



Shanghai eCommerce Association

会员资料

注意保存

电子商务资讯

2008年 12月第 12期 总第 74期

上海市电子商务行业协会主办

目 录

【重 要 信 息】

- 迎世博 “电子商务进我家”巡展活动推动一流网上窗口服务建设 2
- 第七届“上海 IT青年十大新锐”颁奖典礼举行 3

【政 策 法 规】

- 市人大常委会通过《上海市促进电子商务发展规定》 4

【专 题 报 道】

- 电子商务助力中小企分羹 4万亿 5
- 中小企业需善用电子商务化解金融危机 6

【热 点 聚 集】

- 电子商务式直销新趋势 :从 B2C到 B4C的革命 7
- 网购者习惯先搜索 搜索广告价格升 20%..... 8
- 经济低迷成电子商务春天 9
- 美国网络零售支出创新记录 9

【会 员 简 介】

- 新会员介绍 ----上海达闻信息发展有限公司 10

【交 流 园 地】

- 大众点评网 CEO张涛 当选“上海 IT青年十大新锐” 10
- 上海市社会保障卡服务中心彭朝晖 获得“上海 IT青年十大新锐”提名奖 11
- 129T在线外卖的“微”利 12

【重要信息】

迎世博 “电子商务进我家” 巡展活动推动一流网上窗口服务建设

11月30日，由上海市经济和信息化委员会、共青团上海市委、上海市妇女联合会共同主办，上海市电子商务行业协会承办的2008上海“电子商务进我家”系列推广活动在杨浦区万达商业广场举行巡展活动，市经济信息化委、团市委、市妇联、市总工会、杨浦区人民政府、杨浦区商业联合会有关领导出席。这是上海“电子商务进我家”系列推广活动的第二站，也是本市电子商务服务行业迎世博倒计时500天的主题活动。

近年来，杨浦区政府对电子商务积极培育和大力扶持，通过完善信息基础设施建设、加快推进信息技术应用、加大对电子商务企业扶持力度、加强社区居民信息化应用培训，不断提高杨浦区电子商务的应用发展水平，并涌现了东方CJ、联华“OK数卡网”、正广和“一米生活”等一批有影响力的电子商务企业。

“电子商务进我家”杨浦区巡展活动延续了便捷市民生活的理念，以社区和大型商业广场为平台，组织了本市优秀的电子商务企业开展服务展示和电子商务应用体验，向广大市民普及推广与日常生活密切相关的电子商务应用成果和相关知识，激发市民的网络消费热情。在本次巡展活动中，东方CJ、我爱我家家庭装饰网、号码百事通、百姓网、百联E城、齐家网、上海药房网、篱笆网等25家电子商务企业展示了购物、旅游、家庭装修、医药保健、缴费、社区便民服务等诸多与市民日常生活息息相关的网上服务内容，其中又有一批电子商务企业积极响应迎世博电子商务诚信服务倡议，加入到创建一流网上窗口服务的行列中来。许多企业还在活动现场推出了有奖竞答、互动游戏等各具特色的市民体验活动，吸引了众多市民的踊跃参与，将展示活动不断推向高潮。另外，“上海电子商务法律服务团”还组织了8位律师志愿者在活动现场就网上购物相关的产品质量、付款安全、消费凭证、纠纷投诉等市民普遍关心的问题进行了耐心解答。上海第二工业大学计算机与信息学院电子商务专业的50名学生志愿者也忙碌在活动现场，将所学电子商务理论用于社会实践，成为网上窗口服务建设的新生力量。

据主办方介绍，为加快落实《上海市迎世博600天行动窗口行业行动纲要》，明年起将进一步扩大“电子商务进我家”活动的覆盖范围，启动迎世博网上窗口服务立功竞赛评选活动。

（协会秘书处提供）

第七届“上海 IT 青年十大新锐”颁奖典礼举行

近日，2008 上海 IT 青年人才峰会暨“中国移动全球通”第七届“上海 IT 青年十大新锐”颁奖典礼在浦东香格里拉大酒店隆重举行。副市长艾宝俊出席并为第七届“上海 IT 青年十大新锐”颁奖，同时宣布 2008 上海 IT 青年人才峰会开幕。

活动由团市委、市经济和信息化委员会和上海市青年联合会联合主办，以“IT 青年演绎创业城市”为主题，邀请多位 IT 界知名人士结合自身的创业实践，发表精彩演讲。80 后创业青年代表也积极投身其中，围绕 IT 青年创业的政策环境、实现路径等要素，与 IT 界的“前辈”们进行了一场关于 IT 青年创业的头脑风暴。

七年来，“上海 IT 青年十大新锐”评选活动已成为上海 IT 业界新动态、新人才的风向标，历年来当选的 IT 新锐及提名奖获得者，在信息化领域不断取得着新的成绩，引领着新兴产业和创新技术的深入发展，逐步由“新锐”成长为业界领头人。

本届“上海 IT 青年十大新锐”评选活动获奖者在业内的地位突出，领军人物形象鲜明。他们大多在所处领域取得突出成绩，例如有的获奖者所研发的技术产品处于世界先进水平；有的获奖者创办的网站在上海乃至国内公众中知名度较高，用户数量庞大；有的获奖者的贡献直接服务了相当数量的公众和机构，在社会上产生了积极而重要影响。更有越来越多投身上海信息化建设的外籍人士也参与进来。

除在自身事业方面取得骄人成绩之外，评选活动获奖者具有较强的社会责任感，热心公益事业。有的获奖者专门组织了公司志愿者队伍，为贫困学生以及外来务工人员子女提供帮助；有的获奖者连续奋战、克服种种技术困难，努力为本市公众提供更为优质的公共服务；有的获奖者在汶川地震发生后积极带领公司员工捐款捐物，并利用所属网站呼吁网友共同参与捐赠活动。他们不仅用自己业绩推动了上海信息化建设、激励广大青年奋发有为，而且形成了勇于创新、乐于奉献、积极回报社会的 IT 青年风尚。

与以往相比，本届评选活动宣传力度更大，社会影响更广。除了召开新闻发布会、开设专题网页、利用报刊杂志平面媒体宣传，通过电台电视、楼宇视频、地铁视频播放了评选活动宣传片，委托上海电视台纪实频道《数字地球》栏目对 20 名正式候选人的先进事迹进行了专题报道，向手机用户群发短信、开展短信投票活动外，还通过手机彩信的方式向广大公众群发了 69 万条候选人情况简介，引起社会广泛关注和好评。

本届评选活动评委人数达 62 人，为历届之最，包括相关政府部门负责人、经济和信息化相关行业协会负责人、信息化科教领域专家、知名 IT 青年家企业、新闻媒体代表以及一些投资机构负责人等。其中知名 IT 青年家企业以及投资机构负责人所占比例明显增加，使评选活动的广泛性和开放性更为鲜明。

由协会推荐的会员单位上海汉涛信息咨询有限公司（大众点评网）首席执行官张涛当选“上海 IT 青年十大新锐”，上海市社会保障卡服务中心彭朝晖 获得“上海 IT 青年十大新锐”提名奖。

（来源：市信息委网站）

【政策法规】

市人大常委会通过《上海市促进电子商务发展规定》

近日，市十三届人大常委会第七次会议表决通过《上海市促进电子商务发展规定》。《规定》将于 2009年 3月 1日起施行。

明确“电子商务”的定义

对于前几次常委会审议中讨论较多的电子商务定义问题，《规定》第三条明确规定：“本规定所调整的电子商务，是通过互联网进行销售商品、提供服务等的经营活动。”第三条第二款还规定了“电子商务企业”的范围：“本规定所称的从事电子商务的企业，包括在互联网上建立电子商务应用服务平台的企业，在电子商务平台内从事经营活动的企业、在互联网上建立网站销售商品或者提供服务的企业以及其他通过互联网从事经营活动的企业。”

电子化购货凭证或服务单据可作为处理消费纠纷投诉依据

《规定》明确，本市政府有关部门应当会同市消费者保护委员会，建立并完善与电子商务相关的消费者权益保护机制。

对于电子商务的企业向消费者出具购货凭证或者服务单据的内容，法规规定，征得消费者同意的，可以以电子化形式出具购货凭证或者服务单据。“电子化的购货凭证或者服务单据，可以作为消费者权益保护组织处理消费纠纷投诉的依据。”

电子商务企业经营信息应公开

《规定》第十四条对企业经营信息公开的内容作了明确规定，从事电子商务的企业应当根据国家有关规定取得相关证照，并在其经营网页上公开以下信息：营业执照、组织机构代码以及其他与经营资质相关的资料；互联网信息服务许可登记或者备案登记的电子验证标识；所经营产品依法应当取得的许可、认证证书以及产品名称、生产者等产品信息；经营地址、邮政编码、电话号码、电子信箱等联系信息。

《规定》还明确了有关行政责任。

（来源：上海人大网）

【专题报道】

电子商务助力中小企分羹 4万亿

大力发展现代服务业、促进中小企业大规模步入电子商务从而拉动内需，首次成为各级地方政府关注的新方向。

近日，阿里巴巴 B2B副总裁吴敏芝在接受本报记者专访时证实：包括浙江、广东、四川、天津在内的多个城市，已经启动了大规模电子商务工程，以推动本地中小企业全面步入电子商务。

地方政府支持

“政府提出的‘扩大内需、促进经济增长十项措施’给中小企业和电子商务的发展提供了土壤。”在吴敏芝看来，总额达到4万亿元的内需投资计划，将使以电子商务为特点的现代服务业成为各级地方政府关注的新方向。

有关专家在接受记者采访时也认为，电子商务在“拉动内需、促进就业与消费”方面的优势应该得到重视。作为现代流通方式，电子商务已广泛渗透到生产、流通、消费等各个领域，对改变传统经营管理模式、有效降低交易成本、提高经济运行效率、促进区域经济发展起着越来越重要的作用。

事实上，各级地方政府已经注意到线上B2B电子商务对国民经济增长的重要驱动作用。目前已有包括浙江、广东、四川、天津在内的多个城市，已经启动了大规模电子商务工程。

目前已有包括浙江、广东、四川、天津在内的多个城市，已经启动了大规模电子商务工程。今年7月，浙江省启动大规模电子商务计划——“万家企业电子商务推进工程”。今年10月，广东省大力推行“广东省中小企业电子商务启航工程”（简称“企航工程”）。

著名经济学家吴敬琏曾表示，电子商务在“拉动内需、促进就业与消费”方面的优势显著。

（来源：国际金融报）

中小企业需善用电子商务化解金融危机

国际金融海啸对中国经济的冲击有目共睹，依赖于海外市场的企业在这场危机首当其冲，特别是浙江、广东一带出口型中小企业，出口受阻，很少有能逃脱出当前国际贸易低迷的危局。如何能保本平缓过渡，甚至独辟蹊径向前发展是当前中小企业热议的话题。

国际市场相当严峻，而国内环境也不容乐观。能源原料和人力成本大幅上涨，迫使中小企业不得不重新考虑投入与产出比，传统靠人力堆砌织成的营销网络在成本压力下或将收缩。寻求新的营销工具，新的营销方法，依赖于新的营销理念——互联网 B2B 电子商务正受到中小企业的推重。

研究数据表明，在开展电子商务的中小企业中，59.48%的企业增加了客户，51.61%的企业实现了销售量增长，49.80%的企业扩展了销售区域，45.97%的企业实现了品牌提升，46.57%的企业降低了营销成本。显然，电子商务的应用给中小企业带来了明显的促进作用。

中小企业对 B2B 电子商务并不陌生，不过在选择 B2B 电子商务平台上，许多人费尽思量，一再比较，仍然难于弄懂各类型 B2B 平台是否适用于自己的业务。因而在 B2B 应用上，踌躇再三，延误时机。

企业应根据自己的实际情况做出 B2B 电子商务上规划。有的 B2B 平台着重外贸业务，那么内贸方面中小企业就应该绕开，避免做无谓的投入。有的 B2B 平台有名气，但价格昂贵，竞争太过激烈，品牌小、资金紧缺的中小企业也可能难有收获，反而可能陷入资金链断缺的恶性循环。

更多的中小企业需要价格相对中下，适合自己业务开展的 B2B 电子商务平台。专业 B2B 商贸搜索引擎，以“比百度更懂商机、比阿里更懂搜索”的产品定位，“B2B 搜索”模式，迎合中小企业网络搜索营销与企业 B2B 电子商铺的需求。在业界掀起一股垂直搜索热的同时，在中小企业网络应用领域，也以特色服务而赢得众多中小企业的青睐。

在当前的环境中，开源节流是所有企业应特别保持的品质。中小企业尤其如此，利用 B2B 电子商务低投入、高效率的特点，及时选对电子商务平台，才能化被动为主动，化危机为发展机遇。

（来源：亿邦动力）

【热点聚焦】

电子商务式直销新趋势 :从 B2C到 B4C的革命

随着近年来互联网的不断深入各行各业，中国网民人数也与日俱增，中国企业的电子商务应用水平也不断提高，于此同时，企业对电子商务平台提出了更高的要求，所谓 B2C 模式，即企业对消费者(直接客户)的模式，而提到 B2C 模式，很多人最先想到的是国外的亚马逊和国内的卓越、当当等。然而，无论是外国的亚马逊还是中国的卓越、当当，都有时因为为庞大的成本开支头疼不已。例如，库存成本问题，削弱 B2C 网站的获利能力，几乎是所有的 B2C 网站都在尽量控制库存成本。再有，赚取买卖差价的获利模式，也决定了 B2C 网站不可能在向用户提供购物建议时不偏不倚，而是会尽量推荐库房中积压的产品，这无疑会影响用户的体验以及对网站的信任度。另外，尽管 B2C 在越来越细分化，从种类繁多的大型超市化 B2C，到现在专注于某一领域的 B2C，但是竞争却没有因市场的细分而减弱，大量的 B2C 网站都提供同质化的商品，不惜成本地血拼价格，却往往忽略了服务。

因此，在库存、物流等成本问题随着 IT 技术和管理水平的发展逐渐下降的同时，竞争也逐渐从商品价格竞争转为服务质量的竞争。B2C 网站的服务是客户体验的一部分，也是大网络营销概念中“销售后”的环节。

对此，一个新的“B4C(Business-for-Consumer)”的概念应运而生，B4C 是 B2C 模式的升华，倡导在线服务的提升也是顺应电子商务式直销的一种新趋势。

首先，B4C 是以服务为宗旨，以满足客户需求、提高客户满意度为企业经营理念的。服务是网上消费所考虑的首要因素。这个服务包括了产品使用、产品购买、网络支付、技术支持、售后服务等。B4C 在网络平台的功能构建上，体现的正是这一点。无论哪个模块，都是从方便、快捷的服务角度进行流程优化设计。

另外，B4C 倡导为客户先想一步，给客户带来惊喜，就如“宜家 IKEA”的广告说：“我卖的不是灯，而是情调”。B4C 同样告诉消费者，我们销售的不是商品，而是服务。服务创造价值，服务带来回头客。

最后，随着全球经济的巨大变化，企业经营成本逐渐提高，电子商务已经成为不可阻挡的趋势，越来越多的企业开始应用并争取寻找更多的商机。如今，我们已经很难找

到还有哪个产品和市场领域没有在网上进行销售了。同质化的产品竞争孕育差异化的服务较量，能笑到最后的一定是服务最好的企业。

当今时代，企业越来越专注于只做自己的核心业务，其他不能创造直接利润或不是掌握核心的工作和业务都将外包出来。企业开展电子商务，寻找合适的平台开发商和服务外包商尤为重要，正如前面所说，现在的电子商务市场已经发展到拼实力、拼服务的阶段。正是在越来越激烈的竞争和严峻的形势下，电子商务平台开发和服务外包商提出了一揽子电子商务解决方案，帮助企业全面进入电子商务领域，结合企业自身实际情况构建符合 B4C 客户体验的 B2C 网上商店、B2C 网站系统，并为企业量身定制网络营销策略，这种专业化的一条龙服务可为企业所定制，企业可以自主选择需要的产品和服务。企业需要的是把精力集中在产品质量、品牌塑造、库存控制、售前售后服务的改良上，把烦恼丢给外包方，才能更好地为自己的客户多想一点，多服务一步。

(来源：中国 B2B 研究中心)

网购者习惯先搜索 搜索广告价格升 20%

据国外媒体报道，ChannelAdvisor 的研究报告指出，更多的网上消费者在购物前都喜欢进行搜索。

根据来自六千家购物网站的数据，付费搜索广告转换为客户的比例上升了 20%，按点击收费的价格也增长了类似幅度，从 40 美分提高到 49 美分。谷歌等搜索引擎在搜索结果页面推出了更多相关广告，导致了客户转换比例的提高。

ChannelAdvisor 首席执行官斯科特·温格表示，付费搜索今年带来的网上销售要比去年多 10%，直接去自己喜欢的购物网站的消费者人数减少了，消费者喜欢搜索，因为每次能找到多家商店。ChannelAdvisor 帮助零售商通过付费搜索、比较购物网站以及网上市场进行销售，今年的销售比往年高了 6% 到 8%。

搜索营销公司 SendTec 表示，谷歌周一 50 大搜索词中有 6 个和网络星期一有关，包括 Cyber Monday、Cyber Monday deals、CyberMonday.com、Cyber sales 等。购买这些搜索词最积极的是 eBay、沃尔玛网站、亚马逊。而且所有周一搜索广告的标题都与网络星期一有关，绝大多数宣传主题为价格的“难以置信”、“不可能更低”等，很多广告提到了对时间敏感的优惠，如一天的免费送货。

(来源：搜狐 IT)

经济低迷成电子商务春天

第三方数据统计分析服务提供商 CNZZ 通过对新增电子商务类站点系统供应商统计分析发现,电子商务类站点的总体用户覆盖已经从 9000 万户提升至 9800 万户。

CNZZ 执行总裁张志强女士表示,金融危机对全球经济的影响是巨大的,但对互联网行业而言,影响更多体现在投资层面,对网民而言,上网需求并未减弱。据 CNZZ 数据中心监测,中小站点由于运营成本低,而且也不单单依靠风险投资,危机对其影响很小,因此数量并未减少,相反电子商务类站点之所以会出现繁荣景象,主要是因为危机促使众多网民积极尝试性价比更优良的互联网电子商务来降低消费成本。

(来源:经济参考报)

美国网络零售支出创新记录

市场调研公司 comScore 周三表示,由于各大零售网站以低廉的折扣刺激消费者的购买欲,美国网络零售支出在 12 月 1 日增长 15% 至 8.46 亿美元,创下有史以来的单日常高水平记录。

据国外媒体报道,网络星期一是感恩节后的第一个工作日。一家开始在佛吉尼亚的研究公司 Reston 表示,预计今年的节日消费将与去年同期基本持平。

comScore 董事长吉恩·福戈尼 (Gian Fulgoni) 在一份声明中表示:“消费者对在线零售商提供的商品折扣作出了积极的回应。我们希望在线零售商在大幅降价之后仍能保持盈利。”

另外,尼尔森在线周二发布报告表示,12 月 1 日的零售网站访问量比平时增长了 10%,其中 eBay、亚马逊和沃尔玛网站的整体访问量最高。在访问量排名前十的零售网站中,西尔斯和百思买因其大幅降价而获得了最高收入。

comScore 称,去年 12 月份的网络星期一是在线零售支出的单日最高记录,总支出达 8.81 亿美元。

(来源:赛迪网)

【会员动态】

新会员介绍 ----上海达闻信息发展有限公司

嗨拼商城正式创建于 2007 年 7 月，是上海达闻信息发展有限公司建立的 B2C 电子商务直销平台，上海达闻信息发展有限公司由解放日报报业集团和新闻报社投资组建，主营项目包括互联网信息服务、电子商务、数据库营销和无线增值业务等。嗨拼商城秉承“爱生活，有眼光”的发展理念，旨在建立面向广大市民的综合性生活消费平台。

嗨拼商城成立以来，通过不断探索和尝试，逐步确立了以提供大众生活消费品为主的运营方向。目前，已经在隐形眼镜、食品饮料、数码电子、服装饰品等多个产品领域建立了自己的运营特色，形成了一定的竞争力。同时，商城还在积极开拓服装、化妆品、农产品等多个产品领域，最终目标是让消费者能在嗨拼购买到“高品质生活”所需的各类消费品。

作为一个电子商务运营网站，嗨拼商城开拓了多种媒体传播的另类模式。发展初期，嗨拼商城凭借自身资源优势，充分利用新闻晨报平面媒体进行品牌和产品的推广，通过新闻晨报的影响力逐步建立嗨拼的品牌知名度。同时，随着商城的逐步发展，网站、DM 等其他推广渠道也开始扮演更重要的角色。为市民购物带来更多便捷，不断提升服务品质，嗨拼商城除了网上和电话订购外，还建立了线下专业实体店和客户服务中心，不仅提供传统门店商品销售，同时也为消费者提供专业化的售前售后服务。

（由上海达闻信息提供）

【交流园地】

大众点评网 CEO张涛 当选“上海 IT青年十大新锐”

2008年 11月 18日第七届“上海 IT青年十大新锐”评选会在上海西郊宾馆隆重举行，经过紧张的演讲、评委提问及集中评分，最终揭晓结果。大众点评网首席执行官张涛等十人当选第七届“上海 IT青年十大新锐”。

本届“上海 IT青年十大新锐”评选活动获奖者在业内的地位突出，领军人物形象鲜明。张涛先生创办及运营的大众点评网是中国最大的城市生活消费指南网站。目前大众点评网首创的第三方点评模式吸引了 800多万网友的积极参与，由用户点评的包括餐饮、休闲、娱乐等生活服务商户已覆盖全国 300多个城市 40万家，且信息量和覆盖范

围在不断地快速增长和自主更新中。大众点评网及其精编出版的《餐馆指南》系列丛书已成为引领全国城市美食时尚的首选指南。

5年的发展，大众点评网加强多方合作，不断推出便捷用户的各种服务方式。依托庞大、翔实且即时更新的客观消费指南信息，大众点评网不仅吸引了如 Google 新浪网、新华网、千龙等网站，及光线传媒等电视媒体与其展开内容合作，还与中国移动、中国联通、中国电信、空中网、诺基亚、掌上通等合作，推出基于短信 (SMS)、WAP 等无线技术平台的信息服务，为中国近 5 亿手机用户提供随时、随地、随身的餐馆等商户资讯。

除在自身事业方面取得骄人成绩之外，张涛先生还热心公益事业，热心参与社会活动。在汶川地震发生后，张涛先生带领大众点评网员工发起了捐款捐物行动，并呼吁生活商户及网友共同参与捐赠活动，得到了大家的积极响应。与其它获奖者一样，张涛先生不仅用自己业绩推动了上海信息化建设、激励广大青年奋发有为，而且形成了勇于创新、乐于奉献、积极回报社会的 IT 青年风范。

据悉，本次获奖的候选人还包括上海暴雨信息科技有限公司董事长兼首席执行官朱威廉、EMC 公司全球副总裁范承工等 9 位 IT 行业新锐。七年来，“上海 IT 青年十大新锐”评选活动已成为上海 IT 业界新动态、新人才的风向标，历年来当选的 IT 新锐及提名奖获得者，在信息化领域不断取得着新的成绩，引领着新兴产业和创新技术的深入发展，逐步由“新锐”成长为业界领头人。
(由大众点评网提供)

上海市社会保障卡服务中心彭朝晖 获得“上海 IT 青年十大新锐”提名奖

彭朝晖，男，1970 年 6 月生，中共党员，本科，工程师，上海市社会保障和市民服务信息中心（上海市社会保障卡服务中心）总信息师。

作为本市围绕社会保障社会化管理和方便市民生活所进行的大型信息化项目——“社会保障和市民服务信息系统”的主要技术负责人，彭朝晖参与了信息系统的设计、建设、运行的整个过程。目前该系统具备 TB 级数据，与多个政府职能部门、19 个区（县）政务信息系统以及全市 300 个受理网点实现了互联互通。市民服务信息系统被评为“第四届上海国际工业博览会金奖”、“上海市科技进步一等奖”。他组织设计《特大型城市发布式人口信息维护方法》等二项成果获得国家知识产权技术专利，2004 年被授予“上海市信息化工作系统十佳青年”光荣称号，多次被评为“上海市信息化工作系统先进个人”。
(由上海市社会保障卡服务中心提供)

129T在线外卖的“微”利

随着网络的普及，都市生活的繁忙也让网络有了更多的用武之地，网上订餐、租车、送水等各式各样的服务不断推出，在线外卖网站就瞄准了白领这一有钱无闲一族。上海的外卖宝、129T 北京的豆丁网等众多在线外卖网站都看好了这一群体。

B2C 平台

跟必胜客、肯德基的网上订餐不同，在线外卖网站是一个面向商家和用户的电子商务平台。用户登录在线外卖网站，可以在线订购不同餐厅的美食、不同商家的服务。为了留住用户并扩大用户规模，这些外卖网站都采用注册积分值，如果用户注册订餐，不同额度的消费将享受不同积分，累计的积分还能换取一份小礼品。129T 市场部经理也对《互联网周刊》表示，该网站已有 8000 用户注册，目前正在开展线上、线下推广活动，希望用户数量得到增长。

放大“微”利

互联网的普及以及对人们生活的改变，让在线外卖的前景无限光明。互联网在中国十来年的发展，已经大大地改变了人们的生活。当网民数量从 62 万上升到 2.53 亿，不言而喻，网络越来越普及，也将会有更多的人成为鼠标一族。9 月 18 日，艾瑞咨询和淘宝网联合发布了《2008 上半年网购市场发展报告》，其中显示，2008 年上半年国内网购交易总额已经达到 531.5 亿元，逼近 2007 年全年的 561 亿元，网购人群数也达到 1.2 亿。当人们习惯了在网上购物，网上订餐时代也将不期而至，更何况，随着生活节奏的加快，在线外卖这一市场的潜力显而易见。

“我们非常看好在线外卖的前景，希望 129T 将来能促成日订购量超 40 万单，日促成订餐额超 800 万元。”上海 129T 网市场部经理黄卫锋对在线外卖网站的前景非常看好。黄敏敏也持同样观点：“其实在日本早就有相应的成功模式，而面对中国更紧张的城市发展空间和日益增大的人口基数，我们相信前景非常好。”

广告、提成或加盟费是在现在外卖网站的主要收入来源，随着用户与加盟商家的增多，这是一个看得见的“钱”景。除了订餐服务，送水等便利服务也在在线外卖网站的服务内容之中。按照长尾理论，微利是可以被汇聚成大财富的，但这个前提是必须要有大用户量作为基础，在线外卖模式的需求是显而易见的，也很容易沦为工具性网站，如何在模式本身具有的高黏着度的基础上再加快用户口碑传播的速度，快速地增加用户数是这类模式面临的一个挑战，在这方面，也许 SNS 社区是一个行之有效的方法。如外卖宝有蜘蛛社区，129T 新开辟了白领社区，这是网站对增加用户和商家的数量以及新的收入来源的探索，但是否能摸得着这个“钱”景还是未知数。（来源：搜狐 IT）

责任编辑：王玉，刘俊