

欲让拉手网、F团等企业入驻做店家

# 淘宝收编团购网野心浮现

阿里巴巴董事局主席马云在香港股东大会上透露了B2B业务转型的苗头,事实上,整个阿里巴巴集团从去年开始酝酿了线下各业务线的调整,在B2C业务淘宝商城独立、支付宝脱离集团等一系列举措后,阿里巴巴计划把最热门的团购业务重新整合上线。



## “聚划算”改名“淘宝团购”

记者近日获悉,淘宝网去年推出的团购频道“聚划算”本周将正式改名“淘宝团购”,此举被认为是淘宝网对该项业务的愈加重视。淘宝团购总监阎利珉透露,目前淘宝团购已经是最大的团购网站,日成交额就达到2000万元,每月成交额突破6亿元。“今年的目标是要成为团购行业的领袖。”

事实上,淘宝团购项目自创办以来被外界认为是行业的巨大冲击,但多数分析机构未将淘宝团购列入团购行业进行统计。在一些数据统计中,拉手网通常被认为是最大的团购网站。淘宝显然不想屈居其下。淘宝团购方面数据显示,自去年3月21日独立于“淘江湖”正式上线,目前达到日2000多万的成交额,是中国所有团购网成交额的两倍,无论

从成交额、参团人数到订单量已位居全国团购行业第一。

正是为了继续拓展团购业务和打响品牌,淘宝才决定把拗口的“聚划算”改名为更为直接的“淘宝团购”。目前,包括腾讯、网易、搜狐、新浪在内的巨头也进入团购相关领域,但这些巨头表现不佳。

## 争抢团购网站巨大资源

尽管数据方面惊人且尚未被行业认可,但淘宝团购有自己的一番打算。阎利珉强调,淘宝团购不是要做单一存在的团购网站,而要做整个行业的团购平台。

值得一提的是,目前团购平台的概念多存在于团购导航网站,安全杀毒巨头奇虎360依托浏览器和导航优势也推出了团购开放平台,接入了大量主流团购网站。但业内人士认为,团购导航目前仍然

停留在信息汇总阶段,用户购买产品或服务仍需要进入团购网站各自的界面进行,购买、支付与团购导航无关。团购导航的商业模式也停留在流量分成和广告推介上。

但淘宝团购方面介绍,淘宝团购平台将与其他团购网站进行更深层次的合作,即允许团购网站以店家的身份入驻淘宝团购,用户购买、支付都能通过淘宝的途径完成,而不必要再进入团购网站各自页面。

据悉,目前淘宝团购已经与拉手网、F团、58同城等团购网站进行了接洽,入驻后的团购网站将采用淘宝支付宝的结算方式及淘宝后台的评价体系。

有分析人士指出,淘宝此举无异于“收编”团购网站,如果有合理的分成模式,团购网站可以分享到淘宝巨大的用户资源,但同时做裁判员和运动员的淘宝团购如何实现公平至关重要。

但淘宝团购方面并未透露具体的分成计划和实施时间表。

## 暂时不以盈利为目的

淘宝团购的上述举措意味着,电子商务巨头试图扮演更多的行业角色,但在团购网站竞相烧钱,部分企业出资金链危机的团购乱象之中如何获取合作伙伴和用户信任尤为关键。

淘宝团购方面负责人表示,希望做团购行业的领袖,“团购行业的规则维护和制定是淘宝团购责无旁贷的事情”。此外,在优势方面,淘宝团购平台和导航网站仅在功能性上有30%的相似,淘宝自身的用户导入量和交易处理能力是导航网站无法逾越的鸿沟。

针对平台化后各家团购具体团购项目的选择,上述负责人介绍,团购网站的参团商品以淘宝宝贝的形式经过选品、议价、排期、上线的流程进入每天100个团购名额中。为保证团购质量和消费者的权益,淘宝团购将会向第三方团购网站收取质保金。

针对扩编后的团购平台,阎利珉表示,目前暂无盈利计划,但未来会考虑收取佣金的形式。易观国际分析师陈寿送称,聚划算的团购平台化从模式上来讲是一个亮点,重点是其评价体系,此硬性指标对团购行业提出了更高的要求,但整体来说有利于行业的长期发展,对消费者而言无疑也是件好事。

商报记者 张绪旺  
图片为网站截图

## 首届全国棋牌网络争霸赛落幕

近日,首届全国棋牌网络争霸赛落幕,比赛采取电脑与手机互通的参赛模式,使玩家突破时间、地域限制,随时随地均可参与比赛。本次大赛累计逾240万人次参赛,大赛官网访问量超千万次,创下同类赛事之最。

据悉,紧接着,第二届全国棋牌网络争霸赛将于6月启动,新赛事将新增“三国杀”为比赛项目。除热身赛、省级赛、全国赛等常规赛制,还将开展大篷车全国巡演活动。

此外,比赛还设置了城市棋王赛、小时赛以及省冠军争霸赛等趣味赛制,以进一步提升大赛的竞技性和互动性。

## 网易微博发起助“修路”公益活动

近日,经济学家刘姝威与网易微博联合发起针对河北省邢台县南就水村的“买核桃,修山路”的公益活动。希望借用微博的形式帮忙解决农村基本建设资金的同时又能让大家吃到安全的食品,达到多赢的目的。

刘姝威表示,此次公益活动是“农民用预售农产品的预付款,进行农业基本建设”的一次尝试,而且电子商务B2C模式可以减少从农民到消费者之间的中间环节。“随着三网融合的进展,B2C将迅速发展。超市可能只销售新鲜蔬菜等。核桃储存期较长,适合B2C。”目前关于此项提议的微博热议网友们正在热烈进行中。

## 惠普入驻乐酷天3C产品5月促销

近日,乐酷天宣布,惠普(中国)官方旗舰店已正式进驻乐酷天并开始运营,乐酷天适时推出数码家电产品3折起卖活动。进入5月,大型3C厂商开始齐齐发力网上促销。

业内人士分析,知名数码家电品牌齐聚乐酷天,充分表明了线上渠道已经获得越来越多3C品牌的重视,品牌间的竞争也已从线下蔓延到了线上。电子商务对于传统销售渠道而言,不但具有互补作用,且其相对于传统渠道的优势也在日益体现出来。

伴随着数码家电品牌的线上销售拓展,各个电子商务平台为了赢得消费者纷纷展开价格战。除当当网和京东之外,苏宁、国美等传统连锁也发力网上商城,乐酷天数码家电3折起卖活动更是吸引了全平台众多3C商家齐齐发力5月促销。

## 百度百科与中科院达成资源合作

近日,由百度百科、中国科学院国家科学图书馆以及中国数字科技馆联合主办的“知·改变——2011知识影响力峰会”召开,会议围绕“在当今知识社会中,如何加速知识的生产和传播,让人们平等、便捷地获取知识,从而推动社会进步”的主题进行了深入而广泛的讨论。

在本次峰会上,百度百科宣布将与国家科学图书馆、中科院所有研究院以及相关院士和科学家等资源合作。同时与中国数字科技馆进行深度合作,双方资源共享,提供专业的知识分享,使广大用户能随时随地获取最权威的知识信息,真正享受方便、快捷的知识获取。分析人士认为,搜索引擎和互联网已经成为知识普及的新兴舞台。

## 腾讯联手NBA推会员在线平台

近日,腾讯与NBA中国联合正式发布“NBA会员”在线平台,该在线平台是迄今中国球迷开通并成为“NBA会员”的惟一入口。

据悉,今年1月腾讯与NBA结成长期战略联盟,双方围绕腾讯旗下的腾讯网、QQ秀、QQ空间、QQlive、腾讯微博、拍拍六大核心产品,已实现的产品服务包括:NBA官方授权的QQ秀装扮、NBA会员标志以及会员专属视频。会员专属视频将为球迷提供季后赛的幕后报道、全方位的NBA主题节目以及NBA经典赛事。

腾讯公司总裁刘炽平表示:“作为NBA中国官方互动社区合作伙伴,腾讯以‘NBA会员’在线平台为基础,将与NBA一同为中国球迷及网络用户,营造更细致入微的NBA在线互动生活体验。”商报记者 张绪旺/整理

# 互联网企业助力红色旅游加速跑

随着中国共产党成立90周年纪念、辛亥革命100周年纪念等重要日期日益临近,新浪、腾讯、搜狐等网站纷纷推出“党史上的今天”,而酷讯旅游网则于近日推出红色旅游专题,以互联网渠道助推红色旅游发展的形式向建党90周年献礼。而相较传统渠道,互联网模式借助自身优势,将为红色旅游带来创新化发展。

据悉,酷讯旅游网所推出的红色旅游专题,主要以《2004-2010年全国红色旅游发展规划纲要》确立的100余个红色旅游经典景区为主,介绍了众

多红色旅游景区的历史背景、风景、线路等详细信息,为用户提供一站式的出行参考,方便旅游者的同时,也有效带动了红色旅游景区的关注度。

目前,着眼于2011-2015年的第二期全国红色旅游发展规划纲要编制工作的完成,大力发展红色旅游成为整体旅游业的重要目标。相关数据显示,预计到2015年,全国红色旅游年出行人数将突破8亿人次,年均增长15%;综合收入有望突破2000亿元,年均增长10%。

近日,全国红色旅游两期规划纲要专家组

长、北京交通大学教授、中国旅游研究院原副院长石培华表示,“在加大保护红色旅游力度的同时也需创新展示的手段,以更为先进的技术手段,增强红色旅游的互动感、参与性”。互联网模式正是加速红色旅游发展态势的创新渠道。

随着经济的发展,交通出行方式的多元化,信息吸收方式的变革,红色旅游一直沿袭的与旅行社合作,接待团队游客的传统模式正面临着瓶颈。而互联网模式的高传播覆盖率、强自主性、更多可参考意见、相对透明的价格等

优势,为红色旅游带来的客流潜力不可估量。

据悉,酷讯旅游网目前正在打造“首席旅游体验师”这一全新职位,其工作职责主要是将旅行中的全部体验通过文字、图片或视频实时与网友在线共享,并最终对该条旅行线路给出综合评价,以供网友参考,而其跟随旅行团游玩的费用则由酷讯旅游网提供。酷讯旅游网已计划在红色旅游专题之后,推出“红色旅游体验师”打造计划,进一步通过互联网的优势有效带动红色旅游发展。

商报记者 张绪旺