

土生电商 致富路在何方

□记者 宋锋辉

“2012,你想怎么变?”电子商务就是改变我们生活方式的利器。电子商务市场竞争激烈的同时,也出现了“本地化”迹象。当全国各地如火如荼地发展电子商务时,土生土长的电子商务又能带来怎样的商机呢?

“土生电商”,逐渐成长

5月15日,记者在洛阳市工商局专业分局了解到,截止到去年底洛阳从事涉网经营的企业、个体户等有7100多家,相关从业人员有5万多人。据洛阳市工商局专业分局网络市场监管大队凌军介绍,目前从事涉网经营的绝大多数是个体开设的网店,如在淘宝上开网店的就有5000多家,还有一部分是进行企业形象宣传、信息发布的,真正从事电子商务的不足百家。

虽然涉网经营“店家”的数量和从业人数不少,但是洛阳电子商务方面的发展仍面临困境,以团购网为例,据凌军介绍,洛阳原来有十几家团购网站,如今只剩下三四家。另外,洛阳网上交易一直处于“逆差”状态,也就是洛阳消费者通过网络购买外地商品的支出远大于洛阳的电子商务收入。

但是,在政府和企业的努力下,洛阳电子商务发展也出现了诸多良好势头。4月21日,位于西工区的洛阳信息科技城正式开业,这里聚集了十几家涉及电子商务、网站建设、软件开发等领域的企业。5月11日,在郑州召开的“河南省电子商务促进企业发展现场会”上,位于洛阳市涧西区的电子商务大厦被授予“河南省电子商务示范基地”,这个基地集中了几十家洛阳本地和外地的电子商务企业。

洛阳电子商务发展的另一个特点是大企业的信息化做的好,中小企业则更愿意进军电子商务领域。洛阳师范学院信息技术学院电子商务系主任王岚说,这主要是由于发展电子商务,营销维护投入人员更少,资金需求相对较低,可以有效地降低企业营销成本。再者,实体经济方面,由于大型企业有较好的销售渠道和品牌优势,中小企业难与其竞争。而在电子商务方面,无论是大企业还是中小企业基本处于同一起跑线上。所以,中小企业更愿意进军电子商务领域。

绘制 赵韵

农行“传世之宝”再添“新贵”

继推出“传世之宝”实物黄金、存金通业务之后,洛阳农行实物贵金属业务再添“新贵”——“传世之宝”白银,为广市民贵金属的投资、馈赠、收藏提供更多选择。

“传世之宝”是中国农业银行自主品牌的实物贵金属产品,信誉卓著。“传世之宝”四字由奥运福娃设计者、我国著名艺术大师韩美林先生手书,银条外观设计比例协调、赏心悦目,适当的长宽厚有利于收藏存放;销售与购回报价紧贴国际白银市场价格,交

土壤已有,等您开垦

与沿海地区和一些大城市相比,在资金、物流、人才、团队等方面,洛阳发展电子商务是不占优势的,甚至还落后很多。这是否意味着洛阳不能发展电子商务?洛阳哈他网络科技有限公司(以下简称“哈他”)营销总监牛志辉给出了否定的答案。

“哈他”是洛阳土生土长的电子商务企业,2011年进入“全球十佳网商30强”,在业内已经颇有名气。牛志辉说,虽然沿海地区和一些大城市的电子商务发展得不错,但是电子商务本身的发展受地域性影响并不强,而且目前洛阳已经迎来了发展电子商务的良机。

首先是在建设中原经济区过程中,洛阳在国家经济发展中的战略地位将提升,作为新兴经济的一个方面,电子商务的发展也将为洛阳经济的发展作出重要贡献。其次,洛阳市政府非常重视电子商务的发展,从税收优惠到引导金融机构支持,电

致富商机,掘到就闻

目前国内的几家大型网商竞争已经非常激烈,他们在全国多地建设仓库,构建物流体系,投资动辄上百亿。可以说,洛阳的电子商务企业要想走这样的路子,几乎是没有什么竞争优势的。那么洛阳该如何发展电子商务呢?

王岚说,现在电子商务本地化趋势已经显现。本地化电子商务有着许多优势:在售后服务方面将更有保障,由于消费者和销售者都是本地的,退换货或者是维修更加方便,消费者在消费时可以减少后顾之忧;物流速度将提高,成本将降低,有利于弥补物流短板,有利于商家搜集反馈信息,提高产品或服务

子商务发展的政策环境越来越好。另外,洛阳丰厚的文化底蕴也是非常有利于电子商务发展的。牛志辉说,电子商务企业也需要自己的企业文化,如果这种文化能与当地的文化相结合,就会形成良性共振,成为一个企业的核心价值,并得到别人的认同。

洛阳该如何发展电子商务呢?牛志辉认为,要培养出一批勇于创业的网商人才。同时,还要创造适合电子商务以及相关人才发展的空间。另外,还需要政府层面的支持,搭建发展平台,并在资金上引导金融机构为其提供低息,甚至无息贷款。

更重要的是,电子商务的发展需要一个充分的竞争环境。当电子商务企业处于创业初期时,优秀企业利用分散平台形成的充分竞争环境脱颖而出。当企业发展到一定规模时,优秀的企业被集中到一个平台上,在一个更高更好的舞台上发展。

的质量。因此,“土生电商”要有信心。

“洛阳是老工业基地,有大企业也有众多的中小企业,同时还有丰富的旅游资源,这些都可以通过发展电子商务向国际化方向发展。”王岚说,比如发展旅游电子商务,可以让消费者通过网络实现旅游线路策划、旅游团购和信息查询,从而避免走冤枉路,花冤枉钱。



支微战略转型, 在创新中成就崛起

□记者 龚娅丽 通讯员 潘纪新

在支持小微企业发展的10年探索历程中,洛阳银行以改制激活内生动力,以转型开辟广阔天地,以提升占据竞争高地,不断探索和挖掘小微企业的巨大市场空间和战略价值,走出了一条颠覆传统、在创新中寻求突破的崛起之路,不断实现着自我超越,取得了显著成效。

量身定做,雪中送炭

洛阳银行成立初期确定了“服务中小企业、服务城市居民、服务地方经济”的市场定位。2002年,洛阳银行在对当地小微企业进行调研的基础上,开始了支持小微企业贷款的尝试和探索。这种尝试和探索不仅为如今形成全方位的小微企业信贷体系奠定了基础,也为之后引进微贷技术全面展开小微企业信贷工作提供了丰富的经验和资源。

当时,洛阳银行在全行开展了“清街”活动,要求各个支行对其周边每条街道、社区等进行摸底调研,并推出“贷款直通车”等信贷服务,吸引了众多小微企业;同时,洛阳银行在支持小微企业方面还尝试分级授权,给予支行30万元以下的授权权限,引导支行贴近小微企业,加大支持力度。

战略转型,共赢发展

2004年,国家开发银行与世界小微企业贷款公司合作,引进微贷技术,开始了小企业融资业务,在全国一些城商行中进行试点,包商银行就是试点之一。包商银行在吸收国外先进理念与技术的基础上,拥有了自己的特色,小企业信贷业务发展迅速。这对正在探索服务小微企业的洛阳银行来说深受启发,洛阳银行积极调整发展战略。战略转型的关键,在于率先打破同质化的市场竞争,形成特色化产品服务,抢占发展先机,在产品创新、服务特色方面不断迈出新步伐,以创新赢得与小微企业的和谐发展。

2008年初,洛阳银行正式与国开行开展合作,引进德国IPC微贷技术,成立小企业信贷部,成为河南省城商行中首家使用微贷技术的银行。

人才蔚起,鼎力支微

洛阳银行专门成立小企业信贷部,采取独立、封闭式管理,并给予政策倾斜,小微企业信贷部的员工不受编制限制,需要多少就招多少,成立了独立的审贷会,采用事业部管理模式,分级授权,随时办理,并在贷款规模上予以倾斜,贷款能发放多少就给多少,扩大了小微企业信贷部的灵活与自由度,以满足小微企业的贷款要求。

如今,洛阳银行求贤若渴,正在招聘具备新思维、新视野、新思路的信贷英才,为小微企业成长战略的制定提供强大有力的支持。



肖银条包括60克、100克、200克、500克和1000克5种规格。

咨询电话:95599 63295025

(宋永安)

