

想学小米,可衬衫终究不是手机 凡客跌出主流电商阵营

■ 本报记者 郭奎涛

日前,失声一年之久的凡客 CEO 陈年高调“复出”,表示未来会像小米那样走精品路线,具体则是先从一件衬衫做起。

“学习小米意味着,凡客要有强烈的产品思维。这方面凡客有一定的基础,也可以走出与天猫、京东等电商差异化的路径,这种最后一搏还是值得期待的。”中国电子商务研究中心分析师莫岱青说。

不过,也有分析人士认为,“互联网公司擅长的是商业模式,是卖流量、卖服务,是轻资产,凡客当年从生产环节切入能做成,靠的主要还是社会营销。当初趁热打铁继续做产品倒还可以一搏,如今时过境迁,还想继续走重资产路线,恐怕是难上加难。”

先做好一件衬衫

2007年,凡客以男士衬衫直销起家,凭借品牌营销和高性价比产品,一度创造了互联网品牌的成长神话。

公开资料显示,2008年、2009年,凡客的复合增长率为150%,而2010年则增长了300%。2010年底,陈年称已将凡客2011年的“销售额增长幅度”定为100%,要达到40亿元;不久后大幅上调,称要突破60亿元,随后的目标则是100亿元。

就在喊出“100亿销售额”后,凡客彻底“失控”,卖起了烟灰缸、拖把和电饭煲,并很快迎来了“大跃进”的恶果,裁员、供应商上门、资金链断裂等负面消息缠绕,从此慢慢退出了主流电商行列,目前位列第十二位,份额不到1%。

陈年透露,早在今年年初雷军牵头为凡客注入第七轮融资之前,也就是去年8月29日,雷军来凡客看产品,说,“这么多的品类,很显然不专注,不失控才怪。”雷军建议,“咱能不能先做好一件衬衫?”

这件衬衫正是发布会的主题,一款凡客称为“80免烫衬衫”的衬衫。

据陈年说,这款衬衫请的是做了35年衬衫的日本设计师吉国武,用的是全球质量最优的新疆长绒棉,几乎与布鲁克林兄弟品牌同款产品在工艺、面料上极为相似,价格却只有后



者的不到十分之一,希望以此来宣告凡客的归来。

服装已没有风口

按照雷军的说法,小米的成功很大程度上是站在风口上。这个风口就是互联网与传统行业的融合刚刚兴起,小米手机在传统手机厂商尚未觉醒的情况下,用互联网的生产、营销和销售方式创造了一个全新的手机品牌。

而对于此时的凡客来说,互联网各行各业的融合已成共识,服装行业更是电商化最早的行业之一。至于优衣库、HM等服装厂商,虽然自建电商平台表现平平,但是得益于淘宝、天猫等第三方电商,网销渠道正在逐渐成熟,留给凡客发挥的空间已经不多了。

不仅如此,优衣库、HM等服装企业还有着凡客难以逾越的高门槛——遍布中国各大城市的线下店面。

“我已经很久没在网上买衣服了,质量还在其次,关键是衣服这东西,真得需要试过之后才知道喜不喜

欢。不像数码、家电这些东西,标准化比较强,质量没问题就能用,衣服的个性化太强了。”北京的一位上班族王女士说。

显然,对于王女士这样的用户来说,凡客这样只是依靠线上销售是没有太多吸引力的,它需要线下店面的支撑,保证用户体验的完整性。

线下店面却不是凡客想做就能做的。根据连锁店企业人士的说法,线下店面有很高的竞争门槛,不仅需要商业地产的大力投入,还需要大量具有丰富管理经验的人才,即使有了资金,也不是一年两年就能做到的。

精品与低价的矛盾

像小米那样去做产品还面临一个重要问题,倒不是像小米那样保证货源,而是更好地控制产业链以压缩成本。

以往,做到物美价廉对凡客来说并非难事,因为产品路线走的是中低端。此时,凡客要做的却是“极致单品”,成本上涨是必然结果。以这款“80免烫衬衫”为例,据陈年透露,仅

生产成本就在100元左右,还没有算上销售、客服、物流等,但是才卖129元。

而作为竞争对手的优衣库,是高端品牌路线但仍能保持中低端的价格。原因是通过供应链系统的优化,不断提高后台支持能力和销售预测能力,保持产品的较高性价比来吸引客流量,通过薄利多销弥补成本的缺口。

这也是为什么在优衣库的店面中,可以经常看到很多顾客拿着购物筐,像逛超市那样选购衣服的情景。

跟优衣库类似的道理,小米通过产品的高配低价模式,再辅以成功的社会化营销,也创造了薄利多销的条件。另外,小米手机还通过手机配件的销售赚得盆满钵满,以手机为载体的内容营收模式也在探索之中。

有分析认为,凡客“大跃进”的时候几度被传出资金紧张,在烧钱上应该吸取足够的教训,赔本赚吆喝的买卖肯定不会做,至少不会一直做。想要做极致单品并且保持较高的性价比,控制成本是必走之路,但是陈年在发布会上丝毫没有提及这方面。

长三角货物快运列车开通 铁总染指零担业务

■ 本报记者 宋笛

进入2014年,铁总的货改脚步就显得格外的急促。

9月9日,上海铁路局开通了“长三角货物快列车”,接受办理长三角地区的零担货物快运业务。而此次长三角货物快列车的开通与国内首班快运列车专线开通的时间仅隔了一个月。

到目前,铁总及各地方铁路局已经相继开通了京沪、京广、京津冀、南昌、珠三角等多条铁路快运专线。一张由重点城市间线路联通重点区域内线路的大型铁路零担运输网已经开始逐渐成形。

快运列车最快可实现次日达

此次长三角货物快运列车的运行模式与京沪快运列车相似,采用“五固定”的方式,即固定车次、固定编组、固定时间、固定路线、固定停站。

以南京西站为支点,每天开行南环、北环双向循环快运列车2对4列,服务范围覆盖长三角地区200个行政区县,运行时速最高120公里,运行时间南环约42小时,北环约36小时。

长三角货物快运列车可以实现“门到门”、“门到站”、“站到站”、“站到门”等多种运输方式。货物最快可以实现次日达,最慢再延迟一天也能接到货物。

上海铁路局为此次的长三角货物快运列车设立了224个无轨站及社会营业网点,核算上本来就可以办理货物业务的站点,总计有472个业务受理点。

据上海铁路局介绍,开通此次专列的主要原因是基于长三角地区的物流特点:小货、散货众多。原有以煤炭、钢铁为主的大货运输的模式不能够完全满足地区的货运需求。

上海铁路局为开拓专列业务,还专门成立了“长三角货物快运列车”客户代表队伍,实行统一管理,建立大客户信息库,向客户提供快运列车业务办理范围、内容、价格及货物追踪等服务,并可根据客户需求为客户制定经济合理的物流解决方案。

铁路零担运输网雏形渐现

从2014年8月在京沪线开设第一列快递专列起,铁总及各地方铁路公司已经相继在珠三角地区、京津冀地区、长三角地区等几个重点区域内开设了零担运输专列。

到目前,一张由重点城市间线路联通重点区域内线路的大型铁路零担运输网的雏形已经渐现。

据了解,其他重点区域的铁路局也会相继开展类似业务,而最终铁路货运专列这一模式将覆盖全国大部分重点区域,零担快运也将成为铁路的重要业务之一。

与以往的改革相比,铁总此次开拓零担快运业务的脚步显得格外匆忙,而这似乎与目前铁总并不乐观的运营背景相关。

根据9月初披露的2014年上半年审计报告显示,上半年铁总出现巨额亏损,税后利润为-53.56亿元。截至6月底,公司总资产为5.33万亿元,背负各类债务3.43万亿元,资产负债率超过64%。

不仅整体财务状况不优,货改后曾一度回暖的货运业务,在这半年间也出现了下滑。2014年上半年,铁总货运收入为1263.19亿元,较去年同期的1286.77亿元下降1.9%,货物发送量15.24亿吨,同比下降3.6%;行包发送量仅为77万吨,同比下降高达23.4%。

究其原因,无非是以往的铁路货运过于依赖大宗货物,而受近半年的经济形势的影响,包括煤炭、钢铁等行业表现不佳,铁路货运也因此受到影响。

民营物流企业主心情复杂

对于铁路大举进入零担货运市场,民营物流企业的心情显得有些复杂。

一位长三角地区的物流企业负责人告诉记者,本来他不认为铁路会对目前的物流企业产生多大的冲击,但天天看着各种文章的剖析,他渐渐觉得有些担心。

这并不是他一个人的担忧,实际上,在这一段时间,有关铁路货运的相关文章开始在物流企业业主的社交软件内频繁出现,并不断被转载。有关铁路进入快运市场话题,已经成为近期诸多物流企业主热衷讨论的问题。

从运营主体而言,铁总并不是直接成为物流企业的竞争人。据中铁快运的相关人士介绍,铁路物流在从“站到站”这一段距离是向社会开放的,所有有资质的物流企业都可以用铁路来进行运输,中铁快运在这一个环节并不占有多大的优势。

从目前的情况来看,铁总在零担物流市场所持的心态是比较开放的。包括顺丰、申通、京东等多家民营快递企业或相关企业已与铁总达成合作,借用快运专列或高铁来完成自身货流的运输。

而上述物流企业的负责人向记者表示了另一个方面的担忧,在他看来,铁路零担运输的兴起对于有条件的大型快递、快运公司可以被视为一种新的机遇,毕竟他们更有实力来实现自身业务的调整,但对于大部分中小型公路专线企业而言,要实现业务转型,搭上铁路这辆新干线并不那么容易。

“铁路目前在货运市场的占比不超过5%,公路接近80%,公路市场是很多中小型专线企业立命之所,如果公路运输市场整体受到冲击,那那些企业肯定也会受到冲击。”该负责人表示。

现场

这边保证不再跑 那边非法超载忙

木札岭景区旅游观光车再起纷争

■ 本报记者 徐志成

在景区非法营运车辆的严查之后,无手续车辆依然满街跑,即便该景区刚刚写过手续未办理成功之前绝不营运的保证书。近日,发生在洛阳嵩县木札岭景区的无手续客车非法运营事件再起波澜。

景区观光车被严查

8月底,洛阳嵩县木札岭风景区被指无运营手续旅游观光车行驶拉客,而有牌照、运营资质齐全的旅游观光车均被闲置。

8月25日,记者在现场看到,景区内崭新的无运营手续旅游观光车,满载着游客上下穿梭。早在之前一周,当地就已成立了由旅游局牵头的多部门联合小组,对景区没有手续的车辆进行清除。

景区内一位做生意的人说,因为嵩县木札岭风景区新来了一个老板,

把风景区和景区宾馆都买了下来。后来,他们看旅游观光车的生意不错,也想私下把旅游观光车项目买了,才导致这一现象发生。

9月2日,嵩县运管所副所长李振武接受媒体采访时称,9月1日,他们和旅游局在景区调查情况时,因为雨下得太大没有游客,没有发现景区无运营手续的车辆运营。但是,通过对景区情况的了解,确实存在这个现象。

李振武说,客运公司原来有13辆车,有手续的是6台,还有7台没有。他们联合交警、安监和旅游等部门已经把没有手续车辆清理了出去。木札岭景区新购买的15辆新车是客车,没有办理手续,还不能参与运营。按照规定,他们买车需要写出申请报告,批过以后才能买。但目前并未收到景区的买车申请报告。

李振武称,他们已要求景区立即停止违法车辆的营运,并要求景区写出承诺书,保证木札岭景区15台新

车,在相关手续没办理完善情况下不能运营,否则后果自负。原车队有手续的车辆必须运营,以满足进景区游客需求。

李振武表示,如果有非法营运现象他们将坚决制止,不让景区给游客的生命安全带来不稳定因素。

非法营运该如何处罚?河南新动力律师事务所律师陈冠东说,依据《中华人民共和国道路运输条例》第64条,未取得道路运输经营许可,擅自从事道路运输经营的,由县级以上道路运输管理机构责令停止经营;有违法所得的,没收违法所得,处违法所得2倍以上10倍以下的罚款;没有违法所得或者违法所得不足2万元的,处3万元以上10万元以下的罚款。

有手续车辆 仍被禁止运营

然而,事情过去不足一周,有人投

诉,9月6日中秋节假日伊始,木札岭景区的非法车辆再次进行营运。

9月7日,尽管小雨霏霏,木札岭景区依然游人如织。记者在现场看到,不少游客手持车票,排队等待着从山上下来的观光车。经过景区工作人员检票,满载游客的观光车一趟接着一趟地驶向山顶。

在售票处,工作人员告知记者,每人100元,其中门票70元,车票30元。因为从景区门口到山顶距离较远,建议游客购买车票乘坐观光车上山,游客也可以选择徒步上山。多数游客采纳了该建议,另花30元购买了乘车票。

当天13时9分,一辆旅游观光车下山途中停下,一名景区工作人员上车要求没有买票的儿童腾出座位,由家长抱在怀中,随后又引领十余名乘客上车。司机随即向乘客解释称,还有几分钟就到山下了,大家挤一挤。

(下转第十二版)