

團購網站高朋上線 中國團購行業洗牌在即

在歷經去年火爆的“千團大戰”後，中國團購市場將面臨首輪洗牌。

2月28日，中國發展迅猛的團購市場又迎來了一位對手——由騰訊控股聯合雲鋒基金及美國團購網站 Groupon 推出的團購網站高朋網 (gaopeng.com) 正式亮相上線。

這是繼上周 360 推出了團購開放平台後，門戶、老牌的電子商務網站再度加入“團購”洪流中。面對高朋上線的攪局，分析人士紛紛表示，今年將是團購市場整合和集中的一年，市場洗牌將加速。

現狀：團購市場規模急劇膨脹
據中國電子商務研究中心監測報告，2010 年中國誕生團購網站 2600 多家。團購市場的爆炸式增長和由此產生的激烈競爭一度被媒體戲稱為“千團大戰”。

據了解，高朋網宣布正式團購服務於 3 月正式上線。業界人士指出，隨著各門戶網站和強勢網絡商城的加入，團購風潮正逐漸向各個消費行業加速滲透。從貴至數萬的奢侈品，到幾十元的日用百货都頻頻出現在團購網上。

“團購市場規模正在急劇膨脹”
團購網站 F 團總裁林寧接受信息時報記者採訪時表示，目前不僅是消費市場規模在迅速擴大，資本市場對中國團購市場的熱捧，使團購行業在 2010 年得逞猛發展。

在團購消費的早期階段，代理商一般都是組織一定數額的具有相同消費目標的人群購買境外商品。可以說，初期的團購行為更多地是在

小眾範圍內被認可，受限於特定的消費階層和特定的消費產品。“如今，在團購市場愈發普遍的環境下，普通消費行為也被廣泛納入，一餐下午茶、一場電影……都可以通過網絡團購。” 團購網聚齊網的相關負責人如是說。

競爭：滿足用戶消費體驗是關鍵
“今年將是團購市場整合和集中的一年，市場競爭格局將由去年的‘千團大戰’瘦身至‘百團大戰’。” 團購網站 F 團總裁林寧表示，去年，團購網數量上的“千團大戰”伴隨著質量上的良莠不齊，團購網消費者在享受物美價廉商品的同時，也令消費者受到了種種困擾，2011 年將是團購網站的洗牌年。

由於技術門檻較低，發展漸呈泛濫之勢，隨之而來的是個充斥著各種問題的市場，比如低價吸引買家付款卻不發貨、現場增加隱性消費等。也因為團購過程中遇到的種種問題而令消費者逐漸對團購行業失去信心。

對此，未來市場將進一步細分，形成綜合性全國性的團購網站以及垂直性區域性團購網站競爭格局。林寧表示，“在競爭中，如何提高服務水準，滿足用戶消費體驗將是關鍵。”

隨著 2011 年中國幾家大型的團購網站包括垂直平台等都在緊鑼密鼓的招募和圈地，並且門戶也在積極的備戰。

源自：信息時報

2011年 平台商 Twitter 的戰爭年



做大了的第三方應用的投資方希望它們能有更多的營收，以換的投資回報；而平台商們則已經坐擁了資源，也要面對投資人的壓力，而盈利最好的方式就是從靠譜的已經被證明了的賺錢模式著手，趕走已經存在的第三方，自己做顯然是最穩妥的選擇。在這個資本為王的社會裡，這幾乎是一個無解的死結。作為第三方應用開發者，你要麼就深潛，最後勃發，一發不可收拾，播也播不住，類似於 IBM 時代的微軟，以及微軟時代的 Google 那樣；要麼就選擇做一塊平台商不屑去做的小市場吧。大業，屬於別人的菜，我們就不要去想了。正文：你聽到聲音了嗎？那聽起來像一門大炮的射擊聲。它是：來自於 Twitter 總司令部的射擊，直接射向了 UberMedia——甚至不斷擴展，已經瞄向了所有第三方軟件開發者，只要他們的應用在一定程度上和微博服務構成了競爭。沒有任何提示，Twitter 投出了“kill switch”令並封殺了一些 UberMedia 應用在上周五下午，包括 UberTwitter 和時下流行的 Android 應用 Twidroid。

Twitter 解釋到原因很簡單：商標侵權和違背了服務條款。但這一行動有著遠比這更深層的用意，Twitter 的這一行動正在引起來自支持者的怒火。

第一個對 Twitter 和 UberMedia

爭議的抱怨是，在周五下午用戶突然不能通過 UberTwitter 和 Twidroid 進入 Twitter 網頁。不久，一個帖子出現在 Twitter 的官方博客上，內容說那些應用因“違背我們的政策”已被關閉——但是這些解釋也只是來自 Twitter 的一個“官方”客戶端的簡單描述。
這個帖子甚至沒有描述具體這些違背行為是什麼——詳細信息一直沒有出現。直到後來在問答網站 Quora 上發了一個相關帖子，這是來自一個 Twitter 通訊系統的職員 Matt Graves 的評論，其中包含了公司給媒體做出的解釋陳述。報導稱：“這些侵權行為包括但不只限於這些，如長於 140 個字符的私信的隱私問題、商標侵權，以及以

盈利為目的修改用戶的 Twitter 消息。

Graves 說公司已經就一些侵權行為和 UberMedia 進行了對話。從 2010 年 4 月以來，包括諸如“tweet”和“twitter”在產品名稱上的使用問題，公司希望“他們能夠很快更正那些被暫停的應用。”同時 UberMedia 創始人 Bill Gross 在忙於控制損失，在 Twitter 上發帖稱公司正在做一些變動來服從規定（包括改 UberTwitter 名字為 UberSocial），並將舉行一個關於細節的新聞發佈會。

我最近寫了一篇關於 UberMedia 和 Twitter 嚴重碰撞的可能性的文章——主要基於 Gross 在 witter 客戶端的累積，他的主要目的是想發佈競爭性廣告產品，並且 Twitter 看到了 UberMedia 的最新融資 1.75 億美元——這似乎是一個明顯的信號，Twitter 已經把 UberMedia

看成了一個競爭威脅。如果想平靜的處理這個事件，Twitter 和 UberMedia 可以通過後台協商來解決。但是 Twitter 並沒有這樣做，它的主要目的是想發佈一個信息給 UberMedia 和其它的第三方開發商：即，永遠別想做出跨越紅線的活動。

很明顯，Twitter 有權管理自己的網站和選擇進入者，但這種突然終止 UberMedia 應用的不明智的方式遭到了甚至支持者的批評，包括風險投資家 Mark Suster。一個和 Twitter 和 UberMedia 沒有任何投資項目的 GRP 合作者 Suster 寫到——他不希望生活在 Twitter 和任何一個第三方應用開發者展開的戰爭的炮灰下。天使投資人 Dave McClure 同時也拿出了谷歌津津樂道的那句話“永不作惡！”來勸誠雙方。

去年開始 Twitter 就大量買進應用程序，同時開始嚴厲打擊第三方程序，很明顯公司不再保持單一業務。在早些時候它的運作方式主要是“每個人都可以加入”，因此第三方程序作為合作伙伴不斷的加入網站，這也幫助網絡成長，沒有人擔憂像商標侵權這樣的事情 (TwitPic、Tweetmeme 和其他程序和服務一直在網站上運行，沒有任何問題目前為止)。但是這個對 UberMedia 的突然襲擊表明 Twitter 現在開始為自己減負，尤其是自從有一個接近 100 億美元潛力估值後。

源自：Tech2ipo

新浪進軍電子商務 與中國動向聯合收購麥考林 29% 股份

新浪與運營 Kappa 品牌的中國動向收購麥考林股份，創下互聯網公司及體育品牌收購大型電子商務概念公司的首例。

【本報綜合報導】北京時間 3 月 2 日，麥考林 (Nasdaq: MCOX) 宣佈，新浪 (Nasdaq: SINA) 和中國動向 (HK: 3818) 的一個子公司已分別達成協議，雙方將共計從麥考林的兩個大股東 Maxpro Holdings Limited 和 Ever Keen Holdings Limited 手中收購 117505755 股麥考林普通股 (相當於 16786535 股美國存托股)。

借助此次合作，新浪進入了電子商務領域，新浪 CEO 曹國偉指出：“我們通過對麥考林的投資進入了中國電子商務領域，我對此感到興奮。我們相信對麥考林的戰略投資將提升公司的網絡營銷能力並強化公司的服務電子商務平台。”

對於此次交易，麥考林董事兼首席執行官顧備春指出：“我們相信與新浪和中國動向的戰略合作將幫助我們更快速地成為中國領先的網絡時尚購物中心。我們計劃與

新浪合作探尋新的網絡營銷方式，我們將視彼此為網絡廣告產品和服務合作上的最高層級的互惠商業伙伴。我們和中國動向準備聯手在麥網 (ml8.com) 專門為運動服裝推出一個網絡平台頻道，同時將開發一個新的基本款服飾產品系列。”

麥考林董事長、紅杉資本中國基金執行合夥人沈南鵬表示：“我們非常高興新浪和中國動向能成為公司的戰略股東，我們將繼續支持管理層執行他們的商業計劃和戰略。”

中國動向董事長陳義紅表示：“中國動向很高興與新浪和中國動向能成一個得到高度認可的品牌，而麥考林的‘即插即用型’網絡平台將為我們進入中國不斷增長的在線運動服裝市場打下堅實的基礎。我們相信中國動向和麥考林在業務活

動中加強協作、合作和互動，將使雙方獲益。”

根據購股協議，新浪將購買 76986529 股普通股 (相當於 10998075 股美國存托股)；約為麥考林已發行且在外流通股的 19%；中國動向將收購 40519225 股普通股 (相當於 5788460 股美國存托股)；約為麥考林已發行且在外流通股的 10% (以下這些股票統稱“出售股”)。

此次交易價格為 0.8571 美元 / 普通股，相當於每美國存托股 6.00 美元。而根據 Google 財經的數據，3 月 1 日麥考林的收盤價為，每美國存托股 5.68 美元。

售股股東還同意授予新浪和中國動向各一項期權，新浪和中國動向可因此分別再購買麥考林 48254173 股普通股 (相當於 6893453 股美國存托股) 和 18306117 股普通股 (相當於

2615159 股美國存托股)。上述期權可在前述購股完成之日起的兩年內執行，執行價為 1.1429 美元 / 普通股，相當於每美國存托股 8.00 美元。

按照規定，這次購股交易完成後，新浪將在麥考林董事會獲得一個席位；同時，麥考林現任董事、紅杉副總裁余根靈將退出董事會。

購股交易完成後，新浪的一名代表將被任命為麥考林的董事，同時麥考林現任董事、紅杉副總裁余根靈將退出董事會。新浪和中國動向所購買的股票均有從購股完成之日起為期一年的封鎖期。從購股交易完成之日起，紅杉所持有的剩餘麥考林股份有為期 180 天的封鎖期。

Facebook 和 Twitter 在美增長將放緩

現在說 Facebook 很受歡迎可能還為時過早，eMarketer 提供的數據說明了有多少人正在使用 Facebook，以及在未來的幾年中有多少人會使用該社交網絡。

2010 年末，超過一半的美國互聯網用戶每月至少訪問一次 Facebook，這個數字在未來幾年也會增長，但增長量比前幾年要少很多。eMarketer 公司還預測說，今年將會有 1.325 億美國網民每月使用該網站，增長率為 13.4%，這個數字足以讓 Facebook 擁有 90% 的社交網絡用戶和 57.1% 的互聯網用戶。到 2013 年，62% 的網絡用戶和 47.6% 的美國民眾會擁有

Facebook 賬戶。
相比之下，Twitter 的情況要差一些。在美國，只有 10% 左右的互聯網用戶在使用該微博平台。到 2010 年底，1640 萬美國民眾或 9% 的成年網民使用 Twitter。今年的增長率將超過 26%，擁有 11% 的互聯網用戶和 16.5% 的美國社交網絡用戶。到 2013 年，將有將近 2800 萬美國人使用 Twitter。

雖然兩種社交工具在美國的增長率不很樂觀，但在其他國家的表現還不錯。在有些國家甚至還剛剛起步，因此在未來一段時間內，兩種工具的總數量還將繼續增長。

源自：賽迪網

細說泰翁網 (八)：Tyloon 中國工廠與泰翁網 - 完美結合

中國是個世界工廠，這是不會變的。那中國工廠的期望是什麼呢？就是開發更多的世界市場。泰翁網在美國已經建立了許多管道，這些管道可以給一個商家，也可以給更多的商家。有一個很有意義的事，就是市場互換。在美國已經有幾千家零售店管道的泰翁美國客戶，想開發中國市場，泰翁在中國的管道，就可以順理成章的提供給這個商家。同時這位商家的已經成型的美

國銷售管道，又可以給中國工廠去試身手。這樣的滾雪球方式，泰翁的平臺效應，會越滾越大。變成一個巨網！有遠見的商家，已經與泰翁形成戰略合作，利用泰翁的網上與網下的力量，再與精良又物美價廉的產品結合，在市場開發的過程中，可以少走很多的彎路。

泰翁旗下的中華商報，是美中會展的商業報紙媒體，在會展裡同步發行 (在美國是發行英

文版，在中國是發行中文版)，美國的買家，向泰翁要產品，中國的供貨商，想把產品給泰翁。有一位韓國客戶到了泰翁公司，對泰翁經理說：在這裡，我看到巨大的商機，我真希望能講中文，與你們融合在一起，到一定的時間段，你們可能會有巨大的成功！為什麼，因為巨網的效應，泰翁把“產”“供”“銷”聯結起來了。

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
- 如何開發西班牙語關鍵詞

講座日期
2011年 3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: 626-500-8068 Fax: 626-602-9763
Email: sales@abledesigner.com