

欧冶云商2015年钢材交易量1018万吨，收入198亿元

截至2015年12月31日，欧冶云商钢材交易总量达到1018万吨，超额完成年初计划800万吨目标，业绩较前一年翻番，其中结算量888万吨，实现销售收入198亿元，12月份当月结算量创历史新高。

漂亮的成绩单表明，欧冶云商的商业模式效力越来越凸显。加之不断扩大的服务半径，覆盖全国的服务网络，欧冶云商基本完成战略布局。两者为今后的发展奠定了良好的基础。

欧冶云商自去年2月成立以来，定位于“互联网+钢铁”，志在打造钢铁服务平台，提升钢铁产业链生态圈体系能力。经过不断探索，反复修正，在众多的商业模式中，较好地掌握了从供应端切入，配套金融、物流服务，以高粘性商业模式开展交易的运作模式。

欧冶云商通过合作共建的方式，快速提升各项服务能力。

欧冶电商：注册用户数、

挂货量、交易量等业务指标，均实现了快速增长，超额完成年初计划，实现业绩翻番。

欧冶物流：积极推进“千仓计划”，系统仓库加盟数达到682家，管理仓库加盟数达到39家，系统仓库静态库存量、绿灯库控货量、管理库静态库存量均实现快速增长。运能交易平台上线后，日均交易量稳定在2万吨。

欧冶金融：大力开拓支付、理财和融资业务，其中年末融资余额达到了15亿元，东方财富通支付结算量超过了500亿元，较上年增长了60%。

欧冶材料：基本实现了通用材欧冶规范的全覆盖，推出了牌号通等多项用户技术服务产品，并积极打造欧冶加工平台。

欧冶数据：积极推进欧冶体系内各业务单元的信息化管理和数据集中，并开展电商联盟等拓展工作。

东方钢铁：积极推进与宝钢股份的服务对接，策划专属平台的系统功能提升，积极推广废旧物资交易业务。同时东方钢铁作为新兴业务的孵化器，将原来作为第二方平台的采购业务剥离，孵化形成了提供第三方服务的欧冶采购平台。

通过联合社会资源，大力拓展平台交易规模和线下服务能力，打造第三方平台，不断提升客户服务能力，为客户创造价值。2015年，欧冶云商相继与河钢、武钢、金博、浙江物产、天津物产、上海交运等产业链上最具实力的企业签订了战略合作协议。

2015年，欧冶云商实施了区域性、上下游产业链等多维度战略布局。

2015年7月起，欧冶云商相继在宝钢国际各地区公司所在地（华东区域除外），设立欧冶云商分公司，分别是欧冶云商南方分公司、欧冶云商西部分公司、欧冶云商北方分公司、

欧冶云商华中分公司和欧冶云商东北分公司，进一步拓展电商业务，服务区域贸易商，服务、管理区域物流商，拓展区域金融业务等。

去年10月，欧冶云商又开启了“奋战百日，覆盖全国，欧冶全国布点”新一轮服务网络拓展活动，相继成立欧冶新疆、欧冶韶关等服务站，截止目前服务站点达到近50个，服务网络基本覆盖全国。

2015年，欧冶云商在成立欧冶采购的基础上，还在筹备欧冶资源、欧冶化工、欧冶资讯、欧冶国际、欧冶加工等平台，钢铁服务上下游产业链的战略布局基本形成。



河北强力调结构化解过剩钢铁产能 预计“十三五”末控制在2亿吨

“污染大省”河北强力化解过剩产能

历史形成的高污染、高排放产业结构是河北省大气污染严重的根本原因。从2013年起，河北牵“牛鼻子”、打攻坚战，加大化解过剩产业和经济结构调整力度，全省单位GDP能耗下降明显，三次产业结构得到初步调整优化。

2013年以来，河北大力实施“6643”工程（即到2017年削减6000万吨钢铁、6100万吨水泥、4000万吨标煤、3600万重量箱玻璃产能），以壮士断腕的决心化解过剩产能、治理大气污染。

河北省省长张庆伟8日在河北省第十二届人民代表大会第四次会议上作政府工作报告时表示，“十二五”期间河北化解过剩产业实现重大突破，累计压减炼铁产能3391万吨、炼钢4106万吨、水泥6231万吨、煤炭2700万吨、平板玻璃3717万重量箱。钢铁、水泥等六大高耗能行业增加值占规模以上工业比重较2010年下降10个百分点，全省单位GDP能耗累计下降23%以上。

目前，河北经济结构调整取得重大进展。三次产业

结构由2010年，
12.6：52.5：34.9
调整优化为，
12.0：48.1：39.9

服务业对经济增长的贡献率高于工业，高新技术产业增幅高于传统产业，装备制造业增幅高于钢铁行业。

记者了解到，为完成压减产能任务，河北在全国率先将钢铁落后产能高炉标准由国家规定的400立方米及以下提高到450立方米以下，转炉标准由30吨及以下提高到40吨及以下。目前属于国家产业政策淘汰类的钢铁产能已基本淘汰，一批不属于淘汰范围的产能也被压减淘汰，经济社会付出了伤筋动骨的代价。

“尽管压产能治污染影响生产总值增速约0.9个百分点，全省经济运行仍保持在合理区间，预计比上年增长6.8%。”张庆伟说，“十三五”期间，推进转型发展、加快产业结构调整仍是河北发展目标的关键词之一。预计到“十三五”末，河北钢铁、水泥、平板玻璃产能分别控制在2亿吨、2亿吨、2亿重量箱左右。战略性新兴产业占规模以上工业增加值比重达到20%以上。

钢铁业主旋律：不减产就停产！

2015年，钢铁行业在“过剩和亏损”的供需矛盾激化下，导致多数钢厂停产减产，钢价也纷纷创下历年新低。

据冶金工业规划研究院报告显示，2015年我国钢材实际消费量为6.68亿吨，同比下降4.8%，而据不完全统计，2015年我国粗钢产能11.7亿吨，同比增长1.74%，粗钢产量为8.05亿吨，同比下降2.2%，粗钢表观消费量7.04亿吨，同比下降4.7%。所以2015年我国粗钢产能利用率为68.8%，产量过剩1.01亿吨。即使在2015年我国淘汰炼铁1300万吨、炼钢1700万吨，过剩依旧超过亿吨，显示了2015年国内钢铁行业的供应面依旧十分宽松，导致钢价屡创新低。

据海关数据显示，2015年前11个月，中国钢铁出口量同比增21.7%，至1.017亿吨，再创纪录水平。但出口市场的记录水平，也导致了国际市场对我国钢铁产品纷纷进行反倾销调查。据不完全统计，2015年前11个月，有22个国家对国内的28个钢铁产品发起了61起反倾销调查。且未来仍有着愈演愈烈态势，对出口市场形成较大利空。

另一方面价格的新低却给钢企带来了难以拟补的亏损。据中钢协最新数据显示，2015年1-11月国内重点钢企亏损531.32亿元，而2014年同期是盈利243.87亿元；销售利润率为-2%，而2014年同期为0.74%。显示了我国进入了全行业亏损境地。

所以，在亏损的影响，国内钢企不得不开始停产亦应

对市场。据不完全统计，钢铁企业的停产潮已经持续一年，而且停产规模越来越大。从2014年末至2015年12月，中国钢铁停产产能达到6435万吨。10月份以来，福建三钢、宣钢、成渝钒钛、包钢、首钢长冶、新抚钢等钢厂相继以生产线检修方式变相停产。而河北唐山地区不少钢铁企业高炉直接停产。

不过相比于2015年前11月的低迷态势，在12月国内钢市迎来转机。据数据显示，截至12月25日，全国钢厂高炉开工率在75.14%，河北地区83.17%，均创下历史新低；全国五大钢材社会库存跌至878万吨，除国庆假期外，已连续下降14周，亦创下历史新低水平；且同期主流钢厂日均粗钢产量在157.8万吨，库存在1434万吨，分别创下年内新低和次新低。由此可见，2015年低的钢价反弹，乃是大势所趋。

因此，对于2015年的钢铁行业来看，产能过剩而引起的供应过剩仍旧是钢市下行，钢价新低的本质原因。不过在淘汰落后产能的政策引导下，虽然取得了实效，但奈何市场淘汰退出机制的不完善，使得新增产能依旧屡禁不止，形成“年年淘汰，年年新增”的钢铁产能格局。且由于产品的同质化和价格的恶性化竞争，导致企业销售收入下降，亏损加剧，进而引起新一轮的倒闭潮。所以，就目前经济稳增长的市场来看，现金流把握着钢企生存，供应流引导着市场价格，政策流左右着钢市环境。

图解“十二五”期间 我国钢铁工业取得的成绩



1月11日，张广宁会长在中国钢铁工业协会2016年理事(扩大)会议上对“十二五”时期我国钢铁工业取得的成绩进行了概述

一、结构调整、转型升级加快推进

- 生产装备现代化
- 企业生产自动化
- 部分工艺软件国产化

随着沿江、防城港基地陆续建设，沿海沿江布局钢厂区位优势竞争明显，使我国钢铁工业布局更趋合理。



建筑、造船、汽车等属大面钢厂产品整体水平明显提升，高强度钢筋及钢结构用钢比例大幅度提高。

一大批高科技含量、高附加值产品研发成功，有力地支撑了高端装备制造用材的国产化。

高铁用钢国产化取得新的进展，已成功开发了高铁转向架用钢。

二、绿色发展水平全面提升

钢铁行业通过节能减排技术的全方位升级和推广应用，吨钢综合能耗逐年下降，吨钢主要污染物排放量逐年减少，行业能源消耗总量和大气污染物排放总量增长势头得到遏制。



三、企业管理水平大幅提升

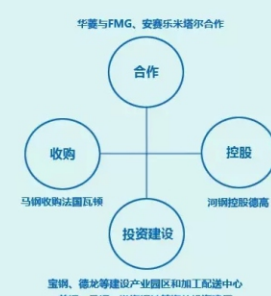
- 加大三项制度改革，改革公司治理结构和治理架构
- 发展模式改革，生产经营创新
- 坚持差异化竞争战略，做优做特
- 探索两化融合的路径和技术
- 进行内部资源整合

四、多元化经营取得突破性进展

专业化、规模化、产业化发展方式正在逐渐形成，为钢铁企业抵御市场风险，增强生存能力、可持续发展能力提供了重要支撑。

宝钢、武钢	集中优势资源做强做大，效果明显
渤海钢铁	努力向下游产业链延伸取得明显进展
首钢	进行钢铁板块调整，大力发展城市服务业
酒钢	构建多个产业融合发展的新业态
山钢	开展产融结合，积极参与金融、证券业务

五、国际化水平不断提升，国际竞争力明显增强



阿里跟五矿的合作，将来也是要用合伙人的模式去做



吴敏芝：B2B互联网化的宏观思路

在1月12日全球B2B生态峰会上，阿里巴巴B2B事业群总裁吴敏芝做了题为“B2B互联网化的宏观思路”的演讲。吴敏芝认为，阿里未来的B2B有四个关键词，开放、融合、生态、赋能。

以下是演讲全文：

非常感谢，今天这个会场其实还是挺冷的，但是因为B2B的春天要来了嘛，所以我也穿得比较春天。也非常感谢大家在这么一个比较冷的一个会场能坚持下来一天，我相信是因为大家真的对B2B很感兴趣，大家是真的希望能够多了解一些B2B。所以我想今天作为一个在B2B工作了16年的B2B“老人”来讲，我也想知无不言无不尽的把自己这几年对B2B的理解分享给大家，希望对大家有所帮助。

从我们业务成立的第一天开始，就是围绕着马总说的“让天下没有难做的生意”的使命，到今天为止，我们初心没有改变过。在这16年，如何利用互联网去帮助中小企业，我们一路走来，也是一路在摸索。其实也挺遗憾的，我觉得到此时此刻，可能今天我才刚刚开始理解了什么叫互联网赋能B2B，B2B这两年又被推到了一个风口上。

为什么说被推到风口上？传统行业的电子商务化，包括很多的资本也开始投向B2B的业务，但是事实上，我们也看了很多外面B2B的一些所谓的互联网化的B2B的行业，但我觉得其实都还没有摸到真正的“互联网+B2B”这个模式上。

其实今天我们做B2B做了那么多年，从第一天开始，它其实是一个信息展示，16年前有它的价值，因为那个时候几乎没有信息，人与人之间、企业与企业之间信息是断裂的，所以在那个时候，我们利用互联网这样一个沟通平台、信息平台，把企业的信息展示出来，确实让买方找到了卖方。

我还记得非常清楚，在16年前的阿里巴巴的总机电话接通的第一瞬间的第一句话就是“买方找卖方，轻松找对方”。这是我们那个时候的价值。但是十多年过去了，今天我们还是“买方找卖方，轻松找对方”吗？肯定不是了。今天已经到了信息泛滥的时代，你并不是找不到一家企业，而且根本不知道找哪一家。如果今天还是基于信息理解的互联网对B2B行业的红利，我认为太浅太浅了。

后来，以淘宝、天猫为首的零售互联网企业起来了，这些企业起来了，让大家在想零售行业做的是什么呢？做的是交易。所以很多人一窝蜂的开始做交易，很多B2B的行业也自己已经做成了交易为荣。但是我们仔细去看一下，其实不然，包括我们的1688.com在里面，我们今天做的交易还是比较深入的，我们可能把交易这样一个B2B的整个链条，即从信息流、物流到资金流这样一个所有打通的链条，简单理解成了基于交易就能够获得。

我一直说的一句话，“**交易不等于支付，支付不等于交易**”。而对于零售行业来说，交易就是等于支付，支付就是等于交易。对于B类企业来讲的话，我觉得感觉似乎是在一个层面上面的。今天很多人认为我们已经开始做交易，我们就是在做B2B的互联网化，其实里面有一个非常大的误区。因为对于B2B来讲，它应该有自己的互联网化的模式。

为什么我们讲B2B今天还没有成功？为什么我们做不成功？这里面主要有两个原因。

一个是我们今天没有回到商业的本质。今天为什么传统行业也要做B2B？是一种热闹吗？是一种风口吗？肯定不是，所有产业革命的出现，都是因为对整个社会生产力的有一个非常大的提升。今天互联网已经证明了在零售行业，互联网对零售效率和整个供应链的价值有非常大的提升，但是在B2B行业，我们还没有完全看到。我们很多时候只是简单地把交易从线上搬到线下，你创造了什么样的价值没有看到。

对于一个B2B的交易来讲，他的链路是非常漫长的，对于一个B2B的企业来讲，绝对不等于把支付的动作搬到了线上，我就完成了交易的在线化，就完成了B2B行业的互联网化。肯定不是有这么简单。

第二个我们没有尊重企业的成长模式，我做了这么多年的B2B我有非常深的体会，我们在集团里面是最早一块业务，但是前面几年随着淘宝零售业务的起来，又是在聚光灯下，让很多人都认为，淘宝是一种相对比较轻松的模式在走。前几年大家有一个非常流行的话题，模式轻重，什么是轻模式什么是重模式？大家都觉得B2B行业的模式太重了，零售的电商模式才是轻。

但是我一直是持不同的态度，我觉得看一个问题，轻重是CEO关心的话题。我们要关注一点，今天的模式有没有为我们服务的客户和市场带来价值，这才是最重要的。带来了价值，然后你怎么样把重的模式做成轻的模式，这是我们团队要去考虑的问题。

如果一开始就考虑轻重模式的话，这不是我们要创造的。为什么B2B的模式比2C的模式要重呢？原因很简单，因为我们服务的客户是企业，不是个人。我相信在座的每一个人都是网民，我相信你们的智能手机上一定有很多的APP，我也

相信这些APP已经替换了很多，甚至我相信这两年你们用了微信之后微博的密码都忘记了。这就是C、C的自学的能力是一个企业没有办法去比的。C是讲潮流，讲新鲜感，讲体验，而B要的是价值，能不能帮我拿订单，能不能帮我发展，能不能帮我培养人才，这是企业关心的。

企业对价值的认可是需要过程的。企业哪怕意识到我们的产品给他带来了价值，依然没有办法来很好的接受，为什么我这么讲？因为企业是一个组织，一个组织的心智模式太复杂了，首先你得让他意识到这个东西对他真的有用，第二，即你让老板意识到了，可能员工不认可，让员工意识到了可能老板不认可，员工老板都意识到了，但是周边有强大的惯性，周边形成强大的生态系统没有办法让他跨出第一步。

我们在去年推出了一达通，是一个帮助外贸出口企业去报关退税结汇的这么一个服务，以往线下外贸公司报一单可能还要被收个几百元钱，通过一达通服务，这个费用是免掉的，我帮你报关我不收你的钱，这个不收你的钱，还有很多服务。我们跟客户交流，都说这个事情好，所以我们就觉得这样一个服务推广下去，所有的客户都会在一夜之间就接受。但是事实上，客户永远是逐步地慢慢地接受这个服务的。

为什么？因为他意识到这个东西好的时候，他也举步维艰。原来的报关公司关系也都不错啊，今天我们都那么久的关系，你今天要换一个平台去做的话，他说我们这么多年的交情啊。然后外贸人员说，老板，这个事情毕竟我要去接受一达通我要去学新的东西，我只愿意把我的精力放在怎么接外贸订单上，不太愿意去学习新的东西。所有种种的东西，都让我们看到了，哪怕是企业上下都认可的服务，一个企业要把他搬过来也是相当的不容易。这就叫企业的心智模式。

因为整个互联网是从2C的零售开始，是从网络的游戏开始，我们都有C的思维，所以很多时候，我们也会习惯于把企业当成一个个人，我们轻而易举的把企业这么多年的一种生存方式或者生产方式改变的时候，我们发现这套东西失灵了。所以，今天在我们线上来谈的话，我们发现必须走到企业里面去，你如果不去尊重企业的心智模式，你没有办法让你的产品让你的服务去帮助企业。

那么我们怎么样才能去帮助企业呢？我想主要是三个方面：

第一，我们肯定要找到B2B自己的互联网化的模式，它绝对不是一个简单的信息的交易。我们都知道企业有信息流、有资金流、有物流，零售一开始可能没有意识到要去做交易，而是慢慢去做的。之后在整个交易过来之后沉淀了很多数据，这些数据变成了生产资料，反过来又能够帮助平台上的买家和卖家，所以开始做数据驱动。今天大家一窝蜂的说要把B2B也做交易，但是我认为，B不是C，B不是一个简单的支付。

今天我们有许多合作伙伴上台分享，既有UBM的CEO，有我们杭州人比较了解的四季青线下专业市场，也有我们的合作伙伴五矿集团，以及用友集团。我们今天共同来摸索，怎么样帮助一个企业从后端的管理软件到前端的营销平台去打通，帮助把这个链路打通以后，沉淀下来的数据能够运用到各个线上线下的各种场合，帮助传统的专业市场去转型，去做更多的增值服务甚至是金融服务。我们要找到自己的B2B的互联网化模式，需要我们共创完成。

第二，我们今天要尊重企业的心智模式。今天为什么我们要讲跟这些合作伙伴合作，也是因为B2B天然是一个O2O的模式。今天在座很多也是做企业的，做企业的人不像C，他一定是需要别人去服务他的，他一定是为这种有价值的服务去付费的，因为他要让这些服务帮他更高的提高效率，效率提升能够帮他在市场上提升效率。

我再举一达通的案例，上个月我们一达通的通关数字显示有非常迅猛的增长，为什么？我们只做了一件事情，我们做了一个一拍即，我们把全国各地原来就在服务这些公司的报关公司，他们近距离为客户提供近距离的服务，再加上阿里巴巴的线上体系和一达通的服务，这让他们都感受到了。

我们的心智模式不是让企业家来适应互联网，而是让他们拥抱互联网，熟悉互联网。所以我们让在平台的信息沉淀以后反馈到线下，我们在线下培养了一批人，这批人就去服务企业，不再让企业自我学习说还要到线上去开店。今天早上我们的CEO说，社会分工还是在的，今天你让一个企业去销售去开网店并不容易，让一个企业改变惯性太难了。

所以我们走到企业里面去，我们把产品做得更好，面对面贴身提供给他，这样的解决方案才是企业受欢迎，而我们不要拘泥于这个闭环有多少是在线上完成的，有多少是在线下完成的，最重要的是通过这样一个闭环的O2O的产品方式，我们把企业的信息流、资金流、物流全部在一个平台层面上。而当有了这些数据的时候，我才能够去帮助企业赋能企业，让他们得到更多。

第三个是什么呢？前面我的同事也介绍了很多，就是要用生态的方式去做。

今天B2B的市场太大了，如果我们不是用一种生态的方式去做，如果我们没有创造出很多新的帮助企业供应链效率提升的模式，那么我们今天还是没有办法去帮助企业。我们今天还有更生态的方式，什么方式？今天讲到村淘，可能有很多人了解，农村电子商务做得非常成功，一年时间已经服务了10000多个村点，这种村点的速度几乎是外人没有办法想象的。

而我们只用了两百多个员工，怎么做到这件事情？就是我们做了一个村淘合伙人，我们把每个村里面选出最有意愿的、最想为当地村民

服务、也最有互联网意识的这样一些人。我们把他们选出来，培训他们、运营他们，教他们，让他们再去教村里的村民。用这样一种方式，我们发现完全超出我们的想象。

再举个熟悉一点的例子，我们今天很多人打车都知道，有一段时间所谓的优步模式，差点把中国的滴滴快的打得满地找牙，因为它就是用生态的方式来去做这个事情，没有一个司机、没有一辆车是他的，每个城市放两个运营人员，但是几乎每个人都可以成为他的司机或者类似于他的员工。这就是生态的力量。

我们跟五矿的合作，将来也是要用合伙人的模式去做。今天更有意思的是，我们宣布要推出城市合伙人，顾名思义，我们希望将来在中国1—5线的城市，每个城市里面有一支我们的团队，服务线下的零售店，给他们供货，帮他们提升供应链，给他们融资、提供贷款，帮他们做各种各样的事情，帮他们运营。这些人不是阿里巴巴员工，可能都是我们从社会上招募的。农村合伙人则是服务农村的，城市合伙人用的是什么呢？是阿里背后强大的体系、强大的中台，还有对人员的运营能力。

非常高兴的是，阿里巴巴从第一天开始，就是有一个全球最有名的“中供铁军”，就是一支“地面部队”。今天可能市场上所有O2O公司的CEO、COO，几乎都是从这个团队出去的。为什么都是他们？因为他们对运营的能力非常了不起。今天阿里巴巴能做这件事情，是因为我们有这样的基因，有这样的能力。对这些合伙人，我跟我们的团队说，除了不给他们发基本工资外，他们就是我们的员工。

当我们有这样的能力去运营这样一批人的话，相信这个生态圈里面都是跟我们一起站在服务中小企业的角度来一起服务的。不是靠一个线上的平台放在那里，让企业自己摸索，让企业自己靠琢磨，这样的电商之路是非常难的。所以，第三个就是要用这种生态的方式，而生态的方式进行创新。生态的方式不是一条路。我们团队今天有很多新模式式的创新。

明天如果大家有部分人还继续听的话，明天会听到更细的，每个团队都会上来讲我们每一块业务具体的想法、规划、策略，所以明天从业务的深入去想来讲，明天会更精彩。这个是第三个讲到的我们应该怎么去做好。

B2B电商，说到底就是希望基于这样一种物流信息流和资金流，我们把所有的数据沉淀在一个平台上面，让数据成为生产资料，让数据能够帮助我们去赋能中小企业。

为什么数据能够成为生产资料，我们说过所有的生产资料用一点少一点，一瓶矿泉水你喝一口就少一口，但是只有数据，你用的第一次他的价值反而多一次，每个人在使用数据的过程中，他有分享的数据，每个人在分享数据的过程中又让这个数据增值了，而增值的过程中又反过来服务他，这就是数据的经济效益，这就是今天为什么人人谈数据。

但是告诉大家，我们今天对数据的使用才刚刚开始。这两天我们集团正好在开战略会议，我在会上也汇报了B2B业务。未来我们业务模式的构成里面，包括商业模式的构成里面，我们会看到阿里巴巴将发生非常大的变化。将来我们会帮助企业，真正地在人才、在资金、在管理、在培训、在发展方面全部发力，就是因为今天我们掌握了这个数据。

我拿金融做案例，今天有很多银行系统来的嘉宾，相信没有一个银行说我不想服务中小企业，我也不相信没有一个中小企业说我不需要钱。但是为什么这么旺盛的供需市场，没有产生链接？因为中间的服务成本、运营成本太高了。

阿里为什么能做这个事情，因为我们有数据，当我们有了这些数据的时候，我们可以轻松的给企业找到，给他需要的资金，而这个资金的成本，因为没有很高的运营成本在里面，没有很高的操作成本在里面，甚至没有很高的风险成本在里面。所以相对来说，企业付出的成本会比他在其他地方拿到贷款和融资的成本低很多。

我再举一个例子，人才。无意中我们居然发现，我们建立了一个最大的大学生人才库，这并不是我们计划要做的事，最初这是一个团队想到，那么多的外贸企业缺少外贸人员，同时那么多大学生找不到工作，是不是想一个方案，跟学校去合作说，在你的学生没有毕业的时候，我们就把电子商务课程送进去，然后教他们，他们考完试以后，把他们的求职信息录入到我们这个系统里面去，然后对接给有需要企业。就这么一个简单的动作，受到了很多大学生的欢迎，所以一下我们里面就有几十万大学生的信息，也受到很多企业欢迎。

我们的淘宝也受益于这个人才库。淘宝越做越大，需要越来越多的客服人员，但是我们不可能自己招募那么多客服人员，特别是双十一这种高峰，我们服务量一定会增大，怎么办？就开始面向社会招募客服，你不是我的员工，是你接受了我基本的培训，在我需要的时候你加入进来，我把工单给你，你服务我的客户。客服怎么找，就在刚刚我说的，B2B建立的大学生人才库里面，把这个信息传播了一下，当天就招到了淘宝所需要的客服。

而对于学生来讲，他有一次社会实践的工作，对他今后无论找工作还是创业都有非常大的帮助。

这个人才库的案例说明了什么？前面你根本不知道这些数据有什么用，但是当你的数据建立起来以后，后面的场景就一层一层出来了。今天我们所回笼的数据还是相当有限的，当我们的数据沉淀以后整个呈现出来的时候，我想我们B2B行业一定会发生翻天覆地的变化，那才是互联网作为产业革命去提升整个产业的生产力的效率。

所以我想这一天已经很近，因为我们前面沉淀了16年，我们今天之所以举办这个大会，也是因为我们觉得，今天，我们真正开始理解B2B的互联网，理解了商业，我们也希望用开放的生态，更生态的方式，和大家一起来帮助中国的中小企业，真正地用互联网去帮助他们获得更大的价值。