



编者按：

初刻之所以要卖出主要是资金缺乏，垂直电商单纯依靠品牌和营销，很难在竞争激烈的国内电商环境中脱颖而出。而凡客则希望获得一个细分市场的品牌，从而实现更加多元化的发展。在垂直电商“大跃进”之后日子越来越难过的背景下，这起估值仅为千万元级别的并购消息依然引起了业界的广泛关注。分析人士认为，此项收购意味着垂直电商收购潮已至。如初刻投资人利丰新西兰有限公司创始人冯铁林所说，“初刻并入凡客是团队、投资人和陈年多赢的结果”。

6年来发起首笔收购 凡客诚品全资收购初刻

A 凡客全资收购初刻 初刻子品牌将在凡客上线

B 评论：垂直电商的句号

3月4日，凡客诚品正式宣布，以现金加换股的形式全资收购垂直电商品牌初刻，届时初刻团队将并入凡客，而初刻的估值为人民币千万元级别。据悉，这是凡客成立6年来发起的首笔收购。

初刻创始人许晓辉在接受采访时透露：“2012年底，我与陈年两次面谈，确定并购意向，年后最终确定细节。目前，已在搬仓过程中，预计两周后，初刻在凡客上线。”

凡客创始人兼CEO陈年则表示：“理念相同是此次双方达成一致的关键，初刻是强调人文关怀的品牌精神，与凡客做人们时尚的品牌一脉相承，同时在产品风格上能形成互补。”陈年同时还表示，2013年将会是凡客历史上大发展的一年，还将寻求更多品牌的收购。

凡客诚品在艾瑞咨询发布的《2012年中国服装网购市场研究报告》中，占中国服装网购市场份额的7.2%，位于天猫之后，排名第二。

初刻成为凡客子品牌

记者访问初刻网，发现首页挂着“搬仓通知”，称初刻将对仓库进行搬迁升级，从2月28日就停止下单发货，但并未说明何时正式恢复。

陈年表示，初刻将成为凡客的首个子品牌，继续交由初刻团队运营和管理。此次收购也是基于对初刻CEO许晓辉及其团队的认可。

陈年认为，此次收购能够帮助凡客更好地满足用户，尤其是女性用户对时尚度等多元化的需求。

目前凡客2000万用户的需求已经不是凡客一个品牌就可以涵盖的。“凡客今年品牌强调时尚度、高性价比，我们会加强具有这两个属性的制造业资源以及品牌商寻求更深入合作。特别是在女性消费领域，是凡客关注的重点。”凡客方面表示，凡客本身在物流、供应链、供应链管理上积累了一定的经验，愿意利用这些经验帮助大家共同成长。

电商观察者李成东表示，对于凡客而言，子品牌是未来的趋势，初刻本身有一定的品牌和用户基础，其次初刻团队很优秀。凡客只用了几百万元就挖到这支团队，很合算。而且，初刻创始人许晓辉原来就是从凡客出来的，相信整合也会很快。

凡客目标：今年盈利

去年以来，资本寒冬愈演愈烈，加上在京东、天猫等电商巨头的夹击，国内垂直小电商亏损不止，资金紧张，融资无望，纷纷倒闭或出售，红孩子卖给了苏宁，维棉直接倒闭关张。凡客之前也传出过资金链断裂，但凡客在陈年的及时整顿后，渡过了难关。

经过2012年全面整顿后的凡客，希望聚焦“服装”行业再次跃进。对于这起收购，3月4日，凡客公关部接受记者书面采访时表示道：“凡客2000万用户的需求并不是凡客



陈年要求凡客2012年必须赢利

一个品牌可以涵盖。我们意识到用户对时尚有着多元化的需求，我们也在摸索以更加开放的态度和方式来尽可能满足用户。”

李成东则认为：“过去几年，凡客在高速发展中，通过低价的T恤、袜子等基础型产品获得一定的市场占有率。但是，这些低价产品也一定程度伤害品牌价值。多个子品牌发展路线，符合凡客新发展的需要。”

据悉，2012年，凡客曾尝试与其他品牌进行联合运营，推出韩版衣舍atvancl等产品。此外，对一些运营理念和价值观上与产品相通，而风格上能形成互补的服装品牌进行更深层次的合作。“未来，凡客诚品也不排除旗下的明星产品线会独立成为凡客子品牌的可能。”凡客方面表示。

“2013年是凡客历史上大发展的一年。”陈年表示，“凡客在2013年预期实现销售增长50%，并争取全年盈利。”

值得注意的是，凡客和京东近年均频频传出上市消息，谋求盈利一说，不排除是在为上市一事作铺垫。

初刻估值从亿级降至千万级

2011年4月6日，北大中文系出身的许晓辉由从凡客诚品助理总裁一职上出走创办服装B2C网站“初刻”，品牌诉求定位为“文艺小清新”。在初刻正式上线前夜，许晓辉写到：初刻专心为追求生活品质、渴望与众不同都市年轻人，全心提供高性价比休闲服饰。陈年要做“服装界的豆瓣”。

初刻当初是幸运的。首轮融资近千万，上线一年，已经有了30万的注册用户，月销售额达三四百万。目前年销售额达到千万级。更重要的是初刻的品牌定位也确实鲜明地被雕琢出来，并被用户接受。

2011年初许晓辉在接受采访时表示，希望正式进入的第一轮融资为600万-700万美元，股权比例出让20%-30%的股份。由此可见，当时许晓辉对初刻的估值约为3000万美元（约1.8亿人民币）。

然而，计划没有变化快。2011年下半年开始，电商投资急转直下。“垂直电商”一下子从“热得像”成为“烫手的山芋”。初刻的融资，转而变得艰难。目前，外界并不清楚，初刻的具体融资额，但可以肯定的是，与凡客

酷网已打不开，而在天猫的旗舰店也似缺人照料。

存活时间：12个月+
融资情况：2011年8月获得好望角的3000万元A轮融资。

耀点100

2009年9月成立。由六度贸易(上海)有限公司全面负责运营管理。时尚百货B2C网站。2012年7月停止运营，拖欠货款过千万。
存活时间：35个月
融资情况：2009年8月获得启明创投A轮融资4000万美元投资；2010年5月获得百度/达芙妮B轮融资6000万元投资；2011年8月获得英特尔C轮融资1000万元投资。

佳品网

2009年9月成立，奢侈品电商，2012年7月，佳品网传出大规模裁员的消息。
存活时间：？
融资情况：2010年1月获100万美元投资，2010年6月获B轮融资千万美元投资，2011年1月获C轮融资千万美元投资，2011年9月获D轮融资，资金不详。

动辄融资4.22亿美元相比，初刻的成长显然举步维艰得多。在“强者恒强”的B2C电商领域，与凡客2012年65.4亿元的销售规模相比，初刻显得微不足道。

按照目前公布的“千万人民币级别”估值，初刻在一年多的时间里可谓缩水不少。“初刻创办至今投入不止千万，此次出售的估值不算太高，但是初刻不得不走的一步。”电商分析师李成东认为，有限采购量导致的供应链短板，以及B2C自有品牌高昂的用户获取成本，使初刻难以继续经营。

早在去年12月，初刻已屡次传出出售的消息。当时许晓辉表示，单纯财务融资不足以支持明年垂直电商突围，因此寻求战略融资或全资收购。

重投凡客 双赢之举

由于其低调的作风，初刻并不为人们熟知。有意思的是，初刻CEO许晓辉却是以善于网络营销而闻名。

许晓辉于2009至2010年期间担任凡客诚品助理总裁一职，曾全程操作凡客代言人项目，他创立的“凡客体”一度在互联网上风靡，成为网络营销经典案例。此后，他创建了慢生活服饰品牌初刻。初刻网站上线两年多，年销售额达到千万级，在垂直类品牌电商中颇具影响力和代表性。

南方都市报消息，据许晓辉介绍，2009年初陈年邀请其加盟凡客。由于在金山软件时许晓辉是雷军的老部下，而凡客的早期投资有雷军参与，因此两人原本就有很多渊源，而两人都有文人气质，气味相投。后来在凡客一年多，许晓辉对电商有了更多深入了解，当时热钱又多，最终选择离职创业。

据接近陈年的人士称，收购初刻这样一个举动，更多地是希望许晓辉团队回归凡客。

事实上在2012年初的那场收购的初步沟通中，陈年就希望许晓辉回凡客。虽然凡客4日发布的公告里，并没有对许晓辉的具体职务进行明确披露，但据透露不会仅仅是继续运营初刻那么简单。

2011年5月，许晓辉在接受新浪科技专访时谈及为何创业：“创业是个失败率高的事情，我把这个试错时间尽可能放前，如果没有成功我还能有东山再起的机会。”

对于许晓辉来说，初刻品牌并入凡客，创业的成果能够继续保留，并且能够借用凡客相对成熟的供应链进行持续发展，并且有平台有流量，已经是一个不错的结果。

许晓辉也向记者表示，如果不是当年进入凡客，也不会进入电商圈；此次回归是与老领导的再一次合作。

对凡客而言，陈年正是看中了许晓辉及其团队的品牌运营能力，希望其的回归能重塑凡客的辉煌。而许晓辉在凡客诚品的从业经历，无疑为双方在团队整合、品牌价值定位的一致性上减少磨合成本。

凡客收购初刻被解读为收购性多品牌扩张尝试。垂直电商初刻遇到的麻烦，凡客其实或多或少也存在，顾客群增长不足、流

量下滑等同样也困扰着凡客。凡客迫切需要一些变化来改变现在的状态，通过收购初刻做多品牌探索对现在的凡客来说是一个相对安全的探索。

这种安全性体现在初刻与凡客品牌风格类似，合并后对现有凡客客户带来的品牌感受变化冲击相对较弱。陈年认为，理念相同是此次双方达成一致的关键，初刻是强调人文关怀的品牌精神，与凡客做人们时尚的品牌定位一脉相承，同时在产品风格上能形成互补，为消费者提供更丰富的时尚体验。

垂直电商收购潮来临

反观初刻，出售给凡客真谈不上是坏的局面。

2011年对于电商企业来说是一个寒冬之年。在很长一段时间里，初刻的用户量没有提升，客单价甚至都出现了下滑，绝大压力下的初刻在2012年3月住天猫“经历过冬”。直到年底的时候，许晓辉确认正在准备出售初刻，没有资本投入的初刻并不好过，承认单纯的财务融资已经无法让初刻在来年的电商突围中获得有效支撑。

初刻被收购的消息传开之后，有分析人士还评论道，初刻至少还能卖得出去，这已经很不错了。

相对于维棉的倒闭，初刻至少卖出去了。而接手的对象凡客跟自身在品牌风格上有颇多相似，初刻作为子品牌自身的品牌影响将获得持续。创业之初许晓辉说：“需要三五年初刻才能成长为我理想中的规模。”卖给凡客的初刻，许晓辉也许还能借助凡客的平台去继续这个三五年的理想。

分析人士认为，初刻的出售意味着垂直电商收购潮已来。

国内的电商圈玩法是以资金换市场份额，这种玩法让一些中小垂直电商几乎无法生存。可以想象的是，随着以京东、苏宁为代表的几大电商网站开始进入化妆品、酒类、食品等细分领域，这些领域内的垂直类电商只有两种选择，要么举手投降，要么就慢慢容忍这些大的电商企业利用资金优势将自己磨死。此前，维棉网的资金链断裂，红孩子被苏宁收购就是很好的例证。

但在李成东看来，定位于“线上优衣库”的凡客在消费者心目中已经有比较明确的定位，比如品类、价格，引入子品牌有利于其加强在品类扩张上的灵活度。但垂直电商的出售并不会成为主流现象，“因为有钱去收购的公司并不多，而具备收购价值的对象也不多。”



初刻走的是文艺小清新路线

存活时间：15个月
融资情况：民营企业投资千万。

好吃乐

2012年2月3日正式上线。提供网络优质食品品牌。2013年1月倒闭。
存活时间：11个月
融资情况：初期获苏州创投200万。

优菜网

2010年8月创办，为社区居民提供新鲜绿色有机果蔬服务。2013年1月倒闭。
存活时间：29个月。
融资情况：2010年获得天使投资200万元。

初刻

2011年4月，初刻网上线。中国城市主流青年慢时尚生活品牌。2013年3月4日，凡客全资收购初刻。
存活时间：23个月
融资情况：并未披露。据新浪科技报道，其天使资金约为千万元左右，2011年底又引入了新的投资人，金额略低于第一次融资。这些资金大多来自于有传统企业背景的人，比如探路者的前副总经理冯铁林。

(本报综合报道)

B 盘点2012年碰壁的垂直电商

过去这一年，大家都累了。电商平台纷纷打累了，声称2013年要“修养生息”，而很多垂直电商则直接碰壁，要么倒闭关张，要么不知下落去向，要么投奔明主。虎嗅网整理了过去一年碰壁那些垂直电商(排列顺序按碰壁时间)。

品聚网

2011年10月正式上线，主打奢侈品网购。2012年1月关闭。
存活时间：3个月
融资情况：并无融资记录披露。

后马特

2010年8月上线，生活百货类B2C电商。2012年3月关闭。
存活时间：19个月
融资情况：不详，未公开数据。

尊酷网

2011年4月25日上线，奢侈品类电商。2012年3月，爆出创始人兼CEO侯煜疆与资本方的矛盾，侯被董事会辞退。接任CEO文颐上电视节目抛头露面，但目前尊

酷网已打不开，而在天猫的旗舰店也似缺人照料。

存活时间：12个月+
融资情况：2011年8月获得好望角的3000万元A轮融资。

耀点100

2009年9月成立。由六度贸易(上海)有限公司全面负责运营管理。时尚百货B2C网站。2012年7月停止运营，拖欠货款过千万。
存活时间：35个月
融资情况：2009年8月获得启明创投A轮融资4000万美元投资；2010年5月获得百度/达芙妮B轮融资6000万元投资；2011年8月获得英特尔C轮融资1000万元投资。

佳品网

2009年9月成立，奢侈品电商，2012年7月，佳品网传出大规模裁员的消息。
存活时间：？
融资情况：2010年1月获100万美元投资，2010年6月获B轮融资千万美元投资，2011年1月获C轮融资千万美元投资，2011年9月获D轮融资，资金不详。

曾有一个电商从业者以厨具比喻电商：“当你想要吃饭，你会有两种选择，一是自己买一套餐具做饭吃，二是去饭馆吃。如果你买了一套餐具，那就不仅仅是做一顿饭。”

中国的垂直电商们正在陷入这种尴尬之中。在垂直电商火热之时，仅仅是卖鞋子的垂直电商就有好乐买、乐淘、名鞋库等多家，而衣服更是从T恤到袜子都有相关的电商网站。每家都在抢占细分领域做品牌，但从长远来看，细分市场的容量实在有限，其所带来的利润根本无法让一个团购网站建设完整的产业链条。

一批从业者敏锐地发现了这个问题，既然已经购买了一套完整的餐具，为什么只做一顿饭呢？京东商城开始从电器拓展到母婴、服装、图书等，同样意识到问题存在的当当网和苏宁也在开始向百货类产品扩张。

但现在的垂直类电商网站面临的确实已经相对成熟的市场，和这些已经成功完成转型的巨头相比，小型的垂直电商很难承受转型所带来的变化。

更可怕的是，如果不转型，这些垂直电商们将会面临更多困难。一个本能的问题永远是，当巨头盯上了你的领域，你将如何应对？

红孩子是一个非常典型的范本。公开数据显示，红孩子在2009年时业绩达到20亿元，2010年反而下滑至15亿元，2011年也是15亿元，而同期京东商城等电商则经历了年超200%的高速成长。红孩子的营收能力下滑的同时，天猫、京东、亚马逊等平台类电商的母婴类产品销售却在节节升高。

国内的电商圈玩法是以资金换市场份额，这种玩法让一些中小垂直电商几乎无法生存。维棉网的资金链断裂，红孩子、初刻的出售，走秀网和乐淘的遭遇让垂直电商的未来之路看起来充满坎坷。

可以想象的是，如果以京东为代表的几大电商网站开始进入化妆品、酒类、食品等细分领域，这些领域内现在的冠军只有两种选择，要么举手投降，要么就慢慢容忍这些大的电商企业利用资金优势将自己磨死。

现在看来，前者会是更多垂直电商企业的最终选择。

初刻今天的遭遇或许将在未来一段时间内成为垂直电商网站的样板，找个好“婆家”将成为它们首要考虑的话题。

在中国电商的远古时代，一群首先拿到投资的人将资金纷纷投入火堆，在寒冷的冬季为自己取暖。而在今天，日销售额近两百亿的天猫告诉我们，火堆已经熊熊燃起。剩余的钞票正在巨头的手中挥动，垂直电商正是它们眼中最后的美食。

更何况即使勉强保持不出售，但流量的匮乏让垂直电商难免成为巨头的附庸，在未来我们会看到更多的垂直类电商网站入住平台类电商网站的消息。

2013年伊始，陈年已经表现出收购还会继续的野心。而国内电商领军人物马云则劝解正在创业的人们，“小而美”才是这个时代最好的生存模式。近日，马云公开表示：“假设我今天是90后重新创业，前面有个阿里巴巴，有个腾讯，我怎么办？第一点，我如何利用好腾讯和阿里巴巴，我想都不会去想我会跟它去挑战，因为我今天我的能力不具备，心不能太大。”

或许在马云看来，垂直电商最终的结果就是“心不能太大”。

收购结束后，许晓辉在微博上感慨：“已是春风拂面，各种传闻终于可以尘埃落定。两年半创业历程，倘若五味杂陈起伏的跋涉，险滩美景走过，甜若五味铁窗。短时间必须承受磨炼的一切，都让自己的阅历更丰满，也更深刻理解了曾以为懂的常识。江湖险峻，但更多是美好。感谢各位朋友对初刻的支持，人生浩淼，未来的日子正长。”

目前中国B2C行业已经基本奠定了“淘京苏”三国杀局面，三家基本都是综合品类电商，再加上当当和亚米逊，市场份额几乎已经被瓜分完毕。垂直类电商就像在这些巨鳄口中游走的小鱼，惨烈程度可想而知。

聚美优品还在和乐蜂网纠缠不休，好乐买、麦考林、梦芭莎也还在为流量下滑绞尽脑汁。但垂直电商的行业发展，已从初刻的归顺，画上了句号。

(孙宏涛)