阿里巴巴·焦作产业带

上线一年实现交易额9120万元

本报讯（记者**李秋**）记者昨日从市电子商务发展服务中心获悉，截至10月2日，正式上线一年的阿里巴巴·焦作产业带已入驻企业520家，涵盖全市八大优势行业、100多个品种，一大批入驻企业的销售半径由焦作及周边地区拓展到了全国各地，甚至打入了国际市场。一年间，该产业带累计实现交易额9120万元，日最高交易额300多万元；日均访问量超过2万人，日均买家近1000人，运营成效显著。

打造焦作特色电商平台

阿里巴巴·焦作产业带作为阿里巴巴·中国产业带一个全新的子站点，依托国内最大的B2B电子商务平台——阿里巴巴中国站，搭建具有焦作特色的电子商务交易服务平台，为促进焦作区域传统产业、实体企业与网络化产业协作奠定了良好基础。2015年8月，我市与阿里巴巴集团签署电子商务合作协议，在充分发挥阿里巴巴电子商务资源、中国联通公司技术和服务资源优势、焦作优质产业资源的基础上，共建阿里巴巴·焦作产业带，把焦作的“四大怀药”及其深加工产品、羊剪绒制品、太极文化旅游相关产品等特色产品在线上进行推广和销售，全面打造“焦作产业”品牌，加速区域经济转型升级。去年10月2日，焦作产业带全面上线，正式在http://jiaozuo.1688.com上推广“四大怀药”、特色食品、羊剪绒、日用百货、材料化工、汽车零部件、机械设备及特色旅游等八大类产品。

汇集原产地好商好货

为了做好焦作特色产品的推广工作，焦作产业带制订了打造“三大特色一亮点”方案，将“四大怀药”、羊剪绒制品、汽车零部件作为特色行业在网站上主推；把旅游业作为亮点行业，进一步深入挖掘并依托旅游文化，线上推广与旅游相关的特色工艺品、食品、酒店、餐饮品牌等。

“阿里巴巴·焦作产业带这个平台，让更多人认识了焦作，了解了焦作特产——‘四大怀药’，我们企业做生意轻松多了。”从事“四大怀药”销售的张平告诉记者。去年11月份，其公司“四大怀药”系列产品正式入驻焦作产业带，在短短的3个月时间里，线上销售量较2014年同期翻了两番，每天咨询的客户络绎不绝，今年8月份，还有韩国客商到其公司考察商量合作事宜。

线上线下联动发展

首届山药供货节、真皮草真“靴”拼、“质”办年货、老家河南年货会、焦作好商汇、盛夏饮品狂欢“趴”……据统计，焦作产业带自上线以来已策划组织了12场促销活动，并同时在线上线下开展促销活动，累计实现交易额4000多万元。值得一提的是，今年年初，焦作产业带抓住春节消费商机，与商丘、安阳、三门峡三地市产业带联合，推出焦作年货节和“老家河南”活动，大大提高了“焦作制造”的知名度。

“焦作产业带经过线上一年的运营，已基本形成比较全面且有重点的特色支柱产业。接下来产业带将步入核心高速发展期，我们将结合本地特色产品及特定区域，根据企业需求开展具有针对性的营销、促销活动，根据具体商家及运营对象，订制‘专题模块’提供订制服务，满足不同客户的需求，以达到精准运营、提高网销竞争力的目的，使焦作产业带平台步入高速发展阶段。”展望未来，焦作产业带运营中心负责人李兵充满信心地说。

“互推推”：开启网络销售新模式

本报记者 付凯明

“老张，这两天你的生意真是好得不得了啊。”

“可不是，自从我加入了‘互推推’，动动手指发个朋友圈，人气立马上涨，销量大增，连宣传费都省了。”

“确实如此，打破了传统的销售模式，现在足不出户照样把钱赚到手。”

昨日下午，在焦作互推推电子商务有限公司，一些个体老板正在开心地聊着。

他们口中大加称赞的“互推推”是啥？

原来，“互推推”是一家电子商务公司的名字。该公司董事长李正佩原本经营着一家跆拳道馆，看到大家经常在朋友圈相互点赞转发，一直有个想法：何不把各行各业的商家联盟起来，大家抱团取暖，相互捧台，合作共赢？

李正佩找来几位关系不错的老板，大家商议后决定成立“互推推”自媒体联盟，其宗旨是互通互推、诚信双赢。“每个会员单位均来自不同的行业领域，加入我们联盟的基本条件就是微信好友达到2000人以上，在信息裂变式的传播过程中，一条信息可以很快覆盖全城。”李正佩对记者说。

据了解，现在该联盟的108家商户，是商城的第一层消费圈，既是商户也是消费者。消费别人的同时也带动自己的销售。每个商家的微信好友组成第二层消费圈，每个商家有个端口，各商家的微信朋友从其端口成为商城客户，商城只收取所有交易的1%作为运营维护费用。

那么，这种简易快捷的销售方式效果如何？李正佩给记者算了一笔账：108家联盟商户，每个商户有2000个微信好友，总数就是21.6万人，就算只有一半人消费，按每人每年商城最低消费5000元计算的话，10万客户一年的销售额就是500万元。公司运营的前两个季度，自媒体平台广告收入就已经突破10万元。

谈到下一步发展规划，李正佩信心满满地说：“我们要把公司的各项制度不断完善，规范管理，争取更多的商家加入我们联盟，让‘互推推’立足焦作、走出河南、辐射全国。”

智慧旅游闪亮十一黄金周

本报记者 高新忠

网络预约购票、自助购票机、微信扫码购票、网络实时监控调度……刚刚过去的十一黄金周，我市各大景区的智慧旅游模式让来自国内外的游客受益匪浅，形式多样的购票方式、游客引导办法，既减轻了景区的接待压力，又保障了游客的游览体验。

据了解，十一长假期间到云台山旅游的主要有家庭式、亲朋结伴式、短线自驾等出行方式，自驾游尤其火爆，7天时间云台山共接待自驾车5万多辆。根据景区售票统计与分析，散客占到整体游客的74%。面对如此庞大的散客群体和自驾车辆，云台山景区在设置服务咨询台的基础上，充分利用官方网站、微博、微信和LED屏发布动态旅游信息、温馨提示、出行指南、旅游攻略等，方便游客及时作好出行计划。同时，在同程网、携程网、驴妈妈等国内知名旅游网站开通网络预购票，在景区内增加自助取票机，实现线上购票线下取票。据统计，10月1～7日，云台山景区共接待游客39万余人，其中通过网络渠道购票的占了10%，大大缓解了黄金周期间窗口的购票压力。

在游客引导方面，云台山利用交通监控网络适时调控和指挥交通，实施游客最大承载量控制和高峰限流措施。针对自驾游、散客游唱主角的情况，景区根据实时的路况数据信息，合理疏导车辆，避免交通拥堵，并对景区内旅游大巴进行合理调度，形成安全、有序、高速的景区内部交通小循环运转体系。

10月3日，记者在青天河景区山门前看到，大门右侧悬挂着两个二维码标志牌，不少游客拿着手机站在标志牌前扫码，不用排队，几分钟时间就完成了购票。“以往节假日期间景区爆棚，游客往往要花很长时间排队买票。景区推出微信扫码购票后，实现了游客快速入园，在很大程度上提升了景区的服务质量。”青天河景区相关负责人告诉记者。十一黄金周期间，该景区还联合腾讯网推出了微信扫码购票返现金红包活动，受到了大批游客的追捧。

据悉，青天河景区2015年上线智慧平台以来，一站式智能化游客管理服务平台涵盖了“互联网+服务”“互联网+数据”“互联网+管理”“互联网+营销”四大方面，实现了微信购票、语音导游、景区导航、后台管控等全新智慧体验，真正满足了游客个性化、智慧化、自主化的旅游需求。

在青天河景区，各景点、商店、宾馆门前都摆放有二维码标志牌，游客只需打开手机使用微信摇一摇功能，就可以拍张照片上传，和别人上传的照片进行PK。智慧平台在行、住、游环节，利用移动互联网手段疏通了旅游前、中、后期的各个环节，让游客把更多的时间放在欣赏风景上，从而拥有完美的旅游体验。

开创一份关于美丽的事业

本报记者 张 蕊

侯丽，一位美丽热情的东北姑娘，嫁给了一个帅气的焦作小伙儿，从而落户于此，目前正在山阳大地开创着一份关于美丽的事业。

12年前的她，曾经在北京一家品牌化妆品专柜做过导购和美容顾问，对美丽有着独到的见解和感悟；8年前的她，曾经在韩国做过研修生，对韩国化妆品的精致和功效崇拜不已；3年前的她，从我市一家民营企业离职后，萌生出自主创业的念头，她说，创业就要做自己最喜欢的，一定要开创一份关于美丽的事业。

有了目标，世界都会为你开路。去年，侯丽的表妹远嫁韩国，并进入韩国LG公司旗下化妆品公司的一家一级代理公司，负责欧惠、后、呼吸三个系列化妆品的销售工作。受表妹邀请，侯丽和老公到表妹供职的公司参观考察，了解LG公司化妆品的品质特点和在中国国内的市场情况。

侯丽说，LG公司这三个系列的化妆品品质好，中国客户的认知度高，在国内很受欢迎，有供不应求的趋势。更为重要的是，表妹在一级代理公司工作，进货渠道很官方，可以确保拿到正品专柜货。

“创业之初，我就定下一个原则，只经营正品专柜货，决不卖水货、假货，这份事业既然关乎美丽，就决不能名不副实。”对于侯丽来说，这个进货渠道太宝贵了，她觉得这是老天给予她的一个机会，于是还没有回国，她就和表妹的公司签订了销售合同，并缴了货款定金。

不久，一个名为爱妃丽妍的化妆品微商上线了，网络推广、微信营销……美丽事业迈出第一步。侯丽说“起步真难”。她是东北人，在焦作朋友圈很小，她一点点宣传、一点点推广，慢慢地打开了销路，得到了客户的认可，每月营业额逐步扩大，虽然利润很薄，但是回头客越来越多，还发展了部分代理，公司模式逐渐成型，这份关于美丽事业有了好的开端。

开局良好，侯丽准备线上线下共同发展。现在，侯丽正在紧锣密鼓地筹备开店，店面装修用的是粉红色调，温馨又漂亮，计划美容和销售同步进行。

侯丽对自己的事业信心百倍。她说：“创业难，带着两个孩子创业更难。我喜欢美容，喜欢皮肤保养，做自己喜欢的事业，是我的幸运，还能给孩子挣点奶粉钱，这份事业我一定会坚持下去。”

创客故事

看90后农场主如何卖“战斗鸡”

本报记者 李 秋

浙江嘉兴有个90后办的“月子农场”，1只鸡卖398元，15个鸡蛋卖198元，这样天价的鸡和鸡蛋却让不少嘉兴本地、杭州、上海的月子中心喊话——快到碗里来！

农场主高磊燕说，她的“月子农场”走的就是高价定位，做的就是农业界的奢侈品，借的是“互联网+”的东风，为传统农业转型。

“互联网+农场”颠覆传统模式

高磊燕毕业之后曾经帮父母经营过农场。在互联网时代，线上同类型的禽类产品太多，竞争太激烈。思来想去，高磊燕决定把互联网、时尚和传统农业三者结合起来，于是就萌发了“月子皇后”这个设想。顾名思义，“月子皇后”针对的是孕产妇市场，为孕产妇提供优质的“月子鸡”和“月子鸡蛋”。

高磊燕向父母要了20亩地作为“月子农场”，饲养童子鸡。这些鸡不吃普通饲料，只吃玉米、谷子、小麦等五谷杂粮，其中还拌有专门的中草药，这是“月子农场”专门开发的病程免疫程序，还申请了专利。除了成长中打几次必要的疫苗外，完全不使用抗生素，以此保证鸡的健康。不仅如此，高磊燕还在农场外围种了6亩桃树，打造一个小型的自然生态循环圈，只用鸡粪浇灌。

这样的饲养成本远比普通饲养高得多，而且每一批“月子鸡”只产500～600只，客户必须先通过网上预约。所有的鸡至少饲养半年才能出售，有些甚至一年，实行限量销售。一开始高磊燕就定位高端孕产妇市场，完全采用网络销售和针对性对点销售的方式，有特殊需要又有条件的还能进行私人订制。同时，她也为线上的客户提供领养、众筹等形式，让客户直接参与线下体验，或者通过互联网进行动态监控。

记者点评：无定位不营销。上世纪70年代，最早的品牌定位理论就认为，营销的竞争是一场关于心智的竞争，营销竞争的终极战场是心智。像高磊燕这样颠覆传统模式，找准目标市场，通过定位让产品进入了消费者心中并受到追捧，至少在同品类中她的产品就已经与众不同了。

高价定位背后的品牌服务

“月子皇后”品牌的服务除了做好自产核心产品“月子鸡”和“月子鸡蛋”外，还会去全国挑选品质优良的适合孕产妇和新生儿的原生态产品，比如蜂蜜、花茶、月子油、宝宝米等，作为赠品送给客户。

高磊燕对赠品的挑选标准并不比自营产品低，除了须符合“月子皇后”的品牌定位外，产品都有检测报告，并且赠品会经常性变换，选择当季最适合食用的产品。此外，高磊燕还开了一家“月子皇后生活馆”，让客户直接到店里体验营养搭配，提供孕产妇养生指导和免费试吃新品的服务。除了嘉兴，“月子农场”在江西还有一个2970亩的后方基地，集生态度假与农场为一体，为客户打造舒适的体验区，并且增加更多品类的“月子产品”。

记者点评：高价定位的背后除了受众群体不同、线上线下营销模式不同，还有品牌服务的差别。像高磊燕这样增加附加值的做法不仅提升了自身的品牌服务，还可以为全国各地的好产品作宣传，帮助更多的农产品找到出路，符合“互联网+”所提倡的共享经济。反过来，这些产品供应商也会通过自己的平台帮她推广“月子皇后”的产品，实则是相辅相成的互助。

E-W之石

业界动态

外商投资由审批制改为备案制

本报讯（记者**李秋**）记者昨日从市商务局获悉，自10月8日起，除涉及国家规定实施准入特别管理措施外，外商投资企业设立及变更改为备案制。

根据10月8日商务部发布的《外商投资企业设立及变更备案管理暂行办法》规定，外商投资企业设立及变更备案管理属于告知性备案，不是企业办理其他手续的前置条件。外商投资企业或其投资者以承诺书形式对填报信息的真实性、准确性和完整性负责，备案机构在备案阶段仅对填报信息进行形式审查，领取备案回执也不是强制性要求。这与目前外资逐案审批制有着根本性区别，是方便企业、服务企业的“真备案”制度。

市商务局负责外商投资企业设立及变更的备案管理工作，外商投资企业或其投资者应当依照新办法真实、准确、完整地提供备案信息，填写备案申报承诺书，不得有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。外商投资企业或其投资者应妥善保存与已提交备案信息相关的证明材料。

针对此次外商投资政策的重大调整，市商务局多措并举、积极应对，确保外资工作平稳过渡。在下一步工作中，该局将加强政策的学习研究，积极与上级部门对接，加紧对本单位工作人员进行专项培训，提高服务水平和服务能力，尽快适应新要求、新标准；认真学习借鉴上海、广东、天津、福建四大自贸区试行外商投资负面清单管理模式的经验做法，在加强事中事后监管方面做足功课，对实行新政策可能出现的问题进行预判，制定应对措施；作好政策宣传，通过报纸、自媒体等多种方式，积极开展政策解读宣传，指导各县（市）区利用政策调整契机加大外资引进力度，拓宽我市吸引外商投资的渠道，优化我市投资环境。

信息播报

市科技创新券认领申请工作启动

本报讯（记者**李秋**）记者昨日从相关部门获悉，市科技创新券运营管理中心开始受理市科技创新券认领申请。

据了解，科技创新券是我市鼓励和支持企业大胆创新、积极开展产学研合作而设计发行的一种“有价证券”。企业在与科研机构合作时支付创新券，科研机构拿着创新券到焦作市财政部门兑现。

市科技创新券认领企业的条件：在本市注册或登记、具有独立法人资格；具有健全的财务管理制度，财务管理规范，无不良诚信记录；积极开展科技创新活动，具有必要的科技创新条件和能力。

市科技创新券使用范围：企业与高校、科研院所、实验室及其他研究开发机构开展科技合作，包括技术开发、技术转让、技术咨询和技术服务，单项合作企业投入费用在2万元以上（含2万元）；企业购置研发用仪器设备或研发用软件，单台（套）仪器设备或单个软件费用在1万元以上（含1万元）；企业购买科技服务企业或机构的科技服务，包括科技咨询服务、分析测试服务、科技信息服务等，或向焦作科技大市场购买服务，单项服务费用在1000元以上（含1000元）。市科技创新券运营管理中心常年受理科技创新券认领申请。

据介绍，企业需要填写科技创新券认领申请书。各县（市）区所属企业的认领申请报所在县（市）区科技行政主管部门，市直企业的认领申请报市科技创新券运营管理中心，县级科技行政主管部门会同财政主管部门研究提出本辖区市科技创新券发放名单和额度，向市科技创新券运营管理中心申报。需要注意的是，科技创新券编号唯一，实行实名制发放，有效期为两年，不得转让、赠送、买卖等，有效期内没有使用的自动作废。

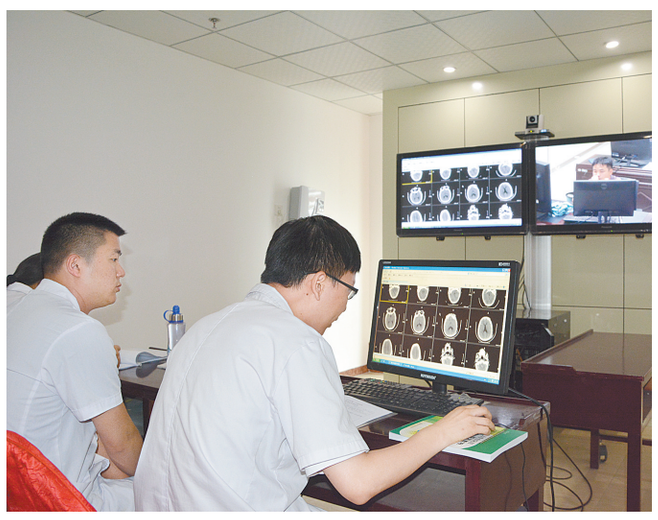
中科院（河南）科技成果发布暨项目对接会议下月举行

本报讯（记者**李秋**）由中国科学院合肥物质科学研究院和河南省中国科学院科技成果转移转化中心共同主办的“2016年中国科学院（河南）科技成果发布暨项目对接会议”将于11月5日至7日在郑州召开。我市相关企业可到辖区科技部门报名参会。

据了解，此次会议以展示成果、推动交流、促进发展为宗旨，着力推进成果对接、沟通交流，实现省院双方互利共赢。届时，中科院有关院所专家将参会，并围绕高端装备、生物医药、电子信息、现代农业、节能环保、新能源、新材料等领域进行成果发布。

市科技局相关人士表示，各县（市）区科技局、示范区发改局要积极组织技术需求明确的规模以上企业按时参会并于10月18日前上报相关材料。

远程会诊惠乡亲



为进一步解决群众看病难、看病贵问题，日前，孟州市第二人民医院开通了网络远程会诊系统。该系统依托河南省远程医学会诊中心、河南省互联智慧分级诊疗医学中心两大平台，让孟州百姓不出家门就能享受到来自郑州大学第一附属医院和省人民医院的专家诊断服务。该系统开通以来，已为1000余名患者提供了会诊服务。 聂小品 李小惠 摄