

粗暴补贴 返利类网站谋的什么利

电商网站的兴起让各类导流网站死心不改。继内容类导流网站转型后,返利网站又加入阵营。北京商报记者日前调查发现,百度VIP、惠惠网、返利网等返利网站目前在最高返利额度可达80%。分析认为,对于大型电商平台而言,返利网站所带来的流量只是锦上添花,小平台又难以帮助返利网站快速扩张规模。未来如何从技术研发、多元合作以及精准商业定位上下功夫成为返利类网站的生存出路。

80%返利诱惑

当下,在网购之前找找有无导购网站可以拿些“返利”已成为消费者的省钱小窍门。消费者姜女士表示,每次购物前都会通过返利类的网站进入电商平台,这样可以拿到不同金额的返利。

“一款膳魔师的杯子,价格345元,通过返利网购买可以返还151.8元。”不仅是姜女士,上班族杨先生称,一款男士防晒霜京东卖价68元,百度VIP可返利54.4元,返现80%。下单后大约1个月返回账户,可以直接提现到百度钱包或银行卡。第三方垂直类返利网站返利网也将业务扩展到了京东、苏宁、天猫、一号店等几乎所有主流电商网站,除了按商品分类提供1%—5.6%的返利外,超级返业务同样提供最高80%的返利额度。

在运营模式上,业内人士介绍,返利网站本质上是一种与电商企业合作的CPS(商品推广解决方案)效果营销服务平台,与其他广告平台不同的是,返利网站一般会将自身所得佣金的70%通过现金、代金券、红包或积分的形式返还给消



费者。消费者通过该网站进入店铺并购买商品后可以得到返利,返利金额一般多在1%—10%之间。

在知名电商分析师、上海万擎商务咨询有限公司CEO鲁振旺看来,通过高额返利仅是暂时的手段,目的是吸引用户关注并消费。尤其百度VIP作为新兴的返利网站,对重点商品进行高额返利有非常大的销售刺激作用,特别是在吸引新用户方面,但这并非长久之计。

沦为鸡肋

返利网站通过高额返现甚至亏损的方式吸引消费者关注,背后买单的往往是其自身。

鲁振旺表示,商家虽然希望通过返利网站增加更多入口,但绝不会以亏损的方式合作,因此很多返现都由返利网站自己承担,亏损严重的只能转型或者关闭。据了解,最开始返利类网站多达几百家,现在仅有四五家,且当前大的电商平台对返利网站的需求越来越弱,如为了确保用户忠诚度,京东希望用户将京东商城作为唯一入口,近年来已经开始削弱与返利网站

方面的合作。

导购类返利网站主要依附于电商平台,虽然有背靠大树好乘凉的优势,但电商平台的“大腿”并不好抱。有电商人士认为,返利网站的使用人群较为固定,生存空间依然会存在,但难成大器。因为对于大型电商平台而言,相对于自身拥有庞大的流量基数,返利网站的导流作用仅属于锦上添花,有些沦为鸡肋的感觉;规模较小的电商平台又难以帮助导购网站形成规模。

当前,新兴电商平台以及天猫、淘宝的一些卖家更愿意加入返利网站,原因在于这些企业商家希望通过返利形式提高销量并增加顾客认知度。北商研究院特邀研究员、北京商业经济学会秘书长赖阳表示,一些大品牌商家需要清库存,可以将销售周期较长的商品通过返利网站折扣销售,一方面可以提高销售量,另一方面可以提升品牌的关注度。此外,一些中小品牌也需要通过更多渠道让消费者认识,因此拿出优惠吸引消费者。但也不排除有些商家把低劣的商品标高价格,然后通过打折扣销售,赚取消费者的购物心理。

精准定位

从最开始依靠淘宝、天猫切入的导购电商美丽说、蘑菇街如今已转型自建电商平台;什么值得买、一淘网也早已切入海淘市场,导购平台纷纷走上转型之路。作为导购类网站的细分品类,返利网站也早已开始探索生存之道。

不仅仅是单纯的返利,很多返利类网站已开始多元化业态发展。如返利网在原有的商城返利、淘宝返利、9块9等业务板块基础上上线超级返,以品牌限时特卖方式进行返现;百度VIP还推出优惠券等业务;米折网则转型为女性特卖网站。

国外的返利行业发展得较为成熟,而国内仍处于发展初期,但返利的需求一直会存在下去。

鲁振旺表示,“返利网站就像是一个类化的聚划算,只是通过返利的方式体现。这种方式一直会存在,其未来的出路必须要针对目标客群做到精准定位,即明确自己未来是做特卖网站还是做某一领域的专业化返利网站。只有在导购领域拥有足够的专业性,且在导购形式上坚持多元化,才能挖掘出更多发展需求与生存空间”。

在技术创新以及价格竞争上,返利网站依然存有巨大可开发空间。赖阳认为,返利网站可以在网页界面、使用便捷度上进行专业化研发。如果它们比电商企业本身界面体验更好,在保持价格优势下,相信消费者更喜欢选择返利网站购买商品。

返利网CEO葛永昌此前在接受北京商报记者时表示,返利网一直在尝试多条腿走路,拓展返利模式的服务场景,如此前与中信银行合作推出的“互联网+”线下消费返利卡,将返利的场景由线上引至线下。合作对象不断扩展,公司就不会受制于人,这也是返利网差异化竞争的重要一环。

北京商报记者 李锋 王茜/文
宋媛媛/制图

苏宁跨境商品可追本溯源

在“3·15”之际,苏宁海外购和中华人民共和国南沙出入境检验检疫局在广州联合签署《共同推进跨境电商质量溯源合作备忘录》,为平台海量商品的正品溯源工作铺平道路。广东出入境检验检疫局依托先进的信息技术手段和官方大数据平台建成的进出口商品全球质量溯源体系,将为苏宁易购2.5亿会员购买进口商品提供正品保障,让消费者放心无忧消费。

随着品质消费时代的来临和国家利好政策的推动,我国跨境电商交易规模增长迅猛。根据商务部的数据,2016年我国跨境电商贸易总额有望突破6万亿元,并将在未来几年继续保持每年30%的增长。

在旺盛市场需求的驱动下,当前国内投身跨境电商的商家和平台众多,鱼龙混杂,在满足国内消费需求的同时,也为消费者的权益保障增加了难度。广东出入境检验检疫局依托广东“智检口岸”公共服务平台,在南沙出入境检验检疫局率先试点,建立全国首个跨境电商商品质量溯源体系。这一创新举措得到了苏宁等跨境电商的积极响应。

据悉,今后消费者可通过“CIQ溯源”手机App或免费登录广东智检口岸公共服务平台,对苏宁海外购平台纳入溯源体系的商品信息进行查询。用手机App扫描加贴在商品包装上的真知码,就可查询到货物名称、检验检疫放行时间、检验证书、溯源证书等有关商品信息。真知码是我国自主研发的二维码,具有防伪、闭源、双重加密的特性,能有效保障消费者的信息安全和政府数据安全。此外,消费者还可通过互联网免费登录广东智检口岸公共服务平台,输入订单号、快递单号或身份证号等任意一项,快速查询经南沙口岸进口的跨境电商商品信息。

葛道远:“供给侧改革”有助拉动内需



一年一度的全国“两会”已经召开,全球瞩目。大家都在思考会释放怎样的经济发展信号?哪些决策对于自身所处的行业甚至个人将产生怎样的影响?由此带来的改变会是什么?

在今年“两会”的热议话题中,我注意到“供给侧改革”已经成为核心议题之一。“供给侧改革”是指通过提供高质量的供给来提高生产力,降低无效供给。换个

说法,也就是通过提供高质量的商品来进一步刺激国内的消费需求。我认为,这将为中国经济注入新的活力,进一步刺激消费、促进经济的可持续发展。

亚马逊的数据显示,目前中国活跃着大量消费力强劲的中产阶级,他们对高品质产品的需求日趋强烈。亚马逊于2014年上线了亚马逊“海外购”商店,为中国消费者提供了千万级的高品质国际选品。中国消费者对“海外购”表现出了巨大的热情——2015年中国消费者在亚马逊海外站点的购物花费总额已相当于过去20年总和的1.5倍。今年春节中国消费者在亚马逊“海外购”中购买的产品是去年的8倍,再一次证明了中国消费者庞大的消费力和对高品质产品的消费需求。我相信供给侧改革将进一步推动、释放并挖掘国内消费者的强大需求,从而刺激经济发展,因而我对中国经济的持续健康发展非常看好。

亚马逊中国通过亚马逊“海外购”商店不断为中国消费者引入来自全球更多国家和地区的优质

选品,这也会帮助培养起中国消费者更成熟的购物行为与习惯,提升对高品质产品的了解和接受度,有助于形成成熟、健康的消费模式,拉动内需,从而助力供给侧改革。

从产业的层面来看,高品质的国际品牌进入中国也为致力于提升产品品质、提供有效供给的中国企业家提供了更多借鉴。中国从不缺少“大众创业、万众创新”的精神。

在亚马逊“全球开店”与“亚马逊发明家”项目中,我们见证了无数中国卖家和中国企业的创新精神与能力,以及近几年来他们对产品品质与创新的持续投入。相比传统代工模式,这些中国企业家凭借其创新精神和优质产品,赢得了海外市场消费者的广泛认可,正在实现由“中国制造”向“中国品牌”的转型。我相信这些“中国品牌”也将厚积薄发,为中国经济创造更大的价值,同时为中国消费者和全球消费者带来更多更具创新性和更高品质的产品,实现供给侧改革的目标。

作者系亚马逊中国总裁