

· 网罗天下 ·

韩乐天玛特下月登陆天猫国际

韩国大型超市易买得和乐天玛特将于下月中旬在天猫国际商城各自开设专用卖场。易买得和乐天玛特计划,下月天猫国际商城专用卖场开业时,将销售中国人较为喜爱的加工食品、电饭煲、妇女用品等100余种产品,至今年上半年销售种类将扩至500余种。

Groupon四季度财报同比扭亏

近日,美国团购巨头Groupon发布了2014财年四季度及全年财报。报告显示,Groupon四季度营收为9.254亿美元,比上年同期的7.684亿美元增长20%;归属于普通股股东的净利润为880万美元,相比之下去年同期归属于普通股股东的净亏损为8120万美元。

宝岛O2O入驻麦包包

麦包包与宝岛眼镜合作,在其官网上新建了O2O体验馆。用户在该O2O体验馆线上购买宝岛眼镜的套餐后可在全国任意一家门店进行提货。麦包包方面称,该体验馆仅仅是给商家提供的一个流量入口。

Totefish推用户自建商城功能

日前,美国初创电商企业Totefish推出用户自定义购物功能“My Totefish”。买家能利用该功能自定义自己的购物商城,并进行购物。目前,在“My Totefish”上,用户能搜索到已入驻该网站的8000多家网店。

英家具电商Made开实体展厅

英国家具电商Made在伦敦的第二家线下展厅日前开门营业。在展厅里,消费者可以直接观察到不同桌椅的搭配效果,展示的家具均可在线上购买。Made的联合创始人Chloe Macintosh表示,“消费者可以直观地接触到Made的思维方式,线下空间的布置能为我们的数字零售增值”。

YOOX 去年销售突破5亿欧元

意大利奢侈品电商YOOX近日发布2014年全年业绩报告,2014年度净销售额5.24亿欧元,按报告汇率同比增长15.1%,按不变汇率同比增长17.7%。平均月独立访客从2013年的1320万人增加到1520万人。然而,平均客单价从215欧元降至202欧元。

Bigcommerce牵手Square

日前,澳洲电商服务提供商Bigcommerce宣布与美国移动支付创业公司Square进行合作,以谋求更多的商家入驻Bigcommerce的网店搭建平台。这次合作中,Square将为Bigcommerce提供那些在美国和加拿大区域内仅有线下实体店的Square商户,而Bigcommerce主要负责给这些商户搭建电商网站。

ShowroomPriv é 推即时服务

法国时尚电商ShowroomPriv é推出新服务Deafline,为聋人以及听力受损人士提供更便捷的客户支持。据了解,Deafline允许这些特殊客户通过即时信息或视频与公司客服联系,解决了电话咨询给听力受损人士带来的困扰。

Nordstrom巨资提升线上用户体验

美国奢侈品和时尚零售商Nordstrom于近日宣布今年将花费12亿美元用于拓展其线上业务和线下商店,其中35%的费用将用于提升线上的用户体验。Nordstrom总裁表示,计划2015年新开27家店,并实现线上业务增长20%的目标。

俄鞋服电商增速放缓

受不利的宏观经济条件及国家货币贬值的影响,俄罗斯鞋服电商市场增速缓慢。据最新调研显示,2014年俄罗斯服装、鞋类和饰物电子商务市场2014年贸易额为765亿卢布,折合78.4亿元人民币,增长率仅为3.8%。

栏目主持:赵子航

借垂直化增强用户黏度

——专访58同城CEO姚劲波

斥资2.67亿美元全资并购安居客,可以看做是58同城深耕房产领域的开端。作为一个分类信息平台,58同城一直给人以“领域覆盖全、接触层次浅”的印象,尽管应用场景不少,用户黏性却不高。在姚劲波看来,解决这一问题的关键,就是在重点领域实现垂直化发展,这其中既包括内部孵化的自营业务,也包括通过投资并购实现的战略布局。



合作实现部分领域的闭环。

以房产为例,安居客作为一个垂直平台,在房产领域做得更为专业,58同城吃下安居客后,不仅补充了新房业务,还能得到成熟的团队。另一方面,58同城也已经投入了一支力量,在准备房产领域的互联网金融业务。在业内人士看来,当金融业务加入到房屋买卖的链条中时,58将无可避免地从信息平台转向交易平台。

不过姚劲波坦言,互联网金融“未必是今年能够看到成绩的一个板块”,姚劲波表示,其最终希望58和安居客的用户能够不只是看到一个平台,在线下完成交易,而是可以在这个平台获得更多的差异化服务。

北京商报记者 崇晓萌

再现全资并购

本月2日,58同城宣布并购安居客集团,交易以现金加股票的方式进行,交易金额达到2.6701亿美元。这是58同城日前宣布的第二个全资并购案,此前2月底刚宣布以亿元级别收购驾校一点通。

在去年5月提出“拿出10亿美元进行投资并购”之后,58同城持续着激进的投资节奏。在招聘领域并购了零售业垂直招聘信息平台“魅力91”;在汽车领域先是以2000万美元的价格入股e代驾,又斥资亿元全资收购驾校一点通。加上此次对安居客的并购,58同城已经披露的投资金额超过3亿美元。

姚劲波提到,实际上58同城还有部分投资信息尚未披露,“在投资方面,我们的节奏要快于预期”。在日前发出的内部信中,姚劲波还表示“会以更激进的方式投入到市场和研发中”。

加码重点领域

在58房产与安居客实现合并后,二者组成了“58安居客房产事业群”,由58同城创始元老庄建东负责。北京商报记者了解到,在成立房产事业群的同时,58同城还相继成立了汽车事业群和分类信息事业群。这些都是58同城平台流量最高、用户黏性最强的优势领域。

姚劲波接受采访时表示,58同城作为一个平台,最专业的不应该只是信息。“我们要慢慢地对各个品类加深了解,尤其对房产、汽车、招聘的了解要更加深入。”姚劲波认为,这也是58同城成立各种事业群的初衷,希望每个板块和领域都更加专业。

“垂直”背后的产业闭环

尽管姚劲波认为,作为一个跨品类的平台,58同城很难在每一个领域都做到交易,但一直标榜开放精神的58同城,还是希望通过与垂直平台的

吴晶:加强“淘宝村”扶持力度

“淘宝村”自国务院总理李克强、国务院副总理汪洋专门调研以来就成为社会各界广泛关注的课题,今年全国“两会”也不例外。全国政协委员、浙江省政协副主席吴晶就专门把淘宝村作为提案,建议各级地方政府从品牌建设、土地空间、资金、人才以及服务五方面入手,加强扶持力度。

据了解,淘宝村是大量网商聚集在某个村落,以淘宝为主要交易平台,以淘宝电商生态系统为依托,形成规模和协同效应的网络商

业群聚现象。吴晶调研发现,淘宝村当前面临若干困难,尤其集中在同质化竞争突出、土地空间有限、农村电商融资困难、电商人才匮乏、第三方服务不完善五个方面。她建议政府对症下药,加强扶持力度。

吴晶建议,首先是推进品牌战略,应对同质化竞争。各地政府应加强宣传引导,推动淘宝村卖家提高品牌意识,加强原创设计能力,加快从个人店铺向企业店铺转型。其次,积极探索电商产业园建设,解决土

地难题。吴晶建议,各地政府在保证耕地红线的前提下,积极探索农村和县城电商产业园的建设,提高现有设施的利用效率。

第三,探索多元化的农村金融路径,缓解农民网商融资难。建议金融监管机构推动各大商业银行加快对农村电子商务的调研,同时地方政府同互联网金融机构应该加强合作。第四是加强淘宝村人才体系建设。建议各级地方政府加强淘宝村人才体系的建设。

北京商报综合报道

周成建:重塑电商与消费者关系

关于电商环境的负面报道与日俱增,越来越多的消费者开始呼吁净化电商环境。全国政协委员、美特斯邦威董事长周成建表示,“在电商时代迫切需要良性进化的今天,我们将迎来的是一场从内而外的颠覆性变革”。

他认为,随着消费者结构的进一步调整,重视品质的“80后”、“90后”成为网上消费的主力军,他们寻求在线上购物时也能买到更多高品质的商品,得到更多的服务保障。品质电商时代已经兴起,未来电商时代将从单纯的价格竞争转

向价格、品质和服务的综合性竞争,电商行业进入第三时代——品质电商时代。

周成建认为,脆弱的消费者和商户关系导致了越来越低的客户忠诚度,进一步加剧线上购物生态体系的恶化循环。根据深圳市消费者委员会数据显示,2014年“双11”期间,“质量问题”占投诉类别之首。

随着品质电商时代的来临,消费者开始追求“线上线下都能享受到的高品质保障”。品质电商的核心是让消费行为不再是碰运气的惊

喜,消费者不用再承担货不对版的风险。在购物动作越来越多地发生在碎片化时间里时,消费者对于“精品”的需求不断提升,“海淘”和进口商品的兴起就是很好的例子。

在周成建看来,品质电商也将重塑商家和消费者的关系,两者之间将从对抗型关系变成信任型关系,进而升级为认同型。认同感所带动的消费行为来源于商家与消费者以及消费者与消费者之间产生的共鸣,这种粉丝化、社交化的关系将是品质电商的重要生命力。

北京商报综合报道