

電子商務的兩個“中間機會”

30到50電子商務公司創始人、原走秀網副總裁龔文祥獨白：如果有人跟我說計劃進軍電子商務，我會跟他說沒2000萬就干脆別玩了。

不久前我發了一條微博，在美國，網絡零售排名前十位中有8個是實體線下企業運營的B2C網站（如沃爾瑪），純B2C只有亞馬遜。而2010年英國前10的網上零售企業中，也有6家開設有實體連鎖店。

但在中國，還沒有一家傳統零售商或者品牌商的銷售網站進入前10名。就我預測，未來5年中國電子商務將是“淘寶、B2C平台、傳統零售渠道、傳統品牌商”四分天下的格局。

在淘寶上，給傳統品牌做網上銷售的分銷商、利用身邊的傳統店面資源網上賣貨這兩種模式聚集了大量的創業者；另一方面，現在電子商務很火爆，推高了創業者進入的門檻，尤其在B2C平台這一塊。如果有人跟我說計劃進軍電子商務，我會跟他說沒2000萬就干脆別玩了。

所以，未來的機會，就在傳統零售渠道、傳統品牌商這兩者當中。你不相信？我給你講兩個真實的故事。

劉先生，曾任某華南電子商務公司的服裝品類經理，對於服裝行業非常熟悉，也熟悉電子商務。他發現很多深圳的服裝品牌要在淘寶商城開店，但苦於沒有專才。有一家線下銷售2個億的服裝公司老板找到劉先生負責該品牌的電子商務，但劉先生不願意打工，主動提出承包其淘寶旗艦店的運營，合作條件是：劉承諾淘寶旗艦店銷量每年200萬，廠家按銷售額的20%將服務費支付給他。由於這個服裝品牌知名度較高，劉第一年完成100多萬的銷售額，基本能養活他自己的“電商團隊”。

李先生，曾是4A廣告公司的總監，對電子商務雖然無實際經驗，但他拉來幾位做電子商務的朋友，合資成立一家電子商務公司做電子商務“外包代運營”。因為之前的業務往來，李先生和一個要發展網絡銷售的化妝品品牌的老板私交很好，於是他充當

這家化妝品企業的線上經銷商：淘寶店、B2C網站等所有線上經銷渠道。第一年李的新公司銷售近500萬元，新年開始他準備再發展幾個知名品牌“承包”其網絡經銷商的角色。

我查了一些數據，歐萊雅的淘寶旗艦店2010年10月開業，第一個月的銷量接近百萬；我上週發現曼秀雷敦的淘寶旗艦店開業至今半年，月銷售額已近千萬。而這兩家旗艦店的運營商都是來自廣州的一家剛剛註冊成立的電商公司。傳統企業特別是“知名的”、“大型的”企業，對於電子商務的出發點已經不是“是否要做”而是“如何做”的問題，這意味著電子商務在傳統企業中真正成為“標配”。

然而，由於很多傳統企業沒有人才也沒有能力做，如此一來，選擇外包的企業會很多。

我講的這兩個故事，比起淘寶上做“分銷商”或者利用身邊的傳統店面資源開網店的“掌櫃”們起點要高，而對於純B2C平台來說，起點又比較低，算是“經濟適用型”的創業機會了。

為什麼說是經濟適用型？來看看我給出的抓住這“兩個機會”的創業途徑：1、以企業名義在淘寶商城先開個店；2、建網上商城，而不是現在的企業網站，以此來整合供應鏈；3、建立線上渠道：讓自己的商品進入當當、卓越等B2C平台；4、小規模先試水SEM+CPA推廣，同時鍛煉自己的團隊，銷量達到100單/天之後，開始發力。

也就是說，為傳統企業做網上銷售將經歷5個層面的由小而大的過程：一賣圖片，無倉無貨；二賣營銷，有貨無倉；三賣商品，有貨有倉；四賣供應鏈；吃庫存，現金“進貨”，實力開始變得“靠譜”起來；五賣品牌：讓廠家為你獨家設計生產有增值概念的商品品牌。

獨白：龔文祥，30到50電子商務公司創始人，原走秀網副總裁

整理：南都記者余濤
源自：南方都市报

2011 最給力的網絡營銷方式

微博營銷

微博營銷是剛剛推出的一個網絡營銷方式，因為隨著微博的火熱，既催生了有關的營銷方式，就是微博營銷。每一個人都可以在新浪、騰訊、網易等等註冊一個微博，然後利用更新自己的微型博客。每天的更新內容就可以跟大家交流，或者有人大家所感興趣的話題，這樣就可以達到營銷的目的，這樣的方式就是新興推出的微博營銷。

微博營銷特點

1、立體化
微博營銷可以借助先進多媒體技術手段，從文字、圖片、視頻等展現形式對產品進行描述，從而使潛在消費者更形像直接的接受信息。

2、高速度
微博最顯著特征之一就是其傳播迅速。一條關注度較高的微博在互聯網及與之關聯的手機WAP平台上發出後短時間內互動性轉發就可以抵達微博世界的每一個角落，達到短時間內最多的目擊人數。

3、便捷性
微博營銷優於傳統的廣告行業，發佈信息的主體無須經過繁複的行政審批，從而節約了大量的時間和成本。

4、廣泛性
通過粉絲關注的形式進行病毒式的傳播，影響面非常廣泛，同時，名人效應能夠使事件的傳播量呈幾何級放大。

微博的作用

微博成為了一個繼博客之後的全新信息平台；長期從事網絡整合營銷研究的網層科技品牌微博營銷(www.wangceng.com)在實踐中總結：以個人面向網絡的即時廣播，通過群聚的方式，每個人都可以形成一個自己的聽眾群；用微博客的方式，將個人的見解和觀點發佈給自己的聽眾，以最精煉的詞彙來表達最高深的觀點。某種程度上來說，這種將微博客和即時通訊軟件的兼容並包，以群廣播的模式來形成自己的意見圈子的做法，與之前一味模仿的同質手法相比，在形式上確實有了進步，感覺較為新穎；但能否繼續下去，人氣在短時間內是否可獲得快速突破，盈利模型是否有新的發展，僅靠一款內測產品目前尚難做出判斷；微博客即時廣播的方式能否真正的形成一種意見領袖的圈子，以類以名言警句的模式來發展成社會圈子的大舞台，也未可知。

微博營銷的優點

1. 操作簡單，信息發佈便捷。一條微博，最多140個字，只需要簡單的構思，就可以完成一條信息的發佈。這點就要比博客要方便的多。畢竟構思一篇好博文，需要花費很多時間與精力。

2. 互動性強，能與粉絲即時溝通，及時獲得用戶反饋。

3. 低成本。做微博營銷的成本可比做博客營銷或是做論壇營銷的成本低多了。

微博營銷的缺點

1. 需要足夠的粉絲才能達到傳播的效果，人氣是微博營銷的基礎。應該說在沒有任何知名度和人氣的情況下通過微博營銷，很難。

2. 由於微博裡新內容產生的速度太快，所以如果發佈的信息粉絲

沒有及時關注到，那就很可能被埋沒在海量的信息中。

3. 傳播力有限。由於一條微博文章只有幾十個字，所以其信息僅限於在信息所在平台傳播，很難像博客文章那樣，被大量轉載。同時由於微博缺乏足夠的趣味性和娛樂性，所以一條信息也很難像開心網中的轉貼那樣，被大量轉貼（除非是極具影響力名人或機構）。

4. 微博的傳播速度更快，關注的人更多，時效性更強。微博的實時搜索結果融入搜索引擎，從而增加用戶的實時體驗。

5. 你的粉絲超過一百，你就好像是本內刊；超過一千，你就是個布告欄；超過一萬，你就好像是本雜誌；超過十萬，你就是一份都市報；超過一百萬，你就是一份全國性報紙；超過一千萬，你就是電視台，超過一億，你就是CCTV了。”

6. 微博預示著個體的力量不再弱

弱，它在影響和改變這個世界上正發揮越來越大的作用。直觀、便捷、高效的傳播，使微博大受青睞。

7. 微博營銷的優勢就在於時間就是金錢，速度取決於一場營銷戰是否勝利。海爾首先在新浪上打開了營銷戰，但缺乏互動導致效果很是不理想，所以微博營銷[1]裡還有一個重要的條件就是要多與粉絲或是被關注的人互動，那樣才能更好的運用好微博營銷。

微博營銷價值

1. 微博的價值在於簡練，在於面向最普通的大眾，意義在於廣播形式。

2. 微博營銷模式至少有4種：1) 活動營銷；2) 植入式廣告；3) 客戶服務的新平台；4) 品牌宣傳。

3. 第三方就是微博的運營商。第三方首先是給出一種策劃，然後需要對三類微博做組合，就是企業微博、代言人微博、用戶微博，用一種受眾能夠認同的，並且是受歡迎的方式，對新產品、新品牌等進行主動的網絡營銷。

4. 微博用戶對微博上信息的信任度高，對微博上的商業信息、商業活動也都有較高的信任度，並且對關注的人或粉絲推薦的產品更是具有好感，微博具有較大的潛在營銷價值。

5. 微博預示著個體的力量不再弱

6. 微博預示著個體的力量不再弱

7. 微博預示著個體的力量不再弱

8. 微博預示著個體的力量不再弱

9. 微博預示著個體的力量不再弱

10. 微博預示著個體的力量不再弱

弱，它在影響和改變這個世界上正發揮越來越大的作用。直觀、便捷、高效的傳播，使微博大受青睞。

11. 微博預示著個體的力量不再弱

12. 微博預示著個體的力量不再弱

13. 微博預示著個體的力量不再弱

14. 微博預示著個體的力量不再弱

15. 微博預示著個體的力量不再弱

16. 微博預示著個體的力量不再弱

17. 微博預示著個體的力量不再弱

18. 微博預示著個體的力量不再弱

19. 微博預示著個體的力量不再弱

20. 微博預示著個體的力量不再弱

21. 微博預示著個體的力量不再弱

22. 微博預示著個體的力量不再弱

23. 微博預示著個體的力量不再弱

24. 微博預示著個體的力量不再弱

25. 微博預示著個體的力量不再弱

26. 微博預示著個體的力量不再弱

27. 微博預示著個體的力量不再弱

28. 微博預示著個體的力量不再弱

29. 微博預示著個體的力量不再弱

30. 微博預示著個體的力量不再弱

31. 微博預示著個體的力量不再弱

32. 微博預示著個體的力量不再弱

33. 微博預示著個體的力量不再弱

34. 微博預示著個體的力量不再弱

35. 微博預示著個體的力量不再弱

36. 微博預示著個體的力量不再弱

37. 微博預示著個體的力量不再弱

38. 微博預示著個體的力量不再弱

39. 微博預示著個體的力量不再弱

40. 微博預示著個體的力量不再弱

Facebook 設香港辦事處意在贏得大陸廣告訂單

【騰訊科技訊】2月9日消息，全球最大的社交網站Facebook周二表示，在中國香港開設亞洲第二家辦事處之後，Facebook將可以從中國大陸公司手中贏得廣告訂單。Facebook香港銷售業務主管傑恩·梁(Jayne Leung)表示，尋求在海外市場銷售產品的中國公司，可能會在Facebook上投放廣告。不過傑恩·梁同時表示，目前Facebook的直銷部門還沒有獲得來自中國大陸的客戶。Facebook周二宣布，該公司將在香港開設辦事處。這將是Facebook在亞洲地

區開設的第二家辦事處。Facebook同時宣布，公司香港辦事處還將為中國台灣市場提供服務。Facebook首席執行官馬克·扎克伯格(Mark Zuckerberg)在去年12月曾訪問中國，並與百度等網絡公司的高管舉行了會談。傑恩·梁表示，Facebook香港辦事處將專注於台灣和香港。傑恩·梁並未證實中國公司是否已通過其它渠道訂購了Facebook網站的廣告。Facebook亞太、拉美和新興市

場副總裁兼商務總監布萊克·錢德利(Blake Chandlee)在周二表示，扎克伯格在去年12月訪問中國是出於個人原因。除此之外，他對Facebook的中國計劃未予置評。根據中國互聯網信息中心的統計數據，中國目前是全球最大的互聯網市場，去年年底的網絡用戶總數已達到4.57億人，數量超過了美國和日本人口綜合。錢德利表示，按照用戶數量計算，印度尼西亞是美國本土之外Facebook最大的市

場。Facebook目前在全球的用戶總數超過5億，該公司正在巴西、印度、俄羅斯等新興市場進行擴張。



細說泰翁網(四)：創新，創新，再創新



泰翁網不想抄襲別人，我們用的是反向思維，目標是成為藍海的大船，載著中小商家，快速達到目標。越是市場不好的時候，泰翁的機會越大。為什麼？歷經了5年的浮沉，泰翁團隊早就練成了處變不驚的素質，然後在驚險中找機會。為什麼會有機會呢？因為在不景氣的時候，一些在好時機時制度陳舊，決策緩慢，人員不利的公司，在壞的時機每每禁不起考驗，它們的沉潛，造成了產供銷鏈的斷裂，給泰翁這種公司一個莫大的機會。

泰翁網提供的是一站式的服務，因為是一個跨國的大網，又提供了產供銷的全套服務。每天自動上門來的求購或求售的商家，比比皆是。這期中有很多是在金融危機時期，產供銷鏈斷裂，市場還存在的大批發商。泰翁網及時進入，補其不足，提供服務。就像拉美，北美，是中國工廠觸角較弱的市場。因為地緣之故，泰翁網在美國不同語種的貿易經理人，及時提供人性化的服務，與商家達成完美結合。

泰翁網先行一步，打造市場，把市場給客戶，為什麼做得到？是因為泰翁團隊是在美國主流，西班牙語系裡有著幾十年商貿經驗的經理人，洞燭市場先機。在美國的泰翁公司，每定期舉辦講座，把經驗分享給商家，泰翁的CEO，也定期在中國主要城市演講，為中小商家解憂。不斷的延伸觸角，不斷的吸收新的資源，也不斷的把好的資源再回饋給商家。

泰翁不斷的與中國、美國各大商會合作，不斷的與各大商會簽定協議，豐富現有的網絡，提供更好的資源，讓商家可以免費，或更廉價的在對口的商會把新產品面世，取得訂單，泰翁網的貿易經理人，也會亦步亦趨，協助市場開發。泰翁的網絡，實實在在的為商家解決問題。

www.tyloon.com

New Home Corp.

oho928@gmail.com



綠色概念 住宅開發商

徵求建地：

您有想出手的住宅用地嗎？請速與NEW HOME聯絡。

我們有一流的專業建築師團隊，為您細心服務建築設計，土地規劃，地產投資及施工管理。

崇尚綠色產業 共建明日家園

TEL:626-278-1785

全能網頁設計與排名市場行銷講座

歡迎各行業精英，計劃開拓網絡市場。開拓各語系市場，開發新的銷售渠道。如何加盟全球30個社交網站平台，直通上億潛在客戶。

- 如何防止信用卡欺詐
- 下5年網絡市場展望
- 可以自己經營的網上市場行銷技巧
- 如何建立品牌，零售，批發市場開發
- 打造最受歡迎的網頁設計
- SEO, SEM 網上行銷雙結合
- 多語言廣告的重要性
- 如何開發西班牙語市場
- 如何在Google的搜索優先
- 排出西班牙語關鍵詞

講座日期：2011年2月16日
星期三下午：3:00-5:00
地點：15713 VALLEY BL., CITY OF INDUSTRY, CA, 91744

免費入場，請速報名
WWW.ABLEDESIGNER.COM

Tel: 626-215-0179 Fax: 626-602-9763
Email: sales@abledesigner.com