

電信運營商或成爲 Twitter 創收關鍵

Twitter 將推出基於彩信的手機照片服務，而 BlueVia API 將成爲其中一個關鍵部分。該合作有助於解決 Twitter 的商業模式問題，因為 Twitter 可通過發送彩信與運營商共享營收。

在今年的蘋果全球開發者大會 (WWDC) 上，蘋果和 Twitter 達成一項新的合作協議，將 Twitter 整合到蘋果未來的 iOS 設備中。該合作意義重大，但與全球手機用戶數量相比，新 iOS 用戶數量顯得微不足道。因此，像 Twitter 這樣的服務如何才能抓住更大的商機呢？

答案可能在於 BlueVia，一個友好的下一代電信平台的典範，是西班牙電信 (Telefonica) 推出的一個全球性的開發者平台。BlueVia 提供了一套簡單的 REST API (應用編程接口)，允許開發人員使用短信、彩信和地理位置等一系列服務。更重要的是，它基於一種極具吸引力的商業模式：使用電信運營商 API 的開發人員可獲得營收。

電信運營商此前需要開發人員預付數千美元的短信使用費，這些服務開發人員可能根本用不到，而 BlueVia 則允許開發人員以西班牙電信客戶的名義發送信息並從中獲得營收分成。

Twitter 將推出基於彩信的手機照片服務，而 BlueVia API 將成爲其中一個關鍵部分。該合作有助於

於解決 Twitter 的商業模式問題，因為 Twitter 可通過發送彩信與運營商共享營收。像 Twitter 這樣的 Web 公司為何會對使用電信的 API 敢興趣呢？

BlueVia 平台構架師何塞·瓦勒斯 (Jose Valles) 和魯本·麥拉多 (Ruben Mellardo) 最近接受了媒體採訪，對相關問題進行了回答，以下爲採訪內容摘要：

問：什麼是 BlueVia？

答：BlueVia 是一個商業解決方案，允許開發人員使用運營商的核心資產，並掌握其中部分權力。開發人員可在他們的軟件中使用我們的一些功能，並輕鬆從我們用戶那裡獲取營收。我們還會幫助他們盡可能多地接觸到我們的用戶。

問：為什麼要推出 BlueVia？

答：西班牙電信此前也與開發人員合作了幾年，但收效甚微，因為當時並未集中於我們的核心資產。我們沒有爲開發人員提供與我們的 2.7 億用戶接觸的機會，也沒有使用適當的技術。而更重要的問題在於合作模式上：此前我們要求開發人員預付費用，而這一次改用營

收共享模式。

問：向開發人員開放的最重要的資產是什麼？

答：我們希望開發人員能在短信和彩信等功能上進行創新，雖然短信已經很普遍，但仍可以在此基礎上開發出更多的創新應用。這會增加短信的使用量，爲西班牙電信帶來新營收，並與開發人員共享這部分營收。

問：還有其他什麼重要資產嗎？

答：支付 API 也很重要，隨著時間的推移，我們還將提供呼叫管理和語音等功能。

問：哪些事情是以前所無法做到的？

答：由於 API 是基於雲的 API，因此開發人員可在任何一部聯網設備中嵌入運營商的一些服務，無論是智能手機、PC、平板電腦，還是聯網汽車或電視機。例如，Otter 在一個 Android 應用中使用了我們的 API，每當用戶發送短信，他們就能獲得收入。Otter 還可以改變定價模式，一項應用在美國的 Android 應用商店內售價 4.99 美元，而在西班牙電信的應用商店裡

可能是免費的。

問：未來幾年內如何與電信運營商的發展相適應？

主要的挑戰之一是如何滿足不斷增長的用戶需求，他們需要的是越來越多的專業化服務，而我們也擅長做大事，如發展光纖、3G 和 LTE 等。

在互聯網世界裡，有許多个性化的產品服務於少數人羣，這是一種新的模式，但不是我們要做的。在一年內，我們可能推出 10 項或 20 項服務，但不可能推出 1000 項。因此，我們需要通過社區來提供更多服務，利用第三方開發人員的創新和努力。

問：最大的驚喜是什麼？

答：當初推出 BlueVia 時，我們以為會遭到開發社區的批評。但我們看到的是，開發人員都在說：“嘿，這些傢伙開始改變了，他們想和我們做生意了，願意與我們共享營收，似乎要公平對待我們了。”這是一個真正令人愉悅的驚喜。

源自：新浪科技



中國婚慶電子商務前景可觀

中國人愛熱鬧，愛辦喜事，是一種文化的傳承。近年來，隨著 CPI 的增長，人們的生活激情再次的被激發出來，重新意識到人生三件大事“娶妻、生子 and 養老”。於是，人們又開始樂此不疲的策劃起婚禮。

然而，隨著中國人口的增長，傳統婚慶酒店預定的模式已經不能滿足日益龐大的消費用戶。准新人們常常面臨現實的考驗，他們對於遍地的酒店無從選擇，對於婚慶市場有太多的不了解。他們習慣運用互聯網解決問題，但是在 2010 年之前，互聯網上有關婚慶預訂的信息卻是空洞、貧乏的。越來越多的專家意識到必須有一種新勢力改變現狀。

好日子可遇不可訂婚慶場地何處尋

對於新人們來說，選個良辰吉日，風風光光地舉行個婚禮，是對日後生活甜甜蜜蜜的期望。記者採訪了解到，很多 80 後的准新人們都想預定百年難遇的好日子，然而這些日子的搶手程度讓他們望塵莫及。

不僅婚慶日期選擇難，由於近年來的結婚狂潮，預訂酒店婚慶難的狀況也日益嚴峻。筆者身邊的朋友王小姐向筆者抱怨道“第一次結婚沒有經驗，不知道哪家酒店舉辦婚慶比較好，平時光顧的飯店不太正式，高檔的酒店又不知從何選擇，嘗試著諮詢網絡，卻發現有關婚慶酒店預約的消息寥寥……難得挑選到一家她和先生都滿意的婚慶酒店，又因為檔期問題，最終沒有訂成。搞得兩人婚前灰頭土臉，很是郁闷。”

新電子商務平台出現婚慶預定有轉機

伴隨著婚慶預定兩大難的現狀，一種新型的婚慶預定電子商務平台出現在了大眾的視野。如今你可以在網上輕鬆瀏覽婚慶酒店信息，一鍵預定。有人評論說：“婚慶預定電子商務平台的出現是一個互

聯網時代下的偉大創新。”記者通過採訪了解到，首創這一革新的是一家名為“到喜啦”的婚慶預定網站。於是記者走訪了該公司，採訪到了到喜啦婚慶網婚慶部負責人梁小姐。

梁小姐向記者講述了他對於將傳統的婚慶預定模式轉變爲網絡預定模式的想法。他認爲，現在是一個信息技術發達的時代，越來越多的人依賴於網絡，人們在網上購物、聊天，網絡已經成爲人們生活中不可缺少的一部分。我們也不能再拘泥於傳統的婚慶預定模式，而是要順應時代發展的步伐，適應當代人的需求，將婚慶酒店的預定和電子商務緊密結合在一起，給結婚新人提供一個更方便、更快捷的平台。

在採訪中，梁小姐表示承認傳統婚慶預定方式，但對於傳統婚慶預定方式信息不共享、不即時的缺點，希望可以用“到喜啦”網上資源共享的特點予以互補。並真誠的表達了企業理念“到喜啦”並不僅僅看重互聯網關於婚慶、喜慶預定的商業契機，更多的是希望通過“到喜啦”“多、快、好、省”的服務優勢，讓結婚新人和酒店商家實現“雙贏”。

電子商務是時代的必然產物

比爾蓋茨說：“21 世紀要麼電子商務，要麼無商可務。”互聯網自誕生以來，憑借著網絡技術日新月異的變革以及驚人的發展速度，使每個人的生活都發生了巨大變化。伴隨著網絡的不斷日益豐富和層次的多元化，電子商務的出現有效的利用了網絡資源，符合了時代的趨勢。筆者認爲，婚慶預定電子商務平台從根本上填補了傳統婚慶預定形式的不足。在互聯網時代，這樣的新興平台一定能夠發揮它的價值。

源自：浙江在線

垂直型 B2C 漸成新貴 她秀網深耕化

近日，阿里巴巴集團宣佈將淘寶分析成三家公司，這一舉動再度引發了業內關於淘寶的垂直化發展模式的討論。記者了解到，作爲電子商務主力軍的平台類綜合型 B2C 經歷鼎盛之後問題頻出，而垂直型 B2C 以其獨特的發展模式和巨大的投資價值日益引起各類風投關注。

在過去較長一段時間裡，電子商務網站以較低的價格吸引消費者，一些網站則在價格戰中不斷壯大起來。然而伴隨電子商務網站的爆發式增長，競爭壓力不斷增大，中小電商的利潤率已降至較低水平，繼續降價空間已經非常有限。

與此同時，越來越多的專業垂直類網站因爲注重銷售全過程的多樣化服務和客戶體驗，而贏得

投資者和消費者的認同與信賴。分析人士預測，在接下來的 5 到 10 年時間內，垂直類網站將迎來一波發展高峰。

如今，國內已經湧現出一批成功的垂直類網站企業，比如鞋類、樂淘網、化妝品類的她秀網等，垂直類網站的優勢在它們的專注和深耕，這份專業使得其在此領域的發展、運營等各方面得到了充分展現。

她秀網 CEO 張津銘稱，深耕包括三個方面，首先是技術上的深耕，尤其要注重用戶體驗，讓網頁界面更友好，布局更合理。其次是服務的深耕，推出美容知識免費培訓和一對一專家指導服務。第三是營銷方面的深耕，與愛麗網等多家網站開展多方面的合作。

作爲垂直型化妝品網上商城，

她秀網專注化妝品領域，爲 20-40 歲的女性用戶提供低價優質的正品化妝品網購服務，致力於打造國內最大、最專業、品牌最多、產品最全、資訊最新的化妝品商城。目前擁有 500 多個品牌，2 萬多種商品。而且商品價格比國內專櫃低 20-40%，比香港專櫃低 5-10%，並承諾“30 天退換貨、100% 真品、假一罰十、全國驗貨”等特色服務。

業內人士認爲，類似她秀網這樣的垂直型電子商務發展模式，未來影響會越來越大，垂直型 B2C 日漸成爲新貴，這是中小 B2C 的發展趨勢。作爲顧客，也希望所有的專業的貨品一定是在最專業、最方便的網站上購買。

源自：慧聰網

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、批發市場開拓
- 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 的搜索後排
- 推出西班牙語關鍵詞

2011 年 7 月 21 日
時間：15:13 VALLEY BL.
CITY OF INDUSTRY, CA, 91714
免費入場，請速報名
WWW.ABLEDDESIGNER.COM

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

Vertical B2C market analysis and trends.

沃爾瑪全球電子商務中國總部落戶上海

據美通社報導，6 月 27 日，沃爾瑪與上海市商務委員會在上海簽署了《關於推進沃爾瑪在滬發展電子商務合作框架備忘錄》，正式宣佈在上海設立沃爾瑪全球電子商務中國總部，發展中國電子商務業務。這標誌著沃爾瑪正式啟動了在中國市場的電子商務之旅。該總部將全面負責沃爾瑪電子商務在中國市場的運營及管理，直接向沃爾瑪全球電子商務新興市場執行副總裁龔萬仁 (Wan Ling Martello) 和沃爾瑪亞洲區總裁兼首席執行官貝思哲 (Scott Price) 匯報。

上海市副市長艾寶俊、沃爾瑪亞洲區總裁兼首席執行官貝思哲 (Scott Price)、上海市政府副秘書長、市商務委主任沙海林和沃爾瑪中國公司事務副總裁傅希孟 (Barry Friedman) 共同出席了簽署儀式。

根據《備忘錄》，沃爾瑪全球電子商務將積極把傳統零售業和電子商務領域積累的先進經營管理



經驗引入中國，並引進擁有國際化背景和豐富行業經驗的電子商務高端人才。雙方還將加強合作，共同做好電子商務領域人才培訓工作，共同推動電子商務這一新興產業的全面發展，促進產業轉型升級，促進經濟的可持續發展。

沃爾瑪全球電子商務新興市場執行副總裁龔萬仁 (Wan Ling Martello) 表示：“中國網購規模近年來迅速增長，未來幾年將接近美國網購市場銷售水平。我們非常看好中國電子商務市場的巨大發展潛力，此次選擇上海作爲我們的中國區總部，將爲中國消費者提供更豐富的質優價廉的商品選擇和更好的網上購物體驗。”

沃爾瑪亞洲區總裁兼首席執行官貝思哲 (Scott Price) 表示：“我

們非常興奮在中國正式開啓了電子商務的業務。中國是沃爾瑪公司在亞洲最重要的戰略市場之一，這裡的投資環境和無可比擬的市場發展機遇深深地吸引著我們。上海是中國的金融中心，有良好的投資環境、濃厚的電子商務發展氛圍、優秀的本土人才。‘十二五’期間，上海將創建面向未來的智慧城市，大力發展電子商務，符合沃爾瑪在中國發展電子商務的戰略。電子商務業務將成爲公司新的業務增長點。”

中國互聯網絡信息中心 (CNNIC) 統計顯示，截至 2010 年 12 月，中國網絡購物用戶規模達到 1.61 億，2010 年用戶年增長 48.6%。電子商務等消費方式受到越來越多的消費者，尤其是年輕消

費者的歡迎。

沃爾瑪百貨有限公司 (紐交所代碼：WMT) 在 15 個國家開設了超過 8,986 家商場，下設 60 個品牌，每周爲客戶和會員提供服務超過 2 億次。2011 財政年度銷售額達到 4190 億美元，全球員工總數超過 200 萬人。沃爾瑪帶領行業致力於可持續發展、企業慈善以及提供就業機會，詳情請登陸 www.walmartstores.com。在線商品銷售可登陸 www.walmart.com 和 www.samsclub.com。

沃爾瑪於 1996 年進入中國市場，在深圳開設了第一家商店。沃爾瑪全球採購辦公室於 2002 年設立於深圳。目前沃爾瑪在中國經營多種業態，包括購物廣場、山姆會員商店、社區店。自進入中國以來，沃爾瑪向中國的公益慈善事業捐款、捐物累計約 6,500 萬元人民幣。曾獲得多個獎項，包括“最佳雇主”、“最佳社區獎”、“供應商最滿意零售企業”、“最受贊賞公司”。更多關於沃爾瑪的信息，請訪問公司網站 http://www.wal-martchina.com。

台灣傳統產業集團卡位電子商務

據台灣《蘋果日報》報導，傳統產業集團積極擴大虛擬購物，統一超 (2912) 9 月底前擬投資 20 億元興建大型物流倉儲中心，擴大經營博客來、7-Net 與樂天購物網站，正式啟動電子商務 3 年營收倍增計劃。

另，富邦媒體科技與北京歌華合資成立富邦歌華商貿，預計第 3 季底，富邦 momo 購物台將在北京上線；而遠東集團旗下的 GOHAPPY 亞東電子商務網購，則是選擇與萬事達卡聯盟進軍中國網購市場。

統一流通次集團號稱台灣最大零售集團，旗下事業從超商、藥妝、輕食、百貨等都有，而集團也不放過虛擬購物商機，近期準備擴大經營，其他競爭對手也積極備戰。

統一超拼 3 年業績倍增

統一超掌握台灣最大的網路書店博客來，去年獲利幾乎賺進一個資本額，總獲利 1.88 億元，持股 5 成統一超認列獲利約 9451 萬元。

富邦購物台擬北京上線

因看好成長性，統一超決定加碼，擬投資 20 億元興建大型物流倉儲中心，擴大經營博客來、7-Net 與樂天購物網站，目前正在桃園以北找點，估計最快 9 月前完成。

博客來年營收從 2007 年的 20 億元，到 2010 年則大增 1 倍，達 40 億元規模。統一超主管表示：“透過虛擬網路及實體通路的結合，能創造最大的功效，期望相關電子商務業績 3 年內能倍增。”

至於稱霸台灣電視購物的富邦媒體科技，富邦媒體科技總經理林啟峰說：“先與北京歌華合資成立富邦歌華商貿，股本約 1 億人民幣 (約 4.47 億元台幣)，目前正等審查流程，估最快第 3 季底前，購物台可在北京上線。”

富邦分析，中國 2009 年電視購物市場規模約 234 億人民幣 (約 1046 億元台幣)，去年已破 500 億人民幣 (約 2235 億元台幣)，成長快速，加上中國現有 1.8 億有線電

視用戶，遠高於台灣的 600 萬戶，潛在商機驚人。

富邦媒體科技去年營收 150 億元，今年訂出 210 億元目標，年增 4 成，去年每股純益約 8.12 元，算是富邦集團中的小金雞母。而集團有意未來推動上市。

亞東電子商務 4 月成軍

至於百貨大咖遠東集團，手上有遠百、太平洋 SOGO 兩大百貨體系，旗下 GOHAPPY 亞東電子商務網購也於 4 月獨立成軍，整合集團相關零售資源上線銷售，近期還要跨足中國市場。據了解，遠東集團計劃第 3 季與萬事達卡聯盟合作，針對其中國卡友銷售台灣商品，並可寄送至對岸，佔能拉高不少業績。

集團名	旗下虛擬購物事業	今年擴大經營方向	2011年虛擬購物版圖 (估)
統一超	博客來、7-Net 與樂天購物網站	9月底前投資20億元興建大型物流倉儲中心	50億元
富邦	富邦momo購物台	●與北京MSO歌華合資富邦歌華商貿公司，資本額約4.5億元 ●第3季底北京上線	210億元
遠東	GOHAPPY亞東電子商務網	第3季與萬事達卡聯盟聯手進軍大陸市場	10億元

資料來源：業者、法人

2011 年美國消費者對網上銀行的滿意度較去年有所提升

iResearch 艾瑞諮詢整理 ForeSee Results 的最新報告時發現，若將美國網上銀行按規模及種類劃分爲五類 (分別爲：Top1-5: wells Fargo 等；Top6-10: US Bank 等；大銀行：HSBC 等其他一些非 Top10 的國家及區域銀行；社區銀行；信用社)，而在 2011 年，這五類網上銀行的消費者滿意度得分都有不同程度的上漲。其中大銀

行的滿意度得分 (87) 在一年內增加 5 分，不僅上漲的幅度最大，並且首次超過信用社的滿意度得分 (86)，成爲五類中得分最高的。

艾瑞諮詢分析認爲，相比傳統的櫃台業務辦理，網上銀行節省了消費者排隊所耗費的時間和精力，並且根據 ForeSee 去年發佈的 2010 年美國網上金融服務研究報告顯示，在各項網絡服務中，網上銀行

的滿意度得分最高，說明網上銀行交易已獲得美國消費者的認可。方便、快捷的業務辦理以及高質量的個性化服務吸引著消費者，因此消費者對網銀的忠誠度和滿意度也在不斷的交易往來中得到加強和鞏固。

源自：艾瑞諮詢