



视觉中国

流量红利消失 电商平台还靠什么赢利

实习记者 代小佩

上周,拼多多在纳斯达克上市,当天股票大涨41%,总市值最高时超过300亿美元。8月1日,国家市场监督管理总局要求对拼多多展开调查,上市第5天,拼多多市值蒸发50亿美元。拼多

多以黑马姿态杀出电商巨头的重围,又因商品质量问题被迅速推到舆论的风口浪尖。有分析称,2016年底,经历过滴滴快的、58赶集等四大合并之后,中国互联网进入了下半场。电商巨头如何布局以适应新形势?对消费者而言,后互联网时代意味着什么?

链等技术的创新提升了零售的效率 and 效益。后互联网时代,需求多元化带来供给侧多元化,商品服务的质量具有竞争力同时又保证价格更加公平合理。“鹤蚌相争,渔翁得利。透明、自由、理性、有序的电商环境,平台和商家才能步入回馈消费者和投资者的正轨。”刘俊海表示,过去,传统电商巨头刺刀见红,靠的是粗放式的跑马圈地。未来则需固本培元,走内涵式发展道路。不过,后互联网时代也会鱼龙混杂。阿里京东今年纷纷布局线下实体店。线上线下孰优孰劣?对此,苏宁易购总裁侯恩龙直言,纯电商的黄金十年已经结束。对线上来说,流量物流成本鲸吞了大量利润。假冒伪劣产品让消费者难以信任。实体店方面,租金、人力和税收成本高,日子也并不好过。

刘俊海向记者解释道,任何时候都没有线上线下孰优孰劣之别,二者可以协同发展、共同推进,关键在于能否提供让消费者放心的产品和服务。他指出,目前线上和线下都面临一些问题,但国家鼓励发展实体经济,防范金融风险,加上人口红利叠加,这是很好的历史机遇。苏宁方面也对记者表示,近年来线上电商红利期已过,而纯线下实体店无法应对不同用户群的消费模式,面临着流量衰竭的困境。线上线下融合正在成为新时代零售行业变革的主要方向。纯电商时代结束,下一个十年将进入场景互联时代,智慧零售的新场景将遍地开花。

失信要付出代价 平台靠价格战竞争没戏

纵观互联网发展态势,阿里先后收购三江购物、银泰、百联、新华都等;京东分别与永辉、家乐福、沃尔玛等达成战略合作;苏宁推出智慧零售大战略,截至7月29日,今年累计新开店2309家。人们以为大局已定风平浪静的互联网电商领域,一波未平一波又起。据QuestMobile数据显示,2017年中国移动互联网月度活跃设备总数稳定在10亿以上,一年间仅增长0.61亿。资深撰稿人孟宪辉指出,互联网时代红利开始减少,单纯以流量和平台为主的发展模式渐渐失去市场。

是卖家,必须把规范放于首要位置。针对拼多多被约谈一事,他分析称:“拼多多是个搅局者,不能代表主流,过去阿里卖假货也不能代表主流,主流是清除假冒伪劣。”在他看来,过去平台之所以乱象频出,就是因为只讲创新不讲诚信。“今后,电商竞争环境会更加公平、自由、公正,不是靠打价格战和卖假冒伪劣产品。脱离了诚信的创新只能是一条欺诈骗乃是诈骗犯罪的不归之路。”他还指出,“诚信是有价的”。从因为诚信能创造价值,失信则要付出代价。如果再有平台商家卖假货,需要比现在付出更高的代价。长期以来,平台型企业也面临无奈。盗版侵权、假冒伪劣产品横行与造假成本太低不无关系。专家表示,只有制度环境建设好,才能促进互联网技术和实体经济加速融合。在后互联网时代,构建公平有序的大环境,成为电商有序发展的前提和保障。为此,加快推进诚信社会建设成为当务之急。

交易效率优先 注重场景消费更有前途

近几年,阿里与腾讯开展了持久而大规模的竞争,消费者自由选择权受到影响,加之一系列互联网事件,公众对互联网巨头警惕性越来越高。这种局面会有所改变。刘俊海称,后互联网时代类似春秋战国时代,打破垄断鼓励充分自由的竞争,“消费者选择权会得到扩大,知情权会得到保护,公平交易权更有保障”。新零售基于时代发展和消费升级,旨在真正以顾客为中心的理念,赢得顾客尊重和信赖。电子商务研究中心主任曹磊对记者称:“电商的价值就在于提高交易效率,通过网购和在线支付,节省客户与企业的时间和空间。21世纪更注重场景消费,既能足不出户体验网购便捷,也能享受现场购物的乐趣。”苏宁负责人对记者称,后互联网时代的电商进入了智慧零售时代和场景互联时代。核心是智慧供应链,致力于解决最后一公里问题。从消费模式来讲,传统的“人找货”转变成“货找人”,即构建更多丰富的场景来满足消费者个性化的需求。而技术为新零售的实践提供了可能,比如无人商店、“刷脸”等消费新体验,各路生鲜“玩家”均具备

“从货源到消费者”这一完整的供应链体系。未来,智能化管理、自动仓储拣货、自动配送乃至机器人送货等技术还将继续改变整个零售网络。但刘俊海表示,智能化、专业化都离不开消费者支持,新零售格局要以信用体系为基础。“水能载舟亦能覆舟,值得消费者信赖和尊重才最重要。”他强调,信用体系需要商家和消费者共同维护。另外,服务商品质量直接决定消费者获得感和安全感,所以要加强消费与供给之间的良性互动。刘俊海表示,期待在后互联网时代,打造一种诚实信用、公平公正、多元共享包容普惠的电商生态环境。不过也有专家分析称,以满足消费需求为核心的新零售业,对客户偏好、消费习惯的数据分析只是冰山一角。发力移动购物、社交营销以及门店数字化的零售电商,在线上线下业务融合的全渠道转型中,仍存在诸多困难。后互联网时代,新零售模式必然要遵循新的游戏规则,诚信、公平、信用是不可逾越的红线。多点诚意、少点套路,最终的受益者不只是平台、商家,还有广大消费者以及整个社会。

跑马圈地是过去式 电商应抓住技术创新机遇

中国零售被推向一个新风口。刘俊海认为,新时代零售业有三方面的发展红利:一是人口红利,特别在落实二胎政策以后;二是城镇化,更多

农村人口将转移到城市;三是国际环境变化,在国际贸易环境不太友好的当下,国家鼓励企业向内发展。此外,大数据、人工智能、物联网、区块

互联网产品“薅羊毛”时代一去不返了

第二看台

胡林果 颜之宏 孙少龙

微信宣布8月1日起对通过微信支付进行的每笔信用卡还款收取0.1%的服务费,此举影响了数亿绑卡微信用户。绑定信用卡、一键还款、免手续费……这项对于不少微信用户来说已经习以为常的便捷服务开征服务费,不免引发这样的疑问:下一项收费的服务是什么?在互联网产品上“薅羊毛”的时代是否一去不返了?

收费的焦虑——下一个收费的是什么项目

“手上有4张信用卡,全部绑定了微信支付自动还款,虽然0.1%的费率并不高,但我还是决定弃用微信支付了。”在得知微信对偿还信用卡的服务进行收费时,北京的张先生解绑了所有在微信上的银行卡,而摆在他面前的,还有支付宝、银联云闪付、京东金融等免收还款服务费的支付软件可供选择。和张先生有同样焦虑的人并不少,记者在采访中得知,一些用户认为微信当初使用多种奖励手段鼓励用户绑定信用卡,在用户养成习惯后突然收费,很不适应;还有一些用户则担忧,收费覆

盖面从提现到信用卡还款,微信是否还有对其他免费产品进一步收费的计划。腾讯方面表示,用户每笔还款都会产生支付通道手续费,腾讯财付通一直在投入手续费补贴。近年来,通道手续费成本随着信用卡还款业务的发展而迅速增长,为适当平衡成本和可持续发展做出收费调整。腾讯的数据显示,截至2017年12月,微信支付的绑卡用户已超8亿。知名互联网行业分析人士尹生认为,京东和阿里最大的利益来源是商品交易,因此它们有动力降低用户的支付成本以鼓励用户更多交易;而腾讯并没有自己的直接商品交易业务,无法通过交易的价值来覆盖金融服务的成本,因此会选择通过金融服务来获得营收。

是什么让互联网企业动起了“用户的奶酪”?

资深互联网行业分析师马继华认为,不论是收取提现手续费还是信用卡还款手续费,微信支付这一系列举动都是在为流量“扎紧袋口”——希望留住资金流,又不希望承担过多的经营成本。不难发现,近年来各大互联网平台都在求解“如何用最小投入来吸引最大用户流”这道题,从打车平台大战到外卖补贴之争,从共享单车的彩虹博奕到三色共舞,用户始终在经历从“薅羊毛”的狂喜到吐

槽服务“越来越贵”的轮回之中。而促使互联网企业动起“用户的奶酪”心思的原因主要有以下三点:——巨额补贴模式的不可持续性。最让用户记忆犹新的应该是2014年掀起的打车平台的补贴大战。彼时,滴滴、快的和Uber的用户争夺持续白热化,单一打车平台日最高补贴额甚至达到了千万计,但随着时间的推移,巨额补贴的负效应进一步显现,公开报道显示,即使是当前最大的打车平台滴滴出行,也仍未在2018年来到前夕实现盈利。——投资者的获利需求。“企业不是做公益,羊毛出在羊身上,不要妄想在企业身上薅羊毛。”一位不愿具名的互联网行业投资人表示,所有的投资都是建立在有回报的基础上,一些“无利可图”或边际效益趋零的服务会被叫停或被要求减小开支,因此尽管微信在信用卡还款上所承担的总成本也许并不高,但也会被纳入“节流”范围。——消费升级的必然性。业内人士认为,从出门打车到家里叫车,从共享单车到网约车,互联网行业在改造用户生活习惯、促进用户消费模式升级上起到了积极引导作用。当用户所付出的成本与接受的服务质量达到动态平衡时,全行业才能实现良性发展。

既然收费,就要有收费服务的样子

记者在采访中了解到,尽管一些互联网平台

修改了免费政策或取消了现金补贴,但受访者并没有感受到服务质量有明显提升。“过去抢红包经常能抢到5元8元的全场通用红包,现在只能抢到5角1元的了,还限制商家使用,用户体验明显差了。”杭州的胡先生向记者“吐槽”,现在在外卖平台上点一单外卖的成本明显高于过去,非但没有看到送餐服务质量提高,缺斤少两、送错餐品等情况反而多了,让人很不舒服。有业内人士分析指出,既然选择向用户收费,企业也应该做到服务质量同步提高。收费与否、从什么时候开始收费、针对哪些业务收费都将直接影响产品或服务的市场竞争力,如果企业贸然选择收费而竞争对手并没有跟进,或者收费服务的便捷性和可靠性并不能覆盖所付出的经济成本,将面临用户流失、失去市场份额的尴尬局面。中国人民大学法学院教授刘俊海认为,企业可通过培育有忠诚度的客户群体,继续把企业事业做大,让企业公信力和品牌效力不断增值,“关键是心里有没有消费者,态度决定一切,打造消费者友好型的现代互联网企业才是王道。”马继华则建议,用户要更加理性对待平台的补贴或免费政策,提前做好心理预期,考虑到将来是否愿意为平台的服务买单,毕竟不会永远有免费的午餐。(据新华社)

■数说

3.77亿元

为吸引更多国内外优秀天使投资机构、天使投资人来津设立天使投资基金,天津市科委、天津市财政局本月初修订并正式发布了新版《天津市天使投资引导基金管理办法》。新修订发布的天使投资引导基金管理办法较原办法有较大突破,降低了“门槛”,进一步放开束缚,引导天使投资基金更好地服务支持科技创新项目和科技型企业成长壮大。据天津市科委金融处负责人介绍,新办法将子基金对单一企业的最高投资额由“200万元”调整为“子基金规模的15%”,将被投初创企业净资产的限额也由“500万元”提高到“1000万元”,提高了子基金投资项目的灵活性,有利于基金的市场化运营。天津市天使投资引导基金自2015年设立以来,出色地发挥了政府基金引导作用,目前引导基金共参股8支子基金,总规模3.77亿元,已投资科技企业23家,优化了创新创业环境、促进了科技型企业快速发展。(记者孙玉松)

1万亿美元

美国科技巨头苹果公司近日成为美股历史上首家市值突破万亿美元的上市公司。2日,苹果股价最高达到每股208.38美元,报收于207.39美元,涨幅为2.92%。根据苹果公司此前公布的数据,截至7月20日,公司流通股数量为48.3亿股。因此苹果股价只要达到207.04美元,公司市值即可超过万亿美元。据新华社报道,苹果近日公布的第三季度财报显示,公司当季营业收入收入达533亿美元,同比增长17%;每股收益2.34美元,同比增长40%。各项数据均超预期的良好表现拉动苹果股价连续大幅上涨。跟踪研究苹果公司的财经专家吉恩·芒斯特认为,快速创新能力是苹果持续发展和成功的关键。市场分析人士则表示,苹果公司持续回购股票的行为推动了其股价上涨。自1980年在美国纳斯达克市场上市以来,苹果公司股价迄今涨幅已逾500倍。去年11月,苹果公司市值首次突破9000亿美元。

404.72亿元

根据全国中小企业股份转让系统(新三板)披露数据,今年以来共有944家公司在新三板完成股票发行融资,累计发行股票金额达404.72亿元。据新华社报道,上周,新三板挂牌公司共成交15.19亿元,较之前下降16.21%,其中以做市方式成交3.29亿元,以集合竞价方式成交11.90亿元。在指数方面,两大指数呈持续下跌态势,截至3日收盘,三板成指报995.88点,跌破千点大关,三板做市指数报802.07点,较上周下降1.81%。在公司成交方面,本周有两家挂牌公司成交金额突破亿元,分别是格林生物和信中心,成交金额分别为1.72亿元和1.46亿元。截至3日,新三板总市值为37872.63亿元,挂牌公司总计11091家。

1050亿元

第16届中国国际数码互动娱乐展览会近日在上海举行,并发布《2018年1—6月中国游戏产业报告》。数据显示,2018年上半年,中国游戏市场销售收入1050亿元,同比增长5.2%。与此同时,中国游戏用户规模达5.3亿人,同比增长4%。据新华社报道,今年上半年,中国游戏市场中,移动游戏市场销售收入为634.1亿元,占比逾60%;客户端游戏市场销售收入315.5亿元,占比30%。移动游戏仍是中国游戏市场增长的主要动力,但增速已明显放缓。

中国自主研发的网络游戏在国内市场销售收入798.2亿元人民币,实现海外销售收入46.3亿美元。游戏产业与网络文学、网络动漫等数字内容产业的互动进一步加强,数字内容产业细分领域加速融合,产业链条逐渐完善。

业内人士指出,当下中国数字内容产业规模仍在持续扩大,但本土网络游戏产业的原创意识和创新能力仍有待提升,中国数字内容产业仍需努力推动实现高质量发展,打造“风清气正”的网络空间。



(本版图片除标注外来源于网络)

扫一扫 欢迎关注 科报金融 微信公众号

