

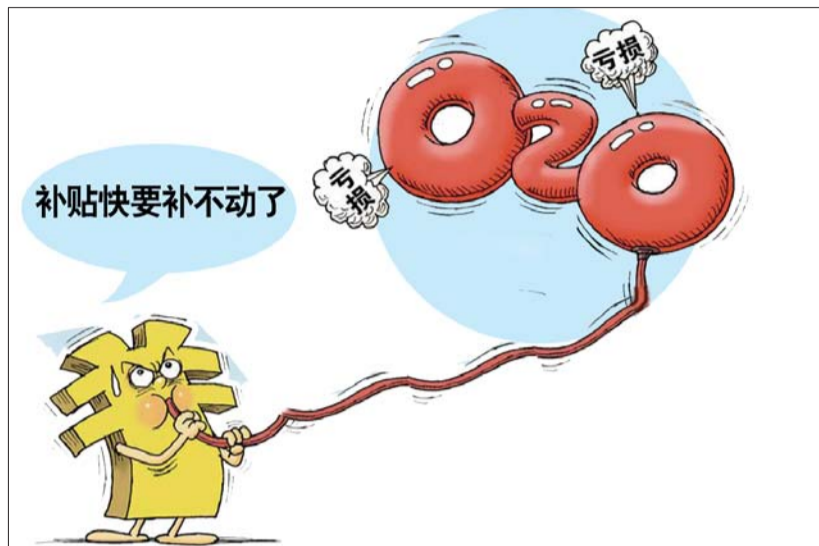
资本主导O2O市场,补贴大战巨头烧钱烧不起了

地方O2O企业的机会在哪里

2015年是O2O狂飙突进的一年,也是疯狂烧钱补贴的一年。这场资本补贴大战的结果是,O2O进入BAT三大巨头主导的市场,用户圈完补贴锐减。

本地O2O企业2016年又将怎么见招拆招?日前,在济南举行的一场创业经验分享会上,本地一些O2O企业创始人谈了他们各自的见解。

本报记者 李虎



关注创客齐鲁、齐鲁晚报企业家联盟
欢迎扫描二维码

● 指动生活周伯虎:烧钱后的新玩法,众筹、抱团、B端服务



虽然O2O巨头融资不断,但他们已经烧不起钱的趋势日趋明朗。特别是在团购、外卖领域的补贴骤减,向消费者转嫁成本已成为普遍现象。

说起去年那段补贴烧钱,与巨头抢用户的经历,本地生活服务APP指动生活创始人周伯虎说,当时员工说,老板,美团满10元补5元,我说咱们补6元。大概过了三四个月,烧了几百万进去,烧出了很多用户。每天注册用户疯长,服务器都爆了。现在,这些用户都“死掉”了。

“O2O本来是一个高价值的服务行业,这也是我当时做指动生活的初衷。”周伯虎说,平台之

间价格战的恶性竞争中,最终变成了O2O服务质量、时效没法保证,用户对平台产生不信任,当服务得不到保障时,对用户造成了伤害,接下来是对行业的伤害。

“能提供更好的用户体验,按理说O2O行业应该多收费的,在资本市场的介入下成了如今的局面。盲目的跟风,没有创新和差异化,过去美团做什么,指动生活就做什么,跟着发展,就是死路一条,这也是风险。”周伯虎说。

本地生活APP拿什么和美团、百度抢市场呢?周伯虎转向众筹寻找突破口。去年8月,指动

生活完成首轮众筹,1000万元转让20%股权,70名股东个人认购资金从5万元到100万元不等。

为了不让这轮融资变成有钱人的游戏,周伯虎把最小认购单位设为1万元。周伯虎说,指动生活已经烧了不少钱,实际上不缺钱,众筹更多是利用本地的资源筹人,筹资源,筹人脉和人气。指动生活此次吸纳的众筹股东一方面是餐饮业人士,又出资金又有行业经验;一类是社会上有一定影响力的人士。

同时,商户端提供O2O解决方案,指动生活在这方面已经有了布局,年内就会推出。周伯虎说,携程对C端的业务是提供酒

店;对B端,像百度、阿里、腾讯所有的旅行公司都是由携程提供解决方案。针对B端服务是未来一个方向,指动生活会推出了一些聚会解决方案,帮助企业餐饮管理,请客接待等各类服务。

“巨头之下还有机会的,指动生活的优势就在于立足本地,预计会在今年6月份前后有一些整合的动作。”周伯虎认为,本地O2O不应再走单纯追求订单量的老路,认识到本地化的需求,为用户提供有价值的服务,每服务一单就挣一单的钱,这才是本地化生活的机会。大家应该通过资源的整合、平台的整合,在一起发挥各家所长,抱团发展。

● 兴旺购王世文:O2O项目死了太多,它们违背了最基本的经济常识

“做互联网项目,没有一个平台支撑是不可能的。我坚信,未来一个城市会有一个平台的存在。”兴旺购创始人王世文说,这就是兴旺购在做的事。

王世文说,兴旺购这个项目烧了4000多万,到现在做了四个年头,没有很好的团队,没有很好的技术,O2O根本做不好,O2O也好,B2C也好,B2B也好,还有一些行业的,未来一定通过一个

具体业务来体现。兴旺购未来将帮助更多的本地企业搭建互联网的平台。

王世文说,兴旺购的定位就是一个区域,这个区域市场就是兴旺购的优势,BAT虽然很强大,但除了它们,兴旺购也能做区域平台,只要与众不同就可以。有人说,京东也在卖我卖的东西,但京东一定做不了我做的事,拿面粉来说,济南人认民天面粉,潍坊人认

风筝面粉,区域非常重要。兴旺购的定位是这个区域,区域竞争系统一定会更细致。

2012年,兴旺购一下买了30多辆物流车,兴旺购定位是线上线下,如果只有线上的话,一定是不成功的,因为没有线下支撑,没有用户体验,就一定没有线上。王世文说,选择线下,更多是为了最终实现用户体验的满足。王世文注意到,去年O2O项目死

了很多,包括比较火的上门洗车。这些项目不计成本本地做,违背了最基本的经济常识。像线下实体店洗一次车20元,上门洗车10元,为了获取更多客户,牺牲了很多成本,真正创业,做企业的话,成本是第一位的,互联网只是一个工具。所以一定要问,成本能不能降?是不是真的降低行业成本了?卖多少钱的货才能保证成本?



● 订果果王士庆:小众用户是O2O的种子用户,要把小众用户服务好

“本地O2O用户指的不是主流用户,指的是发烧友,那些极客,那些优先尝试新鲜的事物,新鲜的产品,新鲜的创业公司,给他带来前所未有服务的那个人。”通过这半年的思考与实践,订果果创始人王士庆认为,只有以这种小众用户至上,本地O2O项目才能够撬动下面的主流用户。

“敢于尝鲜的小众用户至上,把他们服务好,我感觉其他的用户会纷至沓来。”王士庆这两年做了很多的尝试,最初的时候,公众号烧钱砸来了11万粉丝,后来发现有一半的用户占了便宜就消失了。

王士庆说,本地O2O应将更多的资金和实力放在小众,真正

的粉丝上,这是互联网创业公司的一个方向。2016年要做的就是首先要找到这样的用户,提高用户体验,让用户爽了,O2O平台才能爽,才能留住人。如果用户爽了,成本没降低,效率没提高,这种O2O不是真正的O2O。

谈到O2O公司的组织结构,王士庆认为一定要扁平化,不能

是那种控制性的组织结构。市场发生了什么,这种控制性组织结构会靠一级一级传达,传达的是什么?不是信息,传达的是利益,每一个人都过滤一下那些对自己不利的信息,结果,副总报给总经理,总经理一听再做决策,基本上和市场脱节了,根本达不到O2O要求的降低成本、提高效率。

● 满易行范威:交通行业没法像餐饮业补贴这么高,怎么办

2015年是互联网+物流大爆发的一年,很多资本进入这个领域,投资的规模非常大。满易行则以高速通行费计算与预付卡支付为切入点杀入物流O2O红海,利器依然是补贴。

在满易行副总裁范威看来,物流是一个万亿级市场,货运领域最优质的资源是在高速公路上跑的

货运。线上是信息流,资金流在流动,线下是物流移动,作为物流运输毕竟要把东西从A点运到B点,所以非常适合做O2O。

最早在2011年时,满易行的母公司山东高速每年拿出2到3亿进行补贴,促使种子用户的发展。在高速公路消费的时候,政府规定打95折,信联卡能打93折,还代理1个

点的折扣,相当于优惠了3%。

“交通行业没法像餐饮业补贴这么高,种子用户通过移动端增值服务的体验,将会带动新用户增加。”满易行副总裁范威说,怎么从0到1,首先要有一个用户策略,第二把策略传达给种子用户,通过不断完善服务,让种子用户口碑传播,把用户数量

慢慢做起来。除了补贴和常规服务,满易行更多的还是支付、行驶路线、货源信息、车辆信息的共享,还有金融方面的增值服务。

满易行未来将通过与上游持有货源的企业进行签约,然后再为下游货车进行货物分配,充当无车承运人的角色。

