

关停1月后 阿大葱油饼回来了

阿大葱油饼回来了！28日上午，阔别食客一个月的阿大葱油饼在上海永嘉路上重新飘香。崭新的铺子里，阿大弯着腰在老炉台前制作葱油饼，铁板上饼子滋滋啦啦地煎着，葱香四溢。店外，已经有闻讯而来的食客排起长队。

全新的不锈钢料理台、水斗擦得发亮，两大盆切好的葱花放在上面，猪油、面团用保鲜膜包好，只有用了十几年的老炉子是从老址跟着阿大过来的。“半夜3点我就起来准备材料了，6点到铺子里，新地方还要熟悉熟悉。”阿大说，重新开业后“一切照旧”，工艺、原料不变，营业时间不变，葱油饼5元一个的售价也不变，每人限购10个。

一个多月以前，阿大还在茂名南路南昌路上老址开店。但在9月27日，阿大的店铺却因证照问题被关停。此次重新开业是否证照齐全了？这是社会各界最关心的问题。阿大说，现在证照都齐全了。“我作为小吃部入驻这家饭店，他们的证照都是齐全的。”而饿了么相关负责人表示，在与阿大签署合作协议后，经过多方寻找，最终在永嘉路的一处饭店找到临街铺位，让阿大作为小吃部在此经营。“通过阿大、饿了么和饭店的三方合作，引进阿大葱油



闻讯而来的食客排起长队

饼。”

早上8点半，上海市民孙琼就在新店门口，她是从老址一路找过来的。“外地同学早就听说阿大葱油饼的大名，近期他们要来上海旅游，我就先来踩踩点。”孙琼说，昨天早上7点多她在老址看到了阿大贴出的告示，就马上赶来了。“早就听人介绍过了，今天一定要等到。”

尽管从家里到永嘉路新店来回需要半个小时，但阿大昨天很高兴，店铺终于重开了。“在新店重新做葱油饼之后，我也会把食品安全做好，让大家能够尝到上海老味道。”这次合作发起人——饿了么创始人兼CEO张旭豪则认

为，一个城市，要有高楼大厦，也要有阿大葱油饼这种胡同弄堂里的传统美食文化，这样的城市，才有“温度”，才有“味道”。

阿大顺利复业让食客欣喜，但民间美食如何适应现代治理要求，仍然让人关注。许多口碑良好的传统美食，由于经营场所历史久远、经营者缺乏资金等诸多原因，常常不得不以无证小微餐饮的形态存在，除了阿大葱油饼，像梦花街馄饨、胖阿姨锅贴等“老上海味道”也概莫能外。在现有法规框架下，协助小微餐饮正规化经营，同时又传承美食传统，成为了值得整个社会思考的课题。

据《新民晚报》

男子追砸运钞车被击毙 一名押运员被立案调查



图为现场

广东省东莞市长安镇一名男子因追砸运钞车被开枪打死一事有新进展。10月28日下午，长安镇政府通报称，一名涉案押运人员被立案调查。

10月27日中午12时许，东莞市长安镇乌沙环南路附近，一男子因追砸押款车被押运员枪击，后救治无效死亡。当天，长安镇政府就此事通报称，押款车执行押运任务经乌沙兴三路路口附近时，男子黄某（江西人）追砸车辆，车内押运员多次劝阻无效

综合

省版分类广告热线 025-85946458

出售商业房产 扬州某夜总会连同3200平米独幢房屋出售，另5000平米房屋带租约出售。18796618777

广告

••• 资讯

创维直营微平台上线运营，加速布局O2O



庆、昆明、衡水、贵阳、呼和浩特、哈尔滨、凯里等全国城市，创维大篷车已经走了近3个月，完成全国47个城市的大篷车巡展活动的一半行程。这是创维集团自成立以来，第一次在中国境内的一个单独渠道进行大规模巡展活动，范围囊括了中国区3000多家创维O2O直营店。

零距离体验，未来家电渠道的发展方向

据奥维云网分析，零距离接近用户、体验购物场景真实还原、大数据反馈是未来家电渠道的三大发展方向，而线上线下多渠道结合正是实现这三大方向所必不可少的前提。创维O2O直营店的构建，从线上到线下，从传统营销方式到新型社会化营销，实现了从卖产品到做服务的创新体验整合。

创维社区店作为距离用户极近的实体门店，让“飞奔到您身边的服务”的理念落地，让零距离服务受益于消费者。此次创维O2O直营微平台正式上线运营，率先实现了家电社区O2O领域的前后端融合，在全面布局社区的同时通过信息化平台实现产品销售、服务咨询、互动交流、积分兑换和品牌活动等的有机集成。这样的平台直营店一般开在大型社区附近，周围2-3公里内的消费者可以很方便地步行到达。

创维O2O直营微平台主营创维全品类电商产品，11月开放引进供应商，增加受顾客欢迎的电子类产品和服务类产品，通过品类的增加，为消费者提供在家门口的“超级商城”。除了家电产品的销售和体验，创维O2O直营店还为用户建立专属家电档案的“一对一服务”，下单后24小时提供送货上门服务，终身提供“以旧换新”服务，以“零距离服务”彻底解决消费者的家电售后之忧。

变者为王，线上线下并非只有相互搏杀

渠道变革，是当今家电行业面临的新挑战。或许前一刻，你还在惊讶于电商的崛起、实体店的没落，但转眼间又会发现，电商找了一万个理由干掉了实体店，却又反过来想依靠实体店增加流量。正如杨东文所说：“企业的死和活关键在于综合竞争力，传统制造商仍然具有无可替代的优势（供应链和售后服务优势），电商渠道并不能够完全取代其它线下渠道，最终还是O2O的方式。”

线上线下将不仅仅是相互搏杀关系，一条崭新的O2O融合之路已然出现。所谓适者生存，变乃王道。传统的家电实体店受电商冲击，而且经营成本上涨，步履蹒跚；而电商只是将线下业务搬到线上，实现了交易层面的电子化，但还未建立起和用户、产品、线下渠道的完整产业循环。在创维电商高管看来，新一轮渠道革命是O2O社区直营店。创维历经6年的探索和沉淀，积累丰富的家电社区店运营经验，作为社区家电渠道的开拓者，创维希望将O2O直营店做成一项飞奔到用户身边的服务网点。

从2016年7月中旬山西太原、河南新乡发车起，如今创维大篷车已经驶过了西安、石家庄、邢台、南充、沧州、保定、重

有机猕猴桃被困秦岭深处 轻松筹2天90万上演“逆袭”

深秋来临，秦岭深处的树上挂满了猕猴桃，本该是一年当中最忙碌的时候，山上却鲜少有人去，然而，几天后的一次众筹，让事情出现了大“逆袭”。10月23日，秦岭山麓猕猴桃果农通过众筹平台——轻松筹发起的猕猴桃尝鲜预售项目成交金额达到了90万，整座山沸腾了起来，这次众筹的成功不止让优质的有机猕猴桃得以走出大山，秦岭山麓的果农们脸上也展现出了许久未有的笑颜。

有机猕猴桃被困秦岭深处 如何才能逆袭

一位大学毕业后在外打工的青年，发现猕猴桃的市场价格很高，但家乡优质猕猴桃却被困在深山无人收购，尤其是今年国庆由于下雨本该来的批发商都不见了踪影，这种情况下，果农只能看着猕猴桃烂在树上。青年看着一张张无助的脸，心疼父母及村子的果农每天要去山上守夜，更怕果子烂在地里。为了避免出现更多的损失，青年希望能在互联网上寻找别的出路，也正是这一次与互联网的触电，青年遇到了众筹平台轻松筹，搭上了农村电商这趟车。

农村电商新模式 轻松筹突破传统限制

两天，近90万的成交金额，此次众筹不仅印证了农村电商市场的巨大潜力，也同样证明了众筹新模式在农村电商发展过程中所起到的巨大作用。

传统农村电商更多的是教会农民怎样从互联网上买到需要的物品，却忽略了教农民怎样去卖他们手中的优质农产品，所以即使2014年农村网购市场规模就已经达到了1800亿元，但实质上互联网却没能真正帮助

农民致富。

众所周知，农村电商问题一直牵动着中央的心，10月14日，国务院常务会议提出部署加快发展农村电商，在改善农村电商发展环境、培养农村电商人才、加大农村电商政策扶持等方面，下大功夫。之所以如此重视农村电商的发展是因为，农村电商的建设不仅解决了农村群众缴费困难、想买东西买不到、买不好的问题，更通过电商为成千上万的农人搭建低成本的创业销售平台，通过信息网上对接，有利于农民和消费者之间的产销对接，减少不必要的中间环节成本，同时有利于对农产品分流，完成市场的自动调节功能。以轻松筹为代表的新型众筹电商则从根本上帮助农民解决了吃饭的大问题。

当下发展农村电商最主要任务是要在农村普及农村电商的概念，随着时间的积淀，会有越来越多的农人接受农村电商，同时也会有越来越多的农人利用农村电商。村民的互联网意识经过一段时间的发展，才会真正的明白什么是互联网，才会真正了解农村电商带来的好处，到那个时候才是农村电商真正成熟的时候，也是众筹跟农村电商融合的时候。

以轻松筹为例，注册用户超一亿，凭借其强大的平台流量，通过加强与县级、乡级等组织合作，打造出小范围的特色产品，形成大影响的品牌联合效应，如果能善加利用，一定能帮助更多地区更快更好地销售明星产品，帮助农人解决产品难卖的老大难问题，打造切实可行的农村电商新模式。

优科豪马苏州工厂举行第五期“千年之林”植树活动

10月22日，苏州优科豪马轮胎有限公司举行第五期“YOKOHAMA千年之林”活动。优科豪马橡胶有限公司近藤成俊董事长、苏州优科豪马轮胎有限公司福谷修一总经理携员工及员工家属在厂区种植树苗，其中大部分所种植树苗是由优科豪马员工自行采集树种后并进行的培育。为了得到当地居民的支持与协助，此次还邀请了当地小学的学生及其家属一起参与植树活动。

面对日益严峻的国际环境问题，优科豪马橡胶立足中国，秉承强烈的社会责任感，践行“保护美丽地球”的承

诺。未来，优科豪马将通过多种形式的绿色公益环保活动呼吁大家关注和保护地球环境，以实际行动回馈给予企业发展的当地社会和居民。



图为优科豪马橡胶有限公司近藤成俊董事长(中)

神舟出航再续强国梦 建信大安全三季度上涨8.30%

伴随着航天重大工程的全面铺开，国家安全、军工等主题基金也将迎来一波长期利好，WIND数据显示，截至9月30日，建信大安全借“利”国家战略，精选大安全主题相关的优质个股，三季度实现收益率8.30%。

在政策支持、行业发展的双重优势下，建信大安全积极把握大安全战略中的投资机会，上述同源数据显示，截至10月19日，建信大安全近一年总回报14.37%，排名同类普通股票型基金前1/8。产品有风险，投资需谨慎。