

# 貝索斯眼中的卓越亞馬遜： 比上市公司增長更快

【本報訊】雖然中國電子商務市場競爭激烈，但亞馬遜 CEO 貝索斯對卓越亞馬遜發展非常有信心，他認為卓越亞馬遜要比中國最近上市的一些公司規模更大、增長更快。貝索斯在近期接受海外媒體採訪時，給出了卓越亞馬遜高度評價，他認為卓越亞馬遜在中國“很成功”。

從 2004 年 8 月亞馬遜收購卓越網以來，亞馬遜在中國本土化的業務發展已經經過了 7 年時間。貝索斯坦言目前中國業務發展的規模，要比當初他預計的大很多。

近期中國公司的扎堆赴美上市引起新一輪的中國概念狂潮，貝索斯認為，卓越亞馬遜這幾年的發展，事實上要比這些上市公司規模更大、增長速度更快。

“有時候，我們聽到媒體說，某某公司宣稱他們要成為中國的亞馬遜，但我們認為，卓越亞馬遜才是真正的中國亞馬遜。”貝索斯說。

海外巨頭在中國面臨水土不服的情況，是這些海外公司永遠需要面

對的一個問題。貝索斯說，他認為在很多情況下，大部分跨國公司犯了一個大的錯誤，就是他們中國區負責人一心想讓他們的美國老板滿意，而不是他們的中國顧客滿意。

“我們在努力使中國顧客滿意，這也是我為什麼在中國成功的原因。”貝索斯說。

目前卓越亞馬遜在中國的發展戰略是，採用全球統一模式，並且根據本土市場的需求定制一些服務。

根據中國市場的特色，亞馬遜僅僅在中國市場推出了一些服務：比如建立自己的配送團隊“卓配”，這家快遞公司在今年將配送超過 1000 萬單的貨物。另外，用戶在下單前根據地址能夠了解預計送達的日期，並且有 15 個城市免費享受“當日達”服務。

不久前，卓越亞馬遜選將運營多年的“我要開店”和“亞馬遜物流”模式引入中國，為賣家提供商品陳列、推廣營銷、支付以及後端的倉儲、物流、客服等服務，正式開放第三方賣家平台。

# 中國電子商務的渠道之爭

本周有兩則與好樂買相關的消息。7 月 5 日，好樂買宣布與 Crocs 品牌達成戰略合作夥伴，成為其目前唯一授權合作夥伴，好樂買不僅將運營 Crocs 旗下官網電子商務平台，還將為 Crocs 提供遍佈全國的配送體系。另一條是百麗已經悄然停止了原本與包括好樂買在內的鞋類 B2C 平台合作計劃，暫停其自有品牌 STACCATO、BELLE、Tata 等女鞋的授權。

這兩則消息反映了傳統製造商對於電商渠道糾結的心情。電子商務的快速發展已經引起傳統企業的高度重視，然而電子商務的做法又和傳統商業模式不太一樣，因此借助一些成熟的第三方電商渠道，如淘寶商城來試水電子商務不失為一種穩妥的方式。相對於自建電商渠道而言，第三方渠道具有穩定的客流以及成熟的支付、物流等配套服務設施，借助第三方渠道能夠以較經濟的方式快速發展。同時對電商渠道商而言，引入新的產品也能通過範圍經濟效應提高營收和利潤，這就是一些 B2C 網站紛紛開始做平台的原因所在。

然而傳統製造商和電商渠道並不完全是你情我願、親密無間的關係。出於對電商渠道未來政策不確定性的擔心，加上電商渠道在合作中通常處於強勢地位，傳統製造商在開展電商時並不甘心僅僅依賴於第三方渠道，最終建立一個自己具有掌控權的網上渠道則是終極目標。

目前電商渠道與傳統製造商合作中，最常見的模式是電商渠道根據銷售額進行提成，並且是在商品出廠後才與供貨商進行結算，基本上不需要承擔經營風險。這種模式反映了電商渠道的強勢地位，在雙方的談判中具有更強的議價能力。渠道為王，在傳統市場和網上市場均表現了這一特點。然而渠道的強勢並不是一成不變的，通常具有較強的品牌認同感、很難被替代的產品會具有較強的議價能力。

正如一句俗語所言，“店大欺客，客大欺店”。無論是傳統製造商還是電商渠道，繼續擴大自己的優勢，增加自己的議價能力，才能在電子商務大潮中取得更大的發展。

源自：北京商報

# 微軟將與英國數字營銷公司 Yell 合作銷售網絡廣告

微軟將與英國印刷與數字營銷公司 Yell 建立合作關係，共同在必應和雅虎網站上面向中小企業銷售網絡廣告服務。

Yell 的客戶主要位於英國、西班牙、拉丁美洲和美國。微軟和 Yell 周二表示，它們計劃銷售搜索、手機和本地廣告服務以及微軟的雲服務，如 Office 365、Dynamics CRM 和各種通信軟

件。微軟中小企業產品副總裁托馬斯漢森 (Thomas Hansen) 在聲明中表示：“Yell 集團擁有全球規模最大的專業銷售團隊，它們與中小企業保持著良好的關係，它們為客戶提供寶貴的互聯網目錄服務，每月獨立訪問量超過 5000 萬人。”

微軟目前正在洛杉磯舉辦今年

的全球合作夥伴會議 (Worldwide Partners Conference)。許多合作企業都會在這項一年一度的大會上宣布彼此或與微軟建立聯盟關係。今年的會議吸引了 12000 多人參加。

微軟首席執行官鮑爾默周一在全國合作夥伴會議上發表演講時鼓勵企業用戶使用雲服務。

源自：賽迪網

# 2015 年中國或將成全球最大電子商務市場

【本報訊】據了解，波士頓諮詢公司 (BCG) 最新發布的一份調研報告指出，中國已是一個數字化國家，到 2015 年或將成為全球最大的電子商務市場。

報告指出，中國已擁有世界上數量最多的互聯網用戶，到 2015

年，將有約 3.3 億消費者在網上購物。中國網民在對產品發表評論方面較為領先，42% 的消費者曾經發表過產品評論，而美國這一比例則不到 20%。

報告指出，互聯網對中國消費市場的影響不僅僅限於一線市

場，小城市的中產階級、特別是三四線城市的消費者也十分樂於接受網絡的口碑傳播。

與此同時，BCG 調研顯示，近 75% 的中國消費者計劃在未來 12 個月內加大消費力度，而發達國家的這一比例平均不到 10%。

# Groupon 進軍大件商品領域 推出汽車團購服務

【本報綜合報導】7 月 12 日，全球最大團購網站 Groupon 推出了首張購買或租賃汽車的優惠券。此舉意味著 Groupon 開始向相對價交易服務擴展。

本周二，Groupon 推出其第一筆汽車團購交易，預示著該公司將擴展到大件商品領域。據路透社報導，Groupon 提供了在底特律拉封丹汽車公司 (LaFontaine Auto) 購買或租賃新車或二手車的優惠，每輛 500 美元優惠 199 美元。

此次團購將持續到本周三，到週二下午還無人購買。拉封丹汽



拉封丹汽車公司銷售經理鮑伯·米爾納 (Bob Milner) 表示：“我開始對大件商品能否團購成功持懷疑態度，但他們說服了我去嘗試。”

車公司銷售經理鮑伯·米爾納 (Bob Milner) 表示：“我開始對大件商品能否團購成功持懷疑態度，但他們說服了我去嘗試。”

米爾納稱，每位客戶 Groupon 將從中收取 400 美元，相當於這家汽車經銷商為銷售一輛汽車支出的廣告費用。他還表示：“我不認為這對我的業務有什麼不好，如果我能讓客戶到展示廳購買汽車，這種方法就很好。”

據悉，Groupon 的註冊用戶為 8000 萬，通常為消費者提供小件商品的折扣服務，比如餐館、影院、SPA 等。在每項交易產生的收入中，Groupon 通常按 50% 的比例分成。進軍大件商品交易服務，意味著 Groupon 將取得更為可觀的收入。

“進軍購買和租賃汽車交易的前景非常吸引人。”哈佛商學院助理教授本·埃

德爾曼 (Ben Edelman) 說。之前本·埃德爾曼向來不怎麼看好 Groupon。“某種程度上說，Groupon 仍舊可以取得每筆交易收入 50% 的分成，那可是一大筆錢。”

本·埃德爾曼說。本·埃德爾曼稱，事實上 Groupon 最近已經開始了幾項高價交易的服務。比如為消費者購置房產提供 500 美元的返還金。

不過，汽車團購可能會面臨一些問題。本·埃德爾曼提醒說，“事實上，Groupon 提供的優惠額只占購買或租賃一輛汽車成本的很小一個比例。這基本上是等於消費者與 LaFontaine 簽署購買或租賃協議，這將使消費者和汽車經銷商的議價機會喪失，導致汽車經銷商可能會標出比實際更高的價格。”



本·埃德爾曼分析，在很多 Groupon 的優惠交易中，如餐廳和水療的價格都是公布出來的，客戶知道他們得到多少優惠。他解釋稱，但在汽車交易中，客戶不清楚折扣是多少。“在高價交易折扣服務蓬勃發展之前，Groupon 需要解決這個問題。”他認為：“如果他們能解決這個問題，這種交易還是有前途的。”

上個月，Groupon 申請 IPO，準備融資 7.5 億美元。但業界一直有批評說，Groupon 的商業模式可以被新創公司或大型網絡公司輕易地模仿。谷歌最近推出了團購服務：亞馬遜也於本月推出了被稱作 AmazonLocal 的團購服務。

# 雅虎力圖扭轉頹勢 推新廣告網絡

【本報訊】雅虎網站的網民訪問時間一直在減少，為了扭轉影響力日趨減弱的不利局面，雅虎在開發相關產品，使其更多的內容和廣告出現在其他網站上。

這是雅虎首席執行官卡羅爾·巴茨 (Carol Bart) 為恢復雅虎營收增長而採取的最新一項舉措。自 2009 年執掌雅虎帥印以來，她一直在大刀闊斧地降低成本，但最近幾年雅虎的營收幾乎沒有什麼增長，一直在 60 億美元上下徘徊。巴茨曾試圖通過與微軟達成搜索合作協議推動營收增長，但迄今為止，公司搜索業務營收下滑的趨勢並未得到遏制。

雅虎發言人稱，該公司目前尚沒有需要向外界公布的消息，正在開發幫助出版商強化他們網站的新技術。雅虎首席產品官布雷克·歐文 (Blake Irving) 去年在接受採訪時說，“我們希望人們在互聯網上享受個性化的體驗。目前，互聯網體驗還不夠個性化。”

雅虎已經有一個廣告網絡，年營收約為 4.5 億美元。在這個廣告網

絡上，網站可以決定廣告在網頁上顯示的位置，以及網頁上的內容類型。雅虎的營銷材料稱，在新的廣告網絡上，雅虎對廣告在網頁上的位置將有較大的控制權，“廣告客戶會感到更安全”。

雅虎已經在旗下網站上採用了個性化技術，許多網站按每月獨立訪問用戶數量在同類網站中都是領頭羊。例如，對於在雅虎網站上閱讀許多體育類文章的用戶，在訪問雅虎主頁時會看到體育類而非娛樂類文章的鏈接。雅虎稱，個性化技術使廣告的點進率翻了一番。

消息人士透露，作為計劃今年晚些時候推出的廣告網絡的一部分，雅虎希望娛樂網站和人氣頗高的博客能在網頁上安裝該公司的新軟件，新軟件可以根據用戶的個人愛好發布文章和視頻。

上述消息人士稱，雅虎希望這一“內容個性化”技術能增加網民訪問這些網站的時間。雅虎將通

過這些內容銷售價格最高的廣告，並與這些網站分成收入。業內專家稱，廣告網絡的分成比例通常約為 50%。

上述消息人士稱，負責網絡和內容個性化計劃的是歐文和雅虎銷售業務掌門羅森·萊文索恩 (Ross Levinsohn)，他們一直在與出版商和廣告客戶商談在網頁上使用 widget 的計劃。目前尚不清楚是否有出版商簽約使用雅虎的新服務。widget 就像是位於網頁左側的一個小尺寸的標籤，如果被點擊或自動觸發，將展開為一個尺寸較大的窗口，裡邊的文字、視頻或與網頁上的內容有關，或符合用戶的興趣。

一名消息人士稱，這是歐文自去年加盟雅虎以來一直在從事一項名為“Play the Web”的戰略的一部分。該戰略的目標是創建一個由互聯網開發者和媒體出版商組成的生態系統，他們可以利用雅虎的

技術提高網站對用戶的吸引力，同時為雅虎帶來收入。

雅虎的 widget 軟件面向任何網站，但知情人士表示，它對缺乏先進技術或掌握的用戶個人興趣數據不如雅虎多的中小型網站更有吸引力。

一名消息人士稱，根據不同的需求，雅虎將向不同的出版商提供不同的 widget 控制權限。

傳媒公司 Source Interlink Media LLC 總裁克裡斯·阿根提日 (Chris Argentieri) 表示，對於雅虎而言，這可能是明智的一步。但部分業內人士對雅虎的計劃提出了質疑。視頻廣告網絡 Brightroll 首席執行官托德·薩塞多蒂 (Todd Sacerdoti) 說，總體而言，雅虎“在為其他網站開發廣告產品方面的記錄並不好”。但是，如果這次嘗試成功，雅虎核心的廣告業務將得到提振，有助於雅虎收集有關用戶個人興趣的新資料。

# 盛大高調進軍電子商務 品聚網獲 20 億投資

【本報訊】近日，中國媒體盛傳，C2C 電子商務網站“品聚網”將於 10 月份正式上線，盛大集團作為重要投資方已確定聯合其他兩大投資方將向“品聚網”投入 20 億元進入電子商務領域。該網站是由葛斌斌領銜創立的，他透露，盛大集團目前的投資佔比約為 40%，其他兩大投資方情況暫時不便透露。

易觀國際分析師陳壽送表示，目前 C2C 市場已趨於飽和，且 C2C 在整個電子商務領域裡的比重持續下降，如果盛大投資 C2C 的話，機遇不是太好。由於淘寶在 C2C 領域一家獨大，盛大進入該領域困難重重，甚至有外界猜測盛大“葫蘆裡到底賣的什麼藥”。葛斌斌則認為，雖然淘寶目前占據市場大部分份額，但淘寶仍然存在一些缺點，如假貨較多、信息量繁雜；品聚網將解決這些問題進而挑戰淘

寶的霸主地位。昨天，淘寶方面則表示“對盛大要超越的說法沒必要回應”。

據葛斌斌介紹，品聚網已完成技術搭建，正在內測，同時正在大規模招募電子商務人才，9 月份將啟動招商工作，預計今年 10 月份可以正式上線。除了盛大等三方的 20 億投資外，品聚網還將引入其他投資者，但目前不便透露具體情況。盛大旗下盛付通是品聚網指定的第三方支付平台，也會考慮接入支付寶等支付平台。據悉，盛付通已經進入央行第一批公布的第三方支付工具牌照申請名單，將借品聚網進一步展開支付服務實踐。

葛斌斌表示，盛大此次強勢介入電子商務行業，主要出於兩個方面的考慮。首先是戰略布局，盛大集團曾憑借經典網游《傳奇》獲得巨大成功。如今，盛大在電子書、數

字出版、網絡視頻、無線業務等領域也相繼揮出重拳。最新的財報顯示，2010 年盛大淨營收比上一年增長 7%，其中新業務的增長起到了非常重要的作用。當到甜頭之後，盛大著手進入電商行業也顯得順理成章。其次，電子商務行業的巨大潛力也是盛大進入的重要原因。艾瑞網預計未來 3-5 年內，中國電子商務市場仍將持續穩定的增長態勢，2013 年有望突破 10 萬億元，盛大不願意錯過這個巨大的市場。

早在今年 3 月，葛斌斌曾對外披露盛大將投資成立御網科技公司進入電子商務 C2C 領域，與淘寶網直接競爭，由葛斌斌親自掛帥。御網科技曾計劃一年內規模追上淘寶網，達到國內第二名的位置，三年後上市。但當時並未透露盛大的投資金額和該 C2C 網站的名稱。

**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
- SPO, SEM 網上行銷要點
- 多語言廣告的重要性
- 如何開發西班牙語市場
- 如何在 Google 的搜索後先推出西班牙語關鍵字

2011 年 7 月 21 日  
時間：上午 9:00 - 5:00  
地點：LITTLE VALLEY HILL, STEVENAGE INDUSTRIAL, CA 91016

免費入場，請速報名  
WWW.ABLEDDESIGNER.COM

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

**美國華僑進出口商會**  
American Chinese Import & Export Association

**美國華僑進出口商會 2011 年換屆選舉結果公告**

本商會在創會會長、榮譽會長、眾多資深會友和廣大會友的積極參與和支持下，於今年 6 月 30 日完成了換屆選舉工作！

參與本次投票的有創會會長：陳本昌博士、榮譽會長：吳翼軍、蘇蒙娜、劉卓、彭聖師、李學海、畢東江、江文輝、夏抗生。  
會長：呂家驥、資深理事：林一雄、劉于文、夏麗芳、梁碧娜、陳恩安以及廣大會友。

美國紐約、美國其他州、中國各分會總計 80 票。

本屆當選人員：  
會長：賴唐立  
副會長：姚定康、葉丹、梁碧娜、李桂良、王春生  
分會會長兼（總會）副會長：陳恩安（廣東分會）、鄭增華（波士頓分會）、宋湘（湖南分會）候補分會會長：羅婷（康州分會）

美國華僑進出口商會選舉委員會 敬告