

网络消费

网购体验“包邮门槛”

□丁宁

2014年春天来了,各大电商的包邮门槛却突然上涨。京东已从39元涨到59元,苏宁更是从0元一下子涨到了48元。本文将从包邮门槛谈起。

京东商城:钻石会员39元,普通会员59元

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在网购一族当中众人皆知。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。

但是,进入到2014年春天之后,这样的情况发生了改变。目前来看,只有企业会员和钻石会员,才是订单满39元提供包邮服务。至于注册会员、铜牌会员、银牌会员、金牌会员这些“普通会员”,则需要订单满59元才提供包邮服务。而比较值得欣慰的是,包邮门槛虽然提高了,但运费并不贵。每单仅收5元钱,比起淘宝和天猫动辄10元起步的运费还是便宜了很多。

苏宁易购:从0元涨到48元

与京东商城相类似,苏宁易购也是在2014年春天到来之际开始提高包邮门槛的。在这之前,苏宁易购的包邮门槛为0元。也就是说消费者哪怕是购买价值一分钱的商品,苏宁易购仍然提供免运费的送货上门服务。而包邮门槛提高之后,则需要单笔订单满48元才可包邮,不满则需要加收5元运费。

更为值得注意的是,因顾客自身原因在苏宁发货后退货或收货时当场拒收的,如果同一顾客在30日内有过2次以上或365日内有过5次以上该行为,该顾客将不再享有“48元免运费”的权利。苏宁易购有权通过包括但不限于收货地址、绑定手机、联系方式等信息判定是否构成同一顾客,若顾客对苏宁易购的判定有异议,可向苏宁易购客服提供相应证明,由苏宁易购核实处理。综上所述,即便是货到付款的商品,无理由拒收时也要三思而行。

亚马逊:从29元提升至49元

在京东商城包邮门槛提高之前,亚马逊的包邮门槛便已经提高。并且还是一下子从29元大幅提升至49元,成为了当时所有主流电商的最高包邮价。如果不是京东商城在后来提高到了59元,亚马逊在国内的竞争力恐怕就会受到极大的影响。

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49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了49元,也仍然无法享受免运费服务。至于不满49元的订单,如果选择的是普通快递,则需要收取5元运费。如果选择的是邮政特快专递EMS,则需要收费10~25元不等的运费。

顺丰优选:满199元小于5kg包邮

作为非主流电商,顺丰优选一直只被少数人所熟悉。但是令人惊诧的是,虽然是个“非主流”,但顺丰优选起运费来却丝毫不含糊。

自2014年1月1日起,顺丰优选执行新的运费体系,免运费条件及运费收取规则如下:1.钻石卡用户全场免运费。2.单笔订单金额满199元且订单内商品总重量≤5kg时免收运费;3.单笔订单金额满199元且订单内商品总重量超过5kg时,超出部分收取超重运费,新疆、西藏、青海、云南四个区域5元/kg,其他区域2元/kg,不足1kg的按四舍五入取整计算。而考虑到现在的网购商品普遍很重,所以消费者只能在顺丰优选上买一些“质轻价贵”的商品才能免邮费了。

易迅网:“经济送”仍在,满19元包邮

就在其他电商的包邮门槛纷纷上涨之时,易迅网在去年推出的“经济送”服务就显得更加弥足珍贵了。消费者购买的商品只要可当日出库、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。而在选择“经济送”服务之后,用户无需选择具体的订单期望配送时间,易迅网会保证在48小时内将订单送达。

虽然从客观角度来说,易迅自有物流“易迅快递”的覆盖范围实在是小得可怜,但是如此低廉的包邮门槛却仍然值得鼓励。至于针对其他地区,易迅网则提供满49元免运费服务(上海、新疆、西藏满99元免运费),相比去年的29元包邮明显提高了很多,金额不满则收取5元运费。

当当网:图书百货终于合并,满39元包邮

去年的时候,当当网曾经调整过包邮门槛,并且在运费方面还非常奇葩地将“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。并且上述两种订单,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。

进入到2014年春天之后,这样的情况终于改变。一二线城市,无论是“百货”还是“图书”,只要都是“当当自营”,那么混合订单只需满39元就包邮。三四线城市,混合订单则需要满59元包邮,不满则加收5元运费。除此之外,如果是选择“慢递优惠”服务,则可在订单确认收货后15天之后,赠送5元当当自营全场通用优惠券一张。

创业工坊

股权众筹崛起:做草根创业者的天使投资人

□本报记者 张莉

互联网股权众筹融资模式正开始逐渐成为国内互联网金融潮流下的新宠。无论是踩着监管红线舞蹈而饱受市场争议和误读,还是顶着“草根融资”光环却备受创业者追捧和推崇,对于创设“大家投”众筹平台的李群林而言,这场众人参与的创业投资游戏,实际上已经火了。

基于陌生人的关系圈,通过项目的公开展示寻找投资人凑齐创业资金,并以股权作为投资回报,李群林搭建的“大家投”网站成为了股权融资模式的第一个实验对象。从领投跟投机制创设、有限合伙形式注入再到投付宝产品的问世,通过对平台运营及制度设计的模式改造,李群林巧妙避开现有法规对股权众筹融资的限制,顺利搭建了对接投资人与创业者之间的互通平台。

从2012年创业初期市场的冷遇到如今各类众筹模式的兴起,互联网金融的创新依然层出不穷。李群林知道,要让人都玩得转众筹还需更多的探索和制度完善,而被业内期待的中国版“JOBS法案”(企业创新融资法案)落地,未来也将为企业创业融资开辟新的航道。“产品众筹过于理想主义,P2P债权众筹过于注重回报,而天使股权则介于两者之间,是最有发展潜力的投资方式。”

上网寻找天使投资

在国内,众筹融资平台是个舶来品,创业者和投资人通过虚拟空间的项目展示进行资金对接,而投资回报则是相应的产品和服务。这种基于互联网渠道而进行融资的模式,无疑可以帮助草根创业者开辟最低成本的融资和推广渠道。2012年,计划创业的李群林就这样开始接触到了众筹融资的概念。

“原本是想做在线职业培训项目,后来在寻找资金的过程中发现,很多创业者想找天使投资却找不到,而在微博上很多人想做天使却苦于没有项目,这其实就是众筹融资平台的供需市场。”在李群林看来,众筹网站运行的初衷就是要将创业者的创意展现给投资人,然后将投资人汇聚起来,为创业者提供创业资金。相



大家投创始人李群林。

比中国最早的众筹网站点名时间这类型以产品预购模式进行回报的模式而言,李群林更希望创办一个能将众筹游戏的转变为草根天使投资人共同参与的投资平台。

李群林大胆地将股权众筹融资的模式引入自己所做的众筹网站“大家投”(原名“众帮天使网”)。为了增加投资人对平台的信任,大家投设立的首项规则就是借助专业投资人的“口碑效应”,以“领投人+跟投人”机制进行投资和投后管理。随后,大家投便找到自己的机构投资者深圳创新谷为项目进行信用背书,短短3个月时间,大家投网站成功招募12个投资股东并完成100万元的创业资金支持。而这些投资人则来自全国多个城市,有些甚至并未在线下接触项目就敲定了对平台的投资。

2012年12月10日,股权众筹融资网站“大家投”正式上线。作为国内试水股权众筹的“第一个吃螃蟹的人”,李群林明白,从监管规则的限制、投资人群体的培养、创业项目筹资运行效率以及平台运营的制度设计等,平台的成长还需要跨多个门槛,“如果将创投、金融、法律规

则综合起来,其实可以创造很多东西,这就是跨行业的思维。做众筹平台,就是边做边探索,我们只是赶上了现在这个好时候。”

戴着“镣铐”跳舞

股权众筹网站自诞生之日起便频频遭遇市场质疑,由于现行法规的限制,李群林所创设的“大家投”必须设计出适合平台合法运营的制度框架以规避风险,进一步而言,众筹融资的核心命题在于,如何解决投资人之间基本的“信任”问题。

有限合伙成为大家投平台的第一道防火墙。在创业者通过股权众筹找到领投人和跟投人的支持资金后,这笔资金将作为注册资本成立有限合伙企业,由大家投负责企业办理的协议签订、工商变更等手续,投资人按照各自出资比例占有公司所出让的股份,其中领投人和跟投人最低融资额度分别为融资额度的5%和2.5%,有限合伙的人数限额则被限制在40人左右。

在李群林看来,股权众筹平台长久运营并非为了规避法律风险,更多的在于取得投资者信任。“P2P最大

隐患是资金池,如果平台资金出现问题,就很要命了,这也是监管层关心的。为了避免股权众筹出现同样的问题,我从2013年开始去找银行托管资金,刚开始大部分商业银行都无法理解众筹平台的业务,后来终于找到兴业银行总部,向他们介绍平台运营的模式,才把事情办成,整整花了四个月时间来建立其托管账户。”

所谓资金托管,正是大家投特色创新产品“投付宝”,一方面托管创业投资款,解决投资人打款问题,另一方面提供分批拨付项目公司的服务,根据投资项目进展来进行投付与否,帮助投资人降低风险。

有限合伙成为大家投平台的第一道防火墙。在创业者通过股权众筹找到领投人和跟投人的支持资金后,这笔资金将作为注册资本成立有限合伙企业,由大家投负责企业办理的协议签订、工商变更等手续,投资人按照各自出资比例占有公司所出让的股份,其中领投人和跟投人最低融资额度分别为融资额度的5%和2.5%,有限合伙的人数限额则被限制在40人左右。

在李群林看来,股权众筹平台长久运营并非为了规避法律风险,更多的在于取得投资者信任。“P2P最大

也会有新的投资人追加,通过激励制度缩短打款流程,用最快的速度凑满投资额度。”

平台服务体系化

作为互联网金融的新兴行业,基于草根融资的众筹模式正在为越来越多的人所知。近期,监管层也开始密集调研股权众筹融资平台,李群林透露,相关指导意见很快就会出台,内容可能将涉及建立众筹融资的投资者人数、资金池模式提出规范。

在李群林看来,来自监管层方面的指导意见并非对众筹平台的限制,相反通过法律的规范,诸多受到市场质疑的众筹平台可能因此“转正”,将有更多的人接触到众筹平台,股权众筹有望迎来市场的爆发期。“实际上,股权众筹核心的焦点应该关注在创投上,众筹只是一个手段,培养中国天使投资人群体,通过创投市场的成熟带动创业企业来发展新兴行业。美国的Facebook、苹果等巨头正是通过发达的天使投资行业获得发展机遇,也支撑科技行业全球领先地位。”

伴随股权众筹融资模式的兴起,一批曾经参与投资众筹平台的创投人士也因喜人业绩赚得盆满钵满。据了解,大家投首个投资人创新谷在2013年3月以15万元购得大家投15%的股份,随后大家投以500万元估值对外募资100万元,占20%股权。近期大家投完成第二轮融资,以3000万元估值对外募资300万元,占10%。短短一年时间平台估值飙升30倍,创新谷购买的股权估值则达到了380万元左右。如今,越来越多的人开始跳槽转行,准备筹建互联网股权众筹平台,业内也开始出现企业通过众筹方式给自己旗下新项目进行募资。

谈及股权众筹融资的平台,李群林有一套自己的框架体系构想。除了众筹融资之外,未来大家投还将加强对平台自身可能存在的资金沉淀的风险。除此之外,为了让投资款顺利到位,李群林不断完善大家投的规则,比如近期大家投将会把认投额度增加到融资额度的120%,一旦打款额度达到100%,即刻结束筹资。通过超额的设置激励投资人迅速打款,以推动众筹项目的顺利交易。“众筹过程中有认投也有反悔,后续

投资趋势

招聘网站2.0时代 资本期待新故事

□本报记者 张玉洁



互联网招聘行业近来进入资本密集期。拉勾网成立8个月拿到500万美元融资。猎头平台猎上网宣布获得千万美金融资。

“国内第一代招聘网站出现至今已经有十几年了,市场很期待网络招聘行业有新的模式和产品出现。”华平投资集团董事总经理程章伦对中国经济时报记者表示。

这种期待带来几年来在互联网行业招聘的最大一笔融资。2014年4月15日,猎聘网、美国华平投资集团和经纬中国联合宣布,猎聘网成功完成C轮融资。本轮投资由华平领投,经纬中国跟投,总计融资金额为7000万美元。

数据显示,与低端招聘市场一年数十亿元的规模相比,中国猎头市场一年有900亿元~1000亿元的市场规模。这诱人的巨大蛋糕吸引着创业者和资本蜂拥而至。

而在本轮资本热潮中,平台、模式、新产品和大数据成为了关键热词。资金的投向的主要方向之一用于数据产品的开发和相关人才团队的建设。这似乎显示了在蛋糕更大的中高端招聘市场,过去十年不变的“撒广告般”的互联网招聘模式,已到了不得不变的时候。

在旺盛的行业需求和资本的助力下,脱胎于本土的猎聘网能否成长为中国的“LINKEDIN”和“MONSTER”?

从媒介到平台+产品

招聘网站在国内已经历了数十年的发展,第一代公司智联招聘和51job主要满足的是初入职场人群的需求。高端人才招聘更多的还是依靠传统的猎头模式。而年薪10万元~20万元的中阶求职者的需求还存在空白地带。

猎聘网是国内最早实现雇主、猎头与职业经理人三方互动的职业发展平台。在2011年获得经纬中国A轮融资后,主要从事以经理人个人用户体验为核心的职业发展平台。

据猎聘网透露,其目前拥有超过1000万的注册会员,已经成为主要的

中国经理人职业发展平台之一。业务已覆盖中国北京、上海、广州、深圳、成都等十余个城市。截至2014年第一季度,猎聘网已服务超过10万家企业,共发布近100万个中高端职位,每周新增中高端职位7万个。有超过10万名猎头在猎聘网平台上寻找核心岗位的候选人。

程章伦表示,华平看好中国互联网行业的未来。第一代的招聘互联网公司深入内容,优化了搜索,但是基本属于一种媒体属性的互联网企业,他们的数据结构相对比较简单,离真正的产品距离还是比较大。猎聘网是中国互联网下一代的产品导向的互联网公司。

他同时指出,2008年后中国互联网开始逐渐电商化,每个企业开始解决他们行业里各种不同闭环的问题,其实在这个过程中,在各个垂直领域把市场放大,也挖深了垂直市场的价值,由此更加看好垂直招聘领域中的商业机会。

程章伦表示,尽管中国有阿里巴巴、腾讯等互联网巨头,但是下游没有有庞大的信息技术公司,该领域有着广阔的市场空间。他认为猎聘可以变成一个独立上市的公司。

对于上市时间,投资人表现相对比较谨慎,他们更多强调更好的产品及客户服务。

程章伦表示,尽管中国有阿里巴巴、腾讯等互联网巨头,但是下游没有有庞大的信息技术公司,该领域有着广阔的市场空间。他认为猎聘可以变成一个独立上市的公司。

而张颖则认为,细分领域的龙头企业应抓紧机会快速发展以及扩张。目前猎聘仍应专注于更好的服务和产品。上市时间方面,他表示,一般来说,一家强势的公司上市前在中国还是需要八年到十年发展。由此推算,2010年改版的猎聘网还需几年的磨砺。

上市还需时日

在企业营收方面,戴科彬透露,来自于企业付费仍然是营收的主要构成部分,针对个人端收费的金卡服务占比

e流行

打车软件退烧 在线租车接棒

□本报记者 王锦

来自国际知名的市场调查管理咨询公司罗兰贝格最近发布的数据显示,中国已经成为全球增长最快和最具有发展潜力的租车市场,仅2013年,中国的租车市场规模就达220亿元。罗兰贝格预计,该市场未来几年内将一直保持着25%的增长速度,到2018年,市场规模将达到500亿元。

不过,有业内人士指出,用户寻找代步工具出行的消费行为并没有明显消褪,只不过更多人把目标从打车转向了租车。来自国内最大的网上租车平台汇车网的数据

显示:进入4月,该平台有关用车咨询的电话量环比上月增长250%以上。

在高额补贴的刺激下,打车市场在短时间内就实现了快速提升。事实上,和打车行业一样,租车行业也不是新兴行业。虽然租车市场一直保持着快速发展,但长期以来的社会关注度并不高。但这并不妨碍租车市场被业界持续看好。

作为一种比打车价格更加优惠,出行也更加灵活的环保出行方式,租车正在被越来越多的年轻人所接受。北京、上海、杭州、天津以及未来更多城市出台的汽车限购政策,使得一部分有刚性需求的客户,只能一边参与摇号,一边选择代步工具。而对于只在商旅、节假日有用车需求的个人,租车也是最为简便、快捷的出行方式。

更大的利好还在于2014年开始正在逐步推行的政府公车改革,从一定程度上使得一些企业也选择租车,从而减少固定资产的比重。

“无论是为公务员补贴交通费,还是机关直接购买社会化服务,向租车公司租车,都会催生很大的租车消费市场。”汇车网副总裁郑楠表示。中国汽车流通协会常务副理事贾新光也认为,公车改革将极大刺激国内的汽车租赁市场快速发展。

“在线的三四个月中,汇车网线上待租的汽车已经逼近万辆,各种类型款式近百种,这种扩张速度在传统的租车行业中是难以想象的。”郑楠表示,“我们线上待租车辆的增长速度基本上是以每月100%的速度在增长,这说明无论是用户,还是租车公司,对于网上租车的热情正越来越高。”