

2006年行业新闻个性商品网展开技术大战 PDF转换可能丢失
图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/63/2021_2022_2006_E5_B9_B4_E8_A1_8C_c40_63708.htm

一件普通的礼品，消费者可以亲自在网页上设计图案，再自己上传，几天后就会收到这件独一无二的个性礼品。这是国内首家个性化商品网上交易平台秀酷网的主营业务。但《每日经济新闻》昨日从该网站获悉，经过半年多的运作，该网站正面临被大量复制的竞争压力。秀酷网的客户服务中心设在上海，据其负责人王先生介绍，网站的市场定位包括企业和个人，哪怕客户只购买一件商品，该网站也可以制作销售。至于该网站目前的业绩状况，王先生表示，经过半年多的运营，现在已开始赢利，但不便透露具体数字。目前秀酷网已拥有几百种产品，由于受打印要求的限制，其产品也相对较为局限，主要以休闲服装、居家用品为主。王先生透露，网站还在努力开拓更多品种，其中最红的图片，如今已超过百万张，其中有网站专业设计师设计的，也有许多是客户自己设计后上传的。此外，除了购买，客户还可以免费在该网站上开店，公开出售自己的作品，完成交易后，店主会得到网站支付的设计费，网站则承担制作成本。“我们是全国首家，但如今却并不是惟一家。”王先生无奈地表示，秀酷网自今年2月份正式运营以来，在短短几个月内就引来了大量同类网站竞争，许多甚至是完全拷贝。“但是这些网站页面做得再漂亮，也无法弥补技术上的缺陷。”王先生说，经营这种业务，对网站的产品设计软件、制作产品的打印技术等，都要求很高。对于未来的发展，王先生表示先把中国市场做好，再努力打造成全球最大的

个性化商品网上交易平台。 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