

今年1-2月团购总额增长7.4%至43亿元

团购传统淡季首次回暖

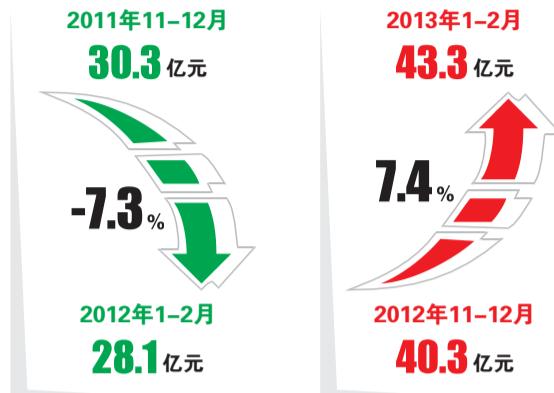
历经四个年头的团购行业首次淡季实现逆转。根据团购导航网站团800数据显示，今年前两个月团购总成交额破43.3亿元，环比增长7.4%。而在过去，每年一二月是团购淡季，销售额均会低于前一年年底业绩。

无需预约产品占14.2%成市场增速引擎

按往年规律来看，1月和2月因春节返乡潮和长假因素，团购网站一般都会遭遇“流量荒”成交额大幅下挫，然而据团800最新公布的《2013年1-2月中国团购市场统计报告》显示，今年1-2月主流团购网站总交易额为43.3亿元，较去年11-12月总成交额增长7.4%，而去年前两个月的较2011年11-12月总交易额环比下降7.3%。

据悉，今年1月和2月成交额分别为23.2亿元和20.1亿元，购买人次则达到4660.8万和3671.8万。

北京商报记者发现，在生存线上挣扎的团购在年后非常态回暖，实际上是移动端和无需预约为行业提供了新的业务增长点。据了解，目前，团购已经成为商家营销的常态化工具，为了更便于用户使用，今年国内多家知名团购网站纷纷推出可到店凭券码直接消费的“无需预约”型团购。

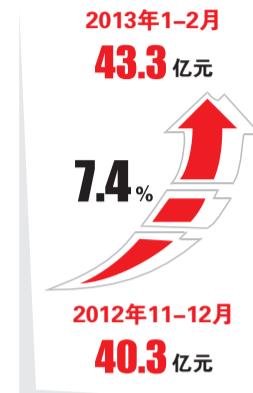


数据显示，从今年起主流团购网站每日售卖的团购产品中“无需预约”类数量逐渐增多，以占团购市场规模近六成的餐饮团购为例，“无需预约”占比已达14.2%，而这一比例在去年还不到10%。

除了拉动购买人次之外，“无需预约”也使以往在周末及节假日期间出现的交易空白得以填补。北京商报记者了解到，与去年相比，今年工作日和周末的日均成交额差值正逐渐减小，去年1-2月周末日均成交额占到工作日的55.7%，而在今年同期这一比例在84.3%。“从另一个角度看，移动端和‘无需预约’也加速了小型网站消亡的速度，因为他们无力开发自己的手机应用而跟上移动团购的增长快行道。”电子商务专家、悠哉网CEO李代山如是说。

行业集中化再度提速 网站存活率仅18.6%

在今年前两个月亮眼的成交额背后，团购网站



数量继续大幅减少也令人关注。根据团800于今年2月底对网站的定点跟踪，目前真正意义上还在维持运营(减除虽能访问但团购活动已经7天以上不再更新)的团购网站数量只有943家，相对历史上最高纪录的5058家，存活率仅为18.6%。

北京商报记者进一步了解到，仍然维持运营的团购网站主要为三大类型：一是提供本地服务类产品为主、同时兼顾网购商品的网站，占总量的47.5%，如美团网、窝窝团等均属此类；占比27.9%的是提供垂直服务领域产品的网站，例如携程、艺龙等都开通了旅游团购业务；此外还有24.6%的则是大部分打着团购招牌的传统电商。

虽然每年春节后都会有一批团购创业者放弃业务而转型，但是北京商报记者发现，今年网站缩水比例远高于以往，以去年同期为例，网站数量有3626家，是巅峰期5058家的71.7%，而今年的存活率

仅为18.6%。

对此，业内专家认为，大型团购网站的规模化优势渐渐显露，对网民和商户的影响力进一步增强，这使得中小型团购网站长期毛利低下的生存空间进一步受到挤压。

折扣上涨促毛利提升 或引巨头二进军

在业内专家眼中，团购通过业务升级和手机团购带来新增用户，行业目前在传统互联网和移动互联网的双行道上提速前进，整体发展也趋于理性。

对此，消费专家、团800联合创始人胡琛分析指出，实际上通过手机团购和“无需预约”模式，团购行业已经悄然涌入4-8折的优惠区间，这将大大改变过去三年内行业的低毛利现状，竞争环境得以改良优化。

“今年将是主流团购网站的决胜之年，而现在走进最后一局比赛的不仅是几家三年前诞生的幸存者，类似阿里、百度、腾讯这样的互联网大鳄又将很快看到市场的新空白而考虑‘回马枪’，杀入进行二次收割”，胡琛对团购行业保持乐观。

而吸引互联网巨头的团购市场将会有多少呢？根据连续三个半年期复合增长率23.6%来计算，预计今年全年有望超过300亿元。

北京商报记者 魏蔚/文
王飞/制表

· IT论道 ·



磐石之心

评论员

看微信的未来需要再等两年

最近由于运营商表示微信过度占用移动互联网信令资源，希望向微信收费，又将微信推向风口浪尖，腾讯股价也因此发生大幅下跌。

作为一款仅有两岁的年轻产品，微信获得的赞美太多了。但它毕竟是一款年轻的产品，笔者认为要看微信能成什么，需要再过至少两年。在此我们不妨对三年后的微信做个简单的预测。

在谈微信之前，我们不妨先谈一谈微博。这款产品经过三年多的发展，现在基本定型，其发展路径也值得思考。

2009年8月新浪推出“新浪微博”内测版，成为门户网站中第一家提供微博服务的网站，紧接着腾讯、搜狐、网易相继推出微博产品。

2009、2010年可谓是微博如日中天的两年，无论是媒体还是资本市场都非常看好微博的未来。同时，对微博的产品性质也有诸多讨论，最大的争论焦点是“微博是社交网络还是媒体平台？”

而最初新浪解释微博是如同Facebook一样的社交网络。然而发展至今，我们清晰地看到微博其实就是媒体平台。虽然新浪试图开发“密友”等社交产品提升微博的社交能力，然而仍无济于事。所以时间是一款产品最终形态的决定者。

因此，对于微信的未来我们仍不能过早地下结论。从目前来看，微信除了承载QQ聊天、陌生人交友、朋友圈沟通外，其最大的不确定价值是公众平台的未来。

现在有媒体借助公众平台作为内容的发布渠道，有个人借助公众平台拓展影响力，有企业借助公众平台进行营销工作。

微信希望做一个尽可能开放的平台，让所有类型的用户都找到自己使用微信的方法。就如同盖了一栋办公楼，将房间出租给各类企业，而腾讯只负责物业，具体经营交给企业去做，所以微信到底是什么很难定性。这个想法的初衷是美好的，但是在执行的过程中会出现很多问题。比如，微信如何避免公众平台成为类似群发推广短信的垃圾通道？如何将免费的公众账号转变为向企业收费？这些都是未知数。

笔者认为，对于那些希望借助微信来营销的企业来说，除了参与微信附近的商家业务外，想借助微信做品牌推广并不现实，微信是一个流量入口，并非品牌推广平台。只有你的品牌已经获得了用户认可，用户才会关注你的公众账号，然后才会获得向用户营销的机会。

微信似乎是一个具有各种接口的插排，哪些电器会插上来都是未知数，所以要看微信的未来，我们要再等两年。

王斌，笔名磐石之心，多年从事消费电子、互联网、移动互联网行业专业管理咨询工作，多家知名媒体特约评论员。

(以上观点不代表本报意见)

· 电商动态 ·

● 淘宝网：不要愁了，网店现在能转让

一直以来，因为淘宝网店不能转让过户的规定，曾让部分日进斗金的网店变得一文不值。据悉，下半年淘宝将推出的“离婚过户”和“继承过户”细则将解决因夫妻离婚和店主去世等情况带来的店铺分割和继承问题。

● 京东商城：别急，我的架构还没调整完

在安顿好POP开放平台的架构之后，近日京东商城宣布动刀公司研发系统组织架构，主要依据原一级研发部门所服务的各业务条线或承担的公司级研发任务。同时任命高级副总裁李大学负责整个研发系统。

● 聚美优品：我跟品牌商向您保证卖的化妆品是真品

针对近期美妆电商“八成均为假货”的质疑，在中消协呼吁下，聚美优品联合首批40多家化妆品品牌商和渠道商代表，成立了中国化妆品电商真品联盟，将推出化妆品网购标准和客户服务等行业规范。

史玉柱营销新招：月薪万元招“游戏取景师”

户外工作.....

而在薪资待遇的描述中，此职位除了提供“高端数码摄影、办公设备，报销景区门票和住宿费”外，更是给出了月薪1万元以上的高薪。

近年来，伴随着越来越多元化的行业细分，一些稀奇古怪的职业也开始进入公众的视野。从大堡礁看护员，到星级酒店试睡员，“最理想的工作”层出不穷。

巨人网络方面介绍，职业游戏取景师是近年来新兴的职业，它最初起源于好莱坞的电影制作中，一些魔幻题材大片为了在电影中营造更为逼真宏大的视觉场面，采用实景与电脑3D技术相结合的方

式进行制作。随着3D技术的发展和广泛使用，国内的一些大手笔网游也开始采用这项技术，而作为地图绘制员的“职业游戏取景师”也就应运而生。根据游戏种类和任务的不同，在全国甚至全世界范围内实地取景考察。

去年，“重走青春路”的声音引起了很多“80后”白领的共鸣，越来越多的人开始不满足于一份仅仅满足养家糊口需要的工作，职业的选择渐渐成为一种生活方式的需要。因此，巨人网络《仙侠世界》招聘游戏取景师的信息一经曝出就在网络上引起了很多人的注意，唤起了很多玩家和“程序猿”的梦想。

科技信息行业，互联

网公司职位一向被人们认为是枯燥、单调和无趣的，游戏开发人员更因24小时离不开电脑而有屌丝、宅男等称号。

如今，网络游戏也开始变得越来越“接地气”，为了让玩家感受到最逼真、最美丽的画面，游戏开发也不再是一成不变的闭门造车，而是将实景采风作为设计中至关重要的环节。

另据介绍，今年，巨人网络推出的《仙侠世界》，其中的所有场景就是由专业取景师实地考察取景，再由美术团队进行后期3D处理制作的，美化至每一个小细节，为玩家呈现真实风光。

北京商报记者 张绪旺