

清科：中国电子商务行业细分将成新宠 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E6_B8_85_E7_A7_91_EF_BC_9A_E4_c40_645895.htm 据清科集团统计

，2012年前两个月披露电商投资案例9起，投资金额1.02亿美元，远低于2011年投资水平。一时，“电商过冬”甚嚣尘上。21-22日，在由清科集团举办的第二届中国互联网投资大会暨电子商务投融资高峰论坛上，众多知名风险投资机构负责人却一致认为，2012年中国电子商务行业发展虽然将进入盘整，但依然处于快速发展期，未来前景一片光明。而电子商务外包服务提供商、“轻”仓储模式的电商企业、社交化电子商务企业及移动电子商务企业等模式的电商企业将会受到资本的青睐。电商仍春意盎然 艾瑞咨询最新统计数据显示，2011年中国电子商务市场整体交易规模达到7万亿元，同比增长46.4%。预计未来3-5年，中国电子商务市场仍将维持稳定的增长态势，平均增速超过35%，2015年达到26.5万亿元。今日资本总裁徐新表示，当前是资本的冬天、不是互联网的冬天。她十分看好电子商务行业的未来发展潜力，认为80后群体成为“重度互联网用户”的事实为电子商务的更好发展提供了便利条件。“我们感觉电商迅速成长的好日子还很长，一点没有冬天的感觉，”徐新表示。英特尔投资中国区总监卜君全表示，当人像一窝蜂似的都退场的时候，机会可能就产生了，因此当前资本从电商行业的退潮并未降低资本对这一行业的关注度。“如果一个很好的电商存在，它能够用自己的商业模式跻身领先地位，当它需要钱的时候，我为什么不投呢？”君联资本董事总经理刘二海则表示，电商发展势

不可挡。面对八千亿网购基本设施基本完善，用户人群集聚增加习惯形成网络品牌也是逐渐成熟，电子商务是必选项而不是可选项。天涯社区董事长邢明表示，中国互联网的创业和投资在未来还有近20年的好光景，他十分看好电子商务行业，并透露，天涯将大力布局全国的旅游电子商务，并推出天涯客的旅游平台。虽然电商行业发展强劲，但当前却是面临资本的冬天。徐新建议创业者能够接受目前资本冬天的现实，尽量融资，要守住现金流，以保证在融不到钱的前提下能够存活18个月。清科集团创始人倪正东称，目前电子商务远远没有到收获期，电子商务领域的融资资金很大一部分花在广告投放上，目前电子商务企业应该更加小心的管理手上的资金。他同时也表示，2014年才是电商的收获期。垂直电商要精耕目前电商市场格局已经基本确定，天猫、京东、苏宁易购、当当、库巴等为综合电商，凡客、梦芭莎、麦包包、红孩子等为垂直电商，拉手、美团、F团、糯米等团购电商，基本上每个电商企业都找到在行业当中所处的地位。而要在腥风血雨的电商市场立足就一定要有清晰准确的市场定位。清科创投董事总经理屈卫东表示，目前几个平台类电商都是从垂直类电商演变而来，如以书籍起家的当当和3C起家的京东。但长期来看，垂直类电商网站和平台类电商网站各有优势。信中利合伙人刘朝晨介绍，信中利在垂直领域主要看两点，第一、关注有技术壁垒和时间壁垒的公司；第二、看重传统领域进入到无线互联和互联网领域来做垂直，即O2O模式。移动电子商务的发展，为垂直电商带来新的发展空间。据艾瑞咨询统计数据显示，2011年中国移动互联网市场规模达393.1亿元，同比增长97.5%，而分析认为，移动电子商

务的飞速发展正是中国移动互联网市场快速增长的主要推动力。去年，移动电商在移动互联网市场中的占比已接近三成，预计在今年末可以达到57%以上。金沙江投资副总裁杨志伟认为有三类创业公司可能存在机会。第一类做商品销售，第二类销售轻量级服务，第三类主要销售数据。亿玛在线科技总裁柯细兴表示，目前平台类电商占整个电商领域60%的份额，而垂直类电子商务只占百分之十几的份额，而且还在下降。此外，传统行业开始蚕食电商蛋糕，在过去三年内的交易额分别是1%、4%和12%，数据趋势不容小视。“垂直电商是红海，机会不多，前有平台类‘拦路虎’，后有传统电商追兵，垂直电商未来堪忧。”柯细兴称。谈及垂直类电子商务谁能成为赢家，柯细兴称，第一、做垂直类平台里的前三名；第二、更加精细化，营销效率、用户体验等都更加优化，做到“小美”。对于垂直类电商品牌是否应入驻当当、京东等平台，柯细兴建言，“垂直类电商虽然很难，但仍要做垂直类电商，而不是做成平台的一个商家。”他说。业内人士表示，没有强大后盾团的垂直B2C企业千万不要参与到这场顶级电商的明争暗斗之中，守护自己手中的一亩三分地是度过电商寒冬最佳的选择。虽然各大综合电商的扩张会影响垂直电商的市场份额，但是垂直电商卖得更多的是品牌而非各种产品，保持住良好的品牌形象就会有一部分固定的消费群体。如果不想争夺电商巨头的位置，做好垂直品牌已经够企业发展了。电商服务投资价值凸显 2010年以来，电子商务市场爆发式增长过程中，电子商务外包服务行业也得以快速发展。尤其是在传统企业“触网”的过程中，对专业化的IT外包、运营外包的需求急剧增长。此外，针对网购市场

对物流提出的更高要求，一些专注于电子商务客户的物流服务商也开始出现，以满足中小型电商需求。根据ChinaVenture投中集团统计，2011年至今披露电商服务行业(含IT外包、运营外包及电商物流)投资案例10起以上，如电子商务外包服务商熙浪于2011年相继获得两轮融资，易积网络、E店宝于2011年获得第二轮融资，而商派至今已完成三轮融资。最新的一起案例是移动电商外包商耶客网络，2012年2月份完成B轮融资，投资者包括IDG资本及雷军成立的顺为基金。从电子商务市场的宏观环境来看，传统企业“触网”越来越多，而电子商务需要技术搭建、日常维护、运营管理、仓储物流等多个环节，传统企业亲力亲为或面临诸多风险此前，美邦旗下电子商务网站“邦购”的失败即前车之鉴。因此，交由专业的第三方服务则是性价比较高而风险较低的选择。业内人士表示，由于电商服务业门槛较低，市场处于完全竞争状态，缺乏具有核心竞争力的优秀项目。不过，由于该领域还未存在巨头垄断，在未来洗牌过程中，该行业竞争格局仍有多种可能如果投资者能够尽早布局、挖掘到具有优秀基因的初创企业，那么未来的投资回报也将十分可观。在电子商务市场激烈竞争压力下，电商企业面临提高收入与降低成本两方面的压力，随着获取新用户成本持续高企，流量入口作为电商产业链前端，投资价值不断凸显，正逐渐成为业界关注焦点。根据ChinaVenture投中集团统计，2011年共有超过10家电商入口类网站获得私募融资，细分业务领域涵盖购物分享社区、购物搜索、比价导购、返利等，其中，社交化电子商务成为近期热点，美丽说于2011年年底完成第三轮融资，蘑菇街则于今年1月份完成第二轮融资。ChinaVenture

投中集团分析师冯坡认为，社交化电子商务受宠的原因不仅是电商流量入口在整个电商产业链中的重要地位，更重要的是电子商务与社交网络、网络营销结合后所具有的巨大想象空间。广告客户对精准营销的需求、移动应用技术带来的创新空间，都增加了社交化电商对投资者的吸引力。添加电子商务师考试应用： 资讯订阅，提供最新考试信息 章节习题 海量套题全免费体验！！ 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