻钟便民生活服务圈。

(五) 调整商品结构。引导企业改变千店一面、千店同品现象，不断调整和优化商品品类，在兼顾低收入消费群体的同时，适应中高端消费群体需求，着力增加智能、时尚、健康、绿色商品品种。积极培育世界级消费城市和国际化商圈，不断深化品牌消费集聚区建设，进一步推进工贸结合、农贸结合，积极开展地方特色产品、老字号产品“全国行”、“网上行”和“进名店”等供需对接活动，完善品牌消费环境，加快培育商品品牌和区域品牌。合理确定经营者、生产者责任义务，建立健全重要商品追溯体系，引导企业树立质量

为先、信誉至上的经营理念，加强商品质量查验把关，用高标准引导生产环节品质提升，着力提升商品品质。

三、创新发展方式

(六) 创新经营机制。鼓励企业加快商业模式创新，强化市场需求研究，改变引厂进店、出租柜台等传统经营模式，加强商品设计创意和开发，建立高素质的买手队伍，发展自有品牌、实行深度联营和买断经营，强化企业核心竞争力。推动企业管理体制变革，实现组织结构扁平化、运营管理数据化、激励机制市场化，提高经营效率和管理水平。强化供应链管理，支持实体零售企业构建与供应商信息共享、利益均摊、风险共担的新型零供关系，提高供应链管控能力和资源整合、运营协同能力。

(七) 创新组织形式。鼓励连锁经营创新发展，改变以门店数量扩张为主的粗放发展方式，逐步利用大数据等技术科学选址、智能选品、精准营销、协同管理，提高发展质量。鼓励特许经营向多行业、多业态拓展，着力提高特许企业经营管理水平。引导发展自愿连锁，支持龙头企业建立集中采购分销平台，整合采购、配送和服务资源，带动中小企业降本增效。推进商贸物流标准化、信息化，培育多层次物流信息服务平台，整合社会物流资源，支持连锁企业自有物流设施、零售网点向社会开放成为配送节点，提高物流效率，降低物流成本。

(八) 创新服务体验。引导企业顺应个性化、多样化、品质化消费趋势，弘扬诚信服务，推广精细服务，提高服务技能，延伸服务链条，规范服务流程。支持企业运用大数据技术分析顾客消费行为，开展精准服务和定制服务，灵活运用网络平台、移动终端、社交媒体与顾客互动，建立及时、高效的消费需求反馈机制，做精做深体验消费。支持企业开展服务设施人性化、智能化改造，

鼓励社会资本参与无线网络、移动支付、自助服务、停车场等配套设施建设。

四、促进跨界融合

(九) 促进线上线下融合。建立适应融合发展的标准规范、竞争规则，引导实体零售企业逐步提高信息化水平，将线下物流、服务、体验等优势与线上商流、资金流、信息流融合，拓展智能化、网络化的全渠道布局。鼓励线上线下优势企业通过战略合作、交叉持股、并购重组等多种形式整合市场资源，培育线上线下融合发展的新型市场主体。建立社会化、市场化的数据应用机制，鼓励电子商务平台向实体零售企业有条件地开放数据资源，提高资源配置效率和经营决策水平。

(十) 促进多领域协同。鼓励发展设施高效智能、功能便利完备、信息互联互通的智慧商圈，促进业态功能互补、客户资源共享、大中小企业协同发展。大力发展平台经济，以流通创新基地为基础，培育一批为中小企业和创业者提供专业化服务的平台载体，提高协同创新能力。深化国有商贸企业改革，鼓励各类投资者参与国有商贸企业改制重组，积极发展混合所有制。鼓励零售企业与创意产业、文化艺术产业、会展业、旅游业融合发展，实现跨行业联动。

(十一) 促进内外贸一体化。进一步提高零售领域利用外资的质量和水平，通过引入资本、技术、管理推动实体零售企业创新转型。优化食品、化妆品等商品进口卫生安全等审批程序，简化进口食品检验检疫审批手续，支持引进国外知名品牌。完善信息、交易、支付、物流等服务支撑，优化过境通关、外汇结算等关键环节，提升跨境贸易规模。鼓励内贸市场培育外贸功能，鼓励具有技术、品牌、质量、服务优势的外向型企业建立国内营销渠道。推动有条件的企业“走出去”构建海外营销和物流服务网络，提升国际化经营能力。

五、优化发展环境

(十二) 加强网点规划。统筹考虑城乡人口规模和生产生活需求，科学确定商业网点发展建设要求，并纳入城乡规划和土地利用总体规划，推动商业与人口、交通、市政、生态环境协调发展。加强对城市大型商业网点建设的听证论证，鼓励其有序发展。支持各地结合实际，明确新建社区的商业设施配套要求，利用公有闲置物业或以回购廉租方式保障老旧社区基本商业业态用房需求。发挥行业协会、中介机构作用，支持建设公开、透明的商铺租赁信息服务平台，引导供需双方直接对接，鼓励以市场化方式盘活现有商业设施资源，减少公有产权商铺转租行为，有效降低商铺租金。

(十三) 推进简政放权。推动住所登记改革，为连锁企业提供便利的登记注册服务，地方政府不得以任何形式对连锁企业设立非企业法人门店和配送中心设置障碍。进一步落实和完善食品经营相关管理规定。连锁企业从事出版物等零售业务，其非企业法人直营门店可直接凭企业总部获取的许可文件复印件到门店所在地主管部门备案。放宽对临街店铺装潢装修限制，取消不必要的店内装修改造审批程序。在保障公共安全的情况下，放宽对户外营销活动的限制。完善城市配送车辆通行制度，为企业发展夜间配送、共同配送创造条件。

(十四) 促进公平竞争。健全部门联动和跨区域协同机制，完善市场监管手段，加快构建生产与流通领域协同、线上与线下一体的监管体系。严厉打击制售假冒伪劣商品、侵犯知识产权、不正当竞争、商业欺诈等违法行为。指导和督促电子商务平台企业加强对网络经营者的资格审查。强化连锁经营企业总部管理责任，重点检查企业总部和配送中心，减少对销售普通商品零售门店的重复检查。依法禁止以排挤竞争对手为目的的

低于成本价销售行为，依法打击垄断协议、滥用市场支配地位等排除、限制竞争行为。充分利用全国信用信息共享平台，建立覆盖线上线下的企业及相关主体信用信息采集、共享与使用机制，并通过国家企业信用信息公示系统对外公示，健全守信联合激励和失信联合惩戒机制。

(十五) 完善公共服务。加快建立健全连锁经营、电子商务、商贸物流、供应链服务等领域标准体系，从标准贯彻实施入手，开展实体零售提质增效专项行动，进一步提高竞争能力和服务水平。加强零售业统计监测和运行分析工作，整合各类信息资源，构建反映零售业发展环境的评价指标体系，引导各类市场主体合理把握开发节奏、科学配置商业资源。加快建设商务公共服务云平台，对接政府部门服务资源，发挥行业协会、专业服务机构作用，为企业创新转型提供技术、管理、咨询、信息等一体化支撑服务。鼓励开展多种形式的培训和业务交流，加大专业性技术人才培养力度，推动复合型高端人才合理流动，完善多层次零售业人才队伍，提高从业人员综合创新能力。

六、强化政策支持

(十六) 减轻企业税费负担。落实好总分支机构汇总缴纳企业所得税、增值税相关规定。营造线上线下企业公平竞争的税收环境。零售企业设立的科技型子公司从事互联网等信息技术研发，符合条件的可按规定申请高新技术企业认定，符合条件的研发费用可按规定加计扣除。降低部分消费品进口关税。落实取消税务发票工本费政策，不得以任何理由强制零售企业使用冠名发票、卷式发票，大力推广电子发票。全面落实工商用电同价政策，在实行峰谷电价的地区，有条件的地方可以开展商业用户选择执行行业平均电价或峰谷分时电价试点。落实银行卡刷卡手续费定价机制改革方案，持续优化银行卡受理环境。

(十七) 加强财政金融支持。有条件的地方可结合实际情况，发挥财政资金引导带动作用，对实体零售创新转型予以支持。用好国家新兴产业创业投资引导基金、中小企业发展基金，鼓励有条件的地方按市场化原则设立投资基金，引导社会资本加大对新技术、新业态、新模式的投入。积极稳妥扩大消费信贷，将消费金融公司试点推广至全国。采取多种方式支持零售企业线上线下融合发展的支付业务处理。创新发展供应链融资等融资方式，拓宽企业融资渠道。支持商业银行在风险可控、商业可持续的前提下发放中长期贷款，促进企业固定资产投资和兼并重组。积极研究通过应收账款、存货、仓单等动产质押融资模式改进和完善小微企业金融服务，通过创业担保贷款积极扶持符合条件的小微企业。

(十八) 开展试点示范带动。支持有条件的地区完善政府引导推动、企业自主转型的工作机制，在财政、金融、人才、技术、标准化及服务体系建设等方面进行探索，推动实体零售创新转型。内贸流通体制改革发展综合试点城市要发挥先行先试优势，突破制约实体零售创新转型的体制机制障碍，探索形成可复制推广的经验。开展智慧商店、智慧商圈示范创建工作，及时总结推广成功经验，示范引领创新转型。

各地区、各部门要加强组织领导和统筹协调，加快研究制订具体实施方案和配套措施，明确责任主体、时间表和路线图，形成合力。商务部要会同有关部门加强业务指导和督促检查，综合运用第三方评估、社会监督评价等多种方式科学评估实施效果，推动各项任务措施落到实处。

国务院办公厅 2016 年 11 月 2 日

“十二五”浙江省商贸百强企业 评选委员会公告

为全面贯彻党的十八届三中、四中、五中、六中全会精神，总结经验、表彰先进，树立标杆，推进十三五规划顺利实施和商贸流通业的新发展，浙江省商贸业联合会和浙江省物流与采购协会、浙江省百货购物中心协会、浙江省餐饮行业协会、浙江省电子商务促进会、浙江省连锁经营协会、浙江省老字号企业协会、浙江省市场协会等省级商贸相关行业协会，共同发起在全省商贸流通行业展开了评选“‘十二五’浙江省商贸百强企业”的评选活动。

活动开展以来各商贸企业自愿申报，各省级行业协会和各市商务部门或商业联合会积极推荐，评审小组通过材料审查及广泛听取意见，认为物产中大集团股份有限公司、阿里巴巴（中国）网络技术有限公司2家企业，在“十二五”期间对浙江商贸流通业作出较大贡献，提议为这二家企业设立功勋企业奖。最后由活动组委会审议决定，**评选物产中大集团股份有限公司、阿里巴巴（中国）网络技术有限公司2家企业为“十二五”浙江省商贸功勋企业。**现予以通报表彰。

2016年12月15日

浙江省商贸业联合会 浙江省物流与采购协会 浙江省百货购物中心协会
浙江省餐饮行业协会 浙江省电子商务促进会 浙江省连锁经营协会
浙江省老字号企业协会 浙江省市场协会

“ 十 二 五 ” 浙 江

评 选 委 员

为全面贯彻党的十八届三中、四中、五中、六中全会精神，总结经验、表彰先进，树立标杆，推进十三五规划顺利实施，浙江省电子商务促进会、浙江省连锁经营协会、浙江省老字号企业协会、浙江省市场协会等省级商贸相关行业协会，共同发

活动开展以来各商贸企业自愿申报，各省级行业协会和各市商务部门或商业联合会积极推荐。经评审公示，最后由活动组浙江方林二手车市场有限公司等 14 家企业为“十二五”浙江省商贸百强提名奖企业（名单附后，排名不按顺序）。现予以公告

“ 十 二 五 ” 浙 江 省 商 贸 百

杭州解百集团股份有限公司
浙江银泰百货有限公司
浙江衢州东方集团股份有限公司
浙江凯虹集团有限公司
宁波太平洋恒业控股有限公司
百大集团股份有限公司
浙北大厦集团有限公司
浙江上百贸易有限公司
浙江华联商厦有限公司
浙江汇德隆实业集团有限公司
嘉兴市戴梦得购物中心有限公司
浙江江南大厦股份有限公司
绍兴市国商大厦有限责任公司

杭州联华华商集团有限公司
浙江人本超市有限公司
浙江国美电器有限公司
浙江苏宁云商商贸有限公司
话机世界通信集团股份有限公司
惠多利农资有限公司
浙江一鸣食品股份有限公司
浙江宏图三胞科技发展有限公司

浙江驰骋控股有限公司
浙江供销超市有限公司
海宁市华联大厦有限公司
雄风集团有限公司
三江购物俱乐部股份有限公司
诸暨一百集团有限公司
浙江不老神食品有限公司
浙江东兴商厦股份有限公司

杭州饮食服务集团有限公司
浙江凯旋门澳门豆捞控股集团有限公司
远洲集团股份有限公司
杭州楼外楼实业集团股份有限公司
宁波石浦酒店管理发展有限公司
雷迪森旅业集团有限公司
宁波白金汉爵酒店投资有限公司
绍兴市咸亨酒店有限公司
浙江老娘舅餐饮有限公司
临海市新荣记餐饮服务有限公司
外婆家餐饮集团有限公司
湖州市南浔丽菁大酒店有限公司
诸暨菲达酒楼有限公司

浙江中国小商品城集团股份有限公司
海宁中国皮革城股份有限公司
浙江中国轻纺城集团股份有限公司
杭州萧山商业城开发总公司
浙江中国科技五金城集团有限公司
舟山水产品中心批发市场有限责任公司
嘉兴市建材陶瓷市场有限公司
钱清中国轻纺原料城
浙江濮院羊毛衫城发展股份有限公司
宁波华东物资城市场建设开发有限公司
杭州新时代家居生活广场
湖州市织里商城发展有限公司

浙江网盛生意宝股份有限公司
浙江省神州酷奇科技发展有限公司
顾家家居股份有限公司
浙江物产电子商务有限公司
浙江银泰电子商务有限公司
杭州熙浪信息技术股份有限公司

“ 十 二 五 ” 浙 江 省 商 贸 百 强

浙江方林二手车市场有限公司
湖州老大房超市有限公司
丽水市百货大楼有限公司

浙江前后科技股份有限公司
宁波华诚拍卖有限公司
杭州闻远科技有限公司

浙江珍诚医药在线股份有限公司
杭州百草味企业管理咨询有限公司
嵊州市国商大厦有限公司

浙江省商贸业联合会 浙江省物流与采购协会 浙江省百货购物中心协会 浙江省餐饮行业协会

省 商 贸 百 强 企 业

会 公 告

和商贸流通业的新发展，浙江省商贸业联合会和浙江省物流与采购协会、浙江省百货购物中心协会、浙江省餐饮行业协会、起在全省商贸流通行业展开了评选“‘十二五’浙江省商贸百强企业”的评选活动。

上委会审议决定，评选杭州解百集团股份有限公司等 100 家企业为“十二五”浙江省商贸百强企业（名单附后，排名不按顺序），

行。

强 企 业 名 单（ 共 100 家 ）

中国邮政速递物流股份有限公司杭州市分公司
浙江传化公路港物流发展有限公司
浙江陆通物流有限公司
杭州富日物流有限公司
振石集团浙江宇石国际物流有限公司
浙江顺丰速运有限公司
浙江黄岩洲锂实业有限公司
浙江尊龙物流有限公司
杭州铁集货运股份有限公司
杭州崇贤港投资有限公司
天天快递有限公司

杭州胡庆余堂国药号有限公司
湖州老恒和酿造有限公司
浙江震元股份有限公司
浙江越王珠宝有限公司
杭州张小泉集团有限公司
浙江嘉欣丝绸股份有限公司
杭州王星记扇业有限公司
浙江五芳斋实业股份有限公司
浙江冠素堂食品有限公司
湖州丁莲芳食品有限公司

浙江熊猫乳业集团股份有限公司
浙江中大元通融资租赁有限公司
三替集团有限公司
杭州巾帽西丽市政园林建设集团有限公司
杭州小拇指汽车维修科技股份有限公司
西泠印社拍卖有限公司

浙江省兴合集团有限责任公司
浙江省农村发展集团有限公司
浙江物产元通汽车集团有限公司
浙江省新华书店集团有限公司
浙江百诚集团股份有限公司
浙江省土产畜产进出口集团有限公司
华东医药股份有限公司
浙江五丰联合肉类有限公司
宁波方太营销有限公司
宁波轿辰集团股份有限公司
浙江上药新欣医药有限公司
欧龙汽车贸易集团有限公司
国药控股浙江有限公司

提 名 奖 企 业 名 单（ 共 14 家 ）

杭州联华快客便利连锁有限公司
浙江物美亿商超市有限公司
杭州跨湖楼餐饮有限公司

舟山市民生商厦有限责任公司
嘉兴隆聚餐饮有限公司

浙江省电子商务促进会 浙江省连锁经营协会 浙江省老字号企业协会 浙江省市场协会

2 0 1 6 浙 江 金 秋

2016 浙江金秋购物节已圆满闭幕，本届购物节在各相关部门，各市组委会，有关协会、企业、媒体等单位的共同支持和为树立标杆，鼓励先进，在各市组委会自评的基础上，省组委会根据组织架构、主办规格、活动发动组织、宣传力度、餐饮美食博览会暨第六届浙江厨师节”等 20 个精品展会奖，“浙江省银联卡联合营销”、“衢州中秋民俗文化节”等 20 个优质活动奖。希望受表彰的组委会，精品展会、优质活动的主办、承办单位和消费者喜爱的商家，珍惜荣誉、再接再厉，争取在今后

● 2 0 1 6 浙 江 金 秋 购

精品展会奖

第十三届中华老字号精品博览会
汽车主题展
第八届浙江·中国非物质文化遗产博览会
第四届中国（浙江）国际养老服务业博览会
浙江名品展
“浙江符号”旅游商品展
第 20 届宁波服装博览会
2016 国际时尚消费博览会
嘉兴汽车商贸园首届购车节
G20 湖州风采展
浙江餐饮美食博览会暨第六届厨师节
绍兴首届养老博览会暨老爸老妈嘉年华系列活动
2016 年嵊州市秋季（第十三届）车博会
金华市第十三届汽车展
2016 金华第十届家居建材博览会
中国商业品牌大集暨浙江·衢州名品展
衢州市 2016 秋季汽车博览会
2016 舟山群岛新区金秋家居装饰建材博览会
第 5 届中国（临海）户外家具及庭院休闲用品展览会
2016 缙云烧饼节

优质活动奖

浙江省银联卡联合营销
浙江美容美发盛典
新消费主题峰会
香港时尚购物展·宁波系列活动
温州马克华菲男神购物节
2016 温州金秋购物节暨第一届家装采购节
2016 梅花洲银杏季文化节
2016 中国·平湖西瓜灯文化节
南浔浙北购物中心优惠逛吃
绍兴银泰旅游购物节
绍兴万达·马克华菲男神购物节
“大师风采、品牌促销”活动
衢州中秋民俗文化节
《一脉乡愁》第 13 届浙闽赣皖四省四市民间艺术节
开幕式文艺晚会
“惠”生活品牌折扣汇
第六空间周年庆
台州三和购物节
丽水喵街欢乐购活动
义乌天华世纪城万圣童玩嘉年华
义乌万达广场国际美食节

购物节获奖名单

口努力下，成效显著。

互动配合、活动成效等方面综合评估，决定对杭州组委会等 12 个优秀组织奖，“第十三届中华老字号精品博览会”、“浙江质活动奖，以及联华华商、温州百信超市等 52 个消费者喜爱商家予以表彰。（名单附后）

的组织工作中取得更大的成绩。

购物节表彰名单

消费者喜爱商家

杭州大厦购物城

银泰商业集团

杭州联华华商集团有限公司

杭州解百集团股份有限公司

话机世界集团有限公司

颐高数码

苏宁易购

浙江国美电器有限公司

浙江宏图三胞

十足集团股份有限公司

杭州联华快客便利连锁有限公司

杭州五丰联合肉类有限公司

水晶城购物中心

百诚集团股份有限公司

杭州甘其食餐饮管理有限公司

浙江久加久食品饮料连锁有限公司

浙江方格药业有限公司

杭州银泰庆春店

宁波第二百货商店

宁海太平洋百货

宁波三江购物俱乐部

温州百信超市有限公司

温州红星国际家居广场有限公司

瑞安市时代广场购物中心有限公司

温州俊奇经济发展有限公司

嘉兴八佰伴商贸有限公司

浙江东兴商厦股份有限公司

嘉兴万达广场商业管理有限公司

安吉百汇商贸有限公司

银泰百货柯桥店

嵊州市两头门餐饮品牌管理有限公司

绍兴银泰城

浙江福泰隆连锁超市有限公司

金华市第一百货集团股份有限公司

金华银泰购物中心有限公司

衢州东方商厦

开化利群商贸有限公司

浙江普农家电有限公司

舟山红星美凯龙家居建材市场

舟山华之友超市有限公司

舟山市五星家电有限公司

台州锦江商业发展有限公司

温岭银泰购物中心开发有限公司

浙江耀达百货有限公司

台州欧尚超市

丽水大润发商业有限公司

世纪联华丽水解放路店

丽水百货大楼有限公司

浙江万客隆商贸有限公司

义乌银泰百货有限公司

义乌绿禾电子商务有限公司

义乌收藏品市场

传统批发集贸市场升级转型如何突围？

——体验式商业时代到来

文 / 王海伦

前言

2013年1月24日，中购联购物中心发展委员会、中国购物中心产业资讯中心值中购联2013新春联谊会之际，发布了2013年中国商业房产十大关注热点。面对电商的压力，包括购物中心在内的众多实体商业向体验式商业转型成为紧迫的现实。

一、传统批发商贸市场现状分析

在我国，大中城市的商贸批发市场是由投资者建立经营场所，招商吸引经营户直接从事商品交易活动，以收取经营户资金作为收入来源的传统经营方式。在过去的二十年中，传统批发商贸市场以义乌为典型，曾取得过骄人的成绩。然而，从全国范围来看，我国的商贸批发市场还存在着经营规模偏小、交易方式混乱落后、管理服务不到位、“空壳化”现象严重等问题，严重阻碍了我国商贸批发市场的发展。

（一）经营现状分析

自2000年以来，我国商贸批发市场进入规划、整合、升级与改造阶段，许多商贸批发市场开始重整规划，按照不同门类和功能重新规划市场，同时，升级和改造硬件设施。一方面，一批交易规模大、辐射能力强的现代化大型商贸批发市场逐渐形成；另一方面，许多中小型传统批发市场陷入经营困境，

寻找转型机遇。

（二）存在的问题及成因

问题一：经营规模偏小、集中度低、成交额散。市场主体经营规模偏小，大批发商缺失，导致目前批发市场信誉过低、假冒伪劣充斥。

问题二：交易手段落后，缺少现代化交易方式。我国商贸批发市场大多数采取“摊位制”交易形式和“一对一”式现货交易，这种简单、落后的交易手段已经显然不符合现代化流通的要求，难以保证价格的公正性，无法准确的反映供求关系。

问题三：管理模式落后，忽视对市场软件方面的投入。大部分批发市场只重视市场硬件投入，忽略市场软件投入，不重视对批发市场专业人才的培养，从而导致市场管理制度不完善、不合理、不透明；市场管理者整体素质不高，缺乏市场服务意识和市场开发营销能力；市场信息化管理和物流管理缺失。

问题四：“空壳化”现象严重，缺乏经营战略及规划。许多商贸批发市场在建设过程中，盲目追求“大而全”，不重实际，导致“空壳市场”出现。

二、传统市场升级转型四步走

交易市场转型——从大而全走向专业化、品牌化

2013年统计数据显示，河北省总共有4000多家商品交易市场，其中规模以上的有253家，年交易额4500多亿元人民币。而与此同时，浙江省全省4000多家商品交易市场，规模以上的有767家，年交易额近1.5万亿元人民币。从以上数据分析看出，巨大差距的背后是部分商品交易市场大而不强的现



实。从发展趋势看,大而全的综合性市场份额在下降,聚焦某一品类的专业性市场份额在上升。

市场定位是决定专业市场成败的基础。市场规模不是越大越好,关键是在符合市场需求的基础上找出自己的特色,实现差异化经营,从大而全走向专业化、品牌化。

市场经营者转型——从房东收租走向市场经营

从业主思维转变开始,由以往的“房东模式”走向“市场的营运者”,改变传统专业市场脏乱差的购物环境,将专业市场从单一的交易功能升级为集“体验、智慧、交易”于一体的“互联网+智慧型”市场。从管理与营运、外部建设与布局的角度出发,用技术整合人流、资金流、物流、信息流、服务流,实现人与人、人与商家、人与商城、商家与商家、商家与商城等之间的信息无缝对接,快速实现传统市场升级转型。

营销方式转型——从单一实体经营到与互联网融合

曾经,价格差和信息的不透明成就了传统批发市场,但在互联网时代,信息变得更加透明,越来越

越多的传统批发市场的商户由原来的获利丰厚走向微利,甚至亏损。在“互联网+”时代背景的推动下,运用互联网思维和手段,将线上移动智慧商城与线下门店相结合,通过关系经济,才能牢牢把握客户,才是真正 O2O 互联网运营。

市场定位转型——体验式商业成突围法宝

随着人们消费心态的日渐成熟,互联网购物的兴起,靠巨量铺设国际品牌店和服装店的商业地产发展理念和模式,开始面临日益狭窄的市场。面对电商的咄咄逼人,实体商业低谷中不断审视自身优势,体验消费成为线下商业新的出路。“地段和大牌决定一切”的时代终将结束,而商场的业态布局、体验消费型商家的引进、人文设施和服务的改善则日益重要。

笔者认为:未来的消费者更愿意为体验、环境、情感和服务买单。越来越多的商业项目纷纷打开“体验牌”,调整业态,增加休闲、餐饮、娱乐,甚至体育场馆、博物馆、儿童游乐设施等业态的比重,透过轻松愉悦的购物环境,以实现对其客流的重新聚集。

批发商贸市场也不例外，除保留原本传统批发市场的功能与形象外，增加休闲娱乐经营主题，做到体验式商业的双向发展。

一、体验式消费已占据半壁江山

所谓“体验式商业”，是区别于传统商业的以零售为主的业态组合形式，其更注重消费者的参与、体验和感受，并对空间和环境的要求也更注重体验性。体验型业态主要包括：餐饮、电影院、冰场、健身会馆、电玩城、KTV、美容美体、儿童体验、儿童游艺。具有集客能力强、有效缩短新项目市场培育期、消费滞留时间长、对其他业态消费带动显著的特点。

有数据显示，当下中国正在进入消费升级的关键时期。体验式消费和商品类消费比重是4:6，而在美国这一比例是7:3，70%的消费都来源于非物质类的体验式消费。

二、中国日用品商城、安吉茶城“体验”先行

笔者最近走访了很多市场，并参与他们的新商业模式设计。2016年9月底，中国日用品商城搬迁新址，从一个批发市场，到批、零混合，线上线下结合，娱乐休闲、酒店办公等功能于一体的城市综合体，中国日用品商城完成彻底的升级转型。新商城现共有六大交易区，内设精品服装、羊毛衫、日用百货、家纺窗帘、皮革箱包、服装原辅料、珠宝玉器、酒店用品、家用电器等，经营品种近2万种。

其中，在商城外围特设精品街、进口超市、轻餐饮等业态。在我与日用品商城接洽后，商城经营方将对0层的整体业态进行全新定位，儿童主题乐园或将成为0层业态的大胆尝试。作为传统专业市场，我相信敢为天下先的日用品商城必将迎来再一次的蝶变。

除具有历史沉淀的传统商贸批发市场外，安吉茶城作为新兴市场，也将茶城定位着眼于体验式休闲娱乐业态的打造之中。

安吉茶城始建于2014年，总规划面积16万方，由茶叶展销市场、茶配套、茶文化主题商街、茶叶仓储物流以及综合配套五大业态组成，将形成融茶叶实物交易、拍卖交易、电子交易、展示展销等功能一体的中国茶叶国际采购中心。安吉茶城引进了茶文化主题商街，配套了茶餐厅、茶会所等各类商家，将安吉茶城打造成集品茶、休闲、娱乐、旅游等于一体的新型茶文化体验区。

“体验经济时代”已经到来，在传统批发商贸市场转型升级的同时，休闲娱乐已悄悄成为大型购物中心的主导定位模式，体验式商业将成为全球经济发展潮流的主要方式和传统专业市场的突围之路。



轻松教育： 打破信息壁垒，智慧校园伴“你”行！

轻松教育，是基于阿里钉钉云平台，将校务管理、家校连接、公益平台、筑梦书屋融合于移动端的校园管理平台，由杭州轻松教育科技有限公司出品。

轻松教育的源起，皆由轻松教育的创始人刘作和 (Lucien) 的发心，Lucien 表示，他从事企业信息化 18 年之久，对中国企业信息化颇有感触，在为信息化的魅力深深折服之时，也颇感无力。目前国内信息化的现状就如柳传志所言“不用 ERP 等死，用了 ERP 找死”。这句话，不仅适用于企业，同时也适用于中国的教育行业，目前中国教育市场上的

信息化系统也很分散，各个系统之间都是独立成块，各自为王，并未完全集成到一起，不仅使用上会分散老师的精力，同时也在一定程度上耗费金钱。所以，教育信息化并未为教学带来所谓的方便。

Lucien 一直在思考怎样做才能实现“信息”之间的无障碍，真正帮助教育行业实现“信息化”。正好钉钉的出现，解决了这样一个难题，结合轻松办的创意研发，轻松教育成功的将校园管理中需要用到的协同、通讯、家校互联、教学管理、校园公益等都集成在一个平台上了。

一个既能办公也能生活的平台

如果只是纯粹的去做一些产品，帮助老师减轻工作上的负担，这样的产品只能称为校园管理工具，而不是一个平台。轻松教育从一开始就定位非常明确，让工作专注于工作，让生活回归于生活。在工作层面上，轻松教育准备了家庭作业、轻松选课、课程表、轻松入学(用餐报名、校服选购)、请假审批、报修等基本的应用，教师在移动端就可以轻轻松松完成工作；在生活层面，电话会议(支持 16 人同时在线)、视频会议、密聊、微活动、微投票等都能为你的生活增添一些乐趣，亲朋好友随时可以召开一个视频聊天或者电话会议，随时随地联络感情、组团 happy。





一个既能学习也能分享的平台

作为一个平台，必定需要有甲、乙双方存在，才有存在的价值。轻松教育在考虑到教师的同时也考虑到了家长和学生，例如：兴趣课的报名、校服的选购、用餐的报名，这些无需家长千里迢迢跑到学校与老师当面交流沟通，通过手机就能顺利完成；学生的课程作业、素质报告单、班级公告（活动瞬间、文艺汇演），这些家长随时随地都能查阅，便于家长及时给予孩子辅导和鼓励。当然，轻松教育也为学生准备了视频学习、题库，只要有一颗突破自己、汲取知识的决心，让学生快乐学习不再是神话。

一个既能公益也能阅读的平台

“人之初，性本善”，善良是人的天性，但也需

要培养和指导。轻松教育将阿里巴巴“村淘”计划、E次方基金、筑梦书屋进行整合，在轻松教育的平台上可以进行书本等文具的捐赠，或者发布求助信息，或者每月捐赠1元作为自己的公益基金，真正让公益“触手可及”。

通过轻松教育的筑梦书屋，学子也可以免费在书屋中借阅书本，体验VR虚拟现实，3D打印等。

真正将公益和阅读从娃娃抓起，实现中国《少年说》，“少年智则国智，少年富则国富，少年强则国强，少年独立则国独立，少年自由则国自由，少年进步则国进步，少年胜于欧洲，则国胜于欧洲，少年雄于地球，则国雄于地球。”

轻松教育，让教育更轻松，让孩子更有爱！



“西湖醋鱼何处美、独数杭州楼外楼。”杭人有种习俗，凡有宾客，必到楼外楼品尝杭菜风味，外地宾客游西湖，不上楼外楼，似乎没有真正领略杭州的美味佳肴，经过 160 余年的发展，楼外楼现已成为中国餐饮界最著名的名楼之一。

以菜名楼 以文兴楼

楼外楼的历史沿革。

1、**名菜**。楼外楼创建于清道光二十八年（公元 1848 年），地处风景秀丽的西湖景区孤山南麓，以经营杭州传统名菜而享誉中外。杭菜是浙江菜系的重要组成部分，杭菜的发展原分为“湖上帮”、“城里帮”两个不同流派，而楼外楼的菜肴则代表“湖上帮”的风味特色。160 多年来，经过几代经营者和名厨的承前启后，切磋琢磨，锐意进取，梳理积聚，在烹饪技艺上逐渐形成了独树一帜的传统风格，即重视原材料的鲜、活、嫩，以鱼、虾、禽、时鲜蔬菜为主、突出本味、清新怡人，其烹制的精妙之处是：选料严格、因料做菜；刀工精细，拼配合理，应时而异，时鲜多变，火候神妙、烹调精湛、博采

众长，推陈出新，一菜一品、风味独特。

1960 年《中国名菜谱》杭州被选中的 36 道名菜，其中有 10 道是根据楼外楼制作经验整理的。2009 年“杭州楼外楼传统菜肴制作技艺”又被列入浙江省非物质文化遗产名单，其中如西湖醋鱼、龙井虾仁、宋嫂鱼羹、东坡焖肉、叫化童鸡、干炸响铃等均被录入。近年来随着西湖申遗成功，楼外楼的知名度和美誉度日益提高，取得了社会效益双丰收。2015 年楼外楼菜馆销售为 1.5 亿元，共接待 105.49 万余人，其中四道传统名菜销售占近 46.31%。西湖醋鱼销售达 10.75 万条、龙井虾仁达 8.81 万份、叫化童鸡达 11.56 万只，东坡焖肉达 45 万块等。



2、名人。楼外楼是一家餐饮百年老字号企业，有着深厚的历史文化底蕴，吸引无数中外名人，也先后多次接待党和国家重要领导及社会文化名人，得到一致的赞誉。

比如：新中国成立前，孙中山、鲁迅、竺可桢、马寅初等名人都曾多次光临。新中国成立后，周恩来总理九次莅临楼外楼，被传为佳话，陈毅、贺龙等老一辈革命家和丰子恺、潘天寿、唐云等文化名人也多次临楼品尝名菜佳肴，题诗作画。近十多年来，楼外楼接待过江泽民、李鹏、李岚清、贾庆林、乔石、李瑞环、贺国强、吴仪等党和国家领导人。也接待了新加坡总理李显龙、新加坡前总理吴作栋夫妇、俄罗斯副总理茹科夫、澳大利亚总督迈克尔·杰弗里等国际友人。2011年7月接待了前美国参谋长联席会议主席麦克-马伦，老挝副总理兼国防部长隆再-皮吉代表团一行，还接待了加拿大总理克利蒂安、美国前财政部长鲍尔森一行等等，获得一致好评。

3、名楼。现有的楼外楼，是根据周总理生前的遗愿于1980年夏落成。1973年9月16日，周总理陪法国总统蓬皮杜来杭州访问，在楼外楼招待身边的工作人员时，特意关照：“楼外楼菜馆要改建，要照顾整个西湖风景和孤山环境，房子不要修得太高太洋，要搞民族形式，要中国结合，好好设计。”1977年，根据周总理的指示精神，浙江省政府确定楼外楼改建项目为省重点工程。1980年7月17日正式落成并营业。其内部装修，目前由中国著名工艺美术大师陆光正亲自装修设计，格局传统却显得格外大气典雅，端庄富丽，给西湖增添了一景，可谓楼外有楼，景中有景。层高三楼，占地面积4400 m²，建筑面积3841 m²，一次性可容纳1400余人同时就餐。楼外楼还拥有湖光山色画舫一只，宾客可邀朋好友在船宴上用餐，泛舟荡漾在湖面上，

游湖用餐两相宜，在船上用餐，雅乐悠扬，船行景移，其乐融融，真可谓“湖山美景不胜收，佳酿船宴人自醉”。

我们始终坚持“在外宾面前我代表中国、在内宾面前我代表杭州”的企业服务宗旨，切实加强对员工的专业技能培训，以我们“五心级”的服务认真接待好每一位顾客。目前楼外楼有中国服务大师1名，成立了级“大师工作室”。餐厅有高级技师服务员2名，技师服务员7名，高级服务员职业资格证书的有65人。厨房有高级技师5名，技师8名，高级工职业资格证书的厨师25人。每年选派优秀的厨师服务人员参加各类技术大比武，多次获得全国、省、市比赛的优异成绩。

4、名企。楼外楼是杭州一家知名的中华老字号企业，中国驰名商标。企业一直坚持品质经营、寻求品质发展，以《杭州楼外楼传统菜肴烹制技艺》非物质文化遗产为主线，致力于杭州传统菜肴的发掘和传承。高度重视食品安全工作，始终把食品安全的生产经营放在首位，严格执行ISO22000国际食品安全管理体系，全员关注采购、贮运、生产、销售每一个环节，确保食品安全关，让百姓放心，让顾客满意。

目前集团下属有楼外楼总店、玉泉山庄、岳王庙分公司、天外天菜馆、虎跑矿泉饮料厂、楼外楼食品有限公司（直营门店有40余家）、湖畔居花港茶楼有限公司、铭楼水产养殖有限公司等企业。现已成为集工、商、贸为一体的综合性集团企业。2015年楼外楼集团完成营业收入3.11亿元，实现利润3743万元，上缴税费5663.72万元，发挥杭帮菜的示范引领作用。企业先后被授予全国饭店业劳动关系和谐企业、中国驰名商标、中国饭店业优秀民族品牌，浙江省重点流通企业、浙江省诚信示范企业等。

（楼外楼 特约供稿）

『上百』

力创百年老店

浙江上百贸易有限公司位于绍兴上虞风景秀丽的曹娥江畔，是浙东地区一家批零合一的大型商业股份制企业。公司创建于1950年，前身为上虞县百货公司，是国资公司下属的一家国有企业，1998年改制为股份有限公司，并更名为上虞市第一百货有限公司，随着企业规模的扩大，2002年再次更名为浙江上百贸易有限公司。

从1950年至今，上百公司已走过65年的发展历程，我们坚持发展不停步，开拓创新，积极进取，愈显出蓬勃的生命力，至2015年底，公司拥有总资产逾8.59亿元，总建筑面积23万平方米。公司下设万和城购物中心、第一百货商店、第一百货大楼、浙江上百一百超市有限公司、盖北购物中心等多家分支机构，形成了一个以零售、批发、品牌代理、超市连锁的多元化经营格局。公司遵循“信誉第一、顾客至上、一点一滴、尽心尽力”的服务宗旨，秉承“团结、守信、务实、创新”的企业精神，销售额历年来稳步增长，2015年销售总额达17.17亿元，上缴国家税收5853万元，2015年末，综合实力名列浙江省服务业百强，各项指标在全省大中型企业中均



名列前茅。目前公司拥有员工 2600 多人,经营品种二十万余种,是绍兴地区商贸流通的龙头企业。

荣誉伴随着成绩而来,公司得到了社会各界的认可和消费者的厚爱,先后被国家、省、市政府及有关部门授予“中国商业名牌企业”、“全国商务系统先进集体”、“全国模范职工之家”、“浙江省服务业百强企业”、“浙江省消费者信得过单位”、“浙江省服务名牌企业”、“浙江省老字号企业”、“绍兴市百强企业”、“上虞区政府质量奖单位”等等无数荣誉称号,是上虞区唯一一家获得“浙江省重点流通企业”荣誉称号的流通企业。

掀开上百公司的历史画卷,不难发现,近几年公司在零售、批发、连锁超市等各项事业中都取得了惊人的业绩。第一百货商店由于受历史的原因,场地狭小、设施陈旧,商场虽经 93 年的扩建,取得了一定成效,但在硬件环境上离现代商场和消费者的要求还是有较大距离。从 1994 年起,公司吸收引进了国际先进的经营理念,1998 年公司斥资 2000 多万元,规划商场第四期扩建工程;1999 年底四期扩建工程完工后,单店面积从原来的 9000 多平方米扩大到 15000 平方米,随着营业面积的扩大,购物环境的完善,吸收了更多优秀品牌进驻,使销售业绩得到了跳跃式的发展,年增幅达 20% 以上,近几年在市场形势严峻、销售分流严重的情况下,一百商店也稳中有升。

一百四期扩建的成功,使公司又迈上了新的台阶,也看到了传统百货业的局限,为使百货商场的功能更完善、物业更多元化,2001 年公司又开始规划五期扩建工程,首次引进了国际大商场的概念,投入 4000 万元,对一百商场进行扩建改造使营业面积扩大至 27000 平方米,同时打破了商场单纯购物的观念,在五楼开设了餐厅、游乐场、运动馆、美容院等项目,对一站式购物理念进行了初步尝试,在现代百货和传统百货之间寻找平衡点,在保证老客户层的基础上增加了新客户层,减少了顾客的流失,2004 年完成销售额 5.5 亿元。

2004 年起,一百商店响亮提出“精致商品,实惠一百”的经营宗旨,将经营目标定位为大众时尚百货店,以中档为主、增加高档、兼顾低档,满足以农村消费者和工薪阶层为主的消费需求,2012 年受国家房产调控、通货膨胀等影响,经济形势较为低迷,再加上在购买力进一步分流、市场竞争更加激烈,在如此恶劣的环境下销售稳中有升,闻名全省,是上虞消费者公认的信誉极好的“百年老店”。

2013 年,一百商店再次进行重大经营结构调整,扩大一楼超市的经营场地,贯通商店五楼,添加四至五楼双向自动扶梯,将四楼家电移至五楼。品牌方面,继续坚持优胜劣汰原则,对经营品牌进行全面梳理和调整,将一些销量不好的品牌进行坚决淘汰,对一些既适合时尚消费,又受顾客欢迎的品牌,



优先安排好的经营位置，调整后的一百商店购物环境更加优美，经营结构更加合理，2016年，一百商店还将对品牌结构和购物环境进行大幅度的调整和改善，以更加适应消费者日益提高的消费需求。

上百超市在上虞城镇的不断开花，对配送中心的仓储能力提出了更高的要求，2004年，公司斥资1700万元，成功收购了位于开发区的奥克斯工厂，拥有占地面积78亩、仓储面积20000平方米的一百超市配送中心。配送中心强有力的配送能力，丰富充足的商品，使一百超市公司的销售额历创新高，至2015年，上百超市拥有门店115家，销售总额达4亿多元，是浙江省城乡连锁超市龙头企业、百县万村放心店工程先进单位。

零售业是上百公司的重要组成部分，上虞作为一个县级城市，因商贸业的繁荣，已成为商家必争之地，那么如何在硝烟弥漫、竞争激烈的零售市场中站稳脚跟，如何打破传统百货商场单一的经营模式，以适应消费者多元化的需求，已成为零售业发展的一个突破口。上虞城北新区已是我市当前及今后一个时期城市建设重心，它将成为我市政治经济文化中心，潜力巨大，加快城北新区建设，让城北新区尽快热起来、亮起来迫切需要一批优势项目来带动，特别是商贸业的带动。作为上虞商贸业的龙头企业，配合市政府的工作是我们义不容辞的职责，基于这样的考虑，2005年初公司在资金十分紧张

的情况下，以7630万元的高价拍得了城北新区57.3亩商业用地的开发权，斥资4亿元，重金打造上百万和城购物中心，把它建成一个集购物、休闲、餐饮、住宿、文化、娱乐、社区服务于一体的与国际完全接轨的一站式购物中心。经过近二年的建造，购物中心于2007年11月7日隆重试营业，当天销售突破2000万元，购物中心集合了星巴克、麦当劳、必胜客、味千拉面、DQ冰淇淋、烧烤、寿司、电影院、游乐场、KTV、健身房、美容美发、洗衣店、婚纱摄影、鲜花店、银行、书店及一大批国内外著名品牌，良好的购物环境，众多

的品牌深受广大消费者的欢迎，给消费者带来了全新的购物体验，使上虞人民“足不出上虞，尽购世界名牌”的消费梦想真正得以实现，完成了传统百货向现代百货的转变，也为公司的进一步发展奠定了坚实的基础，在整个零售市场中的地位更加稳固。经过8年多的发展，其经营格局更趋优化，如今的万和城已真正成为全市规模最大、环境最优、商品最丰富、购物最便利的大型商业“摩尔”，目前万和城拥有专属会员10万多个，微友5万多个，占到了目前上虞人口的13%左右。2015年万和城八周年店庆，再创奇迹，销售额达2000多万元。

2012年，公司又在上虞市盖北化工园区投资2.5亿元新建38000平方米的“浙江上百盖北购物中心”，该中心集超市大卖场、大型美食娱乐广场于一体，与购物中心配套的还有一个21900平方米的星级酒店，为虞北地区居民提供一站式购物、休闲、餐饮、娱乐等服务。2013年10月，该购物中心经过2年多时间精心筹划和建造隆重开业，浙江上百盖北购物中心是上虞城区之外新建的第一个上规模综合性消费场所，是造福一方的形象工程，经过近2年时间的经营和摸索，盖北购物中心已走出了一条适合自己的经营道路，经营结构、商品品类、购物环境等都能适应当地消费习惯，给消费者带去了方便、快捷、安全的服务，2015年销售达2500多万元。

2015年，公司又一次积极响应区委区政府提出的“城乡一体化”号召，在上虞区谢塘镇开设浙江上百贸易有限公司谢塘购物中心。2015年底交付进场，该购物中心于2016年1月9日正式开业，开业期间实现销售67万元，取得了开门红。

2016年，浙江上百贸易有限公司将在各级政府的关心和支持下，不断创新经营，开拓市场，完善管理，扩大消费，做强做大企业，力争创建“百年老店”，做成中国一流的零售企业和省内最具影响力的百货品牌。

（浙江上百贸易有限公司 特约供稿）



华夏瑰宝 商业之魂



浙江省老字号协会秘书长 丁惠敏

老字号是经济和文化的结晶，是传承与创新的典范，是厚重的物质文化遗产和非物质文化遗产，是宝贵的文化传统和精神财富，也是华夏商业文明的瑰宝。这一概念在今天已得到了社会各界

的认同，老字号企业因为自己是老字号而骄傲，因为自己有着百年甚至数百年的传承历史而自豪。可在过去的几十年，面对改革开放的新时代浪潮，“老”代表落后，所以那时的老字号并不愿意承认自己是



老字号，很多老字号因为城市建设需要拆迁而倒闭了，很多传承百年的企业湮灭在了历史的尘埃中。这个现状引起了在浙江省司法厅《律师与法制》杂志担任策划部主任的丁惠敏女士的深思。从2000年起，她便开始着手系统研究民族品牌的保护发展，并在2003年推动成立了全国第一个老字号协会——杭州老字号企业协会，又于2005年组建成立了浙江省老字号企业协会，协会秉承“保护资源、提升品牌、传承经典、弘扬文化”的宗旨，致力于重振、弘扬老字号工作，发挥政府和老字号企业间的桥梁纽带作用，开展了一系列富有影响、卓有成效的工作。

影响、推动各级政府开展振兴老字号工作。

协会的工作引起了各级政府的关注，展开了保护和振兴老字号的具体工作。商务部2006年开始实施振兴老字号工程，认定“中华老字号”工作，推出振兴老字号的政策和措施。原省经贸委组织协会对全省11个地市老字号的情况作了深入调查、认真分析，撰写调研报告《浙江老字号现状和发展对策》，2008年联合省委宣传部、省发改委等16部门印发了《关于保护和促进浙江老字号发展的若干意见》，开展“浙江老字号”的认定，目前已认定五批共计461家浙江老字号。协会会员企业超过300家，据不完全统计，2015年全省老字号企业总营业额超过2300亿人民币。

成功承办中国中华老字号精品博览会、中华老字号百年品牌高峰论坛。

由浙江省商务厅、杭州市人民政府主办，协会承办的中国中华老字号精品博览会已连续举办了十五届（包含台湾、澳门和日本三届海外博览会）。博览会为集中展示中华老字号品牌与文化提供了最佳平台，已成为全国老字号企业的年度盛事，也是我省推进民族自主品牌建设和振兴老字号工程最有效、影响最大的举措。作为商务部引导支持的老字号展会，中国中华老字号精品博览会已成为“中华老字号第一展”。

每年的博览会举办期间，还举行中华老字号百年品牌高峰论坛，邀请老字号和现代企业的掌门人、政府高层、品牌专家、财经记者等，探讨在新的经济形势下如何振兴老字号，老字号的核心竞争力，政府、企业和协会各自应该在振兴老字号中承担什么样的任务等话题，共商老字号提升品牌、创新发展的良策。

构建全国性的《中华老字号》杂志、网站、丛书、电视纪录片等品牌文化传播平台。

协会从一开始就很重视老字号的传播工作，通过几年努力，初步构建了中华老字号杂志、网站、丛书、电视纪录片等品牌文化宣传平台。《中华老字





号》杂志是国内唯一一本老字号杂志，已正式发行十二年；协会组织编辑的《杭州老字号系列丛书》以详细充实的历史史料和第一次披露的历史老照片展示杭州老字号的风雨历程；与央视合作摄制《中华老字号》百集纪录片、与浙江电视台合作摄制的《走进老字号》栏目在中央电视台及浙江电视台播出，这些举措都极大地提升了老字号的社会知名度。

组建首个老字号领域非政府智库——杭州老字号研究院。研究院成立伊始，就策划推出“中华老字号掌门人研修班”，并成为商务部“2014 中小商贸流通企业服务年”重点活动（商办流通函【2014】131号），聘请浙江大学、北京大学、上海交通大学等高校教授，政府老字号专家、知名品牌策划人等顶级优秀的导师，从老字号创新与发展、知识产权保护与应用、品牌战略与规划管理、高效商业团队合作与建设、公司治理与投融资以及商务部重点课题——互联网商业模式创新与老字号电商提升等方面对学员进行授课。目前已成功举办六期，来自北京、

上海、天津、重庆、江苏、辽宁等 28 个省市 300 余位老字号企业掌门人及高管接受了培训。

策划举办“紫禁城”杯中华老字号文化创意大赛，让老字号回到故宫向世界展示。

在历史上，很多老字号的产品都是皇家贡品，从某种意义上说，除国外贡品外，北京故宫收藏也是真正意义上的“中华老字号”精品的荟萃。协会与北京故宫博物院合作举办的首届“紫禁城”杯中华老字号文化创意大赛旨在促进故宫和中华老字号文创产业交流与发展，促进中华传统文化与当代时尚结合，引领社会对故宫文化作品和对老字号产品的关注，唤醒创意设计灵感，研发出更多能够传播中华文化的优秀作品，满足人民大众日益增长的精神文化需求，目前大赛已于 2016 年 8 月正式召开新闻发布会，全面启动大赛流程。🔗

（浙江省老字号企业协会 特约供稿）



银泰商业集团杭州区域总经理 袁幸福

做大 做强 做好银泰

银泰武林店 1998 年开业，为银泰商业集团的第一家店，历经十余年的发展，已经成为浙江乃至全国知名的大型百货零售企业，经营业绩和纳税情况均处于全省同行业前列。开业 17 年多来，武林店累计创造了 372 亿元的销售额、38 亿元的利润以及近 28 亿元的税收，近年来我公司先后获得了“浙江省重点流通企业”、“浙江省知名商号”、“浙江省消费者信得过单位”、“浙江省百强企业”、“金鼎百货店”、“杭州市名牌”、“浙江省名牌”等多项荣誉。2015 年经济稳中趋缓，国内外形势错综复杂，传统综合零售增长困难，浙江银泰百货包括武林点、百大店、临平店等八余家门店实现销售额 69 亿。每年的十一月，由杭州市下城区政府主办，银泰承办的“中国购物节大巡游”已经成为杭州的一件盛事，作为“中国购物节”的标志性活动，在两个小时的巡游里，有 17 个方阵参与了演出，游活动还吸引了外婆家、周大福等商家加入表演。从“双 11”开始，持续到 11 月 16 日，主张线上线下融合，为顾客提供全方位消费节日。其间，银泰推出了“银泰天猫价、天猫银泰货”，以“任性赔”、“任性退”、“任性送”为特色，打造双线融合的大狂欢。在 2016 年 5 月 20 日推出“任性报”、“任性邮”等活动，打造杭州时尚中心；2015 年 11 月 16 日店庆，武林总店

销售突破 2 亿元，刷新银泰单店单日销售纪录。作为一家年轻、时尚的百货店，能在十年多的时间里取得如此成绩，首先得益于省、市、区各级政府和职能部门对银泰百货的一贯支持和关心，为企业提供了良好的发展环境；

一、银泰三猫：喵货、喵客、喵街

银泰在原有的银泰网在线平台和天猫银泰网店基础上，推出了喵街、喵客、喵货、西选、西有等诸多基于移动互联网的全新项目共同开发了一系列互联网产品。



喵货：“喵”准商场好货，专柜直邮到家。

2015年3月，喵货上线银泰网与武林总店达成合作，喵货正式上线。

2015年6月26-30日，首届集团凹凸凹日2015年626期间，武林店喵货上线仅100余品牌，五天内订单量日均超千单，创造销售两千余万。

2015年11-12月，喵货迅速发展便捷购物方式受到顾客喜爱和导购支持。

2016年5月，新突破新发展，武林店喵货上线品牌数达，总数319个上线sku总数3.3万件，累计销售笔数8.5万笔，销售金额合计9000度万。

喵客：新升级，新体验。

2014年6月，武林店喵客启动，在专柜之间得到迅速推广。

2015年，开店数1356，销售2922.06万。

2016年，覆盖90%品牌，数千名导购16年至今销售累计2500万。

喵街：我的逛街神器

消费者可以通过找店、大牌购、元宝兑换、即时优惠、元宝超值兑换等平台级营销活动获得更多购物选择，并可以及时在喵布上询问、发帖、分享、参与互动，使用喵街支付同样很便利。商户店长通过平台做营销、会员管理，且将喵街作为信息发布平台、营销工具。喵街2015年6月份进入武林总店，历经一个月的准备时间，在武林店正式上线，并在9月30日进入门店自运营阶段，目前已有886家专柜接入喵街，喵街自有用户下载量已达200万。

喵街通过加强门店与顾客之间的联系，也加强了商户与顾客之间的联系，将喵街的线上信息露出、实用性功能，与线下支付、商品体验、优质服务结合起来，对消费者行为上来说，也是一种全新的体验。

二、坚持诚信经营，保障顾客权益，树立行业标杆

持续按照要求执行相关制度，积极执行由工商、消协及武林商圈9大商场共同向下城区各商业企业发出《“优化消费环境，提升消费服务”倡议书》，银泰还特别建立了CCQR投诉处理基金，对于一些处

在“三包”之外、法律条款之外，但又在情理之中的投诉，在掌握一定底线的前提下，尽量保障消费者利益，惠顾消费者。

1. 完善的商品服务制度保障。

根据国家有关商品质量政策法规的要求，建立健全各项规章制度，“有章必循，违章必纠”成为公司质量管理的原则。公司建立健全了《浙江银泰百货商品质量手册》、《商品上柜验收，核价程序及管理办法》、《标价签管理法》、《商品价格管理检查办法及考核细则》等近二十个切实可行的规章制度，逐步形成了一套较为完善的价格保证体系。

2. 强化售前控制、售中检查，提升商品质量水平。

百货商场要在广大消费者心中建立起自己良好的企业形象，就得从不售假冒伪劣和不合格商品这一个顾客反映最强烈的问题作为商品质量管理的切入口。首先，我们努力把好货关，加强售前控制。到目前为止，我司与所有供应商都签订了《商品质量保证函》，签订率达100%。同时，公司商管部还对所有商品的进货渠道、价格、质量等进行有效的管理和监控，对存在的问题及时进行处理。其次，严格实行进货验收制度。公司对商品标价签、标识、质量、计量、物价、索证情况进行严格地检查验收。为充分贯彻公司“强化基础管理和服务深入人心”的工作要求，以提高全体员工的岗位技能和专业技能，提升商品质量整体水平，公司组织开展2014年度“商品质量月”活动。

3. 强化售后服务，维护消费者权益

公司为提高服务质量，解决消费者购买商品的后顾之忧，公司先后出台了无障碍退货服务承诺、“CCQR”投诉保障基金等售后服务管理制度，并不断修订完善，推出了《VIP金卡尊享无理由退货政策》，2014年成立了《顾客委员会》，每半年召开顾客委员会听从顾客的建议及想法，一系列从顾客角度出发、为顾客着想的措施，显著降低了顾客投诉，提升了顾客满意度。

2016年初面向顾客更是推出“一站式任性退”服务，商品自购买之日起60天内，未经使用，不影响第二次销售的服饰、鞋包类(精品除外)商品，同

时涵盖内衣、睡衣、泳衣。凭有效购物凭证(含小票、各类刷卡、支付记录)均可进行退换货。

三、承担保护环境和节约能源的责任, 创建平安商场, 回报社会

1. 积极响应“节能减排”号召, 保护环境

公司于2007年推行ISO14000环境管理体系, 并持续按照要求运行, 采取各种措施响应“节能减排”号召, 如对空调系统进行节能改造, 将燃烧柴油的远大溴化锂空调主机改为燃烧天然气, 能源支出下降54%。同时采用变频技术, 有效降低能耗, 减少环境噪音的排放。另外对商场各疏散通道的照明进行改造, 将原来的照明灯改造为感应式灯光, 节约了不必要的电费支出和灯具损耗。2010年下半年开始对各楼层的灯具逐一更换新型节能照明灯具, 灯具全部更换后, 节电达到50%。2012年下半年完成了自动扶梯顶部LED灯带的更换, 提升物业设施档次, 节电效果明显, 年均节电量也为10万度。日常用水方面则注意合理降耗, 2010年上半年用水同比下降28%。2011年获得杭州市节能先进单位、浙江省绿色低碳经济标兵企业、“十一五”期间杭州市节能先进集体。

2. 积极回报社会, 赢得社会好评

在企业健康、快速发展的同时, 银泰百货始终不忘回报社会, 积极参加各种社会慈善活动。包括, 2008年集团向汶川地震灾区积极捐款; 自2003年以来连续12年捐助淳安县安阳乡、浪川乡等贫困乡,

累计捐款149万元; 资助社区困难学生完成学业; 连续13年参加“春风行动”, 号召全体员工慈善捐助, 已累计捐助约57万元; 2010年向贵州玉树地震灾区捐款8万余元。2010年以来开展山区义务支教, 相继前往淳安鸠坑乡完全小学、金华磐安县高二乡小学、衢州灰坪乡小学、杭州天成教育集团下的民工子弟学校等进行支教; 积极参与配合街道、社区开展的区域化共建活动: 如2000年出资对耶稣堂弄进行了较大整治和扩建; 2002年与社区一道发起“你笑我笑大家笑”爱心捐助活动, 共捐出10000多台笑脸收音机, 为社区特困群体筹募30000多元的生活费用; 2003年发起“大手牵小手”助学扶贫活动, 为天水地区贫困学生设立了奖学金, 并与延安新村社区八对困难家庭结对, 至2014年已捐助12.7万元, 用真切的行动为社会的进步贡献出一份力量。

为了关注解决一线员工寒暑假“小候鸟”问题, 集团成立银天书院, 组织安排暑期、寒假“小候鸟”课堂、亲子活动等, 一线员工免费报名参加, 为一线员工解决切身实际问题。随着经济的发展, 银泰不忘反馈社会, 向社会传递银泰百货武林店创新求变、引领时尚、热心公益的经营态度。

目前, 银泰品牌已拥有广泛的市场知名度与好评度, 持续有效地实施现代企业制度、现代管理技术、现代市场营销手段、科学人力资源管理手段、提升综合素质是企业面临的长期任务。公司目标是做大、做强、做好银泰, 为加快区域经济发展以及为杭州乃至浙江地区的商业发展做出更大贡献。

(银泰商业集团 特约供稿)



世间美食千万 独爱潮牛火锅

2015年，潮牛火锅美食风席卷全球，让牛肉火锅成为最火爆的美食。

“秘食”系杭州和利记元餐饮管理有限公司旗下餐饮品牌。精致生活，健康膳食，这是秘食作为餐饮品牌的核心宗旨。秘食潮汕牛肉火锅从2015年开始筹备，2016年初正式在杭城亮相，以湖滨店为首家旗舰店，并以优质的产品、时尚的形象、优良的服务迅速引爆杭城，并在杭州美食口碑领先。随后武林店也相继开业，滨江宝龙店和台州万达店已



经装修接近收尾，也可以马上开业。秘食潮汕牛肉火锅打破传统火锅店的风格，以简洁大气的整体形象，符合时下年轻人的品味。正宗的潮汕牛肉火锅有两个必要的条件：第一是牛肉，第二是厨师。秘食把中国最好的黄牛肉——云贵地区高山黄肉带到了杭州，又邀请正宗的潮汕师傅对牛肉进行切分加工。品质是餐饮的基础，顿顿鲜牛肉，餐餐鲜蔬菜，牛肉出品从斩杀到上桌不超过4小时，当天的牛肉均不隔夜出售，保证牛肉的新鲜口感，只需10秒，就能尝到最正宗美味的潮汕牛肉，加入搭配的各式调料，让牛肉的鲜度能更好的体现出来。只有正宗的潮汕师傅才能切分出最正宗的牛肉，吊龙、雪花、匙仁等这些潮汕人对牛肉的称呼，让人可以吃到最地道的潮汕美味。秘食不仅把潮汕最地道的口味搬运到过来，还不断的创新，每个月必须有2个以上的新品研发出来。小龙虾、芝士丸、花生苗各式的潮汕特色炒菜卤味等，都体现秘食把菜品做到极致的态度，也受到广大吃客的一致好评。



秘食潮汕牛肉火锅之千里寻觅

为追求正宗的潮汕牛肉火锅，秘食的创始人不远千里去往潮汕火锅的发源地——潮州。为找到最正宗的潮州美食，他们吃遍了潮州的大小牛肉料理，终于在一日入夜时分叩开了潮州美食的大门——当地最有名的乌记牛肉。他们研究乌记牛肉的成功秘诀，学习正宗的潮汕牛肉秘制方法，调研四方，寻觅千日，终于最正宗的潮汕牛肉火锅带到了杭州。

一方水土养一方牛

为追求最好的口感，秘食的牛肉全部源自中国最好的黄牛肉产地——云贵地区。在没有饲料喂养和污染的环境的产出的高品质的黄牛。优质的牛肉前提有二：第一，必须是两年内的嫩黄牛，保证牛肉的鲜嫩口感；第二，必须是母牛，母牛的脂肪含量比公牛高，它的肉更适合做潮汕牛肉火锅。一头 500 公斤的牛，可以用作火锅食用的也就 200 斤左右，真可谓百里挑一，口口精品。

秘食潮汕牛肉火锅之人才篇

美食是一门技术活，只有专业，才有品质。只有正宗的潮州师傅才会切正宗的潮汕牛肉。秘食从潮州请来一流的厨师和后厨工作人员，以保证牛肉的出品质量和口感。为追求不断的完善和扩充，秘食与高等技术学院合作，开设潮州菜厨师班，让资深的潮州菜师父授艺，保证在高速发展的秘食餐饮，提供优秀的人才。

秘食潮汕牛肉火锅之产品篇

秘食还不断研制新的特色产品，在原有传统的潮汕牛肉火锅的基础上，不断推出新的产品，满足不同人的需求和喜好，以获得更多的消费群体的喜爱。

秘食的蔬果全部源自秘食战略合作的农场。绿色、科学、生态是秘食对蔬果严格要求。高品质的新鲜食材，才能成就高的味蕾体验，在传统的蔬菜基础上，秘食对蔬菜菜品有着更高的要求，我们不断的开发新的蔬菜品种，对健康和创新都一丝不苟。在健康的饮食前提下，做到每一份产品都是精益求精。

秘食的果汁饮品，也均为 100% 原果鲜榨，绝不添加其他添加剂来影响饮料的口感。还有潮流特饮，让吃货们也纠结。

秘食潮汕牛肉火锅之发展篇

秘食的众筹模式一直都被认为是秘食成功的关键，筹人脉、筹资源、筹资金。2017 年，秘食也会迅速向全国进行拓展。为迎合高速发展的秘食餐饮，公司与多家技术学院合作，为餐厅提供高学历的餐饮技术类人才。在不断提高秘食的服务品质 and 专业的业务技能同时，也为满足秘食的品牌质量提供良好的保障，更为社会就业提供良好的平台。公司还高薪聘请大批高级管理人才，对品牌进行不断完善和开发，让秘食可以在竞争日益激烈的餐饮行业中领跑。

（秘食 特约供稿）

老百姓大药房勇辟新天地

海宁老百姓大药房是一家在海宁当地家喻户晓的医药零售企业，从2003年成立连锁以来，在董事长吴泉坤带领下，与老百姓大药房的全体同仁，一路披荆斩棘，历经多番努力终于成为区

域龙头企业。不少同行在考察老百姓大药房后，纷纷竖起大拇指，认为老百姓大药房是目前业内首屈一指的中国最强县级连锁药店。连同行们也无不由衷地称赞老百姓大药房骄人的业绩和敢为天下先的开拓精神。



“老百姓”在线支付开先河

不能实现医保在线支付，原来被认为是医药电商发展的最大障碍之一。然而随着人们对医药电子商务的需求越来越高，网上医保支付已经是急需解决的问题。如今电子商务迅速发展，但网上医保支付一直是制约网上药店发展的一个重要原因。老百姓大药房在本省及嘉兴等医药零售领域内具有良好品牌和知名度，一直致力于创新。老百姓大药房经过综合分析市场需求、政策导向和自身优势，决定建设互联网药品交易服务平台。突破药店实体店难上线的瓶颈，让顾客充分享受E时代购药的方便。

在政府的大力支持下，根据国家法律法规要求及政策，投资进行药品电子商务的软件开发、硬件及组织机构建设，获得了《互联网药品交易服务资格证书》，配备了专业药师做为客服人员，负责在线为广大顾客提供专业的咨询服务和指导，从而可以保证顾客得到与实体店一样的药师咨询、购药指导，解决顾客网上购药的后顾之忧。同时，根据验收标准，老百姓大药房网上药店设置承担电子商务平台建设与管理专项职能部门——电子商务部，下设数据管理组、技术维护与安全管理组、客户服务组、交易审查组，并且明确各自的职责，将信息管理部纳入企业质量管理体系之中。各组分别按照岗位职责要求配置药学、计算机技术、法律等能胜任相应职责的专业技术人员。为了相关业务人员应熟悉各自岗位职责，掌握相关工作流程和管理制度，单位组织员工认真学习国家法律法规、相关管理制度、工作流程及操作程序(SOP)，以及客户身份认证程序、售后服务标准等内容，保证电子商务项目顺利开展。

同时，根据顾客对产品质量及服务的需求，



董事长 吴泉坤

将以到实体门店购药的传统交易模式，转变成基于互联网B2C电子商务交易模式，即让顾客从“海宁市老百姓大药房有限责任公司”便捷地获取所需药品信息、快速下单、安全支付，同时为买方提供实时的在线客服，及时解答消费者在选购和使用药品方面的疑问，给予消费者更多合理用药指导，保证交易过程信息的真实性、准确性及交易的安全性，从而为消费者提供更为便利的消费方式，提高企业经营效益。

“老百姓”一切服务老百姓

要实现医保在线支付，是一项复杂的系统工程，用户必须先拿医保卡去药店，进行实名认证，医保部门通过系统可以确认买药者的身份。登记之后，用户将得到一个唯一的ID，通过ID再进入系统购药，就能实现医保支付。

为了方便顾客，专业人员还为顾客提供在“海宁老百姓大药房网上药店”购药以后选择上门自提或者配送上门。通过充分准备，老百姓大药房终于在2015年1月17日终于实现了零的突破，成为全国首家实现医保在线支付的药店。

考虑到海宁毕竟是县级城市，本土的大部分

年长的购药消费群体都没有网购经验，也不会使用原有的网上医保支付系统，于是在2016年8月底又率先开通了移动医保支付系统。该系统有别于手机移动端支付服务模式，老百姓大药房开通的移动医保支付系统，是在原有网上药店购药可以在线进行医保支付的基础上，简化操作流程，让消费者一个电话即可实现下单并提供送药上门服务，购药者在收到药品确认后，随即在送货员的移动医保支付机器上完成医保部分的结算。

在移动医保支付系统开通仪式上，海宁市人社局局长王一鸣对现场嘉宾发表了简短的致辞，在他的发言致辞中，曾数次提及海宁市监管部门愿意做出改变的原因。“在健康需求日益扩张，健康问题逐渐成为公众关心的核心问题的大环境下，如何提升医保支付的便利性，让参保人员更为方便的使用医保系统，提升政府部门的服务能力，是海宁市人社局如今工作的重点。”

毕竟，以往不少区域的医药监管部门往往以药品流通安全为理由，对新模式、新渠道有所抵触，但固有的管理思维与方式却容易忽略公众购物体验，而海宁相关部门的尝试，无疑更考虑公众感受，为创新提供了可行空间。

为老百姓的健康打造未来

老百姓大药房不断提升的C端服务意识，亦使其有幸成为第一位吃螃蟹者。通过开通网上药店医保在线支付进行尝试，然而经过一年多的试验，吴泉坤感受到要服务好药店主力消费群体——中老年人群，仅仅开通网上医保支付并不能真正解决问题。

移动医保支付系统的开通大大方便了年老体弱者、残障人员以及不熟悉或不具备电脑网络操作条件的购药人群，为他们提供便捷的购药方式和医保结算服务。为引导更多消费者熟悉移动购药和移动医保支付，老百姓大药房还承诺移动购药价格比其实体店平均便宜15%~20%，以逐步培养消费习惯。为此，老百姓大药房专门配备了2辆专车和3名配送人员，为消费者提供12小时送

达的购药服务，真正做到便民利民。

在吴泉坤看来，消费者自我意识不断觉醒、技术持续升级、市场竞争加剧等客观趋势已经不可逆转，要适应这种转变，监管部门和零售企业都必须进行思维与工作形式的升级，这对政、商都提出新的要求，而海宁市监管部门与海宁老百姓的合作与创新，无疑是双方达成共识，满足消费者需求的最好体现。

随着系统升级和改进，海宁老百姓大药房的流程可以确认和跟踪患者用药情况，确认是否本人的处方、防止骗保和药物滥用等情况。大药房需要下一步解决统筹账户的问题。患者用个人账户买药天经地义，不过一旦超过了里面的金额，是不能用统筹账户的，这是今后需要政府协调和改进的地方。一旦监管医保资金的信息化系统成熟，处方远程审核成熟，滥用医保资金的担忧就可以解除了。

为长远发展，老百姓大药房更是规划投资1.5亿元建设大型医药商业综合体，探索集药品储存、配送、销售、医疗服务、养生保健等为一体的新医药模式。

目前，海宁老百姓已成为拥有68家直营连锁药店、7家连锁诊所、年销售额达2.5亿元的区域知名连锁企业。这一切均得益于吴泉坤“敢闯”的性格。

由于吴泉坤和他团队的不懈努力，企业被评为“最具影响力医药电商品牌”、“最具投资价值的医药电商企业”、“浙江省首批省级电子商务创新试点企业”、“浙江省化妆品经营示范单位”、“浙江省保健食品经营示范单位”和“浙江省商贸流通业诚信示范企业”等众多荣誉称号。相信吴泉坤在这个健康的事业上将会实现自己的梦想，走出一条辉煌大道。

海宁老百姓大药房 特约供稿)

一百离你很近

你能留给生活的时间可以更多

文 / 沈黎婷

繁 华的城市，生活节奏总是这么的匆忙，赶公车、赶着回家做饭、赶着商店促销……似乎每个人的脚步都是加快的。我们已经被工作、家庭责任以及极度疲惫的世界的快节奏性搞得不堪重负，所有人都像是活在不同次元的空间，不时擦身而过，却始终没有交集……

偶尔闲暇时去商场购物，都要花不少时间在停车场绕啊绕，好不容易找到车位停车，买完后还要提着一大袋东西，排着长长的队等结算，这是何等的体验？其实你可以有更好的选择，选择离你最近的一百，你会发现——把生活交给一百，你能留给生活的时间可以更多！把生活交给一百，可以让你在现代社会的快节奏生活中“慢”下来，以更平和的心态面对生活中的各种压力和诱惑。

近年来，以“深入社区，便民连锁，走规模经营之路”为发展思路的一百超市连锁已遍及诸暨的大唐、草塔、店口、璜山、湍浦、王家井、陈宅、江藻、安华、五泄、马剑、枫桥等中心镇及市区各大成熟社区及新型小区，满足了周边居民的消费需求，一百连锁品牌已渗透到暨阳大地千家万户。如何让一百服务更为便利，一百人一直在努力和探索。

把你家的“菜篮子”交给一百

“外面菜摊上3元，这里一斤大白菜2.5元，茄子也比市场菜摊上便宜不少呢。”10月的一天上午，在一百超市上海城店，手提购物篮的王大妈一边选菜，一边对记者说。

记者看到，在一百超市上海城店的货架上，堆满了各种各样的新鲜蔬菜，货架上端挂着标价签，上面写着当日的售价，

各种时令蔬菜达20余种。“女儿、女婿今天回家，我买了毛豆、茄子、土豆等6种新鲜菜，总共花了30多元，这要在外面的菜摊上买至少得花40多元哩。”王大妈乐呵呵地说。超市的工作人员正在忙着码放货架上的蔬菜，她告诉记者，每天来店里买菜的顾客很多。

近年来，农药残留、违规添加化学物质的食品安全案件不断发生，如何能让市民的“菜篮子”更加安全呢？一百超市自2013年启动了“农超对接，





基地直采”工程，通过生鲜事业部采购经理的积极对接，实现鲜活农产品从基地、农户向超市直供的新型流通方式，为优质农产品进入超市搭建平台。通过这种高效率、低成本的经销模式，有效把控商品质量、降低成本，让健康、环保、价廉物美的地方特色鲜活农产品走上市民的餐桌。

在一百超市生鲜货架上，蔬菜、水果、肉类、水产、豆制品、蛋类等各种商品应有尽有，蒙自石榴、阿克苏苹果、库尔勒香梨、赣南脐橙、涌泉橘子、福建蜜柚等一批又一批来自天南海北的地方“明星产品”不时引来顾客疯抢。把“菜篮子”交给一百，定能给你装满品种繁多、物美价廉的生鲜果蔬食品，让你再也无需起早去市场买菜，同时工作人员还能满足你去皮、切段、剖膛等各式定制要求，让你过上“懒人生活”！

把你家的“账单”甩给一百

有的家庭还在被水电费所困扰，挺麻烦的，一不小心就会看到楼下贴了自己家的欠费通知。可以选择在网上银行缴纳，这个方法还是有点麻烦，因为要输入挺长的一串银行卡号，然后再进行缴纳，十分不便捷。可以选择从支付宝里面快捷支付水电费，但是需要提前绑定好银行卡。那么有什么便捷的方法可以使缴纳水电费不用再这么麻烦的吗？这些做起来很琐碎的“管家婆”式业务，一百超市乐此不疲。

月中是缴电费的高峰期，记者在一百超市看到，工作人员使用的是邮政便民服务系统，以电费为例，市民只需出示电费单子上的用户号，工作人员将它输入系统后，页面会自动显示户主姓名及所欠电费金额。“不用大老远跑去银行，碰着人多还得排队等。”一位顾客攥着电费通知单说，“ATM机不会用，每次去银行又得绕远路，一百超市里可以代缴电费，真的是太方便了！”记者看到，支付缴费单上印有

收费项目、用户名、用户号码、缴纳金额等内容，一式两份作为凭证。据了解，此为一百超市邮政合作推出的便民服务项目，可提供充值、缴费、代售业务及代理顺丰快递和电瓶车充电等服务，并且不收取任何中间费用。

除了邮政便民服务项目，一百超市内还有一方“神器”，这“神器”接上电源后可以大显“神通”，缴费、充值、在线交易异常快捷、方便。这就是一百超市独家代理的“拉卡拉”便民机，只要一张银行卡，信用卡还款、转账汇款、手机便民机充值、宽带缴费、交通罚款缴纳、火车票、飞机票、福利彩票等等全部搞定。据一百超市相关负责人介绍，“拉卡拉”便民服务终端机在诸暨市内的代理权只给了一百超市，包括仓储店在内的19家分店以及一百万利来广场都已投入使用，市民可到超市柜台处办理所需业务。

有了一百这个“管家婆”，你完全可以把家里的账单甩过来，过上“甩手掌柜”的轻松生活！

把更多的时间留给你的生活

时间如沙漏，终究会遗失得无影无踪，只有好好珍惜每个今天，把握每天的宝贵时间，活出自己，别让生命留给自己遗憾。人的一生中有多少时间浪费在等待上？一百超市推出的自动售货机，让大家可以不用忍受排队的痛苦，不用在一大堆商品前零乱了思绪，畅快享受到自助购物的便利和快捷。

记者走访得知，自去年2月份起，一百超市陆续在连锁门店及医院、汽车4S店等人流密集地投放



把你的选择留给一百，快捷的购物体验让你有更多的时间留给美好的生活。在这冬日的阳光里，祝福大家都能在这美好的时间里，做自己最喜欢做，做自己认为是最重要的事情。

2016 ZHEJIANG COMERCE PEAK BBS
第六届浙江商贸高峰论坛

新商业 新机遇 新发展

*ADULTS & YOUNG OF THE YEAR, FRANKLIN AND WILKINSON RIVERS, TO MONROE FROM SUNDAY MORNING THROUGHOUT THE SEASON ON THIS SERVICE (SEE LIST FOR DATES) 1967

作者地址：
浙江工商大学
浙江 杭州

2008年12月
2008年12月
2008年12月
2008年12月

澳門總局
 澳門特別行政區郵政總局
 郵政特快人字標郵件(掛牌及掛牌外) (澳門特別行政區郵政總局)
 澳門(上海)特別行政區郵政總局(澳門特別行政區郵政總局)
 澳門(香港)特別行政區郵政總局(澳門特別行政區郵政總局)
 澳門(澳門)特別行政區郵政總局(澳門特別行政區郵政總局)
 澳門(澳門)特別行政區郵政總局(澳門特別行政區郵政總局)

[illegible]

揽山水之秀 享悠闲人生

——千岛湖秀水街

文 / 章建维

千岛湖秀水街坐落于秀水甲天下的千岛湖，相邻千岛湖旅游码，是集旅游集散、休闲娱乐、夜游狂欢、民俗演出、主题活动及特色购物等多项功能于一体的文化休闲特色街。街区建筑富有徽派建筑的风格，小品雕塑、亭台楼阁、历史文化长廊等极具体现淳安当地的民俗文化，具有浓厚的地域文化特质，是展现淳安历史文化的缩影。

千岛湖秀水街的发展注重品质提升、注重文旅商贸的有机融合发展，秀水街自2007年9月21日开街至今，本着诚信经营、共兴街区的诚信理念，精心培育。目前街区业态丰富成熟，拥有购物、餐饮、休闲娱乐、精品酒店住宿、文化创意等多种业态项目，商业已具规模，实现商业街一站式服务消费。街区每年举办各式文化娱乐活动，文化休闲氛围越来越



浓厚，街区活动已成为市民和游客所喜欢的重要节庆活动。街区的品质业态项目、精彩的文化活动及街区特色的文化特色吸引了众多的市民游客。2011年，街区分别被评为淳安县商业特色街、杭州市商业特色街；2014年，成功创建了浙江省特色商业示范街；2016年任命为淳安县首批文化创意产业园区。

随着2016年年底，秀水街购物业态即将到期，为了进一步提升街区的品质、品味、形象，凝聚街区“灵气、帅气、秀气、洋气、大气、和氣、精气、朝气”，

以旅游目的地目标打造，更加注重本地居民的融入感，实现“旅游+商业+文化体验+慢生活休闲”的功能定位，最终打造更具文化创意体验街区、文化休闲特色街区。

旅游：参考5A级景区要求，高标准加强公共环

境卫生管理，完善便捷特色的指示标识系统，设计个性化垃圾桶，深化厕所革命。

商业：充分展现淳安地方的商业文化、特色商品。

文化体验：通过文化创意项目展现淳安文化元素，通过小品景致展现淳安的文化底蕴。

慢生活休闲：现代生活快节奏给人带来疲惫，需要轻松、清静的环境，需要通过一种方式缓和自我、释放心灵，与疲惫、烦恼说再见。秀水街在地理位置上具备了条件，通过一些娱乐项目、休闲项目、舒适的酒店及一些活动等实现。

千岛湖秀水街再此前，面临着客流量相对大、时间点相对集中、白天人相对多、晚上客流量相对少、晚上有活动客流量相对多等现象。为改变这种现状，

根据依据秀水街定位，为将秀水街打造成为景





区景点，商业文化特色更为突出及更有吸引力，白天、晚上都聚集众多的市民游客，让市民以秀水街商业特色街为自豪，让游客在秀水街得以享受舒心的时光，充分考虑本地市民对商业街的期望、游湖返程客人得以停留及满足其基本的生理需求、非游湖客人因商业街特色慕名前来。为此，千岛湖旅游集团通过对街区定位、商业街发展趋势、市场对业态项目的需求、街区发展经历及优劣势等方面进行分析研究，制定了秀水街购物业态招商方案，计划通过2016年年底及2017年年初进行业态调整升级及部分基础设置进行改造提升。

在本次的业态规划中，更为注重文化的内涵及其挖掘，注重品味形象、注重业态项目的特色发展、注重市民游客的消费需求等因素。街区围绕新安文化传承保护、平面艺术创作、文创产品设计研发与销售、文化休闲体验、特色美食小吃、淳安地方特色产品项目等业态项目发展；在现有文化及体验性展馆、文创馆、精品主题酒店、特色餐饮、国家级星级茶馆等业态项目的基础上，对购物类业态拟引进文化类项目，专区式展销文化创意产品；引进现场制作糕点、小吃，让市民游客可参与体验美食的制作，品尝地方特色美食，设立古早味产品销售特区；引进地方特色产品项目及土特产，让客人了解淳安的地方产品，通过创意包装设计及产品本身的优质性和特色性吸引更多的客人。

在基础设施上，按照商业街国际化的标准，优化街区标识标牌视觉导视系统，墙面艺术创作、小品精致打造等形式美化街区、增加街区的休憩设施设备、实施厕所星级化标准改造等，进一步优化街区设施及形象。

千岛湖秀水街以商业特色、文化传承与创意、旅游休闲等为基本要义，通过调整升级，实现文旅商业融合发展，促进商业、文化、旅游特色发展，让秀水街成为千岛湖旅游的目的地，市民游客游玩休闲的理想胜地。



杭产女装基地

——杭州意法服饰城

杭州意法服饰城地处杭海路 98—102 号，坐落于闻名遐迩的“中国女装中心”、“中国服装第一街”的核心交易区域，经营面积近 8 万平方米。意法以杭产女装为业态，汇集近 2000 家优秀自主品牌，是杭产女装的研发、生产、展示和交易中心。通过多年悉心经营，凭借自主品牌、商标注册率高，商家注重产品质量，设计时尚、款式新颖、货源充足、价格适中等一系列优势，意法的知名度和美誉度不断攀升，客商辐射全国专业女装批发市场及商场与超市等。

2011 年起，意法紧抓产业优势，推行实体店与网店双渠道分销，在传统与创新的碰撞中，厚积薄发，成为全国一级女装市场的领跑者。

【原创原产】

杭州意法服饰城是“杭产女装基地”，同时也是“原创女装基地”。近 2000 家优质女装商家，基本都具备专业设计团队，拥有各具特色的服装加工厂。得天独厚的商家实力，保证了意法服饰城的品质和口碑，“原创原产女装，首选意法服饰城”早已深入人心。意法商家注册有大批自主品牌，注重设计、注重品牌、尊重知识产权，正在积极培育领先全国的“原创原产女装品牌”新生势力。

【双渠道分销】

为顺应互联网时代的发展，2011 年意法服饰城在二楼设立“网货直销区”，并日渐成为在国内具有广泛影响力的网货供应基地。同时成立掌柜帮网络科技有限公司，运营“意法网”和“掌柜帮商户版”两大产品模块，帮助进场商户拓展渠道。在扶持原创设计、精工货源的同时，进一步确立了实体店和网店双渠道分销的优势。

【服务管理】

服饰城与全国几十家专业市场建有友好合作关系，与众多商超、百货、大网店联系紧密，让意法女装的分销商遍布全国，远至东南亚、中东地区。

意法以开放、学习的心态，不断吸取先进的市场管理理念，加上多年的运营经验，形成了一套有效的管理制度，确保各种商务活动的有序开展。意法一方面全面配合、帮助进场经营户提升业绩，另一方面也热忱欢迎更具竞争力的品牌进驻，保持服饰城的不断进步和长期活力。

齐全的配套设施，如餐饮、银行、泊位、现代物流、消防及防盗系统，均为广大经营户及采购商提供了便捷与优质的服务。



杭州意法服饰城发展历程

2002年9月28日，杭州意法服饰城开张营业。

2003年3月，浙江省工商管理局授予“三星级文明规范市场”荣誉称号。

2008年3月，被浙江诚信企业办公室授予“浙江诚信企业示范单位”荣誉称号。

2009年1月，被中国商业联合会授予“中国品牌市场”荣誉称号。

2010年12月，荣获中国商业联合会授予的“杭产女装中心基地”称号。

2011年3月，意法服饰城二楼设立杭产女装网货直销区。

2011年9月8日，成功举办首届意法采购商交流 YFBF1。

2011年12月，荣获中国商业联合会授予的“中国市场年度先进管理机构”荣誉称号。

2012年4月，被中国市场学会商品批发市场发展委员会授予“全国诚信经营示范市场”。

2012年6月，被浙江省工业经济联合会、浙江省企业联合会、浙江省企业家协会联合授予“浙江省诚信优秀品牌单位”荣誉称号。

2012年9月，被中国商业联合会授予“全国优秀示范市场”。

2012年9月20日，举办 YFBF2 暨意法服饰城十周年庆典。

2013年6月，意法杭产女装原创馆设立。

2013年9月8日，成功举办 YFBF3。

2013年11月，被中国商业联合会授予“全国优秀示范市场”。

2013年12月，获得纺织服装周刊杂志社评选的“年度十大专业市场”。

2014年3月，新版意法网上线。

2014年4月，中国市场学会批发市场发展委员会授予“全国文明诚信经营示范市场”荣誉称号。

2014年6月20日，省委书记夏宝龙等领导考察团莅临意法服饰城指导。

2014年9月13日，成功举办 YFBF4。

2014年12月，荣获杭州市司法局授予的杭州市“十大金牌和事佬”荣誉称号。

2015年1月，被浙江省工商行政管理局授予“四星级文明规范市场”荣誉称号。

2015年4月2日，杭州市副市长谢双成一行领导莅临杭州意法服饰城视察。

2015年9月7日，成功举办 YFBF5。

2016年4月，被中国市场学会批发市场发展委员会授予“电子商务示范市场”。

2016年10月，荣获“中国纺织服装电子商务创新创业试点基地”称号。





2016 浙江金秋购物节新消费主题峰会在杭召开

10月21日，2016浙江金秋购物节新消费主题峰会在杭州召开。会议由浙江省商务厅主办，浙江省商贸业联合会承办。浙江省商务厅徐高春副厅长在会上致辞，国家商务部专家宋则、搜铺网商业地产研究院院长陆兴泰、中国银联浙江分公司总经理徐承彦、杭州解百集团股份有限公司董事长童民强分别作主旨演讲。浙江现代商贸发展研究院赵浩兴副院长主持了沙龙环节，老板电器华东一区总经理沈忠达、杭州宝成科技有限公司创始人彭小飞、百联集团浙江联华快客便利有限公司总经理马剑、中国检验认证集团浙江认证中心副主任缪莉等专家、企业家紧紧围绕“引领新消费的实践与创新”这一主题进行讨论。

全省特色商业示范街工作交流会暨浙江省商贸业联合会商业街专委会一届二次会议在杭召开

10月25日下午，全省特色商业示范街工作交流会暨浙江省商贸业联合会商业街专委会一届二次会议在杭召开，浙江省商务厅、浙江省旅游局、各地市区（县）商务局相关负责人，杭州、宁波商业街协会及全省特色商业示范街代表参加了会议。会议由浙江省商业街专委会（简称“商街委”）常务副主任兼秘书长、杭州市商业特色街联合会会长唐水龙主持。浙商联秘书长、商街委主任魏君聪作了商街委年度工作报告。会议还为青芝坞休闲旅游慢生活特色街区（村）等14条“第三批浙江省特色商业示范街”颁发了奖牌。



第五届浙江国际养老服务业博览会隆重开幕

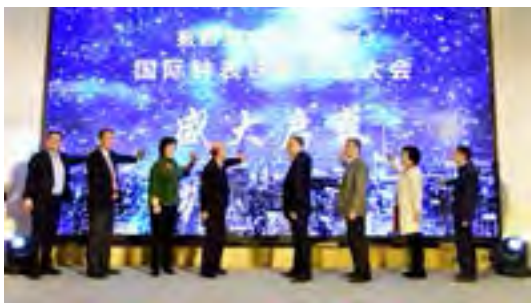
11月11日上午，第五届浙江国际养老服务业博览会（以下简称浙江老博会）在杭州和平会展中心隆重开幕。本届老博会展会面积达到10,000平米，包括绿康集团、三胞集团等百余家行业标杆企业展商参展。会上，还举办了中日（江浙沪-静冈）养老服务业高峰论坛、“三百”颁奖盛典。此外，展会同期进行商业保险与养老服务业融合发展研讨会、医养结合实践与创新论坛、中日（浙江省）老龄产业交流会等多项专业性活动。

2016 中国商业品牌（浙江衢州）资源对接会暨浙江名品展隆重开幕

为搭建良好的商业供需对接平台，2016年11月18日，“2016中国商业品牌（浙江衢州）资源对接会暨浙江名品展”在衢州市拉开序幕，活动以“搭建招商新平台、助推商业新发展”为主题，此次活动由浙江省商贸业联合会与衢州市商务局联合主办。浙江省商务厅周关林副巡视员、衢州市人民政府副市长马梅芝、衢州市政协副主席刘炳炎、衢州市商务局局长方法、浙江省商贸业联合会秘书长魏君聪等领导出席了本次大会。

本次大会以商业资源对接的“非诚勿扰”式平台，组织商业项目与品牌连接，增强商业地产供需交流探讨、创新融合和资源对接，同时也是一次知名品牌资源与区域性城市商圈的“零距离”接触。本次活动分为资源对接和浙江名品展示展销两大板块，共30余家省内外商业品牌及服务商、26个商业项目参加资源对接会，70多家品牌企业参加浙江名品展，为衢州城市商业及产业功能区商业等新兴商圈提供了一次较好的交流与互动。

衢州本地重点商贸企业和城市商业综合体更是与众多在场品牌的交流中获取了大量宝贵信息，并借机增进了了解，建立起合作关系。



第四届中国（杭州）国际钟表珠宝商业大会开幕

第四届中国（杭州）国际钟表珠宝商业大会于12月1日上午在杭州瑞立江河汇酒店开幕，本届大会由中国商业联合会、杭州市人民政府、浙江省商务厅共同主办，中国中小商业企业协会钟表商分会、杭州市商务委员会、浙江省商贸业联合会共同承办。我会会长吴德隆出席大会。

大会以“人与时间·创新天下”为主题，提出以“新需求新目标、勇于创变，力争突破；新零售 新融合、推进商业供给侧改革”作为大会研讨会、论坛系列活动主要探讨内容，邀请了来自德国、瑞士、日本、港台地区的同行，和中國大陸境内

钟表、珠宝行业的企业家和行业领军人物、专业协会领导、经济和特色文化领域专家，共同探讨商业供给侧改革的发展和模式，将就行业内的创新发展做出新探讨。

内地与香港开展国内第一次商店自有品牌签约合作、资本对接钟表项目项目、艺术机构与钟表珠宝等合作项目在大会上举行签约仪式。

钟表商业供给侧改革研讨会，国务院反垄断委员会专家组成员、中国国际商会竞争委员会领导、北大法学知名教授将就物权法、反垄断法、竞争法等领域与商业领军人物进行交流和对话、国内首创钟表珠宝商业自有品牌、柔性消费定制服务论坛、“互联网+钟表珠宝商业服务”等论坛隆重举行。

浙江省商贸业联合会一届十三次会长会议在杭召开

12月7日上午，浙江省商贸业联合会一届十三次会长会议在杭州玉皇山庄顺利召开，参加会议的有物产中大、兴合集团、商业集团、中国银联、农发集团、商旅集团、土产畜产进出口集团、万事利集团、解百集团、银泰商业集团、联华华商集团、百诚集团、颐高集团、饮食服务集团、三替集团、浙江在线、苏宁云商、国美电器、话机世界、浙商银行、中国小商品城、海宁皮革城、杭钢商贸、宏图三胞等全省商贸流通行业龙头企业和省电商促进会、省餐饮协会、省连锁协会、省汽车流通协会、省百货购物中心协会、衢州市商联会等商贸领域协会以及省商学院、省金融职业学院共50多家单位代表，我会会长吴德隆主持会议。

会议主要研究我会换届事宜。大会对《浙江省商贸业联合会第一届理事会工作报告》、《浙江省商贸业联合会2016年财务报告》、浙江省商贸业联合会第二届理事会人选建议名单、浙江省商贸业联合会章程修改建议及浙江省商贸业联合会第二次会员大会暨二届一次理事会会议议程等内容进行了审议。



2016台州国际高端生活方式周驰达航空云邸俱乐部私人飞行尊享卡联合新闻发布会

2016台州国际高端生活方式周由浙江省文化创意产业协会、浙江省商贸业联合会共同主办、凯盛时代传媒独家承办，旨在提升台州高端生活消费品质，促进高端消费文化交流，引领台州城市消费品味国际化、时尚化，提倡人们美学生活方式，主推台州经济发展的综合性多层次生活方式展。

备受关注的2016台州国际高端生活方式周在12月4日晚举行新闻发布会，浙江省文化创意产业协会陆善兴副会长、浙江省商贸业联合会项目部余琰部长、承办方代表凯盛时代传媒总经理叶永青、驰达航空总经理李振山，云邸高圈层俱乐部高级合伙人史雅琦、战略合作商代表酷车小镇执行总经理刘治冶、宝博名表王思佳以及由本次活动组委会定向邀请的房产、金融、汽车、媒体、模特界影响力人士出席发布会。

陆善兴副会长在新闻发布会上作重要讲话，表达了本次2016台州国际高端生活方式周的举办在促进经济内需，提升台州当地消费品质和文化的重要意义。

叶永青总经理介绍，活动将于12月22日如期举行，设四大展馆：游艇馆、超跑汽车馆、艺术馆、生活馆，三大活动：分别是高端群体主题电音派对、百大美女网红线下直播互动见面会、艺术品慈善拍卖会等。

李振山总经理对驰达航空落地酷车小镇和参与2016台州国际高端生活方式周做了介绍，对台州的低空飞行作了通俗易懂的讲解。同时对本次与云邸高圈层俱乐部尊享私人飞行服务做了详细介绍。

刘治冶总经理、宝博名表王思佳、云邸俱乐部高级合伙人史雅琦等也分别作了发言。

会上，2016台州国际高端生活方式周与战略合作商台州酷车小镇、驰达航空与云邸高圈层俱乐部分别签署了战略合作协议，并由驰达航空总经理给首批4位私人飞行尊享卡初始会员举办了授卡仪式。