

兩位企業家憑域名就能賺錢

他把巧克力公司的廣告打在網頁上，只要有人點擊便可從中漁利。米勒和紮波林透過該網站看到了賺取巨額財富的商機

安德魯·米勒和邁克爾·紮波林同為互聯網投資者，他們倆都不會講德語。當兩人決定收購一個叫“chocolate.com”的域名時，問題出現了：這個域名的持有者是一位德國人，不會講英語。他把巧克力公司的廣告打在網頁上，只要有人點擊便可從中漁利。米勒和紮波林透過該網站看到了賺取巨額財富的商機。快人快語的米勒說：“我們知道，沒有哪個商家在巧克力網路經營方面出類拔萃。”他倆說幹就幹，一面保留留聲機系統與電子郵件，一面用英文發給電子郵件。幾周之後，一位美國律師從亞特蘭大打來電自稱代表德國德國國主。幾週後，米勒和紮波林便以30萬美元買下 chocolate.com 域名，這筆買下與其他非標域名名額相當但比直銷就是滄海一粟。

兩年後，這對居住在波士頓的創業搭檔在 chocolate.com 上開辦了一個網上巧克力專賣店，既出售精選巧克力糖果和巧克力秘制配方，同時也刊登廣告如介紹純黑巧克力營養知識和聖羅巧克力禮品由來的文章。與大購物商場的業主一樣，這一專賣店能否盈利，關鍵取決於能否吸引穩定的客戶。今年以來，chocolate.com 的訪問量已經翻了一番，有望達到200萬美元。米勒和紮波林斷定，網站的身價將隨漲，因此現在如果有任何潛在買主，他們都會巨額大賣。

域名買賣經營域名又讓米勒和紮波林打了一場勝仗。他們依靠自己的互聯網房地產集團 (Internet Real Estate Group) 幹起收購域名的營生，把那些不被看好的域名廉價買進，再將其變為價值連城的無形資產。他們並未連帶大量點對點的廣告充斥在自己的網站上，也沒打算讓那些域名馬上實現盈利，而是努力促成可以跟蹤一把的大買賣。眼下，他們總共

擁有17個域名，其中包括 software.com 和 relationship.com。此外，兩人手裏還有一個嚴格保密的採購清單，列有若干個域名，只要價格合適，他們就會將其購為己有。

米勒和紮波林原本在波士頓市內一處高檔豪華的地方辦公，兩人更願呆在往家附近的布賴翰冰激凌店內。米勒形容自己是個咄咄逼人的傢伙，總在尋找下一個發財機會。而紮波林則遇事穩穩，總是試圖通過創新來擴大網站的業務規模。二人相識於上世紀80年代末，當時他們同在德雷克塞爾-布萊特爾-蘭伯特公司接受銷售培訓，最終決定聯手開發資訊技術方面的商機。

The Grateful Dead 網站曾經是他們的一個客戶，受其影響，兩人開始涉足域名並購業務並借助 www.dead.net 網站獲得了商業收益。既在網上賣了東西，又採推了一批“粉絲”。1998年，他們花

8萬美元把 beer.com 網站收入囊中，又專門培育了一批客戶。具體做法是先向其派發免費郵箱，讓其品評各種啤酒。不出一年，他們就以700萬美元的身價把網站賣給 Interbrew 啤酒公司。

2003年兩人又無法割愛，用10萬美元買了 creditcards.com。隨後他們推出了一個專業性網站，對各種信用卡進行分析比較，每年又把它賣給一私營股權買主，而當時該網站的售價已達到280萬美元。最近，有人對 creditcards.com 網站進行資產評估，發現居然已升值至數百萬美元。米勒二人也承認這事過早了。

經營域名的核心其實就是域名本身。Chocolate.com 每天可吸引上千人，訪問者只要把 chocolate 放入其在網路瀏覽器的地址即可自動登錄，無須借助 Google 的搜索引擎。大約有1/6的網路搜索者根本不依賴搜索引擎，而是選擇直接輸入的網址。該域名還具有將在 Google 搜索網頁上的網址位置提前的作用，可排在 Hershey 網和 Godiva 等著名網址的前面。鑒於這些有利

因素，市場對那些時髦的標榜域名的巨大需求也就在情理之中了。

據美國商業創始的域名經紀評估商 Sedo 公司披露，2006年，一些被轉賣的域名已被炒到了一倍，比2005年提升了一倍。同時也是2004年的4倍多。紮波林和米勒已決心要把這個熱門產品變成能賺大錢的買賣，他們並不打算賣掉 chocolate.com，至少現在還不是時候。過早轉讓 creditcards.com

脫手這件事仍然令其耿耿於懷，不過他們現已學會一笑置之。“我們不會丟失為手上還有好幾個值錢貨呢。”紮波林笑道。說這話時，他正坐在布賴翰冰激凌店內，一面擺放著一杯酸酸克拉克水，一面擺花生和一份肉末三明治。

作者：阿倫·普雷斯曼 (Aaron Pressman)
翻譯：張富貴



互聯網對傳統貿易的沖擊與新的批發模式

電子商務系列漫談之十

互聯網對朝陽產業，目前仍處於其發展的初期階段，距離成熟期還要走很長一段路。但儘管如此，十多年來網路已經在很大的程度上改變著傳統貿易批發的商業模式，並形成一些新的以網路交易為特征的批發模式，不能不引起商家的注意。

最明顯的事實是，互聯網沖擊著傳統的產、銷、流、儲，實現了企業關係的重新整合與資源的再分配。這一過程是由“資訊的高速公路”使信息的流通加速來實現的。原本相對封閉的資訊網路聯結起來，形成資訊“捷徑”，從而上層的製造商和零售商家有可超越中間環節，直接同下游的零售商交易。有些制銷商甚至建立網站，獨立銷售其產品的零售業務。一些處于中間環節的貿易公司免不了被淘汰，關閉或轉行。未來的趨勢是，中間環節的間隔將越來越小。

此外，網路跨越了時空的局限，將全世界的買家、賣家聯繫起來，加速了世界經濟一體化的進程。互聯網使許多本來只是從事國內貿易的貿易公司與外國公司取得聯繫，建立互購關係。我們看到，不少中國消費品製造家直接到美國開公司，通過建立自己的商務網站，將其產品直接與美國和世界的消費者見面，擺脫了中間商得剩錢，使其價格更具競爭力。未來的趨勢是，越來越多的企業會採取相同方式：借助互聯網，跨國經營。

再者，互聯網已在很大程度改變了批發生意的模式，小批發大為流行。以前傳統批發商最低批發銷售額通常在數千美元乃至萬元以上。而現在網上批發的最低批發額已降到一、兩百美金，資金周轉和產品流通的速度已大大加快。而資金周轉和產品流通速度加快，又使得企業降價競爭成為可能。如果一個貿易代理商降價成規，按老一套行事，很可能因為最低批發額或產品價格偏高而失去客戶，甚至導致生意根本做不下去。

上述趨勢使得“無貨經營”更加容易，更為普及。網路已在很大程度改變了不見面，許多商家根本不存在，接到訂單之後才去採買，然後發給用戶。風險小，利潤大。一家做辦公家具出口的商家曾抱怨說，自己的廠子、運輸、倉庫佔用了很多資金，但利潤微薄，風險很大。錢賺得很辛苦，而下一道零售商——一位大商家，用五個電子商務網站做市場行銷，雇幾個專員處理電話訂單，有訂單後才來採買，生意利潤空間比他大，而且完全沒有風險，不難做的好好發展。

在“無貨經營”基礎上，一種新的貿易批發模式——借名發貨 (Drop shipping) 開始大行其道。所謂“借名發貨”是指，零售商通過其電子商務網站在網上接獲客戶，接到訂單之後向批發商購買。而批發商按批發價格收費，並與買主簽訂的商業名義直接將貨物發給買主。這在最終用戶、零售商和批發商之間，形成一種三角關係。購買者是從零售商的網站購買，而貨物由批發商在最終用戶完全不知的情況下，直接發給最終用戶。

這種網路特有的批發方式，在本質上同傳統的網下小批發 (Cash & Carry) 是一樣的。零售商向小批發商進貨，支付批發價格。他回到店里，按兩倍價格給產品貼上標籤。最終用戶在零售店購買時，同樣不知道誰是批發商。零售商賺取的也是批發、零售差價。然而，“借名發貨”傳統的網下小批發比較複雜，具有更大的優勢。

對零售商來說，借名發貨顯著地降低了生意的經營成本和風險。經營一個傳統零售店，租店面、進貨、雇員工、其啓動資金通常至少需要幾萬美元甚至40萬美元，必要的庫存也是不能避免的。而通過借名發貨在網上從事電子商務銷售，其起動資金只需幾千元即可，包括網站、起動費、主機託管和商業信用卡帳戶等費用，商家完全不用存貨，而且，零售商省去批發商的健康擔保和保險、銷售者發貨的過程也省了，節約了時間和精力和金錢，可全力以赴搶銷。

對批發商來說，借名發貨明顯地提高了其經營的靈活性，擴大了銷售渠道，增加了盈利。這因為，傳統批發貿易尤其是網下小批發，往往受到地域和資訊不對等的限制，其客戶群零售商的數量是不相對有限的。而互聯網在推廣的範圍，即全國範圍乃至世界範圍將零售商同批發商聯繫起來，善於經營的批發商因此可以獲得比以前更多的零售商向其買貨。

以上，我們以三角關係、零售商和最終消費者之間的三角關係為例，介紹了借名發貨這種在網路浪潮中興起的新的批發模式。事實上，借名發貨也完全適用於，並且每天都會發生在進口商、批發商和零售商之間，或者，進口商、大批發商和小進口商之間的三角買賣關係之中。

為提高工作效率，處于上游的製造商、進口商或批發商，需要一個具有專門“借名發貨”功能的電子商務網站，來幫助處理訂單與發貨的流程。否則，供貨商會耗費許多管理時間。

尋找信譽好的供貨商的歌詞網包括：Drop shipping, drop shipper, drop ship, drop shipper network 等。你會發現有些網站屬於借名發貨的“入門”網站發給借名發貨商目錄的，上面按產品類別供行業列出了接受借名發貨的供貨商網站供下游商家挑選。如果你是上游供貨商，你登錄自己的網站發給在盡可能多的此類目錄網站上，下游商家會來主動找你。

還有些網站本身具有有組織的借名發貨的網絡，將下游商家同上游供貨商聯繫起來。下游商家參加組織通常免費 (也有收費的)，因為買主的組織多，供貨商們才願意來登記，從而其組織者才有錢可賺。上游供貨商參加需要繳納一定的年費或者不收費登記，從而其組織者才有意願或者不收費登記。

總之，互聯網沖擊著傳統的貿易批發生意，借名發貨這種網路批發模式應運而生並不斷發展放大。如果你不想被時代淘汰，你必須跟緊潮流，正視、研究與應用這種新的批發方式。

如果你自建一個借名發貨入門網站，或組建一個信譽供貨商網，自己坐庄，在服務別人的同時也自己推銷自己，一舉兩得，也不失為一種有效的行銷方式。

量進一步說，如果你能借助互聯網的力量，那就再好也不過了。記住，無論你走上面哪一條路，我們都希望你最好的參謀和助手。

全能網站設計與排名 AbleDesigner.com 626-618-0777/1-877-628-9888

臺式電腦為家庭娛樂的中樞

新一代個人電腦完全可以充當家庭娛樂中樞的角色，用戶可利用它輕鬆控制各種消費類電子設備

來，連接過程會變得非常簡單，整日懶散在家的入也能像電腦玩家一樣輕鬆完成安裝過程。

聲音問題

娛樂中心內部是這台尖端電腦的所有元件。惠普公司為這台電腦配備了運算速度最快的奔騰4處理器，一個200G的硬碟，1G的記憶體以及內置的無線網路設備。這台電腦還配備有兩塊電視調諧卡，也就是說你可以同時錄兩個電視節目，或者一邊收看一個電視節目、一邊錄製另一台節目。隨機配備的無線鍵盤和無線滑鼠的最遠有效距離為3米，這樣用戶就可以無須走動，方便地上網瀏覽和即時通訊。此外，這台電腦還有一個容易為160G的移動硬碟，有了它，你即使不在家裏，也可以通過移動的電腦查看自己的媒體節目。

新一代“媒體中心”個人電腦並非完美無缺。目前，即使配備了高清晰電視調諧卡的媒體中心電腦也只能接收空中傳輸的高清晰電視內容，它無法接收通過有線或衛星方式傳輸的高清晰電視訊號。微軟公司計畫於明年開始推出全面支援高清晰電視的設備，其中包括配備了有線卡的電腦，這樣你就可能能夠目前使用的有線機頂盒。

聲音是電腦生產商目前仍在努力解決的一個最難題。電腦主機中的風扇可降低高性能處理器所產生的熱度，但它同時也發出了低強度噪音。從而對電視和身聲音產生干擾。解決的辦法就是研發一種無風扇的系統，例如，小型生產商 Nivens Media 推出的 Denali 電腦系統。它在運轉中非常安靜，但為這種專為高檔家庭影院設計的電腦非常昂貴，其售價高達3,999美元。

媒體中心個人電腦還首次出現在另一領域。惠普、Gateway 和戴爾公司都計畫在售價低於1,000美元的傳統電腦中添加這套系統。只需300多美元，你就能獲得惠普或 Linksys 公司提供的支援 Media Center Extender 技術的網路設備，有了它你就可以在家裏的5台電腦上，使用電腦上的所有娛樂功能、收聽存儲在其中的音樂並觀看其中的影片及照片。

喜歡自己動手的人可以選擇 SnapStream 公司的 Beyond TV 套裝。這套專為平民大眾準備的媒體中心系統：只需150美元，它就能讓一台運行 Windows XP 的電腦變為類似 TiVo 的個人數位錄影機，其中包含一個內置的電視調諧卡。

索尼公司也推出了自己的媒體中心產品。售價1,699美元的 Vaio RA202G 數位影音工作室電腦安裝了索尼自行開發的軟體，它能夠製作數位、刻錄 DVD 及在家庭網路上共用媒體內容。此外，索尼公司還不斷改善了微格式電腦的造型。Vaio RA202G 的體積與傳統電腦相似，但它的黑色機箱使它成為娛樂中心前的最佳拍檔。轉到機身的另一面，展現在你面前的是一个巨大的透明開口，這正是尖端媒體中心冷卻系統的一部分。它能夠有效降低噪音。由於這款電腦配備了雙層 DVD 燒錄機和高音頻輸出，而且還能把電腦空間升級到1,600G。因此它幾乎完成了所有家庭娛樂工作。如果要擴展硬碟空間，你只需支付1,600美元。但這足以使你心所欲地媒體製作和娛樂了。

對那些希望只花399元購置一台新型個人電腦的人來說，上述價格或許有些高。但是，如果你想要得到電影、數碼音樂和數碼遊戲，那麼現在正是把數碼講進客廳的大好時機。即使這是一舉動會讓你花一大筆錢也是完全值得的。這些個人電腦的造型實在太完美了，你大可留室內裝潢開支了。

作者：安德魯·派克 (Andrew Park)
源自：《商業週刊》

多年來，臺式電腦一直忍受著被放逐的生活，它們總是生存在灰塵的環繞中，如寫字臺下面或者電腦櫃的後面，如臺式電腦終於在客廳中找到了適合自己的位置。安裝了微軟公司全面更新過的 Windows XP Media Center Edition 軟體後，新一代個人電腦完全可以充當家庭娛樂中樞的角色，它的介面簡潔清爽，用戶可利用它輕鬆控制各種消費類電子設備，這套設備的智能化水準還遠不止這些。簡而言之，娛樂功能最終展現出了自身的價值。從而使 Media Center 軟體成為微軟公司自10年前推出 Windows 95 作業系統後個人電腦領域最激烈的一次變革。

與2002年 Media Center 軟體初次亮相時相比，消費者現在有了更大的選擇空間。這其中既有能配電視及其他的娛樂功能帶到辦公室和宿舍的普通臺式電腦，也有設計精巧、價格昂貴的電腦，而且後者完全可以充當家庭娛樂設備中的新成員。儘管蘋果電腦公司也把自己的 Macintosh 電腦設計為數位娛樂中心，但是只有微軟公司真正實現了計算技術與娛樂的融合。

不久前問鼎傳媒、武切廷的意見。10月初，這位家住阿拉巴馬州伯明翰的35歲軟體發展員買了一台 Alienware 個人電腦，但他並沒把這台電腦擺在家裏的書架上，而是把它與 DVD 播放機、TiVo 數碼錄影機以及43英寸的等離子電視機放在一起。這台引入注目的黑色電腦主機與一台高檔的立體聲收音機差不多大，放在家裏一點兒也不覺得突兀——這與武切廷曾經考慮過的戴爾 Dimension 微格式台式機簡直一點兒也不一樣。“它們的機箱太難看了，”他解釋道，“我是說，你該把它擺在哪兒才合適呢？”

武切廷的 Alienware DHS 臺式電腦配備了2G記憶體以及200G的硬碟，為此他整整花了3400美元。武切廷承認，Alienware 棱角分明的外形讓他感到愕然心扉。但是他購買這台電腦的真正原因，是無論自己身在哪個房間，只要手舉遙控器就可以把數位電影影錄到 DVD 光碟上。從 Napster 網站把音樂下載到自己的身聲音音庫中。另外，如果自己有事外出，它還能自動錄製自己最喜愛的電視劇集《迷失》(Lost) 武切廷還想知道如何利用它輕鬆地從 Movielink 和 CinemaNow 網站下載電影，然後在任何一個房間內觀看。當武切廷在家裏舉網聚會時，他也可以選擇自己喜歡的互聯網電影作為背景音樂。他說：“這真是太棒了。”

這只是家庭娛樂領域向前邁出的一小步，但是對個人電腦而言，它卻是一次飛躍。如今，超過1/3的美國家庭都在客廳中擺放了一台電腦，但是由於這些電腦的硬體設備都還未達到一定的要求，因此幾乎沒人把這台當作家庭娛樂設備使用。今年，又重開辦了此類電腦的生產。而 Alienware DHS 以及 CyberPower 公司售價1,255美元的 Media Center 限量版電腦一樣，是當今的“娛樂中心”電腦配備了43英寸寬的等離子屏制備機以及比普通型號大一倍的發光二極管顯示器。它可以顯示唱片名稱和電視頻道等資訊。機箱表面佈置了多個音頻所需的各種介面，以及多個設計成很容易識別的輸入、輸出插孔，以便與其他家庭娛樂設備連接，如此一