

# 淘寶網：如何在本土打敗 eBay

### 2003年之前，在中國國內C2C市場上除了易趣，幾乎沒有什麼其他的競爭對手。但是淘寶的出現卻打破了這個格局。

淘寶網的誕生過程可以看成是阿裏巴巴發展史上的一個經典戰役。2003年2月，馬雲和公司的高管在辦公室裏召集了大約十來名阿裏巴巴的員工。談話的內容是一個意思：公司有一件秘密任務需要他們去執行，如果願意去，那麼就在桌上這份協議上簽字；如果不願意去，那就離開辦公室。但無論是否願意，都必須簽署保密，如果簽了這份協議，那就必須與一個團隊工作一陣子，甚至連家也不能去。也許是出於探求秘密的天性，所有的人都簽署了那份協議。這份協議誕生了淘寶網，而這十幾個人組成了淘寶網製作的核心隊伍。

淘寶網成立之初，就面臨著易趣的殺戮。當時的情況是，2003年6月12日，eBay正式入主易趣。eBay是全球首屈一指的個人、企業間網上交易市場，而易趣在網上交易市場則是C2C市場。易趣與國內志氣要挾中國C2C市場。面對如此實力超群的對手，淘寶網並沒有正面迎戰，而是採用了迂回策略。淘寶網與易趣競爭的第一個策略就是免費。當時其他網上拍賣網站的收費方式主要是三方面：一、交易服務費，成交以後收取2%左右的服務費，不成交不收費。二、登

錄費，線上上傳的商品都涉及到0.1元到1元不等的登錄費。三、推薦位費(櫥窗展示位)，置頂或者排在首位等各種各樣的推廣費用。而淘寶網則是全部免費。這對於在互聯網上做買賣的生意人來說，不啻於天上掉下來的餡餅。如同在現實世界中，對商販取消營業稅、免除了鋪面租金，這是何等的誘惑。

淘寶網的免費策略讓收費的易趣網吃了不少苦頭。截至2003年底，淘寶網一共吸收了大約30萬註冊會員，其中也包含了一部分易趣的會員。

淘寶網也明白，如果沒有一個完善的交易服務平台，僅僅依靠免費是遠遠不夠的。因此在淘寶成立之初，馬雲就將阿裏巴巴「客戶第一」的價值觀移植到淘寶。他頻繁地與自己的會員進行各種各樣的溝通，搜集各種各樣客戶的需求，為了一個問題，可以在論壇裏跟淘寶的會員泡到深夜，建立強大的淘寶支援，用免費的方式做出比收費更好的服務。對於客戶，馬雲對他們的要求是用心去服務，對於技術人員，馬雲對他們的要求則是做出不需要服務的產品。

除了交易費的免除，提供良好的服務平台之外，淘寶網的競爭，淘寶網的另一個重要的舉措就是推出了「支付寶」。與作為直接經

商之當、卓越不同，類似易趣、淘寶的網上賣場只提供交易平臺，對買賣雙方並無絕對的約束力，如果貨款或是商品出現了問題，只能由買賣雙方承擔。實方為了保護自身利益，通常會採用「款到發貨」模式，在這種情形下，即便有以往交易記錄作為考量，買家仍要承擔非常大的交易風險，這是誰都不願意的。

這也是之前幾年，成交數量不大，但金銀低低的主要原因，買賣雙方都處於小心試探的階段。所以如果不解決支付風險問題，網上交易很難有更大的進展，市場容量也就不可能擴大。買賣雙方以及整個市場都在呼喚第三方支付仲介的參與，以保證交易的順利進行，然而每個人都知道「福利市場」，誰肯出來承擔這個風險呢？易趣沒有做到，其他對手也沒有做到，這無疑是市場之需，淘寶抓住了。

2003年10月，淘寶抓住了支付風險這個人人回避的市場空白，試探性地發佈了「支付寶」服務。買家將款項打入淘寶提供的第三方支付帳戶，當收到貨物之後再將款項支付給賣家。這無疑大大降低了買賣雙方的風險。買賣雙方此舉當然是雙贏手勢，由此淘寶的會員註冊數和成交率便節節攀升。

據淘寶網公佈的資料顯示，目前淘寶網註冊會員數超過5,300萬，利用強大的資本實力，採用免費招徠高舉高打的策略受到普遍的懷疑——如何在免費和企業盈利之間進行協調，是一件難事。對於免費，馬雲一直情有獨鍾。他覺得收費應該等到整個市場成熟之後；「淘寶一旦收費就必須盈利，就像阿裏巴巴收費的第二天就賺到了錢。如果收費了還是虧損，收費也沒有什麼意義。現在我寧肯先把網做的，雖然對盈利並不擔心。但是天下沒有永遠免費的午餐，早在2006年，淘寶就推出了「淘寶商城」。目前，已有近10,000家品牌廠商在淘寶上開設了專賣店，其中包括寶潔、摩托羅拉等國際大牌，也包括聯想、愛國者、李寧等國內知名品牌。淘寶正在通過B2C，得以向商家收取服務費來緩解免費模式的壓力。

馬雲2005年就曾預測說：「我們甚至可以輕鬆地賣廣告。」3年後，淘寶網資料顯示，一季度的淘寶網同時線上商品數超過1.4億件，同時對接巨大的廣告市場，馬雲的確應該對未來充滿信心。

作者：張健

## 線上市場世界將在舊金山再次舉行大型會展



【本報記者胡安 (Juan Yanez Carra) 報導】「線上市場世界」將於10月1日至3日在舊金山第二次舉行大型會展，該公司總經理 Michael Doyle 表示，今年的會展將從去年的兩天延長至3天，以滿足迅速增長的線上銷售商和營銷商的交流需求。45個以上的分組會議將深入與電子商務的各個具體領域，包括網站設計、媒體、搜索、增長策略、視頻、移動等。

「線上市場世界」的創始人 Jeff Chase 具有20年的會展經驗，許多著名的公司參加過他所組織的會展，從出售寶到防身片。「線上市場世界」的創辦不是偶然的。Jeff Chase 和他的團隊一直密切關注高科技產業，並參與組織了一些 IT 企業如 eBay, PayPal 和 Google 等的慶事活動。隨著時間的推移，並通過與參與展商之間的交流，他發現電子商務領域存在廣泛的交流需求，並且不能把交流活動僅僅局限於線上銷售和營銷的某些狹隘的方面。

「線上市場世界」在2007年舉辦的會展吸引了全球1,755個參與者，預計今年與會的人數會更多。該公司高級副總裁和首席分析師 Lisa Morgan 表示，今年還建立一個線上社區，並製作了一些多媒體產品，包括電音節目、播客、博客、通訊等，並邀請專家、參展商、贊助商和社區成員包括與會者積極參與。她指出與會者將得到以下好處：

1. 特殊問題的解答——「線上市場世界」極為重視採用互動形式，約有一半的時間有親身參與互動；2. 可變的洞察力——與會者將可以明確地瞭解最需要的趨勢，並明確地瞭解最需要的線索；3. 選擇的自由——「線上市場世界」為大家邀請了大量的各個領域的資深專業人士，可以提供具有很大選擇餘地的解決方案。

有關詳情請上網 [www.onlinemarketworld.com](http://www.onlinemarketworld.com)。

# 簡潔的網頁設計幫你拉顧客

美國 Smashing Magazine 刊登文章介紹怎樣以簡潔的風格來留住消費者。

文章指出，最近很多電子商務網站在瀏覽頁面上放上了大量信息。而他們「牛牛不棟」的邏輯很简单：信息越多，用戶越多。不巧的是，網上購物的入總是挑挑。Jacob Nielsen 報道說網路用戶在挑選和購買的過程中，變得越來越急躁。他們不會根據分類或產品介紹，「花時間到網上查找信息，大部分入更願意使用方便的搜索引擎。如果用戶找不到想要的，這筆交易就告吹。

這就使得簡潔的網頁設計成關鍵。特別是你要需要量大的時候，它能夠讓用戶更快地找到資訊。如果一個網頁充斥著大量無用的文本、widget 或無關的產品，那麼這個網頁可以說已經作廢了。

不過，有些電子商務網站恰恰相反，他們喜歡讓「多點開花」，以圖給潛在的用戶盡可能的選擇。在網頁上添加了許多無用的信息、廣告和無關的對白。而不是清楚的一個網頁一件產品。

更少的產品意味著更多的關注。許多網路公司可能忘記了一條電子商務的基本規則：網路購物越簡單越好。可以在亞馬遜幾下滑鼠就買到的 DVD，誰也不想駕車跑幾公里外去買。如果購物的過程簡單快捷，顧客甚至不會介意多花點錢或等多些時間。

蘋果公司已經完全掌握了極少主義藝術網頁設計。如果你打開他們的主頁，只會看到三樣東西：一個簡單的頂部導航主體部分的一件產品。在側擊部分的产品相關連結。除了標準的頁腳導航，整個主頁僅由這三個部分組成。

在產品頁面，你第一眼就能瞭解這個網頁是關於什麼的：iPhone。產品本身佔據了大部分的面積，周圍是 iPhone 的特點和一個應用程序。但更重要的是，我們要瞭解這個網頁上沒有什麼：

無關的側邊欄廣告過多的重複

混亂的排版。如果公司用一個舒適的頁面展示了足夠多的信息，展示大量的信息沒有錯，只要讓它看起來並不多。這樣同樣可以看到所有的信息，連結和圖片排列在 iPhone 的周圍，同樣發揮了作用。其他沒有任何無關的廣告或無用的其他產品信息。

這兒有一組經過實踐考驗的方法，任何設計師或網頁開發者都可以學到，免費獲得相關的頁面都看看。

如果你需要的，簡單的網頁設計中最重要的一個方面就是，只展示你要賣的產品。但這不是說你不能向用戶展示大量的信息。你只需要確定用戶想瞭解更多的信息。結果大量使用「Learn more」連結達到這一點。

減少點擊次數。顧客到理想要買的產品點擊次數越多，對你來說可能的回報就越高。可別讓顧客男男剪剪來去你的產品。

「易學」規則。如果你的奶奶(或任何老年客戶)可以通過你的網站瞭解如何購買產品，那麼該產品被購買的機率就很大。無用的信息會很快把你的奶奶搞暈。

減少分欄。你每增加一個分欄，顯示內容的空間就減少一點。顧客不想要的東西佔據了太多的版面，這就無法強調主要的產品。

儘量減少操作功能表。展示產品應當盡無無關的干擾，推動顧客購買的進程。顧客在選購時都希望儘可能少的思考，讓顧客有更多思考的空間並專注於購買的過程。

保持整潔。一個乾淨的設計可以讓訪問者心情愉快。多花點時間確保你的網頁佈局美觀，這樣才會有回頭客。

作為設計師應該從顧客的角度審視網頁設計。你會在自己設計的網站上購物嗎？

Bell.ca 只使用很少的色彩來展示品牌，而給瀏覽者的操作功能表只主導航欄。注意設計師是如何安置這麼多不同的功能表——購物導航，還要同時照顧

到私人企業客戶。網頁不僅不凌亂，反而顯得簡潔明快，提供了很多功能表，但並沒有迫使讀者去一一瀏覽。同時也注意到頂部的產品導航設計得有多聰明，我想沒有誰會去錯產品了吧。

Shoguru.ca 展示了一個完全以上訴和產品為中心的設計。似乎產品本身就是一名推銷員。網頁上除了產品毫無其他無關的東西；甚至連導航菜單都「少得可憐」。

Etsy 在主頁上放置了如此多的信息卻絲毫不顯凌亂。簡潔是網頁佈局的樣板。Etsy 的產品目錄很繁雜，但優秀的設計使其顯得輕鬆複雜。事實證明，一個實用性的主頁也可以有很好的商業效果。

Crupress 是一個文雅的文書網站，沒有什麼娛樂成分。主頁上有大量的文本，並沒有視亂用戶的思維。頂部的導航很醒目，但也只需要一眼就能瞭解。所有的設計元素水乳交融。

Toycobuy 是個有趣時髦的銷售日本產品的網站。網站沒有浪費寶貴的空間來介紹產品，而是把他們擺放在無窮的右側。網站使用大量的留白使得用戶能夠快速清楚地

欣賞每個產品。誰也忍不住要點點幾個偶貨好好瞧瞧。

Furious Tees 相對前面幾個網站更注重圖形設計，主要有兩點作用：體現網站活潑的基調。清楚的顯示所有的襯衫只賣 19.99 美元。

訪問者也不會忘了 Furious Tees 是賣什麼的，產品不都在前面嗎？把產品都放在主頁對於那些銷售新產品的網站特別有益。因為通常人們都不會去找這些東西。

但是把產品都集中放在主頁上，很容易把佈局搞亂。Furious Tees 很好地避開了這些問題。他們把關注點集中在 T-shirt 和圖騰的設計上，沒有在網頁上放任何個過渡或是廣告。

Basecamp (37 Signals) 混合不同種類信息來銷售產品，恐怕沒有比 37 Signal 的專案管理工具 Basecamp 更牛 B 的了。但網頁上的信息數量恰到好處。每個詞語，每個圖片都經過權衡。如果沒有足夠的信息，用戶不會浪費時間去理解產品；太多的信息用戶也無法招架。

得當的頂部背景色彩和公司徽

## 電子商務系列漫談之卅三 混合搜索優化

目前，搜索引擎查詢結果中出現了越來越多的各類形式的檢索，如視聽、新聞、圖片、地圖等，而非純粹網頁檢索。

顯然，搜索引擎將融入更多的形式各異的檢索混排於現有檢索排序中！

參閱如下 20 種常見混合檢索形式：

Image Results  
Online Video  
New Results  
Blog Listings/Results  
Book Listings  
PDFs  
Local / GEO Search Listings

Traditional Text Link Results aka Web Search  
Product Search  
Catalog Search  
Movie Search  
Music Search  
Map Search  
Health Search  
Celebrity Search  
Job Search  
Recipe Search  
Financial / Stock Search  
People Search  
Comparison Search

混合排序的出現是一種信號，也是一種態度。搜索引擎往前邁

躍，更積極地取悅於其用戶。千萬萬的查詢者。

混合排序是一個新生物，搜索引擎在探索中，怎樣的混合排序較為理想。

面對如此局面，企業何以應對？企業如何平衡這種混合排序，做好網站優化呢？

1. 理解用戶，不僅是真正關心資訊的資訊，還應包括正確的資訊訊息。搜索引擎排序中，排名第一或排名第二的重要性在下降。因為混合排序的出現，使得搜索用戶有更多的選擇，快速選出他她所關心的直接信息。譬如，當業

人查詢「mp3 播放器安裝」時，教導如何安裝播放器的多媒體檢索，遠遠地優於相關網頁檢索。

2. 調整關鍵字競爭策略，向綜合的平衡的網站優化方向發展。

當某一關鍵字競爭已進入白熱化，排名爭奪變得艱難時，除了轉向長尾關鍵字爭奪外，重組視頻文檔、pdf 文檔、語音文檔、圖片文檔等的充分優化，我們依然有機會佔據關鍵字排名的有利位置。

全能網站設計與排榜  
Ahhdesignserver.com  
626-618-0777, 1-877-628-9888

## Top Schools Consulting Group 名校升學教育學院

名校升學教育學院擁有多年辦理留學的經驗，在美國和中國設有多家留學中介機構。精辦中國及臺灣留學生赴美留學，服務範圍廣，可辦理從小學到大學的留學生，並提供住宿，課後輔導，升學規劃等一條龍服務。

Cell: (626)831-6928  
Phone: (626)572-6588  
Address: 227 W. Garvey Ave. #D Monterey Park  
聯繫人: Paul Chen

## 中華商報 訂報單 Order Form

CHINESE BIZ NEWS

姓名(中文): \_\_\_\_\_ Name(English): \_\_\_\_\_  
寄報地址(Mail Address): \_\_\_\_\_  
電話(Tel): \_\_\_\_\_ 傳真(Fax): \_\_\_\_\_  
訂閱:  半年 \$38,  全年 \$50,  兩年 \$80.  
支票抬頭請寫(Make check to): Chinese Biz News  
10501 Valley Blvd., #1199, El Monte, CA 91731  
Tel: 626-618-0518 Fax: 626-213-3705  
我們接受信用卡(We Accept Credit Card)