

淘宝网落地开店了?

本报记者亲赴上海淘宝城,发现这只是商家的一个噱头



(上接 C1 版)

位于二楼电梯口的 2F—31 号商铺专门经营“外贸服装”,比如“D&G”、“PUMA”、“MISSSIXTY”等等,衣服价格在百元以上。许多老外非常钟爱这家店,来了都是满载而归。商铺老板姜先生说:“我们的衣服和以前襄阳路上的一样,都是外贸的,价格比襄阳路还便宜。”淘宝城三楼,原本襄阳路上最吸引老外的仿名牌箱包,在这里很容易找到踪影。不难看出,淘宝城似乎成就了襄阳路的今生,而假名牌也自然重新找到了落脚之地。

那么,对于这些卖假名牌的店家,淘宝城又是如何监管的呢?记者在三楼淘宝城办公室找到了答案。“我们这里有 51 个原襄阳路上的商铺,每个必须做好登记。每天我们有工作人员对卖家进行检查监督,发现有仿冒的假名牌,都要上缴。”工作人员告诉记者,公司要求每个商户都签订了由上海工商管理局监管的《禁止销售未经商标权利人授权的品牌》协议。接着,工作人员给记者出示了这份协议。协议限制了四十种世界知名品牌的假冒,比如卡地亚、香奈儿、普拉达、爱马仕等等。一份协议,看似解决了问题,但记者发现,在这四十种品牌之外的假冒名牌还是在商城里大行其道,比如内衣店铺里标着“CK”牌子的三四十元的内衣。



没有形成规模效应,淘宝会员实体店生意难做

在出发去上海前,记者曾在论坛上与一位在淘宝城开店的淘宝会员“我的宝贝仓库”聊过。“我的宝贝仓库”开网店才三个月,专卖植村秀的化妆品,价位在两三百至上千元,网店平均每个月的利润在三四千元不等。

尽管“我的宝贝仓库”的卖家信用达到了五星,但还是有很多网上买家对商品的质量不放心。“我的宝贝仓库”说:“这也怪不得他们,确实有很多人网购时被骗过。”为了证明自己的商品是货真价实的,“我的宝贝仓库”一直想开个实体店。6月初,“我的宝贝仓库”抢先租下了二楼的一间商铺。

在商城二楼的一个拐角处,记者找到了正在编号为 2—22A 的商铺里做生意的“我的宝贝仓库”。他的商铺大概十平方米左右,专卖植村秀的化妆品,价格要比网上贵一些,网上打 8 折,实体店打 9 折。“开实体店有很多额外

的开支,成本提高了,提价是必然的。”“我的宝贝仓库”说。

这样一间十平方米左右的实体店,成本要多少呢?“我的宝贝仓库”给记者算了一笔账。十平方米的实体店建筑面积达到二十平方米,月租金 3000 元,物业费用 200 元,税收 600 元,再加上简单装修和电费开支,每个月开销在 5000 元左右。“我的宝贝仓库”说:“我和朋友三个人合租,3 个月的租金一共是 15000 元,每个人分摊 5000 元。这两星期的利润不稳定,少的时候一天只有几十元,多的时候上百元左右。按照目前的情况,要续租还有点困难。”

除了资金压力之外,很多淘宝会员由于销售的品种过于单一,开实体店就显得相对单薄。很多淘宝会员和“我的宝贝仓库”一样,正在考虑和其他淘宝会员优势互补,丰富实体店的内容。不过,“我的宝贝仓库”说:“开了实体店以后,由于精力顾不过来,对

网店的生意影响很大,以后还是会把重心放在网店上。”

淘宝网以低成本的模式发展了数亿会员。在网上生意做得红火的同时,很多会员希望能把网络上的客源带到现实中,实现双赢。但是,就淘宝城目前的情况来看,淘宝会员的梦想并没有真正实现。现实中的淘宝城与淘宝网会员心中理想的淘宝城,相差甚远。

除了资金和品种的原因外,造成商城里淘宝网实体店生意难做的还有一个重要的原因,就是那些“鱼目混珠”的商铺实在太多,淘宝网实体店完全没有形成规模效应。“我的宝贝仓库”说:“要是整个淘宝城都是淘宝网的会员,那效益肯定非常好。能开实体店的淘宝会员肯定有相当的实力,包括足够的信用度等等,许多网上的老客都会慕名而来。那时,淘宝城才是真正的淘宝城。”

淘宝城,只是一个炒作的噱头

据国内不少媒体报道称,淘宝城是国内最大的个人交易网站淘宝网以品牌授权的方式打造的,商场内的铺位,将只能由淘宝网的卖家来经营。而全国各地淘宝会员对淘宝城的认识都来自淘宝网,以为淘宝城能实现自己的实体店的创业梦想。不少淘宝会员说,他们事先都去商城打探,却都扫兴而归。“本来都以为是好事,没想到是这样的,有种被骗的感觉。”来自上海的淘宝会员“Ark ruoru”实地查看淘宝城后,在淘宝社区上发了这样的感慨。

淘宝城究竟为谁而生?淘宝城的出现,仅仅是商城招商的一个噱头吗?淘宝商城的投资管理公司上海聚为投资有限公司与淘宝网究竟是如何达成共识的?

几经辗转,记者联系上了上海聚为投资有限公司的淘宝城负责人宋剑平。宋经理称,淘宝城原是上海韩城企业管理有限公司下面的一个商场“韩港城”,由于经营状况不是很理想,就打算与淘宝网合作,想实现一种网上网下一体的全新经营模式。而淘宝网则授权上海聚为投资有限公司使用“淘宝城”的冠名,将聚为投资有限公司旗下的“韩港城”改名为“淘宝城”。淘宝网授权冠名,不投入,不收益,只承担淘宝网上对淘宝城的宣传和淘宝城的客户服务中心的培训,换取淘宝城商铺对淘宝会员的优惠价。

“淘宝城的招商与跟淘宝网的合作是同步进行的,当公司与淘宝网正式达成协议时,只能把剩下的部分商铺留给淘宝会员。目前有 19 家淘宝会员在淘宝城做了登记,一

有商铺空缺,马上就可以以 6 折的优惠价进驻淘宝城。”宋经理向记者解释了为何淘宝会员只能享受到部分商铺优惠价的原因。

那么,对于淘宝城的现状,淘宝网是怎么认为的呢?淘宝网对于淘宝城销售假冒品牌又持什么态度呢?记者带着疑问向阿里巴巴淘宝网负责人孙彤宇总经理请教。孙总经理告诉记者:“淘宝网与线下商场的合作,只是授权冠名‘淘宝城’,其他事宜淘宝网一概不负责。除了适当的宣传和服务培训外,对于淘宝城的管理,淘宝网完全不介入。”

记者了解到,对于淘宝城,淘宝网只是一种全新的尝试,初衷是给更多的淘宝会员提供一个开实体店的地方,并通过授权冠名给淘宝会员一些优惠。对于淘宝的网上卖家最后只能得到形同鸡肋的 3 楼的商铺,孙经理表示当时根本没有考虑到那么多。“淘宝网与淘宝城的合作仅仅是一种商业合作,对于淘宝城的管理,淘宝网没有这个责任,更多的时候只能提一些建议。”孙经理说。

淘宝城里假冒名牌泛滥,会不会影响淘宝网的声誉呢?对此,孙彤宇认为:“我个人认为这种担忧是不必要的。”

记者随即又联系了阿里巴巴总裁马云。马云告诉记者,阿里巴巴公司包括他个人是坚决反对销售假冒品牌的,不管网上交易还是网下交易,诚信是必须的。尽管马总对淘宝城的事宜尚未详细了解,但还是向记者表明了他对此事的态度。