

有了“身份证”，寿光菜更好卖

□ 本报记者 戴玉亮 石如宽
本报通讯员 付文斌

云兴农业瞄准了这个难点，目前正与国家智能交通系统工程技术研究中心合作，研发供蔬菜货车与高速公路对接的ETC。

“借助芯片技术，每辆货车通过高速收费口时，不用打开车厢检查，蔬菜的品类、数量、重量等都可以自动显示，大大提高通过率。”李波说。

芯片技术还将解决蔬菜盘点的难题。在仓库进口、出口安装固定读写器，对产品的进、出库自动记录。很多农产品对存储条件有较高的要求，管理人员利用RFID标签中记录的信息，可以迅速判断产品是否适合在某仓库存储，可以存储多久等。在出库时，管理人员根据存储时间选择优先出库的产品，避免经济损失。

云兴农业运用RFID技术，可以对蔬菜生产、加工、仓储、运输、销售等环节进行监测。“芯片技术，不但能确保该供应链的高质量数据交流，还能实现蔬菜源头跟踪以及蔬菜供应链的完全透明化。”李波说。

大数据帮菜农卖菜

“在蔬菜生产、加工、运输、存储、销售的任何一个环节，信息有了变动，随时录入RFID芯片中。”李波告诉记者，假设蔬菜出现问题，根据RFID标签的内容可以追溯全过程，确定出现问题的环节和问题产品的范围。利用读写器，在仓库中迅速找到尚未销售的问题产品。消费者也能利用RFID技术，确认购买的产品是否是问题产品及是否在召回的范围内。

据了解，在云兴农业研发的平台上，追溯蔬菜相关信息，可通过零售的终端机、互联网，或定制开发的手机APP，通过二维码扫描

等方式进行相关信息查询。

近年来，我国多地出现鲜活农产品滞销、买贵卖难的现象。李波认为，出现这种难题，关键是产销信息不对称，云兴农业将利用芯片技术，通过搭建供销信息平台，运用大数据分析引导农户和市场对接。“依托大数据，蔬菜生产者只需一心一意抓生产，就能拥有一批精准定位的客户群。利用大数据分析，实现每种蔬菜对客户的精准投放，从而根据购买需求的变化指导卖方市场。”李波说。

“‘芯片身份证’通过实时捕捉消费需求、跟踪市场变化、个性化推送，促使蔬菜产业生产从生产导向向消费导向转变，是现代蔬菜产业转型升级的必由之路。”寿光市招商局副局长王志华说。

□ 本报记者 石如宽 戴玉亮

今年第一季度，寿光富泓汽车销售服务有限公司电商销售占总销售的比重突破30%。去年，该公司电商销售额突破1亿元，占总销售的27%。据了解，自2013年进行网络销售以来，富泓汽车网上销售额逐年增加。

“互联网改变了所有的行业。这种改变，不是你不想改变，而是推着你，促使你不断改变。”富泓汽车总经理付学东说。

2012年，付学东组建专属的电商团队，次年开始电商之路。富泓汽车市场部经理刘苏丹记得，2014年，富泓汽车陆续在汽车之家、易车网、太平洋汽车建立自己的营销点。在与各大互联网企业合作的同时，富泓汽车也尝试构建自己的电商平台，建设了寿光汽车在线。

“以前买车，寿光人跑到济南、青岛去，认为那里便宜实惠。现在有了网络，汽车销售信息对称了，一切都在阳光下。”付学东说，网者无域，有了网络，消费者买车方便了。

富泓汽车网络销售顾问邱世杰的主要工作是回答网上咨询，引导线下成交。“网上咨询的人很多，信息量很大。我把信息分类，意向不明确的暂时放一下。有意向的，长期跟踪，有时需要一年半年的时间。用更多的时间联系客户，80%的能成交。”邱世杰说。

付学东认为，网络沟通解决了消费者大部分问题，让销售前移了。以前客户买一辆车要跑三四趟，现在两趟就完成了。

想买车的王记贞听朋友说从网上也可咨询买车，便从网上咨询自己中意的车型并留下联系方式。富泓汽车网络销售顾问苏秦在接到王记贞的信息时，第一时间联系了他。苏秦向王记贞详细介绍了车辆配置、价位、保险、挂牌等信息。“销售人员很热情，很耐心，我就心动了。”王记贞说。

随后，苏秦为王记贞预约到店试驾时间，还提醒他携带身份证、驾驶证等证件。预约当天，王记贞到店时正下着雨，苏秦在门口打伞迎接客户，后来顺利成交。

“汽车电商平台，最大的优势是更全面、更有针对性地收集客户信息，将有购车期望、需求的客户筛选汇集，为4S店与消费者沟通打下良好的基础。”付学东说。

电商如何解决信任问题？付学东的做法是从品牌的源头去解决。“富泓汽车代理一汽大众汽车销售，本身就具有品牌优势。富泓汽车的4S店，是汽车电商的根基。”付学东告诉记者。

在推进整车电商销售的同时，富泓汽车的快修、配件销售等也突破了传统的销售模式，走上电商之路。“做电商的这几年，我感觉以后我们将从经营产品到经营客户转变。客户，是我们最重要的资源。”付学东说。

2015年，富泓汽车开始与农村淘宝寿光区域合作。每逢农村淘宝店开业，富泓汽车都会派人参加。“看车、谈价、交车一条龙，农村客户不出村就可以全部完成。”刘苏丹说，在农村淘宝店，富泓汽车已经销售了40辆车。

今年，富泓汽车全面实施数字化营销方案：在线销售经理全面管理数字营销业务，数字化营销专员维护网络媒体、获取有效线索，电话接线员对销售线索的有效性进行初步筛选，电话营销专员对有效线索跟踪管理并邀约客户到店，在线销售顾问接待电话营销专员邀约到店客户并促进成交。“用互联网思维改造商业模式，为客户提供个性化、定制化的特色服务。”刘苏丹说。

据了解，目前买车的主要人群是80后90后。如何与这些人更快更好地建立连接、沟通？富泓汽车正在开发手机APP平台，寿光汽车在线平台也正在开发新的服务内容。

供给侧改革动真格

□ 记者 石如宽 报道

本报寿光讯 5月20日，寿光印发了《寿光市供给侧结构性改革补短板实施方案》，加快推进供给侧结构性改革。

“针对发展中的差距不足和薄弱环节，精准发力，定向施策，补齐城乡基础设施短板。”寿光市市长赵绪春说。

据了解，根据该方案，到2018年寿光新建改造提升道路600公里，基本形成海陆相连、路铁一体、便捷高效、安全绿色的现代化交通基础设施体系；农业生产条件更加完善，农村一二三产业融合发展；城乡用电、用气、供暖、供水等公共设施逐步健全；城乡教育、卫生、养老、文化等公共服务均衡化水平明显提升；“美丽乡村”建设走在全省前列，实现全市城乡协调同步发展。

中国·寿光蔬菜指数

蔬菜价格略有上涨

□ 记者 石如宽 报道

本报寿光讯 记者从寿光市物流园价格指数检验检测中心获悉，5月16日至22日，寿光农产品物流园蔬菜价格指数为93.99点，较上周89.78点上涨4.21个百分点。

价格指数检验检测中心经理隋玉美认为，指数止跌出现小幅反弹，主要原因是部分蔬菜如鲜蒜头、鲜蒜苔、扁芸豆、芸豆等随着集中上市期的结束，市场供给有所减少，短期内价格上涨明显。

随着天气渐热，露天菜会陆续补充上市，物流园市场淡季态势持续增强。隋玉美预计，蔬菜价格指数仍有回落的空间。

一张芯片，记录蔬菜从田园到餐桌的全部信息



□ 石如宽 报道
山东云兴农业科技有限公司总经理李波，展示该公司运用RFID技术实现了对蔬菜从生产到加工、运输、销售全流程的追溯溯源。

从区域性平台到全国性农业电商平台

仓圣网，三年一大步

□ 本报记者 石如宽 戴玉亮

“仓圣网并不只是卖米卖大米，更重要的是传递给客户品质生活的态度。”仓圣网创始人之一仓圣泽说。

在仓圣网页面的醒目位置上写着：“我们所供的每一粒米100%保证新米。”从仓圣网上购买的大米，如果检测出是陈米，该网站将进行100倍的赔偿。仓圣泽说，底气来自仓圣网自有大米生产基地。

2015年中秋节前，仓圣网签约内蒙古裕丰粮油公司，开启了垂直农业电商之路。

据了解，传统的大米销售模式是把大米从内蒙古发到山东的总代理，然后再发到区、市级代理，最后到消费者手中。“经过层层加码，大米的质量不好控制，价格也经常翻番。我们现在实现了产地与消费者的直接对接，消除了中间环节。”仓圣泽告诉记者。

2010年，学计算机的高级程序员仓圣泽与合伙人创业时，就想用设计的程序提升人们的生活品质。“让全国闻名的寿光蔬菜走电商之路，让更多的消费者能够方便快捷地购买到新鲜、安全、优质的蔬菜。”这是仓圣泽的创业初心。

寿光市软件园，一间办公室，几张办公

桌，仓圣泽与另一位程序员日夜不停地研讨、修改、赶工期，2013年中秋节前夜，仓圣网1.0版正式上线。

“当时谁也不领工资，大家甚至倒贴钱。”仓圣泽说。刚刚上线的平台，没有实体没有线下的资源支撑。仓圣泽和创业伙伴拿出钱来买货物放到仓圣网上，自己下单后，再配送到自己家。通过自己的体验，仓圣网工作团队不断改进、优化网购流程。

“如果数量不能保证，企业就无法做大。如果质量不能保证，品牌就无法做强。要做大做强，必须从食品源头抓起。”仓圣泽说。

为此，仓圣网抓源头基地，联合合作社，形成优质供应链。自建平台，铺设仓储节点，改造业务流程，把控质量、做好物流配送、服务好最后一公里。

截至目前，仓圣网共服务寿光8000户家庭、20000多人口、签约30家合作社、供应50家企事业单位食堂。“我们严谨的工作态度，和对安全质量的高度重视，获得了消费者的认可。”仓圣泽说，除了服务寿光本地外，仓圣网的客户已经遍及全国，成为全国性电商平台。

没有资金、没有渠道凭啥能成功，仓圣泽

认为，自己做电商平台的确是疯狂之举。“一开始想得很简单，不就是做个网站卖东西吗？后来才知道那么烧钱。合伙人做会计培训挣的钱，全部贴到网站上去。这几年，我们累计投入700多万元。”仓圣泽说，现在想想有点后怕。

“我心里有个梦想，就想干成一件觉得自豪的事，等老了值得回忆。”仓圣泽说，这个梦想激励着自己前行。

这个梦想，也吸引了更多的人，仓圣网的团队壮大了。从初期的只有一名程序员，到现在的技术研发团队，美工、编辑、程序员、设计师、IOS开发码农一应俱全。从只有一个部门到现在的人力行政部、技术研发部、财务部、客服部、市场运营部和物流配送中心等。

物流配送最后一公里难题，仓圣网已经找到应对之策。在每个小区寻找合作的支点，客户下单后，可以在小区支点领取所购物品。目前，仓圣网已有70个支点，未来计划建600个支点。

“一个支点、一个支点地去做，有了体系支撑，业务的爆发点会越来越远。可以说，仓圣网，三年迈出了一大步。”仓圣泽说。

今年初，仓圣网平台升级至4.0版，手机APP上线运营。

胡美杰帮村民买汽车、买空调，还发放贷款——

“村淘”：只有想不到没有买不到

□ 本报记者 石如宽 戴玉亮
本报通讯员 刘娜



□ 石如宽 报道
寿光市田柳镇后疃村农村淘宝店，几位村民在等着胡美杰（操作电脑者）替自己网购。

淘的。王树家里摆的一套茶具，也是从胡美杰这里订购的。邻村一位教师通过胡美杰，购买了一辆大众汽车。“她也是几次去汽车4S店问价，最后发现还是网上便宜，就从我这里下了订单。”胡美杰说。

2015年“双11”当天，胡美杰的订单额高达11万元。

“农村淘宝最大的好处是物流到村，真正方便了村民。”胡美杰说。

在夏雪梅看来，喜欢农村淘宝，是因为货物质量有保障，相中了当场交钱，相不中直接

退货。

前段时间，一位村民订购了15套茶具，现场交货时发现3套破损了。胡美杰拍下了打开包装时的全程视频，根据这个视频，网商随后补发了3套茶具。“每次交货都要拍视频、照片，留下证据，以便分清责任，这样买卖双方都省心。”胡美杰说。

不仅送货上门，胡美杰还为村民提供额外的服务。比如村民订购电动车、电视机、窗帘等，胡美杰会让丈夫帮着安装好。现在这些安装工具，胡美杰家里都齐全了。

5月20日10点，寿光市田柳镇后疃村，刘乐刚来到农村淘宝合伙人胡美杰的店中，从网上选购了一台TCL空调。“我去寿光市里的空调实体店看过，同样的空调，网上要便宜300多元。”刘乐刚说。

“大到汽车、空调、家具，小到肥皂、书本、窗帘，村民都能从我这里买到。”胡美杰说，“不夸张地说，在我的店里，只有村民想不到的，没有买不到的。”

2015年4月10日，胡美杰的农村淘宝店开业，每个月成交约1500笔，交易额达10到20万元。

成为农村淘宝合伙人之前，胡美杰在村里开着一家小超市，时常帮村民在淘宝上购物。得知阿里巴巴在寿光招募农村淘宝合伙人时，胡美杰立即报名。5天后，通过考察，胡美杰成为“村淘”人。

“网上购物在农村还很新鲜，多数村民并不懂得怎么操作，需要大力宣传、普及。”胡美杰说。

店里空闲时，胡美杰挨家挨户发放宣传单页，向村民讲解网购的便利和实惠，同时了解村民所需的商品及心理价位。一个月下来，胡美杰走遍了全村580户人家。如今，每天晚上都有人来店里，让胡美杰帮助网上代购商品，或向她讨教网购技巧。

上小学三年级的王俊月语文书丢了，胡美杰帮他网上买到了。夏雪梅相中了新潮的衣服，还有实惠的化肥，也是胡美杰帮着从网上

供给侧改革动真格

□ 记者 石如宽 报道

本报寿光讯 5月20日，寿光印发了《寿光市供给侧结构性改革补短板实施方案》，加快推进供给侧结构性改革。

“针对发展中的差距不足和薄弱环节，精准发力，定向施策，补齐城乡基础设施短板。”寿光市市长赵绪春说。

据了解，根据该方案，到2018年寿光新建改造提升道路600公里，基本形成海陆相连、路铁一体、便捷高效、安全绿色的现代化交通基础设施体系；农业生产条件更加完善，农村一二三产业融合发展；城乡用电、用气、供暖、供水等公共设施逐步健全；城乡教育、卫生、养老、文化等公共服务均衡化水平明显提升；“美丽乡村”建设走在全省前列，实现全市城乡协调同步发展。

中国·寿光蔬菜指数

蔬菜价格略有上涨

□ 记者 石如宽 报道

本报寿光讯 记者从寿光市物流园价格指数检验检测中心获悉，5月16日至22日，寿光农产品物流园蔬菜价格指数为93.99点，较上周89.78点上涨4.21个百分点。

价格指数检验检测中心经理隋玉美认为，指数止跌出现小幅反弹，主要原因是部分蔬菜如鲜蒜头、鲜蒜苔、扁芸豆、芸豆等随着集中上市期的结束，市场供给有所减少，短期内价格上涨明显。

随着天气渐热，露天菜会陆续补充上市，物流园市场淡季态势持续增强。隋玉美预计，蔬菜价格指数仍有回落的空间。