

· 巨头动向 ·

顺丰 优选车厘子抢镜“双12”

“双11”余温未散,紧随而来的“双12”让B2C电商都有所收缩。然而12月正值电商年终冲刺的关键时刻,顺丰优选继续做“爆品”营销,围绕正值上市高峰的智利车厘子做起了文章。

昨日,由智利驻华使馆商务处推出的“新年礼盒”在顺丰优选上线预售。智利驻华使馆此时将其出口中国的两大明星产品“车厘子”和“红酒”组合在一起发售,既可搭乘电商“双12”顺风车,也提早抢占了年货市场。

据了解,这款针对中国消费者的定制礼盒不仅包含智利红酒与车厘子,还包含了智利总统米歇尔·巴切莱特的祝福DVD和智利驻华大使的亲笔签名贺卡。近两年电商搭台、政府唱戏已经成为海外车厘子抢占中国市场的成功渠道。自去年时任美国驻华大使的骆家辉在天猫推广卖出170吨美国车厘子后,智利驻华使馆也将本国车厘子送上了顺丰优选。

敦煌 婚纱礼服销售增速达300%

中国的婚纱礼服有广阔的海外市场,由于毛利高、无需备货的特点历来是外贸首选。在跨境电子商务敦煌网平台上,婚纱礼服行业一直保持着高增长态势。婚纱礼服因“高利润”和“中国制造”的优势成为跨境电商领域的重点品类,近几年的发展一直处于上升趋势,在跨境电商新兴市场中遥遥领先。据敦煌网婚纱礼服行业总监高文介绍,敦煌网婚纱礼服行业拥有大量海外客户资源,并且连续三年实现销售额超过300%的增长,销售额远高于中国同类跨境电商平台。

据悉,婚纱拥有各种裙型和款式,既有近几年的爆款、热销款可以满足怀旧的新娘装,也有新款、奢华款满足勇于尝试的新娘装。在新郎的着装方面也不逊色,有新郎套装及配饰,还为婚礼配有花童的着装,从刚会走路的女宝宝到几岁女孩的花童裙应有尽有。另外,新娘配饰和婚礼用品能为婚礼增添色彩,小到头饰、裙撑,大到婚礼拱门、桌椅套等。

· 网罗天下 ·

速卖通再添俄罗斯专线物流

继接入中俄航空Ruston专线、航空燕文专线后,日前,速卖通线上发货又新增了俄罗斯专线速优宝-Itella。据了解,速优宝-Itella是由速卖通和芬兰邮政针对2公斤以下小件物品推出的香港口岸出口特快物流服务,由芬兰邮政与俄罗斯邮政合作通关,运送范围为俄罗斯全境邮局可到达区域。

ASOS一财季股价暴跌

英国最大时尚电商ASOS PLC2015财年一季度业绩极度疲软,国际市场增长的进一步放缓抵销了国内的良好表现,毛利率也继续大幅萎缩。在截至11月30日的前3个月,ASOS PLC 国际零售收入录得2%的跌幅,从去年同期1.439亿英镑下跌至1.415亿英镑。

杂货电商Instacart获20亿美元估值

主打1小时内送达的食品杂货电商Instacart正在进行新一轮融资谈判,预计获得KPCB领投的1亿美元,公司整体估值20亿美元。新一轮的估值也使得这家创立仅两年、最初打着“Uber”概念的初创公司越来越接近成为下一个Uber。

海蜜完成1500万天使融资

多麦电子商务旗下主打女性跨境购物的移动应用“海蜜”完成1500万元天使投资,投资方分别为元宝铺、贝贝网以及一个长三角保税区仓储服务公司。“海蜜”创立于2014年9月,其初衷是在国内海淘用户与国外专业买手之间搭建一个连接平台,使二者之间实现完美对接。

兰亭集势“黑五”销售猛增

跨境电商上市公司兰亭集势 (LightInTheBox)透露,在2014年11月30日“黑色星期五”,该公司创下265万美元的单日销售新纪录,相比于去年“黑色星期五”上升了65.6%。

线上线下联手破局垂直电商

——专访大朴网CEO王治全

面对一个个倒下的垂直电商,行业的发展前景令业界担忧。如何突围成为从业者当务之急。日前,大朴网获得家纺传统老大罗莱家纺注资参股,其创始人兼CEO王治全认为,垂直互联网品牌与线下传统品牌的合作,有望成为破解双方发展瓶颈的可行模式。

“上下”求索

在大朴网与罗莱家纺的战略合作发布会上,双方宣布进行战略合作。在罗莱家纺电商业务负责人王梁看来,这是罗莱家纺从线下到线上的探索,也是大朴网作为电商下探的尝试,二者会在中间找到一个点,擦出火花。

北京商报记者了解到,大朴网需要罗莱家纺在供应链方面的优势,而罗莱家纺则看中大朴网的差异化定位和互联网基因。“供应链优势不只是可以便宜买到原材料,还包括整个生产制造体系、销售渠道等稀缺资源。我们在供应链成本控制上已经下了很大功夫,但是跟罗莱方面一聊,发现我们的成本还是高太多了。”王治全表示。

作为上市公司的罗莱家纺,已经连续三年成为天猫“双11”家纺类销售冠军,在王治全看来,这是“向互联网转型最坚决、最彻底,也是最成功的家纺企业”。不过,罗莱家纺董事长薛伟成仍然认为,传统企业应该向专业的互联网企业学习“互联网思维”。

事实上,希望通过互联网进行自我改造的传统企业并不在少数。据蝙蝠资本创始人、将鼎晖资本引入大朴的屈田透露,除罗莱以外,家

纺行业的另外两个巨头——富安娜和梦洁也来找过大朴,但晚了一步。

“偏执狂”的生意

王治全自嘲说,大朴网是家纺界的一朵奇葩,对产品安全性的偏执和对极简审美主义的追求,与主流家纺品牌注重花色、款式完全不同。“在现在中国商业环境普遍信任缺失的年代,我们做‘安全’这个切入点是非常难的事情,从创立到现在,也走得非常辛苦。”王治全坦言。

在电商行业,大朴网更是王治全的二次创业项目,2012年成立时,早已过了垂直电商的爆发期,甚至错过了垂直电商与资本的蜜月期。当时凡客诚品这一业界最大的互联网品牌已经上市失败,业界对垂直电商一片看衰。

不过,正是因为“奇葩”的定位,让大朴获得传统企业的青睐。“与罗莱合作,并不意味着要成为第二个罗莱,复制罗莱对整个市场没有任何意义。在现在的行业格局中,复制罗莱者死。我们要做一个不一样的大朴。”

垂直电商回暖?

在大朴等企业获得资金的同时,业界对垂直电商的生存状态和前景又有了不同的理解。王治全认



为,目前很多垂直电商希望的“垂直”有些狭隘,企业希望通过提高单价获得好的利润率,但这样的思路并不对,“我认为毛利率是万恶之源”。王治全认为,垂直电商应该专注于一个领域,但是也要足够“利他”,不能在这个领域中将消费者分成三六九等,然后挑选一部分有能力购买的消费者作为目标客群。

中信证券高级副总裁、首席分析师鞠兴海认为,目前登陆资本市场的大多是综合类平台,垂直类电商和网络品牌,目前的发展规模还不小。“互联网品牌,大多数是依靠差异化定位和精准营销发展起来的,集中在细分领域,规模体量相对较小。未来,这些垂直电商的资本化方式主要是被上市公司参股或控股。对于参股方来说,互联网品牌不是用来增厚利润,而是在思维模式上获得互补。”

北京商报记者 崇晓萌

阿里云助交大“技术宅”实现二次元之梦

三名自诩为“技术宅”的交大研究生从宿舍起步,用三年的时间打磨出了一款超级奇葩的游戏《崩坏学园2》。但令人意外的是,这款游戏却被公认为国内年度最好的原创动漫游戏。“再不来陪人家玩,人家的节操就要溢出来了哦”、“基友快来一起作战”、“扭蛋”、“僵尸娘”等让普通人摸不着头脑的语言构成了游戏的剧情体系。当外界还在充满疑问时,他们已将业务版图延伸至日本,阿里巴巴的云计算能力无意中加速了这一进程。

刘伟是这家名为米哈游公司的总裁,他于1987年出生,是上海交大和美国佐治亚理工学院双硕士,创业之前的计划是去美国攻读博士学位。据刘伟介绍,《崩坏学园2》在今年3月底登陆iOS平台,上线当天便冲到收费榜第一,限免期间又进入免费榜、畅销榜双榜前十。目前公司员工将近50人,收入达到千万元级,其中数百万的用户中“90后”居多。

二次元对很多人来说是一个极为陌生的词语,所谓的“二次元”,就是相对于现实“三次元”世界的平面世界,是对热爱动漫、游戏等作品的用户的一种称呼。

伴随“90后”群体的崛起,曾被认为小众的二次元文化开始变得大众起来,这成为米哈游成功的群众基础。

除了外界原因之外,刘伟认为团队本身的二次元属性和采用云计算的方式同样是成功的关键。“我们团队成员本身都是深度的二次元用户,能够用心体会二次元用户的需求。产品感动了自己,就有可能感动玩家。因此我们不断地提升游戏品质,还请到了日本一线声优做配音。”以至于有玩家评论说“怪物和僵尸的声音居然都萌萌哒”。

“云计算为我们把产品做到极致提供了可能。作为一个初创游戏公司,我们希望把最多的时间和精力放在游戏内容制作上,而不是服务器运维上。所以,从创业一开始我

们就选择了阿里云计算。这不仅减轻了人力和物力上的投入,更为业务的发展提供了未来的支撑。”

刘伟表示,国内大多数游戏因为排名等设计需要,都会选择新开服务器来承载更多的用户,这就意味着两个服务器上的用户将是在两个平行的世界,无法联通。得益于阿里云计算的弹性,《崩坏学园2》在单服日活跃用户超过40万的时候,依旧没有另外开设服务器,这就确保了用户都可以在同一个世界里“愉快地玩耍”。

刘伟喜欢跑步,曾完成过全程马拉松,他很享受“为了一个目标持续努力”的过程。对于米哈游,他希望用5-10年的时间做成国内最好的ACG (Anime、Comic、Game) 娱乐公司,而不仅仅是一家游戏公司。今年他们已经推出了《崩坏学园》题材的四格漫画和剧情漫画,未来还计划推出剧场版动画,远在日本的办公室承担了米哈游进军日本市场的责任。