

跨境电商新政将出 八成外贸企业试水

■ 本报记者 张龙

5月30日,在京交会的电子商务分会会场里,人满为患。做出口生意的马先生在后面足足站了2个小时,才在后面找到一个座位。而随着听会人数的不断增加,这个开放性论坛不得不开始增设警戒线,防止参会人员涌到台前。

会议的一个环节刚刚结束,坐在后面的马先生和其他参会人员一样,立刻冲到台前,希望和台上的电商大佬们交换名片和请教问题。令马先生沮丧的是,由于是从后面冲过去,那些大佬们的名片早已被“哄抢一空”。

而台上的在线支付平台企业paypal中国渠道部业务总监王晨显然被中国企业对跨境电商的热情“惊呆了”,他干脆把一整盒名片放到桌子上,“大家自取,欢迎交流。”王晨说。有着外贸电商赴美上市第一股的兰亭集势公司董事长兼CEO郭去疾也被众多外贸企业围在中间,寸步难移。

跨境电商政策将出台

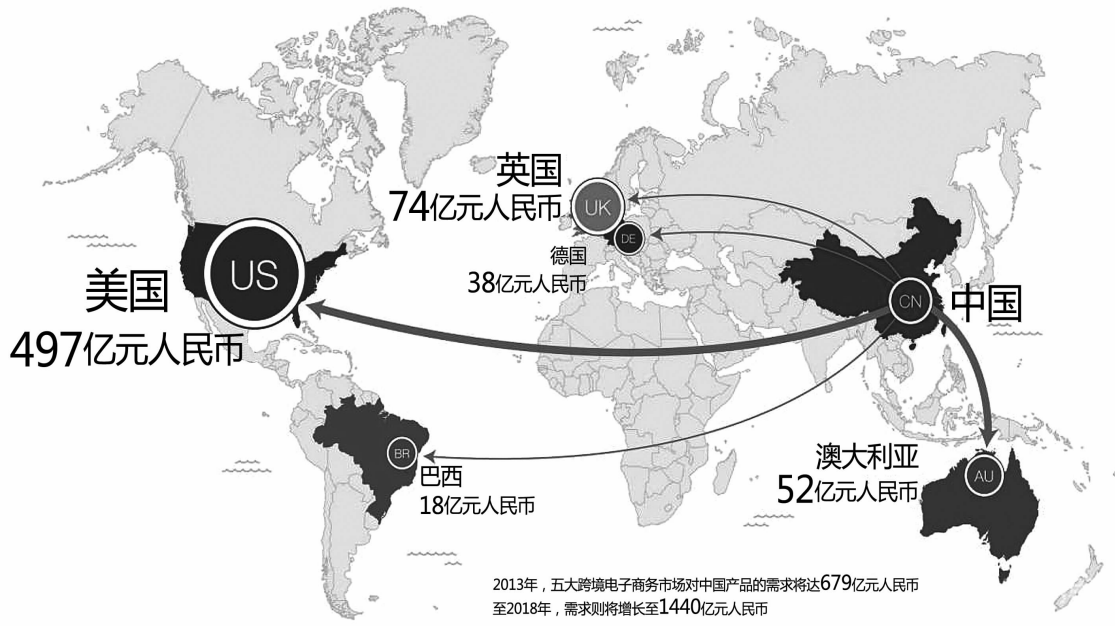
在会场里,记者试图与多位做跨境电商生意的人士进行交流,但基本都被委婉地拒绝。“等一会吧,听听政策怎么说。”

2013年,被认为是中国跨境电商发展的元年。短短一年时间,跨境电商的关注度和业务量如“火箭般”攀升。

商务部电子商务和信息化司司长李晋奇称,中国80%以上的外贸企业已经开始应用电子商务开拓海外市场。

北京市商务委员会副主任宋建明透露:“商务部正在研究制定有利于跨境电商发展的新政策和措施,这个措施最近要出台。海关总署将会同有关部委开展跨境电商电子商务进口试点的总结评估,从过去进口的试点城市来看,有一些不尽如人意的地方,他们评估尽快研究提出促进进口的政策措施。”

李晋奇表示,在外贸领域,积极落实国务院办公厅转发商务部等九部门制定的,关于实施支持跨境电商



商务零售出口有关政策意见,开展鼓励企业一般贸易加自营电商的政策研究,着力突破不适应跨境电商电子商务发展的外贸监管环境,加快电子商务贸易平台建设,尽快制定出台跨境电商电子商务便利化措施。

宋建明表示,3年内北京跨境电商电子商务进出口额将占到北京地区进出口总值的10%,达到全国跨境电商电子商务规模的10%。

王晨这几年来一直在一线接触paypal的客户,他表示:“大家明显感觉到政府对跨境电商的关注不断地在增强,这是一个热点。同时,政府对新兴行业的认识也随着时间的进行不断地加深。希望未来不断地有更细化、更加有操作性的政策出来。”

传统外贸企业主动转身

在会议间隙,终于有一位来自广东做玩具出口生意的老板李春华跟记者谈起了跨境电商。“我从去年开始接触跨境电商,订单在半年内增长了20%。”李春华说。

“世界工厂”东莞的一组数据可以看到老外买中国货的热情。据东莞市邮政公司统计,2011—2013年,从东莞邮政渠道出口的国际小包业务量分别为98万件、222万件和517万件;预计2014年日均业务量将达3万件、2015年6万件、2016年10万

件。

手机,在国内已经成为一个几近饱和的市场。但paypal客户之一的深圳的一个小伙子,却通过跨境电商把手机卖到了西班牙。

而这个小伙子做跨境电商业务只有一年多的时间。

一位参会的企业代表告诉记者,公司原来只做国内的电商市场,目前该企业正在尝试向平台网站转型,此次参会的主要目的就是了解国内电商的发展形势。

VK海外业务负责人张钧凯曾公开表示,从俄罗斯的跨境电商市场来看,2010年基本是零,2013年市场规模达到30亿美元。而这30亿美元中,大概有一半是中国人创造的。

物流问题待解

记者在温州等沿海地区采访时注意到,很多外贸企业更为关注跨境电商的物流问题。

兰亭集势的“立足之本”被认为是定制婚纱和礼服,郭去疾表示,在兰亭集势平台上,为国外消费者量身定做的婚纱可以在10至15天内做好并送至消费者手中,这样的服务带领兰亭集势走向了全球市场。DHL董事总经理陈耀东在演讲时透露,“在网上能够定到婚纱,并且在不改的情

况下非常合身地送到美国去,这是我们认为非常不可思议的。”

对于更多的企业而言,物流,关乎盈利问题。

“物流是跨境电商中大家非常关注的一点,因为物流不光关系到这个东西能不能送到对方的手里,因为这个物流关系到支付了之后会不会产生很多的交易的纠纷,因为很多的交易的纠纷跟物流是有关系的,比如说东西没送到,或者说这个东西没了,这就不用说了。”王晨说。

去年,paypal与北京邮政推出了国际物流解决方案“贝邮宝”业务。据不完全统计,目前中国跨境电商市场超过60%的商品是通过邮政体系运输的。

王晨告诉记者,这既能保证卖家的货款能够收到,也能够确认货物是否寄达目的地,而海关做出口退税,也可以凭此确认交易的真实性。

5月30日,顺丰速运集团副总裁李东起在2014中国国家快递行业(国际)发展大会上称,很多国际物流业务如国际快递、国际海陆空综合货代、工程项目物流以及异军突起的跨境电商物流,离开海外网络寸步难行。

相关人士表示,外贸电商领域的“大物流时代”,或者说解决以往小包时代成本高昂,配送周期漫长问题的唯一解决方案,就是在海外设立仓库。

腾讯微信封杀微软小冰 昔日盟友“起摩擦”

■ 本报记者 郭奎涛

刚刚在XP系统安全上达成合作的腾讯和微软,却因为微软在微信上推出的一款名为“小冰”的智能聊天机器人而产生了分歧。

小冰是一款微软必应搜索团队新推的智能聊天机器人,主要能够实现两种功能:聊天和备忘。这款产品据说承载了微软互联网化的重要使命,但是上线不到三天,按照微软的声明,“腾讯公司已经全面封杀微软小冰”。

微软放低姿态式的沟通也未能挽救小冰被微信封杀的命运。据悉,小冰二期研发已经接近尾声,微软相关方面正在积极寻求与其它即时通讯产品的合作,暂时没有想与腾讯和微信“大打出手”的迹象。

剑指隐私

微软数据显示,小冰在公测运行3天即覆盖近150万微信群用户,把微软小冰加入微信群聊后,微信群的活跃度提升了近四倍。

易观智库分析师罗兰认为,微软(亚洲)互联网工程院耗时数月研发出来的一款人工智能聊天机器人,背后是微软的两方面目的,一方面是对bing搜索产品的推广,另一方面也是对移动端布局的战略规划。

腾讯方面解释说,微信团队经过查证后发现,该产品涉及模拟用户操作、诱导用户拉群、批量注册垃圾账号等影响平台规则和用户体验的违规行为,严重损害了用户体验,而且对用户信息安全也造成了极大的隐患。

“对于小冰,腾讯也评估过其价值和风险,因为小冰涉及诸多内容,而目前我国监管部门都在加大对内容的审核力度,显然,腾讯是在规避另一种风险。”中国移动互联网产业联盟秘书长李易表示。

微软则在声明中表示,小冰的隐私保护政策做到完全透明,微软小冰使用正常的对话接口,并使用了比微信本身更为严格的隐私保护机制。“微软小冰的人工智能语义全部来自公开的搜索引擎网页信息和智能语言组合,不涉及任何聊天记录信息。”

合作密切

互联网公司之间的大战在中国并不鲜见,互联网公司与传统IT公司之间,尤其是双方本来还有合作的情况下进行封杀,着实是很少见的案例。

腾讯与微软的合作最早可以追溯到在Silverlight技术上,腾讯还基于这项技术平台推出了一款概念QQ产品。双方最近的一次较大合作则是

在XP系统的安全保护上,微软退出XP系统之后转而与第三方安全厂商合作为用户提供安全保障。

目前,微软退出XP系统升级维护,中国是全球受影响最大的地区之一。数据显示,XP系统用户在全球电脑操作市场占有率约为25%,而在中国市场这一比例在70%以上,各大安全厂商都在积极争取这块蛋糕。

早在今年2月26日,360就宣布将在WIN XP停服后,继续提供安全防护。2月28日,360公司推出了360安全卫士“XP盾甲”,并表示XP用户在网购过程中,如果因为木马或钓鱼网站遭遇经济损失,可获得360网购的先行赔付。

不过最早被微软点名合作的则是腾讯电脑管家。微软中国3月2日晚间宣布,将与包括腾讯在内的国内领先互联网安全及病毒厂商密切合作,继续为XP系统的用户提供服务,在用户升级到新一代操作系统前,继续提供独有的安全保护服务。

微信的禁区

尽管是昔日的合作伙伴,而且手握Windows系统的生杀大权,微信并没有做出妥协。先是单方面对微软小冰进行封杀(微软的说法),而且在微

软方面积极寻求谈判的情况下,依然没有重启小冰的意思。

其实,关于微信封杀第三方的消息一直层出不穷,最早的则是电商营销账号,其次是公众账号,包括一些自媒体账号。

“新浪微博也会封号,但是显然没有微信这么严重。相比新浪微博,微信在产品形态、商业模式方面都才刚刚起步,其团队又比较重视用户体验基于短期利益,因此对于第三方和生态体系的控制比较严格。”互联网观察者王涛说。

王涛认为,微软小冰应该不会存在泄露用户隐私的行为,至于可能借机推广微软的必应搜索也不是微信关注的,但是肯定造成了批量注册、虚假账号等行为,这是一向注重生态环境的微信所不能容忍的。

微信创始人张小龙也不止一次表示,微信在发展中经常会在各种权衡中做取舍,任何时候首先考虑的都是,是不是从用户价值本身出发。“如果我们想的策略和用户价值有违背,哪怕舍弃短期利益,也应该维护用户价值。”

有知情人士透露,微软同时也在与SKYPE、阿里巴巴的来往等国内外其他即时通信及社交平台保持接触,在技术上小冰与任何即时通信平台融入都是可以实现的。

利润空间丰厚 钟点房生意去妖魔化紧迫

■ 本报记者 彭涛

2013年7月的一天,秦鹏飞在酒局散场后,扶着一个喝醉了的老同学奔波在西安街头。他在寻找一个可以让这个醉汉躺一会的地方,但运气实在不好——附近的两家酒店一个是钟点房已经卖完,一个是压根就没有钟点房。

2014年6月4日,秦鹏飞给《中国企业报》记者讲了这个故事,同时也描述了一个充满痛点的消费场景——这与他现在做的事情有关。秦鹏飞是西安桔家软件科技有限公司的总经理,这家公司开发了一个名为“有间房”的钟点房预订APP。该产品于今年4月正式上线,5月23日其下载量在豌豆荚“上升最快榜”中已经成为第一名。

这个夏天秦鹏飞依然在奔波,他们正在与几家机构确定A轮融资的事宜,试图把这个钟点房的生意做得更大。

切入点:经济型连锁酒店

“钟点房是酒店比较容易忽视的客源,因为它具有很强的不确定性。”布丁连锁酒店相关负责人告诉记者。“但不可否认,钟点房是一个最大限度提升客房利用率的很好方式。”

某种程度上,这代表了酒店颇为矛盾的心态。情侣约会、误机的商务客、一日游的外地游客、朋友之间的短时聚会、高考休息房、公务员考试房……这些碎片化的住宿需求,构成了钟点房存在的基础。然而,除了“高考”或者“公务员考试”这种刚需时段,酒店无法判断什么时候、有多少人会上门要一间钟点房。

这又是一块诱人的蛋糕。以经济型连锁酒店为例,其钟点房平均价格在80到100元每4小时左右,利润为30到50元——据如家2013年财报显示,其全年净利润为1.962亿元,折算下来每间房的利润将近是10元每天。而且钟点房在一天内可以多次出售,类似“翻台率”的叠加可以让其利润更有想象力。

值得注意的是,不是所有酒店都适合吃这块蛋糕。“高端酒店的打扫成本高,边际成本不合算。”华美酒店顾问有限公司首席知识管理专家赵焕焱告诉记者,经济型酒店对钟点房更加重视;布丁酒店相关负责人表示,钟点房在国内经济型酒店的所有订单中占比大致为10%—20%。

钟点房的特性让秦鹏飞有了一次糟糕的客户体验,却也让有间房大股东胡升阳确定了这是一个难得的商业机会——他是上海盈蝶酒店咨询的CEO,其十年来的主要客户就是经济型连锁酒店。

如何满足寻找经济型酒店钟点房的用户,是胡升阳与秦鹏飞接下来的工作重心。

要开房时你会想什么?

尽管钟点房的客户有很多种,但秦鹏飞还是通过市场分析得出了一个关键的结论:其用户群体集中在“90前到75后”的男性,而80%的钟点房用户是来约会的。

这让“有间房”的开发团队有点尴尬,部分成员甚至不好意思告诉别人自己“在开发什么APP”——事实上,酒店对此的态度也一样。“除了部分特色酒店,没有人愿意被贴上‘情爱酒店’的标签。”赵焕焱告诉记者。

而深挖客户需求的结果是,“有间房”的团队惊奇地发现,钟点房是一个极其适合移动端的酒店产品。“一是即时性,二是私密性,性价比排在第三了。”秦鹏飞告诉记者,“用户在决定预订钟点房后,其要求就是尽快并且安全地入住酒店。”

这个基础逻辑构建了“有间房”的设计思路。“在产品展示上,我们不会给你太多选择。”秦鹏飞说道,“没有房型介绍等琐碎的选项,只有酒店品牌、距离多远,以及你得付多少钱。就是方便你迅速下单,连电话都不用打。”他的理由是:每多一秒,你的女伴可能就会改变想法。

这种即时性需求之于移动端的营销模式,几乎有着天然的吻合之处。“我们相信‘有间房’这样针对性很强的移动端平台潜力很大。”布丁连锁酒店相关人士告诉记者。

另一方面,秦鹏飞表示,“在没有任何激励与引导的情况下”,有间房团队发现钟点房产品的预付率达到了30%——今年4月的相关数据显示,携程、艺龙等OTA全部在售酒店中涉及预付酒店的占比刚刚达到20%以上。“我们轻松超越了巨头们力推预付模式的成果。”

胡升阳认为,这是因为钟点房客人需要“尽量减少在前台逗留时间”——而这种私密性的要求,也让“有间房”放弃了APP中常见的两个功能:推送与分享。甚至在“有间房”专业版中,其预订与登录的痕迹会被自动清除。

目前专注钟点房预订的公司并不多,秦鹏飞认为“有间房”最大的对手是美团网——其已经上线了独立的“钟点房”频道。“价格低、品牌大、预付模式是美团的三大优势。”秦鹏飞表示。但他接下来略显调侃地说道,“但是你去约会还要团购,让你的女伴怎么想?”

想象:从“缝隙生存”到“打表住店”

尽管胡升阳与秦鹏飞对“有间房”的模式很有信心,但他们也很明白这条路不好走。

“钟点房并不是一个标准化的移动互联网产品。”秦鹏飞说道,“我们现在还在推动这一块,但这需要酒店的配合。”

(下转第八版)