

2 热点透析 Hot Dialysis

利润从 60% 下滑到 15% “电商县”亟须构建生态圈

去年的“双十一”，仅在淘宝平台，四川买家创造了 17.7 亿元的交易额，位居全国第六，西部第一。然而，四川卖家的销售额不到 3 亿元。

又到 11 月 11 日。这一年，不断有各地打造“淘宝村”、“电商县”的消息传来，成都的龙泉驿区、双流县，广元青川县，眉山青神县、仁寿县，资阳安岳县……如今的四川“电商县”已成什么气候？《川报观察》记者来到青神县打探。

每 80 个青神人中，就有一人做电商

11 月 6 日，青神县城，位于最繁华商圈的大西街，已有商家贴出了“双十一”促销广告。

“要忙疯的节奏！”四川御蜀坊商贸有限公司总经理张本清语速飞快。

张本清在网上卖烧腊制品，“双十一”正是个促销良机。入冬后，腊肉香肠迎来销售旺季。他早早在居民区租了 200 平方米的临时仓库。拉开卷帘门，货物堆积如山，张本清说，按往年经验，“双十一”当天，订单会像雪片一般飞来。

筹备工作其实从春节后就开始了，张本清图的不是“双十一”一天的订单爆发，而是流量和品牌对后续销售的推动。2009 年起，他每年都参加天猫“双十一”促销活动，第一年全年只销售了 1000 件，但流量起来后，随后每年翻几番，2013 年已达到 5 万件。

青神农业人口占 8 成，过去有三张名片：苏东坡第二故乡、口柑、竹编。现在，又多了个电子商务。截至去年底，全县已有 400 家网店，今年又新增了近 100 家。网店集中在家具、香肠腊肉、茶叶水果、生态土鸡等领域，从业人员有 2500 余人，每 80 个青神人就有一人在做电子商务。

电商是如何起来的？青神县商务局副局长鲁成洪认为，县城是典型的“熟人社会”，如果有哪个做电商发展起来了，就会形成连漪效应，带动亲邻开网店。

吉瑞电子商务有限公司老板段磊 2006 年就在网上卖竹制家具了，“利润高达 30%，一个月卖了不过 30 张凳子”，就赚到 1000 多元，比工资还高。

“炒信” “双十一”狂欢背后的暗流

网购消费者在选择商品时，都会参考售卖店铺的信用评级。那些好评多、“星级”高的商家，无疑会聚集更高的人气，签下更多的订单。不过，你能得想到吗？有一些“好评成绩单”可能是被虚构的，甚至本身就是一桩买卖。

家住杭州的网民小胡这几天很忙，他每天夜以继日地在网上点击购买大量的商品，给不同商家好评。不过，他所参与的每次网络消费都是虚构的，而且，他不用付钱，收到的



一年时间做到百万元级，传开之后，上门讨教的人越来越多。段磊起初守口如瓶，但最终还是“没法”——因为求教之人多是亲戚、同学，甚至长辈。经验一传十、十传百，现在光卖竹制家具的青神网商就有近 30 家。

电商利润从 60% 以上 下滑到 15% 以内

在去年突破 1 亿元基础上，今年青神网络零售交易额有望突破 1.5 亿元。火烧木家具今年就贡献了近 1 亿元销售额，是网销单项冠军。青神有近 20 家同类企业，95% 订单来自网上，全国酒吧的火烧木家具七成以上来自青神。

“每天自己能生产 200 套家具，供不应求。”31 岁的段磊说，不敢参加“双十一”促销，产能跟不上，也因为现在售价已逼近成本。

火烧木工艺，是 2008 年段磊与当地的合作厂家一起研究出来的。最初完全是为了应承买家“防水防蚀”的要求。“没什么技术含量，买家发来图纸和尺寸，两天就能发货。”他第一个吃螃蟹，获得了 60% 甚至是翻倍的利润回报。

低技术含量的产品，总是容易被模仿。一

年后，不仅青神的火烧木家具淘宝网如雨春笋般冒出，省外也开了不少类似的网店。同质化竞争不可避免地带来价格战，行业整体利润被压缩至 10-15%。

年初，段磊索性关掉天猫网店，只做淘宝。“天猫一年要抽走 5 个点，还有几万元服务费，10 万元保证金”，而淘宝只需每年交 5000 元保证金。但由于品牌及专业运营人才缺乏，他只能依赖淘宝直通车，“用 10 万元投向直通车推广，只能赚两三万元；但如果没有直通车，产品信息就会被淹没，一分钱也赚不到。”段磊有了产品转向的念头。

根据阿里巴巴统计，2008 年后因电子商务发展迅速而红极一时的青川县，如今进入发展停滞期。居高不下的物流成本，衍生型电商服务商——如店铺装修、拍照、运营等缺失，是西部县域地区发展电子商务遇到的共性问题。

亟须构建生态圈

问题如何解决？2012 年，青神县政府组团考察浙江遂昌县。遂昌县仅有 5 万人口，却聚集了 1500 多家淘宝店。参加考察的鲁成洪说，看了后，恍然大悟——遂昌网店协会筹资成立了电商

信誉积分，使自身产品被购买的概率增加。而职业“炒信”买家，每天只要动动鼠标购买物品，便可获得每笔几元甚至几十元的佣金费用。据统计，高峰时期，一位职业“炒信”买家每天至少可获 1000 元的佣金。

“淘宝网建立之初即创建了一整套信用评价体系，以期建立一个以诚信为基础的网

络电商模式，维护电子商务参与者的合法权益。”阿里巴巴集团副总裁余伟民说，“但随之

而来的，就是不断有人利用网络虚假交易炒作信用，这对以诚信为基础的电子商务体系的破坏几乎是毁灭性的。”

余伟民告诉记者：“仅 2013 年，淘宝网络安全部门查获虚假交易卖家就约有 120 万家，涉及交易约 5 亿笔，查获虚假交易买家账号有 800 万家，交易额超过 100 亿元。职业‘炒信’买家保守统计约数万人。而这仅仅是已发现的冰山一角。”

（曾小清 吴亚飞）

务综合服务企业，将供销、物流、金融各方面资源整合起来，帮助草根网商解决运营过程中的疑难杂症。

向沿海地区学习，说做就做。次年 4 月，青神引入四川易网科技公司建电子商务产业运营基地。该基地规划分两期建设，一期为期两年，累计投入 3000 万元，扶持 5000 人网上创业，推动青神电子商务交易额至少达到 3 亿元；二期为期三年，目标直指 10 亿元。

鲁成洪称，首先希望基地发挥孵化器作用，提供操作实训和技术支持，推动“全民上网”。其二是整合当地资源，提供运营、品牌维护等增值技术支撑，扶持草根电商做大做强。

项目一期开业后短短 1 个月内，青神新增了 200 家网店。规模效应还吸引了 17 家快递公司和 8 家货运物流公司入驻。但当地网商反映，增值服务方面的效果，并未达到预期。

“我们被带到了小学毕业，想读中学、大学，但目前青神易网满足不了需求。”青神县信息化办公室负责电子商务的冯望说。

青神县政府为基地一期项目提供了两层楼的办公区，三年内免租。但易网团队成员从开业之初近 30 人变成了现在 10 多人，大部分成员已返回成都总部，办公区显得有些空旷。

徐敏利证实，青神易网项目已投入 300 万元。“企业投资欲望不强。”鲁成洪说，向 300 家签约电商收取 2000 元的年服务费，是目前易网在青神的主要收入来源，盈利方式太单一。

小有气候，尚欠火候，这是当前青神打造“电商县”的真实写照。对于未来，青神也有新考虑：引入第三方机构，制定一份五年发展计划；将分散的竹编手工企业引入产业园，发展竹编生活用品。同时，政府和青神易网想加快二期项目落地。

对于“电商县”的焦虑，中国电子商务研究中心主任曹磊说，做电子商务不能急功近利，而要花时间构建生态圈。

四川省商务厅副厅长杨春轩认为，电子商务不光是买和卖，而是包括几个层次的生态圈：全民电商意识、特色产业集群、网商创业基地、应用市场领域的拓展，支付和配送支撑服务等等。“就像铺地下自来水管网一样，网建起来了，自然能水到渠成。”

（方列）

而来的，就是不断有人利用网络虚假交易炒作信用，这对以诚信为基础的电子商务体系的破坏几乎是毁灭性的。”

余伟民告诉记者：“仅 2013 年，淘宝网络安全部门查获虚假交易卖家就约有 120 万家，涉及交易约 5 亿笔，查获虚假交易买家账号有 800 万家，交易额超过 100 亿元。职业‘炒信’买家保守统计约数万人。而这仅仅是已发现的冰山一角。”

（方列）

新的机会。作为全球信息产业发展的领导者，IBM 在全球成功建立了一系列的智慧城市、智慧新区和智慧园区。此次，IBM 也将强大的创新技术能力和丰富的产业咨询和“智慧城市”经验投入到银川新经济服务产业示范园的建设中，与宁港集团一起打造智能、绿色、低碳、安全的园区群落，树立宁夏、西部乃至全国现代服务业运营和智慧城市的应用典范。

云计算：IBM 将利用云计算为园区发展构建开发测试云、教育培训云和中小企业服务 SAAS 云，为园区中小企业的发展提供节约、高效的资源开发测试、企业教育培训和业务管理服务，提升企业竞争力和园区经济效益。

移动社交：同时，基于先进的物联网、移动互联网技术和多媒体交互技术，IBM 将帮助园区搭建一体化服务中心，为园区客户提供先进服务，体现园区的智能化特色，提高客户的智慧体验；除此之外，园区还将建设移动应用平台，借助移动应用，将企业、商务、生活和商业服务推送给客户、合作伙伴和员工，提升企业后端业务能力与价值。

大数据：未来，IBM 还将把大数据分析技术引入到园区的发展中，释放大数据价值，将联合新经济服务产业研究院以及联合创新中心，进行产业客户及产业市场分析，利用园区的产业资源和政府政策的支持，推动宁夏乃至西北地区的经济发展。

银川新经济服务产业示范园作为集多个产业于园内综合发展的现代服务业产业园区，不仅能够带动银川产业升级与创新，还能以信息技术推动以电商、贸易、文化为特色的现代服务业发展，成为宁夏地区现代服务业和“智慧城市”发展的模范与标杆。

（记者 戴琳）

赔钱赚吆喝 地区性电商遭遇发展困难

“双十一”电商大战，各大全国性电商已赚得盆满钵满。然而，地区性电商很难跟上全国性电商的势头，难从这场百亿级的电商盛宴中分一杯羹。

明显的“逆差”格局

“2013 年 5 月，原产地直供网正式上线，我们试图通过这个网站搭建起内蒙古自有电商平台。”淘宝网特色中国内蒙古馆执行馆长贾宇峰说，“但由于浏览量和订单数稀少，我们最终不得不放弃这个想法。”

“宜齐网购商城这个内蒙古本土较大的电商平台自 2012 年 6 月 28 日正式上线以来已投入了 1000 多万元，到现在还没有实现收支平衡。”宜齐网购商城董事长付长青认为，地区性电商看似风光，实则烧钱。

据官方统计，截至 2013 年底，内蒙古有电商服务企业 444 家，电商服务类网站 123 个。2013 年全年内蒙古电子商务交易总额为 710 亿元，其中网络零售交易额仅为 50 亿元。但是，内蒙古淘宝卖家仅 2012 年的网络零售交易额就高达 160 亿元。

“内蒙古电商交易总额的结构并不合理，牛羊肉等名优特产的优势没有发挥出来，地区性电商还没有形成广泛的零售客源。”内蒙古商务厅流通业发展处副处长管守明说，“内蒙古地区性电商规模小，也没有地区性电商龙头品牌。”

同内蒙古一样，其他省市区地区性电商的发展也同样陷入“内忧外患”之中。据媒体报道，受全国性电商平台的影响，湖南网上购物付出去和收进来的人民币比值为 9:1，甘肃省的比值达到了 17:1，地方电商业呈现明显的“逆差”格局。烧钱抢市场，“小、散、弱”，以及缺少龙头电商也同样困扰着山东、湖北等地区性电商的发展。

烧钱拓疆土，硬伤犹在

“地区性电商遇到的种种问题与其缺乏明确的定位有很大关系。”管守明说，“很多地方企业对地方和自身的优势认识不够，盲目模仿，导致同质化竞争，最终谁也做不好。”此外，管守明认为，许多地区的物流仓储能力是制约地区性电商发展的重要因素，要想发展得好，必须大力提升地区物流仓储发展水平。

“电子商务发展日新月异，学校培养的电商毕业生与实际工作岗位脱节，企业或者需要投入时间和金钱对其进行二次培养，或者干脆以高成本从外省聘请专业人才。”付长青表示，人才的缺乏严重制约着地区性电商的发展。

“虽然很多电子商务产业园以免租金的条件吸引电商企业入驻，但对电商企业吸引不大。”贾宇峰说，“电商企业更需要产业园提供完善的电子商务配套公共服务体系，而不是一个空壳。”

内蒙古社科院经济研究所所长于光军认为，地区性电商的种种发展困境与当地政府疏于规划和引导有很大关系。记者在采访过程中了解到，许多省市区没有明确的地区性电商发展规划。更有甚者，对地区性电商数量及发展现状掌握不清，制订发展规划自然无从下手。

前景看好，找准优势有的放矢

多名电商专家表示，地区性电商优势明显，前景看好。据专家总结，地区性电商至少拥有三方面优势：一是同城快递及“门对门”快递服务，能减少消费者的等待时间；二是发展 O2O 模式（线上线下营销模式），既为消费者提供实惠价格，也对售后服务形成保障；三是推出具有当地特色的产品和服务。

对外经济贸易大学电子商务系副教授程繁森认为，地区性电商应首先立足于本地的需求，并结合地方的优势和特色，从传统产业向 O2O 电商模式转变，并大力发展物流仓储能力。

“本土电商要摒弃一蹴而就的发展思路，要在循序渐进中摸索和总结经验。跟风模仿、盲目烧钱都不利于企业的长远发展。”中国电子商务研究中心高级分析师张周平说。他表示，电子商务产业园把企业吸引进来只是完成了第一步，更重要的是完善电子商务配套公共服务体系，真正降低企业成本。在电商人才的培养方面，企业应寻求与地方高校的合作。

对外经济贸易大学电子商务系教授李安渝表示，各地政府应加强对地区性电商的规划与引导，并改善地区性电商发展环境，重点培养具有地方优势和特色的地区性电商龙头品牌。“在地区性电商发展的最初阶段，政府相关部门还要加强对电子商务的监督治理，打击假冒伪劣产品，加大对不正当竞争行为的管制。”

（王靖 阳娜）