



编者按:

11月1日,《滨州日报》正式改版,她将不再是一张纸,而变为一个更加宽阔的平台——携手滨州网、滨州手机客户端以及微博、微信等,通过媒体融合聚力滨州宣传。

改版的同时,本报特推出《滨州网事》专版,下设“电商人物志”“互联网‘大咖’谈”“互联网+活动”“微社区”“网问答”等版块,旨在更加深入、全面地发掘报道与滨州有关的“互联网+”人物,梳理滨州“互联网+”发展脉络,寻找更有趣、更好玩的“互联网+”新鲜事,让“互联网+”真正“+”上滨州的方方面面,并跃然纸上,以飨读者。

互联网人物

贾培晓:

滨州“草柳编大王”做起“新农人”

滨州日报/滨州网记者 李鹏飞 通讯员 李超 刘玲燕



贾培晓检查黄河口旅游景区定制的草柳编垃圾桶。

从2006年开淘宝网销售草编制品开始,11年间,贾培晓夫妻诚心经营的“目暖家居”成为了淘宝商城好评如潮的知名店铺。而借助阿里的淘宝平台,贾培晓也从一名返乡大学生变身“草柳编大王”,逐步成长为博兴乃至滨州知名的农民网商企业家,并带动了一方乡亲致富。

如今,贾培晓这位早已功成名就的“草柳编大王”却又干起了新行当——和江苏的销售团队合作,在博兴县店子镇承包了300亩地种植博兴特产网纹瓜,转型成为“新农人”。

辞职创业开草柳编网店,和妻子过起“苦日子”

大学毕业后,贾培晓和许多刚毕业的大学生一样,怀着对未来无限的激情和期许,用为数不多的积蓄开了一家网店。但经营不到一年,公司就陷入了困境,不久后倒闭。这给满怀激情的贾培晓泼了一盆冷水。初生牛犊的失败,让这个年轻人开始从最初的想当老板,变成了打工一族,在东营一家油田公司做起了行政经理。

“当时,在外人看来这份工作十分稳定,收入和待遇都很好。但对我来说,工作日复一日的机械性重复,加上身边的同事年纪都比较大,让我感觉自己越活越缺少激情,仿佛一眼就能看到自己老了时候的样子。”贾培晓说,几年的打工也并不是无所收获,期间他收获了自己的爱情——2005年,他和同在一个公司打工、小他两岁的济宁姑娘孟丽丽喜结连理。

结婚后,夫妻二人辞了职,决定一起回贾培晓的老家博兴县锦秋街道湾头村

创业。之后一年时间里,夫妻俩兜兜转转做过多次创业尝试,无奈都以失败告终。之后,由于再次创业的资金并不充裕,俩人这才打起了开草柳编网店的主意。

“我创业最困难的时候,全身只有50元,银行没有一点存款,我爱人每天晚上20点之后去超市,因为只有那个时候超市才有便宜的蔬菜出售。”——这段话,是贾培晓在今年第三届联合国电子商务论坛上回忆自己最初创业时的艰难,从中不难看出他最初创业时的艰难。

网店营业额火箭式攀升,开启美好生活的同时带出一个“淘宝村”

熬过了最初的艰难,2010年起,贾培晓的事业进入快速发展期,他注册了自己的品牌“目暖家居”,进入天猫商城销售;2012年,销售额达到300万元;2013年、2014年,销售额均突破1000万元;2015年、2016年,销售额稳定在1000万元以上。

记者采访时,贾培晓正在自家仓库里忙着检验为东营市黄河口生态旅游区制作的草柳编垃圾桶。今年,黄河口生态旅游区争创国家5A级旅游景区,全部设施都需要更新升级,进行特色化打造。经过考察,决定将景区所有的垃圾桶全部更换为更具地方特色的草柳编垃圾桶。贾培晓介绍,这一批定制的草柳编垃圾桶有700多个,编制完成后全部进行了桐油处理,做到防水、防虫。“过段时间,这批草柳编垃圾桶就将亮相黄河口生态旅游区,相信一定能成为景区争创国家5A级旅游景区加分。”

当记者问起网店的销售情况时,贾培晓说,今年上半年,网店的营业额已经

达到三四百万元,与往年持平。他说,最期待的就是“双十一”到来,因为“双十一”一天的营业额就可能突破千万元大关。“一个网商一年的销售成功与否,基本上都在这一天找到答案。”贾培晓说。

从2010年网店生意好起来后,为了让网店继续保持高销量,贾培晓更加不惜血本“充电”。他告诉记者,2013年,他基本上每周都自己买机票飞杭州,就为了能和其他优秀的淘宝店主交流,多学点推广、经营经验。一年下来,光机票就攒了厚厚一摞。甚至到现在,贾培晓还会定期自费到杭州、北京等地,与在经营中结识的其他成功的网商、微商朋友“组局”。大家一起品茶饮酒,海阔天空地畅谈感想和经营理念,从而碰撞出新的经营、推广方案,再各自运用到自己的经营之中。

随着“目暖家居”的销售额不断攀升,在贾培晓的带动下,当地的编织产业规模不断壮大,不仅越来越多的乡亲开始从事电子商务,周边物流快递、木器加工、纸箱包装等行业也快速发展,并形成了完整的产业链条。目前,湾头村已有网店经营户700多户,辐射周边乡镇村庄2000多户网店店铺,全村2013年、2014年网上交易额分别达到1.17亿元和3.1亿元,2013年被阿里巴巴评为全国14个“淘宝村”之一。

贾培晓自己的生活也发生了翻天覆地的变化。在联合国电子商务论坛上,他借助PPT向全世界展示了自己如今的美好生活——“我在2015年投资300万元人民币建了一座700平方米的房子,还有1000平方米的仓储,现在我有一个10人的团队,当然我也有自己的私家车,现在感觉还是非常幸福的。”

和江苏团队合作开发博兴网纹瓜销售市场,转型做起“新农人”

经过十几年的商海历练,贾培晓对经营有了更多的思考。在他看来,由于网纹瓜越来越少,同类型网店越来越多等原因,目前草柳编市场已经趋于饱和。

意识到这点后,贾培晓就开始琢磨着依托电商平台实现转型。十几年的积累,让他有了转型和扩大商业版图的想法。同时,在专业团队的运营下,“目暖家居”草柳编网店营业额持续稳中有升,也让他少了后顾之忧。最终,经过一番调研和接洽,他瞄准了博兴特产——网纹瓜。

“网纹瓜是博兴特产,在全国来说知道的人并不多。经过前期考察和对比,网纹瓜的糖分含量和口感可以说在瓜类

里属于上乘。因此,我很看好这个市场。”贾培晓介绍,网纹瓜类似于哈密瓜,糖分含量能达到17%—19%,在同类瓜中属于佼佼者。而且网纹瓜一年能长两茬,第一茬5月—7月为采摘期,第二茬9月—11月为采摘期,销售期较长。最终,经过一番接洽,他和江苏的一个销售团队建立了合作。江苏团队负责网纹瓜的包装设计、推广策划、销售等环节,贾培晓则负责网纹瓜的种植、采摘、品牌、价格等事宜。

为了确保网纹瓜的品质,统一市场价格,贾培晓成立了滨州原初农业开发有限公司,注册了全国首个网纹瓜品牌——“一本原初”网纹瓜商标,并在博兴县店子镇承包了300亩地种植网纹瓜。“从种子到育苗、技术指导,再到后期的采摘、包装,公司都有专业团队负责运作。”贾培晓说,除了在店子镇种植网纹瓜外,他还和专业科研院所合作,不断开发、引进新的水果品种,并将根据不同水果的特性在全国各地开辟种植基地。“我的最终目标是,把全国最好的水果资源引入博兴,同时把博兴好的水果资源推广到全国。”贾培晓说。

贾培晓介绍,网纹瓜的销售主要集中在三个渠道——电商、微商和线下水果批发。而和草柳编一样,互联网电商平台是主战场,他将借力新农人和新农堂两大农产品销售平台,再加上自己的电商、微商好友助力,实现销售市场最大化。今年6月份,他的团队通过电商平台推出了网纹瓜试吃装,反馈效果很好。9月份,第二茬网纹瓜开始采摘并登录电商平台,目前已销售10000单,保守估计至少10万斤。

而从草柳编大王到种植网纹瓜的“新农人”,贾培晓的转型来得猝不及防,却又似乎顺理成章。“现在人们的口味变了,更喜欢绿色、健康的产品,因此种植业前景广阔。”贾培晓说出了自己对市场的判断。同时,在电商领域摸爬滚打十几年后,他也渴望跳出草柳编产业的瓶颈,再次找到一个新的商机,实现跨行业转型、“两条腿走路”。

采访时,记者提到了昔日“烟王”、红塔山集团原董事长褚时健所开发的“褚橙”。对此,贾培晓说,自己的网纹瓜市场打造和“褚橙”之路类似,但火候尚浅,只能一步步探索、尝试。希望在未来几年,网纹瓜可以在电商、微商带动下,借势“互联网+”站上风口,开辟更大的市场。相信到时候,博兴网纹瓜会像博兴草柳编一样火爆全国。

互联网“大咖”谈

滨州加联加信息技术有限公司总经理侯存彪:

“滨州网孵化成功,滨州就有了专属云平台”

滨州日报/滨州网记者 田政

近年来,随着移动云计算、大数据、人工智能等技术的迅猛发展,“互联网+”涉及的范围也不断扩大。对此,自2011从上海回滨州从事互联网业务的滨州加联加信息技术有限公司总经理侯存彪深有感触。他说,滨州各级领导都特别重视滨州领域、行业的信息化,特别关注“互联网+”

技术的发展,滨州的很多部门信息化工作在全省乃至全国都比较先进。而在他看来,所有“互联网+”平台最终都将落脚到“互联网+人”上,关注人的生活需求、精神追求和发展需要。

日前,针对“互联网+滨州”以及滨州网建设的相关问题,记者对侯存彪进行了专访。



我市应系统做好“互联网+滨州”顶层设计,实现各部门在“互联网+城市”大生态里互联互通

记者:目前,滨州很多部门的信息化工作走了在全省和全国前列,请举几个例子。

侯存彪:滨州有两个非常好的案例,一个是市公共资源交易中心一体化信息系统,另一个是市扶贫办牵头建设的滨州市精准扶贫一体化管理平台,这两个平台在全国来说都很先进。其中,由滨州本土互联网公司加联加自主研发的滨州市精准扶贫一体化管理平台不仅得到《人民日报》点赞,更吸引了不少城市来滨学习。

其二,滨州除了引进外地先进的信息化平台外,更需要发展本土的信息产业,孵化本土的互联网公司。目前,由滨州日报报社主办、滨州加联加信息技术有限公司研发的滨州网发展前景很好。滨州网是基于社交属性的内容+服务的“互联网+城市”平台,包括滨州人、滨州号、滨州圈、应用号、地区号五大主体,致力打造政府部门的互联网创新平台与个人商家的互联网创业平台。

记者:请结合这些平台的发展,谈一谈您对“互联网+滨州”的理解。

作为我个人而言,关于“互联网+滨州”的未来发展,有几条不太成熟的建议:其一,目前滨州各部门都

滨州网即滨州自己的“滨州云”,可实现“互联网+”领域内的城市各单位互联互通

记者:作为基于社交属性的内容+服务的“互联网+城市”平台,请您详细谈一谈滨州网的特点。

侯存彪:滨州网追求移动互联网时代的人本社交,而非论坛时期、SNS时期和IM时代早期的社交。滨州网做的是基于大数据人工智能的内容生产平台、内容分发平台、内容变现平台,而非传统门户网站。滨州网致力于实现人人都是内容的生产者,人人都是内容的消费者、传播者的理念。滨州网做的是以用户需求为中心的服务接入平台、服务分发平台、服务连接平台,通过体验式分发和直达式分发,将滨州网内的内容与服务提炼出来,重新组织呈现,然后直接送达给用户,而非做具体的服务或罗列一些简单的服务。滨州网致力于实现人人都是服务的提供者,实现人人都是服务的使用者、分享者的理念。

记者:目前滨州网设计了哪些板块,这些板块的定位和功能为何?

侯存彪:滨州网是一个超级大平台,同时也是一个超级连接器,把人与信息连接起来,把人与服务连接起来,把人与商品连接起来,把人与人连接起来,把人与单位连接起来,这样就完全符合滨州网的理念——连接滨州的力量。滨州网构建了滨州的“互联网+城市”生态,滨州网就是我们滨州的滨州云。目前,滨州网的主要版块有以下几个:

“滨州人”版块。所有滨州市民都可以在滨州网上开通自己专属的网上主页宣传自己,营销自己。滨州网坚持“以用户为中心”,借助百度、阿里、腾讯开放的人工智能推荐引擎,推荐给用户喜欢的、需要的或者场景下动态需要的内容与服务,做到千人千面,而非千人一面。

“滨州号”版块。该版块分为两部分:其一,政府机关事业单位可以在滨州网上申请专属滨州号,打造线上政府、医院、银行等;其二,企业商家也可以申请滨州号,借助滨州网打造线上商铺。

“滨州圈”版块。该版块以个人用户为基础,旨在打造兴趣爱好、生活圈、行业圈等各种圈子。滨州网通过圈子实现社区化、内容化、功能化运营,为个人商家提供无限商机。

“应用号”版块。该版块的独特之处在于,全市各行业领域能够申请使用应用号。滨州网通过接入聚合各种低频的应用,再精准地推送给用户,实现信息资源的整合和再利用。此外,该版块还包括地区号子模块。该模块包括滨州网旗下邹平网、沾化网等10个县市区网,既可独立运营又可互联互通。综合来讲,如果滨州网的模式孵化成功,全国600多个城市都可以借鉴、应用。届时,不仅对于滨州经济社会的发展起到巨大推动作用,更能有效提升滨州的全国知名度和影响力。

“互联网+活动”

滨州传媒集团“心心向‘融’ 我爱我家”员工微影像大赛举办,决赛19部作品中,滨州日报入围8部,可扫码观看

滨州日报微视频组团亮相获赞

滨州日报/滨州网讯(记者 张靖雨 报道)11月6日,在第十八届记者节即将到来之际,滨州传媒集团“心心向‘融’ 我爱我家”员工微影像大赛在集团一楼演播大厅举行。19部满怀记者诚意的影像作品陆续放映。滨州日报参赛作品《如果你的家人朋友是记者》荣获一等奖。

此次大赛从年初开始筹备,旨在让集团干部职工展现风采,激发创意,给各单位提供一个用微影像进行创作和竞技的舞台。经过初选,共有19部作品进入最终评选及展播环节。评选采取10分制,要求参赛作品紧扣“心心向‘融’ 我爱我家”这一主题,故事完整、表述清晰,积极向上。

比赛中,选手们通过精心制

作的视频,向大家展示了记者工作、生活的场景,让外界对记者这个职业有了更多理解和重新认识。参赛视频的形式也丰富多样,包括微电影、恶搞短片、微纪录片、自拍秀等。

最终,《如果你的家人朋友是记者》、《请原谅Ta!》、《谁是凶手》《奇妙·家》3部作品获得本次大赛一等奖。此外,入围最终环节的19部作品中,有8部作品出自滨州日报社记者之手。这8部作品风格多样,或俏皮、或感人、或真实,引得观众在欢乐中体味新闻人的不易与乐观,感人之处更让不少通过网络直播观看的网友大呼“泪崩”。您可以扫描二维码,观看这8部精彩视频。



有深度更有温度的: 时政之家



我们是“90后”,我们为新一代媒体人代言



如果你的家人朋友是记者,请原谅Ta!



伴你回家



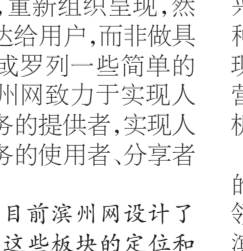
老裴、小田学舞记



设计工作室宣传片



动感报社



什么是记者

