

折扣网做媒体型电子商务不做B2B和B2C平台 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__E6_8A_98_E6_89_A3_E7_BD_91_E5_c40_61849.htm 日前，一种新型营销平台为众多企业和商家提供了一种崭新的业务发展模式。以“打造中国最权威消费资讯平台”为战略目标的折扣网(zhekou.com)搭建起了商家和消费者之间的桥梁，折扣网的产品形态包括“折扣信息”和“电子优惠券”两种。“折扣信息”从商家角度上来说，是为他们提供了一个发布促销信息的途径，从消费者的立场上来说，是为他们提供了一个省钱的方法。“电子优惠券”则对商家来说好处多多，共包括五个组成部分。具体来讲，分别是零成本、增加新客户、提高老客户的忠诚度、效果可见和方便快捷。折扣网CEO刘源先生表示，成熟的折扣网，将是一个以丰富的“折扣消费信息”为主线，附带众多“加盟商家和店铺”的生活消费资讯平台。折扣网的最终目的就是为用户省钱，让用户购买到便宜的产品，使用到便宜的服务，让定位深入人心，使折扣网能印上能省钱的烙印，从而使折扣网有一个独特而清晰的定位。折扣网立志成为中国最有影响力的权威消费资讯平台、以及权威购物行为导向媒体；成为一个消费者省钱的社区；买东西前，先到折扣网浏览商家最新的打折快报，闲暇时，泡在具有个人BLog、虚拟衣柜、SNS社交圈子概念的购物社区里。与其他同类型网站不同的是，折扣网专注于打折信息，而不是做BTOB和BTOC平台。商家或企业可以有以下三种合作方式可供选择：第一、自己通过折扣网来发布信息；第二、通过折扣网线下信息员发布信息；第三、成为折扣网会

员单位由网站提供发布折扣信息和电子优惠券等整合增值服务。电子优惠券市场前景更为广阔。因为这一新营销平台已经在美国被广泛应用，并成为商家促销最有效的营销工具。2004年，美国企业商家提供了价值3000亿美元的优惠券，2005年美国消费者使用优惠券节省了近30亿美元。2006年，网络已经成为美国消费者获取优惠券的重要渠道，并且以惊人的速度不断增长，电子优惠券的使用率更是高达17%，远远高于纸质优惠券的1%。对于拥有1.4亿网民和4亿多手机用户的中国市场，电子优惠券市场才刚刚起步。刘源表示，正在大力推广中的电子优惠券产品主要为两大产品线，一类是基于互联网的电子优惠券，一类是基于手机的电子优惠券，后者还能分为普通短信优惠券和彩信优惠券。这两个产品将成为商家会员促销的新平台。毋庸置疑，以“折扣信息”和“电子优惠券”两者相结合的产品形态决定了折扣网的未来发展有着广阔的市场前景。它的盈利模式非常清晰。折扣网的创始人刘源，是一个与中国互联网事业一起成长起来的创业者，拥有网络成功运营经验，是一个长期战斗在互联网第一线的人，深知用户的需求，也知道如何去满足苛刻的用户体验。他创办的以难寻、特色产品为主的梦想网，从诞生之日起，利用搜索引擎的有效广告和关键字的精准营销，就一直处于盈利状态，尽管梦想网访问量不大，但依托于百度、google的有效搜索，到现在为止，仍然在持续赢利。他还曾担任江民公司网络部经理和电子商务部经理。刘源信心十足地向记者阐述了其收入主要来源于以下五个方面：第一是广告业务；第二是为商家提供不同服务的会员费用；第三是相关增值服务，比如消费者通过手机来查询折扣信息公司就可

以获取增值业务收入；第四是即将推出的DM折扣信息杂志的广告销售收入；第五是在将来发展到一定阶段以后发行的折扣卡，按照他的解释就是一张卡走遍天下，服务范围涵概了人们吃、穿、住、行各个领域。而不是与e龙或携程卡一样，只能是给人们提供酒店预定等特定领域的、局限性很强的服务。折扣网的发展方向是做折扣信息的媒体和电子商务；不是BTOB、和BTOC的概念，而是目前比较流行的用卡类搞加盟店的生活消费产品类的商家。这家创建于2005年10月的网络公司是由中关村多家高科技企业联合投资的，zhekou.com坚持不懈地对其网站功能进行革新，始终保持着自己在折扣领域的领先地位。按照发展规划，折扣网被分为两个发展阶段，第一阶段是做专注于折扣信息的媒体；第二阶段是用卡类搞加盟店、收取用户消费佣金、收取商家的会员费。简明扼要地概括就是“做消费信息流的导向平台”、或者是“商家的促销平台和消费者省钱的社区”。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com