

网络消费

网络购物体验:
“上门自提”

□丁宁

很多不会使用网银支付的消费者,都喜欢电商的“上门自提”服务。这样一来,便可见到商品的实物,购买起来心里更加踏实。不过话又说回来,上门自提可不意味着“先看货后交款”,而同样是“先交款后看货”,所以其“风险”并不比网上支付小多少。

京东:先款后货,退换货相对简单

为了让消费者能够买得放心,京东在多年以前便提供了上门自提服务。目前来看,京东已提供了北京、上海、广州、深圳等几十个城市的多个自提点。笔者的第一次上门自提,就是在京东完成的。购物当天,笔者事先查询了自提点的具体位置和联系电话,之后便坐着公车来到了自提点。由于地图比较清晰,所以找到自提点并不是很困难。不过需要注意的是,虽然是当面交易,但是自提点还是与家电卖场有所不同。只有在笔者先付款的情况下,京东才肯把货物交给笔者。类似于家电卖场那种先验货后付款的购机模式,在京东自提点是行不通的。

如果开箱之后发现了货物存在破损或故障,那么就需到自提点的另一个窗口去办理退换货。在这里提醒广大读者,如果货物开箱不良,最好办理退货而不是换货。因为只有选择退货,才能当场就把钱要回来。而如果办理换货的话,则需要另约一天再次“上门自提”。

最后需要说明的是,京东上门自提订单原则上是免收配送费用的。但如果一个ID账号在一个月内有过1次以上或一年内有过3次以上,在规定的时间内无理由不履约提货,京东将在相应的ID账户里每单扣除50个积分作为运费。时间计算方法为:成功提交订单后向前推算30天为一个月,成功提交订单后向前推算365天为一年,不以自然月和自然年计算。

新蛋:先款后货,自提点数量太少

与京东相比,作为后来者的新蛋在口碑方面略微逊色。所以只要是与京东相同的产品,便肯定卖出更便宜的价格或者是给予更丰厚的赠品。不过,作为先行者的京东,则总是能够在货源上取得优势,经常能够拿到新蛋所没有的特供机型。

至于上门自提方面,新蛋的服务也完全效仿京东,基本上没有明显的差异。不过需要注意的是,相对于京东来说,新蛋的自提点数量太少。仅提供了上海、北京、广州、成都、西安、济南、南京、武汉这几大城市的多个自提点,所以还是无法满足大多数消费者的自提需求。并且订单商品到达自提点后,新蛋仅为顾客保留三个工作日;超过三个工作日不上门提货,则视为默认取消订单。

当当:先款后货,退换货比较麻烦

与前面两个电商相比,当当的自提点更是少得可怜,仅提供了北京、广州、深圳、福州、济南、青岛、无锡这几大城市的多个自提点,同样无法满足大多数消费者的自提需求。

另外需要注意的是,自提点虽然可以提货,但必须是先款后货,并且不接受任何形式的退换货。消费者也不可以把货物邮递或主动送回自提点,而是必须联系当当的网上客服完成退换货。更为重要的是,当当自提点还无法提供发票,消费者需在自提后联系当当网上客服办理补开。补开发票的期限是订单自提后一年以内,除了联系客服之外,还可登录“我的当当”自助申请补开发票。申请提交成功后,可进入“自助补开发票”-“补开发票记录”中查看路线跟踪处理进程,客服开出发票后或操作取消后,系统都会邮件通知相应信息。

苏宁:网点众多,个别可先货后款

作为实体卖场的“老字号”,苏宁在“上门自提”方面表现得相当优秀,只要消费者购买的是中小件商品(大件或厂家直送商品不支持自提),几乎所有的苏宁正规门店,均可享受上门自提服务。

由于苏宁本身就是家电卖场的缘故,所以如果购买的是家电商品,那么下单之后普遍都可立即提货,而无须像其他电商那样等待数日进行备货。自提货物的期限则是一周,超过期限未提的货物将相应收取库房保管费。最后需要说明的是,由于苏宁的网店众多,所以“先款后货”的政策并未全面贯彻。个别自提门店甚至可以先验货后付款,服务上更加令人满意。

创业工坊

□本报记者 李阳丹

能想象一下吗?有这样一家“三无”餐厅,做饭无厨房、点菜无菜单、结账无现金。餐厅里有的只是舒适的就餐环境和周到的服务。这是易淘星空网络科技(北京)有限公司CEO张洋为中国证券报记者勾勒的一家即将成为现实的餐厅,而这样的“三无”餐厅成为现实的基础,是易淘食正在致力于缔造的餐饮O2O(online to offline,线下到线上)的生态系统。

餐饮O2O 先从线下到线上

生活服务业因其特有的现场体验特性,成为为数不多的还没有被电子商务造成巨大冲击的领域,然而服务业偏偏又将成为超过工业的第一大产业,这让电商及互联网巨头觊觎良久。作为生活服务业的细分,餐饮业成为众多IT界人士试图涉足生活服务领域的突破口。继团购火爆之后,目前O2O也成为互联网变革餐饮业的“流行”模式。

有着在英国IT创业与餐饮业家族出身双重背景的张洋,对餐饮业O2O的理解有些与众不同。对于O2O,我们简单理解就是把客户从线上带到线下,但是这更多是从互联网平台的角度出发来定义的,而对于线下商家来说要如何利用各类线上营销工具带来更多客流,我想首先要从线下做起,充分利用自己线下的商铺,把客户引到自己线上的各类平台之上,通过一些日常的宣传维护,再经常把客户带到店里来,看上去这似乎成了一个Offline—Online—Offline的模式了。”

张洋曾在英国创办与IT相关的多家公司,其中订票网站Trainline最初给英国9家铁路运营公司做系统软件,之后将9家公司的数据导向一个订票平台,让消费者可以在线订票买票,最后把这些数据以获得订票佣金分成的条件卖给铁路公司和其他第三方平台。TrainLine做到了全美86%的份额,最后被一家PE收购。

2005年他开始进入餐饮市场,成立了Food Kingdom公司,为餐厅提供管理信息系统,然后收集信息做与TrainLine一样的事。当时,在英国的5万多家中高端餐厅中,有4000多家在使用它的系统。

IT时评

Xbox One入华疑云

□本报记者 傅嘉

百视通近期的一则公告给电子市场投下了一颗重磅炸弹,公司将和微软在上海自贸区设立合资公司,两家公司计划拿出各自与业务相关的核心资源,在新一代家庭游戏娱乐技术、终端、内容、服务等领域展开全面的合作。通过此次合资合作,双方试图打造基于游戏的“新一代家庭游戏娱乐产品”和“家庭娱乐中心服务”。

尽管百视通自身没有就这则消息在工作进行细节方面的阐述,产品、盈利模式也不得而知,但市场几乎一致预期,这和微软的次世代游戏主机Xbox One有关。Xbox One是微软继Xbox和Xbox 360之后推出的第三款家用游戏主机,前两款游戏主机奠定了微软在家用游戏业和索尼、任天堂平起平坐的巨头地位。

若真是如此,中国的电子娱乐终端市场无疑被轰开了一个大口子,因为历史原因,中国的游戏机禁令已经执行长达13年,对此资本市场也反响强烈,百视通在公告翌日直接涨停。

实际上,这一消息在业内早有传言。在今年ChinaJoy游戏展期间,便有媒体报道Xbox One可能通过与百视通合作的方式入华,之后虽然再未有详细消息传出,但由于微软亚太研发集团主席张亚勤自身也是百视通的独立董事,市场一直对此传言认可颇高。但Xbox One的入华真的会如市场想象的一帆风顺?或是百视通的真正意图就是如市场猜测的一般?那也未必。毕竟游戏机入华这样的大事,自身存在的障碍和壁垒都太多了。

政策是最大的拦路虎。虽然在上海自贸区成立的公司令人无限遐想,但游戏机销售政策的放开预想也许不如市场那么乐观。所谓“游戏机销售禁令”,指的是2000年6月由文化部等七部委联合颁发的《关于开展电子游戏经营场所专项治理的意见》,当时是为了防止青少年沉迷游戏,停止一切关于游戏机的生产、销售和经营活动。

知名游戏业界评论人杨雪飞向中国证券报记者表示,到目前为止,没有任何实际迹象表明这条禁令会撤销,因为这不是文化部一家说了算的事情,而是需要七部委联合通



易淘食CEO张洋

本报记者 李阳丹 摄

2011年12月,易淘星空网络科技(北京)有限公司发布国内首个一站式网络餐饮功能性平台——易淘食,为食客提供了订位、订餐、支付、配送等全方位服务。经过近几年对中国餐饮业的观察和体验,张洋认为目前中国的餐饮行业O2O市场依然处在很早期的阶段,现阶段市场的发展几乎完全是由线上互联网企业推动,线下餐饮商户大多是被动地接受。而他认为,餐饮行业O2O应当由线上驱动向线下驱动转变。

无论是三大巨头的大平台战略,还是易淘食、大众点评及美团网未来的开放,它们都依赖于包括餐饮

在内的本地商户的自我觉醒,也只有等到线下的餐饮商户能自主利用互联网的时候,中国餐饮O2O才能真正爆发,成为能产生下一个餐饮业淘宝的巨大市场。”

去年以来,餐饮业遭遇“寒流”,这让很多餐饮企业开始思考借助互联网进行变革发展的可能。数据显示,今年上半年,北京市场餐饮企业关店数达到2168家,行业发展仍处于近年来的历史最低点,其中重点企业二季度行业亏损面达到了20%。餐饮业由于市场环境的变化出现增速下滑,利润下降的严峻挑战。在张洋看来,这正是促使餐饮企业从线下走

到线上的最佳机遇。

线上的全方位服务

在张洋看来,O2O将成为餐饮业变革的导火索,尤其是国八条出台之后的高端餐饮业,需要利用O2O提供的契机,利用全新的市场和网络用户带动自己的消费。

张洋预计,到2013年年底,餐饮O2O在线定餐用户数达到1.39亿,传统餐饮企业需要把这些用户拉到自己的平台上,产生持续的价值,突破地域的限制,用互联网的方式去思考,产生最大的价值。

为了切入中国餐饮O2O市场,张洋选择了外卖这样一个切入点,因为“外送餐的市场,因为它更接近电子商务的市场,因为它避免不了涉及到物流。”据了解,上海外送餐的市场已经达到7700亿元。

不过,国内餐饮企业的信息化程度太低,餐饮企业规模相对较小,信息化投入自然小,间接导致与互联网的距离过远;同时,餐饮行业服务覆盖范围小,餐饮企业服务一般覆盖周边10公里之内,主要做周边人的生意,服务覆盖范围小导致“线上”的依存度低,对“线上”的渴望度较低。

针对餐饮业的现状,易淘食为商家定制了线上“易淘店”,并配备“外卖送餐”“订台点菜”“优惠活动”等常用功能。商家信息、菜单、图片、优惠可根据餐厅需要通过IPAD终端上传发布。

易淘食最近与眉州东坡合作,为眉州东坡提供了全套的餐饮信息化系统服务,将APP与餐饮企业的门店管理、菜单电子化、外卖业务、集团呼叫中心业务、物流调度、数据化运营、会员忠诚度管理、宽带网络安装解决方案以线上和线下营销结合在一起,为餐饮企业提供了新的解决方案。

张洋表示,对于线下传统企业做O2O,还是线上的O2O公司,不外乎考验几种能力:第一,快递的分配和调动能力,这取决于核心的配送和IT系统;第二,管理和运营成本的优化,涉及到配送、商户的开拓和沟通,是系统的开拓能力。订单获取和客户关系维护,涉及到配送、客服、IT和市场,网络的运营和优化;涉及到IT和市场,人员培训和标准化;涉及到配送、

客服和人事。

搭建O2O的生态系统

我们要做的是建一条“高速公路”,别人不管是团购、平台还是本地生活服务商,只要能带来流量,我们欢迎这些“宝马”、“劳斯莱斯”都来跑。”基于对餐饮O2O的理解,张洋的最终目标是要搭建一个O2O的生态系统,开放给餐饮业O2O的企业来使用。

易淘星空围绕着线下商户的需求下了不少“功夫”。由于做O2O餐饮几乎都要重复扫街、签约、建立呼叫中心、下单、人工更新菜单这些过程,易淘星空除建立了点餐定桌平台易淘食外,还组建了物流部门“易淘送”和专门的呼叫中心,而易淘客则负责为商户制作管理系统,并在支付环节构建了电子结算系统。“我们把这些事情做好,提供给创业者,避免重复投入。”在2011年9月公司刚成立时,易淘就有一个近百人的团队,其中有半数在易淘送这个物流部门。

张洋还创建了O2O产业共赢基金和O2O产业联盟,以及配套的O2O俱乐部、O2O大学,企业加入O2O产业联盟,可以获得各会员企业之间的深度合作的机会,实现线上用户资源

“共享”,联盟还会联合全国各城市本地化物流团队组成“同城短途配送联盟”,为会员企业提供本地化物流配送服务。此外,O2O产业联盟为会员单位在城市扩张的过程中提供当地分公司注册、移动办公场、会议室、培训室、产品项目孵化和市场调研、商户拓展、BD合作等服务;帮助会员单位业务在欧洲和美国落地,并提供启动资金支持等;借助O2O产业共赢基金的力量,产业联盟将会为优质会员企业提供种子天使资金,并为企业持续提供后续的资金支持或财务顾问服务。

正是由于搭建了这样一套O2O的生态系统作为基础,“三无”餐厅才有可能得以实现。在张洋的构想中,“三无”餐厅就餐的消费者利用手机APP点餐,范围覆盖周边各类高档餐馆,再有易淘送的工作人员将外卖送到餐厅供消费者享用,最后再通过手机支付进行结算。不知道未来,O2O的渗透会不会使得餐、厨分离成为餐饮行业的趋势呢?

投资趋势

互联网“土豪”布局
网络银行呼之欲出

□姬利

在金融业改革的大背景下,民营银行近期成为市场的热点,民间各路资本对成立民营银行跃跃欲试,尤其是阿里巴巴、苏宁、腾讯、百度等互联网“土豪”们。据消息称,各互联网龙头企业已向监管部门递交了银行牌照申请,“阿里银行”、“苏宁银行”、“京东银行”、“腾讯银行”等互联网银行似已“呼之欲出”。

近年来,阿里巴巴不断尝试互联网和金融的结合,从小额贷款到余额宝理财服务,阿里巴巴正不断向传统银行发起挑战。2013年8月初,由央行牵头,央行、银监会、证监会、保监会、工信部、公安部、法制办等七部委组成的“互联网金融发展与监管研究小组”对阿里金融进行调研,据传阿里金融已向监管层申请银行牌照。尽管阿里巴巴开设网络银行一事尚未落地,但阿里开办网络银行,其强大的平台优势无疑备受业界瞩目,大量的客户以及庞大的数据将成为其最大的优势。此外,阿里互联网的创新能力及市场反应能力对其业务发展制造了有利条件。

除独立申请银行牌照外,9月16日,阿里巴巴和中国民生银行签署战略合作框架协议,双方在传统的资金清算与结算、信用卡业务、理财业务、直销银行业务、互联网终端金融、IT科技等诸多方面启动全面战略合作。此次合作不会影响阿里巴巴申请网络银行牌照,对于阿里而言,和民生银行合作,可以补足阿里在金融产品设计和银行运作、风险管理这方面的短板,为将来正式进入民营银行业做准备,同时在短期也能通过民生银行带来一部分资金的沉淀。

苏宁、京东作为另外两大电商巨头,在申请互联网银行牌照方面也在紧锣密鼓推进。8月23日,苏宁云商发布公告称,公司正积极开展银行业务的相关申报工作。作为发起设立银行的前期准备工作,苏宁云商此前已向相关工商部门申请了苏宁银行股份有限公司的名称预核准。9月12日,“苏宁银行”名称已获工商总局核准。此外,京东也正在加速跨界进军金融业的步伐,目前京东拟在上海设立的

小额贷款公司,已经通过上海市金融办的审批,后续流程正在办理。自2012年,京东就和多家银行合作启动供应链金融业务以来,已累计向合作伙伴提供数十亿元的贷款。在“阿里银行”、“苏宁银行”之后,“京东银行”或将紧随其后。

除“电商系”互联网企业外,腾讯、百度等互联网巨头也加紧在金融布局。百度已在今年第二季度递交了申请,目前已经获得贷款业务资质。在上海设立的百度小额贷款公司正在筹备中,注册资本2亿元。服务对象优先考虑百度推广的现有老客户,重点扶持小微企业。除小额贷款公司外,今年7月,百度旗下的支付工具百付宝获得了第三方支付牌照,百度将支付收入囊中,百度金融也于8月底低调上线。腾讯作为第一家市值过千亿美元的中国互联网公司,其业务布局已经不局限于仅在IT界发展,正积极探索与不同金融机构合作,以推动网络金融服务领域的创新。据悉,腾讯提交的申请经营民营银行方案已获广东省政府同意,并上报银监会。

据清科研究中心分析,互联网企业做银行的优势主要在于突破时间与空间的限制,具体优势体现在:一、强大安全的在线平台,确保流程简单、快捷、高效、可靠、无纸化,实现不间断业务受理;二、互联网银行省去物理网点,并降低人力资源等成本,与传统银行相比,具有较明显的竞争优势;三、以互联网精神完成金融服务,将实现共享、透明、开放的客户体验。对于银行业来说,互联网银行的出现将为目前银行业注入创新,并给银行业带来巨大的“鲑鱼效应”。

除明显的优势外,互联网银行也面临相当多问题,互联网只是金融机构开展业务的一种手段而非核心竞争力,风险管理才是关键所在,联网银行本质上仍是银行,需要遵守银行的游戏规则。互联网企业进入银行业在如何开户、吸存等方面仍存在诸多问题,落实到具体条款或需要修改相关法律法规,难度较大,而以创新和用户体验为优势的互联网金融企业,如果因设立银行被纳入严格的金融监管,其互联网金融属性所独有的创新则可能被遏制。

征稿

本版邮箱:qiu212345@sina.com

(IT风潮)版期待撰稿,栏目设置如下:

e流行:以故事形式述说IT时尚

投资风向:IT行业、公司投资机会

数码时尚:数码时尚产品趋势

新品集锦:提供一个涉新的窗口

网络消费:网购心得、经历、故事

图片新闻:精品新闻图片

来稿请以电子版形式。