

闷声发大财的垂直行业网站（上）PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/61/2021\\_2022\\_\\_E9\\_97\\_B7\\_E5\\_A3\\_B0\\_E5\\_8F\\_91\\_E5\\_c40\\_61661.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/61/2021_2022__E9_97_B7_E5_A3_B0_E5_8F_91_E5_c40_61661.htm) 任何一个拨打中国服装

网总经理廖斌手机的人都会听到如下的彩铃：“欢迎致电中国服装网，搭建商务平台，创造商业奇迹，您的满意就是我们的追求。”作为一个从小在服装厂内长大的孩子，如今的廖斌已经成功地将服装行业与互联网结合在一起，他创办的中国服装网正每天为5万多经销商提供供求信息，为10多万服装品牌提供品牌宣传策划。随着业务规模不断扩大，中国服装网在总部杭州之外还在上海和深圳设立了分公司。廖斌的大学老师没有想到，自己这个连大学毕业证都没拿到的学生选择了互联网这条荆棘之路，却取得了如此骄人的成绩。其实，像廖斌这样依靠行业电子商务网站成功的人还有不少。自从1998年前后首次出现行业垂直类网站之后，我国在2000到2001年迎来了行业垂直电子商务的投资高峰。到现在为止，全国大大小小共有1000多个行业类垂直网站。以至于有人会说：“那个时候只要想搞网站的人都想搞行业电子商务。”一方面，过度投资导致同行业内类似的网站不断涌现，良莠不齐，另一方面，“乱世出英雄”的古谚也再次得到印证一批极具行业特色的网站在这个时候脱颖而出。在这些成功者中，中国化工网的孙德良是众望所归的NO.1。一个页面设计毫无美感可言的网站抢占了行业内70%以上的交易份额，一个立足于行业的网站年盈利达到5000万，孙德良的中国化工网不但让同行业的网站经营者感叹生不逢时，也赢得了其他行业网站的尊敬，而这种成功绝不是偶然的。熟悉孙德良

的人都知道孙创办中国化工网的故事：还在做服装行业网站的孙德良去杭州一个服装博览会做市场调查，一场突如其来的大雨把参展商和观众都浇得无影无踪。无奈，孙德良突然想起有个老同学在附近化工公司工作，于是前去避雨。之后发现同学有整整一抽屉全国各地大小化工公司的名片。当时的孙德良眼前一亮，马上决定做化工行业的电子商务网站。对此，孙德良想得很清楚：“化工行业对电子商务的适应性有无可比拟的先天优势：一是产业链长，产品种类多，整个行业产品的关联性大。二是产品类别清晰，标准化程度高，容易描述，不需试用。三是产业比较成熟，企业可以保持合理的利润。四是化工交易往往集中于企业之间，中间的过程比较简单。”从盈利模式上看，中国化工网的模式是会员费广告费，这也是目前很多行业网站广泛采取的一种盈利模式。但从效果上来说，中国化工网的成功并不能照搬到其他行业网站。首先，并不是所有行业的产品价格都变化快。当某个行业的产品价格变化快时，行业内的资讯价值就会显得非常重要。因为资讯的即时性和准确性将对买进或者卖出者的决策起到至关重要的作用。基于此，一些行业网站建立了行业资讯分析小组，帮助行业内的企业对未来价格的走势做出科学的预测。对此，我的钢铁网的副总经理朱军红就非常自豪，他的旗下成立了一个由十几人组成的资讯业务研究部，其中的骨干都曾就职于麦肯锡，深谙行业研究。每年研究部所出具的行业研究报告都能给我的钢铁网带来近五千万的收入。而对一些产品价格变动不大的行业，显然就失去了这种依靠提供行业资讯盈利的机会。在广告费上，不同的行业特征也会决定网站在广告上的收益。中华粮网和中国化工网

两家企业就曾在一起讨论过网站广告方面的问题，结论是“化工产品中经常会出现新品，由此就会导致厂家积极地利用广告进行推广，这也就是中国化工网的一个banner广告1年就能要价十几万的原因。而像粮食这样的商品，本身种类和规格并无明显的变化，所以贸易商或是生产的企业也没有积极性去花钱推广。”从这些分析来看，行业的选择显然至关重要。将传统商业与互联网结合固然是大势所趋，但要想站在前人的肩膀上行事，就要首先看看所属的行业是否能够利用前人的经验，不然的话，就只能自己谋求出路。从调查的情况来看，目前国内行业垂直类网站总体可分为20多个大类。杭州是行业垂直电子商务最发达的地区。在国内比较重要的行业网站中，一半以上都分布在浙江杭州。另外还有一些分布在北京、上海、成都、大连等地。在这些成功的行业网站中，粗看上去大部分模式非常相似，仔细琢磨不难发现很多行业网站独有的特色：一些网站着手开发网站独有的即时通讯工具、在线下组织行业论坛以聚集人气、利用网站的结算中心实现网上支付，还有一些研发技术先进的网站已经开始为客户开发与互联网连接的ERP系统并大获成功，这些深层次服务无疑将在未来成为各网站在提供资讯之后新的盈利点。中华粮网总裁傅宏虽然十分“嫉妒”中国化工网的广告收入，但其实他手里也有一柄令人羡慕的利剑。作为一家身在河南郑州的网站，中华粮网远离了江浙浓重的商人气息，更接近\*\*的关怀。这家在2001年12月由中国郑州粮食批发市场、河南高科技创业投资股份有限公司、天津和山西粮食批发市场等9家企业共同发起成立的公司注册资金为2240万元，是中国化工网注册资金的200倍。而在2004年12月，经河南省人

民\*\*批准，中华粮网又进行了股份重组并由中国储备粮管理总公司控股。当时，下属于河南省国资委的郑州粮食批发市场将中华粮网的51%的股份送给了下属于国资委的中国储备粮管理总公司。这宗河南省第一例地方国有资产转移给国家的案例在当时引起了不小的轰动，由时任省长亲自拍板决定。这次资产的转移可谓意义非凡。早在此次中华粮网股改之前，中国储备粮管理总公司一直希望能建立一个自己的粮食交易平台却始终没有成功，而中华粮网作为一个第三方的B2B平台也在苦苦思索如何吸引更多的粮食贸易商、粮库以及粮食加工厂到互联网上寻找信息。而股改之后，中国储备粮管理总公司将中华粮网网上交易作为交易方式之一。由此，中华粮网不再简单地担任第三方的B2B平台，还开始为国家专控企业提供服务，提供一些B2C的服务。原来一些与中国储备粮管理总公司有交易关系的企业为了继续保持合作关系，也开始在中华粮网上参加招标。除此以外，即使不参加交易，一些小型粮食企业也会在中华粮网上转转，看看国家储备的物资目前价格如何。而中国储备粮管理总公司也可以在新的平台上发现新的贸易伙伴。每年，中国储备粮管理总公司的粮食流通量可以占到全国粮食流通量的20%~30%，由此，中华粮网的发展揭开了新的篇章。傅宏坦言，在粮食、棉花、糖等国家掌握资源的行业，如果完全依靠类似于中国化工网那样的商业化运作来吸引客户非常难，而如果可以借助国家的扶持，则不但可以为国家服务，也可以让第三方平台发挥更大的作用。因为这种模式直接导致的是股东都是国家或者地方下属的大型企业，且均以现金入股，资金上非常充裕。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

