

中国电商痛点调查：

表面红火内心忧 电商高唱“伤不起”



绘图 雅琦

痛点4 诚信危机

售卖假货,降低了消费者的信任。一旦出现信任危机,影响的不是一两家网店,而是整个电商行业。

2014年7月,聚美优品第三方商户“祥鹏恒业”被媒体披露涉嫌造假,事后查证假货风波只限于第三方手表业务。当时聚美优品“壮士断腕”,砍掉了整个第三方奢侈品业务线。

“诚信是个大问题,不能仅仅依靠有关部门的授权书就相信第三方。”陈欧说,砍掉第三方,丧失了很多用户,但是如果是非良性利润部门,就必须砍掉。

近年来,很多消费者网购时遭遇的劣货、霸王条款、先涨价后降价等不诚信行为屡见不鲜。

痛点5 税收漏洞

电商的税收问题饱受社会质疑。购物数量小,卖方数量大而分散、非注册经营、交易主要靠电子支付等,电商商家有了“摆地摊”的机会,由于电商征税制度的缺失,“不开发票、不上税”现象随之衍生,不少人质疑这是对传统商贸的不公平,破坏了市场管理秩序。

财经观察

“触网”找死,不“触网”等死?

□据 新华社

“‘触网’找死,不‘触网’等死。”业界流行的这句话,勾勒出传统零售商对待转型的纠结心态。

尽管如此,在生死关头选择拥抱互联网的零售商还是大多数。为走出困境,原先势如水火的店商和电商开始探索线上线下O2O融合发展。业内预计,各类电商、服务商、货品供应商与零售商的深度合作,将呈现体验、社交、生活服务和购物融为一体的全新商业模式。

马云和王健林的1亿元豪赌,曾经引起传统零售与电子商务争锋的热议。这场“世纪赌局”,输赢判断为时尚早。更多的传统零售业正在网头做事。

银泰百货总裁陈晓东表示:“传统实体店如能在‘虚实融合’上创新,并将消费者体验的功课做到极致,他们自然会重返实体店阵地。”

招聘专栏 广告热线 65139977 65139988 业务QQ:2851698816

老洛 酒 口感与众不同
 会员免费喝酒
 15个月内每月再给你200元
 另招:市场经理月薪3000元
 及下岗、无业女工30名
 报名热线: 62351805, 400-007-2212
 18336707663, 15737997553
 老洛酒营销中心:唐宫路252号(起重机厂东200米)

核心提示

□据 新华社

近日,国家工商总局公布网络交易商品定向监测结果,“淘宝小二”公开质疑……此事使得长期存在的“电商痛点”再次被公众热议。

中国从接触互联网至今21年,电商化成为经济社会发展的重要特征和长期趋势。电子商务表面繁华的背后存在哪些隐忧?中国经济电商化之路怎样才能走得又稳又快?长期存在的痛点还要“痛”到何时?

痛点1 低价文化

打开“淘个团购宝”APP,9.9元的袜子、手套、零食、化妆品,19.9元的毛绒衫、大衣乃至床单比比皆是……

然而,在浙江省临安市昌化镇白牛村——全国四大“淘宝”村之一,村民们多年靠电商在全国卖炒货走上致富路,如今却日益发愁。

“低价竞争太激烈了,一些店主压价太厉害,过去卖炒山核桃还有利润,如今为了抢市场,大家把价格都压到成本价了!”村民、网店店主潘小忠向记者感慨,“这么做下去,是作死的节奏!”

“在电商行业中,至‘贱’者无敌,这和当前的社会发展阶段是不相符的。”《创业家》董事长牛文文认为,“价低者得”的竞价文化是走向温饱时期的消费者心态。而在电商领域,动不动就搞价格战,盛行打折文化,既不利于中国制造升级,也损害尊重创意的社会价值观。

“创意产品不适合电商。”牛文文担忧,一旦在互联网上有了创意,就会迅速被拷贝、抄袭,低价产品横行,把创意的价值拉低,不利于全社会形成创新驱动的氛围。

痛点2 恶性竞争

传统商战中,不乏恶性竞争。日新月异的互联网时代,每个电商都拼命想站在风口。记者调研发现,时不我待的紧迫性、充分竞争的网络阵地,某种程度上异化了公平竞争,加剧了恶性争斗。

广州沃弗信息科技有限公司总经理陈延告诉记者:“电商都很注重网上口碑,但针对网络特点,电商业竟然产生‘差评党’,专门负责给竞争对手差评,更恶劣的是,有竞争对手专门雇人买了产品就‘七天内无理由退货’,致使电商的出库成本和销售成本大大增加。”

一名电商透露,自己花钱在淘宝网上买了“直通车”的连接,原本希望消费者能快速浏览自己的货品,结果一些竞争对手专门找人点击,每点击一次这名电商就要付给淘宝网2元,并没有形成购买量,这让他不堪重负。“现在我做不了电商死,不做也死,我们在平台上就像骑在马上,不得不跑。”他无奈地说。

痛点3 假货帽子

假货,是线上线下都有的经济现象,然而,借互联网平台传播后,网络假货备受质疑,有时网络甚至被有些人称为“假货集散地”,不少电商深受名誉受损之害,记者走访中,他们不约而同地将“打假”作为重点。

化妆品是电商平台的标配,也是重灾区,消费者的疑虑也最多。

聚美优品CEO陈欧这几年做了一件费时吃力的事:从一个小唇膏,到一套护肤用品,贴上聚美优品和品牌方联合推出的“防伪码”,消费者一旦怀疑真假,可在品牌方和购买方验货,追溯货品的来源。

“应该说,为了方便消费者辨别真假,我们想尽了各种办法,对每一批产品严格抽检,甚至为每件化妆品买保险。”陈欧说,假冒伪劣产品问题不解决,电商市场将难保健康。