

长假未冲击服务类电商

仅年夜饭为网民省近千万元

物流停运让春节期间实物类网购遭遇尴尬,但却并不影响“吃喝玩乐”这些本地化服务网购的发展。日前,淘宝网公布的数据显示,有近10万人通过团购享受到龙年年夜饭,帮助网民节省了965万元,而从除夕至初五,仅淘宝网电影票交易额就超过200万元。



来自聚划算数据显示,春节期间网友在年夜饭一项上总计消费(包括半成品)10590份,平均每份688元,年夜饭相关产品728万元,平均折扣4.3折。除“吃喝”外,许多网友还选择在网上团购电子券。春节期间共有约1100份KTV、约800份美容美发及2200多张游乐园门票通过聚划算本地生活服务平台销售出去。数据亦显示,淘宝话费充值业务在春节期间订单量只增不减,春节一周成交额比节前一周上涨15%左右。相关工作人员

介绍,“淘宝有一套成熟的自动化充值处理系统,话费充值稳定性有保障,同时商家客服24小时春节在线服务,买家充值可获安全保障”。值得注意的是,通过淘宝手机端充值的用户增长尤为明显。数据指出,手机淘宝的话费充值业务量比去年增长了9倍,其中大年三十当天同比增长了1400%。手机淘宝春节流量是去年同期的5倍。除了本地服务和支付业务之外,“冰+火”旅游成为春节淘宝短线游的亮点。据了解,在淘宝旅行的

春节热销产品中,温泉产品占了近50%。紧随其后的就是冰雪游,主要集中在北京周边和东北地区。而淘宝春节期间的机票购买以春节返程票为主,相关人士称,在淘宝购买返程票价格相对便宜,现在从淘宝旅行预订热门航线回程机票很多都能买到两折以内的机票(截至正月十五前),如延迟几天购买回程机票价格将更加划算。记者发现,消费者在春节期间除了购买商品之外,其二手闲置交易平台淘宝跳蚤街活跃度暴涨。

淘宝数据显示,过年前后两周时间,跳蚤街上每天的产品发布数都呈上涨趋势。从淘宝春节一周跳蚤街发布的二手产品显示看出,用户转让的手机类产品占35%,居商品排名前列,同时,数码产品、相机、卡券、保健品等均属于送礼热门。淘宝跳蚤街工作人员分析认为,由于不少网友收到公司发的年终大礼多处于闲置,与其搁置,不如选择在跳蚤街上转卖倒是个很不错的方法。 商报记者 魏蔚/文 CFP/供图

· 电商论道 ·



周洪美
原正望咨询
副总裁

给龙年的电子商务算一卦

兔年的电子商务,一半是海水,一半是火焰。2011年电子商务继续高速发展。11月11日淘宝光棍节活动单日成交额突破50亿元,此数字超过了国内各个省份的单日平均社会商品零售总额。2011年全年网上零售的规模将达到8000亿元级别,这超过全国社会商品零售总额的4%。相对于电子商务如火如荼的增长势头,电商网站的日子并不是那么舒心。2011年下半年开始,电子商务在资本市场骤然变冷。之前大把烧钱的电商网站资金难以为继,出现了大批倒闭的现象。即使能够挺下去的电商网站也是满腹怨气,乐淘网CEO毕胜就直白地表示入错行了,甚至发布了“听到电子商务这四个字就比较恶心”的言论。电子商务市场规模的不断增长表明电子商务模式不是问题,但大批电子商务网站遭遇困境则表明电子商务出现了问题。电子商务网站大把烧钱跑马圈地式的重资本轻商务的运营模式在市场环境好的时候大家一起玩得挺High,但在经济趋冷、资本市场收紧的情况下难免有人开始裸泳。支撑电子商务的两大动力一个是外来输血,即资本的不断投入,另外一个则是电商本身的造血功能,即电商运营产生的利润,目前电子商务主要靠外来输血而自身造血能力不足。至少在2012年上半年,资本市场很难出现反转,增强自身的造血功能将是电子商务网站生存的关键。同时抛弃玩概念的做法,回归商务本质也是电子商务持续发展的关键。如果将8848、当当等电商网站的成立时间作为中国电子商务的元年,中国电子商务生肖应该为兔。替电子商务算上一卦:今年辰卯相害,且为克害,卯木克土;太岁为一岁之主,威不可犯,形成以下犯上之象也!故属兔的人今年运程颇为阻滞。幸逢太阳星入宫,凡事多加小心谨慎,有望化险为夷。看来电子商务在经历了一个虎头蛇尾的兔年之后,龙年同样命运多舛。不过阳光总在风雨后,愿中国电子商务在龙年能够通过龙战于野,最终实现飞龙在天。

团购网站施展解数春节创收

十城市成交额超6500万元

团购消费一直有节假日“疲软”的特点,尤其是春节,毕竟人们在这个时候往往都在忙着走亲访友。但今年的春节却和前两年明显不同,根据团800发布的最新数据显示,今年春节,北京、上海、广州、天津、成都等10个一线和二线城市的团购累计销量超过180多万份,成交额达6591.9万元。

从春节期间各团购网站推出的专题看,大致分为吃、玩、购三个方面。有业内人士称,在春节开始前不久,不少团购网站和参与团购的商家就制定了详细的春节攻略,极大地吸引了诸多网友的浓厚兴趣和参与。

吃 年夜饭成赚钱大头

随着人们生活水平的提高,过年在外吃年夜饭逐渐被很多家庭接受。每年春节前一个多月,很多饭店就开始接受年夜饭的预订,一些城市还出现了

年夜饭预订不上的情况。餐饮团购一直是本地生活服务业非常集中和重要的领域,也是团购向前发展的动力。今年春节期间,F团、58团、窝窝团也推出了年夜饭专场。其中,F团同时在全国12个城市推出了年夜饭团购,是数量最多的一家团购网站。年夜饭的购买情况也呈现出了一个愈显理性的团购市场。例如,F团在北京推出的一款1998元和2988元的团购套餐,竟吸引了近30人购买。在石家庄推出的880元套餐有17人购买。这样的团购价格,在前年

团购每单平均40-50元,去年上半年每单平均60-70元的团购市场上是个很大的突破。由此也可知,越来越多的网民已经将注意力从纯粹的价格转移到了性价比上。

玩 团购春节娱乐多样化

春节期间,休闲娱乐活动需求量很大。但由于这些场所之前在过年期间很少打折,让很多消费者觉得很划算。而且还有很多人完全不了解应该去哪里玩,所以很多休闲娱乐场所所在消费旺季经常呈现出冷清的情况,而团购的出现则完全改变了这种矛盾。春节期间,以电影、KTV、温泉、滑雪等休闲娱乐项目为主的活动,占据着团购网站的重要版面,美团、F团、58团、拉手、窝窝团、嘀嗒团这些团购网站都推出了各式各样的春节休闲娱乐活动。

购 年货助力“宅经济”

强大的网购力量催生了“宅经济”的迅速发展。所谓宅经济,就是足不出户的网民在网上购物也照样为经济发展做贡献。在春节期间也不例外。团购年货是今年一直在说的话题,尤其在春节前期,通过在团购网站购买干果、酒、各地特产等产品,非常常见。春节期间,F团、拉手、58团、满座和24券都推出了年货专场,为消费者提供物美价廉的团购商品。其实,实物团购从品类和数量上与淘宝、京东这样的电商企业相去甚远,但优势在其超低的价格。F团CEO林宇表示:“团购是一种单品爆款的销售模式,就像我们卖5毛钱的可乐,5毛钱的脆脆鲨,几分钟、几个小时就能卖几十万,上百万个。这一销售数字在传统电商平台上,基本是想象不到的。” 商报记者 魏蔚

周洪美,中国人民大学电子商务方向博士生,统计学硕士;先后在CNNIC和正望咨询工作,曾担任正望咨询副总裁兼首席统计师,对电子商务有较深入的研究。(以上观点不代表本报意见)

· 一周电商动态 ·

- ▶ 美团网:让电商与“宅”划清界限
自电子商务诞生之日起,它就和“宅”这个词密不可分:你不再需要出门逛街,快递自然会把你物品送上门来。近日,美团网CEO王兴称,美团要做一个不“宅”的电子商务,他认为,团购模式和传统的电商模式有很大的区别,团购不是送到你家里,而是变成人到店里。
- ▶ 一淘:前10家团购网站垄断90%以上市场
一淘网近日发布的2011年团购报告显示,商品实物及生活服务两大团购项目全年合计交易额突破了200亿关口,达到201.1亿元,创造了全新的行业纪录。在这“火热”的数字背后,隐藏着巨大的危机。一淘的报告指出,去年12月排名前10位的团购网站市场份额集中度已经高达90%以上,而监测数据显示,目前还在继续坚守的团购网站依然还有3800家左右。
- ▶ 团宝网:老板没有“跑路”
此前,网传团宝网北京总部人去楼空,任春雷已经“跑路”。对此传闻,团宝网发布微博予以否认,称“网上流传诸多关于团宝网的不实传言”,并表示“春节假期后所有业务如常运营”。团宝网CEO任春雷则在微博上简单表示“有任何问题,上班处理”。