

# 满座网CEO冯晓海

## 线下是团购必争之地

作为国内第一家团购品牌，满座网的一举一动对行业都有着不小的影响。在满座网近日举办的品牌升级发布会上，CEO冯晓海首次在团购行业内提出“O2O模式”，即“Online To Offline”——从线上到线下的模式。冯晓海认为，“O2O”将是团购发展的趋势之一，而现在也已经有企业开始深入探索该模式。

### 团购本身就是“O2O”

线下广告、线下支付、线下活动……满座网CEO冯晓海近期带火了团购行业对“O2O”模式的关注。在接受记者专访时，冯晓海提到“很多东西都是一个轮回”。乍听之下似乎有些玄妙，但其实并不难理解。

“一个事物的价值一旦下降，人们就会回到原来的地方。”冯晓海打了个比方，“最开始的网购基本都是货到付款，但淘宝网兴起了线上支付，大家纷纷买账。但现在由于人们

更注重网购安全性，因此又开始青睐可以货到付款的B2C商家”。

冯晓海透露，满座网正在探索团购的线下支付模式。“团购很特殊，它本身就是‘O2O’的一种表现，即线上付款、线下消费。我们正在探索线上购买、线下支付的团购模式，它不同于优惠券，也与传统团购有所差别。”

此外，线下活动也是冯晓海非常推崇的“O2O”模式之一。“比如我们组织了卡丁车团购之后，会挑一个周末去商家那里进行一次‘满友’的卡

丁车比赛。这就让在线上‘组团’的消费者在线下也有所互动。”冯晓海说。

### 不抢第一“稳”字当先

线下广告、线下活动均已成为“完成时”，而“线下支付”则依然鲜有人涉足。当记者问到其会不会第一个推出线下支付模式时，冯晓海笑言，“最先尝螃蟹的不一定能活到最后，我们还是要看‘节奏’感”。

冯晓海的节奏感一直拿捏得很到位。从2002年创立“爱卡汽车网”到去年创立“满座网”，冯晓海在业界一直延续着“稳扎稳



打”的风格。

从去年1月到现在，他领军的满座网一直默默前进。虽然这是国内第一家团购网站，但似乎没有被卷入任何一场“大战”中。即使近期被曝出斥巨资签下代言人“哆啦A梦”，冯

晓海却在发布会后自信满满地说，“这个钱没有烧掉，是可以赚回来的”。

在接受采访时冯晓海透露，最快下周，满座网代言人“哆啦A梦”的户外广告就将上线了，而当记者问到广告的投放密度时，冯晓海则带着招牌式的微笑表情说：“适量投放。”

### 线下是必争之地

冯晓海认为，团购作为一种营销活动，最重要的是达到一种平衡，即商家、用户和团购网站三者的平衡关系。

“现在有一些平台推出的优惠券，相当于是在对商家‘吸血’，这不符合商业逻辑，商家是不会愿意合作的。”冯晓海认为，团购并不是一种促销手段，而是一种营销手段。

如今，在团购行业竞

争如此激烈的环境下，商家对团购网站有了更高的要求。“原来可能是看能不能招来客户，现在很多商家还要看客户的后续消费能力。”冯晓海介绍，满座网与“金百万”的几次合作结束后，据统计，有60%的团购用户为新客户，根据会员卡的跟踪记录，其中的40%成为了长期客户。而参加团购的三四月份，金百万的毛利率甚至有了明显提升。

“消费者需要折扣，商家需要吸引新客户、贡献交易额。团购网站除了起到平台作用，还会帮助商家制定套餐、提供方案。我们做的是商户中那20%有实力的、可以不断壮大的商家，因此线下资源是团购必争之地。”冯晓海说。

商报记者 崇晓萌/文  
满座网/供图

论剑

## 专家热议淘宝网店征税

一张巨额税单可谓一石激起千层浪，引发国内众多淘宝卖家的一阵惶恐。而对于网店征税到底何去何从，大家仍是雾里看花。武汉有关部门对淘宝网店征税一事在业界引起强烈反响。

位于武汉的网店——“我的百分之一”是淘宝的三金冠店铺，它是淘宝女装的销售冠军。根据武汉市国税局第二稽查局介绍和掌握的数据，该店2010年销售总额超过1亿元，该局征收其2010年的增值税、企业所得税、滞纳金，共计430.79万元。这是国内个人网店的首张税单。

用低税、免税政策来鼓励发展电子商务。

——北京商业经济学会秘书长 赖阳

按规范来说缴税是每家企业应尽的义务，同时也是符合法律的。如果我国想鼓励新兴经济，更应该是以低税、免税的政策来鼓励企业发展。

税收负担加重后很可能导致两个结果，一个是一些正规经营的企业经营成本加剧；第二是一些偷税漏税的就更容易生存。不仅是淘宝网店，整个的

商业企业税负都很重。一方面是产品本身税负重；另一方面是本身经营上的税负重。因而，不利于企业健康发展。

在这件事情上，我认为完全是枪打出头鸟。很多企业都是从小做起，国美是从个体户、服装店、小电器商店逐渐演变成了电器商业巨头，一家企业的发展是一个慢慢成长的过程。

而现在，网商刚刚一成长就受到了打击，很多

想创业的人刚有梦想就被扼杀在摇篮里，许多企业做到一定程度就不愿再继续做下去了。

我觉得如果过早地强调征税，就变相地遏制了大家创业的冲动和创造财富的积极性。淘宝是一个虚拟版的实体市场，应该受到国家的保护。等他们逐渐壮大的时候，势必会变成专业的公司，必然会对工商的注册，走向合法化、规范化和规模化。

依法纳税是成长起来的个人网店应尽的义务。

——北京电子商务协会秘书长 林亚

对网店征税，从宏观角度来说起到的是积极的作用。依法纳税是我国每位公民应尽的义务，同时也是每家成长起来的网店应尽的义务。网店做到一定规模后势必要追求品牌形象、承担社会责任，可以让具有一定规模的个人网

店与B2C企业处在同样的竞争环境下。而网商更应该积极做大，履行对国家的义务。

我建议政府部门应根据网店的成交订单数、销售额、利润等经营指标，实施“差异化”税收政策，也可根据不同细分行业进行征税。

对网商征税有些操之过急。

——中国社科院 赵京桥

我认为对网商征税有些操之过急。这件事就是一层薄薄的窗户纸，这次武汉国税局的做法是把这层窗户纸给捅破了。从

武汉政府层面来讲，开始征税可能只符合其自身的产业政策。

就目前来说，如果从全国大范围地征税，并不

利于电子商务的发展。从国家的层面来说应该合理地设计一套电子商务纳税准则，以进一步完善和规范电子商务。不应该从地方试行，率先来推动税收，以主导网商税收的趋势。

我觉得对电子商务来说，产业环境的完善会让它更健康地发展。国家对网商的税收政策完善之后，会更有利

于其发展。

更进一步讲，在初期，税收对电子商务可能会有“阵痛”，但是从长远角度看，对其发展还是有利的。

国家应该把对网商的税收政策做得更具体化、更公平化。如何去更好地打造电子商务发展环境，这才是国家鼓励电子商务健康发展应做的事情。

商报实习记者 孙舒扬