

从“代驾”到“代写暑假作业”,代理的内容日渐丰富。最近,嘉兴电子商务领域出现了新行当——“代理淘宝掌柜”。

嘉兴悄然出现“代理淘宝掌柜”

“代理淘宝掌柜”是干啥的

在秀洲区的中山名都电子园区,有一批特殊的创业者:他们的网店宝贝不是实物商品,而是跟开网店相关的服务,比如,为样品拍照、为图片做PS、提供店铺装修方案……记者在淘宝网上输入关键词“店铺装修”,结果显示:有 7847 家店铺和网上商城可提供网店装修服务,其中不乏皇冠级店铺。

电子商务的兴起催生了为其服务的上下游产业以及工种。除了以上零星的电子商务技术服务外包,一些触觉敏锐的老板开始整合这些资源,提出“全景式”服务,“代理淘宝掌柜”

由此出现。

记者找到了中科电子商务(嘉兴)有限公司的负责人王恺。这家公司号称是嘉兴首家从事“全景式”电子商务服务外包的企业,主要为企业建立独立网上平台或者提供住宿式网上平台,后者说白了就是开网店。“因为建立一个独立网站需要极大的投入做推广,我们建议一般企业做住宿式平台。”王恺说。

“代理淘宝掌柜”到底要干啥?说白了,就是帮你开网店,帮你做推广,还配备网店客服。那真正的掌柜是干什么呢?一是收钱,二是组货发货。

“代理淘宝掌柜”也不白干,它通过

收取年度技术服务费和月度销售扣点实现盈利。

前景挺好,现实很残酷

小网店,大市场。互联网信息中心报告显示,2010 年我国新增网民 7330 万,网民总数已达 4.57 亿,在此基础上,网络购物成为用户增长最快的上网内容。而中国互联网研究中心统计,2010 年我国网上零售市场规模已达 5131 亿元,电子商务前景被众人看好。

“代理淘宝掌柜”服务做得最早的是阿里巴巴集团,其投资的上海尊宝公司为美的、飞利浦、阿迪达斯等

数十个知名品牌提供电子商务服务。“代理淘宝掌柜”让产品上网变得简单、迅速、有效,与开设线下实体店相比,开设网店能省下店铺租金,几乎没有装修费用、库存压力可以控制、管理成本相对较低,好处挺多。

而电子商务外包服务则提供了专业的运作。据说,网上每一件“爆品”(卖爆的宝贝)背后都有高明的推手在操作,运用了一定的网上营销工具。

据业内人士透露,参加淘宝网的“网络直通车”或者阶段性“主题市场”促销活动并不是件容易的事,需要一定的资源,比如人脉关系等,以至于一些掌柜从事网店经

营多年,仍摸不着参与这类活动的“门”。

“知名品牌上网相对简单,而一般企业想在网上迅速创立自己的品牌,则需要专业的人来做专业的事。”王恺说。

尽管如此,王恺的公司起步还是有些艰难。“最大的困难是企业理念转变难。”王恺说,传统企业所有权和经营权不分,企业老总一般的设想还是自己成立一个电子商务部门,自己做网上平台。所以,电子商务服务外包作为一种新生事物,能否被企业主接受仍是未知数。

(摘自《嘉兴在线》郑小梅 林俐/文)

创业者说

李彦宏:公司管理经典语录

- 1、不要对自己开创的公司死守着不放——这是经过很多惨痛教训才明白的道理,并不是所有打天下的人都适合坐天下。
- 2、我觉得我一直不是一个在管理上非常强的人,公司在不断变大的过程中,也暴露了一些管理上的缺陷。我过去的解决方法是发现公司薄弱的地方,就会找到这方面最强的人,想办法把他吸引到百度。
- 3、很多人认为中国的互联网现在主要公司创始人都是四十岁左右的人,没有给更多年轻人机会,其实这只是一个暂时现象,机会还是很多,中国市场会越来越大,中国已经是第一大互联网市场,会给大家提供很多机会。
- 4、有一天中国也会出现一个在大学都没有读完书的人可以创造一个几十亿、上百亿、甚至上千亿市值的公司。
- 5、我一直在跟我们的投资者和跟董事会讲,百度现在是一个青苹果,看起来是青的,吃起来不好吃,要等到变红。说起来简单,但是实行起来非常难,投资者就是想赚更多的钱,何乐而不为?但是对我来说,我对这个公司有感情,所以不能卖掉。只有一种办法,就是要说服他们,留着百度,将来会赚更多的钱。
- 6、人最难受的时候是不确定,就是对自己未来有极强的不确定的时候,是最难受、最焦虑的时候,那个时候就是这样的阶段:不知道明天打道回府,还是说要站在时代广场看我们的股票价格。
- 7、管理一个公司,到底需要在哪些方面做好?过去 11 年我也不断总结,基本上三个方面。第一个方面,是目标,大家有一个共同目标。第二,就是一个公司要想做好,一定要有自己非常核心的企业文化。第三点,是流程和制度。
- 8、想想这十几年以来,我自己生命当中,经常说的就是认准了就去,不跟风,不动摇,同时对自己要有清晰的判断,一个人应该做自己最擅长的事情,同时也做自己最喜欢的,这样的话,做成的概率会很大。
- 9、如果把财富看得更广义一点的话,它应该意味着幸福才对。金钱不是最重要的,重要的是你是不是在做你喜欢做的事情,是不是有一个幸福的生活。
- 10、每个人都有情感,别人骂你肯定不高兴,但我尽量不想去这些东西,因为对我来说把一件事情做成功是最重要的,做成功了才会有成就感,你才会获得认可。
- 11、有时候心理因素可能比外界的因素有更大的影响,所以一个人的心态非常重要。很多人总是不满足,说我为什么不如那个人好,我为什么挣的钱不如那个人多,等等。这样的心态可能会导致自己越来越浮躁,也不会让自己觉得幸福。(摘自《中国企业家网》)

成功案例

豆果网:以食会友的“圈子”生意

豆果网这个“以食会友”的圈子,已经成为越来越多希望“精准营销”的客户的投放平台。现在,王宇翔的工作除了要做好豆果网的 CEO,还要用业余时间学会烧菜和烧好菜。

如果你是这里的员工,周一有项必修功课,带一道色香味俱全的美味来上班,如果午餐时间的“饕餮比拼”,谁得到的不 OK 点评最多,惩罚就是替所有的同事刷碗。这就是豆果网,一个目前只有 15 个员工的美食菜谱互动社区网站。不过,小团队却有大梦想,王宇翔和他的伙伴希望,到今年年底时豆果的注册用户数能激增到 100 万。

粗犷摸索到商业启蒙

王宇翔是这个网站的创始人。2007 年,他还在视频网站“悠视网”做产品总监时,就萌生了做个“美食+SNS(社交网络)”的圈子平台,2009 年,有朋友无意中介绍他认识了朱虹——Zcom、7K7K 前副总裁,一个“爱做饭,喜欢吃”的小女子,两人一拍即合,朱虹成为豆果网早期“四大金刚”中唯一的女性。

2009 年之前的网站运作,王宇翔称之为“特别粗犷的摸索阶段”。到后来,他们发现,网站的用户开始集中一些喜欢做饭的人或者正在做饭的人,“我们就有意识地做一些编辑的工作,在网站上整合推出自己独创的内容”。直到 2009 年朱虹的加入,豆果网才真正有了些“生意头脑”,慢慢有厂商来找豆果网谈合作。而“正式的商业化运作”,其实是从 2010 年到现在。

这期间,王宇翔和朱虹很好奇一



个问题,这些找上门来合作的客户,

是怎样发现了豆果这个“不起眼”的小网站。事后他们才知道,自己已经无意中“被传播”出去了。2009 年下半年,《羊城晚报》给他们做了一个报道,《打开网站来炒菜》,报道出去效果很好,网站的注册用户数在广东一下子增加了不少。

其实,对于互联网的任何商业模式来说,用户满意即“口碑”传播才是赢的王道。从用户需求出发,以用户需求为原点开发产品的豆果网,无心

插柳成荫。

SNS“尝新”,涉足电商

从去年下半年开始,王宇翔和朱虹很明显地感觉到,与客户合作的活动越来越多,基本上每个月都有一场,而且合作的客户已经不再局限于厨房小家电厂商或者调味品厂商,甚至像户外运动杂志这样看起来与吃不搭界的客户都会找上门来。

而新近签约的一些合作客户,则

为豆果网打开了另一扇门。豆果网刚刚成为一家全球性有机食品进出口贸易公司的独家美食网站合作伙伴,负责对方产品在中国的电子商务渠道的销售。王宇翔直言,如此一来,豆果网将逐步涉足时下火热的电子商务。

与淘宝、京东等面向广大终端消费者的电子商务网站不同,豆果的创始人团队很清楚如何扬长避短。王宇翔和朱虹已经很清晰地意识到,豆果这个“以食会友”的圈子,已经成为越来越多希望“精准营销”的客户的投放平台。这种垂直美食互动社区细分领域形成的互联网美食产业链的魅力,正日益被发掘。

今年 6 月豆果网对外证实已经获得“盛大千万元投资”,这也是中国美食互动社区行业的最高融资纪录,同时也是盛大首次对美食行业进行投资。“事实上,这个项目从接洽到最终拍板也就仅仅几个月的时间。”王宇翔透露。

激活“沉默的大多数”

如果说之前的豆果网还是个汇聚“美食达人”的小圈子,从今以后,它希望这个圈子能越画越大。如何吸引 80%“不会做饭”、“看了也懒得做”的用户更频繁地光顾豆果,这是王宇翔和朱虹正在着手解决的问题。

目前豆果网产品业务的主攻方向已经锁定:网站社区发展和移动客户端。今年 7 月底,豆果网 iPad 客户端已经正式上线。虽然豆果网现在的注册用户量还相对较小,但王宇翔和朱虹希望到年底整个注册用户超过 100 万。

(摘自《数字商业时代》)

未来三年电商物流得区域者得天下

过去一段时间,B2C 公司云集全国主要网购城市抢租仓库。京东在京原有 5 万平方米,刚又签下 4 万平方米,还将在上海建 8 个“鸟巢”面积大小的“亚洲一号”物流中心;凡客诚品从 2010 年初的北京、上海、广州 3 个库房,增加至成都、武汉、沈阳、西安、济南等 8 个库房,而且目前还在中国的其他城市寻找库房。未来 3~5 年,平台商们还将疯狂“圈地”。

得区域物流者得天下

目前能做全国 COD 的快递公司很少,除了“四大外资”的 UPS、DHL、TNT、FedEx 外,就只有 EMS、顺丰、中外运全一、宅急送、星辰急便“五大龙头”。导致 COD 不合理的手续费出现,快递公司行使了银行职能。

目前做全国区域的“四通一达”其实并不“全国”,他们只服务着中国的一二线城市和部分经济比较发达的三级城市。在中国,交通决定着经济,当然也决定着快递公司的布点。所以,不作为的中国邮政成了偏远山区的“不得不爱”。

区域为王的趋势越演越烈。比如

山东元智和安捷快递公司,山东全境次日达全境派送。“四通一达”的件到了山东都是给他们派送。还有海南的创一,连京东、当当的件到了海南,都是找其送件。其实电商与全国比较强势的区域快递公司组合好,物流成本 and 时效性比自建物流还强。

于是未来 3 年是收购和兼并区域物流的最好时机。尽管区域物流短小精悍,借助当地运输班车和农民工低成本,可实现高速度、全境无盲区的派送。然而其资本运营能力和 COD 管理能力的局限性,决定了其管理风险大和只能区域山头为王。于是汇通被阿里巴巴收购了,全一被 DHL 兼并了,宏品被红孩子参股……

服务决胜“最后一米”

顾客层面

“最后一米”的态度:客户体验是电子商务的最直接生命线。随着电商拉新的成本增加,电子商务越来越看重唯一与客户见面的“最后一米”。但偏偏唯一的这一米,不是电商在操控,而是不受控的第三方物流在面

对。于是第三方的“最后一米”服务是电商最牵挂的,也是电商物流能力的最直接体现。否则没有良好的“最后一米”的服务,即使电商有很好的商品、页面技术、图片展示和编辑,客户体验还是低下。

货到付款:目前的市场环境,尽管网银和支付宝等方式已经逐渐走入百姓的生活,但代收货款方式在中国电子商务市场仍是首选,至少 10 年内还会一直持续下去。电商所以要想获得持续性的成长,就必须吸引用户重复购买。有持续价值的 COD 是吸引重复购买的手段。

电商层面

提货周期:目前顺丰和同城快递已经实现日提货 3 次。一些大 B 和平台商要求快递商全天候地守候收件,无限度地需求提货周期频度提高。为的是节省存放快递件的地方和提速从发货的起点开始。

回款周期:目前已经有快递商实现了对账系统与电商财务系统对接,当日对账当日返款。

损耗赔偿:目前最流行的做法是:电商不买保险,万分之二内的损毁率快递商免赔。超过万分之二的损

毁率快递商全赔。这既是对快递商的考核压力,也是容许快递商搬运的风险保障。

结语:七大走势

综合以上的分析,得出未来电子商务 3 年的走势:

- 1、大电商自建物流和四处租仓,是想通过政府的扶持做大地主,否则自建体系越大,对社会资源的浪费越严重。
- 2、区域物流一定要找风投做区域为王,将来会无限风光,否则就会被兼并和排挤。
- 3、看好 3 年后健康发展型的大 B 将会上市。相反目前风头正劲的几个大 B 已经呈现泡沫斑点。
- 4、大 B 做物流的事情还会继续,而做物流的想做电商没门。
- 5、WMS(仓储管理系统)模型会越来越得到推广使用。
- 6、母子仓将会越来越少电商采用,姐妹仓是一大趋势。
- 7、大 B 们将把自建模式转化为“将供应链之链条延长到最后一公里”。这个链条将是顺丰模式自带车辆的配送员。(摘自《商界财经网》)



李彦宏:黑马是如何炼成的

全球商业历史,尤其是 IT 产业的历史,基本上就是黑马成长的历史。很多企业是在不受人关注的时候成长起来的。黑马不受关注是一件好事,这是一种奢侈,也是一种幸福。

看到大家非常高兴,大多数人比我年轻,进来之后我感觉非常不一样,整个会场的布置,一个一个桌子大家围在一起,让我想起一个什么词呢?“战士”。气氛非常活跃,很多人之间的交流互动会非常激烈。

我一直非常推崇黑马这样的形态,因为我觉得全球商业历史,尤其是 IT 产业的历史,基本上就是黑马成长的历史。

如果回顾过往,IT 界当初最著名的公司是 IBM,但是 IBM 的 CEO 曾说过一句著名的话:“全世界最多只需要五台计算机。”这句话代表了 IBM 对于 IT 产业未来发展的判断。这个判断显然是不对的。当时谁知道这个判断是不对的呢?大多数人都不知道,但是有一匹黑马是知道的,这匹黑马叫微软。

微软开发出一个操作系统,当市场上已经有很多用户的时候,IBM 还未认识到 PC 是今后的发展方向,也不认为软件是可以卖钱的,这为微软提供了非常好的成长环境和成长机会。微软成长起来之后也有自己的盲点,也有它看不到的地方。

微软的盲点在哪里呢?它一直认为只有软件是最重要的。互联网时代来临以后,大家越来越能够看到软件已经没有那么重要了。重要的是什么?互联网本质上更多是媒体形态。

所以后来起来一批叫做门户的公司,其中最著名的叫做雅虎。雅虎的理念就是不做软件,而是提供互联网服务。互联网是媒体,雅虎靠广告挣钱。它为什么能够挣钱?因为雅虎有自己的品牌。

当雅虎在上世纪九十年代中期起来的时候,并未被外界的白马关注,所以它很快发展壮大,在全盛时期市值超过千亿美元。现在,雅虎也没有以前那么风光了,这是为什么呢?因为来了另外一匹黑马。雅虎的盲点在哪里?它不认为技术是重要的,它觉得自己作为一个公司,重要的是内容、品牌,它要编辑内容,要做品牌,拼命打电视广告。对于搜索这种技术含量高的业务,雅虎认为就是苦活、累活。

但是有一个公司不这样认为,这个公司叫谷歌,它把搜索技术越做越好。到了 2004 年,雅虎突然发现,搜索技术好的公司只剩下谷歌一家了,已经没有太多选择了。当雅虎意识到这个问题的时候已经晚了,尽管它后来购买了许多搜索技术,但是已经追赶不上了。谷歌作为黑马出来了。

其实百度的成长也是因为早期不受人关注。我们创办的时候,只有 20 个人,谷歌已经有 800 人了,但是它不觉得中国市场很重要,直到 2004 年它还认为自己拥有中国市场的主动权。它投资百度,主要目的是看中国市场到底能有多大。到 2005 年夏天,谷歌才意识到百度是买不到的。百度 2005 年 8 月份在美国上市,2005 年 7 月谷歌在中国开办公室,这个时候已经太晚了,已经来不及了。

我们平台上从来不会区分黑马、白马,只要你跑得快,只要是千里马就可以。

整个 IT 商业的发展史可以给大家一个启示。不要觉得现在我站在台上,你们在台下就有什么不一样的地方。而你们现在做的事情可能只有很少的人关注,这不是一件坏事,而是一件好事,这是一种奢侈,是一种幸福。如果你想真正做事,就不能天天被太多外界因素干扰。

(摘自《创业家》)