

网络消费

网购体验 运费”

□丁宁

眼瞅着 双11”就要到了,备战这个一年一度的购物狂欢节也到了最紧迫的时刻。不过话又说回来,网络购物可与实体店购物有所不同,躲不过 运费”二字。因此本期调查将为广大读者带来各大电商运费的相关规定。

京东商城:满39元免运费,双11第三方卖家也免

作为国内最为知名的老资格电商,京东商城满39元免运费的政策几乎为网购一族人所共知。除了少数配送至西藏、新疆等偏远地区的商品需要额外收取10元/件的运费之外,其他省市的消费者在购买京东商城自营的商品时,仅需订单满39元便可免运费。除此之外,少数钻石级别以上会员和企业会员则是 先门槛免运费”。

更为值得一提的是,为了配合 双11”购物狂欢节,京东还将针对部分第三方卖家实施双重补贴。包括整个11月免收物流配送费,同时还将直接补贴商家,联合进行站外推广。也就是说,如果消费者在 双11”期间购物,即便是京东平台的第三方卖家,也有很大可能性享受到与京东自营相同的满39元免运费服务。

当当网:图书满38元包邮,百货满39元包邮

不知从何时起,当当网在运费方面开始变得 葛朗台”起来。如果你还以为,当当网是满29元免运费,那就显得多少有些OUT啦。因为就目前来看,当当网的免运费政策已经改变。并且这个以图书起家的电商平台,在运费方面还将 百货”和 图书”分成两大类。其中,图书订单需满38元包邮,百货订单则需满39元才包邮。

同时,上述两种订单,还不支持 混合”。一个订单当中,如果包含了图书和百货两大类,那么就必须分别达到满38元和满39元才能包邮。当然更为重要的是,以上包邮政策仅针对少数一二线城市。至于三四线城市,则需要图书订单满69元,百货订单满99元甚至更高才能包邮。

易迅网:易迅快递满19元免运费

为了备战 双11”,易迅网也在近期有所动作,并推出 经济送”服务。如果消费者购买的商品可当日出库、配送区域刚好在易迅快递覆盖地区、并且还是易迅自营商品,那么订单金额仅需满19元,配送服务选择 经济送”即可享受免运费。

选择 经济送”服务后,易迅网会保证在48小时内将订单送达。但客观地说,易迅自有物流 易迅快递”的覆盖范围实在是小得可怜,好在针对其他地区,易迅仍然提供满29元免运费服务。唯一不同的就是易迅网华东站试行满99元免运费政策,金额不足99元的订单,易迅快递将收取5元运费。

亚马逊:亚马逊发货满29元免运费

曾几何时,亚马逊这个海外电商实现的是无门槛免运费,也就是传说中的 全场包邮”。但是最近几年考虑到运营成本的增加,所以就悄悄地变成了满29元免运费。

值得注意的是,无论是亚马逊自营商品,还是第三方卖家销售的商品,只要商品页面上标注的是亚马逊发货而不是第三方卖家发货,那么均可享受满29元免运费服务。另外需要注意的是,亚马逊系统有时会自动拆分订单。这个时候,订单一定要选择 等待所有商品到货一起发货”,而不是选择 最快方式拆单发货”。否则的话,消费者的订单即便满29元,也仍然无法享受免运费服务。

苏宁易购:无门槛免运费

客观来说,自从亚马逊将免运费的门槛提高到与易迅网持平的29元之后,苏宁易购就成为了几大电商当中无门槛免运费的唯一 独苗”。虽然从某种角度来说,易迅网和亚马逊的满29元订单免运费,以及京东的满39元订单免运费都不算太苛刻的要求。

但不得不说的是,苏宁易购的无门槛免运费更多的是一种态度。也就是说,哪怕你只是在苏宁易购上购买了价值一两元钱的商品,苏宁易购仍然可以免费给你送货上门。这对于很多不熟悉网上购物、又想以小钱一试身手的网络新手来说,无疑是一种最大的吸引。而更为重要的是,无门槛免运费的政策,也在很大程度上排除了诱导消费的嫌疑。不过需要注意的是,从今年开始,苏宁易购已经开始签约了很多第三方卖家进驻。这些第三方卖家的运费政策通常有所不同,并且多数都是收费,所以购买时一定要加以区别。

天猫商城:关键词加上“包邮”二字

与上面提及的各大电商有所不同,天猫商城由于基本属性方面有所不同,所以运费方面还是躲不开的。不过需要注意的是,一年一度的 双11”可是天猫和淘宝共同主导的购物狂欢节。所以 双11”期间在天猫商城购物,仅需在想要购买的商品后面加上 包邮”二字并进行搜索,即可找到一大堆免运费的商品。

不过也需要注意的是,虽然 双11”期间多数商家都是往里搭运费,但少数则是羊毛出在羊身上。所以购物时也不妨去掉 包邮”二字,看看运费究竟需要多少钱。之后再进行综合比价,自然便可买到最为物美价廉的商品。

更多精彩内容请扫描二维码关注IT风潮微信公众号。



创业工坊

移动互联催生在线旅游最好时代

□本报记者 王荣 王锦

这是一个最好的时代,也是一个最坏的时代”,在线旅游社交网站——蚂蜂窝CEO陈罡这样评价如今的互联网。

陈罡认为,伴随着多年的发展,互联网人口素质已经今非昔比,故而这是一个非常有利于互联网企业发展的时代;但同样基于多年的发展,互联网企业的竞争日趋白热化,这也是一个非常不利于互联网企业发展的时代。

陈罡,典型IT男,资深旅行爱好者,并成功地把IT和旅行的基因相融合,同另一位同样典型的 IT男+旅行爱好者”吕刚一起创办了国内领先的旅游社交媒体蚂蜂窝旅行网,其所奉行的基本宗旨是为旅行者提供新鲜、真实的决策参考。

“挣钱很快,但我们不急”

帽衫、仔裤、眼镜,外加腼腆的笑容,初见陈罡,你绝对无法把他同一个在线旅游网站的CEO联系起来;但1个小时的聊天之后,陈罡清晰的思路和绝佳的口才,绝对能让你感受到他对旅行的热情以及对移动互联网的独特见解。

2010年到2013年,是国内移动互联网快速发展的3年,也是在线旅游市场快速发展的3年,更是陈罡和他的蚂蜂窝网快速成长的3年。

旅行本身即是移动的,这和移动互联网的特性不谋而合。”陈罡这样解释蚂蜂窝网的迅速崛起。

蚂蜂窝最初是由同为 驴友”的陈罡和吕刚在2006年因兴趣而建,这个旅游爱好者交流心得的 小窝”在不经意间就有了10万用户。因此,在2010年3月,陈罡和吕刚决定全力投入网站的商业化运营当中。

业务增长非常快”,陈罡称。2010年公司成立之初,蚂蜂窝不到10个员工,至2013年4月已经超过150人;2010年3月,蚂蜂窝仅有线上用户10万,至2013年4月,其核心产品旅游攻略下载累计超过一亿次,服务用户超过2500万。

这是一个巨大的飞跃,有这样一组数据或许可以解释蚂蜂窝网赶上了一个好时代:在互联网的推动之下,从2009年开始,全球在线旅游业务每年保持10%以上的增长势头,预计到2015年在线旅游市场的

e流行

孵化中国 乔布斯”

科通芯城欲建硬件创新生态圈



□本报记者 李阳丹

短短3年时间,小米构筑了手机、MIUI、米聊的移动 三驾马车”,这是一个围绕着小米手机的小米生态系统,小米基于安卓深度定制了自己的MIUI系统,生态系统就是指围绕它而打造的一个庞大移动互联网平台;阿里巴巴同样是一个独特的电商生态系统公司;数据为土壤,底层是淘宝集市,从集市中长出了天猫、航旅、音乐等诸多业务。作为中国首家IC元器件自营电商,科通芯城盘算着从 E-Commerce” 电子商务 到 Social-Commerce” (社会化电商) 的升级,期望一步步构建一个从自营电商到千亿规模的电子商务生态系统,做中国版 乔布斯”的孵化器。

手握上游 聚焦硬件创新

作为全球最大的电子制造中心和全球最大的IC元器件采购中心,我国有大概500万家从事电子产品生产的制造企业,产品涵盖智能手机、智能电视、医疗设备、汽车电子、监控等上千个领域,总体采购规模约为2亿元人民币。

中国拥有全球最好的硬件创新环境——最低的成本、最全的人力资源库、

交易将成为全球电子商务交易最大的产业之一。从美国、欧洲旅游产业发展历史特征看,在线旅游发展的黄金阶段,在线旅游渗透率会快速从20%增长到50%,2012年中国在线旅游渗透率为6.6%,远落后于全球平均水平。

这期间,同样有资本看中了蚂蜂窝网的前景。2011年10月,蚂蜂窝获得今日资本A轮融资500万美元,2013年4月,蚂蜂窝获得B轮融资1500万美元,投资方为启明创投,今日资本跟投。

投资方给了蚂蜂窝很大的支持,包括管理上的支持、业务发展及商业化尝试等,最可贵的是投资方给予了我们足够的成长时间,并不盲目追求短期的数字,而是支持蚂蜂窝网专注于用户需求,创造和打磨核心竞争力。”陈罡表示。

据了解,蚂蜂窝网2012年下半年开始商业化尝试,随后便获得了千万级收入。今年会有更大的进步,从蚂蜂窝网的积累来看,挣钱是很快的,但我们现在不着急。”陈罡称。

“把旅游攻略做到极致”

毫无疑问,就像陈罡所言,这也是互联网的最坏时代。

如今的互联网已经形成了百度、阿里、腾讯 三巨头”,有人称它们是 三座大山”,这个称谓的背后,折射出其他国内互联网玩家乃至众多创业公司在巨头压力下的不甘和忌憚。

既然是巨头,红火的在线旅游市场不可能没有他们的身影:百度参股的旅游搜索引擎——去哪儿网即将在美国上市,百度自身也大肆发展在线旅游业务;阿里巴巴战略投资穷游网;腾讯亦是在线旅游网站艺龙的第二大股东。

巨头的加入使得在线旅游市场硝烟四起。然而,陈罡指出,个性化旅游时代已经到来,旅游已经不是简单的 机票+酒店”这样的标准化产品,最好能解决的事情,即便是同样的人,在不同的时间去同样的地方旅行,需要的信息和行程都是完全不同的,针对大家个性化的需求,最好的解决方案和服务就是旅游攻略。”

旅游攻略一直是蚂蜂窝的核心产品,到目前为止我们的市场表



蚂蜂窝创始人吕刚和陈罡

现也是最好的。”陈罡在谈及在线旅游市场激烈竞争时显得颇为自信。有分析机构对蚂蜂窝、8264、穷游三个UGC旅游网站的分析对比的数据也证明了这一点:蚂蜂窝目前用户访问量最大,老用户更多。

陈罡介绍,做最好的旅游攻略也是蚂蜂窝网的使命和方向,要把旅游攻略做到极致”。

在蚂蜂窝平台上,旅游攻略”目前为止已经服务过2500万中国的旅行者,下载次数超过一亿次,而产生一篇攻略也是一项非常浩大的工程。

对于蚂蜂窝来说,平台上660多万的旅游达人是其他在线旅游网站难以匹敌的,达人们实时反馈当地的照片、对酒店的评价、对风土人情的感悟,这令蚂蜂窝获得了新鲜、实时、海量的数据。基于海量数据,通过搜索引擎和工作人员的整合形成攻略,这是蚂蜂窝独有的。”陈罡对此非常自豪。

这份专注也使得蚂蜂窝得以跟其他大型在线旅游网站区分开来,本着中立和客观的立场为旅行爱好者挑选酒店和航班。与此同时,蚂蜂窝也为艺龙、携程、Agoda、Booking等

公司带去了很好的订单,既获得了佣金分成,又将 竞争对手”转化为 合作伙伴”。

“移动互联网为在线旅游而生”

提到在线旅游,就不能不提移动互联网,在陈罡看来,移动互联网是为在线旅游而生的。陈罡说,在线旅游的特点就是既在移动也在分享,还在不停地获取信息,而且这些信息都伴随着不同的地理位置移动而发生着变化,因此移动互联网切入在线旅游不可或缺。

蚂蜂窝从第一天开始就非常重视移动互联网领域的发展。”陈罡介绍,目前,在Android系统和IOS系统,蚂蜂窝建立了一个以旅游攻略为核心,由旅行翻译官、旅游点评旅行游记、嗡嗡等组成的一个APP矩阵。

各APP内部又有不同的分工。陈罡介绍,蚂蜂窝移动客户端的开发并不是零散随意的,比如,旅行翻译官覆盖全球95%热门目的地的数十款各地的旅游攻略,以及集合了30多个国家语言,包含数百本的王牌APP 旅游攻略”的核心客户

端,基本解决了初级旅游者和深度自助游客旅行中所需的吃住游购娱全面信息。

应用矩阵直接提升了用户黏性,在蚂蜂窝2500万的旅游攻略用户中,移动端安装量突破2000万。自2011年首款APP旅行翻译官,到此后的旅游攻略,尽管都没有冠以 蚂蜂窝”的名称,但我们还是以准确满足用户需求的方式获得了良好的市场口碑。”

目前,陈罡和他的团队正在根据在线旅游的新变化,对蚂蜂窝四季度及明年的发展战略进行梳理,他坦言,移动互联网带来的机会将是公司未来发展的重点,蚂蜂窝将会不断根据用户需求的变化,推出新的应用,并对现有应用进行升级和换代,充分满足个性化旅游时代的定制化需求。

现在的在线旅游市场还是卖方市场,而完善的在线旅游市场毫无疑问应当是买方市场,用户需求大于一切。对蚂蜂窝而言,还如同三四岁的孩子一般,尽管年幼,但是最好玩的时候,也是最充满前景和希望的时候。”陈罡表示。

IT时评

民营银行借势 互联网金融正逢其时

□本报记者 张洁

互联网金融的崛起给民营银行的发展提供了一个重要方向,同为民间发展起来的民营银行与互联网技术,相得益彰地迅速结合起来。

7月5日,金融国十条明确提出扩大民间资本进入金融业,尝试由民间资本发起设立自担风险的民营银行、金融租赁公司和消费金融公司等金融机构。10月30日,2013互联网金融全球峰会如期召开,仅一千人的会场吸引了三千人的到场关注,昭示着互联网金融企业如火如荼的蓬勃发展态势。

同时,互联网金融的发展已为民营银行推开了广阔空间,也为民营银行的金融创新提供了更多可能。

目前,民营银行的发展还存在诸多掣肘,尤其是无法实现跨区域发展,这显然不利于其做大做强。而互联网金融的发展为民营银行突破地域限制打开了通道,民营资本风险问题可以通过互联网金融技术得到一定程度的解决。不过,这并不代表互联网可以解决其存在的全部问题。因为在互联网上,信息透明、过程可寻、数据公开,民营资本不得不面对相对更加透明和严格的各方监管。所以互联网金融对促进民营银行的发展既是机遇也是挑战。

业内专家认为,面对互联网金融,民营银行未来有

望将采用普惠的金融模式,即是用互联网技术改造传统金融业务。

首先,从发展信贷业务来讲,民营银行不仅要去做传统业务,还可以做网上业务。按照银监会的规定,目前民营银行还不能实现跨区域发展,突破地域的限制。而互联网金融技术,将会很好的补充和拓展有限的地域限制业务,覆盖更多的中小企业及民众,实现金融的普惠。

再者,可参照或学习供应链金融办法,促进民营信贷。以供应链金融上下游结合,形成不断滚动前进的信贷融资模式,发展民营银行的信贷业务。

最后,互联网金融发展中对民办银行业务的最大贡献,也被业内无数次提及的是,银行的存放汇业务。民营银行真正建立起来,第三方支付平台在建立和运用合作是不可避免的,也成为首要且必要做的事情。

另外,可以设想,民营银行建起来,其业务模式或许不仅限于信贷,还可能涉及保险、基金、理财、债券,因此民营银行作为综合产品的销售平台,网络直销模式将会成为趋势。

就现状而言,互联网金融处于初级发展阶段,触网存在风险,为规避这种风险,将来有关部门会及时出台相关法律法规、细则,互联网金融的民营道路也将越走越规范。