

拿起手机就开始逛淘宝,平时出门购物、吃饭、休闲……无一不要用到手机,这是你目前的生活状态吗?报告显示,如今,手机购物行为覆盖全天候时段,移动支付也逐渐囊括各个领域。也许,在不久的将来,你就只需要一部手机就可以走天下。

有手机 就购了

本报记者 周娟

移动支付 大势所趋

近日,在我市棉纺路一家超市,买了一些生活日用品的王女士,掏出手机点开“支付宝钱包”,收钱员扫了扫她的付款条形码,就完成了支付。

移动商务不仅帮助电子商务运营商促进了生意,还为超市、餐馆、出租车等传统服务行业提供了新的从线上到线下的机会。调查显示,持卡人移动支付消费习惯正逐渐形成,六成以上受访者曾使用手机完成支付。

“如今打车、买咖啡、买电影票、缴水电气费,甚至买水果都能用手机支付了。”采访中,不少市民表示,出门带个手机就够了。依托线上线下消费场景的联动,手机近场支付已经从各个方面切入打通了用户的需求。

此外,手机网民的快速增长无形中

促进了移动支付的快速发展。截至2014年底,我国智能手机的保有量已经超过7亿台,加上4G时代的到来,使得移动支付的市场规模进一步扩大。业内人士认为,在这样的大环境下,移动支付越来越受到商家与普通消费者的欢迎。以支付宝为例,近3年来其移动支付的比例从3%上升到了54%。

“无卡支付一定是未来的趋势。”有业内人士表示,未来在“NFC生活通”的平台上,用户只要登录一个账户,出门不用带钱包,不用带各种各样的卡,甚至各种证件都可以通过手机模拟,实现“一机在手,走遍世界”。

这个趋势将有助于推动电子商务销售,给新网络零售商创造机会,让他们去接受更大的挑战。

线上线下 融合共通

方便快捷的移动支付让“花钱”变得更顺畅,普通消费者的消费欲望被更大地激发出来。

去年的“双12”,阿里巴巴把“全场5折起”搬到了线下。包括餐馆、甜品、面包店、超市、便利店在内,线下近100个品牌、约两万家门店参与。

统计数据表示,截至当日15时30分,共产生400万笔线下“双12”交易。

“通过移动支付,线上的主力消费人群可以更加轻松地在线下体验与消费,同时这也是线下实体转型拥抱移动互联网的最好选择。”专家表示,过去,在线支付平台为网络零售交易提供了关键基础,也推动了实体零售消费的增长。现在,

随着移动支付的发展,这个关键基础也从线上发展到了线下商业。

去年8月,万达联合百度、腾讯宣布成立万达电商,瞄准的正是O2O领域。

此外,移动、电信、联通三大运营商也纷纷利用手机终端优势抢占市场。

近日刚上线的翼支付NFC功能,只需将手机直接放在POS机感应区,刷手机即可完成支付。这样的方式比扫码更加安全、方便。

移动推出的“和包”功能,用户也已经超过20万,网上购物、充话费、线下刷卡等都不成问题。

今年,大量4G手机上市,大部分内置NFC功能,相信“刷手机”将越来越普遍。



手机购物小贴士

手机购物早已成为常态,但目前手机安全风险形势不容乐观。调查发现,10%的受访者曾遭遇过网上交易诈骗,其中钓鱼网站、木马病毒及虚假退款仍是主要的欺诈手段。提醒大家在享受购物乐趣的同时,莫忘提升安全意识。

保管安全验证码

选择支付产品与服务时兼顾考虑便捷性与安全性。采访中发现,短信动态验证码作为较为便捷的安全验证方式最受消费者青睐。此外,指纹等生物识别新型验证方式也有了一定的接受度。提醒用户,支付过程中涉及账户资金安全的重要信息,如短信动态验证码等务必妥善保管。

手机丢失早挂失

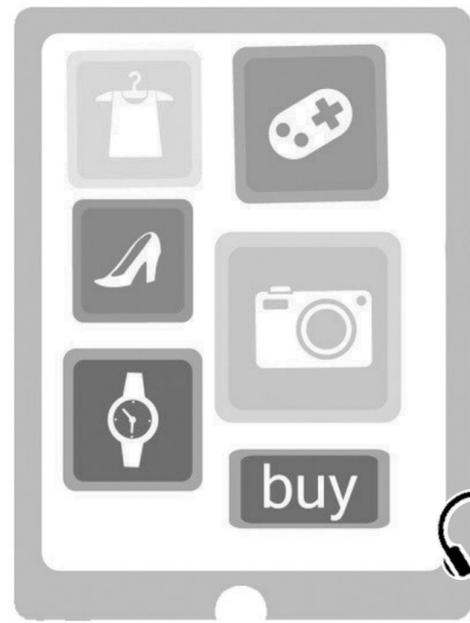
“手机丢失后,只要用户保护好自己隐私,特别是身份证号、银行卡号等,风险是可控的。”专家提醒,万一手机丢失,如果手机号已经绑定了支付工具,建议用户尽快向支付服务提供商挂失,联系通信运营商挂失SIM卡,并向银行挂失并冻结已经绑定的银行卡。必要时,还要尽快向公安机关报案。

莫名链接不要点

欺诈分子有时会通过QQ、短信或者其它通讯工具向持卡人发送所谓的“安全中心”、“认证中心”网址链接,其实这些往往是高仿真的虚假网站。当消费者在此类网站上输入信息后,欺诈分子就能利用这些信息实施盗刷。此外,发现被骗后应立即致电发卡银行官方客服,冻结卡片,越早致电越能有效防止损失进一步扩大。

慎扫不明二维码

购物时,应尽量选择信誉度比较高的正规商户,谨防“山寨”应用软件,发布在来路不明网站上的二维码最好不要扫描,更不要点开链接或下载安装。最好在移动终端安装杀毒软件等相应的防护程序,一旦发现有有害信息,可及时提醒和删除。



手机购物 随时随地

“衣服、奶粉、纸尿裤……想买什么,只需拿起手机动动手指就行了。”在家中休产假的李女士告诉记者,自从孩子出生后,自己所有的购物都是通过手机完成的。

回首刚刚过去的2014年,手机购物火热,中国作为最大的电商市场,迎来了京东、阿里巴巴的上市,营业额节节高升,最新的分析报告证实了这一点。

根据一项2014年智能手机应用的使用量报告显示,购物和生活方式类应用稳居增速榜首,是平均水平的两倍还多。调查还发现,手机购物行为覆盖全天候时段。

“手机购物很方便,在床上躺着就把心仪的物品买到了,还有手机购物专享优惠价。”采访中,不少市民表示,当你能用手机在任何时间任何地点购物时,花钱就更容易了。

记者采访发现,不少女生打开手机就是逛淘宝,最近还开始流行起海淘应用。据统计,服装、电影票、优惠券、食物、小电器和家用电器是移动平台上销量最好的商品。

业内人士表示,与台式电脑不同,手机更便于携带,可以满足人们随时随地购物的期望。获得更多碎片化的购物机会,另外,最近几年,网络基础设施的改善,WiFi的广泛使用以及零售商对购物和支付系统的投资,使得移动设备的购物体验比PC更顺畅。



名酒

酒市快讯

仰韶彩陶坊 订货会引爆洛阳

本报讯 1月15日,“仰韶彩陶坊 财富新起航”洛阳地区2015年春节订货会在洛阳举行,来自市区及县级市场的近800名经销商到场踊跃订货,首日即突破1500万,引爆洛阳。

订货会在一段由国际名导陈凯歌讲述仰韶文化的宣传片中拉开帷幕,伴随着精彩的节目表演与令人激动的抽奖环节,河南省酒业协会总工程师、白酒秘书长赵书民,以及河南仰韶酒业总经理卫凯等领导与经销商们一起把酒叙情,畅谈合作。

卫凯率先致辞,他表示,洛阳作为在地理位置上离渑池最近的地级市,是仰韶酒业一直以为重点关注、精细布局、强力打造的根据地市场。2014年全年,仰韶在洛阳与郑州两地开展“你喝酒我代驾”的公益活动,已累计有超20万消费者受益,营造了良好的口碑与市场氛围。

对于仰韶近年来取得的不斐成绩,赵书民则颇为关注。“对于彩陶坊,最多的评价就是‘这个酒不错,不上头,醒酒快’。”品质质量过硬、历史文化悠久、注重科技创新,是赵书民总结仰韶酒业快速发展的原因所在。

订货会上,立足于洛阳市场的实际情况,河南仰韶营销有限公司总经理助理、国陶销售中心总监高红涛对2015年仰韶彩陶坊在洛阳市场的战略规划进行了简要阐述。

“同饮一杯仰韶酒,洛阳渑池一家亲。”在现场一片其乐融融的酒香之中,洛阳地区经销商代表发言、部分客户新春祝福视频的播放等环节,源于经销商与仰韶酒业之间厂商真情的自然流露,感染了在场的每一位人。(付震)

虎啸涧溪醉淮源

访河南淮源酒业有限公司总经理张建民

奇峰竞秀,层峦叠嶂,森林密布,瀑泉众多。这里是淮河的发源地,这里孕育了淮河源头无限的风光。站在桐柏山中,一种激情、一种感慨油然而生。好山、好水,才能酿制生态、清爽、健康的淮源酒。

从政府机关到淮源酒厂,十八年的风雨历程,六千多个日日夜夜,他无时无刻不在思索着淮源酒的发展。表面上看,他对人和善,一副宽厚仁慈之相;在厂子里,凡是和他接触的职工都说,他严格、精细,从生产的各个环节,管理都非常到位;在市场上,经销商们说,他头脑灵活,善于把握发展机遇,使一个几乎倒闭的白酒企业焕发出勃勃生机。

他就是张建民,河南淮源酒业有限公司总经理。日前,记者来到了桐柏腹地,走进了张建民的内心世界。

从机关到酒厂 初试牛刀

1982年6月,张建民从湖南长沙冶金工业学校毕业后,放弃了留在大城市的机,回到生他养他的桐柏山腹地,先在桐柏县水利局坐办公室,后又调到桐柏县人民政府,正当他仕途风顺的时候,1998年4月,张建民放弃了政府机关优厚的条件,来到已经停产工资四个多月的桐柏县果酒厂。

张建民明白,来到桐柏酒厂意味着他将告别安逸生活。桐柏县酒厂始建于1952年,前身是桐柏地区国营果酒厂,1975年之前以生产果酒为主,之后开始生产白酒,是一个集曲酒生产、白酒酿造、饮料、彩印包装为一体的综合型企业。

为适应市场经济的发展,使企业轻装上阵,2010年,在张建民的努力下,桐柏县政府对淮源酒业进行了企业改制,原来的经营机制、体制发生了根本性的变化,企业重组,一个国有厂转变成了民营企业。产权明晰了,机制灵活了,企业内操心的人多了。

在企业内部管理上,张建民强化精细化管理,制定了符合企业和市场实际的精细化管理体制,从原料采购到粉碎糖化,从成品入库到产品运输,人人有了忧患意识,企业形成了一种合力。

通过张建民的不懈努力,淮源酒业始终坚持稳步增长,几年来没有大起大落。在桐柏县城的盘古大道、淮源路,记者一行在一些烟酒店调查,据不完全统计,淮源酒在当地的市场占有率达到70%以上,商户们说,一方水土养育一方人,在桐柏,淮源酒好卖。2012年,淮源酒销售收入突破了亿元大关,这两年仍以20%左右的速度增长。

做好家门口市场 稳步发展

张建民常说,产品是企业生存的关键,一个企业如果没有适销对路的产品,最终肯定是走不远的。作为一家地方国营酒厂,淮源酒厂面临着机制和体制上的制约。面对如此的局面,张建民从产品入手。一方面,他调整了白酒产品,舍弃了虽有销量但一直效益不佳的低档产品,开发了淮源老窖陶坛系列,制定了以天配为高端形象产品,单瓶售价999元;中端产品是地藏,单瓶售价398元,以大众消费为主体的妙酿,单价298元,同时重新调整了淮源老窖10年和“一帆风顺”,单瓶销售价格200元左右,农村及婚宴市场主要是以淮源特液为核心的产品,加大了对农村市场产品的促销力度,同时加大了防伪技术。产品结构的调整,使淮源千升酒销售产值提高了30%,位居全省白酒行业前列。

在市场上,张建民加大了市场布局力度,在加强原有营销体系的基础上,营销触角向外逐步延伸。与之相邻的唐河县,人口150多万,对淮源酒有着非常高的忠诚度,张建民毅然在唐河设立了淮源销售特区;同时,以桐柏为核心,以桐柏、湖北随州为基础,成立了淮源酒豫南区;以信阳为中心,以信阳、驻马店为基础成立豫东区;以南阳为基础,以南阳、平顶山等地为基础成立豫西区,形成了东、南、西为核心的综合性销售体系。原来大市场格局再度得以调整,张建民加大了对市场的投入,以桐柏文化、淮源文化、生态文化提升淮源酒的酒文化影响力,让更多的消费者认识淮源酒,爱上淮源酒;另一方面,张建民对市场作出调整,由过去点多面广的政策调整为重点突破,进一步强化厂商共赢,提升广大经销商对经营淮源酒

的信心和品牌认可;张建民倾力打造核心客户群体,从长期合作的经销商中,筛选出业务量大、效益明显、信誉度高的经销商,根据市场布局状况,改变过去的渠道为王为核心客户为中心,稳定老市场,开拓新市场。

在做好白酒的同时,根据人们追求健康的理念,张建民加大了乐神康、淮源健康饮料的营销力度。他先后在周边地市成立了淮源、乐神康成立了营销办事处,尤其是2012年下半年以来,张建民及时加大了乐神康的营销力度,借助淮源酒在全国的营销渠道,密点布局,加大传播,仅2013年,乐神康、淮源健康饮料销售额占淮源公司总销售额的15%,据不完全统计,2014年,淮源公司饮料销售额将占公司总销售额的30%以上,实现了淮源白酒与乐神康、淮源健康的双品牌运营、双品牌发展。

从渠道为王到客户至上 谋求升级

在酒类行业步入深度调整期以来,淮源酒业多少受到了一定的影响,张建民认为,白酒行业经过前十年的高速发展,应该有一个冷静、回归和自然理性的调整,这也是符合经济发展规律的。

张建民告诉记者,从今年前10个月淮源酒业的发展来看,同期增长速度有所放缓,但整体基本上与上年持平;但从市场消费的角度来看,未来淮源酒业的发展空间还很大,淮源酒业目前最重要的是要整合各方资源,强强联合,强强重组,抱团打天下。

从目前的酒类流通情况来看,过去的渠道为王时代已经一去不复返了,消费者更多的是关注白酒带来的健康、享受和快乐,体验式营



销逐步成为流通的主流,因此除了做好淮源白酒的传统营销、形象体验外,张建民逐步转移传统的销售格局,把以电子商务为核心的新营销营销提到了公司的议事日程。记者从淮源酒业有限公司营销中心了解到,淮源已经成立了自己的电子商务部,逐步打造起自己的电子商务平台。

谈到淮源酒的发展,张建民说,淮源也和豫酒一样,面临着转型升级,健康、持续发展更需要政府的支持,酒类调整的影响将更加突出,淮源与众多酒商们一样要及时调整工作策略,对产品线及经营战略进行重新调整,围绕“特”字作文章,以特取胜,以质取胜。同时,为了适应企业发展需要,张建民征得桐柏县政府的支持,在桐柏县工业园区一期征地300亩,打造属于淮源的新天地。

谈到未来,张建民充满信心,面对企业发展,要抓住机遇,更要理性、科学,步步为营,只有这样,才能树立打造“百年企业、千年伟业”的目标,才能把淮源酒业打造成豫南一颗璀璨的明星企业。 岳晓声