

电子商务社区店现身洛阳,线上购买商品、线下提供服务保障——

“O2O”能否成为搅动电商市场的“鲇鱼”

核心提示

近日,洛阳首家“嘿客”社区店开业,标志着“O2O”运营模式在我市试水。

所谓“O2O”,即Online To Offline(线上到线下),是指将线下的商务机会与互联网结合,让互联网成为线下交易的前台。

零库存、店内网上下单、弥补互联网购物出现的纠纷……这种不同于传统商业运营模式的“O2O”模式能否得到我市消费者认可?又给我市电商市场带来哪些启示?

1 运营方: 店内零库存,重在线下服务

7月26日,位于唐宫路附近的“嘿客”社区店正式开业。店内既没有货架,也没有琳琅满目的各式商品,取而代之的是各种商品的图片海报挂满了店铺,店铺中央摆放着两台大型平板电脑,可供顾客在线选购商品。

“不同于普通的便利店,我们采取的是团购、预售、手机扫码等新型购物方式。”该店工作人员说,目前顾客可以让店员在店内代网上下单,然后用现金或刷银行卡的方式结算货款。顾客在“嘿客”社区店内购买的商品,大部分由顺丰速递负责送货。

负责该店运营工作的赵建林说,网上购物最大的软肋就是商家与顾客之间的交易均在互联网上完成,一旦出现纠纷,会因为商家在广州,而消费者在洛阳,异地维权便成了麻烦事。而该店能为消费者解除此类后顾之忧。

赵建林说,按照顺丰速递官方的要求,第三方合作商必须为公司、企业,合作商提供的产品必须经过相关机构严格检验,确保为原装正品才能与该店合作。相关合作商家与顺丰速递方面签订有协议:一方面,提供产品的商家要保证产品质量和服务;另一方面,如果出现供货商家推诿或拒绝提供服务时,该店会先行提供相应的服务保障。



「嘿客」社区店内,工作人员在为顾客介绍下单方法

2 消费者: 购物方式需进一步完善

我市首家“嘿客”社区店开业第一天,共接到近20份商品订单,其中包括化妆品、移动充电宝等多种商品。

对于这种业绩,一些消费者表示“O2O”模式确实带来了一种新的消费体验,这是一个良好开端,不过也有不足之处需要改进。

“我前段时间到杭州探亲时,体验过在当地一些电子商务社区店购物,与洛阳新开业的这家店大同小异,都有一些地方还需要完善。”市民杜建华说,这些社区店购物方式还不是很方便,消费者到店内通过手机扫码或购物终端机进行购物,不太符合大家现阶段的购物习惯。同时,新兴的电子商务社区店可供选择的货品种类较少,且货品供应商比较单一,无法让消费者价比三家。

市民周丹阳则认为,这种电子商务社区店今后肯定会越来越多,不过,它只是帮助消

费者线下订购线上的一些日常消费品,无法对消费者形成足够的吸引力。如果这些电子商务社区店能为消费者提供定制购买服务,那效果就不同了。例如消费者想在网上买一件品牌服装,但纠结于网上不同商家价格有高有低,且真伪难辨,如果电子商务社区店既能帮消费者选到货真价实的商品,又能提供有保障的售后服务,那么这就形成了独特的线下网购体验方式。

除此之外,也有市民认为,一家综合性的电子商务社区店,店内服务人员不仅要熟悉整个购物流程,更应熟知不同商家提供的每款产品的具体特征。例如一款奶粉,店内服务人员应当知道正在销售的这批货保质期到什么时候,发货时采用什么样的包装方式,发货是由哪个城市发出等。如此一来,才能真正让消费者感受到线下与客服人员沟通的便利性。

3 速递业: “最后一公里”将燃战火

顺丰联手“嘿客”(以下简称顺丰“嘿客”)无疑是国内速递企业对“O2O”模式的一种尝试。有业内人士认为,顺丰“嘿客”在全国多个城市布局,是速递企业对“最后一公里”的争夺。目前国内速递企业品牌众多,除了顺丰,还有申通、中通、韵达、圆通等多个行业大佬。因此,只有哪家速递企业能提供顾客更好的服务体验,提供更多的增值服务,才能赢得更多客户的青睐。

以“嘿客”为例,其店内提供有一项虚拟地址服务,即收件客户无需提供详细地址,只需在速递详情单上填写收件地址附近的“嘿客”网点地址编码,当快件到达后,相关“嘿客”网点会以短信通知客户上门自取快件。这种做法可以避免过去一些素质不高的投递员,将收件客户个人信息泄露的情况出现。

在网上经营农副产品的吴成钢说,过去我市一些小型电商忽视了网店人气不旺的一个重要原因,就是与江浙沪一带相比,洛阳的速递业不够发达,发送包裹的价格优势不明显。如果洛阳销售不同产品的电商联合在本地自行开设一家电子商务社区店,首先从心理上能让消费者感到放心,从而提升店内订单量;其次,本地货品的配送周期会非常短,即便消费者不能立即从店内拿到现货,一般也能在第二天收到速递送货上门的商品。最重要的是,各家速递公司发送同城速递包裹的价格会比较便宜,电商可以将省下的成本让利消费者。

4 本地电商: 电子商务社区店值得借鉴

“一家新开设的网店,想要一步步打开市场,大幅提升产品销量非常难,‘O2O’电子商务社区店模式值得洛阳本土电商学习。”在网上经营化妆品生意的潘丽说,如今网上同类商品的商家之间竞争激烈,小电商想要跟那些同行业的“龙头”电商争夺全国市场,几乎不可能。

潘丽认为,立足洛阳,辐射河南省内消费群体,才是我市一些规模较小的电商未来一段时间内的发展方向。过去,洛阳不少电商总在发愁网店的客流量太少,“O2O”模式值得大家借鉴。

不过,目前我市尝试“O2O”模式的并非“嘿客”社区店一家。

河南省邮政公司洛阳分公司(简称市邮政公司)的相关负责人介绍,该公司在2010年便开始在全市范围内与便利店、超市合作建立便民服务站。截至今年6月,该公司在全市各县(市)区共建立便民服务站2374个。

对此,有业内人士认为,这些邮政便民服务站目前可以实现交纳手机话费、电费、水费等便民服务,其经营内容与电子商务社区店的部分功能类似。假如后期市邮政公司对现有便民服务站进行改造,增加更多增值服务,会更容易打造成覆盖区域更广的线上线下互通的社区生活服务平台。

另外,按照相关规定,网络购物如果出现消费纠纷时,消费者应当向商家所在地的工商部门投诉。如果洛阳的电商能在我市自行开设电子商务社区店,无疑给消费者吃了一颗定心丸,因为一旦在消费过程中出现问题,消费者在家门口就可以找工商部门解决。

本报记者 王蕾 文/图

人文河洛



东都城里的 女主人

□王恺

武则天一直记挂着洛阳。做了皇后的她鼓动高宗来到了她魂牵梦绕的洛阳。来到洛阳后,武则天很快就由皇后晋升为天后。

武后何时参与朝政?《旧唐书》《新唐书》都说是自高宗显庆五年(公元660年)以后。《资治通鉴》说得更具体,说从显庆五年十月开始,高宗委托武后处理部分政务。

高宗为什么要委托武后处理部分政务?

第一,高宗身体有病。有什么病?“苦风眩头重,目不能视”。新旧《唐书》说“多苦风疾”。“风眩头重”,或许是高血压,或许是中医书上所说的一种由“阴虚阳亢”引起的慢性疾病;“目不能视”,可能是近视眼;“风疾”则可能指手足麻木等疾病。

第二,武后可以信赖。《旧唐书》说她“素多智计,兼涉文史”,而且“处事皆称旨”,不仅有很高的文化素养、施政能力,与高宗也有共同的政治见解。最重要的是,武后受高宗“专宠”,在十年中为高宗生了4个儿子,是高宗8个儿子中的后4个。

武后此时虽然已经开始参政,但大事还是高宗说了算。有一个例子可以说明:公元663年,右相李义府仗武后的权势,“专以卖官为事”。高宗震怒,将李义府下狱,命专人监察,结果查证李义府卖官的事情属实。高宗下诏将李义府除名,流放四川。李义府是武后的心腹,高宗敢于流放他,说明这时候高宗的权力大于武则天。

武则天权势的增强始于麟德元年十二月,也就是公元664年,其标

志性事件就是宰相上官仪被杀。

上官仪是上官婉儿的祖父。他是通过科举应试制度走上政治舞台的一个精英文人,他的五言诗在中国文学史上占有一席之地,其风格绮丽婉约、优美酣畅,被称为“上官体”。上官仪一路青云直上至宰相,被特许可以随意出入禁宫面圣,并专门掌管诏命,起草圣旨。

上官仪对高宗的知遇之恩肯定是发自内心的,所以,当高宗在他面前抱怨皇后专权时,他立即请旨废后。却不想武则天的耳目遍及宫中的每一个角落,上官仪刚起草好诏书还搁在皇帝的御案上正准备加盖玉玺发送给中书省呢,武则天就已经出现在了高宗面前。

武则天对高宗的性格拿捏得非常准。她知道,高宗是一个多情而又懦弱的人,于是采取软硬兼施的手段。她先是一把鼻涕一把泪地哭诉自己和高宗多年的感情,历数自己对家庭和国家所做的贡献,然后再质问高宗:“我到底犯了什么罪?”最后连高宗自己也不明白为什么要废掉她了。高宗为了推卸责任,吐出了一句话:“我初无此心,皆上官仪教我。”

许敬宗第二天就上表,说宰相上官仪与宦官王伏胜当年都是废太子李忠的部下,现在这俩人暗中勾结,密谋作乱。高宗很快就翻脸不认人,上官仪被抄家,女眷全部没入宫中为奴。

第二年,也就是公元665年八月,高宗称天皇,武后称天后。唐朝的历史正式进入了“二圣”共治盛唐的政治格局。

彩绘驯马陶俑和抬腿马: 唐人驯马场景传神再现 构思刻画皆精堪称妙品

本报记者 白云飞 见习记者 张宁 文/图



文物名称:彩绘驯马陶俑和抬腿马
文物年代:唐朝
出土时间:1988年
出土地点:洛阳唐墓

核心提示

马者,甲兵之本,国之大用。马因善奔跑、能负重,成为古人征战疆场、行以代步不可或缺伙伴。所以,自古中国就形成了爱马、颂马的独特民俗文化。在洛阳博物馆中,珍藏有一套彩绘驯马陶俑和抬腿马,两者“对立统一”的神态,形象再现了唐人驯马的生动场景。



彩绘驯马陶俑和抬腿马

1 马政兴衰关乎国家命运

在冷兵器时代,交战双方拥有马匹的数量是决定战争胜负的关键因素。因此,马政的兴衰是一个国家强盛与否的标志。

马政是朝廷对马匹的牧养、训练、使用和采购等的管理制度。秦始皇兵马俑坑内的大量战车和骑兵俑,就是秦国强大军队的缩影。西汉时期,汉武帝曾西征求马,才得以拓展疆土。因此,

马对国家的重要性可见一斑。

唐代是封建社会的鼎盛时期,马更加受到重视。据记载,在从唐太宗贞观年间到唐高宗麟德年间的约四十年时间里,全国马匹总数由不及万匹发展到70多万匹。

一生戎马倥偬的唐太宗李世民更是对战马用情至深。其中,最有名的是白蹄乌、特勒骠、

飒露紫、青骓、什伐赤和拳毛驹,这六匹战马都在李世民开辟大唐基业的重要战役中立有赫赫战功。

李世民称帝后,不忘这六匹名马拼杀疆场的贡献。当文德皇后病故埋葬于昭陵时,唐太宗下令大画家阎立本为这六匹名马画像,并镌刻于昭陵祭坛之上,成为赫赫有名的“昭陵六骏”。

2 传神再现唐人驯马场景

在唐三彩陶器中,马是最常见的题材之一。1988年,考古工作者在我市一座唐墓中,出土一套彩绘驯马陶俑,由驯马陶俑和三彩马各一件组成。两者造型构思精巧、神采饱满,成为唐三彩中不可多得的精品。

我们看到,三彩马鞍鞞(àn jiān 马鞍和马鞍下面的垫子)配饰保存完好,通身饰以朱彩,虽马身彩绘颜料有所脱落,但纹饰依旧清晰可见。骏马的躯体非常匀称,肌肉丰满,筋骨分明,显得十分矫健。特别是,马颈高昂,马头内勾,张口嘶鸣,浑身肌肉紧绷,作欲挣脱缰绳状的形象令人惊讶。这也说明唐

代工匠对马的刻画和拿捏十分到位。

陶马旁边的驯马师,头戴幪头(fú tóu,古时男子束发的头巾),上身着一件窄袖圆领衫,衣袖挽至肘部,下身穿一条开裆长裤,足蹬尖靴,两腿叉开,双肩平张,身体前倾,右手牵着缰绳的手腕暗中蓄力,暴起条条青筋。驯马师瞪目咬牙,目光严肃,俨然一副呵斥马的样子,神情极为投入。

文物专家称,在双方有对峙又有呼应的关系之中,既有人与马的较量,又有马与人神态的交流,让人体会到一种静与动的美妙结合,反映古代工匠非凡的艺术创造力。

相关链接 三国名马

自古英雄配宝马。三国时期英雄辈出,宝马也纷纷涌现。最负盛名的莫过于吕布坐骑“赤兔”,时称“人中吕布,马中赤兔”。《三国演义》对赤兔马赞誉有加,称其“日行千里,渡水登山,履平地”;还有刘备的坐骑“的卢”,的卢马曾救刘备于危难之中,而南宋词人辛弃疾一句“马作的卢飞快,弓如霹雳弦惊”,也让的卢马名噪一时;而曹操的坐骑“绝影”,顾名思义跑起来快得连影子也跟不上。(云飞)