



中國奢侈品網購崛起：兩年內市場份額達 200 億元

雖然奢侈品的網絡銷售額目前只占到行業總量的 5% 左右，但它的增長率非常高。美國弗雷斯特調研公司的數據顯示，預計 5 年之後，奢侈品在線銷售額將增長 30%，達到 40 億-60 億美元的規模。而在中國市場，有專家預計，在未來兩年內，中國奢侈品電子商務的銷售規模將達到 200 億元人民幣。

在秀團網、第五大道、樂士網、尚品網、佳品網、唯品會、魅力惠、聚尚網、呼哈網等時尚網上商城大舉上線的同時，京東商城等綜合類網站也紛紛開設奢侈品頻道，凡客 V+ 也號稱年底試水奢侈品銷售，就連和奢侈品八竿子打不著的搜索引擎谷歌也來湊熱鬧。一時間群雄逐鹿，準備在奢侈品這塊華貴的蛋糕上，分到屬於自己的一份。

雖然國內奢侈品團購網站百花齊放，但是還未出現一家獨大的現象。在全球第二大奢侈品消費國的盤子裡，網站群雄逐鹿正處於戰國時代。

佳品網首席執行官楊培鋒預計，在未來兩年內，中國奢侈品電子商務的銷售規模將達到 200 億元人民幣。今年 4 月，聚尚網獲得了來

自 IDG 千萬美元級別的首輪融資。國內最大時尚購物網站走秀網也已獲得國際風險投資機構凱鵬華盈 (KPCB China) 2000 萬美元投資。這對於才成立 3 年一直專營奢侈品的走秀網來說，確實是“天上掉下的餡餅”。而從一個側面也反映出奢侈品消費正受到國際資本的青睞。

這股投資奢侈品網站的風潮其實很早就開始了，2009 年 12 月，魅力惠融資 1300 萬美元。

而去年年初成立的佳品網，已手握泰山天使投資基金，幾個月後又獲得了來自松禾資本、嘉豐資本的第二輪投資，隨後又獲得金沙江創投的第三輪融資。在任何業績都還沒有的情況下，天使投資人雷軍及迪斯尼旗下 VC 機構思偉投資和晨興創投千萬美元已投入號稱國內最大奢侈品私賣網站的尚品網。而 DCM 及紅杉資本 2000 萬美元風險投資則注入奢侈品運營網站唯品會。

粗略估算，上述私募基金的投資總額度已經超過 5 億元人民幣。

源自：北京商報

福州崛起海峽電子商務基地

兩岸業界在電子商務及人才、金融、物流等方面的合作，將在海峽西岸中心城市福州開啓新篇章。

【中新社記者張建忠福州報導】福州台江區政府 5 日在此表示，海峽電子商務基地將於 10 日開園。這一由福建省政府確定為“十二五”期間閩台合作重點項目的即將運行，標示著福州崛起海峽兩岸電子商務彙集的主要產業陣地。

海峽電子商務基地由福建省國際電子商務中心、福州市台江區政府、台灣中華電子商務產業協會三方攜手共建，意欲在此打造中國領先的電子商務、移動商務、物聯網商務和電子商務“雲”服務等現代公共服務業。

坐落於閩江北岸海峽金融商務中心區中的該產業基地，首期占地面積 8.03 畝，建築面積約 2 萬平方米，專門設有台灣產品展示廳，其在金融與物流方面的便利，將助推兩岸共同打造海峽電子商務基地成為中國首個“國家電子商務公共服務示範基地”。

共建方之一的台灣中華電子商務產業協會會長謝長峻表示，將推動台灣成熟的電子金融運營模式、關鍵技術經驗等轉移至此，共創雙贏局勢。目前，台灣正品網、台灣升世紀數位科技有限公司等台灣電子商務企業亦準備進駐該基地。

福州台江區政府當日介紹，自 2010 年 12 月海峽兩岸三方簽署共建海峽電子商務基地以來，申請入

駐的電子商務企業多達 80 余家，現已選擇性簽約鼎天農業等 30 家，與此同時，還加快與上海弘信創業投資管理有限公司、福州市信用擔保協會協商設立基金扶持企業發展，並與福建新東網科技、福州華昆電子科技協同搭建支付平台。

此外，福建省郵政遞遞、約克鎮、福建電信等企業，將為產業基地提供物流、餐飲、通信等配套服務。

海峽電子商務基地的發展在福州台江區“十二五”規劃中從金融與物流方面得到極大的推動：產業基地所在的海峽金融商務中心區將鼓勵金融企業總部入駐，努力成為閩台兩岸合作的金融創新試點基地和重要後台業務基地及海峽兩岸區域性重要的金融服務中心之一，力爭到 2015 年金融業及各類衍生金融增加值力爭達到 37 億元人民幣；以福建交通運輸集團物流信息大廈項目建設為契機，培植骨干型現代物流企業，引導和扶持傳統運輸、倉儲、代理企業與工商企業結成聯盟，力爭到 2015 年以現代物流業為引導的交通運輸業增加值力爭達到 21 億元以上。

此間分析人士指，ECFA 早收計劃的實施，以及《海峽西岸經濟區發展規劃》獲國務院的正式批准，使得海峽兩岸電子商務合作的先行先試進一步獲得政策支撐。

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
- 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 5 月 18 日
 時間：上午 9:00-5:00
 地址：15713 VALLEY BL, CITY OF INDUSTRY, CA 91744

免費入場，請速報名
 WWW.ABLEDDESIGNER.COM

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

賠本賺吆喝 燒錢吸眼球

《福布斯》雜誌撰稿人戈蒂·艾普斯坦 (Gady Epstein) 周二撰文分析了中國團購網站的經營策略，那就是像優酷網一樣燒錢，吸引投資者眼球，爭奪市場份額，而最為重要的則是借此來拖垮競爭對手。以下為文章概要：

賠本賺吆喝

過去兩年，我在《福布斯》雜誌上撰文探討過中國兩個具有重要相似之處的行業的山寨大軍。兩個行業分別是網絡視頻和團購，相似之處是業界領導者也是虧損最嚴重的公司。大量燒錢似乎是企業經營的短板，但在中國這卻是商業模式。中國團購網站之間的競爭日趨激烈，他們必須投入巨資去吸引眼球，獲取市場份額，最為重要的是拖垮競爭對手。

拉手網、Groupon 中國團購網站高朋網、大眾點評網以及我專門研究過的山寨版美團網，在向中國數十座城市快速擴張過程中，無一例外地投入數千萬美元用以廣告宣傳、人員招募及團購折扣。最終的勝利者不一定就是效率最高、服務最佳的企業。燒錢行為的動機很荒謬，令用戶對隨後的質量控制十分擔憂。

雖然這並不表示今天賠本賺吆喝的市場領導者就是明天的勝利者，但他們生存下去的可能性會更大。想一想風險投資人及其他向這場“消耗戰”注資的重要參與者，搞清楚原因其實並不難。他們近幾個月已向高朋網投入數億美元、向拉手網注資 1.11 億美元、向大眾點評

網注資 1 億美元。

在這些誘人的數據後，另一個潛在市場領導者美團網也有望宣佈新一輪融資，融資規模將超出最初的 5000 萬美元目標。人人網日前宣佈將在美國紐交所進行 IPO (首次公開招股)，擬融資 7.43 億美元，其中大部分將用於旗下團購網站糯米網的業務拓展。團購市場已湧入大量資金，有約 3000 家企業，市場准入門檻低、利潤微薄，難以形成規模效應。

難輕言放棄

可一旦投資者將一億多美元砸進某家公司，他們就不會輕言放棄——只要這家公司不斷獲得市場份額和眼球，直至實現 IPO，他們就會不斷向裡面注資。中國團購網站從每次交易中的分成不到 10% (有些甚至可能為零)，但這沒有關係，因為大家的普遍做法都是這樣，如果無法做到最大，那反而麻煩會來了，沒有人關心什麼效率問題，現在燒錢目的就是 IPO，爛攤子等到以後再收拾。

我是如何知道這些的？優酷網和土豆網的經歷讓我深受啟發。這兩家網站最初都是效仿 YouTube 建立，隨著越來越多的人喜歡他們的增值服務，他們也在不斷地向投資者自我推銷。優酷網和土豆網融資數億美元，去年曾尋求 IPO，儘管兩家網站處於虧損狀態，同時盈利前景也很遙遠。

土豆網的 IPO 之夢暫時已經破滅 (該公司最近又重新提交了上市申請)，但優酷網在紐約證券交易



所 啟動 IPO 受到投資者熱捧，這家公司現在的估值超過 60 億美元，即便它短期內仍然沒有盈利的跡象。

優酷網和土豆網在盈利方面均面臨著一些長期障礙，我早在 2009 年就曾探討過這幾個問題：中國帶寬成本遠比美國高，隨著服務日益受歡迎，這個問題會被放大；視頻網站試圖提供差異化服務，導致內容成本會增加；由於媒體內容的敏感特性，還面臨著監管風險。

競爭日趨激烈

除此之外，中國團購網站還遭遇另一個巨大挑戰：面臨無數資金充裕的市場參與者的競爭，尤其是中國互聯網巨頭，後者擁有龐大的用戶群體、將流量轉化為利潤的豐富經驗以及雄厚財力。百度旗下奇藝

網雖然沒有任何原創內容，但仍然給那些獨立經營的視頻網站構成了嚴重威脅。

在團購領域，搜狐和新浪等兩家門戶網站均推出了團購服務。與此同時，另一家網站騰訊則參與了高朋網的投資。阿里巴巴集團旗下淘寶聚劃算團購業務也深受用戶歡迎。儘管有些更專注於產品服務，但獨立公司仍面臨來自互聯網巨頭的長期嚴重威脅。

但這顯然應該是優酷網 CEO 古永鏘而非 IPO 前投資者擔心的問題。眼下，這些投資者可能都在想著 6 月初優酷網股票鎖定期結束的那一天，他們可以將手中股票拋售。我曾經研究過優酷網較高的燒錢速度，我認為這家公司若想盈利並快速發展，將需要克服許多嚴峻挑戰。

這仍是優酷網面臨的長期問題，實際上，無論哪家公司最終在 IPO 之路勝出，這一道理同樣適用。但從短期來看，中國互聯網泡沫給投資者提供了另一個退出的良機。現在，我只能祝願 Groupon 山寨大軍及其投資者好運，祝願燒錢最多的公司最終能成為贏家。

稿編源自：福布斯中文網

電子商務衝入中國酒業市場

中國酒類市場格局十幾年來未發生過重大變革，渠道的中間環節冗長，層層加價，酒類商品從出廠到消費者手裡，價格至少要翻一番。而 B2C 電子商務模式的出現，打破傳統行業的固有渠道模式，白酒經營網站試水渠道扁平化，推出“酒類網絡代理商”這一全新的模式，省去中間環節，將最終銷售價格達到低於市場價格的 30%。

“我們的目標不是利潤，而是規模，所以會縮短渠道、節約成本，讓利於消費者，到今年年底可實現單月銷售額 1 億元。”酒仙網董事長郝鴻峰在接受獨家專訪時介紹，“公司已完成首輪 2000 萬美元融資，酒仙網計劃達到約 10 億元的融資規模後，將於 2014 年上市。”

白酒行業渠道之痛

“就目前來講，酒類中間環節冗長，已經嚴重威脅到了整個行業的生存。”郝鴻峰多年從事白酒銷售行業，是山西省最大的白酒經銷商百世酒業的老板。據他介紹，中國酒類市場格局十幾年來未發生過重大變革。多數酒類企業依靠各級批發零售渠道，而渠道商也依靠層層加價或者拿返點的形式盈利。傳統代理商是分級制的全國總代理、省代理、地級代理、一、二、三批、終端。這麼下來一般有五到六個環節。每層代理商加價 30% 到 50%，這樣算下來，從出廠價到最終售價已經翻了 2 到 3 倍。一瓶出廠價 50 元的酒，

經過這些渠道加價，在超市的售價大概到 120 元，在飯店的售價就要到 200 元以上了。

現有的酒類網站直銷也無力改變這種格局，多數是作為二級甚至三級代理商。酒仙網在成立之初，曾一度受困於供應商的支持，但是隨著酒仙網的快速發展，這個瓶頸已經在無形中被打破。

“酒類網絡代理商”促使渠道扁平化

郝鴻峰稱，酒類電子商務網站可以縮短渠道，解決渠道加價的問題。“酒仙網一般產品價格比市面上最少能低 20% 至 30%，一些進口紅酒比市場零售價低 50%。”目前公司發展的瓶頸在於如何把訂單快速消化掉，因此，上市前的三輪融資將基本用於物流建設、技術開發和宣傳推廣。

郝鴻峰被風投推向前台的重要原因之一就在於他解決了供應商問題。郝鴻峰設計出了“酒類網絡代理商”這一全新的模式，一攬子解決了供應商的問題。這一模式的核心在於其完成了與傳統代理商的切割。產品、價格、合同均與傳統代理商有明顯的差異，既照顧到了新興酒仙網的利益，又不傷害傳統代理商的利益。

借助這一模式，酒仙網成功完成了與諸多酒類品牌的合作。與茅台、五糧液、張裕、長城的合作也出現了突破性進展，一舉改變了酒



仙網在成立之初依靠董事會輸血降價的尷尬。

目前酒仙網上 53 度飛天茅台的價格是 138 0 元

但是由於剛與茅台酒廠談成一批出廠價貨源，下月起酒仙網上的茅台可以降到 1099 元。而茅台酒在北京的市場銷售價格是 1500 元左右，而在廣東省可以賣到 1600 多元，因此很多零售商爭搶著從酒仙網上拿貨，致使酒仙網不得不在銷售旺季實行一些限購規定。

三年內融資 10 億實現上市

酒仙網於去年 9 月成立，一期投資 1 億元人民幣，該資金主要來自山西民間資本。酒仙網日前已經完成首輪 2000 萬美元融資，計劃三年內完成百億的銷售目標，爭取 2014 年實現上市。酒仙網董事長郝鴻峰表示，公司上市前至少完成三輪融資，規模約為 10 億元人民

幣。

“目前國內酒類的電子商務網站總共有 100 多家，投資方之所以選擇酒仙網，是因為從上線到現在，酒仙網用了 5 個月不到的時間就突破了銷售額 1 億元的大關。目前，酒仙網每月的銷售額也在 2000 萬元的水平，預計年底可以達到每個月 1 億元的銷售額，今年全年預計銷售目標是 5 億元，更樂觀去看，最後的銷售數據可能會到 7 億至 8 億之間。”

據郝鴻峰介紹，有了 2000 萬美元的風投助力，酒仙網下一步的計劃是做大物流與倉庫。“酒仙網現在已經做到了 2000 個品種，到今年年底能做到一萬個品種。原來我們的倉儲是一兩千平方米，新的庫房擴建完後將達到一萬平方米，以後將達到在各個省會城市設立分倉。這都需要大量的周轉資金。”

源自：北青網

升級版團購網站 BuyWithMe 劍指 Groupon

5 月 3 日，美國團購網站 BuyWithMe，改進了團購網站商業模式操作手法，被稱作升級版的團購網站劍指 Groupon，累計融資 2150 萬美金，收購了總部位於芝加哥的團購網站 DealADayOnline。被一些媒體稱為繼 Groupon、LivingSocial 之後第三大團購網站。DealADayOnline 總部位於芝加哥市，與美國最大的團購網站 Groupon 來自同一座城市。BuyWithMe 並未透露收購 DealADayOnline 的詳細金額，因交易還沒有完成。

升級版團購 BuyWithMe 升級版團購商業模式 累計融資 2150 萬美金

BuyWithMe 創辦於 2009 年 5 月，是一個從事團購服務的網站平台。該公司背景非同小可，並且採用新商業模式方法，極具令人贊嘆，techfrom 今日特別推薦。BuyWithMe 公司本身具有 3 大特點：

- 1、團購網站 BuyWithMe 由連續創業家 Andrew Moss、Jim Crowley 等創立。
- Jim Crowley 此前曾創立創業公司 Turbine，後輩美國華納兄弟收購。創立 Turbine 之前，曾在美國著

名公司擔任過首席運營官 COO，操作過年收入 3 億美金的業務。

Andrew Moss 這位老兄，在大學讀研究生的時代，就開始創業，做過 Customink.com，個性化 T 恤服務的網站。此外，該人還創立過 GiftCertificates.com，並已經成功獲得過投資。

David Wolfe，這位老兄是曾經的 Napster 公司的首席技術官 CTO……太多個人成就的精彩內容 TechFrom，就不過多描述。

- 2、獲得 Bain Capital Ventures 和 Matrix Partners 美國頂級風險投資公司投資。
- Bain Capital 就是貝恩資本，Matrix 這個老牌的投資公司曾經投資蘋果 Apple 公司、JBoss、OpenWave、SanDisk 等。
- 3、採用獨特的新型團購商業模式，力爭客服目前團購網站的弊端。

目前團購網站 BuyWithMe，公司已在奧斯汀、波士頓、芝加哥、達拉斯、休斯頓、洛杉磯、紐約、費城、鳳凰城、聖迭戈、舊金山、西雅圖和華盛頓特區開展團購業務。

源自：TechFrom

今年年初曾有消息稱，在洽購 Groupon 失敗後，谷歌計劃收購 BuyWithMe，但該消息未獲證實。

BuyWithMe 有可能在未來一年內尋找更多投資，擴大業務規模，計劃擴大到美國 20 多個城市。

2010 年，分別獲得 1600 萬美金和 550 萬美金融資，總計已經累計融資 2150 萬美金。

BuyWithMe 新版團購玩法 商業模式分析

- 1、發佈經過手工挑選的團購商品，並設置最低團購人數等。開始階段，操作方式跟普通團購模式類似。
- 2、然後，如果達到最低團購人數之後，遊戲規則完全發生了變化，新型商業模式就開始了。
- 參加團購的人，會收到團購郵件，團購郵件中有該商品的唯一 URL 標識鏈接，你可以進行社交分享和推薦購物。
- 如果有 3 個以及 3 個以上的人通過你的推薦鏈接購買了此商品，你就可以免費享受此次購物。

今年年初曾有消息稱，在洽購 Groupon 失敗後，谷歌計劃收購 BuyWithMe，但該消息未獲證實。

BuyWithMe 有可能在未來一年內尋找更多投資，擴大業務規模，計劃擴大到美國 20 多個城市。

2010 年，分別獲得 1600 萬美金和 550 萬美金融資，總計已經累計融資 2150 萬美金。

BuyWithMe 新版團購玩法 商業模式分析

- 1、發佈經過手工挑選的團購商品，並設置最低團購人數等。開始階段，操作方式跟普通團購模式類似。
- 2、然後，如果達到最低團購人數之後，遊戲規則完全發生了變化，新型商業模式就開始了。
- 參加團購的人，會收到團購郵件，團購郵件中有該商品的唯一 URL 標識鏈接，你可以進行社交分享和推薦購物。
- 如果有 3 個以及 3 個以上的人通過你的推薦鏈接購買了此商品，你就可以免費享受此次購物。