

· 速读 ·

### 猎豹移动收购移动广告公司

猎豹移动近日以5800万美元的对价100%收购全球移动营销公司MobPartner, 本次交易将以现金和股份的方式进行。

MobPartner为广告主在移动端提供创新的效果营销技术, 并帮助发行商以较高的价格变现流量。MobPartner的业务覆盖200个国家, 服务于500多个广告商, 并与全球超过1万家发行商建立了合作, 每月覆盖超过两亿移动用户, 产生180多亿次的广告曝光。

猎豹移动CEO傅盛表示:“猎豹移动旨在为全球移动用户打造最好的移动体验, 为全球广告主、发行商提供最佳的移动广告服务。对MobPartner的收购将进一步提升猎豹移动在移动广告领域的领先地位, 我们将与MobPartner共同打造世界一流的移动广告平台。”

### 易车提升汽车电商服务标准

汽车电商整合平台易车正多维度发力, 为其电商服务充电, 并推动行业服务标准提升。易车旗下两大电商平台——易车·惠买车和易车商城在继续推行定金可退、用户信息保护等服务承诺的同时, 宣布率先在行业配备专业的线下购车顾问团队, 解决用户下单后提车前的一系列问题, 再加上其呼叫中心团队, 易车构建了覆盖消费者购车全周期的360度服务体系。

2014年, 易车推出了两大汽车电商平台——C2B反向驱动经销商报价的易车·惠买车和B2C一口价的易车商城。为保障用户利益, 两个平台都制定了详细的用户服务规则, 确保消费者网购权益。例如定金可退还, 确保资金安全。用户在两个电商平台交付的定金可作为车款的一部分抵扣, 如果用户取消订单, 可随时退回定金。此外, 易车还建立了严格的用户信息保护制度, 确保个人信息安全。

### 世纪佳缘强化大数据保交友安全

世纪佳缘近日宣布用户注册突破1.4亿, 促成1300万人次在线牵手。在其迅猛发展的同时, 交友安全无疑成为大家最关注的话题。世纪佳缘CEO吴琳光近日披露, 已经投入巨资研发了智能网警系统, 并不断挖掘大数据, 开通“靠谱度”查询, 通过“智能网警系统+人工审核”的双重保护, 为用户的交友安全保驾护航。

据悉, 世纪佳缘对可能存在不良动机的会员或虚假信息设立了四道“防火墙”: 客服人工审核、技术手段屏蔽、网警24小时在线巡查和会员投诉机制。同时, 网站还设置了三个“安全课堂”: 鼓励会员进行诚信认证、安全中心频道安全防范指南、在各页面上交友安全提醒。此外, 世纪佳缘设置了五星级信用等级制度考核会员, 并推出用户互评机制, 进一步加强网络交友安全。

为了加强对网络诈骗的防范, 除了加大人工审核力度, 世纪佳缘还斥巨资研发了全新的智能网警查杀系统, 引入最新模型数据进行筛查并实时更新, 通过系统对不正当交友行为进行自动化、智能化识别和排查, 有效降低了网络诈骗的发生率。

### 人人网调查:六成“90后”遭遇消费诈骗

人人网近日对“90后”大学生开展了一次消费调查, 共有6209人参与了调查, 其中男生2975人, 女生3234人。61.5%的“90后”表示, 他们在过去一两年间遭遇过消费欺诈问题; 有38.5%的“90后”称不曾遇到消费欺诈。在遭遇过消费欺诈的“90后”中, 网购欺诈占到七成。

在网络上, 还有不少“90后”遭遇过游戏装备交易欺骗、虚假团购网站、二手交易欺诈、虚假网络兼职等网络消费骗局; 在线下, “90后”遭遇过的消费欺诈主要有冒牌化妆品、兼职欺诈、娱乐消费缩水欺诈、食品质量不合格等。据人人网大学生用户研究中心调查发现, “90后”大学生在购买手机和电脑等数码产品时被骗频率较大, 其中手机以45.3%的比例高居“90后”数码产品消费欺诈榜首, 笔记本消费欺诈则以38.1%的比例紧随其后; 此外, 移动硬盘、数码相机、耳机、音乐播放器、自拍神器也成为“90后”容易遭遇消费欺诈的数码产品。

北京商报记者 魏蔚/整理

从产品看产业

## “考拉”抱住海购大树

# 网易逐鹿跨境电商底气何在

提起网易, 多半与电商不沾边, 但这一次网易攻势猛烈, 在称之为海购或者海淘的跨境电商市场, 网易旗下的“考拉海购”竞争矛头不仅指向了同城的天猫国际, 按照网易CEO丁磊的计划, “网易肯定要做与别人不一样的海购”。那么, 其底气何在?

#### 打价格战

近两年, 价格战在电商领域的声音已经不如过往, 一方面是由于大型平台如天猫、京东地位的稳固; 另一方面也在于垂直型电商市场的竞争温和化。但在香饽饽海淘市场似乎是个例外。

仍在公测期的考拉海购上线仅两个月便展开了价格攻势。3月12日, 考拉海购上线首轮大型促销活动, 主打进口母婴类产品, 例如花王品牌纸尿裤降至单片0.7元。

考拉海购相关负责人表示, 打破不合理的价格体系, 为用户提供更多实惠可靠的跨境商品是网易发力跨境电商业务的初衷。据悉, 考拉此次主打的进口纸尿裤在确保正品的前提下价格做到全网最低, 同时奶粉、美妆个护、家居、美食、营养保健类商品的价格也将低于市场价10%-40%。

相比其他跨境电商, 考拉品类并不多, 主打母婴用品、美妆个护、食品保健、家居数码和服饰鞋包等类目。正如丁磊此前所说, “考拉不会进太多的商品种类, 我们要进性价比最高的”。这种策略背后加上网易资源和资金的大力支持, 价格战打得起且并不盲目。

#### 政策利好

把部分进出口贸易转移到互联网上, 变成跨境电商, 以此刺激消费升级, 推动中国经济从投资型转移到消费型, 这应该是政府观察到这几年国人海淘热而做出的选择。

2013年8月, 国务院出台了《促进信息消费扩大内需的若干意见》和《实施支持跨境电子商务零售出口的通知》。2014年3月, 国务院总理李克强在全国“两会”政府工作报告中提出实施鼓励进口政策, 增加国内短缺产品进口, 扩大跨境电子商务试点。而对于考拉驻扎的杭州而言, 其在2013年就成为首批跨境贸易电子商务通关服务试点城市。而就在不久前, 国务院又发文批复首个跨境电子商务综合试验区落户杭州。

#### 自营自采

考拉海购上线伊始便承诺: 自采正品、高性价比、物流快速、7天内包退。“考拉海购所有商品由网易严选, 由海外品牌方、原产地或者厂家指定的海外经销商直接批量供货, 从源头上保证商品品质。”上述负责人表示, “网易对所有供应商采取严格审查、严谨采购、严肃品质的原则, 并在此基础上随



机抽检库内商品到检科院做商品检验来保证消费者买到的每一个商品都安全放心。”

凭借网易财力、渠道等优势, 考拉海购在全球范围内进行大批量直采从而实现“海外批发价”。而借助与中外运的合作实现自提自运。在保证供货时效性的同时, 也让考拉海购在国际货运和物流上的成本相对市场更有优势。

#### 物流之便

网易今年1月与中外运达成战略合作, 后者50余年专注于物流、仓储等服务所积累的经验、品牌和客户基础, 都将帮助考拉海购获得竞争先手。

在两者的合作中, 中外运主要承担“海淘链”中的

跨境物流和仓储环节; 而网易主力经营线上客流, 两者各展所长, 均只做自己最擅长的部分, 是有效的互利共生的经营思路。

为大幅缩短消费者从下单到收货的周期, 考拉海购采用保税仓库模式, 大量货品从位于杭州、宁波等地的国内保税仓发货, 通过与顺丰速运及EMS的合作, 能够实现现在24小时左右将货品送到消费者手中, 不亚于同城速运。而对于海外直邮商品, 考拉海购也通过一站式物流将送达时间缩短为1-2周。在让很多“海淘族”苦恼的退换货环节, 考拉海购可以直接将商品退至国内, 以此确保7天无忧退货烦恼。

北京商报记者 张绪旺

## “互联网+”概念助推业绩翻倍

# 科通芯城今年力推供应链金融

“互联网+”正推动工业B2B企业获得比销售更大的生态发展机遇。IC元器件自营电商科通芯城昨日披露2014年财报显示, 该集团交易额、收入和利润均获得翻倍暴涨, 其中, 去年总商品交易额达到84亿元, 同比年增长115.4%; 收入达到68.484亿元, 同比年增长183.3%; 净利润达到2.671亿元, 同比年增长188.8%。

业绩大涨来源于科通芯城在线交易客户数增加至5050名, 按年增长83.4%。这帮助科通芯城将业务快

速扩展至软件、服务等多元化业务线, 提供基于客户数据分析的一站式整合业务平台。在业务构成部分, 在84亿元的总商品交易额中, 81.7%来自自营平台, 15.1%来自第三方平台, 3.2%来自新的供应链融资业务。

特别是去年9月推出的供应链融资业务, 已经在收入中有所体现, 其与第三方平台收入合并达到2780万元。据悉, 该业务根据实施销售订单数据向优质客户提供信贷, 客户只能以相关贷款在科

通芯城采购IC元器件件。

据介绍, 供应链融资业务是一种由数据推动的互联网金融模式, 主要针对一些在国内难以获得商业银行贷款的中小企业客户。按照计划, 科通芯城今年二季度将开始推出供应链金融服务, 如果推广超预期, 将有可能更高的额外成长。

实际上, 供应链融资业务之所以能够成为科通芯城新的增长点, 是基于科通芯城“硬蛋”等多元化生态项目建设的必然结果。“硬蛋”作为一站式智能硬

件创新创业平台, 科通芯城通过该平台吸引了百万级硬件创业粉丝, 不仅协助硬件创业团队联系供货商, 还可为他们将新产品推广至目标客户并打造企业品牌, 从而搭建了供货商-企业-消费者(B2B2C)模式循环的产业链, 为供应链上下游实现共赢。

科通芯城集团首席执行官康敬伟表示, 科通芯城的目标是成为最大的供应链平台, 首先是将硬蛋发展为国内乃至全世界最大的智能硬件平台。

北京商报记者 张绪旺