

本土电商发力“最后一公里”

步步高电商CEO李锡春:越接近消费者越有价值

曾经带着学生证卖西瓜、曾经放弃阿里巴巴股权投资淘宝、曾经在淘宝内部“赛马”胜出成功再创业，这样一位不断打破自己局限的电商佼佼者，如今又“拥抱”了一家本土零售商——这对上任不久的步步高电子商务有限责任公司CEO李锡春而言，不过是又一次跨界。

“对你产生颠覆的都不是同行，只有跨界、融合才能产生更大的价值。”李锡春如此看待目前电商与实体店之间愈演愈烈的竞争与渗透，“对本土电商而言，要在强手林立的电商之间抢得一席之地，唯一的途径就是成为消费者身边的电商。”



打造区域化电商平台

“步步高要做的就是打造区域化电商平台。”李锡春在采访中开宗明义，点出了步步高进军电商领域的关键。

刚刚过去的“光棍节”，电商又创造了一个消费神话，350亿元的销售总额相比去年增长近一倍。而“敢为人先”的湖南人在这场消费狂潮中贡献了13亿元，“这个数字相当于上海地区交易额的二分之一。”李锡春指出，相比湖南人旺盛的消费力，湖南本土却缺少上规模、有影响的电商平台，“这种消费力和电商平台之间的不匹配，就是我们本土电商的机会。”

李锡春指出，电商在经过数年的高速增长之后，增速在逐步放缓，但是“这只是发达地区在放缓，内陆地区电商的发展速度仍然会很快，‘光棍节’中湖南的消费数据就说明了这一点。”李锡春表示，电商未来的发展趋势之一就是向区域纵深发展。

“打个比方，北上广深这些发达地区的购物中心已经过剩，并且开始出现倒闭，但是中西部地区购物中心仍然供不应求。”李锡春认为，广大县城人民有消费升级的需求，这种需求极为旺盛，因而步步高将通过打造一个区域电商平台来满足这种需求，“而区域优势是步步高能在与淘宝等全国性电商竞争中

胜出的筹码。”

“越接近越有价值”

一方面本地消费者有强烈的线上消费欲望，另一方面本地消费者的个性化需求却无法得到满足。李锡春以自己的经历“现身说法”。“上网给我家小孩买奶粉，查了三家电商，分别要2-5天、2天、1天能够送到，我当然选1天就能送达的。”

李锡春通过这个案例指出，由于物流上难以克服的困难，尽管强大如淘宝、天猫者，也无法让本地消费者感到“这是我身边的店。”

“不过对于建有大量实体店的步步高而言，满足消费者‘缺乏耐心’的需求正是我们的优势。”李锡春指出，未来步步高电商的目标是4小时送达，“能够做到这一点，就在于我们完备的实体店体系。”

李锡春认为，要做好区域性电商，关键在于发现本地消费者的个性化需求，“要发现个性化需求，提供快速而个性的服务，需要电商靠近消费者，越接近越有价值。”

李锡春举例指出，比如消费者买一条鱼，这是非本土零售商做不到的。他认为，未来竞争中，关键在于谁能与更多消费者建立联系，并获得消费者的信任，“所以步步高做区域电商有着天然优势，我们离消费者更近，反应更快。”

突破“最后一公里”

根据国家邮政局发布的统计数据显示，今年“光棍节”期间，全国快递业务总量为3.46亿件。而“光棍节”之后的物流配送对于电商们来说却是一项巨大的考验，统计显示，“光棍节”过后一周仍有四成左右订单未完成，很多快递变成了“慢递”。“最后一公里”显然成了制约电商的瓶颈。

与其他电商相比，步步高电商最大的优势在于能够利用强大的物流优势，在优势区域范围内做到一天两配。顾客在步步高网上商城下单付款后，信息会第一时间通过仓储系统到达配送中心，经过分拣、包装，货品最快在一小时内就能交付到快递公司。“拿长沙市区的客户来说，当天上午10点之前下单，当晚就能收到货物。当晚8点之前付款的订单，次日上午就能送达。”李锡春介绍道。

“现在所有的零售力量都在布局‘最后一公里’。”李锡春表示，突破“最后一公里”将成为决定未来行业格局的决定性因素，“而‘最后一公里’就是本土电商的价值所在。” ■三湘华声全媒体记者 李庆钢

观察

“坑道战术”助阵本土电商突围

在淮海战役中，解放军能够战胜拥有重炮、坦克、飞机的国民党军队，关键是采取了一种“坑道”战术。解放军通过土工作业，挖出许多坑道，无限接近敌人，借此避开了敌人的猛烈火力，从而在攻击中一举击败装备占优势的国民党军队。

如今，一场“淮海战役”将在电商领域里打响。随着“光棍节”创造的销售神话深入人心，越来越多的“土豪”加入了这场电商大战。不过，在面临淘宝、京东等已经具有强大优势的全国性电商的步步紧逼之下，如何从中突围，成了众多后来者不得不思考的问题。

对这个问题，步步高显然给出了一种有效的解题方式：做区域性电商。无论电子商务如何发展，其核心仍然是如何更好地为人服务。随

着消费升级，人们的需求也越来越多样化、个性化，而能否提供多样化、个性化的服务就成了这场电商大战的“胜负手”。这一招“胜负手”谁能占得先机，关键在于谁能更接近消费者。只有接近消费者，才能及时了解他们的需求，也才能及时满足他们的需求，愉悦他们的体验。

步步高在面临具有强大优势的竞争对手之时，采取的正是淮海战役中解放军采取的“坑道”战术，通过步步高超市、汇米吧便利店等完备的实体店体系，无限接近消费者、随时随地满足消费者的需求。曾经被认为是庞大负担的实体店体系，在电商竞争格局向纵深发展的时候，也瞬间成了步步高的优势。借助实体店体系，步步高已在这场电商领域的“淮海战役”中占得先机。

■三湘华声全媒体记者 李庆钢

币种	钞买价	币种	钞买价
英镑	955.05	日元	5.6957
港币	77.52	加元	553.89
美元	600.98	澳元	524.17
瑞郎	660.45	欧元	806.75

(截至12月17日19时，数据仅供参考)

外汇牌价由中国银行湖南省分行友情提供
 咨询电话：0731-82580629
 中国银行
 中国银行网上银行个人跨境汇款

福彩惠三湘 专享

12月12日，身在怀化溆浦打工的沅陵小哥在第43123825号投注站以70元购彩款刮出了“金蜂巢”15万元大奖。

据投注站业主介绍，这位小哥是沅陵县人，目前在溆浦打工，做完工就喜欢来他的站点购买福利彩票，尤其钟情主题鲜明、色彩艳丽、创意独特的福彩网点即开票“刮刮乐”，每次都要刮个几十元，但一般也都是中几十元的小奖。尽管如此，他还是坚信

溆浦小哥抱走“金蜂巢”15万大奖

大奖有朝一日会出现在他的指尖。12月12日上午，小哥又到站点购彩。刚发薪水的他当时一下要了10张刮刮乐“金蜂巢”彩票。在这10张中，中了些小奖，小哥自然不甘心。下午，小哥又返回投注站，花了20元又买了4张“金蜂巢”。刮到第三张的时候，只见这张中奖票上“我的号码”和“中奖号码”都是“08”——八发八发，兆头不错。继续刮开，中奖金额突现“150000元”的字样！

领奖时，小哥说他来自农村，家里经济条件不是很好。有了这笔奖金，就可以在沅陵老家修座房子，再留点钱把老婆讨了，办场像样的婚礼，也算孝敬盼着抱孙子的爸妈了。 ■钟国阳



Ebank 中国光大银行 您身边的家庭银行

要理财 到光大

产品期限	起点金额	年化收益率	产品特点	发行时间
三个月 半年、一年	5万	5.5%	保证收益型	12月17日-12月23日

预约热线：0731-85363585 85363651
 理财非存款 产品有风险 投资须谨慎