

# 保证金可阻团购商家跑路?

专家担忧:制度虽好 九成网站担不起

近日,卷款潜逃的窝窝团合作商家负责人胡立被捕,而消费者却并未因其潜逃受损,早在胡立未被捕之前即拿到由窝窝团先行赔付的钱款。针对此事,法律界人士表示,团购行业亟待建立保证金制度,增强消费者团购安全感。然而,如执行此举,将有近九成团购网站无力缴纳百万元级保证金。

## 商家的债团购网站还

“从我团到驾校的单子之后,只和胡立见过两次,而且每一次都是在我千催万催下他才来办手续。但是让我意料不到的是最后他竟然消失了。”消费者杨小姐向记者抱怨道,“无奈之下,我只能联合二三十位消费者去寻求窝窝团帮助,幸运的是窝窝团很爽快地替胡立全额退了款”。

上述杨小姐提到的驾校团购即是窝窝团年初上线的“仅200元,原价1200元驾校优惠券”。据窝窝团上海城市经理高世兴透露,“该单一共有640多人参与,订单要求消费者仅需再向驾校支付2600元即可享受该校教学,而胡立仅向80余名付款消费者提供了全套学车课程,其他500多人并

未接受相应服务。令人惊讶的是,胡立本人竟然于今年8月携款潜逃”。

记者了解到,在这500多人中,有150人已向驾校交付了2600元费用,另300名则只在窝窝团支付了200元,总费用近50万元。为保障消费者权益,窝窝团在了解情况之后已代商家做出先行赔付,对150名全额交款的消费者赔偿2800元,并向其他300名退还了200元。

而同时团购驾校这笔单子的团拼团100多个用户则没这么幸运。记者发现,目前网页上已无任何团拼消息,团购网站本身已不见踪影,赔付消费者更是无从谈起。

## 跑路商家不止一两个

事实上,如此之事并不罕见。记者发现,从去年

开始,团购合作商家就频频“掉链子”,多家团购网站遭遇商家消失或失信的窘境。

据了解,去年8月糯米网因商家跑路损失50万元,今年2月美团网与DQ冰淇淋的纠纷更是牵扯到万余名消费者。事件发生后,美团网表示参与此次团购的消费者除了获得29元团购款的原额返还,还将向其团购账户另行赔付21元,以达到团购现金券面额的50元。除以上两家之外,F团等团购网站也同样遭此厄运。

记者发现,为防止消费者遭受经济损失,团购网站前十名中已有窝窝团、美团、拉手、F团等七家明确表示对消费者不满意的情况将提供先行赔付补偿。

即便如此,业内人士称,目前仍存在消费者因商家失信受损的情况。为此,中国网络法律网法律顾问赵占领建议,各家团购网站除应该完善自身之外,亟待设立保证金制度,通过向第三方机构交纳一定数额的保证金来重塑消费者信心。

## 90%网站“望而止步”

“保证金门槛一旦设立,将加速团购行业优胜

劣汰”,电子商务专家、悠哉网CEO李代山认为,该类保障制度有助于清理一部分保障不利的中小团购网站,促使消费者将注意力集中在一些大型的、有信誉的团购网站。

那么保证金制度的金额门槛该如何确定呢?据悉,窝窝团已经开始一些尝试。记者在窝窝团页面上发现,其已与中国消费者保障协会联合设立了“百万消协保证金”。

对于数额百万级的保证金,李代山称,“按照团购行业一个商家潜逃平均需赔付消费者50余万元来看,保证金100万元并不为过”。易观国际分析师陈寿送对此数额也表示认同,但他亦坦言,“就目前团购市场现状来看,可能有将近九成的团购网站没有能力缴纳百万级保证金”。

另有知情人士告诉记者,团购整体不盈利是行业的普遍状况,有ICP许可证(互联网信息服务业务经营许可证)的网站也不足百家,该证申请条件要求其注册资本最低为100万元人民币,如此看来,能够承担起保证金制度的确实不多。 商报记者 魏蔚

# 11月三家团购网站销售额均破两亿

大风降温拉动团购入“暖冬”,根据独立团购导航网站团800最新11月团购市场统计报告显示,11月行业前三名交易额均突破2亿元。前11个月,全国团购销售额总计已接近95亿元,全年销售额突破百亿元已是“板上钉钉”。



## 行业呈三足鼎立之势

在进行了四个月激烈的行业竞争之后,各网站在销售额上的比拼已由亿元级升级至两亿元。统计报告显示,美团网、拉手网及窝窝团11月交易额突破两亿,而大众点评网和糯米网11月成绩保持在1亿元以上。

同时,11月全国团购总销售额达14.5亿元,较上月增长近20%,预计12月份的销售额将继续保持增长,照此计算,团购业今年较去年将实现5倍增长。

报告显示,截至11月底,全国现存团购网站约3907家,环比减少3.7%。11月全国共计新增15家团购网站,因网站无法访问、无产

品更新或业务转型被视为关闭的团购网站共计165家。在国内网站总数缩水的同时,团购在各城市的热度正悄然蔓延,据了解,超过百万元销售额的地方城市由上月的102个增加至106个。

分析人士认为,在市场总额增长和地基逐步夯实中,团购网站仍在整合淘汰中,大站们的“马太效应”初步显现。团购消费专家、团800联合创始人胡琛评论指出,团购网站这一年虽然逐渐在合并,但蕴含的能量并不会大幅缩水,消费者的实际需求驱动着行业的未来。

## 实物类产品占比上升

报告指出,除餐饮和电影两大品类继续担当团

购网站11月的吸金法宝外,11月全国各地的骤然降温引发过冬装备的团购热销,不仅销售额超过1亿元,更将实物商品销售额占比拉升至22.8%。

值得注意的是,虽然餐饮占据11月将近42%的市场,但全国团购成交额上涨的主要增长点却是实物商品团购。数据显示,11月实物商品团购的销量占比首次跌出50%,但实物商品销售额不跌反升,11月实物商品销售额达到3.22亿元,环比增长45.7%。

分析人士称,11月全国被褥、羽绒服、雪地靴及保暖内衣等产品为团购市场带来了1.8亿元的销售额,

比10月份增加1倍有余。

## 本地服务更吸引用户

根据对惟一身份用户搜索量的匿名统计,对搜索次数达百万级的100个团购热门关键词进行提取,发现2011年搜索最热的关键词绝大多数指向本地消费类团购。

调查中记者发现,实物类商品较服务类团购似乎更能吸引用户“阅读”:在“每次搜索的结果浏览量”这项中,实物类商品占据了前20项中的17项,页面浏览量均超过或接近4次,最高甚至超过6次;而搜索本地消费类团购的用户“每次搜索的结果浏览量”普遍低于3次。

由此可以看出,本地消费类团购似乎更容易匹配和命中消费者的喜好。胡琛指出,用户通过团购导航上其他网友的评论更容易确定该团购产品的性价比,更容易做出购买决定。而实物类团购商品千篇一律,消费者使用淘宝等平台多次浏览的习惯根深蒂固,反而顾虑更多。

本报记者 魏蔚/文  
暴帆/摄

## ·电商论道·



叶耘

## 2012年电商运势三大猜想

2011年马上就要过去了,这一年对于电商行业来说是不寻常的一年,正如英国作家狄更斯在《双城记》的结尾所说,这是最好的时代,这是最坏的时代。临到岁末,不想再做过多的分析了,简单预测一下明年电商行业的运势,供诸君参考。

**团购混战落幕。**团购行业继续洗牌,行业巨头格局成型。千团大战将在2012年落下帷幕,大量中小型、地方型团购网站陆续退出市场,大型的团购网站将面临真正的生死考验,之前疯狂盲目的营销投入、区域扩张和团队规模,将成为部分团购网站的催命符,资本依赖、管理不善和缺乏创新能力是未来大型团购网站倒下的主要原因。年底之前,团购行业将出现两到三家月销量在五到十亿的行业巨头,个人比较看好聚划算和美团,前者拥有中国最大电商平台的商家和用户资源,后者拥有中国最优秀的SNS专家和互联网持续创业团队。代理类电商竞争加剧,营销方式面临变革。

**营销成本巨大。**尽管京东、当当等大型代理类电商已经获得了一定的规模优势,但白热化的价格竞争、巨额的营销成本以及扩充新品类的投入仍然让这些电商巨头显得压力山大。所幸中国拥有巨大的潜在市场,正是因为这一点,尽管投资者对电商行业疯狂烧钱的现状颇有微词,但仍然对其抱有很高的期望。然而,一方面盈利的需求越来越紧迫,另一方面仅靠降价促销这样的噱头已经很难打动消费者日渐麻木的神经。因此,代理类电商必须解决两个问题:一是运营管理上的精细化,利用数据分析和标准化管理来优化产品采购、库存、物流、客服等各个环节,提高运营效率;二是在营销方式上的创新,即我一直强调的品牌文化身份塑造、资源与创意的跨界整合以及自有品牌的开发。

**自有品牌春天。**尽管凡客最近面临较多质疑,但是没有人能否定凡客在五年内营业额从零到几十亿的奇迹。如果不是对市场过度乐观,设定了一个不可能完成的年增长目标,从而导致营销成本、产品种类上的失控,凡客的数字要好看很多。而七格格、Nala等淘品牌的成功更是被作为创业神话在互联网上口口相传。我相信,在未来一年里,将会有更多的自有品牌电商获得消费者和投资人的青睐,创造出更多的奇迹和神话。

2012,让我们相信一切皆有可能。

叶耘,出生于北京,中国政法大学社会学专业毕业,法学学士;曾在EF英孚教育、蓝色光标、NCG晶桓互动、窝窝团担任项目经理、华北区总监、战略合作部总监等职。

(以上观点不代表本报意见)

## ·一周电商动态·

### ▶ 糯米网:团购永远不过时

据一淘网发布的11月团购消费报告显示,目前团购网站停止更新、网站改版或关闭的数量已接近2000家,团购模式遭遇新一轮质疑。糯米网总经理沈博阳称:“2012年肯定不会是电商或者团购末日,更多的是淘汰过程。团购帮本地商家宣传推广,永远也不会过时。”

### ▶ 国美库巴:只卖家电没前途

在苏宁易购宣布开始销售图书时,国美库巴网上商城总经理王治全还称,库巴网将专注于家电类电子商务,不会走综合类电商发展模式。时隔一个多月后,库巴来了个90度大转弯,王治全近日透露,从11月起库巴已开始卖家具了,未来库巴将向家居产品全面覆盖,库巴今后的业务将围绕家庭服务展开。他认为,“未来非家电的销售额将超过家电”。

### ▶ 当当网:图书打一折还不行?

近日,当当网联合总裁李国庆透露,当当网将在线发布第一期电子书5万本,电子书计划按照纸质书价格的三折到五折出售,在促销期间,一些畅销书的价格会达到一折。尽管折扣力度足够诱人,但是业界分析人士还是对电子书销售前景担忧:免费音乐、杀毒,已让免费成为国人习惯,想要让消费者掏钱买电子书,恐怕不易。