

拍拍网将迎来满一周年纪念日 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__E6_8B_8D_E6_8B_8D_E7_BD_91_E5_c40_63763.htm

9月12日，拍拍网将迎来上线满一周年的纪念日。据拍拍网透露，目前拍拍的注册用户数已经超过2500万，在线商品数超过500万，成为拍拍周年庆生的“最好礼物”。而今月即将举办的第三届中国大学生电子商务竞赛，拍拍将取代易趣，成为唯一指定的C2C交易平台，进一步反映周岁拍拍业已羽翼渐丰。第三方报告显示，作为国内C2C市场的生力军，拍拍网在短短一年时间内成长迅猛。继原一拍网消亡后，目前C2C领域重新形成“魏蜀吴三分天下”的鼎立之势拍拍与淘宝、易趣成为国内影响力广泛的三大C2C交易平台。腾讯电子商务部总经理、拍拍网负责人湛炜标认为，C2C本质上是一种服务业。而服务密集型的电子商务特别适合中国人口众多、地区发展不平衡的国情。“中国有3000多万个体工商户，10%就是300万网络卖家，这是一个庞大的市场。”但在庞大的市场空间之下，各电子商务企业也面临着巨大的竞争压力。“沟通和社区”作为腾讯的核心竞争力，其优势当前亦正移植到拍拍平台上。湛炜标认为，腾讯提出的在线生活战略，从根本上把拍拍和其他电子商务平台的定位进行了区隔。拍拍对于C2C的定义有着自身“全新的理解”，即“沟通达成交易” (CommunicationToCommerce)。“基于腾讯QQ的庞大社区，拍拍就好比在闹市中开店”。而庞大的用户基数(Customer)、畅通的沟通手段(Communication)、多彩的社区服务(Community)和丰富的资讯内容(Content)，将成就拍拍异于

同业的4C优势。 湛炜标透露，目前拍拍业已完成边买边聊专利、抵押金安全拍卖、买卖信用分离等产品创新。“我们的竞争对手不是eBay易趣和淘宝，而是线下的卖场。拍拍将不断推动线上的体验，以期超越线下的交易”。同时，拍拍还在业内首次提出了“多元化在线商圈”的创新理念。根据不同用户的交易需求设置了不同层次的交易场所，一方面为满足不同人群的多样化交易需求，另一方面也有助于降低C2C电子商务的进入门槛。 湛炜标认为，C2C成功的关键因素之一是用户规模，拍拍网的QQ用户的规模竞争优势非常明显。目前基于腾讯QQ的庞大用户群和活跃互动的社区氛围，拍拍首创了关系链营销的模式。记者了解到，截至6月底，QQ注册账号已经达到5.49亿，活跃账户超过2.24亿。将QQ用户向拍拍用户有效转化，是拍拍取得新一轮迅猛发展的“首要任务”。 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