

辉煌成就 奋斗历程

—— 沧州掠影

在电商科技领域疾驰的“黑马”

“沧州益佳家”打造本土电商生态圈

本报记者 刘彦芹 张梦鹤 摄影 陈雷 孔超

作为我省科技型中小企业，沧州益佳家信息技术有限公司一直致力于本土电子商务生态圈的开发。

以“支持三农发展，推广健康食品”为企业宗旨，成功开发运营普惠万家网上商城，让土特产搭乘网络快车顺利“进城”；将实体超市“迁”到线上，实现线下实体和线上商城深度融合，为零售终端赋能，用新服务打动顾客；瞄准打通农村流通网络“最后一公里”的目标，与多个快递系统合作，搭建农村科技驿站，实现工业品“下乡”、农产品“进城”畅通无阻……近年来，沧州益佳家信息技术有限公司立足沧州，放眼全国，在电商科技发展中一路疾驰。



公司负责人向勇(左一)向员工介绍公司新规划

“普惠万家”惠万家

如果你不在沧州，却十分想念家乡的黄骠冬枣、黄骠面花怎么办？打开手机微信，搜索普惠万家电商，进入网上商城，黄骠冬枣、黄骠面花、火锅鸡、黄金玉米面……特色商品琳琅满目。选中产品下单付款，几天后，你就能收到来自家乡的“问候”。

普惠万家网上商城，是沧州益佳家信息技术有限公司倾力打造的地域特色优质商品导购平台，主要进行特色农业健康食品、生活用品等网络销售。

公司董事长向勇介绍说：“这些商品都是我们从诸多特色产品中筛选出来的。为了找到一款健康的特色农产品，我们的工作人员经常走村串户，对特色经营主体及企业进行实地考察。之所以严把质量关，就是为了给消费者提供更多优质、健康的家乡特产。”

除了助力沧州特色产品的销售，商城还整合全国各地的资源，

成为推广各地特产、南北干货的重要窗口。

“新疆阿克苏苹果、海南金钻凤梨、湖北秭归橙子……别看我们的产品遍布全国各地，但都是正宗的产地直采。这样做，不仅减少了中间环节，为顾客提供价优质美的产品，还通过流量带动了销售，反向促进当地农业产业的发展。”向勇说，从2017年运行至今，商城中已入驻各地特色产品4000多种，涵盖10多个省区。

产品不愁卖，农户笑开颜，这个“媒婆”，向勇当的是乐此不疲。有时，甚至为了助销一款农产品，他们常常自掏腰包。

去年，湖北秭归橙子大丰收，可苦于当地的山地地形，果子运不出来，价格一度降到1公斤3块多钱都不好卖。尤其是高山上的橙子，必须靠人工往背，背出来却卖不出去，当地农户直犯愁。得知这一消息后，普惠万家网上商城工作人

员当即进行实地考察，并以每公斤5元的价格收购了4.5万公斤。

“为了尽快把橙子卖出去，刨去运费等各项开支，每公斤6元的价格虽然亏钱，但帮老乡解决了难题，又让顾客吃到了好吃的橙子，就算亏钱，我们也觉得值。”向勇笑着介绍道。

除了发布土特产品信息，公司还对各地公益直播带货视频进行免费推广。瞄准各地扶贫产品，打造“扶乐佳”品牌，利用电商平台为扶贫产业添效益。

普惠万家惠万家。这是向勇创业的初衷。他说：“每年，各地农产品滞销的消息层出不穷。产品滞销，伤的是农户的心，影响的却是整个农业产业的发展。如果农业种植效益连年低，农户哪有种植积极性。如今，农产品‘上线’销售，既能让消费者吃上放心的土特产，还能增加产品销量，提高农户的种植积极性，可谓一举多得。”

新零售升级新服务

普惠万家线上商城发展得如火如荼，沧州益佳家信息技术有限公司并没有停下探索的脚步。这两年，他们再次突破自我，跑入新零售行业赛道，为线下超市赋能，对其进行数字化改造。

“什么是新零售？对实体店来说，就是移动互联网背景下衍生的新商业思维和商业方法。在我们看来，一个实体店就是一个渠道，能覆盖周围几公里的消费人群。但过去的实体店，都是坐等顾客上门。进行新零售升级后，实体店也可以‘主动出击’。它们可以借助互联网的资源，在各大平台上进行推广。也可以创建微信社群，在社群中满足顾客的需求，精准运营。还可以在互联网上开放各种营销活动，增加用户的积极性，提高门店的‘曝光度’和实体销量。”说起新零售，向勇如数家珍。

他说，新冠肺炎疫情后，新零售行业爆发，线下实体店升级为新零售，是自我突破，也是行业赛道、未来趋势。为此，公司特意研发了两款自助购物机，投放到线下实体店中，帮助超市进行数字化升级。

“在手机商城上下单就行了，为啥还要到自助购物机上下单？”看到这里，相信不少人会有这样的疑问。“因为线上有更好的东西吸引你。”向勇笑着说。

他说，打开自助购物机界面，顾客可以扫描超市二维码，买到超市里的商品。还可进入各地的土特产平台，购买到原产地的优质产品。屏幕界面上还有各种公益带货视频，顾客们还可下单为乡亲们献一份爱心。

“对顾客而言，实体超市货品种类有限，线上超市的品类却多达几千种，选择空间更大。另一方面，自助购物平台可以采用大数据计算，锁定用户后，可有效为客户服务。对超市而言，改造后，不仅可

以增加顾客流量，还可以减少人工投入，现金流和库存压力都能下降一半以上。原来是固定性的区域性超市，‘迁’到线上后，又反向成了供货商，可以将产品卖到全国。”向勇介绍道。

线下体验，线上下单，这新颖的购物方式一面世，吸引了不少顾客的目光。

今年3月19日，普惠万家电商联合上嘉超市凤凰城店举办了“春季惠民团购引流活动”，很受周边居民的欢迎。

活动现场，除了工作人员对平台及产品进行详细讲解外，还有免

费试吃活动。盐山一农户带来了自家生产的黄金玉米面，在现场进行熬煮，香味四溢，顾客品尝后纷纷掏出手机，扫描二维码进入普惠万家商城下单订购。

“既可以在线下超市买，也能在线上商城买，而且线上线下的单，直接可送到家门口，这种购物模式太方便了！”现场体验的一位市民说。

目前，公司研发的自助购物机已入驻上嘉超市、百汇超市等10多个网点。自助购物机让实体店超市“移动”起来，既扩大了消费群体，又减少了成本支出，线上线下融合，让实体超市迎来发展的春天。



网上商城农产品



为顾客答疑解惑



扫二维码可进入商城下单

科技驿站助推乡村振兴

最近，几家快递公司负责人找到电商总监吴伟洽谈合作事项。不是谈别的，而是被她的乡村科技驿站规划所吸引。

“乡村科技驿站，旨在解决快递进村最后一公里问题。近年来，得益于线上电商的蓬勃发展，快递进村已逐渐成为推进农产品进城入户、工业品下乡进村，促进乡村振兴的关键一步。但当前大部分的农村快递网点只覆盖到乡镇一级，真正入村的网点

很少。这便是我们要破解的难题。”吴伟介绍道。

这个难题，向勇深有体会。

向勇是湖北秭归农村走出来的孩子。当地丘陵山岗起伏，交通不便。每每在老家收发快递，他不是去附近的乡镇，就得跑到临近的县城，哪次都得折腾半天时间。

“不光是我们老家，咱沧州的乡村也面临同样的问题。所以我们决定，以沧州为试点，建立乡村普惠万

家驿站系统，每个村接上一个网店，延伸到所有物流到不了的地方。”思维敏捷的他，在这难题中看到了商机。

快递进村这个难题多年未解，为何他有这样的魄力与信心？

向勇的底气，正是来自于公司已日趋成熟的线上商城与新零售业务。

“沧州地处平原，人口集中、交通便利，具有山区无法比拟的优势。我们要对农村超市进行新零售改造，将其打造为普惠万家驿站。再通过普惠万家电商，把物流整合起来。客户在线上下单，与我们合作的物流就能把快递直接派送到普惠万家驿站中。”他规划清晰。

除了负责快递的投送，驿站还能村民提供邮寄业务。在这里，村民们不仅可以网上购物，挑选到优质、实惠的商品，还能将自家的特色农产品整合到线上进行宣传、推介、销售。

“不管是现在，还是未来，现代农业都极具发展潜力。依托乡村普惠万家驿站，我们可以筛选优质农产品，打造自营商品，做到人无我有，人有我优，人优我转，借此实现城市、乡村生活水平双提升。”吴伟说道。

不仅如此，借助数字化赋能，驿站还可被打造为无人超市。工作人员可去村中直播土特产品、农村厨房，挖掘出更多特色资源，为村庄经济发展引流，助推乡村振兴。



▲网上商城商品琳琅满目

▼手机下单方便快捷

下乡考察农产品

电商“黑马”马蹄疾

“一天就卖了2500公斤，当时销路就不发愁了！”虽已时过一年多，但说起新冠肺炎疫情期间，家乡橙子在普惠万家网上商城的热卖，向勇的言语中还满是兴奋。

不仅因为销量好高兴，更是他解开了多年来心里的一个“疙瘩”。

成堆的橙子烂在路边，实在可惜！2016年，向勇回老家湖北省秭归县探亲，路边的场景让他惊讶。停车一打听，“卖不出去，只能扔了。”老乡的一声长叹，刺痛了他的心。

在老家，橙树是乡亲们的主要收入来源。辛辛苦苦一年终于盼来收获季，人们却常常为销路发愁。“怎样让农产品顺利‘进城’？”“我能给家乡做点啥？”从离开家乡，退伍转业，多年来，这些问题时常浮现于向勇脑中。这次回乡，让他更加不安。

“传统方式卖不了，干脆放到网上卖。”突发的灵感让他心头一喜。说干就干，聘请技术人员，自主研发线上商城，周围人都被他的举动惊呆了。向勇却两耳不闻窗外事，一门心思搞研发。

通过4年的苦干，他终于有了自己的电商平台——普惠万家网上商城。新冠肺炎疫情期间，网上商城关

注与点击量增长了一倍，看着每天直线增长的数字，向勇不断为自己打气。

“折腾了几年电商平台，赚了多少钱？”朋友常常问他。人人都道他商业嗅觉敏锐、行动果敢，却不知，走到这一步，他耗费了多少心血。

互联网领域瞬息万变，逻辑方向一旦错了，几百万元就有可能一夜化为泡影；借势全国性电商平台引流，谁知对方关闭后台，多月积累的客户流量就这么无声流失；资金、人才……方方面面的压力时常让他行进艰难。

可为什么，向勇的劲头却还是这么足？

老家乡亲们酿制的白酒，一公斤七八块钱都卖不出去，商城平台上一公斤卖到20元，两个月就卖了7000公斤；茶农手工炒制的茶叶，当地一公斤最多卖到15元，在商城平台上却卖到了55元；迁入线上的实体店减少了水电费、房租等各种成本，市场扩大了，负担减轻了……线上线下融合，让产品搭上了网络快车，向勇虽没赚到多少钱，但赢得了信心，“正如我的名字，向阳而行，勇气越来越足。”

这不，他又真诚向人们发出邀

请：“如果农产品销售出现难题，请及时联系我们，我们将义务为你排忧解难。”

“接下来，我们还计划以沧州每个县（市）为单位，筛选一款最具代表性的特色产品，进行品牌提升建设。同时，将14个县（市）的品牌建设成果升级到统一‘大沧州’品牌，打造成礼包后，借助电商平台推向全国各地。”摩拳擦掌大干一场，向勇跃跃欲试。

信息赋能，助力乡村振兴是他下一步的发展规划。

据“信务通”工程部项目负责人梁连庆介绍，该项目主要依托公司的线上商城和线下新零售及驿站为窗口，为国家乡村振兴计划做信息赋能服务，目前该项目立项工作已完成，部分功能已实现，现推出的以村为单位的金群服务计划，能够展示政府强农富农政策，提供农民就业信息，推送当地农副产品信息，定期为村民提供科普知识。

向勇憧憬着未来的发展：“以科技为创新手段，打造沧州电商名片，立足沧州发展全国。从今年开始，在全国以县为单位进行招商，输出公司运营模式，吸引沧州各县及外地的朋友加盟。”