



“互联网+”或成中医药行业转型良方

质的第三方物流网点,完成快速、准确、有效的物流配送过程。

除此以外,康缘还借用互联网的优势建立药品信息化管理体系,实现了药品生产、仓储、物流等关键环节的信息管控,为强化药品的安全规范管理奠定了基础。记者在现场看到,在容积数千立方米的库房里,分层整齐排列着大大小小的货架。仓库保管员只要输入所需物资器材名称,电脑便能准确定位出物资所在的巷道、层数等坐标信息,同时显示出物资的重量、品种、出厂时间等装备履历信息。保管员点击鼠标,堆垛起重机即可“受命”进行精确查找和装卸,综合能力成倍提升。

从单一的提供药品物流服务向供应链体系全面服务转轨,康缘把线上线下的销售模式融合与创新,当作提升服务的又一次重大变革。随着第三终端的崛起,康缘商业积极调整经营战略和市场策略,适应

医改政策,进行供应链前移,建立满足各种药品需求的快速响应服务体系,确保在最短时间把药品配送到各大医院。同时,不断增强业务能力,集中优势,向规模化发展,积极推进第三方物流发展,着力把康缘商业打造成连云港终端药品市场的集散地,使医院品牌、商业品牌、药品品牌三强结合,力求让药品在流通中实现增值。

据了解,目前由康缘药业牵头、以康济大药房连锁有限公司为申报主体的药品网上电子交易项目“互联网药品交易许可证”顺利通过验收,“康济大药房电子商务中心”正式上线运营。来自康济连锁的官方数据显示,2015年第三季度市场销售额同比增长90%以上,月均电子商务包裹量超过15000件。

商业观察

InnoTREE:让创新创业有“据”可循

成立时间还不到一年的InnoTREE(因果树)日前在京举办“偶+”数据产品发布会,并宣布该公司实现A轮融资数千万元,成为国内第一家被券商投资的股权投资融资平台。

今年9月,《国务院关于加快构建大众创业万众创新支撑平台的指导意见》正式出台,从“大力发展专业众创空间”、“鼓励推进网络平台”、“培育壮大企业内部众创”等多维度全面鼓励支持众创、众包、众扶、众筹的发展。北京中关村作为科技创新中心,力争成为推动“双创”(大众创业、万众创新)战略落地的前沿阵地,10月11日至24日,以“创见未来”为主题的“中关村创新创业季”系列活动吸引了一大批国内外优质创新成果和创业资源集中展示与发布,“双创”热潮扑面而来。

作为“中关村创新创业季”系列活动中的重要一环,InnoTREE重磅活动“偶+”数据产品发布会成功举办。其核心数据产品——“偶+”,率先深挖数据之道,再度搅热创投江湖。

作为高定制化、高效率、高专业度的互联网股权投资融资平台,InnoTREE在创新创业领域,尤其是创新创业大数据领域已经成为行业先驱,最好的证明便是该公司被邀请成为参加“中关村创新创业季”展示的核心品牌企业。据了解,InnoTREE至今已成功为菠菜圈、一分钟搞定熊孩子、黑白校园、武汉颂大教育科技股份有限公司、山东中磁视讯有限公司和剧角映画6个项目完成近亿元的融资,同时还成功为2家新三板挂牌企业完成部分定增份额的募集。截至9月底,InnoTREE与100余个创业项目签署了战略合作协议,已服务创业项目300个,通过InnoTREE审核并约谈的创业项目已经达1000个。今年7月,InnoTREE成为中关村股权众筹联盟首批80家联合发起单位之一,被中关村科技园区管理委员会授予“创新型孵化器”企业,A轮成功融资数千万元,成为国内第一家被券商投资的股权投资融资平台。

平台。

InnoTREE创始合伙人、CEO 滕放表示,创新是InnoTREE的灵魂。公司成立之初便定位精准,致力于为创新型小微企业以及合格投资人打造一个基于互联网与大数据的全新股权投资融资生态空间。此次重点发布的“偶+”产品,是依托于InnoTREE股权投资融资平台的一个透视创投行业的数据产品,通过洞悉行业资本概况、呈现行业发展现状、验证创业梦想是否可行,使得创业和投资从此有“据”可循。

据InnoTREE创始合伙人、CTO 马超介绍,“偶+”产品的核心是“偶+数据”,包括“偶+望远镜”和“偶+透视镜”。其中,“偶+望远镜”是展示行业资本受青睐程度的数据产品,数据覆盖范围包含十几个一级行业,每个一级行业包含几个到几十个不等的二级行业,能够展示每一级行业内项目被资本关注的得分排名,并对行业项目进行比较,让行业状况清晰明朗,给初创团队一个透视自己、了解他人的机会;“偶+望远镜”能够按照投资额度和投资笔数两个维度展示项目融资和投资方的情况,通过数据模型的计算打分,展示每个特定二级行业、每个项目的综合得分,并计算出团队能力值、融资能力值、获客能力值和创新能力值这4个主要权重因子的得分。滕放表示:“聪明钱跟踪聪明的项目,通过资本密度,展示行业的热度,更有详细融资轮次对比,让资本热度一目了然。”目前,中国人民银行互联网金融研究所、北京股权交易所、华融公司、广发银行等近100家企业和机构已对接、试用“偶+”数据产品。

“创业是一条艰辛的路,也是一条灿烂的路。”滕放说,InnoTREE所打造的是为创业创新服务的投融资平台,而它本身也是一个创业者,更加了解创业者的艰辛和需求,InnoTREE将与创业者一起成长,“偶+”数据产品也将不断创新、升级,让创业和投资从此有“据”可循。(李鸿)



互联网电视商业价值变现“触手可及”

■ 本报记者 范丽敏

“不要再让烧钱成为互联网经济的代名词。”在近日举办的《2015年互联网电视发展白皮书》(以下简称《白皮书》)首发仪式上,优朋普乐董事长兼CEO邵以丁表示,电视屏互动起来之后的商业模式主要有四种:内容付费、广告、实体商品的电商、增值服务的应用分发,而贯穿其中的则是广告。但未来的电商广告绝不是像淘宝、京东那样在电视上陈列式的广告,而是与视频内容关联起来。

来自《白皮书》的数据显示,2015年成为中国互联网电视用户增长最快的一年,互联网电视覆盖用户月均增长速度超过100%,年用户总量超过4000万,用户从“优众”向“大众”扩散,不同年龄段的互联网电视受众因内容偏好不断细分。作为聚焦家庭用户的“核心大屏”,互联网电视大屏广告有着与生俱来的营销力和推广力,同时拥有精准化投放优势,吸引越来越多的广告主加大投放互联网电视“大屏广告”,互联网电视已经让营销进入了“大屏时代”。

来自优朋普乐的资料显示,2016年全年,中国互动电视广告可变现资源的总媒体价值规模储量有望达到400亿元。

据尼尔森网联首席执行官张余介绍,《白皮书》从产业发展趋势、互联网电视用户变迁、OTT广告的新机会三个板块全面揭示了2014至2015年互联网电视发展态势,独家披露了诸多市场数据,并重点针对互联网电视媒体价值变现进行了研究。

大会上,优朋普乐还携手国广东方、芒果TV、尼尔森网联等合作伙伴共同启动了“互联网电视媒体价值标准化研究”项目,旨在推进互联网电视受众的行为与需求的深度研究以及互联网电视广告价值标准衡量的研究。

早在2014年初,优朋普乐就推出中国首套互联网电视专属广告系统,在业内率先提供互联网电视广告服务。此外,优朋普乐携手尼尔森网联搭建了首个专属于互联网电视行业的标准广告监测体系及用户分析系统,并完成了互联网电视受众的“到人研究”。邵以丁表示,此次优朋普乐携手业内合作伙伴、第三方权威研究机构成立“互联网电视媒体价值标准化研究联盟”,将继续深入开展互联网电视受众及互联网电视媒体广告价值衡量标准研究,成果将惠及整个互联网电视行业和广告主,也将为整个中国的互动电视大产业打下坚实的基础。

中国正在快速进入“互联网+电视”的时代,“2016年,必将成为中国互联网电视商业价值变现元年。”邵以丁说。

法国设计牵手中国品牌 百名法国设计师中国行

■ 本报记者 胡心媛

2016年5月28日,第二届中法品牌高峰论坛将在北京举办。据悉,此次主题为“法国设计牵手中国品牌”的论坛为期5天,除了在北京的主论坛峰会外,还会在上海举办分论坛。届时法国前总理拉法兰将带领100位法国优秀设计师及创业者来到中国,带来他们最新的设计成果和理念,多纬度地与中国品牌和市场对接。此次活动得到中国质检总局和法国前总理拉法兰先生的大力支持。

记者了解到,中法品牌高峰论坛由法国早安传媒集团(早安上海+早安巴黎)、中国质量万里行促进会和法国巴黎大区工商会于2014年在巴黎共同发起,是首个以讨论品牌价值为核心的中法高层交流平台。论坛重点研究如何将法国设计合理地与中国市场需求结合。

对2014年在巴黎举办的第一届论坛,皮尔卡丹先生给予了极大支持,93岁高龄亲自出席论坛活动。零点创始人袁岳,例外创始人毛织鸿,法国前企业联盟主席 Laurence Parisot,法国华为总裁 Fran·ois Quentin,巴黎大区工商会法中交流委员会秘书长苏小青等都应邀参加了第一届论坛。

据会议相关人员介绍,2016年的中法品牌高峰论坛旨在建立三个层面的对接:法国品牌设计师对接中国企业;法国产品对接中国销售渠道和产能;法国的创业者对接中国资本。从创意、创业、创牌、渠道、制造等多角度深入促进中法两国企业与人间的合

作。法国设计师的新设计、新体验和新想法必定会 给中国企业 and 市场带来无数新的可能和合作机遇。巴黎工商会负责整个活动的法国设计师的召集工作,从2015年10月到明年2016年5月将会在中法两国组织一系列与论坛相关的活动,作为世界上最大的商会组织,负责从其旗下80万企业中选取最优秀的设计师资源。

论坛秘书长,早安上海创始人杨晶先生表示:“早安上海从创建以来,一直借助法国设计师为中国品牌服务,两个国家对于彼此都抱有极大的合作意愿。在中国‘大众创业,万众创新’的潮流引领下,产量已经不再是中国企业追求的主要目标,无论创业公司还是转型企业,建立、提升自身品牌已经成为和本身专业同等重要的事业。搭建中法设计师平台,让法国设计师资源无论从品牌层面、概念层面还是产品层面都能更加便于和中国市场对接,才是论坛的核心价值。届时我们会同时推出(Bonjour ID)法国设计师平台,将其打造成法国设计师在中国的集合地,将法国最好的设计资源留在中国,对接中国需求,创造更多合作。”

中国质量万里行促进会秘书长高伯海先生表示:“首届论坛得到了国家质检总局的大力支持,获得了多方的认可,相信此次中法两国间的盛会,能够让法国品牌在全球范围的成功,给中国企业品牌建设提供一个成熟的模式。与此同时,我们也相信中法企业的不断深入了解和合作,必将为中国品牌发展提供更多的机遇。”

车的玉米粒,形成了“堆积而成”的玉米山,这种跟节目内容紧密结合的亮相和突然的视觉冲击,也让大家对西王品牌的记忆不断加深。

作为西王玉米胚芽油的代言人,赵薇算是此次西王主场的最大功臣。她时时不忘宣传自家品牌,甚至不惜生啃玉米来证明“非转基因”的安全和健康,让观众深入了解西王玉米胚芽油的“滴滴珍贵”。同时本期“真心英雄”——来自西王集团的徒手检测非转基因达人韩启学,也用多年工作练出的绝技——手摸一摸掐一掐,就能预估出玉米的含水量,让西王玉米胚芽油的非转基因深入人心。

综合来看,借力与《真心英雄》标新立异的融合,西王尽管是综艺营销的后来者,却上演了一场“后来者居上”的逆转好戏。(王晨)

西王综艺首秀玩出新高度 誓将“非转”进行到底

本报讯 头顶“电视版港囧”光环的《真心英雄》西王中秋特辑在9月25日如期播出,《港囧》两大主演——赵薇和徐峥,率领包括陈学冬、田亮、陈楚河等在内的全明星阵容,在西王的大本营——山东西王村上演了一出“玉米地里的囧事儿”。

数据显示,当期收视率达1.015,维持了《真心英雄》的一贯高水准。而对于西王来说,中秋特辑的成功也再一次验证了其眼光之“高”。尽管是综艺赞助的新手,但西王却表现出了一名“熟手”所具备的合作素质——在实现品牌曝光的同时,通过优质内容展现产品特征和优势。

整个西王专场的游戏设置围绕着玉米油展开。每一次明星顺利完成任务,都可以获得一小瓶西王玉米胚芽油。在节目的最后游戏环节,西王更是贡献出了两大