



日前,在北京召开的2012年中国互联网产业年会上,原本名不见经传的同城消费网获得了“2012中国互联网十大创新服务奖”。作为一家总部设在烟台的新兴电商企业,同城消费网从全面上线到获得业界肯定只用了短短2年半时间。目前,同城消费网以烟台为根据地,将同城电商服务的概念已经辐射到了全国108个城市。谈到未来的发展,同城消费网的创始人兼CEO刘晓宁称,要将企业做成业界第二个“淘宝”。

打造烟台“淘宝”

上线两年,同城消费网已扎根108个城市

□本报记者 齐金钊
qlwbqjz@vip.163.com

放弃银行工作 一头扎进互联网

“我骨子里是个不安分的人,我想去做自己想做的事。”1月20日,刚从北京捧回“2012中国互联网十大创新服务奖”的刘晓宁还没来得及和员工分享获奖的喜悦,便又一头扎进了千头万绪的公司事务中。而与其共同上榜的则是百度联盟、腾讯广点通等业界的巨头。

“互联网成就了电商,成就了淘宝,成就了马云,也成就了我。”刘晓宁介绍,她从事互联网行业已经整整有10年时间,互联网的繁荣发展成就了她的今天。

时间的年轮拨回到2003年,刘晓宁在烟台当地一家银行工作,事业可谓蒸蒸日上。而此时的刘晓宁做出了一个大胆决定。放弃待遇优厚、工作稳定的职位,投身到互联网“浪潮”中去。

“我比身边很多人接触互联网都要早一些,当时也是看中了这个行业的前景,而且自己本身也不愿意就这样平淡地生活。”刘晓宁介绍,从银行辞职后,她来到了潍坊,通过自己的努力建立了一个网上聊天室,开始了自己的互联网生涯。

从2003年到2007年,初涉互联网的刘晓宁在创业道路上走得不疾不徐,经营的网站成为潍坊地区颇有名气的地方门户网站,日访问量达到了5万次,每年的营业额达到了200多万元,刘晓宁也从中积累了丰富的互联网创业经验和人脉。

参加“赢在中国” 15万人中脱颖而出

2007年,在互联网行业打拼

了4年多的刘晓宁迎来了自己事业的重要拐点。

随着互联网的普及,电子商务呈现出蓬勃发展的势头,一批以淘宝网为首的电子商务服务企业业务量迅猛增长。而这时,刘晓宁在经营网站中也敏感地发觉,借助网络平台进行交易的市民越来越多,网上同城消费商业模式的雏形,在她心中开始慢慢扎根。

“把一个城市的实体商业全部搬到网上来。”就在这一年,怀揣着这个看似简单实则宏大的梦想,刘晓宁参加了央视组织的全国商战真人秀节目“赢在中国”。回忆起当年参赛的情形,刘晓宁开玩笑地说:“当时在电视娱乐节目中,最火的是超女和快男等选秀节目,而对我们这些创业者来说,‘赢在中国’就是商界的一次选秀盛会。”

那一年的“赢在中国”共吸引了15万怀揣创业梦想的中国人,刘晓宁带着自己的规划项目报了名。“当时没想过要拿名次,就是想通过比赛来验证下自己的项目到底行不行,希望得到业界前辈的指点。”就这样,刘晓宁从海选到初选,一路过关斩将,并最终站到了“赢在中国”北京的演播室里。

“虽然止步于36强,但是一路走来坚定了我的信心,也逐渐完善了我的项目规划。”刘晓宁介绍,在“赢在中国”决赛的舞台上,她第一次与马云、史玉柱等业界翘楚有了面对面的交流,这些企业家给了她非常大的启发,也让她确立了把网上同城消费做起来的信心。

上线两年 扎根108个城市

结束“赢在中国”比赛后,2008年,刘晓宁和自己团队开始研发和搭建支撑这个项目的运营平台。凭借有限的自有资金,

刘晓宁和自己的团队一头埋进这个项目就是2年时间。2010年5月,名为“同城消费网”的电子商务平台上线,这次刘晓宁把公司总部设在了自己的家乡烟台。

“之所以回到烟台,是因为我对烟台的商业环境比较熟悉,而且在三线城市可以规避很多业界巨头的竞争。”对于自己商业模式的推广,刘晓宁笑称自己这是在“农村包围城市”,先把三线城市做好,再转向大城市。

2011年下半年,经过一年多的推广,同城消费网上已经拥有上万家烟台当地实体店,烟台线上线下两个交互的商圈俨然已经成型,这时,同城消费网果断开始了全国扩张的步伐。

“我们通过招商把烟台的实体店搬到网上来,为实体店搭建网上的展示平台和销售平台,这种商业模式的复制性很强,从烟台开始,我们开始面向全国招商。”刘晓宁介绍,从烟台开始,同城消费网在接下来的一年半时间里迅速扩张,截至现在已经在全国17个省份的108个城市开设分站。

把店铺搬到网上 覆盖20余万实体店

登录同城消费网,记者在首页看到了切换城市的按钮,点击此按钮就能切换到不同的城市。据刘晓宁介绍,目前,同城消费网为20余万家实体店提供网上电子商务服务。

在同城消费网烟台站,记者看到,网站入驻的店铺分为展示型和销售型两种商铺。“每一家同城消费网上的店铺都对应着你所在城市里真正存在的一家实体店,市民足不出户就能逛遍全城。”

在店铺类型上,记者看到网站细分了服装鞋帽、酒店美食、家居建材装修、票务旅行社等26个项目,几乎涵盖了烟台

市区涉及衣食住行各个领域的店铺。在展示型店铺中,市民可以查看这些店铺的经营范围及各种商品。而在销售型的店铺中,市民看中商品后可以直接下单,和在其他购物网站的操作一致。

除此之外,网站还专门设置了团购专区和秒杀专区,市民可以从中淘得比较优惠的商品。整个网站综合商讯信息、网上购物、团购等几乎所有热门的电商功能。

刘晓宁介绍,与现在盛行的网上购物和团购不同,同城消费网的经营模式致力于把每一座城市里的实体店都搬到网上,为这些商铺开通网上展示和经营平台,市民可以在网上完成在自己城市逛街到购物的整个过程。

加大销售店铺建设 把本地服务做极致

“未来,我们要做到行业的第二个‘淘宝’。”刘晓宁介绍,一直以来淘宝都是电子商务的标杆企业,而同城消费网未来的规划就是做成同城消费电子商务领域的“淘宝”,这条路注定不会太顺畅,但她充满了信心。

刘晓宁称,从2013年起,同城消费网将加大网上销售型店铺的建设,帮助同城的实体商铺在网上开通交易平台,把同城网上消费的形式进一步完善扩大。

“同城消费、同城配送,本地化的服务既减轻了成本又能保证服务的质量。”刘晓宁称,随着电子商务的发展,越来越多的电商把目光投向了本地服务这块“蛋糕”上,而同城消费网就是要将本地服务做到极致,通过线上和线下的商业互动,开拓一座城市商业发展的新渠道。

▲刘晓宁创办的同城消费网刚捧回了“2012中国互联网十大创新服务奖”。记者 齐金钊 摄

十大最不适合 打车的城市

1.金边

出租车司机热情主动得超乎想像,一旦看见客人,他们便蜂涌前来争做你的私人伴游。只要你稍微点了头,他们就算是“粘”上你了,走到哪跟到哪,怎么甩也甩不掉。

2.雅加达

这是东南亚另一个以交通拥挤闻名的城市。由于公路建设滞后,雅加达至今依然没有地铁,高架路也很稀少。在上下班高峰出门,塞车之苦在所难免。而且最新规定,行驶车辆必须在3人以上才准上路。

3.吉隆坡

据去年9月份法新社的报道,有23个国家的游客都认为吉隆坡的出租车在司机服务质量、专业水平及一些硬件指标上存在严重问题。

4.马尼拉

马尼拉计程车司机的普遍特点是不打表,随意收费。乘客的对策只有上车的时候明确要求司机打表,否则立即下车。

5.曼谷

曼谷糟糕的路况,以及每天从早堵到晚的恐怖场面让人坐在空调的士中都不禁冒汗。当地人倒是如此建议的:与其在路上堵车,不如试试走水路吧!

6.孟买

想想当你坐在出租车里,却看到司机正在和旁边的自行车、公共汽车、卡车、行人,以及偶尔跑到公路上的骆驼、大象拼命“较劲”时,“雷”人感立刻油然而生!

7.雅典

尽管雅典市区有大约14000辆黄色的士在街道中招摇穿行,但是站在街边想随手拦下一辆并非易事。这些抽着烟卷的计程车司机会不会把车停下来,完全取决于你的嗓门够不够大、把要去哪说得够不够清楚!

8.纽约

由于驾驶着这些黄色出租车的司机有80%都是海外移民,仅从这一点你就可以深刻体会到这个多种族社会的真实面貌。在本地乘出租绝对是状况百出,比如很多司机都不愿意到机场活儿,去肯尼迪国际机场付双倍车费也不必大惊小怪。

9.墨西哥城

本城满大街行驶的绿色甲壳虫汽车可能算是世界上最漂亮的计程车了,但这道亮丽的风景却因层出不穷的敲诈勒索事件而大打折扣。

10.莫斯科

大国俄罗斯似乎从来都不缺计程车。只要行人站在马路边上招手,不管是正规的黄色计程车,还是外表破破烂烂的黑车,甚至是普通私家车都会一股脑冲过来抢活儿。

如果既不懂俄语又没提前了解当地情况,最好别伸手,否则一旦有车停下来,面对热情的车主,很可能上去了就下不来。

来源:旅行家杂志