

免费 WiFi：需要商家深挖的宝藏

本报记者 祁博

移动互联网的普及让人们的生活方便了很多，信息的全天候接受和更广泛范围的交往，成为人们生活方式中不可或缺的元素。作为与人们生活息息相关的零售和餐饮业，自然而然地会介入人们不断丰富的生活方式，那么对移动互联网链接的设置也成了自然而然的事。说得简单点，就是有越来越多的商家以店内的免费 WiFi 来吸引顾客。紧跟社会的发展，用简单的手段替代复杂的服务，以此吸引顾客、留住顾客，看上去是一件很美的事情，但是记者在经过一番采访调查后发现，免费 WiFi 这个宝藏，还需要商家多动脑筋去深挖。

市场观察：免费 WiFi 放在对的地方才有价值

免费 WiFi 让逐渐普及的智能手机有了更大用武之地，当人们出门在外，即使在走动的时候都会上网的时候，一段时间的停留更是会让他们离不开免费的 WiFi，毕竟使用运营商提供的手机上网流量已经很难满足人们的上网需求了。

针对这个特点我们可以分析出，免费 WiFi 在那些需要消费者停留的地方是非常有吸引力的。不过，需要消费者停留的地方很多，不是每个地方的免费 WiFi 都受欢迎。

记者在平时的生活中发现，如商场、服装店、大型酒店这样的地方，其多数都不会提供免费 WiFi，而即使提供，使用的消费者也非常少。也就是说，免费 WiFi 在这些地方或许受到技术条件的限制，或是并不能起到吸引消费者的目的，所以并不被商家看好。

“陪着媳妇去步行街买衣服，虽然我在某个店里呆一段时间，但是因为要帮媳妇挑选衣服，或给媳妇提建议，自己上网的时间不会很连续，我因此也就没有免费 WiFi 的需求。”市民刘涛这样对记者说。

“在外出休闲需要免费 WiFi 的地方，我觉得也就是咖啡厅、奶茶店，比较精致的餐厅，或是 KTV 这样的地方。”市民王钰的说法，表达了很多市民的心声。

可以看到，免费 WiFi 在密封性、私密性、时尚化的地方才能彰显出其商业价值。受到辐射外围和经营性质的影响，免费 WiFi 对消费者的吸引力被限制在了特定的空间内，这种空间不能很大，又要能吸引到对时尚生活有一定要求的消费者，这些地方主要包括时尚茶餐厅、精品店、酒吧以及规模不大的商场等。

商家：商品的吸引力正在逐渐让步于其他竞争力

目前有一个非常矛盾的现象，但凡与时尚有一点关系的商店，不论是零售店还是餐厅，商户对时尚绞尽脑汁的追求反而使其产品雷同化越来越明显。

“现在开一家茶餐厅，我们的核心竞争力已经逐渐淡化了。”团结路某茶餐厅老板对记者说，“不是说茶点和菜品的重要性下降了，而是在大家都注重商品质量的时候，消费者已经很难有明显的选择倾向了。目前，来自商品的吸引力正在逐渐让步于其他竞争力，也就是更加多元化的服务手段，而商家提供免费 WiFi 可以说是最能吸引消费者的服务手段了。”

“提供免费 WiFi 是丰富我们服务内容的良好手段。”步行街一家精品店老板赵强这样解释，“给消费者提供免费 WiFi，可以让他们在店里停留更长的时间，此时我们只需要提供一些桌椅就行了。而在手机上网还不流行的时候，想要以丰富的服务内容来吸引消费者是非常困难的，这需要很好的创意和不小的投入。但是即使做到这样，我们也不能保障能够持续地刺激消费者的神经，让他们留下来。而现在只要给消费者一个能随时上网的环境，以上问题就迎刃而解了，在互联网的世界，有太多东西可以让消费者停下脚步了。”

“现在开一家主题餐厅，提供免费 WiFi 是必须的。”凯旋路某主题餐厅负责人王莉对记者说，“有免费 WiFi，消费者首先就会对这家店有认同感，同时，给消费者一个可以上网的环境，也方便他们及时在网上发布关于我们店的信息，口碑效应在免费 WiFi 的帮助下回报速度越来越快。”

消费者：渴望回归最初的消费目的

一方面是商家不遗余力地开发免费 WiFi 这块宝藏，另一方面是消费者对免费 WiFi 的“趋之若鹜”，如此一来，似乎应该是皆大欢喜。不过，记者调查发现，目前商家使用免费 WiFi 来吸引消费者的手段过于单一，如果不进行改进，无异于饮鸩止渴。

“原来没事的时候和朋友在茶餐厅坐坐，大家可以聊一下午。但是现在，因为有了免费 WiFi，去茶餐厅成为了一件特别无聊的事情。”市民小周对记者说，她不知道是不是因为自己的年龄增长使得和闺蜜聊天越来越没有话题了，但她觉得免费 WiFi 在一定程度上阻碍了大家的交流。



如今，酒店、饭店、商场等消费场所，已将提供免费 WiFi 作为吸引消费者的手段之一。 本报资料照片

当“抬起头、放下手”成为被手机日益控制的人们的一种期盼时，人们却更加难以“抬头”和“放手”了。商家们看到了免费 WiFi 能吸引顾客的好处，却忘了当有一天顾客无法在商家那里得到最初的消费体验时，消费者的消费行为也许就会被商家的聪明所“扼杀”。

有一些消费者已经发现了免费 WiFi 的问题，那就是对交流进而对消费行为的阻碍。“其实，商家对免费 WiFi 的利用还是非常初级的，他们多是为了取巧，把自己应该动脑子想的创意统统抛给了互联网。但是他们却不知道如何从互联网中汲取养分，使得自己的免费 WiFi 和别人家的不一样，使得自己的免费 WiFi 能够更好地服务于自己提供的服务。”市民石磊对互联网有一定的研究，他发现目前商家提供的免费 WiFi 服务都是在跟风走，“商家并没有把免费 WiFi 转化为自己的有效竞争力。”

商家应该如何利用免费 WiFi，石磊给出了一个建议，那就是使用公共的网络环境组建商家自己的服务平台，让免费的 WiFi 真正地服务于商家，丰富并刺激人们的消费行为，进而使消费者能够依托商家提供的免费 WiFi 获得纯粹的、最初的消费目的，而不仅仅是让自己的小店成为一个大家可以免费上网的场所。

B1 版

2014 年 7 月 16 日
星期三

传递财经资讯
解读宏观政策
聚焦产业动态
对话风云人物

总第 211 期

财经数字

32%

在近日召开的电子信息行业联合会成立大会上，工信部部长苗圩称，我国成为全球最大电子信息产品制造基地，去年电子信息产业收入达 12.4 万亿元，进出口总额达 1.33 万亿美元，占全国外贸进出口总额达到 32%。我国已成为全球最大电子信息产品制造基地，并在通信、高性能计算机、数字电视等领域取得一系列重大技术突破。

然而，与世界先进水平相比，我国电子信息产业核心技术受制于人，产业总体上仍处价值链中低端，代工制造和加工贸易所占比重较高，产业政策环境亟待完善，内需带动机制也尚未健全。这些问题和矛盾制约了我国电子信息产业由大变强。

300 万辆

故障车辆的副驾驶安全气囊在车辆碰撞时可能会失效，甚至爆炸。此时，安全气囊中气体发生器内压异常上升，金属外壳可能破裂并溅出碎片，气体发生器中的高温气体可能发生泄漏，甚至起火，存在安全隐患。2013 年 4 月开始，丰田、本田和宝马等车企就曾因为高田气囊召回数百万辆汽车。本次三家车企在去年的基础上扩大召回，宣布在全球范围内召回近 300 万辆汽车，迄今高田气囊故障导致的召回总量超过 1000 万辆，在汽车行业历史上规模可以排入前五。此外，克莱斯勒最近也表示，旗下 2006 年款道奇 Charger 也可能受到高田气囊的影响，但具体市场范围还不确定。

59%

日前，市场研究机构 BI Intelligence 发布研究报告称，预计到 2019 年，5—7 英寸的平板手机在全球智能手机出货量中的比重将达到 59%。

报告称，未来五年平板手机全球出货量的年复合增长率将达到 27%，几乎为智能手机整体市场同期年复合增长率（15%）的 2 倍。到 2019 年，平板手机的出货量将达到 15 亿部，占全球智能手机总出货量的 59%。与此同时，平板手机将蚕食平板电脑市场，平板电脑需求将呈现下降趋势，五年后平板电脑的全球出货量将达到平板电脑的 3 倍。

（本栏文章均据新华社）

编辑 董娜

E-mail: dongna4689@126.com



7 月 15 日，夏邑县粮食局下岗职工班红梅、李静在喂养孔雀。面对人生骤变，去年 6 月初，班红梅、李静一道立志创业，决心用勤劳的双手，开拓养殖新天地。她们多方考察，东凑西借筹资 30 多万元，购进 200 多只孔雀苗，创办了夏邑县孔雀养殖场。孔雀一般人工饲养 5—7 个月，体重达 3500 克以上，市场价每斤 80 元，年总收入可达 10 多万元。

本报记者 韩丰 通讯员 刘守良 摄

创业故事

刘新华：小葡萄圆了共同致富梦

本报记者 刘建说 通讯员 刘起旭

盛夏时节，记者来到了商丘新平葡萄种植有限公司新品种试验基地。走进基地，满眼的葡萄翠绿欲滴，鹅池沸腾，鸡鸭欢歌，好一派丰收的田园景象。一个种植户指着正在修整葡萄枝的人说：“我们的致富带头人！”他就是本文的主人翁，带领虞城县李老家乡任王楼村及周边农民致富的商丘新平葡萄种植有限公司总经理刘新华。

追梦之始：“我很愿意跟他合作”

在粮食部门工作过，也在商海打拼过的刘新华告诉记者，他对土地有着一种特殊而深厚的感情：“经过 20 多年的商海拼搏，我深深地感到只有扎根黄土地才能作出大文章。”

2012 年底，通过考察，刘新华决定在李老家乡任王楼村租赁土地 30 亩，成立了商丘新平葡萄种植有限公司，干起了葡萄种植。他的愿望就是把李老家乡甚至全县的葡萄种植搞好，把这里变成一个葡萄王国，最终实现带领农民共同致富的梦想。

为了带动更多农民种植葡萄，增加收入，他还成立了一个葡萄种植专业合作社，采取公司+合作社+农户的种植模式，公司统一规划布局、技术指导、产品标准、销售等一系列措施。有了土地还不行，更重要的是必须依靠科技做支撑，才能让土地真正增值。要找就找最专业的科技专家，经过多方考察，他与中国葡萄协会会长晁无疾教授取得联系，80 岁的晁无疾教授 6 次来到刘新华的葡萄园，手把手地指导刘新华修剪葡萄。晁无疾教授

说：“我很愿意跟他合作。我到过很多葡萄种植园，也跟很多人合作过，但像刘新华这样真正干事业、爱钻研的人很少，所以我愿意把我最新研究成果投放到他的葡萄种植园。”

目前，商丘新平葡萄种植有限公司合作社社员已达 50 多户，种植面积 100 多亩，即将产生的经济效益最低可达 200 余万元。

追梦之中：“风险留给我，效益留给种植户”

“风险留给我，效益留给种植户。”这是刘新华刚到这里创业时给种植户和周边村民的一个掷地有声的承诺。

为了降低社员们的种植风险，每次引进葡萄新品种时，刘新华都会在自己的公司里进行对比种植实验，让社员自己挑选所喜爱的品种，使农民的效益得到最大化。为了提高农民的种植积极性，刘新华还加入合作社的村民免费提供葡萄树苗，提供技术指导，承担销售等问题。

要想把葡萄园做大做强，必须有高端技术支撑和优良品种做基础，做到示范在园内，效益在园外。2013 年底，在农业院校的技术支持下，刘新华筹建了豫东葡萄新品种研究所，实施葡萄新品种繁育对比试验，为此他又租了 20 亩土地，投资 300 多万元建成了联动智能温室。引进的新品种先在试验园对其生长习性、土壤结构、品质、酸度等进行温室内外对比种植实验，而后把可以在当地生长、适应性强、产值高、品质好、酸甜适中的品

财经微议

甜品店成国内购物中心标配

在购物中心加码体验业态大潮之下，甜品店趁势大举进驻购物中心扩大市场份额。睿意德中国商业地产研究中心日前报告显示，近 4 年来，购物中心甜品店比重逐年加大，今年已超餐饮业态的 1/3，由辅助型商业成为必备型商业。

【微评】近几年，购物中心为优化形象展示，通常会在一楼等主力店所在楼层开设高端的甜品店或咖啡店，有些店铺更将餐桌延伸至室外，以吸引往来的行人。不过，看似风光的购物中心门店恐难撑起营收大旗，真正的主营收入仍将依靠外送或社区市场。

为价格补贴动态调整点赞

日前，福建省福州市政府印发《关于完善价格补贴联动机制的补充通知》，自 7 月 1 日起，福州将执行价格补贴联动机制新标准。当 CPI 同比涨幅达到 2% 或食品类消费价格同比涨幅达到 5% 或 CPI 中粮食价格指数超过 10% 时，启动联动机制。

【微评】社会低收入人群特别是低保户、城市生活困难群众等，对物价涨跌比较敏感。确保他们的生活不太受物价波动影响，是政府保障和改善民生工作的一大着力点。从实践来看，这一挂钩联动有利于纾解低保对象等低收入人群的生活压力，让他们感受到政府关怀的温暖。期待此类创新之举，能被更多的地方学习推广。

（本版编辑综合整理）

种签约给种植户种植。第一批引进的 20 多个品种中，经过科学的试验种植之后，被保留并免费签约给种植户的只有黑巴拉多、红巴拉多、阳光玫瑰等几个品种，仅此实验，刘新华就损失 30 余万元。

除了请专家进园指导之外，刘新华每月还为种植户开展集中技术培训，他动情地说：“要想让葡萄园有带动力，让老百姓认可，就要以高技术、好品种、好人才来寻求发展之路，吸引一部分常年在外打工的农民重新回到土地上，从而带动周边农民一起圆致富之梦。”

梦圆时刻：“农民富了，我就富了”

“农民富了，我就富了。”这是刘新华说的最多的一句话。在葡萄园里，记者看到在正忙碌的不仅是社员，还有周边村的一些村民，他们每到农闲时都会到这里打工，帮助管理葡萄。“俺的工资一天 50 块钱，也没有很重的活，家里农忙就干自家的活，闲的时候就来这里帮忙管理葡萄。”一位前来打工的唐楼村村民一边熟练地干活一边对记者说。

虞城县李老家乡唐楼村村委主任张建民告诉记者，自从村里发展种植葡萄以来，村民们的收入也增加了不少，除了发展种植户 50 多户外，还为剩余劳动力提供了就业岗位。土地通过流转以后，农民农闲时可以到葡萄园打工，一天 50 元，一个月 1000 多元，这就等于农民的额外收入，而且不耽误他们自家的农活，农民当然乐意干。

为了确保园区产品新鲜，实现延时销售，他投资 333 万元建成一座容量 1200 吨的全智能自动控温的蔬菜水果保鲜库。刘新华站在保鲜库门口一边带领记者参观，一边自豪地说：“这座保鲜库不仅能满足自用还能向周边蔬菜水果种植户提供冷藏和保鲜。”为了保证葡萄的品质，刘新华一直严格要求社员使用有机肥种植，同时采用避雨种植模式，降低社员投资成本，让消费者吃上放心的葡萄。

站在智能温室大棚前，刘新华豪情满怀地说：“我决心让更多的优良葡萄在虞城这片热土上落地、生根、发芽、开花、结硕果，帮助更多的农民圆致富梦，这也实现了我的人生价值。农民富了，我就富了。”