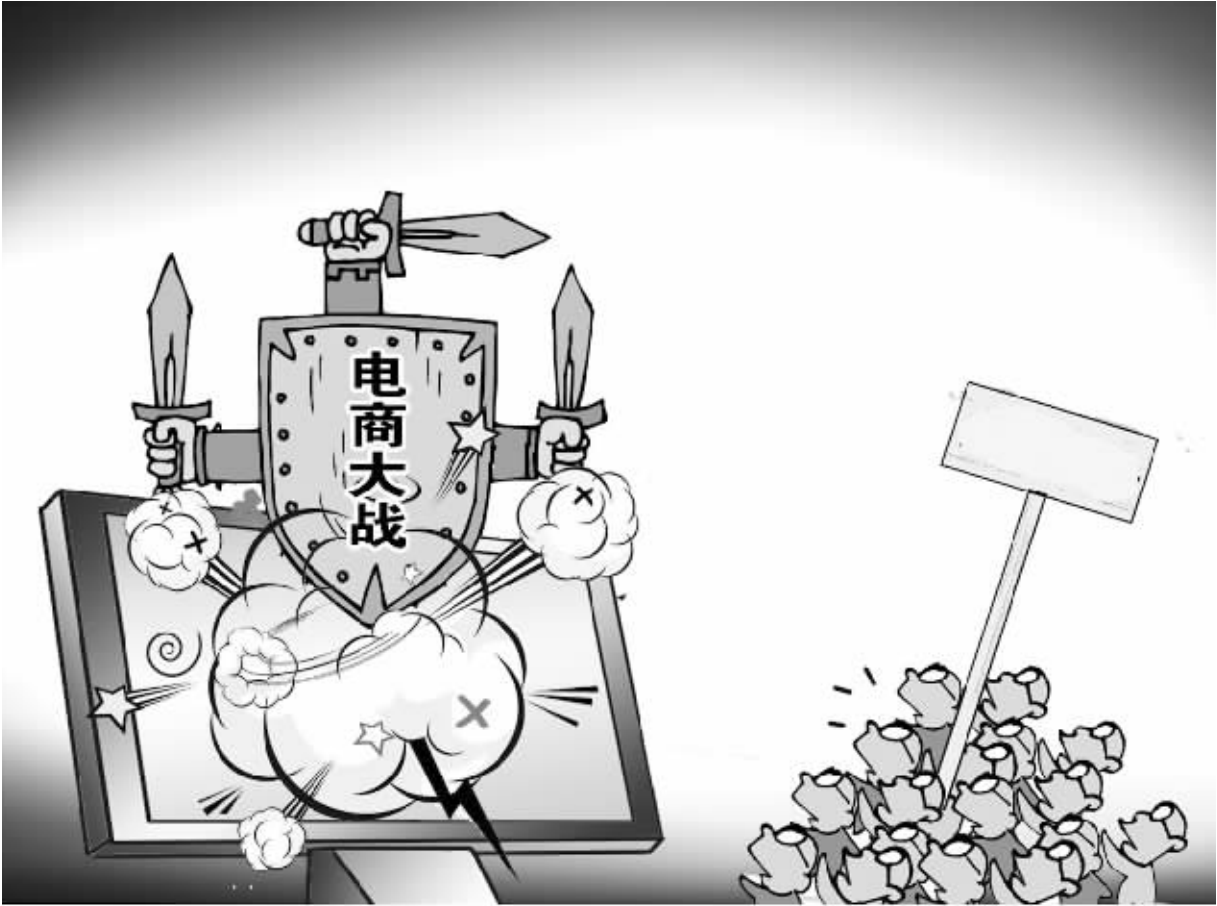


后来者异军突起 领先者优势难撼

人人皆电商 淘宝遭“围剿”

□本报记者 张昊 实习记者 孙光阳



IC图片

人人都爱玩电商

深圳小产权房售楼员小李和白领小叶，这两个并无关系的人最近都在忙着做一件事，那就是在微信上开店。这可能是在语音通信、朋友圈之后，微信给他们的生活带来的新影响。

5月29日，微信公众平台正式推出微信小店。凡是开通了微信支付功能的认证服务号，皆可在公众平台自助申请微信小店功能，从而实现批量添加商品快速开店。微信小店号称是一种“零成本”的电商接入模式。

数量众多的小产权房是深圳房地产市场的一大特色，这些小产权房数量庞大，土地来源五花八门，开发者的资质参差不齐，而且，小产权房游走走在法律的灰色地带。因此，小产权房半地下状态的营销如何突围，是小李这样的小产权房售楼员每天都在思考的事情。小李一直都在关注像微信、微博这样的免费信息平台，小李的团队甚至搞了一个专门介绍深圳小产权房源的微信服务号。微信小店的推出，让小李感到微信这个推广工具更加好用了。

白领小叶也在关注微信小店，小叶正在尝试开一间网络花店。由于淘宝店竞争过于激烈，并且需要专人盯守，不太适合像小叶这样利用业余时间创业的人士。目前小叶的业务刚刚开始，只接受亲朋的订单，由鲜花批发商发货。“微信是一个比较大众的平台，其实仅利用朋友之间的转发就足够为我带来流量，这一点甚至比新开一家淘宝店的效果还要好。”

挑动众人神经的电商模式不仅仅是微信小店这样的个人网店，一些地方政府也在不遗余力地推广当地产业的电子商务转型。广东佛山南海区大沥镇，原本以洋垃圾回收与有色金属加工闻名。随着当地的产业升级，当地政府有意牵头搭建一个电子商务平台。不仅如此，电子商务平台的搭建还与大沥的旧城改造相结合，在以前臭气熏天的电子垃圾堆放场上，已经建起了一栋专门为电子商务产业服务的写字楼，取名广佛智城。南海区政府提供的资料显示，目前该区7个镇的多数企业均有参与电子商务产业。

快递企业与超市展开合作

时间	超市企业	合作方	合作内容
2011.11	深圳 7-11连锁超市	顺丰速运	快递代存
2012.9	北京好邻居超市	京东	快递代存
2011.12	成都舞东风超市	圆通快递	快递代存
2013年	杭州喜士多超市	天猫	快递代存
	杭州驿站点超市	天猫	快递代存
	东莞美宜佳超市	天猫	快递代存
	上海全家便利连锁超市	亚马逊	快递代存
	成都红旗连锁超市	EMS	快递代存
	成都红旗连锁超市	顺丰速运	快递代存
	山西太原唐久便利店	京东	快递代存
	武汉中百超市	顺丰速运	快递代存
	南京苏果超市	顺丰速运	快递代存
	上海好德便利超市	顺丰速运	快递代存
	上海喜士多便利超市	顺丰速运	快递代存
	上海光明便利超市	顺丰速运	快递代存

制表/张昊

红旗连锁同电商快递企业合作情况

时间	合作方	内容
2013.9	EMS	双方决定在红旗连锁旗下首批100家门店开通邮政EMS代收件业务。消费者可到红旗门店办理EMS寄递业务,不须支付额外手续费。另外,双方将适机推出取件服务。这是红旗连锁首次与快递公司合作。
2013.11	顺丰速运	11月7日,红旗连锁与顺丰速运签署战略合作协议,成为顺丰在四川选择的第一家快递代存战略合作伙伴。红旗连锁旗下首批100家门店(其中有7家24小时店)陆续开通快递代存业务,快递到达顺丰网点出仓后,内部核心营运系统自动促发短信至收件客户手机,询问是否愿意至最近红旗门店取件。待客户确认后,顺丰快递人员将把包裹送至相关门店,客户可凭手机或有效证件前往自取。
2013.1	腾讯	联手腾讯打造便利生活应用平台,通过微信公众平台,将公司资讯、商品、优惠和服务信息上传;实现会员系统无缝对接,会员无需持卡即可享受会员权益;基于LBS的门店查询系统等
2014.1	支付宝	全部门店开通条码支付;入驻支付宝钱包公众服务平台;LBS店面搜寻;未来可实现营销端到支付端的一体化O2O应用。
2014.4	苏宁云商	双方电子商务平台无缝对接,强化线下O2O落地环节,实现本土地区“半小时生活圈”打造;继续发展、完善“自提点”业务;在条件适宜的门店中相互增设点位,进行业务互补;全力打造促销、会员资源共享平台。

资料来源:公司公告

制表/张昊

后来者剑指淘宝

新兴的电商技术正在营造一个“人人皆电商”的环境，而新势力的加入难免要动一动先入者的奶酪。除了前文提到的微信小店，近期引发关注的还有顺丰嘿客和京东拍拍，这些电商新势力几乎都将矛头指向了一个目标——淘宝。

5月18日，顺丰的嘿客便利店全国启动，首批开业518家，计划2014年全年铺开超3000家。在嘿客便利店内，有两块超大的选购下单屏幕以及放置虚拟货品的海报、二维码墙，顾客可直接通过扫描二维码或店内网络选购虚拟商品，如食品、服饰、母婴、数码、家电等，之后顾客可选择门店自提，也可送货上门。嘿客还给顾客提供代寄、代收快递的服务。有媒体评论，“顺丰终于将枪口对准了阿里巴巴”。

有研究认为，电商行业已经从PC时代跨越至O2O时代，这意味着传统电商大鳄们强势的格局可能发生改变。对于一些拥有线下零售、物流等资源的上市公司而言可能迎来利好。

平安证券研报认为，寻求线上线下资源整合是打破电商发展瓶颈的最优选择，O2O时代正式来临。谋求供应链效率提升是所有企业的追求，在中国这种特殊土壤，互联网应用于供应链并形成电子商务更有其必然性。技术手段和模式创新使得电商将供应链模式由供给导向变为需求导向，从而压缩传统供应链的冗余环节，实现效率提升。

据分析，最有可能成功的O2O模式，其一是线上企业利用其信息处理、技术手段、精准营销方面的优势串联整条供应链，提升链条间反应速度，代表企业为京东；其二是线下企业已经具备强大物流配送网络，向线上学习品类经营管理能力，代表企业是顺丰。前者的核心在于整合供应链条的能力，后者核心在于对物流的掌控。

平安证券研报特别关注了便利店行业，其认为在新一轮O2O浪潮中，这一行业将迎来机遇。以便利店、社区超市为代表的一批具备网点密度和物流配送资源的企业，虽然目前的盈利能力和效率较低，但有望通过与电商合作提高商品采购和精准营

销效率。另一方面，便利店和超市不仅是商品销售网点，还具备了转型社区综合型服务中心潜质。平安证券称，“在O2O时代渠道革命中，便利店是少数我们非常看好、并可能最终受益的线下传统零售渠道”。而A股中与这一行业相关的公司都值得投资者关注。

放眼海外资本市场，一批耳熟能详的公司更能代表未来电商行业的发展方向。平安证券称，美国上市的京东商城（JD）和唯品会（VIPS），他们作为平台商和服装垂直龙头仍有较大发展空间，聚美优品（JMEI）在化妆品领域具备优势，但其长期发展战略仍需梳理，而当当（DANG）则面临转型窘境。

海淘成长记

□本报记者 张昊 实习记者 孙光阳

在国内电商混战热火朝天之际，“海淘”作为近年新兴的“潮物”也得到了越来越多人的追捧。

所谓海淘，就是直接从境外（注要是美国）的电子商务网站购物，之后通过第三方转运公司运至国内。海淘的魅力在于，部分商品价格大大低于国内，并且绝无假货。

美国似乎是最适合开展海淘的国家。这不仅是因为美国的交通物流发达，更因为美国的电子商务已经发展成近乎“无利”的发展模式。美国电子商务公司利用巨大的全球采购优势，使得美国的电商网站充满了令国内购物者尖叫的各种“白菜价”。事实上，澳洲人和日本人也是美国海淘的拥趸。

广东姑娘Daisy，3年前从美国留学归来，最初供职于一家跨境物流公司。Daisy关注到国内海淘市场巨大的成长空间，决定自主创业，与朋友合伙创办了第三方转运公司——笨鸟海淘。以往的工作经验让Daisy体会到影响海淘客户体验的关键环节是物流时间。目前国内海淘的物流等待时间普遍在半个月以上，笨鸟海淘将创业攻坚的重点放在了缩短物流时间以改善客户体验上。

海淘的关键是搭建美国的转运仓。Diasy介绍，根据美国的法律，各个州的税负水平不同，转运仓一般都选在免税州。今年2月，Daisy在美国俄勒冈州波特兰市租下了一间1000平米的仓库。两个月之后，这个转运仓就正式运营了。我们的仓库距离西雅图大约3个小时车程，就是去年很火的那部电影中的那个西雅图。”目前笨鸟海淘在美国雇佣了6名员工，都是美籍华人。“仓库的租金和国内相比并不贵，每年6000美金，但是美国的人工成本比国内就高多了，每个人至少月薪也要2000美金。”不过，

五粮液与京东达成战略合作 拟三年内在京东平台售酒50亿元

□本报记者 王荣

6月5日，京东集团与五粮液签署战略合作协议，京东成为五粮液战略级合作电商平台。双方预计，三年内，五粮液将在平台上实现50亿元的销售业绩。

据悉，为配合京东店庆，五粮液会在京东平台上独家销售1618浓香型（618ml）白酒，在6月9日店庆月特色品类专场，1618浓香型（618ml）将仅售818元。

五粮液方面表示，此番合作，旨在开拓白酒电商市场，共享行销资源，是五粮液布局电商的重要一环。

“京东拥有大量的消费者数据库，丰富的行业运营经验、庞大的自建物流体系以及自主研发的信息技术体系，将在未来与五粮液展开深

度对接。”京东集团首席营销官蓝烨表示，双方将在促进现有产品潜力发展、推进新消费市场开发、规范市场秩序、维护双方品牌形象和共享行销资源等主要方向上展开合作。

五粮液总经理刘中国介绍，打通从需求到销售的通路，是选择与京东合作的出发点。接下来，双方将通过深度的战略合作，以消费者需求为导向，共同推进白酒市场的电商布局。

业内人士认为，与以往单纯将白酒产品从传统渠道直接转移到线上渠道销售的模式有所不同，此次京东和五粮液的战略合作，将共同开发、规范线上消费市场，整合共享行销数据资源，更好地接触一线零售市场，从而为消费者提供更好的产品及购物体验。

微博支付6月底全面开放

□本报记者 王荣

6月5日，微博宣布将于本月底全站开放微博支付，无论企业商户还是个人账户都能提交申请，审批通过后即可接入微博支付。微博商业平台及产品部总经理程显表示，这也意味着在微博上可以直接购买商品，希望以此打造最高效的社交商务平台。作为阿里巴巴在移动端的重要入口，微博开放购买通道也是与微信直面竞争。此前，微信开通公众账号直接购买，在移动电商领域正式向阿里开战。

程显介绍，以往的微博购买流程中，在支付环节往往需要跳转至第三方网站，极易打断用户的购买流程，造成用户流失。微博支付的推出，将全面打破以上瓶颈。测试效果显示，微博支付较之前交易外跳的成交效果提升了3—4倍。

今年1月，微博和支付宝联合推出

微博支付，并将其定义为基于支付宝底层服务能力和微博社会化属性的关系型支付工具。自推出以来，引入使用的除了魅族、小米等主打社会化营销的品牌厂商，还包括唯品会、乐蜂网等电商网站。此外，谢娜、苍井空等个人用户也尝试通过微博支付售卖商品。数据显示，微博绑定淘宝账号的用户超过2300万，上述用户几乎都拥有支付宝账号，因此都是微博支付的潜在用户。随着各领域用户的参与，未来，在微博上不仅可以浏览新闻，还可以买票、订餐、缴费、订酒店，甚至直接售卖商品。

按照计划，除了支付和已经全面开放的粉丝通、粉丝头条等微博商业产品外，微博还将在近期全面开放粉丝服务平台，以此帮助用户提升营销效率，实现微博营销价值最大化。

程显指出，今后微博将进一步发挥自身社交媒体和关系属性优势，做好用户平台、接入环境和闭环体系。