

# 一步步占領消費者的錢包

隨著市場的不斷成熟，電子商務的增長率會趨於穩定。到2015年，預計將有68%的人會習慣在網上消費。

儘管電子商務在穩步增長，但是它占整個零售市場份額的比例依然相對較低，而且在短時間內也不會有太大改變。InStat 的分析師 Jim McGregor (下圖)稱，很多人不知道，其實在亞馬遜上他們可以買到幾乎所有的東西，包括汽車零件、辦公用品、食品和家居用品。要改變這樣的理念需要時間和教育。



電子商務還在繼續增長。Forrester 研究中心發佈的兩個的最新報告顯示，美國和歐洲的網絡電子商務零售從2010年到2015年將會每年增加10個百分點，到2015年，美國的網上零售市場將會達到2790億美元，而歐洲將會達到1340億歐元。

美國電子商務的銷售額2010年增長了12.6%，消費者還將繼續從實體店面轉移到網上商城，這得益於電腦和智能手機上網人數的增長，以及一些電子商務的新模式的出現，像Groupon。

推動電子商務發展的另一個原因是傳統的實體店鋪開通網上銷售。Facebook 和 Twitter 之類的社交媒體正在成為市場重要的一部分。這對零售商來說有好有壞，因為網上的銷售額可能會受實體店鋪的影響。

2009年到2010年，西歐的網絡零售市場增長了18個百分點，但是隨著市場的不斷成熟，電子商務的增長率會趨於穩定。到2015年，預計將有68%的人會習慣在網上消費。

### 網上購物究竟有什麼好處？

互聯網連接方式變得日益簡單，技術日益革新，每年都有新的用戶加入網購大軍。comScore 的高級行業分析師 Andrew Lipsman 表示，電子商務在零售市場的市場份額越來越大，現在已經接近8%，這個數字在過去的5年內增長了一倍。當然，消費者需要時間去適應這種新的消費習慣，而這也不是一朝一夕能

夠改變的，但是電子商務確實在一步步地“占領消費者的錢包”。

很多消費者還不明白網絡消費到底有什麼好處。

Lipsman 解釋道，要讓電子商務

在零售市場占領更大的份額，時間是最重要的。消費者轉向網上消費的趨勢日益明顯，一個加速這個轉變的因素是，有更多的消費者意識到了電子商務的價格優勢，尋到出價更低的商城，獲得電子優惠券，或是躲避消費稅。一旦消費者看到了這些優勢，會有更多的人轉向上網購物。

另一個可以加速這種轉變的因素是，移動商務(mobile commerce)在電子商務領域中扮演著日益重大的角色。Lipsman 表示，移動商務使電子商務能夠跟實體店競爭消費者，這是在智能手機出現之前無法實現的。各種各樣的智能手機應用讓消費者能夠比對各個產品的網上價格以獲得最大的實惠。

### 消費習慣不容易更改

亞馬遜做了很多努力對抗實體書店，但是大多數的傳統店面並沒有被電子商務衝擊。“總的來說，網上購物的未來是很光明的，但是這需要時間和理念培養。”InStar 的 McGregor 表示，大多數人不知道在網上他們能買到幾乎一切東西。有的人還是更傾向於“眼見為實”。

McGregor 稱，讓人們習慣上網消費是一個時間問題，也許需要幾代人的努力。儘管確實有一些人就是喜歡去實體店鋪買東西，有一些產品更適合實體交易，但是電子商務的發展空間相信還是非常樂觀的，特別是在現在這個網絡時代中。

稿編源自：新華 IT  
編譯：李琳

# 電子商務閃購模式悄然興起

新的電子商務模式“閃購”悄然興起。它以 B2C 形式定期推出各類奢侈品商品，以原價 1~5 折的價格出售，消費者 20 分鐘之內必須結算，否則所點擊物品將重新進入待銷行列。

【中國計算機報】記者高春燕報導】2010年，團購因其火爆而毫無懸念地成為電子商務的主角。在團購模式備受關注的同時，一種新的電子商務模式——閃購悄然興起。

閃購模式源於法國名品折扣網——VP 網(Vente-privee.com)，它以 B2C 的形式，定期推出各類奢侈品商品，以原價 1~5 折的價格向網站會員出售，每次特賣規定時間，消費者先買先得，售完即止。消費者點擊購買商品之後，20 分鐘之內必須進行結算，否則商品將會被重新放回待銷售商品行列。

同是以低折扣向消費者出售商品的商業模式，團購與閃購有何區別？聚尚網 CEO 牛利奔認為：“網友在團購網站購買的大多是服務，實物產品較少。即使銷售的是實物產品，也大多以單品為主，而閃購網站售賣的是品牌的系列產品，選擇餘地大，而且國際名品的誘惑更大。”

牛利奔的這種說法得到中國另一家廣受歡迎的閃購網站——唯品會的媒介及公關經理蘇思敏的認同。在蘇思敏看來：“團購以提供本地服務類優惠信息為主，不僅受地域限制，而且進入門檻低，說到底是一種促銷方式。而閃購沒有地域上的限制，而且行業進入的門檻較高，需要配套的倉儲和物流體系支撐”。

2007年，美國最大的閃購網站 Gilt Group 成立，並通過多途徑營銷以及獨特的進貨渠道迅速得到了消費者的認可。2009年，在各個行業受國際金融危機影響一蹶不

振的情況下，閃購卻靠著販賣時下熱銷的產品，非但沒有受到國際金融危機的衝擊，還實現了高速增長，營收達到1.5億美元。據國外媒體報導，2011年2月，Gilt Group 融資 8000 萬~1 億美元，估值達到 10 億美元。

“Gilt Group 實行會員制，網友只有通過邀請才能成為會員，並享受專屬的優惠價格。”牛利奔稱閃購模式讓會員體驗到了尊貴的感覺，因此在美國一出現就迅速受到消費者的歡迎，成為團購之外的另一種潛力巨大的商業模式。

### 剩餘貨品銷售的好渠道

牛利奔稱自己建立聚尚網並不是跟風，在服裝生產和營銷領域打拼了多年的他，對行業有著深刻的理解，他認為所有傳統的服裝企業都會遇到過季商品的剩餘堆積問題，線下銷售受到地域的影響，而互聯網能夠使產品銷售範圍最大化，是剩餘貨品最好的營銷渠道。“商家通過電子商務可以迅速將積壓的貨品銷售出去”。

唯品會 CEO 洪相波雖然不像牛利奔一樣是服裝行業的老兵，但由於在法國這個以浪漫和奢侈品消費著稱的國家生活多年，他能夠細膩地把握消費者的消費心理。他創建閃購網站的靈感源於他看到自己的太太經常大清早起床守在電腦旁興致勃勃地在 VP 網上搶購折扣商品。妻子的行為讓他意識到閃購模式具有巨大的吸引力，這種搶購的快感適用於各個階層的消費者，包括渴望得到名牌的中低收入人群和已經擁有名牌的高收入人群。於是，洪相波復制該模式



建立了閃購網站唯品會。

在洪相波看來，要將庫存積壓商品銷售出去，一是要降低產品價格，提高商品的性價比，二是通過限時搶購的方式，調動消費者的購買熱情，三是要通過多渠道宣傳和 SNS 功能，加強用戶黏性，提高消費者的二次購買率。

### 進行本土化改良

近年來，儘管中國電子商務發展很快，網購環境不斷改善，出現了一批忠實的網購粉絲。但是由於消費者接觸網購的時間還比較短，消費力仍然較弱，加之誠信缺失在行業內普遍存在，因此大多消費者仍然對網購持懷疑態度。

除了依據中國人消費水平調整銷售商品之外，精確地定位目標群體並且提供針對性商品，也是閃購能在進入中國之後獲得認可的重要原因之一。

“一款產品是否適合通過閃購模式銷售與其自身的目標消費者定位密切相關。”在聚尚網牛利奔看來，中國網購的主力為 25 歲~40 歲之間的女性消費者，因此閃購產品的目標消費者應該在他們中間，“例如有些商品定位在 15 歲~16 歲的人群，但是這個群體並沒有購

買力，但是他們的父母大都在 40 歲以上，並不屬於網購的主導群體，反而是 5 歲以下的兒童商品銷售更好，因為他們的父母大都是 30 歲~35 歲之間，正好符合聚尚網的消費主導人群定位”。

### 提升物流反應速度

隨著網購得到越來越多消費者的認可，閃購模式的潛力被業內普遍看好，一些傳統企業和電子商務巨頭開始進入該領域。上品折扣繼建立上品折扣網進入電子商務領域之後，也推出了閃購頻道；一些電子商務企業也不時推出閃購促銷活動，以吸引消費者。這些電子商務企業的進入讓閃購行業的競爭日益激烈。

每天生成的大量訂單，對閃購網站的物流服務能力提出了挑戰。國外閃購網站大多在訂單生成後的一個月之內發貨，但中國消費者顯然對此難以接受。為提高物流效率，2010年10月，唯品會將倉庫搬至廣州南海普洛斯物流園，該倉庫占地 2 萬平方米，是華南區 B2C 企業最大的物流中心。唯品會透露下一步將在北京、昆山等地擴充倉庫，建立分倉，提高物流反應速度。

# 兩岸電信巨頭合作 涉足電子商務

【本報綜合報導】中華電信日發佈布重大訊息，已與中國電信簽署《海西經濟區信息化建設業務合作意向書》及《iEN 智慧節能服務商業合作協議書》，尤其雙方計劃成立電子商務平台，合作跨足網絡購物市場，創兩岸電信業首例。

據了解，雙方合作成立的電子商務平台，將提供兩岸商家上架販售商品，台灣及大陸民眾未來

都可通過該平台，上網購買兩岸熱門商品。

中國電信將在海西經濟特區首度成立一座大型雲端 IDC 中心，據了解，這座雲端 IDC 中心將由中華電信提供相關硬件及軟件應用服務，完工後提供兩岸企業更便宜的雲端 IDC 服務。

中華電信未來將與英業達、廣達、鴻海、趨勢科技等雲端上下游硬件廠商前進大陸海西特區發

展雲計算產業，並藉此打入中國電信雲端 IDC 中心供貨行列，未來通過這項合作，兩家電信公司將提供雲端 IDC 出租及 Call Center 服務予兩岸企業使用。

另外，中國電信積極推廣智慧城市，並以福建做為兩岸合作推動智慧城市重鎮。中國電信與中華電信策略合作後，將通過光纖網路、為大陸家庭用戶提供在家訂購旅遊行程、機票、智慧電表、洽公等



智慧旅遊、智慧政務、智慧經濟、智慧生活、智慧城鎮、智慧網路等 6 大領域共 40 個智慧化應用，雙方藉此攜手推廣物聯網產業。

# 細說泰翁網(九): Tyloon TYLOON 十一大特點

### 1. 黃頁

包括了衣食住行各方面的資訊和資訊，人們無需拿很多本黃頁書來查找，只要上網就搜索幾千萬的商家和資訊。與國內的 B2B 網站相比較，比如說阿裏巴巴和慧聰，TYLOON 的資訊更加全面，範圍更加廣泛，不僅僅包括做生意的商家，衣食住行全部包括，方便了人們的生活，同時也給做生意的商家提供了一個媒體平臺，增加他們的曝光率，幫助他們將生意做大。

### 2. 多國黃頁

不僅僅是一個國家的黃頁，是

世界範圍內多個國家的黃頁，方便了人們查找世界範圍內衣食住行及生意往來的各方面資訊和資訊。美國、中國、西班牙、英國、加拿大、德國、法國、巴西八個國家，還會發展日本、韓國、義大利、印度、俄羅斯等國的黃頁。中國黃頁數量 1200 萬、美國 1500 萬、其他各國幾百萬商家資訊。

### 3. 搜索更加方便

可以縮小搜索範圍，使搜索更加精確。在第一個搜索欄輸入需要查找的關鍵詞，在第二個搜索欄可以輸入省、州、城市、郵編、電話區號來縮小搜索範圍，使搜

索更加快捷、方便。

### 4. 多語言跨國搜索

用戶可以使用自己的母語來搜索其他國家的資訊，無需懂其他國家的語言，同樣可以搜索到其他國家的商家和資訊。例如：一個美國人到中國看奧運會，想搜索中國的酒店住宿，雖然他不懂中文，但是只要在泰翁中國的平臺中用英語搜索，就可以把中國的酒店都搜索出來。同理，一個西班牙人想搜索中國的商家資訊，只要在泰翁中國的平臺中用西班牙文來搜索，也可以把中國的商家都搜索出來，TYLOON 真正做到了聯通世界，把企業推向國際，搭建各國企業間生意往來的橋樑(申請了國際專利)。

(未完待續)

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 網上行銷變態
- 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

2011年 3月16日

時間: 上午 9:00-5:00  
地址: 13713 VALLEY BL, CITY OF INDUSTRY, CA 91744

免費入場，請速報名  
WWW.ABLEDISIGNER.COM

Tel: 626-500-8068 Fax: 626-602-9763  
Email: sales@abledesigner.com