

这是一个人人都能开网店的时代。正因网络不设门槛，在潍坊，依靠电子商务掘金的人已越来越多，网络商圈渐成规模。其中，有成功者，也有失败者。然而，无论是谁，都是电商大军中的一名探索者。在他们背后，有酸甜苦辣，有经验收获，也有对未来的期盼寄望。

“外来军”异军突起，“本土军”奋力突围

# 电商战火烧到潍坊

本报记者 韩杰杰

>>两次起航，见证风雨

43岁的张树山是电商大军中的一员。2002年，他开始筹建中国银通网，是潍坊最早一批电商创业者。

像大多创业者一样，张树山的创业历程并非一帆风顺。

1992年毕业后，他一头扎进了计算机行业。由于跟网络朝夕相处，他对网络商机的嗅觉比一般人来得敏感。

“网络是个聚宝盆。”2002年，域名注册迎来黄金发展期，花几十元注册一个域名转手后就能几百、上千倍的升值。他一个朋友从事域名代理，短短一年就赚了200多万。

“若是我来做，应该不止于此。”虽然错过了域名注册这一波“淘金潮”，但这足够坚定了他进入电子商务领域的决心。

他开始筹划网站的建设。甚至跑去世纪泰华、中百大厦、丰华超市，跟有关负责人谈网上业务开拓，出方案，打算将商家的商品进行整合，增加销售渠道，但最终未果。

几番辗转，他决定自己干。

借着高科技项目的东风，他得以入驻高新区孵化器。房租免费，政府还有其他政策扶持。就这样，盘旋于他脑中的网站画面终于成为现实——“中国银通”开通了，作为电子商务平台，致力于网络与软件的开发与服务。

“互联网是个砸钱的买卖。”尽管进入这行之前他就有所了解，但现实还是给他上了沉重的一课。

“不是产品放上，网站就能运行，需要有流量，有市民认可，然而每一步都需要钱。”他说，很多电商前期就是靠砸钱才拼出一条血路，就他所知，有一家电商一月垫付资金就超过一千万元。

运营到2008年，在投入近400万资金仍旧亏损、资金链难以为继的情况下，他无奈为网站按下暂停键。

痛定思痛，他开始寻找下一次爆发的时机。

他考察了多家团购网，觉得把握不大。在他看来，现在团购网站众多，竞争激烈，新来者若没有雄厚资金做后盾很难脱颖而出。

>>外来团购，异军突起

2010年，潍坊团购市场才刚刚起步，市民能见到的还是住房团购、建材团购。与日常生活更紧密的团购，除了淘宝网，微乎其少。

而如今潍坊大小团购网站已有30余家。不过，纵观这些网站，多数是总部设在外地的团购网站。潍坊仅是它们偌大商业版图上的一个站点。

相比于潍坊本土的网站，外地网站凭借雄厚的资金、先进的管理体系，更容易做得风生水起。

2011年2月28日，美团登陆潍坊。短短一年多，迅速在潍坊打开局面。如今商家收录量已有数百家，开团500多期。

在8月30日潍坊美团主页上，记者注意到，于8月10日开团的德克士36.8元的双人套餐已有1850余人购买，7月5日开团的品尚韩食39元单人自助餐有1200余人购买，团购量过五百的不在少数，可见团购红火程度。

其中，在500余个团购项目中，美食类团购约占一半。而在地域上，潍坊本地团购占绝对比例，主要集中在奎文、潍城，这两区共有团购项目353个，占潍坊本地团购的八成以上比例。

“美团一开始就定位于本地服务类团购，本地消费单比例超过90%。”美团北京总部相关负责人接受记者采访时说，也正是因为专注于本地服务电子商务，才能较快在一个新的地方打开局面。

该负责人介绍，团购尚属新鲜事物，潍坊上线时也碰到了一些难题。像商务拓展人员不懂团购，不知



他三次拜访“韩都衣舍”，感受互联网发展的迅猛。作为知名“淘品牌”，2008年成立的韩都衣舍，去年年销售额超过3亿元。

2010年，在电子商务发展得更为迅速和火热的时候，他遇到了几位同样看好电子商务发展前景的伙伴，筹集了一笔启动资金。这一次，张树山跟同伴有了更为前卫的想法。

2011年10月，在当地工商部门的支持下，中国银通（七十二家老店网）凭借新版块“鸢都商城”又一次回到市民视野中。该网新整合了潍坊各类小商品资源，在企业 and 消费者之间搭建了一个安全、便捷的平台。

张树山说，想要在众多购物网站中站稳脚跟，就要推陈出新。于是他们选择了一种全新的模式——实行“实体店+网店”经营模式。有实体店、工商执照的店家，才可以利用平台进行交易，实体店和工商执照，是商家“上网”的入门券。

“实体店接受包括工商、质检、税务等各部门的监管，以此为基础开设网店，顾客对于商家的信任度会大大提升。”他认为。

如今，经过近一年的发展，该网站已整合240家实体店资源，拥有1万多名会员，业务覆盖50多个城市。“照这种势头，年底网站开始盈利应该不成问题。”

道如何与商家沟通，而潍坊的商家对团购模式也不理解，难以接受，广大的消费者也是如此，不知道如何注册、购买团购产品。所以，前期潍坊团队就做了大量市场调研，包括套餐的成本、利润点等都做了大量的工作，去了解商家，促成合作。此外，扩大宣传，让消费者了解团购，消除顾虑。

在他看来，潍坊本地团购一直保持着非常高的增长速度，是个很有潜力的市场。就美团而言，有餐饮、生活服务、娱乐等多个团购项目，不过餐饮作为主力，能占到50%的份额。像“好缘来蛋挞”一期团购就卖出了5000多份。照这个势头，未来半年，美团潍坊站单月将会有1500万的销售额。

同样经营较为红火的团购网站还有拉手、窝窝、糯米网。

据团800近日发布的潍坊市场团购信息显示，潍坊团购市场上半年市场规模达到2632.7万元。据其近日统计数据，团800潍坊导航站共收录38个潍坊团购网站，其中访问异常或长期没有更新的网站达11家，而在行业前十名的网站中，美团网、窝窝团以及糯米网的月成交额在潍坊所有还在运营的团购网站中排前三名。此外，6月份，潍坊团购网站共开团1361期，团购产品总销量达到9.4万份，平均每人消费金额约41.6元，本地网站团购价平均每单折扣近4.3折。

若以此来推算，潍坊团购一年将有4000万元的市场。这个大蛋糕，对所有电商来说，不可谓不诱人。

>>网络冲击，本土突围

网络的快速发展，引得越来越多的人将创业目标定在了虚拟的网络上。

在今年举行的潍坊银行杯第四届全市青年创业大赛决赛中，前6强选手有3名的创业项目以网络为主体，如叁学苑数字化网校联盟建设工程，网络供销网项目等。

尽管没有确切的数据，但网站的飞速发展已不容忽视，由此带来的冲击也可见一斑。现实环境让实体商家不得不在网上开辟战场，进行突围。

小蜜蜂购物网是潍百集团开辟网上经营渠道的全新业态，旨在通过互联网这种新兴、便捷的平台为顾客提供商品和服务。该网站今年2月12日正式上线运营，是潍坊地区首个综合性B TO C(企业对客户)网上商城。

而推出该网上商城，考量之一就是网上商场逐渐被消费者所认同，而网络也确实在逐步蚕食实体店的部分市场份额。

尽管网络对所有商家来说都是块诱人的“蛋糕”，但涉水者仍是少数。电商竞争的激烈及实战经验的缺乏，都是潍坊商家需要考量的问题。

由于受到网络冲击，潍坊小商品城的一些代理商也将目光转到网络上。但由于不懂网络销售，部分业主不得不将日常经营业务交由懂电脑的大学生来做，这一定程度上也制约了电子商务的发展。

潍坊一商家曾依托实体店推出过购物网站，但最终因网络营销经验不足、配送不到位、消费者认可度不高等问题而“流产”。虽然网上业务未获成功，不过该商家直言，现在网上商场不是做不做的的问题，而是必须要重视的一块业务。未来有机会，还将重整旗鼓。

山东世纪泰华集团总裁李志亭也认为，网络冲击不容小觑。例如传统的书店，受网络冲击就非常。而对零售业来说，像洗发水等标准化的产品是最先能受到互联网冲击的，因为它们不需要怎么挑选和体验。而应对网络冲击，若不是加入其中，就是要多发展体验式、挑选性强的业态，这是网络的短板，也是商超业发展的空间。例如发展mall，零售业态仅占50%左右，其余的都是综合服务类的业态，吃喝玩乐购一条龙，网络取代不了。

对本土电商未来的发展，有业内人士提出，电商可将网购与同城交易结合起来，毕竟本土企业对潍坊消费者的消费习性更了解，更容易把握人们的消费心理，而作为潍坊的企业，当地监管更加到位，老百姓消费起来也放心。