

手机优惠券 行业混战盈利低 未来发展靠实力

手机优惠券 商家的新选择

上世纪末互联网的兴盛,使得下载各类优惠券一时成为潮流。商家们渐渐开始习惯了将优惠券或通过自家的门户网站,或授予第三方生活信息类网站进行发布,用户则通过浏览互联网,立刻就能通过这两种方式获得该优惠券,并在线下消费时展示进行使用。然而,美中不足的是用户们不可能随时随地坐在办公室或者家里浏览优惠券,也不能在外出消费时抱着一台能上网的电脑下载完优惠券后再去消费。于是,终端机优惠券应运而生。

终端机优惠券的诞生更多的是参考了地铁贩卖机的概念,通过在地铁进出口或商场内摆放的终端机,以 NFC 感应卡的形式打印优惠券。时常可以看到白领、学生一族,在用餐时间排队打印优惠券的“盛况”,于是问题也接踵而至。首先,终端机的人驻与维护需要大量的成本,这些成本必定会被分摊到商家头上;其次,排队打印优惠券的时间成本也会被摊在用户身上,大大减少了用户满意度,久而久之,商家的利益也会间接受到影响。

而作为人人都有的随身移动设备,手机是覆盖面最广的传播媒介,而智能手机的愈发普及使得更多用户能够随心所欲使用手机优惠券。据了解,在过去的短短半年间,以优惠券为主业的创业公司多达数十家。同时,大公司的身影也常常闪现其中,百度、腾讯、网易、大众点评等公司均通过不同的方式在自家产品中植入优惠券业务。

业内人士表示,之所以手机优惠券能很快被消费者接受,是因为手机优惠券从一定程度上结合了之前 PC 优惠券、终端机优惠券的优势,同时获取优惠券的途径也相对便捷,用户只需在手机上展示即可使用,省去了打印下载等繁琐步骤。再者,手机 LBS 功能可以随时随地定位用户所在位置,并搜索附近的优惠券信息,增加商户被搜索到的概率,也让其获得了众多商家的青睐。

市场压力大 混战洗牌人人自危

如果要找到一个细分行业,比团购门槛更低、竞争更激烈、盈利能力更弱,那么一定非手机优惠券莫属。

作为国内较早进入优惠券市场的公司之一,布丁移动 CEO 徐磊表示,“电子优惠券行业发展势头虽猛,但全行业的收入都非常低,太多公司都在进入优惠券行业,竞争非常激烈。”如何在商家面临渠道众多,但模式几乎完全一样的手机优惠券领域中拔得头筹是每个优惠券公司迫切需要考虑的问题。徐磊说:

随着移动互联网的不断发展和智能手机的普及,手机优惠券逐渐取代了电子优惠券和纸张优惠券,成为了商家们的新选择。然而,这种在优惠券、电子优惠券的基础上以手机终端为载体,以现代移动通信技术及移动互联网技术为依托,通过现代技术手段整合而成的手机优惠券模式真的是一门好生意吗?

“渠道泛滥再加上没有精准有效的计费方式是优惠券最大的劣势所在。如果不能满足一份价钱得到一份回报,那么没有商家愿意打这个亏本的仗。”

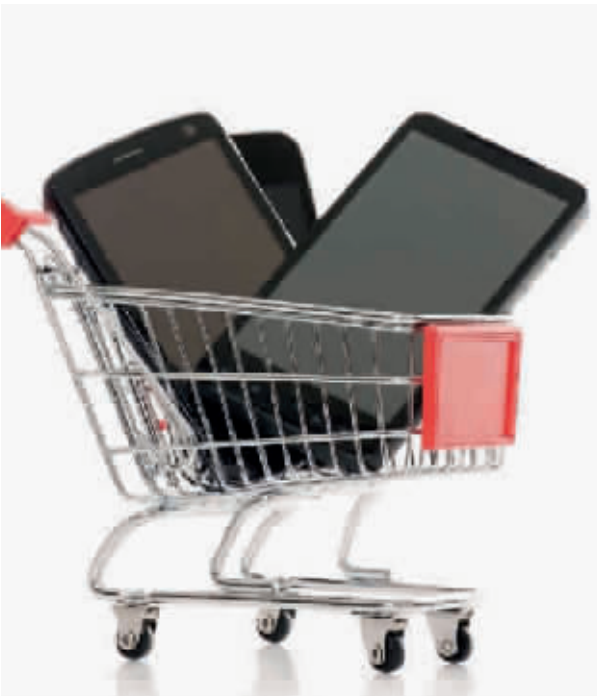
最淘网创始人陈华也认为优惠券不是一个好的方向。“优惠的力度不够,价格上还不如团购给力,而且关键是当用户需要优惠的时候找不到优惠。”他表示,打折的商品都是大家不想买,或者卖不动的,真正好的商品是不会打折的。

不过,同为国内第一批进入优惠券行业的创业者,丁丁网创始人徐龙江却对手机优惠券的发展前景表示乐观。他认为用户对优惠券的需求是普遍存在的,之前优惠券模式很难做大是因为使用的便利性没有得到解决,现在有了智能手机,使用足够方便,用户的基数可以做到非常大,“优惠券满足了老百姓占便宜的需求,同时也满足了商户用来吸引消费者的需求。”

多渠道发展 打通商家是关键

纵观优惠券的发展模式,目前手机优惠券这个行业最大的瓶颈就是仍然没有形成一个有效的闭环,没有有效地打通商家渠道,解决优惠券的验证计费问题。因此,手机优惠券行业的未来发展道路势必会进入到行业洗牌阶段。

为争取在新一轮的洗牌中,占据有利地



位,眼光长远的公司早就开始在移动业务上磨拳擦掌。

同样是做优惠券起家,布丁移动的做法是向电子凭证领域延伸。布丁 CEO 徐磊表示,电子凭证与线下商家的营销手段的结合点是非常丰富的,市场巨大。过去十年电子凭证行业一个非常成功的案例就是电子机票。因此,O2O(Online to Offline)的模式将是布丁移动接下来的发展思路。这是以精准营销思想为指导,打通线上品牌传播和线下渠道销售核心环节,为户内、移动中和消费发生地的用户提供精明消费指引和实惠,为企业提供高效率、低成本의 按效果付费精准营销解决方案,以社交化、本地化、移动化方式满足都市人本地生活服务需要。

另一家优惠券提供商盛大切客优惠的路径是与支付方案结合。盛大切客 CEO 宋铮表示,提供专用终端设备的方法还不够好,更好的解决方案是对通用设备做改造,这样能降低商家切换设备的成本。

而国外人气颇旺的优惠券站点 Retail-MeNot 则在日前推出了它的第一个 iOS 本机应用,用户可以用这个应用来发现网店和实体店店铺的优惠券。RetailMeNot 曾在今年早些时候宣布,它将让用户把自己的信用卡信息和优惠券集成起来,选用了集成功能的用户不必再脱机使用优惠券,他们只需在网上选择优惠券,不用打印任何东西,也不用展示自己的虚拟优惠券,就可以在实体店使用优惠券,优惠金额会在结账的时候自动扣除。 莹悦



新闻速递

“神奇的阿力”空降上海滩

日前,联通沃商店携手芬兰著名游戏公司 Rovio 在陆家嘴举行了新游戏“神奇的阿力”(Amazing Alex)全球同步首发仪式。Rovio 曾经出品风靡全球的游戏力作——“愤怒的小鸟”,这款“神奇的阿力”就是 Rovio 隆重推出的全新之作。据介绍,目前中国联通沃商店已经得到了国内外众多知名游戏公司的大力支持,正在着力打造规模化、有影响力的移动互联网平台。Rovio 表示,希望借助中国联通在网络、终端、渠道商的优势把游戏中心做大、做强。据了解,“神奇的阿力”下载将在联通沃商店内正式开放,游戏玩家可以在第一时间体验到这款“愤怒的小鸟”接力之作。

腾讯微空间升级 构建企业微博营销生态圈

近日,腾讯微博企业级营销产品——微空间全新改版升级,凭借“由简至捷”的战略变革思路,新版在建站功能性、营销工具和社会化广告体系等方面做了重大改进,以期为企业构建全方位的个性化营销平台。

新版微空间在布局方面,由原来的三栏变成两栏,左侧凸显内容资讯,呈现简洁化、资讯化、应用化、社交化等特点,使企业营销主题能够更为清晰、聚合;在后台功能方面,操作更简单,增强建站功能的易用性及扩展性,同时提供强大实时数据分析系统;另外推出多种行业及功能应用,提供社会化广告投放及监测体系,不断优化企业微营销,为企业提提供精准个性的社会化营销服务。

闪迪发布 USB 闪存盘系列新产品

SanDisk 闪迪公司日前发布了其阵容豪华的极速、超薄、大容量的全新 USB 闪存盘系列产品,包括闪迪至尊极速 USB3.0 闪存盘、闪迪酷悠、酷钻、酷型 USB 闪存盘。该系列产品提供的存储容量足以让消费者不论去往何处,都可以随身携带容量相当于数个图书馆容量的电子文件,并可快速、不受限制地进行文件传输,帮助消费者在使用过程中,彰显自身的时尚品味和风格。SanDisk 闪迪公司中国区总经理黄智华先生表示:“无论消费者所追求的是极致的传输速度,还是超大的存储容量,或是风格品味的彰显,闪迪都可以提供与其需求匹配的一款 USB 闪存盘”。

联想启动家庭云中心 暑期促销活动

日前,联想启动了其今年暑假的最强音:即日起至 8 月 31 日,凡购买包括 A720 及 B540 & B545 在内的联想家庭云中心全系任意产品,加 999 元便可获得价值 1399 元的联想乐 PadA1 16G 一台。联想 A720 首次实现了在 27 英寸超大屏幕上支持十点触控技术,只需指尖轻触屏幕,便可操控程序界面。联想家庭云中心终结者 B 系列最新力作 B540 & B545 配备新一代不闪式 FPR 3D 显示技术,配备独立 TV 解码芯片和色彩引擎,让一体台式机随时随地变身高清电视。

据了解,家庭云中心全系产品集创新应用中心、互联互通中心、运算存储中心于一身,兼容并蓄 Phone/Pad/TV 及各种 Android 系统智能终端,在家庭网络覆盖范围内,实现随时随地内容无线共享。



智能新品

尼康推出800mm超远摄定焦镜头

日前,尼康正式宣布为尼克尔镜头产品线新增一款 800mm 超远摄定焦镜头。该镜头的固定焦距为 800mm,最大光圈 f/5.6,兼容尼康 FX 格式相机。该镜头是为增强尼克尔超远摄镜头产品线而研发。在目前所有尼克尔自动对焦镜头中,该镜头拥有最长的焦距,适合拍摄体育赛事、野生动物等各种户外场景的决定性瞬间。除了具备卓越的光学性能之外,该镜头还有出色的防水溅和防尘性能。



尼康于 2012 年发布了 3 款新型 FX 格式数码单反相机——全新旗舰机型数码单反相机 D4,以及具有极高高分辨率和画质的 D800、D800E。尼康除了加强 FX 格式数码单反相机的产品线之外,也始终致力于扩大尼克尔镜头的产品线。

曼富图推出全新SYMPLA系列

SYMPLA 所具备的灵活遮光斗特别为可换镜头的摄影器材而设计。遮光斗可于圆管上前后移动调校距离,垂直上下移动幅度足以适合大部分镜头使用。以风琴式设计的灵活遮光斗可以在瞬间以全开或半开的方式打开使用,同时可针对不同角度遮挡光线或覆盖玻璃平面进行拍摄,确保影像画质。整个系统的配备专为肩托式拍摄而设,配合多角度手柄,双手可灵活操控。

另外,可调式底座为 SYMPLA 系统中的连接圆管可承架连接其他组件使用。备有三向微



调功能,可根据不同类型的摄影器材精准配合使用。特别设计的调校旋钮在不需使用其他额外配件下都能随时快速进行微调或调校圆管位置,并可与曼富图其他使用同类快装板的云台共享。