

奇迹在创新中诞生

——聚世惠集团公司创新发展纪实

习近平同志讲过,创新是民族进步的灵魂,是一个国家兴旺发达的不竭源泉,也是中华民族最深沉的民族禀赋。生活从不眷顾因循守旧、满足现状者,从不等待不思进取、坐享其成者,而是将更多机遇留给善于和勇于创新的人们。

在聚世惠,我们看到的是一个最有活力、最具创造性的群体,他们靠创新的精神与思维,以敢为人先的锐气,在继承前人的基础上超越前人,靠创新改变着人们的生活,引领着社会的发展,开创着崭新的未来。聚世惠这个一年前还没听说过的企业,近期,突然声誉鹊起,轰动大江南北,长城内外,成为3D电商产业的推动与领航者!特别是山东聊城,在政府的支持下利用45天时间,把聊城打造成全国首个“3D电商之都,数字经营之城”。这无疑是个奇迹,亦是中华民族的骄傲。这一切,来源于“聚世惠”的创新精神。

一、立足创意思维,绝不和历史机遇失之交臂

创新作为历史进步的杠杆,从来都是建立在创意思维基础上的。聚世惠人的创意思维是以时代精神、世界眼光为底蕴的,他们的思维方式是突破自我,突破定式,突破昨天;他们的视野是立足现实看时代,立足一隅看全球,立足当今看未来,不断寻找开创性的制高点。聚世惠人用特有的眼光掠过纷繁的社会现象,注视着生产力的变化规律,互联网成为有史以来最伟大的杠杆,敲开了信息时代的大门。二十年来,信息技术革命日新月异,互联网应用创新层出不穷,中国互联网的发展历程,无疑就是大众创新的历程,是由众多的“中国第一次”演绎成的“世界之最”。

聚世惠人透析了中国网民的发展史。1987年9月14日,钱天白教授发出第一封电子邮件,诞生了中国第一个网民;1994年第一台486PC机研制成功,因此被称为“中国互联网元年”;1997年开展了“中国第一次网民调查”,数量达到62万人;2000年,中国互联网进入融合阶段,网民发生爆炸式的增长;2008年6月底,中国网民数量达到2.53亿,网络走入千家万户,网民规模超过美国,跃居世界第一位;2011年,中国手机网民规模达到3.56亿,手机网民首次超越计算机网民,进入移动互联网时代;2013年,我国网民总量突破6亿大关,整个社会的生活、学习、工作、经营方式都发生了重大变化,上网成了人们日常生活中不可缺少的一部分。

聚世惠人观察发现,网民的高速发展带动了信息消费异军突起,成为我国经济中日益活跃的消费热点。2007年,中国网络零售交易额达到594亿元;2010年,电子商务交易额达4.5万亿元,网络零售交易额达5231亿元,相当于2007年的8.8倍;2012年,电子商务交易额突破8万亿元,相当于中国GDP的1/6,其中网络零售交易额超过了1.3万亿人民币,相当于2007年的21.8倍;2013年电子商务总交易额超过10万亿元,5年来翻了兩番,网络零售交易额达1.85万亿,相当于2007年的31倍。5年来平均增速达80%,中国超越美国跃居网络零售“世界第一”,成为名副其实的网络大国。

2011年以来,国务院、商务部连发四个文件,强势推动电子商务的发展。最近,习近平总书记又强调:没有信息化就没有现代化。中央提出到2015年,电子商务交易额超过18万亿元,我国规模以上企业应用电子商务比例达80%以上,打造中国经济“升级版”,把我国从网络大国建设成为网络强国。

从对互联网历史的系统了解、对电子商务发展趋势的深刻洞悉、对中国宏观政策的精细分析中,聚世惠人在深思熟虑后得出了结论。一是互联网是时代发展的必然,能够适应这个发展的趋势就是机遇,不能适应或者跟不上这个趋势就是危机。二是互联网不问出身,无数的创业者起初都只不过是小小的“草根”,却通过互联网实现了自己的愿望,更显示出大众创新特有的魅力。中国互联网的将来,无疑将是大众创新的将来。聚世惠人的精神是:站在前人的肩膀上,在继承中创新,在创新中跨越,引领国际互联网发展新潮流”。

二、寻找技术创新突破口,抢占电商发展先机

当今世界,有眼光的人都在寻找电商创新的突破口,抢占未来发展的先机,聚世惠人更是使自己和“创新”二字同呼吸共命运。他们注意到,信息经济革命日新月异,电子商务的演进经历了从“工具”、“渠道”到“基础设施”的发展过程。目前,有80%的企业仍把电商当成渠道,但也有一部分先知先觉的企业,已转型将电子商务当做新的基础设施,电子商务经济体应运而生。淘宝等电子商务经济体问世后,人们在购物时看到的是互联网框架,包括云计算、电子商务服务平台、网上支付、物流快递,这一整套体系构成的一套新的商业基础设施。它不同于传统商业的货架橱窗,而是建立在键盘鼠标上的虚拟商业设施。这种“电子商务经济体”近期正在爆发式增长,虚拟电商纷纷创立。“把电子商务当成基础设施,还是看成渠道,这是在目前检验我们对电子商务认识水平的一个非常重要的指标。”

“虚拟电商基础设施”的构建具有高增长、高溢出、高效能、低消耗等特点,它的发展需要千千万万敢于创新的人,去改变自主创新方面还相对落后的局面。在人们对创新的期待目光中,聚世惠人的做法是,不求全面赶超,只求找准科技创新突破口,抢占下一个自主创新的制高点。

在目前的电子网上商城购物,网民看到的仅是一幅幅的图片和文字说明,容易产生视觉疲劳。由聚世惠研发中心和山东科技大学现代传媒技术研究院王相国教授设计创建的“聚世惠3D网上商城”,在现有网上商城基础上更进了一步,以3D立体的形式把标志性建筑以及商场内景,商品表现出来,用实景展现购物环境,还原了人们真实的逛街购物场景。在视觉冲击中,刺激消费者的购买欲望。如果她还想征求朋友意见,只要对方在电脑上进入聚世惠3D商城,两个人就能手拉手逛街,商讨如何购买,实现了不在一个区域、不在一个城市甚至不在一个国家的无障碍沟通。

配合“3D网上商城”上线,聚世惠人还自主研发了“惠易通”手机软件。随着宽带中国、4G网络建设加快,移动互联网将渗透到生活的各个方面。有专家说:未来4年,包括手机在内,全球将有超过70亿的移动终端,这些终端互联起来蕴含着巨大的商机。但是在中国市场上三大电信运营商占有这么高,谁能从中分得一杯羹?

精明的聚世惠人另辟蹊径,在行业细分市场上找到自己的位置。聚世惠自主研发的“惠易通”手机软件全国上线仪式于2013年11月24日在山东省聊城市东昌宾馆小礼堂举行。这款软件不仅有手机端而且开发了PC端,让所有会员实现了免费点对点通话、视频、微信、传文件等功能,将聚世惠推向了全国虚拟通讯的前沿;为联盟商家开通900双向免费的网络电话,在会员和联盟商家之

间架起了免费沟通的桥梁;为联盟商家实现了手机地图定位功能,也方便了会员消费。

在“惠易通”手机软件诞生的第二天(2013年11月25日),腾讯推出8分钱一分钟的优惠通话费率的电话本业务。日前,通讯行业三巨头之一的中国移动也自我革命,正式发布了《下一代融合通信技术白皮书》,直接支持类似微信的OTT业务,预计在2014四季度可实现试商用,2015年中实现融合通信的全面商用。这些都充分证明了聚世惠“惠易通”手机软件已经捷足先登,领先一步,突显出超群的起点意识。

互联网的未来,展现的就是一场大众创新竞赛,比谁的创新门槛低,比谁的创新速度快。聚世惠的“3D网上商城”、“惠易通”手机软件拥有的就是既低又快两大优势。

三、实现模式创新,开辟电子商务新出路

聚世惠的成立正处于我国经济的转型时期,他们缜密观察着中国经济的发展方向,清醒的看到中国经济结构正由投资、出口走向内需的战略性调整,而扩大内需最大的产业支撑就是服务业;作为第三产业中重要环节的“信息消费”,更被赋予新的期待,被提到一个前所未有的高度,成为拉动经济增长的助推器。

信息消费行业过去一年的拼搏如疾风骤雨,各家电子商务经济体尤其是天猫、京东、苏宁、当当、易讯等在B2C领域的竞争进入白热化,C2B模式也在天猫“双11”的预售更为多人所知。目前中国的电商市场,淘宝是C2C领域的绝对王者,B2C领域中平台式的天猫也稳坐第一,而自主式的京东、易讯、苏宁等几家在争夺第二的路上也没有给其它人留下太多机会。各家电商经济体优势各有所长,但电商的三大瓶颈也显露的十分突出。

哪种新模式是下一步的发展趋势,哪个领域会是电商的另一条路或下一个方向?面对电商行业如此激烈的竞争,聚世惠人“换轨思考”,在全国抢先推出“消费服务业”,走出了电商的另一条新路。聚世惠3D网上商城综合B2C、O2O两大模式,它利用B2C模式为消费者提供快捷、方便的网上购物环境;利用O2O模式使线上网店和线下消费优势互补,既能极大地满足消费者个性化的需求,又能使商家通过立体网店信息传播得更快、更远,更广,可以瞬间聚集强大的消费能力。下一步它还会融入以消费者为中心,消费者当家做主的C2B模式,先期用自己独创的方式解决用户聚合问题,再转移到C2B上面来,实现B2C、O2O、

C2B三优合一的新模式。

尤其刺激人们眼球的是聚世惠3D商城还有效解决了目前电商行业的三大瓶颈:网络欺诈、售后服务及物流滞后。首先,3D商城上的商家全部是取得工商营业执照的实体商家,再加上这些商家每月都和聚世惠公司有有着密不可分利益往来,不会因小失大欺诈网民;其次,聚世惠公司在每个城市建立的服务商体系,解除了网民售后服务的隐忧;再者,聚世惠有独具特色的三级服务商体系,以及各地兼并的一批本土物流公司,也抢在各家电商之前解决了同城配送及物流最后一公里的问题,消除电商行业物流滞后的顽症!

四、强势推动“营销创新”,独创“零度消费”新篇章

聚世惠创建的“3D网上商城”是21世纪信息时代的伟大创新;这个商城7月1日上线能否一炮打响,取决于两点:一是有没有海量的消费者来消费,二是有没有海量的联盟商家来开店。这两个课题既是聚世惠也是所有电子商务经济体面临的重大课题。

聚世惠人独创“零度消费”系统恰恰解决了这个课题。它运用了互联网和全新的游戏规则,所有消费者都可以免费持有聚世惠会员卡,这张会员卡有四个功能:一是免费健康体检,二是会员间免费手机通话,三是跨行业、跨区域、跨时空消费积分,四是积分累计达到一定数额时,聚世惠公司会按月、分期、分批返还消费金额。消费者正常消费,额外获益,既享受着“成本购物”的乐趣,又从消费中获益,实现“零度消费”。

这个时代又被称为“消费者时代”,聚世惠整合消费者就凭一张会员卡。和现有电商经济体相比,前者是松散型的流动顾客,聚世惠锁定的是紧密型的忠诚顾客;和众多实体商城、企业的会员卡相比,前者是离开本商城、本企业便不能用,后者是全国一卡通,天南地北都能用,各行各业都能用;前者是有偿购物,后者是零度消费;前者叫积分运用,后者叫积分复合运用,揉合到一起,再变通揉合分享给大家;持卡会员和聚世惠建立的是真诚的、坚固的、长期的利益关系,有消费者说,别的企业为的是企业挣钱,经营策略是“满足消费者”;聚世惠提的是“让消费者受益”,为的是老百姓,目的是“让消费者满足”。聚世惠做了一件让老百姓高兴的事。

聚世惠人信奉“优势富集效应”,他们说一个人,再大也小;一群群体,再小也大;一杯水只要形成水流轨迹,就有可能汇成江河。只要商家纷纷来开店,

商城成功为期不远。聚世惠人深悟老子《道德经》“将预取之,必先予之”的哲理,他们用最便宜的共享平台吸引商家,在签约联盟商家时给对方足够的利益,把很多小商家的“根”留在这里。他们直接对商家做四件事:一是免费赠送3D网上商城网店,实现企业跨时空经营;二是免费在官方网站、手机上、地面上做三层广告,提高企业的信任度、知名度和美誉度;三是捆绑一个双向免费客服电话,极大地方便商家和客户;四是送达海量忠诚客户,引来客户数量无限增多和客户重复消费次数无限增多。商家仅是在经营额产生时以积分形式给聚世惠缴纳5%-10%比例的服务费。四大措施引得商家蜂拥而至,他们的说法是,机不可失啊,当年淘宝商城免费时,没有上,后悔了;今天再不上,将来更后悔,特别是还有这么多好处。

经营机制的创新使聚世惠市场渠道的建设以意想不到的速度发展起来,海量的消费者、海量的联盟商家逐步到位,为7月1日上线奠定了基础。借助“3D商城”上线和“七一”建党节献礼的东风,聚世惠会员、联盟商家将出现爆炸式的增长。今年“打造100家成熟市场、一万家业务经理、五万家联盟商家、一千万会员”的目标将顺利实现。

五、完善项目创新,实现复合型“资源整合”

习近平同志在访问俄罗斯时讲过一个趋势,未来五到十年拼的就是资源整合。你能整合多少资源、多少渠道,你将来就会得到多少财富!

聚世惠的突出特色是开创了“消费服务业”,实现了多项资源有机整合。在这个资源大整合中,有电子商务平台运作系统;有科学合理的再分配方案;有海量的联盟商家参与;有海量的个性会员群体消费;有高效的业务管理网络;还有便捷、可靠、通畅的物流服务。七大资源揉合为一体,实现了立体性、复合型、互动式的消费资源整合,形成了多网合一、空中商超与实体商超的牵手的综合体;组成了把信息资本、资金资本、人力资本快速转化为财富资本的集成系统。

聚世惠的创新是锦上添花的创新,这种创新,不仅实现了产品、技术和营销机制的创新,也实现了项目自身的完善。在时代为创新型企业提供了无限商机的大背景下,聚世惠打造的新电商引擎,正在高速高效发展成为提振经济的新引擎,树立起一个电商创新发展的新里程碑。聚世惠一马当先,新电商万马奔腾的局面指日可待! (毕树德)



聚世惠集团总部大楼