

# 不能忽略的電商隱憂

## 進入泡沫化的後電商時代



曾經攪亂團購行業的“信任危機”，已然延伸到 B2C 領域。阿里巴巴涉嫌經銷商欺詐事件，成為近期行業的熱議話題。在業內普遍認為是“井噴之年”的 2011 年，繁榮背後的電商行業，依然存在著眾多泡沫和隱憂。

3 年 3 個億，淘寶“大開放”

“開放平台”已然成為互聯網熱詞。繼 SNS 網站大批量開放自己的 API 後，電子商務網站，成為又一批追隨“開放”浪潮的互聯網企業。

2 月 23 日，淘寶網宣佈 2011 年為“淘寶開放年”，計劃將在買家賣家工具、無線、團購、物流等領域，全面深度開放，引入第三方開發者、企業和服務商。並在未來 3 年內投入 3 個億，通過分成、獎勵、注資等方式扶持第三方合作夥伴發展。

“目前，淘寶已開放‘我的淘寶’為第三方插件平台。以後，買家可以任意選擇自己所需要的內容放到‘我的淘寶’頁面上，”淘寶網副總裁、消費者事業部負責人姜鵬向本報介紹說。據了解，“我的淘寶”引入的健康管理類應用“活法兒”，已經為淘寶近 300 萬的淘寶買家，提供了健康服務。每天有超過 10 萬人在“活法兒”上管理自己的健康，並根據“活法兒”提供的參考意見，選擇適合自己的食品 and 保健品。

據了解，2010 年，淘寶已經在後台、前台和數據的開放方面有所建樹。“比如，在後台的開放方面，我們曾引入一款叫做 C-ERP 的管理軟件，幫助賣家實現了網店本地化。不僅幫助賣家提高管理效率，還能夠幫助第三方軟件開發者實現盈利，”淘寶開放平台副總裁王文彬說。

與此同時，淘寶訂單貸款項目也在全國開通試運營，首批已有 45 萬家店鋪獲得貸款資格，為廣大淘寶創業者們提供了融資的新途徑。然而，業內人士指出，隨著開放程度越來越高，平台所承擔的風險也開始增加。例如，Facebook 允許第三方軟件掛在其平台的初期，曾一度出現過“許多應用的使用率下降”、“某些應用侵略性的推廣手段，損害用戶體驗”、“應用過多，使用戶的個人頁面變得擁擠而雜亂”、“用戶對應用的新鮮感一過，會造成新應用的推廣成本增大”等一系列問題。

阿里“家醜”暴露電商隱憂

而淘寶負責人在介紹開放平台前景的同時，對於這些可能的風險也表達了擔憂。尤其是，“當阿里巴巴‘家醜’爆出來之後，業內對 B2B 領域的失信，直接影響到對整個電子商務行業的信心，”一位分析師如是說。

就在“大淘寶”戰略發佈的前兩天，阿里巴巴 B2B 公司宣佈，2010 年，公司清理了約 0.8%，共計逾千名涉嫌欺詐的“中國供應商”客戶，公司 CEO 衛哲、COO 李旭暉引咎辭職。據悉，2009 和 2010 年期間，被阿里巴巴審核為“會員”的約 2000 “中國供應商”，曾發生過多起貨物以次充好、詐騙國際客戶錢財等影響惡劣的欺詐事件，引起眾多國際客戶的憤怒。

無論此舉是馬雲的“刮骨療傷”還是“戰略佈局”，這場“誠信危機”



事件，在一定程度上挫傷了業內對電子商務的信心，並使得阿里巴巴股價大跌。

而此前，同樣身為網購新興模式的團購，也屢屢發生欺騙消費者的“失信”事件。如今，隨著 C2C 平台的“大開放”，這種擔憂不可遏制地蔓延到 C2C 行業。

不過，中國電子商務研究中心主任曹磊在接受本報採訪時指出，“C2C 相對於 B2B 而言，風險相對較小。B2B 由於交易性質，每筆交易的數額巨大，因而很難採用支付寶等風險緩衝方式。”

曹磊還表示，平台的開放，可以幫助 C2C 企業進行盈利，並更加高效地解決因為產品而引發的賣家、買家之間的糾紛，但各方應該做好相應的監管措施。“首先，加入開放平台的賣家、買家、企業、服務商和第三方開發者，應該做好企業內部的自律自查。而各種企業協會，應該加強對企業資格的審核。此外，電子商務、互聯網等行業組織，應該加強對行業規範的呼籲。最後，則是健全相關的法律法規。”

電子商務的缺口，絕非“誠信”一項。

回顧 2010 年的電子商務市場，16 億美元的風險投資，仍然值得

每個電商企業欣慰。然而 2010 年底，業界突然對風頭正盛的 B2C 開始唱衰。

京東商城 CEO 劉強東在其微博上稱，過去十年是電子商務跑馬圈地賽，2011 年則會進入淘汰賽。而馬雲也力圖擠出國內電商領域的泡沫，稱“一兩年內，無論是國際還是國內市場，B2C 電子商務投資的泡沫就會破裂”的判斷。

不盡如人意的成交率、血拼的價格戰、分散的市場份額和不停進駐的競爭者，成為橫亘在所有電商心頭的利刺。在開始泡沫化的後電商時代，廣告似乎成了電商企業唯一的救命稻草。但是，面對水漲船高的廣告報價，B2C 網站也只能苦笑著摸錢袋。在開始泡沫化的後電商時代，如何開拓廣告之外的營銷模式變得更為重要。

2011 年，淘寶商城正試圖走上精品、正品、質量之路；京東商城則在倉儲物流配送上不斷加大投入；凡客開設了新平台；樂淘加緊了採購步伐；B2C 各家都在為自身優勢加碼。以這些“做好的企業”為榜樣，焦慮中的 B2C 網站正在尋找更多活下來的機會。

作者：王霞  
來源：青年報

## 高朋開團：珂蘭鑽石成第一家



### 合作 B2C

高朋 GaoPeng

3 月 16 日，由全球最大的團購網站 Groupon 在中國投資創辦的高朋網 (www.Gaopeng.com) 正式開團。開團首日，高朋網在北京、上海兩個城市分別上線了兩款本地生活服務類產品。

珂蘭鑽石 (kela.cn) 作為高朋在國內合作的第一家 B2C 企業，為北京用戶提供了價值近 6 萬元的一克拉裸鑽作為抽獎獎品。至此，“第一單大猜想”答案最終揭曉。

此前，身為 Groupon 直接投資的高朋網在未上線前就備受關注。除了有著美國團購鼻祖的 Groupon 的直接投資外，高朋網還引來了騰訊產業共贏基金以及馬雲、史玉柱所組建的“雲峰”基金大力扶持。作為目前全球最大的團購網站，Groupon 2010 年的全年營收已高達 7.6 億美元，同時公司員工規模也擴充至 4000 餘人，被《福布斯》雜誌評為全年增長最迅猛的公司。

在雄厚的資金和經營背景的支持下，高朋網定位為高端和精品團購。

在選擇合作商家時，高朋網有嚴格篩選流程。在審批流程中，以提供折扣幅度不足或不能保證服務

質量為由，大量商家被公司審核部門否決。

此前有報導說，高朋與國內多個 B2C 商家接觸，洽談初期的合作項目。

從今天上線的情況來看，高朋選擇的首批商戶都屬於高端商戶，北京的兩款產品分別是一個“全球最大室內溫泉”門票套餐和名門夜宴 KTV 歡唱券。此外，所有團購參與者都可以參與價值近 6 萬元的一克拉裸鑽抽獎。

珂蘭鑽石能並成為高朋在國內合作的第一家 B2C 企業，一方面說明了高朋對珂蘭鑽石實力的認可，同時也體現了珂蘭鑽石作為國內鑽石 B2C 領軍企業在嘗試新營銷方式上的決心。

在營銷方面，珂蘭鑽石一直堅持創新。去年 12 月，公司獲得了由新營銷雜誌社頒發的“2010 創新營銷獎”，同時獲獎的還有蘇寧電器、青島啤酒、TCL 集團在內的多家知名傳統企業。此次與高朋的合作將會成為珂蘭鑽石營銷史上的又一裡程碑。

源自：TechWeb



## eBay 下調商品上架費標準 年內第二次降價

為吸引更多賣家前往公司網站並推動公司的三年復興計劃，eBay 周二宣佈將下調商品的上架費標準，這已經是 eBay 一年內第二次進行降價。

eBay 在聲明中宣佈，從今年 4 月開始，用戶每個月最多可免費拍賣 50 款商品，並從 7 月份開始將對成交商品收取少量佣金。市場調研公司 Forrester Research 認為，eBay 此舉旨在吸引更多買家和賣家，因為最近幾年許多用戶已經轉投亞馬遜等競爭對手。同時，eBay 還鼓勵商家提供免費的快遞服務。

eBay 負責賣家體驗的副總裁托德·盧特瓦克 (Todd Lutwak) 表示：“我們相信這些調整將真正改善買家和賣家的市場狀況。我們一直在傾聽用戶的心聲，並設法理解他們的需求。”

作為新收費標準結構的一部分，服裝類的收費標準從成交價的 12% 下調至 10%。根據商品種類的不同，eBay 所收取的佣金比

例也有所不同。eBay 此次還推出了新的購物車來幫助消費者跟蹤多件商品，而此前是每件商品提供獨立的購物車，這種獨立的購物車今年 6 月底將停止提供。

在首席執行官約翰·多納霍 (John Donahoe) 的帶領下，eBay 正處於其三年復興計劃的第二年。盡管 eBay 在過去一段時間內的改革措施引發了一些小商家的不滿，但投資機構 BGC Partners 分析師科林·吉利斯 (Colin Gillis) 認為，eBay 的努力還是取得了積極效果。受 PayPal 支付服務需求增長的推動，eBay 上一季度的營收達到了創紀錄的 25 億美元。

eBay 股價周二在納斯達克證券市場常規交易中下跌 0.33 美元，跌幅為 1.07%，報收於 30.44 美元。在隨後的盤後交易中，eBay 股價上漲 0.17 美元，漲幅為 0.56%，報收於 30.61 美元。過去 52 周，eBay 最低股價為 19.06 美元，最高股價為 35.35 美元。

源自：騰訊科技

## 360 赴美 IPO：業務模式及營收構成曝光

北京時間 2011 年 3 月 15 日消息，奇虎 360 向美國 SEC 提交上市申請，計劃登陸紐交所。對於奇虎 360 的產品，中國大多數網民都不陌生，但對於奇虎 360 如何盈利，卻不一定每個人都清楚。本文將從業務模式及營收構成上對 360 做一分析。

### 1、奇虎 360 的主要產品及業務佈局

奇虎 360 創立於 2005 年 9 月，先後獲得過紅杉、鼎暉、高原、紅點、Matrix 和 IDG 等風險投資商數千萬美元的投資。在創建初期，奇虎 360 走“社區+搜索”業務模式，但很快遇到發展問題。2006 年 3 月，周鴻禎出任董事長兼 CEO，重新確立發展方向。2006 年 7 月 17 日，奇虎 360 推出 360 安全衛士，以網絡殺毒為切入口進入互聯網市場。經過不斷技術改進，360 安全衛士加入木馬查殺、防盜號、等多項功能，逐漸獲得網絡用戶認可。

2008 年奇虎 360 推出殺毒軟件測試版及 360 瀏覽器，2009 年 9 月發布殺毒軟件正式版，主打免費殺毒，迅速占領國內殺毒市場。在網絡安全市場取得成功後，360 開始借助“網絡安全通道”拓展業務線，進入瀏覽器、網站導航、軟

件下載等眾多領域。截止 2010 年底，奇虎已經形成龐大的免費網絡安全平台，產品包括安全衛士、360 瀏覽器、360 保險箱、360 殺毒、360 手機衛士、360 網盾等，近期還推出 360 安全桌面。

分析人士認為憑借龐大的用戶基礎，奇虎 360 未來還有可能進入搜索、網游、手機搜索下載等多個領域，而它面臨的對手則上升為百度、谷歌等網絡巨頭。

### 2、奇虎 360 的用戶規模及增速

進入殺毒市場後奇虎 360 採取“逆向操作”戰略，周鴻禎對此的描述為“傳統的殺毒公司都賣軟件，360 就把殺毒作為服務；傳統殺毒一年升級幾次，360 就天天升

級；傳統殺毒收費，360 就免費。別人怎麼做，我就從相反的方向去做。”免費策略讓 360 在最短的時間內快速獲得海量用戶，360 在提交的 SEC 文件中引用艾瑞數據稱，截止 2011 年 1 月，360 擁有 3.39 億活躍用戶，覆蓋了中國網絡用戶的 85.8%。

### 3、奇虎 360 的營收構成及變化

360 的營收模式簡單稱，即是 Freemium，Free (免費) + Premium (增值服務)。免費的安全和殺毒服務是推廣手段，用來培養用戶忠誠度，在此基礎上 360 推出互聯網增值服務。值得注意的是，近年來 360 的廣告收入快速上漲，這與 360 安全瀏覽器及網址導航的

崛起有關，而這兩款產品的崛起也立足於 360 龐大的安全產品用戶基礎上。

據 360 提交的 SEC 文件，目前 360 營收主要來自網絡收入和第三方殺毒軟件兩大部分。其中網絡收入包括在線廣告、網絡增值服務和其他服務。

2009 年一季度 360 營收主要來自在線廣告與第三方殺毒，兩者占總營收比例分別為 40.5%、59.5%。但到 2010 年四季度，廣告營收占比已上升至 71.2%，其次為互聯網增值業務，而第三方殺毒僅占 2%。殺毒收入銳減其實與 360 的免費策略直接相關，在初期 360 營收中心在殺毒業務，但不久後整個殺毒業務就不再作為營收重點，殺毒軟件成為吸引用戶的手段。與此同時，廣告業務與增值業務不斷增長。

從同比增速來看，廣告業務 2010 年四季度同比增長 151%，增長業務同比增長 345%，第三方殺毒軟件增速為 -659%。

源自：中國電子商務研究中心



## 細說泰翁網 (九)：

### TYLOON 十一大特點



5. 語言轉換系統

TYLOON 每一個頁面都可以用多種語言來顯示，現在可以用英語、西班牙語、簡體中文、繁體中文來顯示，馬上要推出德語、法語、葡萄牙語的語言轉換及顯示功能。在泰翁德國、法國和巴西的平臺中已經可以用英語、西班牙語、簡體中文、繁體中文、德語、法語、葡萄牙語來顯示，馬上開通其他國家平臺的語言轉換及顯示功能，這樣方便了世界範圍內各個國家的用戶瞭解商家的具體內容，如公司的業務介紹、經營特色、所屬行業、產品及服務等資訊。泰翁可以讓美國人看得懂中國的商家資訊，也可以讓西班牙人看得懂中國的商家資訊；同樣可以使西班牙人看得懂美國的商家資訊，可

以使美國人看得懂西班牙的商家資訊，同理，泰翁可以使來自這些國家中的訪客看得懂其中任何一個國家平臺的商家資訊及具體內容 (申請了國際專利)。國內的網站，中文和英文是不同的兩個功能變數名稱，即兩個站點，無法做到同一個頁面，同樣內容的語言轉換，更無法做到跨語言的搜索，而 TYLOON 可以做到，使訪客不但可以搜索到世界各國的商家資訊，更可以讀懂商家的具體內容，從而為各國企業間的生意交流提供了支持和幫助。

6. 搜索引擎優化技術 SEO (Search Engine Optimization)

TYLOON 的網站具有 SEO 技術，在美國的專業評測網站

DomainTools.com 對 TYLOON 的評測中顯示，其 SEO 得分高達 97%，這可以使 TYLOON 上面的商家頁面在 GOOGLE、YAHOO 等搜索引擎網站的搜索結果自然排名中，排在首頁或比較靠前的位置，從而增加了在 TYLOON 上面的商家的曝光率，能被更多的訪客所找到。

7. 國際化網頁設計風格

TYLOON 中的商家資訊的每一個頁面都是國際化的設計風格，更能被歐美等世界各國的訪客及主流搜索引擎所認可、喜歡，從而增加了訪客瀏覽商家頁面資訊及具體內容的機率和興趣，提高商家做生意的成交概率。

(未完待續)

www.tyloon.com

### 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
- 推出西班牙語關鍵詞

2011 年 4 月 20 日

免費入場，請速報名

WWW.ABLEDDESIGNER.COM

Tel: 626-500-8068 Fax: 626-602-9763

Email: sales@abledesigner.com