千家团购网站消亡

截至10月底，有超过1000家团购网站已经停止更新、网站改版或者关闭

本报记者 **李志豹** 实习记者 **郭奎涛**

一淘网11月17日发布的《10月团购报告》显示,国内团购整体交易额16.83亿元,环比首次下降11.4%。而除了交易额的下降之外,团购网站在产品的更新速度上也呈现停滞状态。

一淘监测数据显示，截至10月底,在5000多家团购网站中,有超过1000家团购网站已经停止更新、网站改版或者关闭，仅1000家左右的网站还能推陈出新。

“团购行业确实进入了一个理性的阶段，促使团购企业调整企业结构,使其更加合理,也迫使一些投机的团购企业迅速撤离。”中国电子商务研究中心分析师吴雪飞对《中国企业报》记者表示,团购已经不再是一个能够肆意捞金的行业。

团购由冷变寒

今年下半年,窝窝团首先以人事结构调整和表现不合格为由大规模裁员,遭到辞退的员工透露,“有些地方分站是整体被一锅端的,比如河北和鄂尔多斯,几乎裁得一人不留。”随后,高朋大规模裁员400人,团宝网也被传裁员比例高达50%。

领衔倒闭潮的是上海一家中型团购网站易起买,该网站被爆遣散各地员工,濒临倒闭。

其实，早在2010年团购网站连续5个月呈几何级增长以及拉手网获得千万美元融资的行业光环下,已经出现了大量小型团购网站由于利润率低、缺乏商户资源等原因,不能做到每日推出一款新商品,有的网站甚至一个月没有新商品上线以至关站自保。

“团购行业目前的整体状况并不乐观。今年下半年以来,团购网站的总体数量增速放缓，甚至出现负增长,连一些较大的团购网站都发生大规模裁员状况。”吴雪飞说。

团购导航网站团800发布的《2011年第三季度中国团购消费观察报告》显示,已有754家团购网站无法打开或者转型,其中超过一个月没有更新的网站达9%，另有5%的网站以改版、内部调整等理由关闭了团购业务。

“11月又有140多个关闭或者转型,销售额过亿元的也由6家减少到5家。”团800创始人兼CEO胡琛透露。

胡琛认为,全国团购站的整合趋势愈发明显,小站倒闭后的市场空间被大站立刻补上;其次,每月的销售数据和团购站并不高的利润率无直接关系,进账数字也并不能快速反映出团购网站面临的运营压力。

“团购本身仍然是消费者和本地商户的刚性需求,去除野蛮生长引发的虚火泡沫和恶性竞争后,其商业价值也会逐渐夯实。”胡琛强调。

易观观察家于斌认为,由于恶性的竞争,不少网站为了抢单,不赚钱甚至赔钱在做生意。另外国内消费者也趋于理性,团购模式的吸引力在下降,过低的门槛,已让团购成泛滥趋势,成本大幅提高,但业务并没有大幅盈利,风投也拒绝投钱,国内的市场环境由热变冷,由冷变寒。

上市不是好时机

“团购作为一种新模式，融资能力是极其重要的，否则肯定要出问题。”F团CEO林宁接受《中国企业报》记者采访时表示,“团购网站大规模的裁员潮和倒闭潮的背后,实际上是融资困难。”

为了最大限度地缓解资金压力,团购网站还通过减站、降薪等方式降低运营成本。24券从10月开始以储值余额来代替相关补助和奖金,并规定工资总额高于4000元的部分都将延迟到未来3个月内发放。

同时,24券还开始优化各地方站,部分较差的分站将被合并到邻近的中心站。在淮安站合并至南京站的过程中,有媒体报道称,淮安站“一夜之间人去楼空，拖欠资金达数十万元”。24券CEO杜一楠不得不出面辟谣,甚至认为“不排除是有人在故意制造恐慌”。

以拉手网为代表的个别团购网站还加强了在资本市场的运作,频频冲击美国资本市场,一度激起了行业更大的投资热情。然而,11月9日,高原资本创业投资董事总经理涂鸿川在微博中爆料,“华尔街投行说‘拉手网不IPO了’。”路透社进一步报道说，原因是该团购网站需向SEC（美国证券交易委员会）澄清某些会计方面的争议。

对于IPO搁浅与否,拉手网CEO吴波一直没有明确回应。五天之后,拉手果然未能如期前往纳斯达克上市路演。拉手网IPO受阻无疑断了团购网站融资的一大出路,这被视为团购网站前景黯然的又一佐证。

而早在今年5月份,窝窝团就表示要成为国内第一家上市的团购网站时,宣称将融资达2亿美元。而到了8月,关于窝窝团遭多家承销商拒绝的消息不胫而走,短期上市无望的消息也在圈中流传。10月份还表示将在年底前赴美上市的窝窝团至今未见有实质动作。

北大纵横咨询管理有限公司合伙人张林强评论说，在团购网的初期阶段,IPO不是唯一的出路,却是重要的战略策略,可以占领市场高地;即使能够IPO，拉手网也应该静下心来踏实耕耘,才是真正开始树立市场地位。

“IPO并不是团购企业发展的必由之路。”吴雪飞也认为,如果团购企业能够通过完善自身综合实力而逐渐实现盈利,那么可以让风投重新对团购产生信心,融资不是难事,否则即便有些团购企业IPO成功,也难以经受市场的考验。

而在林宁看来,IPO是一个必须的阶段，但是IPO并不能代表什么。“现在绝不是IPO的最佳时机。”他希望拉手的决策者能回归到经营上面。

通过与腾讯、联想等企业的合作,F团在10月份成功融资6000万美元。林宁说,这6000万美元可以用2—3年。

但他也透露,F团已经在讨论新一轮融资,“F团今年没有上市的计划,未来可能会通过上市融资。”林宁说。

“如果团购企业能够通过完善自身综合实力而逐渐实现盈利,那么可以让风投重新对团购产生信心,融资也就不是难事。”吴雪飞说。

回归理性

“悲惨的团购经历。”中关村上班的陈小姐在一次68元团购“马大嫂”麻辣香锅后悻悻地评价到。

无论从质量、环境、服务还是卫生等各方面与团购网站的表述均差异很大,“性价比很差，有被骗的感觉。”陈小姐表示。

团购网站过度扩张所引发的服务隐患正在逐渐凸显。

“中国团购网站的发展一直比较浮躁,烧钱争排名。这不是短跑,必须踏踏实实地做下去。”林宁不认为团购网站存在转型,“这是那些浮躁者的冬天,却是踏实者的春天。”

团购网站的发展离不开商家的积极配合,但是二者的合作并非一帆风顺。慧聪邓白氏研究ICT部副总监张本厚就指出,团购网站的低价策略会冲击厂家稳定的价格体系,所以大部分网站只能找厂家的经销商。

“甚至存在补贴经销商对个别产品搞低价以聚集人气,这明显对团购以外的同类产品造成冲击,部分厂商因此不支持团购合作。”他说,麦当劳指责高朋捏造合作协议就是例证。

林宁则不赞同这种观点。他认为,团购网站消费的是厂家虚拟的库存,例如厨师,即使没有客户,商家也得雇着;通过团购还可以拉动新的需求,最终还是厂家受益。

“未来，市场上存活的综合性团购企业将不超过10家，而一些在垂直细分领域深耕细作的团购企业有可能会逐渐崭露头角,占据一定的市场份额。”谈及团购网站的前景,吴雪飞表示。

在采访调查过程中,《中国企业报》记者发现,部分团购网站已经先后完成了从纯粹的团购网站向综合性团购网站的转变。

进入今年9月份以来,F团先后与开心网、腾讯合作,承接了二者团购业务的具体运营,同时利用二者的资源扩充用户和商家,同时又成功争取到了维络城的合作,初步建立起从线上到线下的“3+1”交叉互补网络。

张本厚指出，对于网站之间的合作,必须进行深度的整合,产生一定的价值,不能只是作为一种营销手段。

“团购网站行业的经营模式大方向没有问题,只是运营模式与其他互联网的业务一样,都需要给外围市场一个调整、成熟及规范的时间与过程。大家纷纷集中在眼前的跑马圈地,而不是聚焦内部核心能力,整体团购网行业还是在探索初期。”张林强指出。

团购缘何进入寒冬

王慧文

造成寒冬的原因是由团购预付费模式本质及资本市场变冷趋势两方面构成。

团购行业有一个很重要的特点,是个预付费业务,消费者在把钱打到我们账户里面的时候,实际上他是没有看到这个实物的,也没有接受到服务。这个商业模式我们管它叫预付费,跟消费者历史上曾经有过的使用习惯是完全不同的。

预付费业务本身是一种融资手段。消费者在团购网站上交了钱之后,在未来的三个月时间里,才可能把这笔钱花掉,所以相当于他这笔钱在团购这儿寄存了一到三个月的时间。消费者提前给我们的这笔钱使得我们能有足够多的资金使这个商业模式转起来。我们不需要花投资商的钱,就是因为在投资商给我们投钱之前,就已经有消费者给我们投了一次钱了,这是这个商业模式中一个很重要的特点。

预付费的第二特征是,预付费的钱在你的账上，如果企业经营不好,把这笔钱花掉了,之后你不能有持续的更好的现金流进来之后,就意味着如果有一天你账上没有钱了,你就欠了消费者和商家一大笔钱,当这种情况发生的时候，会导致消费者和政府、商家对这个行业的看法发生急剧变化,所有的团购网站销售额会大幅下降。

由于预付费模式本身提供了很好的现金流,再加上此前资本市场形势较好，团购网站比较容易拿到融资,因而资金流普遍充裕,这也使得不少团购网站养成了大手大脚花钱的习惯,不懂得控制成本及精细化运营,而是一味大规模招聘员工、投放户外广告、巨资聘请代言人以及疯狂圈地扩张,这些都导致团购网站的人力成本、运营成本及市场推广费用迅速上涨,但毛利却不见涨,这就使得亏损越来越多。

到了今年下半年,资本市场形势开始遇冷,在美国的中国概念股不会像以前那么火爆了,近期所有去美国上市的国内的企业融资额也好,估值也好都大幅下滑,当资本市场没有这么火爆的时候,会连锁反映到风险投资市场，在今年下半年年底左右,很可能中国概念的网络股上市的窗口就关闭了，对应的是投资也会变冷,大家发现上不了市,很多投资商就不愿意投资。

这意味着,在今年下半年到明年上半年，如果哪家企业把钱烧光的话,是拿不到投资的,不再像现在这么容易拿投资了。只有一个选择,卷款潜逃。如果团购网站一个月需要花一亿元人民币做市场推广,销售额还没过亿的话,基本上收入很难支撑支出,融资也会很快烧光。钱其实是烧不了多久的。

这个冬天会很残酷,互联网历史上倒闭过很多企业,但是从来没有预付费业务倒闭过,因为从来没有大批量的预付费业务。所以一旦这个冬天出现一定会非常冷。

从行业前景来看，消费者的参与量、基数以及各团购网站的总销售额,仍然是在快速增长,因此团购行业的未来仍然是无限光明的。从行业格局来看，未来团购业将会逐渐淘汰一些服务能力及成本控制能力差的公司。互联网发展过程中有一个“721”定律,每一个行业最后可能会剩下3家企业,3家的规模之比是7:2:1，所以团购行业最终可能也逃脱不了这个规律，在一段时间的发展与淘汰之后，可能会剩3家左右，这3家会在这个市场上比较好地生存下来。 最终的格局何时能定,即春天何时到来,要靠消费者说了算。

（作者系美团网副总裁）

样本

24券:率先收缩

24券对分站进行调整的手段包括关闭部分城市分站，与大型分站进行合并等，而被关闭的站点以三线城市和卫星站为主，主要原因为“收支不平衡，亏损严重”。

本报记者 **李志豹**

24券正在承受膨胀的阵痛。更麻烦的是，这种阵痛来临的频率还在加速。

在刚刚澄清了淮安站负责人卷款潜逃的传言后,24券又接连陷入了德阳站、珠海站“欠款门”。

由此,24券资金链断裂的消息迅速引发行业震动,让这个有点冷的冬天越发寒意袭人。

“欠款门”多地蔓延

11月16日,央视财经频道援引江苏公共频道的报道称,24券淮安分站一夜之间人去楼空，但尚未完成与商户的结算,拖欠商家资金达数十万元。

当日,24券CEO杜一楠便澄清，由于淮安站业务合并到南京站,引起了部分商户“淮安站负责人卷款潜逃”的误会,并表示,24券所欠淮安站商家款项已全部结清。

然而,这一“误会”却在多个地方继续蔓延。

有媒体报道称,24券德阳站关门一周,欠下50余商家的几十万元货款仍未结清。

据了解,与淮安站一样,德阳站具体负责联系业务和签订合同，消费者支付的现金转入北京红微博文化艺术有限公司账户。也就是说,只有24券总部才能支付商家货款。

在撤站过程中,“受伤”的不只合作商家。

一位曾经于11月2日在“24券”团购网站购买了蜀香苑自助火锅餐券的珠海消费者王先生表示，近日他去蜀香苑消费时,却被告知不能凭借团购短信消费,原因是“24券”并未如期向饭馆支付货款。

与王先生遭受同样境遇的普通消费者还有很多。

颇具讽刺意味的是,24券曾凭借“分享每天的幸福”和“体验至上”的宗旨被广大消费者评为“最具幸福感团购网站”。

11月18日,24券副总裁曾垂莹接受央视《第一时间》采访时表示,按照公司规划,淮安站业务将合并到南京站进行服务。

24券方面同时表示，在公司做出调整决定之后,24券曾与淮安当地商家主动进行沟通。由于极个别商家当时没有联系到,所以产生了一些误会。11月15日,24券已经联系上了这部分商家,并得到了对方的谅解。

对于德阳站与珠海站的商家货款拖欠是否也是一场误会,24券尚未作出正面回应。本报记者致电24券市场部,但截至发稿,电话一直处于无人接听状态。

事实上,24券从9月底开始裁员,全国员工已从6000人裁至5000人。11月初,24券还被指因商家结算的资金压力,对10月份员工工资发放做出调整。

据了解,24券对分站进行调整的手段包括关闭部分城市分站,与大型分站进行合并等,而被关闭的站点以三线城市和卫星站为主,主要原因为“收支不平衡,亏损严重”。

“不仅需要跟合作商家保持良好的沟通并进行协商,同时也要对已经完成团购的消费者负责到底。”一位不具名的团购业人士告诉《中国企业报》记者,只有这样才能保证撤站裁员的平稳过渡,同时又最大程度地减少品牌形象的损失。

诸多迹象让业内对24券的质疑声此起彼伏。其中资金链断裂被认为是拖欠商家货款的主要原因之一。

紧绷的资金链

种种迹象向外界传达出“资金链断裂”的信息,24券则极力向外界证明其资金链没有出现问题。

事实上,对于团购网站来说,资金链出现困难是极其正常的事情。“疯狂的扩张、高密度的广告推广等都需要大笔的资金。”一家团购网站负责人告诉《中国企业报》记者,很大程度上,团购网站之间拼的就是谁的钱多,谁砸的钱多。

其实，今年年中的时候,24券曾经陷入拖欠广告费的舆论漩涡。泰无聊相关人士在微博上爆料24券拖欠7月份广告宣传费用,并怀疑24券资金链断裂。与此同时,德高车身方面也表示24券拖欠其数十万广告尾款。泰无聊与德高车身皆为24券的广告投放对象。

除了高投入外，盈利难是导致目前团购网站资金困局的另一个关键原因。

在激烈竞争下,要想取得规模效应,团购网站必须设立大量城市站和业务人员,对人力需求太大,从业门槛又低,而分账比例不到10个点,盈利十分艰难。

有业内人士指出,从资金层面来看,美团的现金流最好,拉手次之,其他的都已经出现资金链紧张的局面。

中国电子商务研究中心分析师吴雪飞表示,一般而言,大多数团购网站均采用直销模式,即需要进军跨区域市场时,采取建立分站,以收购当地影响力的相关网站或直接经营。

杜一楠曾表示,24券是行业内唯一从来没有做过收购、从来没有做过代理、一直做直营的团购网站。

之前,24券的团购业务覆盖全国294个城市,其中97个城市设立了团购业务团队，此次撤掉17个，缩减比例达17.5%。

吴雪飞分析说,直营模式会耗费大量资金,同时会带来一定的市场风险。

按照24券的说法,24券已经先后完成了两轮融资。今年2月份,杜一楠透露24券完成A轮融资,获得千万级美元注资。7月份,24券完成B轮融资。

而对于融资金额,24券一直讳莫如深,仅表示“与其他团购网站的融资同属一个量级。”

有消息称,24券日前获得鼎晖C轮3000万美元的融资。但该消息未经24券官方证实。

“如果C轮融资属实的话，无疑将大大缓解24券的资金困境。”上述业内人士同时指出,即使能融到资金,也有“烧”完的一天,“如果团购网站不进行模式转型的话，再多的融资储备到明年也会消耗殆尽。”