

网络消费

## 网购运费知多少

□ 丁宁

日前，京东商城突然把包邮门槛从59元提到79元，再加上之前亚马逊也提高至99元，所以现在想要“凑单”包邮已越来越难。而如果商品非常超值，不妨自付运费，反倒更划算。

### 5元运费不限重:京东、苏宁、当当、亚马逊

由于物流及人工成本越来越贵，所以京东商城从2015年4月2日起提高包邮门槛。其中，金牌会员、银牌会员、铜牌会员、注册会员购买自营商品满79元免运费，钻石会员购买自营商品满59元免运费。再加上亚马逊也在进入2015年后，将包邮门槛从49元提高到99元，所以现在想要“凑单”包邮已越来越难。

就目前来看，京东、苏宁、当当、亚马逊这几个主流电商，即便订单达不到包邮门槛，运费也不贵。非偏远地区的运费也只有5元钱，且不限重。也就是说，只要消费者支付5元运费，哪怕是购买重达十几斤甚至几十斤商品，上述电商仍可提供送货上门服务。如此一来，在遇到秒杀商品时，消费者即便放弃包邮而选择自付运费，也有可能更划算。举例来说，一款原价40元的商品，秒杀价9.9元但却限购一件。此时，即便支付5元运费，消费者的总体花费也只有14.9元，相比原价的折扣还是非常明显的。而上述电商当中，又以苏宁易购最给力。由于苏宁电器时代自有物流便已覆盖全国，所以即便是配送地址较偏远，苏宁易购也暂不加收配送费。

### 运费模板很复杂:1号店和顺丰优选

相对于上述主流电商来说，1号店运费模板则比较复杂。虽1号店官方规定，北京、天津、上海、广东、江苏、浙江、安徽、湖北、福建、四川、重庆“满58包邮”；河北、山东“满99包邮”；全国其他区域“满199包邮”。但不需要特别说明的是，上述包邮门槛其实是在不超过重的前提下设定的。以北京为例，如果消费者购买的是普通商品，那么5元及以下订单，1kg及以下，运费20元；5元至50元订单，5kg及以下，运费10元；50元至57.99元订单，5kg及以下，运费5元；订单满58元，重量≤10kg，免运费；订单满116元，重量≤20kg，免运费，以此类推。如果消费者购买的是生鲜商品，那么50元及以下订单，1kg及以下，运费20元；50元至198.99元订单，5kg及以下，运费10元；订单满99元，重量≤10kg，免运费；订单满198元，重量≤20kg，免运费，以此类推。如果消费者购买的是服装鞋帽或名品特卖，那么50元及以下订单，1kg及以下，运费20元；50元至198.99元订单，1kg及以下，运费10元；订单满199元，重量≤2kg，免运费；订单满398元，重量≤4kg，免运费，以此类推。综上所述，消费者如果要想购买大米或食用油这样的“重量级”商品，就一定要熟读1号店的运费模板，否则最终支付的运费甚至要比商品本价还贵。

作为非主流电商，顺丰优选一直只被少数人所熟悉。但令人惊讶的是，虽是个“非主流”，但顺丰优选涨起运费来却毫不含糊。自2014年5月5日起，顺丰优选执行新的运费体系，免运费条件及运费收取规则如下：钻石卡用户全场免运费；单笔订单金额<99元时，不计商品重量，每单收取10元运费；单笔订单金额≥99元，且<199元时，订单中商品重量10kg以内，不计运费，超过10kg则每单收取10元运费；单笔订单金额≥199元时，不计商品重量，免收全部运费。

### 关键字搜索加“包邮”：天猫和淘宝

与上述提及到的主流电商所有不同，现在的天猫和淘宝可以说是5天一小促、10天一大促，经常会有商家推出包邮服务。所以消费者在天猫商城或淘宝集市购物时，仅需在想要购买的商品后面加上“包邮”二字进行搜索，即可找到一大堆免运费商品。不过，需要注意的是，这些包邮商品大多数都是商家往里搭运费的，但少数则是羊毛出在羊身上。所以购物时不妨去掉“包邮”二字，看看运费究竟是多少。之后再进行比较价，自然便可买到物美价廉的商品。

### 价格相对透明:顺丰速运和邮政小包

无论是电商第三方卖家还是天猫和淘宝的众多店铺，都有很多商品是不包邮的。此时，如果商家运费要价太贵，消费者可以考虑价格透明的顺丰速运和邮政小包，并要求商家采用上述两种快递进行发货。顺丰速运的优势就是价格透明速度快但太贵。邮政小包则是国内全覆盖，且价格便宜。如果选择顺丰，那么只需登陆顺丰速运官网，输入始发地和目的地，并输入商品准确重量，即可查询到详细运费。举例来说，从北京邮寄一件1公斤商品到新疆，顺丰标快（航空件）需26元，顺丰特惠（陆运件）需20元。如果是3公斤商品，顺丰标快（航空件）需68元，顺丰特惠（陆运件）需40元。

相对来说，邮政小包的费用要便宜很多，只要商品重量在3kg以内（小包定义的范畴之内），那么运费将会非常便宜。目前来看，邮政小包已将全国分为3个计费区，江浙沪、粤闽、京津冀3个区域为第一区；山东、江西、安徽、湖北、湖南、山西、河南、陕西、辽宁、吉林、黑龙江、重庆、四川13个省（市）为第二区；宁夏、甘肃、青海、贵州、广西、云南、内蒙古、新疆、西藏、海南10个省（区）为第三区。一区首重最低5元，二区首重最低8元，三区首重最低12元。举例来说，从北京邮寄一件1公斤商品到新疆，邮政小包只需12元。如果是3公斤商品，邮政小包也只需18元。虽速度很慢，但却价格便宜。不了解的消费者还可在官网下载yzxb.xls运费表格，对号入座即可清晰计算。

e流行

□ 本报记者 王荣

日前，纳恩博（Ninebot）拟全资收购赛格威（Segway）的消息，给电动平衡车做了一次广告。2008年奥运会，警卫人员骑着美国赛格威公司提供的电动平衡车威风巡逻时，大多数国人第一次认识到电动平衡车。

作为风尚潮流的新型智能代步工具，即便国内平衡车售价均上万元，但仍能找到市场。不经意间，总有各式平衡车出现在城市的街头巷尾。

事实上，奢华的东西在中国永远不缺市场，只要够炫酷。踏上电动平衡车，当身体重心前倾时，电动车往前走，稍微往后仰一下，就会停下来。尽管平衡车还需完善，但并不影响它的火爆。

### 极客们的玩具

以提高市区交通的效率、保护环境为宗旨，赛格威在2001年就推出了电动平衡车。

试想一下，站在踏板上，靠感应人体的倾斜角度来行走。当然这并不是靠意念，而是靠重力感应，身体稍微往前倾斜一下，电动车就会发动并向前行驶；稍微往后仰一下，其就会停下来。同时，电动平衡车的转向由把手握及伸缩杆来实现，摆动把手握会连带着伸缩杆使车辆左右两个车轮产生转速差（例如伸缩杆向左摆动时，右轮的转速会比左轮快），达到转向效果。整个平衡车只有两双拖鞋大小的垂直投影面积，占地空间小，且把手可以快速拆卸。电动平衡车整车重量在15公斤左右，同时车体配有提拉杆，便于搬运携带。

平衡车通过内置的精密固态陀螺仪来判断车身所处的姿势状态，透过精密且高速的中央微处理器计算出适当的指令后，驱动马达来做到平衡效果。采用锂电池组作为动力来源，实现碳的零排放，并采用动力转换技术，能在下坡行驶过程中

互联网新视界

## 科通芯城：以互联网+O2O模式做产业互联网

□ 本报记者 马爽

“互联网+”行动计划的提出，不仅给各路传统企业带来曙光，不少专家甚至认为“互联网+”将引领第四次工业革命。

所谓“互联网+”，其实就是在互联网平台上加一个传统行业，相当于给传统行业加上一双“互联网”翅膀，然后助飞传统行业。事实上，“互联网+”这种产品模式并不是2015年才有的，在此之前就有大批企业投身其中。作为典型代表的科通芯城，通过互联网+电子制造业的有机结合，仅用三年时间，便成功登陆港交所，并创出三年创100亿元的传奇故事。

互联网新动能

## 数字营销受资本追捧 回报有望如期而至

□ 本报记者 徐金忠

号称“公关第一股”，并被认为是“互联网+”数字营销的正宗标的蓝色光标最近遭遇“寒流”。因境外参股子公司出现亏损，公司预计第一季度亏损9588万元至1.11亿元。虽踩到海外并购的地雷，但市场对其背后的“互联网+”数字营销概念仍比较认同。此前蓝色光标披露的2014年年报显示，去年公司实现净利润7.12亿元，同比增长62.79%。

近来，数字营销创新形式层出不穷。今年1月微信朋友圈首次出现广告，包括电影、汽车等。随后，借助新媒体形式的事件营销、精准营销等传播技术和传播形式得以广泛使用。创新之处总能见先知春江水暖的资本，2014年全年共有17家上市公司进行32起数字营销行业的投资并购，资金规模共计104.26亿元。而资本的前期布局有望助推数字营销



CFP图片

自动为锂电池组进行充电，使电能与动能可以循环利用。同时由于改良了电机性能，所以电动平衡车噪音非常小。

炫酷的设计成为极客们的玩物。美国前总统乔治·布什、现总统奥巴马、日本前首相小泉纯一郎都被拍到过驾驶赛格威的照片。虽多少有些营销的意味，但不可否认，这可以让乏味的政治人物看起来很酷。

在国内，通过综艺节目《快乐大本营》、连续剧《辣妈正传》等植入式营销，电动平衡车也飞入普通大众的视野。目前国内市场，平衡车市场有Freewinner九号（Ninebot）、i-ROBOT、风行者（WindRunner）、易步科技（Robstep）、奥捷骑（osdrich）、sunnytimes TG 高斯幻影

（gauswheel）、乐行（INMOTION）等众多品牌。价格从1000元至60000元不等。

短距离交通的娱乐入口

由于平衡车操作起来比较困难，电池和电机等核心部件上平衡车仍存较大隐患，加之操作不当等引起的摔伤问题也不容忽视。因此，必须先多加练习才能掌握好平衡感。驾驶者长期保持站姿也比较难受，一般平衡车的行驶里程只有十几公里，甚至是更短。所以说平衡车只适合短距离的代步工具。

经过十多年发展，平衡车的实用性并没有得到充分激发。赛格威是目前全球影响力第一的电动平衡车品牌。刚推出时受到市场广泛关

注，但由于目前欧美电动平衡车需求减少，赛格威全球订单量也在逐渐下降，去年只达到1万台。

反而是其娱乐特征更为明显。目前部分平衡车是移动拍摄平台，电动平衡车可以与手机、DV、相机等设备结合，利用其自动行走功能。例如电动平衡车可以与手机互

联，通过手机APP可以实时了解体感车的行驶、售后信息。同时，APP还可以实现交友、分享等功能。此外，还具有蓝牙配置功能，通过手机蓝牙来控制车子。不仅如此，厂家还给平衡车配备了蓝牙音箱，通过手机蓝牙播放音乐，成为移动音乐平台。

酷炫、发烧友也是小米的标签。因此，小米也将纳恩博吸入小米生态链。就在纳恩博全资收购赛格威

战略，是因为网络重塑了人和信息，人和人、人和物的关联。”科通芯城董事长康敬伟表示，科通芯城正是利用移动互联网社交工具，如微信等，聚集电子制造业企业的高端人群，将产品和解决方案精准营销给他们。同时，通过O2O电商平台服务企业（即在线营销，在线销售和线下服务）。线上，以自营电商为主，同时开放第三方平台。线下，有分布各地的仓储物流平台及技术服务团队形成闭环服务电子制造业企业。

“科通芯城集团所做的是，就是面对中国电子制造业的市场，把互联网模式用到了中国制造业企业。我们是卖IC元器件的京东商城，唯一不

同的是，京东卖给个人消费者，我们卖给企业消费者。”康敬伟说。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’的核心点是互联网和传统行业的有机结合，所以未来几年将是互联网创业的好机会，也是物联网创业者的好机会。如果把这比做台风口的话，那么它已到来。”康敬伟表示。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’之所以成为国家

战略，是因为网络重塑了人和信息，人和人、人和物的关联。”科通芯城

董事长康敬伟表示，科通芯城正是利用移动互联网社交工具，如微信等，聚集电子制造业企业的高端人群，将产品和解决方案精准营销给他们。同时，通过O2O电商平台服务企业（即在线营销，在线销售和线下服务）。线上，以自营电商为主，同时开放第三方平台。线下，有分布各地的仓储物流平台及技术服务团队形成闭环服务电子制造业企业。

“科通芯城集团所做的是，就是面对中国电子制造业的市场，把互联网模式用到了中国制造业企业。我们是卖IC元器件的京东商城，唯一不

同的是，京东卖给个人消费者，我们卖给企业消费者。”康敬伟说。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’的核心点是互联网和传统行业的有机结合，所以未来几年将是互联网创业的好机会，也是物联网创业者的好机会。如果把这比做台风口的话，那么它已到来。”康敬伟表示。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’之所以成为国家

战略，是因为网络重塑了人和信息，人和人、人和物的关联。”科通芯城

董事长康敬伟表示，科通芯城正是利用移动互联网社交工具，如微信等，聚集电子制造业企业的高端人群，将产品和解决方案精准营销给他们。同时，通过O2O电商平台服务企业（即在线营销，在线销售和线下服务）。线上，以自营电商为主，同时开放第三方平台。线下，有分布各地的仓储物流平台及技术服务团队形成闭环服务电子制造业企业。

“科通芯城集团所做的是，就是面对中国电子制造业的市场，把互联网模式用到了中国制造业企业。我们是卖IC元器件的京东商城，唯一不

同的是，京东卖给个人消费者，我们卖给企业消费者。”康敬伟说。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’的核心点是互联网和传统行业的有机结合，所以未来几年将是互联网创业的好机会，也是物联网创业者的好机会。如果把这比做台风口的话，那么它已到来。”康敬伟表示。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’之所以成为国家

战略，是因为网络重塑了人和信息，人和人、人和物的关联。”科通芯城

董事长康敬伟表示，科通芯城正是利用移动互联网社交工具，如微信等，聚集电子制造业企业的高端人群，将产品和解决方案精准营销给他们。同时，通过O2O电商平台服务企业（即在线营销，在线销售和线下服务）。线上，以自营电商为主，同时开放第三方平台。线下，有分布各地的仓储物流平台及技术服务团队形成闭环服务电子制造业企业。

“科通芯城集团所做的是，就是面对中国电子制造业的市场，把互联网模式用到了中国制造业企业。我们是卖IC元器件的京东商城，唯一不

同的是，京东卖给个人消费者，我们卖给企业消费者。”康敬伟说。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’的核心点是互联网和传统行业的有机结合，所以未来几年将是互联网创业的好机会，也是物联网创业者的好机会。如果把这比做台风口的话，那么它已到来。”康敬伟表示。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’之所以成为国家

战略，是因为网络重塑了人和信息，人和人、人和物的关联。”科通芯城

董事长康敬伟表示，科通芯城正是利用移动互联网社交工具，如微信等，聚集电子制造业企业的高端人群，将产品和解决方案精准营销给他们。同时，通过O2O电商平台服务企业（即在线营销，在线销售和线下服务）。线上，以自营电商为主，同时开放第三方平台。线下，有分布各地的仓储物流平台及技术服务团队形成闭环服务电子制造业企业。

“科通芯城集团所做的是，就是面对中国电子制造业的市场，把互联网模式用到了中国制造业企业。我们是卖IC元器件的京东商城，唯一不

同的是，京东卖给个人消费者，我们卖给企业消费者。”康敬伟说。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’的核心点是互联网和传统行业的有机结合，所以未来几年将是互联网创业的好机会，也是物联网创业者的好机会。如果把这比做台风口的话，那么它已到来。”康敬伟表示。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’之所以成为国家

战略，是因为网络重塑了人和信息，人和人、人和物的关联。”科通芯城

董事长康敬伟表示，科通芯城正是利用移动互联网社交工具，如微信等，聚集电子制造业企业的高端人群，将产品和解决方案精准营销给他们。同时，通过O2O电商平台服务企业（即在线营销，在线销售和线下服务）。线上，以自营电商为主，同时开放第三方平台。线下，有分布各地的仓储物流平台及技术服务团队形成闭环服务电子制造业企业。

“科通芯城集团所做的是，就是面对中国电子制造业的市场，把互联网模式用到了中国制造业企业。我们是卖IC元器件的京东商城，唯一不

同的是，京东卖给个人消费者，我们卖给企业消费者。”康敬伟说。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’的核心点是互联网和传统行业的有机结合，所以未来几年将是互联网创业的好机会，也是物联网创业者的好机会。如果把这比做台风口的话，那么它已到来。”康敬伟表示。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’之所以成为国家

战略，是因为网络重塑了人和信息，人和人、人和物的关联。”科通芯城

董事长康敬伟表示，科通芯城正是利用移动互联网社交工具，如微信等，聚集电子制造业企业的高端人群，将产品和解决方案精准营销给他们。同时，通过O2O电商平台服务企业（即在线营销，在线销售和线下服务）。线上，以自营电商为主，同时开放第三方平台。线下，有分布各地的仓储物流平台及技术服务团队形成闭环服务电子制造业企业。

“科通芯城集团所做的是，就是面对中国电子制造业的市场，把互联网模式用到了中国制造业企业。我们是卖IC元器件的京东商城，唯一不

同的是，京东卖给个人消费者，我们卖给企业消费者。”康敬伟说。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’的核心点是互联网和传统行业的有机结合，所以未来几年将是互联网创业的好机会，也是物联网创业者的好机会。如果把这比做台风口的话，那么它已到来。”康敬伟表示。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’之所以成为国家

战略，是因为网络重塑了人和信息，人和人、人和物的关联。”科通芯城

董事长康敬伟表示，科通芯城正是利用移动互联网社交工具，如微信等，聚集电子制造业企业的高端人群，将产品和解决方案精准营销给他们。同时，通过O2O电商平台服务企业（即在线营销，在线销售和线下服务）。线上，以自营电商为主，同时开放第三方平台。线下，有分布各地的仓储物流平台及技术服务团队形成闭环服务电子制造业企业。

“科通芯城集团所做的是，就是面对中国电子制造业的市场，把互联网模式用到了中国制造业企业。我们是卖IC元器件的京东商城，唯一不

同的是，京东卖给个人消费者，我们卖给企业消费者。”康敬伟说。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’的核心点是互联网和传统行业的有机结合，所以未来几年将是互联网创业的好机会，也是物联网创业者的好机会。如果把这比做台风口的话，那么它已到来。”康敬伟表示。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’之所以成为国家

战略，是因为网络重塑了人和信息，人和人、人和物的关联。”科通芯城

董事长康敬伟表示，科通芯城正是利用移动互联网社交工具，如微信等，聚集电子制造业企业的高端人群，将产品和解决方案精准营销给他们。同时，通过O2O电商平台服务企业（即在线营销，在线销售和线下服务）。线上，以自营电商为主，同时开放第三方平台。线下，有分布各地的仓储物流平台及技术服务团队形成闭环服务电子制造业企业。

“科通芯城集团所做的是，就是面对中国电子制造业的市场，把互联网模式用到了中国制造业企业。我们是卖IC元器件的京东商城，唯一不

同的是，京东卖给个人消费者，我们卖给企业消费者。”康敬伟说。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’的核心点是互联网和传统行业的有机结合，所以未来几年将是互联网创业的好机会，也是物联网创业者的好机会。如果把这比做台风口的话，那么它已到来。”康敬伟表示。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’之所以成为国家

战略，是因为网络重塑了人和信息，人和人、人和物的关联。”科通芯城

董事长康敬伟表示，科通芯城正是利用移动互联网社交工具，如微信等，聚集电子制造业企业的高端人群，将产品和解决方案精准营销给他们。同时，通过O2O电商平台服务企业（即在线营销，在线销售和线下服务）。线上，以自营电商为主，同时开放第三方平台。线下，有分布各地的仓储物流平台及技术服务团队形成闭环服务电子制造业企业。

“科通芯城集团所做的是，就是面对中国电子制造业的市场，把互联网模式用到了中国制造业企业。我们是卖IC元器件的京东商城，唯一不

同的是，京东卖给个人消费者，我们卖给企业消费者。”康敬伟说。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’的核心点是互联网和传统行业的有机结合，所以未来几年将是互联网创业的好机会，也是物联网创业者的好机会。如果把这比做台风口的话，那么它已到来。”康敬伟表示。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’之所以成为国家

战略，是因为网络重塑了人和信息，人和人、人和物的关联。”科通芯城

董事长康敬伟表示，科通芯城正是利用移动互联网社交工具，如微信等，聚集电子制造业企业的高端人群，将产品和解决方案精准营销给他们。同时，通过O2O电商平台服务企业（即在线营销，在线销售和线下服务）。线上，以自营电商为主，同时开放第三方平台。线下，有分布各地的仓储物流平台及技术服务团队形成闭环服务电子制造业企业。

“科通芯城集团所做的是，就是面对中国电子制造业的市场，把互联网模式用到了中国制造业企业。我们是卖IC元器件的京东商城，唯一不

同的是，京东卖给个人消费者，我们卖给企业消费者。”康敬伟说。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’的核心点是互联网和传统行业的有机结合，所以未来几年将是互联网创业的好机会，也是物联网创业者的好机会。如果把这比做台风口的话，那么它已到来。”康敬伟表示。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’之所以成为国家

战略，是因为网络重塑了人和信息，人和人、人和物的关联。”科通芯城

董事长康敬伟表示，科通芯城正是利用移动互联网社交工具，如微信等，聚集电子制造业企业的高端人群，将产品和解决方案精准营销给他们。同时，通过O2O电商平台服务企业（即在线营销，在线销售和线下服务）。线上，以自营电商为主，同时开放第三方平台。线下，有分布各地的仓储物流平台及技术服务团队形成闭环服务电子制造业企业。

“科通芯城集团所做的是，就是面对中国电子制造业的市场，把互联网模式用到了中国制造业企业。我们是卖IC元器件的京东商城，唯一不

同的是，京东卖给个人消费者，我们卖给企业消费者。”康敬伟说。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’的核心点是互联网和传统行业的有机结合，所以未来几年将是互联网创业的好机会，也是物联网创业者的好机会。如果把这比做台风口的话，那么它已到来。”康敬伟表示。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’之所以成为国家

战略，是因为网络重塑了人和信息，人和人、人和物的关联。”科通芯城

董事长康敬伟表示，科通芯城正是利用移动互联网社交工具，如微信等，聚集电子制造业企业的高端人群，将产品和解决方案精准营销给他们。同时，通过O2O电商平台服务企业（即在线营销，在线销售和线下服务）。线上，以自营电商为主，同时开放第三方平台。线下，有分布各地的仓储物流平台及技术服务团队形成闭环服务电子制造业企业。

“科通芯城集团所做的是，就是面对中国电子制造业的市场，把互联网模式用到了中国制造业企业。我们是卖IC元器件的京东商城，唯一不

同的是，京东卖给个人消费者，我们卖给企业消费者。”康敬伟说。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’的核心点是互联网和传统行业的有机结合，所以未来几年将是互联网创业的好机会，也是物联网创业者的好机会。如果把这比做台风口的话，那么它已到来。”康敬伟表示。

康敬伟还认为，如果科通芯城可以在中国电子制造业用互联网思维和模式做起来，这个模式就可以被拷贝到中国很多垂直行业，如化工、钢铁、农产品等，所有这些行业都可以用互联网思想去做改造。“我们就是典型的用移动互联网社交再加之O2O电商平台做了一个产业互联网。”

“‘互联网+’之所以成为国家

战略，是因为网络重塑了人和信息，人和人、人和物的关联。”科通芯城

董事长康敬伟表示，科通芯城正是利用移动互联网社交工具，如微信等，聚集电子制造业企业的高端人群，将产品和解决方案精准营销给他们。同时，通过O2O电商平台服务企业（即在线营销，在线销售和线下服务）。线上，以自营电商为主，同时开放第三方平台。线下，有分布各地的仓储物流平台及技术服务团队形成闭环服务电子制造业企业。