

前瞻

食材B2B改变采购流程

□ 文 / 亚男

随着国务院《互联网+行动指导意见》出台，以互联网为核心的电商产业不断升级。其中，农业B2B最为引人注目，农业市场初步估算约为10万亿元，相当于2014年全年GDP的六分之一。一夜之间势如破竹，掀起一股股权投资热浪，仅2015年上半年，以美菜、链农、小农女、优配良种等为代表的食材B2B就已获得融资，不可否认，他们正在用自身最擅长的方式悄然改变着传统食材采购市场格局。与此同时，也为这条产业链上辛勤付出的普通民众解决了就业难题。

B2B简化采购流程

互联网模式对全民经济的渗透，使餐饮行业从过去的门口吆喝到微信宣传，从点钞机到支付宝支付，从传统市场采购到食材B2B，餐饮各个方面都在跟互联网接轨，经营管理变得简单了。那么问题来了，互联网下餐饮老板们，现在的生活究竟发生什么变化？互联网到底为餐饮行业带来什么切实的改变？

北京某餐饮老板向笔者坦言：“要说这个互联网，还真是厉害。可以微信点餐，可以微信买菜。”“比如我现在用的这个送菜公司美菜，每天晚上11点之前，在手机上完成下单，蔬菜、肉禽蛋、水产、米面粮油啥都有，价钱比菜市场还便宜。更让人高兴的是，第二天早上7点之前，就有人把菜齐刷刷地送到店里来，不满意的还可以退货换货。”

据悉，目前国内除传统的农贸市场批发配送、供销社电话+网络直接B2B配送外，现在涌现出更多创业类型生鲜配送B2B，他们依靠自己团队制定简洁高效的服务模式，在用户体验上以价格实惠，一键操作模式赢得追捧。从去年开始，北京、上海等一线城市，B2B生鲜配送平台如同春笋一样冒出来。与京东到家等平台有所不同的是，食材B2B是直接跟产地人员商谈，最大限度地降低采购成本，彻底打掉中间环节，真正让利于民。

在百度上搜索一下，根据用户搜索频率依次出现的生鲜平台分别有美菜、链农、有菜、蔬东坡、小农女等。以搜索频次最高的美菜为例，平均签约餐饮用户约10万多家，覆盖城市约100多个，可见餐饮行业的互联网接入更加密切。不仅是在经营形式上，在采购这种“劳心劳力”核心经营痛点上，互联网也在帮助这些中小餐饮店解决问题。

值得一提的是，食材B2B“去中心化”释放出更多利润空间，不仅惠及餐饮业，更吸引一大批农民及大学生积极投身互联网农业、激活创业就业激情。

激发创业热情

据BGG [数据来源于互联网+农业B2B行业报告（2015）]测算，2014年互联网行业在中国直接创造约170万个就业机会，预计到2020年，这个数字将上升到350万。作为互联网行业最具潜力的一分子，食材B2B企业在就业方面所发挥的作用不容小觑。更令人欣喜的是，B2B从业人员信心指数为99.2，大大高于其他行业从业人员，这无疑显示出这些新兴初创企业的独有特性，可谓青出于蓝而胜于蓝。在就业难、择业难的当下，食材B2B企业正身体力行、重构着国内就业格局，始终致力于广大民众最真实诉求，让“钱多事少离家近”不再成为一种理想。

3月18日晚间新闻联播中，一则《湖北罗田：电商打开农产品市场大门》信息，让全国八亿农民见识到农业电商带来的希望和巨变。拿罗田县大河岸镇花银岩村村民周德银的话来说：“头一回种植红米，两亩田搞一千多斤，一千多斤谷子卖六千多块钱，收入比先前翻好几番。”对于周德银来讲，这种交易模式带来的改变是惊人的，在整日面朝黄土背朝天的日子里，他哪里会想到通过电脑、手机还能卖东西、还能挣钱过日子？近两年，随着互联网进入农村脚步的加快，千千万万农民朋友可以像周德银一样选择在家就业、甚至创业，蔬菜、瓜果、土鸡蛋再也不用担心销售没有门路，可以直接放到像美菜网、链农这类B2B农场电商平台上售卖，既能提高生产效率，还能缩短农产品到城市餐桌的距离。

在国内，互联网行业经济规模在2011年到2014年间维持50%的平均复合增长率，行业规模快速增长带来新的就业机会。譬如京东创始人刘强东，为改变家乡贫穷面貌，将公司的客服中心落户到宿迁，解决家乡五千名年轻人就业。同样，作为对土地充满热情的创业者，美菜创始人刘传军为完成自身改变农业、农村和农民夙愿，一头扎进农产品这行，他的身先士卒带动和成就一大批胸怀梦想的年轻人。美菜的创立不仅仅解决农产品销路，丰富农产品输出渠道，某种程度上还给予对土地充满温情的年轻人一个自己就业和创业平台。

与京东一样，美菜在自建仓储物流的同时，想方设法利用很多社会闲散人群和车辆，给这部分人提供新的就业机会。另外，对于刚毕业的大学生，美菜也向其敞开大门，因人定岗，优秀者可以进入管培生队伍，帮助其学习和成长。

总而言之，不论是老牌电商京东，还是新兴食材B2B美菜，它们都在一步步改善着中国农产品的供给条件，力图在农产品与城市消费者之间建立一条指尖上的快速通道。让其更好地满足消费者需求，且加大附加值，为民众提供创业就业新机遇。（作者为互联网独立观察员）

e流行

“交通工具+Wi-Fi” 势在必行

□ 本报记者 徐金忠

在移动互联网时代，对移动互联网的需求成为“生存层次”的基本需求。免费Wi-Fi成为很多商家标配，以吸引和服务消费者。同样，在公共交通工具上，乘客们面对不太给力的电信运营商数据服务，也开始呼唤免费Wi-Fi全面覆盖。目前，各地已在密集铺开地铁Wi-Fi、飞机Wi-Fi等服务，“交通工具+Wi-Fi”已势在必行。但由于飞机、火车、地铁等所具有的高速、高空、地下等特点，在技术上对Wi-Fi覆盖仍有限制。另外，不同于商家的免费Wi-Fi服务，交通工具+Wi-Fi的“钱景”也仍待明确。

交通工具+Wi-Fi袭来

今年“两会”期间，火车免费Wi-Fi引来热议。全国人大代表、中国中铁副总工、中铁隧道集团副总工、中国工程院院士王梦恕的“高铁没必要装Wi-Fi，看风景多好”的一席话，让火车Wi-Fi覆盖又一次成为公众谈论的热点事件。王梦恕表示，Wi-Fi用起来会影响机车信号、通信信号，且手机上网也对其影响很大。

但近年来，飞机、火车、地铁、长途汽车等公共交通工具“+Wi-Fi”已成潮流。近日，有报道称，北京铁路局100余列普速列车正在装车调试免费Wi-Fi系统，预计4月底就能为旅客提供联网服务。据悉，该项目正在进行中，该免费Wi-Fi系统由局域网加部分互联网组成，旅客下载一款APP可实现联网功能。旅客登录APP后，可以观看里面自带的影视、音乐和新闻资讯等栏目。部分互联网功能目前还只能提供QQ聊天和微信功能，其他互联网接入尚不具备连接条件。

同样在上海、广州等地，免费的Wi-Fi信号正在逐步覆盖其地铁网络。在上海，去年6月，上海地铁13号线全线开通Wi-Fi信号“花生地铁测试Wi-Fi”。如今，花生地铁Wi-Fi信



CFP图片

号覆盖范围在不断拓展。而在广州，目前广佛线Wi-Fi试验段已顺利通过验收，接下来将逐步覆盖至全线，完工后可向乘客免费开放。而到今年年底前，广州地铁则有望完成Wi-Fi建设并投入服务。

而在高空飞行的飞机上，Wi-Fi服务也已逐步推广。据悉，目前，东航已拥有23架“空中上网”飞机，今年将再完成24架飞机改装。到2016年底，东航将有超50架飞机为旅客提供空中上网服务。同样在今年1月，海南航空与喜乐航联合宣布，未来两年喜乐航将投资10亿元改装海航100架飞机，提供机上Wi-Fi服务。

技术有难题

Wi-Fi逐渐覆盖飞机、火车、地铁等公共交通工具，得益于近年来无线网技术等的革新，但当前在实际建设使用中，技术难题和短板仍存。

以地铁Wi-Fi技术为例，不同于地面Wi-Fi环境，信号干扰、带宽不足、用户密集等成为其技术难点。在实际使用中，地铁Wi-Fi信号易对地铁控制系统信号传输产生影响，在当前技术条件下，实现上述目标仍需不断的技术创新。其次，在地铁环境中，用户密集，特别是在早晚高峰之际，密集的用户对地铁Wi-Fi带宽产生巨大压力。在当前推出的地铁Wi-Fi服务中，有不少用户表示地铁Wi-Fi“中看不中用”，很多时候出现连接不上、容易断线情况。此外，在国内，很多地铁Wi-Fi建设方还面临设备采购等问题。据悉，目前不少地铁Wi-Fi设备和材料仍高度依赖进口。

同样，在火车上，Wi-Fi信号覆盖也面临诸多技术难题。对于高铁Wi-Fi技术，易给原来的基础设施建设带来压力，如果需用移动运营商的

3G/4G网络，还需考虑运营商基站建设和高铁运动速度等的关系。王梦恕就认为，高压电、机车供电、信号、通信频率都很多，很难保证相互之间不受干扰，安装Wi-Fi不仅影响安全，还会分散司机和乘务人员精力。在普通列车上，Wi-Fi信号覆盖同样需相关技术突破。资料显示，目前，火车上使用的地铁Wi-Fi一般是通过安装车载Wi-Fi设备来实现，通过仪器把沿线的3G或4G信号转换为无线信号。这样就将受到沿线运营商信号基站密度、火车行驶速度等因素影响，此外，目前，火车Wi-Fi的接入人数也有限制。据悉，北京铁路局等调试测试的列车免费Wi-Fi每台设备一般可同时支持120人接入访问。

在高空飞行的飞机上连接Wi-Fi上网，也得益于多种技术手段进步。据悉，目前机上Wi-Fi技术分为基于卫星方式的地空通讯和基于

地面基站方式的地空宽带通讯两种。不论是哪种方式，目前也仍面临着限制，带宽等问题仍是需要解决的技术难题。且在飞机上实现空地互联服务，成本较为昂贵。

“钱景”待明确

不同于商家提供的相对低成本

的免费Wi-Fi服务，飞机、火车、地铁等公共交通工具提供的Wi-Fi服务成本高，且“钱景”仍待明确。对于火车列车Wi-Fi来讲，刚刚进入推广阶段，商业模式和盈利相对显得不是那么重要。但如果面临大规模推广，服务如何持续必将是

一个考虑重点。北京交通大学经管学院教授赵坚此前表示，铁路局可尝试采用公开透明招标来选择合适的服务提供商，降低投资运营成本。另外，普通列车旅客人数较多，铁路局可以探索以Wi-Fi为接入口的商业运作模式。例如开展网络传媒广告业务，提升列车服务质量的同时增加收入。

而对于在城市运行的地铁，免费Wi-Fi背后的商业价值正在逐步挖掘。据悉，上海地铁花生Wi-Fi背后的广告价值等正在显现。有报道显示，同为登录静态画面，2015年，拥有300万用户的IPTV开机画面刊例价为12万/天，而花生Wi-Fi首屏为120万元/天（刊例），且至少有三个Wi-Fi的连接ID可用于商业化。在市场营销人士看来，地铁Wi-Fi背后的商业价值还有充分的可挖掘空间。例如基于地理位置的信息推送、Wi-Fi信号内置的便民服务等，这部分功能一旦开发出来，将给地铁Wi-Fi建设、运营方等带来非常可观的收益。

同样，飞机Wi-Fi也有着诱人的商业价值。目前，各大航空公司的Wi-Fi服务基本都是免费的，哪怕是在免费使用情况下，Wi-Fi服务指向的新闻资讯、在线购物、目的地旅游资讯、酒店车辆预订等增值服务也将是重要盈利点。

主机游戏迎新一波狂潮

□ 本报记者 傅嘉

去年冬季游戏商战后的真空期即将告一段落，近期PS4(电脑娱乐机)上多款大作即将发售或公布新的消息，预示着一波游戏大潮即将到来。

3月31日，《星之海洋5：忠诚与背叛》将与全球玩家见面，该系列是拥有20年历史的经典日式RPG游戏《星之海洋》的次世代最新作品，由史克威尔艾尼克斯和tri-Ace原班人马联手打造。该系列从超任时代一路走来，20年来从来没有缺席过主流平台，可谓当今游戏圈日式RPG的招牌之一。此外，该新作将同步发售PS4/PS3版本，玩家可以更多平台接触这样一款经典游戏作品。更加值得国内玩家注意的是，这块作品将发售中文版，这也是星之海洋系列首次实现中文化。无疑，《星之海洋5：忠诚与背叛》的发售将拉开今年春季游戏攻势大幕。

同样是在北京时间3月31日，《最终幻想15》的开发商史克威尔艾尼克斯将在洛杉矶召开发布会，公司此次为《最终幻想15》举办独立发布会，在这款游戏宣传长跑中还属首次。同时，地点安排在洛杉矶，本次发布会显然面向全球媒体和玩家，史克威尔艾尼克斯还将放出直播源对发布会进行全程直播，可以想见本次发布会的分量一定不轻。《最终幻想15》的前身《最终幻想Versus 13》于2006年E3首次对外公布，至今已过去将近十年时间。2013年6月，史克威尔艾尼克斯宣布本作正式更名为《最终幻想15》，到今天，又过去近3年时间。不久前，《最终幻想15》制作人田畑端曾透露游戏的开发工作已完成，目前正在制作用于Debug测试版。国外媒体Gametsu也曾报道称《最终幻想15》将在今年9月发售，但其消息的真实性并未获得官方证实。

此次发布会上，发售日无疑是玩家最为关心的重头戏，之前史克威尔艾尼克斯已发售过该游戏体验版，业内对其评价多为正面。而据中国证券报记者目前获得的信息显示，《最终幻想15》此次会发行国行版。之前在PS4、PSV入华过程中，《最终幻想10》和《最终幻想10-2》曾发售过国行版，但以上两作并非原创而是复刻作品，此次发售国行版，是大陆第一次和《最终幻想》系列发售保持全球同步，值得业内期待。

而作为今年PS4玩家最为期待的独占大作《神秘海域4 盗贼末路》，在前期经历数次跳票后，近期终于宣布开发完成并将于5月10日发售。《神秘海域4》的开发之路一直不太平坦，最早定于2015年发售的本作，先是延期至2016年3月，其后再度跳票至4月，最终才确定为现在的发售日。而这条消息可以说总算给玩家们吃下一颗定心丸。游戏监督之一Bruce Straley表示，《神秘海域4》可能是“史上最具有视觉冲击力的游戏”，而且也是《“神秘海域”系列史上的巅峰之作”。此前，开发商顽皮狗已在不同场合屡次表示，本作将会是神秘海域系列主角内森·德雷克作为系列主角的谢幕演出。

新视界

巨头争抢分类信息市场

□ 本报记者 李香才

营，并提供增值功能、VIP会员、信息推广及流量分发四大服务。

在谈及为何回归国内资本市场时，百姓网CEO王建硕表示，百姓网所有服务的用户和商家全部在境内，股东也主要都是境内投资者，因此在国内上市对公司发展所需的各种资源支持更直接，更贴近国内市场，对公司品牌和发展更有帮助。

未来百姓网将继续以分类信息网站运营为主业，加大信息质量、人才、技术等资源投入。此外，百姓网还在积极布局生活服务领域。随着移动互联网时代的到来，人人都可以随时随地连接和交互，汇集吃喝玩乐的万亿元本地生活服务市场已进入高速增长阶段，这也给聚焦生活服务领域公司的未来

公开资料显示，百姓网成立于2005年，目前业务布局覆盖全国367个城市，服务领域包括二手闲置、交友、招聘、车辆、房产、生活服务等多个行业。公司主营业务是百姓网分类信息网站的运

分类信息网站回归

在海外分类信息网站Craigslis的成功让我国分类信息网站风起云涌，大浪淘沙后只剩下58同城、赶集网、百姓网等。58同城和赶集网去年已宣布合并，未来几家之间的竞争将更加激烈。

分食国内市场

实际上，国内分类信息网站

动向

互联网招聘诞生新霸主

□ 本报记者 马爽

去年下半年来袭的“资本寒冬”潮今春仍未消退，不少创业公司亟待资本的消遣。然而，在这样的大环境下，作为互联网招聘领域创业公司的拉勾网，却“粮草”充足。

拉勾网近日宣布获得2.2亿元人民币C轮融资，本次融资由弘道资本领投，启明创投、荣超投资等跟投。据了解，这笔融资将用于产品和技术研发，连接人与企业，提供更多元的人力资源服务，以帮助实现“每一个互联网人拥有更好的职业发展”的愿望。

拉勾网成立于2013年7月，其主打的“薪资全透明”、“投递7天内必有回复”等体验，颠覆传统招聘的诟病，并迅速成为行业标配。现在，已拥有超11万企业用户和600

万个人用户。同时，2015年下半年开始试水商业化，并实现7000万元收入，预计2016年收入将达2亿元。

其中，移动端上线仅半年时间，移动端用户活跃已占50%以上份额。拉勾网董事长许单单表示，“移动端用户增长极快。过去我们专注于PC端发展，力出一孔，使得公司快速跃居垂直领域市场第一名，这为公司发展夯实基础。而未来，将会倾全力，完全介入移动端，全面发力移动端产品体验。通过快速迭代，提供更领先的用户体验与服务。”

提到本次融资，许单单介绍到，“这次融资完成只是企业发展中的一个小的里程碑，但在资本寒冬环境下，市场用户份额、现金收入与资本储备这几个方面已实现领先。这在一个市场空间本身有限的垂直领域，具备相当积极

的战略意义，因为这个领域竞争的残酷性是必须成为第一。”

短短两年多，拉勾网已完成多轮融资，且在行业竞争加剧时，提前实现成功的商业化，成为近年快速成长企业中的一匹黑马。许单单表示：“拉勾从创立之初就以用户体验和用户价值为第一目标，这是整个公司的共识和目标，未来也会继续聚焦在这一点上发力，不会变。同时，我们最初的创始团队非常抱团，产品、技术、市场、职能，都有核心成员在担当，所以团队的爆发力非常强。同时，公司内部始终强调创业精神，小伙伴也都在参与创业进程，而不是一份朝九晚六的工作。团队是最本质的竞争力。”

互联网招聘作为连接人与企业的枢纽，在人才发展和企业服务市场有着巨大的想象空间。据了解，目前市面上超过95%的知名互联网公司，都在使用拉勾。在高成长型互联网企业中，其已成为贡献40%以上入职份额的招聘服务渠道。

许单单介绍，由于各行各业的互联网化，未来多数公司都将成为“互联网+”企业。比如，在拉勾网初步试水跨行业的金融领域，金融行业用户比例已超15%；而B端企业中，有超过30%都已是传统行业公司。这意味着，拉勾网将逐步从互联网垂直领域走向全行业，成为

人力资源服务的标配。随着2016年在全国市场的进一步拓展，公司将继续扩大在整个互联网人才服务领域的市场份额。作为连接人与企业的入口，除招聘之外，未来将提供更多有价值的人力资源服务，并将通过构建内容平台，指导互联网人的职业成长。