

舆情

电商敛财百亿的“围观”效应

事件概述

一年一度的“双十一”促销尘埃落定,“双十一”期间,各大电商销售额预计突破300亿元大关。天猫、淘宝斩获191亿元,同比增260%,其中天猫为132亿元,淘宝为59亿元。苏宁易购在“双十一”活动中,11日订单量略超前两天的总和,三天达成总订单量295.6万单。超过原计划20倍增长的目标,创造了苏宁易购上线以来单日销售和单次大促的历史新纪录。面对老牌电商淘宝的绝对强势和后起之秀苏宁易购的冲击,其他电商表现略显疲软。

舆情传播

根据优讯网监测数据显示,在“双十一”来临之前,媒体为电商促销造势,相关信息量呈上升趋势,在“双十一”当日相关信息量并没有达到峰值,而12日信息量并喷,相关信息量达到1614条。电商惊艳的表现,成为媒体捕捉的焦点。之后几日信息量虽然呈现下降趋势,但时间阶段媒体对电商“双十一”后进行了跟踪报道。有媒体爆出电商“双十一”后删单被指骗取交易量、销售额作假等信息,导致相关信息量没明显减少。截至11月5日,单日信息量依然达到915条。

根据优讯网监测平台数据显示,“双十一”电商狂敛百亿相关信息量,新闻类占比57%(包括转载);微博占比38%;报刊占比4%可达255条;电视媒体占比1%,CCTV2套和13套以及地方各大电视媒体聚焦该事件。

各方态度

《海南日报》:电商“借势造市”真的赚了?

有业内人士对“双十一”这种促销模式提出了质疑。易凯资本CEO王冉发表微博称,“双十一”在本来可以平滑的销售曲线上人为地拱出一个波峰,未必真能带来多大的实际增量,还让商家的仓储、物流、客服等环节直冲瓶颈。此外,“双十一”进一步强化中国消费者单一维度唯价格是从的陋习,拖着中国的电子商务公司集体远离健康毛利。

业内人士的担心并非杞人忧天。今年8月由京东商城发起的号称“史上最惨烈”的电商“价格战”,最终以一种滑稽的结局收场。“价格战”发起方删除降价微博,产品价格悄然回调。人们从当初的欣喜到茫然再到失望,无疑成为“最受伤的人”,而商家也在宝贵的诚信上失分。

证券时报网:“双十一”电商销售额创纪录,消费者认为仍存“猫腻”

据《新闻晨报》报道,消费者在11日上网抢购后发现,价格战中仍有猫腻。消费者李先生发现了一些电商先提价再促销的行为。他称:“我打算在京东商城买个内存,选购时产品是111元,下单时就变成139元了。”无独有偶,消费者王先生也遭遇类似情况。“双十一”之前,他在苏宁易购看中一款47寸电视,并记下了当时的价格——4499元,没想到当他准备下单付款时却发现价格变了,“上涨整整500元,已经变成4999元了。”如此促销让他大呼上当。

《山东商报》:“删单”是假象 删交易量是真

就在“双十一”电商大战结束后的短短几日内,大多数卖家均以“商品缺货”为理由擅自删除订单,是真的商品缺货还是背后有什么其他的商业秘密呢?经某资深卖家爆料,擅自删单可以提高销量,可以“空手”套去信誉,是一种新的“假拍”手法。

资深卖家表示,商家如果要是没货,一般都会使用屏蔽设置,买家无法再继续购买以及付款,而这次商家为什么不使用这样的设置,商家是存在另外一种目的。当商品销售一空时,并且卖家依然不用屏蔽功能时,消费者是根本不知道商家到底有没有货。但是,这种方法对于商家是很有利的,卖家的销量记录会一直在增加,而销量上升在消费者使用排序功能搜索商

品时,卖家的店面信息会在排序表中名列前茅,从而赢得买家的信任,自然在这家店购买商品的几率会上升。

马云:电商颠覆传统商业生态

马云认为,“天猫购物狂欢节将是中国经济转型的一个信号,也就是新经济、新的营销模式的大战对传统营销模式的大战,让所有制造业贸易商们知道,今天形势变了。对于传统行业来讲,这个大战可能已经展开。”

他强调,新的营销方式方法,新的商业流程,新的商业生态系统,对于传统商业生态系统将会是一次革命性的颠覆,“就像狮子吃掉森林里的羊,这是生态的规律,游戏已经开始,就像电话机、传真机会取代大批信件一样,这是必然趋势,(以电子商务为代表的)新经济模式已经有点狮子的味道”。

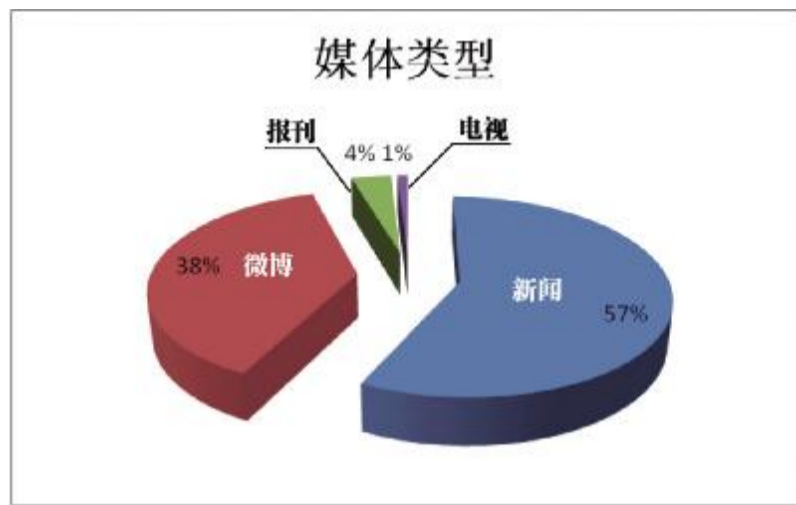
舆情分析

挑战 正如马云抛出的“狮羊论”,

电子商务从萌芽开始就决定了和传统商业必有一战。电子商务确实有新的营销手段、商业流程和生态系统,但仅此就抛出“狮羊论”为时尚早,现阶段电商对传统商业造成一定冲击这个可以肯定,但不足以吃掉传统商业。任何的商业系统并不是无懈可击,不管电商还是传统商业。传统商业可以提供更好的体验和保障,而电商可以提供更好的性价比和便利。众多电商在“双十一”的促销表现让传统商业黯然失色,但是多样的客户群体注定传统商业和电商将会并存一大段时间。

内斗 电子商务的蛋糕很大,老牌

电商在尽力维护市场份额,而后起之秀也扶马加鞭,大有赶超趋势。淘宝商城的出现成为淘宝的一根救命稻草,京东商城的异军突起悄然占领不少市场份额,苏宁易购新势力的加入对电商行业造成了冲击,其他电商则虎视眈眈,大有坐收渔翁之利的迹象。电商



之间的口水战、价格战对我们来说已经不算什么新鲜事儿,最终的目的是为了利益的争夺。口水战、价格战是一些电商寻求更好发展的常见招数之一,也可以说是一种畸形的营销。当几个竞争对手通过口水战、价格战的方式来达到遏制竞争对手的目的,如果不成功,就可能把自己推入万劫不复的悬崖。

隐患 著名独立IT评论人洪波曾表示,尽管今年电商已经提前做了准备,但因为国内电子商务的生态环境仍未完善,物流、IT架构以及电商诚信等问题仍是电商的发展瓶颈,风险依然存在。“双十一”后与华丽销售额伴随而来的必然是华丽的投诉率,这也是电商的软肋,一直以来电商的诚信受到各方质疑,且网络购物2011年度投诉量位居榜首。可见,诚信问题成为阻碍电商健康发展的最大隐患。

推动 其一,快递行业的快速发展,

“双十一”不仅给电商带来丰厚的销售额,也给快递行业带来了机遇。虽然快递行业在节前已经做出应急预案,但是各地还是出现了快递延误、快递爆仓、快递仓库失火等诸多问题。如果经历了此次“双十一”,快递行业能认识到自身不足,及时亡羊补牢,那么

在即将到来的圣诞购物季中将获得更多收益。

其二,电商后台技术建设。电商网站系统、在线支付系统、仓储物流环节在超高流量下的负载能力成为电商优劣的分水岭。据业内人士反映,在“双十一”期间电商后台技术这块隐形战场中,相较于京东、苏宁易购等对手,互联网出身的阿里巴巴在IT方面的优势更为明显。不过,京东商城目前正迎头追赶,而苏宁、国美等对手反应尚有些迟钝。

理性 11月11日,黑龙江小刘为“秒杀”打折物品一天一夜不吃不喝,累得晕倒在电脑旁,不得不送往医院急救,该事件只是“双十一”期间网购的一个缩影。节俭是美德,但透支消费,把身体都赔上的消费是缺乏理性的。消费不能只看到价廉却不看物美,网络卖家本来就是鱼龙混杂,如果不耐心甄别,那么,低廉的价格或许买来的是更低廉的商品。所以秒杀虽好,也要适可而止。

撰稿:中企舆情联合实验室 (执笔、数据:王江涛)

策划:中国企业研究院
数据提供:优讯时代(北京)网络技术有限公司

一线

柴毅刚:法制教育是解决内部交易问题的有效方法

专访多伦多证券交易所主板高级副总裁柴毅刚

内部交易是一种很难被发现和界定的犯罪,在全世界都存在,确实难以监管。柴毅刚认为,要通过教育让每个人知道内部交易造成的危害,因为这么做会损害市场的公信力,因此,教育是解决内部交易犯罪的有效方法之一。

国企上市成功率高于民企

记者:2011年11月,多交所开始在中国经营,成立了北京代表处,经过这一年在北京的工作,您对中国市场有哪些新的看法?

柴毅刚:我们主板和创业板上共有55家来自中国的上市公司,我们在大陆而非香港设立代表处,很大程度上是为了寻求更多企业上市及相关业务。我们现在仍注重这方面的业务,但同时,我们的策略中越来越大的成分与投资、资产组合管理、买方或者说交易方有关,这是我们学到的一个关键方面。我们的战略有了一些演变,而且还在继续学习。

记者:据了解,加拿大的投资者对资源类公司比较感兴趣。那么,中国的资源类公司需要具备哪些条件才能在多交所上市?

柴毅刚:我们的上市要求按主板和创业板区分,显然创业板的要求更适合处于发展早期的公司,而主板则适合更成熟的公司。不过基本要求还是一致的,首先,我们重视的是管理者,我们要看管理团队的背景,看董事、高管的上市公司经验、行业经验,我们会对所有这些人做背景调查,然后才会允许其在我们交易所上市。其次,涉及能源公司时我们还会调查相关的基础地质情况,我们有一套规则,对资源储量的报告、计算标准和证明方式都做了高要求的规定。这是非常关键的要素,企业必须重视,遵循相关法律规定。除此之外,我们还会核查公司的财务状况,这是任何交易所都会做的,确保他们有充足的营运资本。我们对公司的架构也较为重视,以保证他们的股份和资本架构适当。我们强调二级市场的流动性,不管一家公司有多好、多好,如果总共只有十个、五十个股东,我们也不能让他上市。

涉及能源石油天然气公司时,我们还有一点不同于其他交易所,我们对两类油气储量——探明储量和概算储量,都认同其价值并愿意提供融资,就算你只有概算储量,尚未探明,通常仍可以获得融资,可以在多交所上市并获得热烈欢迎和关注。

记者:中国能源类企业的海外投资过程中,往往面临着巨大的文化和政治差异。那么,多交所和加拿大政府是否有帮助政策?

柴毅刚:是的,我们做过这方面的工作,我们为董事们开设了上市“训练营”,每年举办一次,活动地点遍布加拿大。我们将继续这么做,有来自很远的地方的人来此接受培训,该课程实际上有两天,即体验管理上市公司的生活。这是我们将继续提供的一项重要课程。加拿大证监会还提供董事指南之类的服务,培训董事们在分析公司的风险时应侧重哪些问题,特别是涉及在他们不熟悉的地区从业的公司或者在加拿大之外经营的公司时。上述是我们所做的一系列工作,回到北京代表处来讲,沟通中加两种文化是我们的职责之一。我重申,该工作是双向的,并非单纯我们去教育中国商业市场,中国人也在教会我们如何在华运作,我认为这会带来程序的优化,使双方更好地相互理解,最终为这两个国家之间的商业往来构建更好的市场环境。

嘉汉林业将被摘牌是个提醒

记者:据报道,嘉汉林业将被多伦多证交所摘牌。您觉得这一事件对于打算去多交所上市的中国公司有哪些警示?

柴毅刚:嘉汉林业已经被摘牌了,即已不在多交所交易了。每当出现这种股东价值和资本蒙受损失的情形,都值得我们为之深思。这是一个警示市场上所有参与者的故事,它提醒我们要更加重视那些强健市场的基石——信息披露,确保任命适当的人才,顾问和经验丰富的管理团队,确保他们的披露记录无懈可击,内部控制扎实可靠,且熟悉业务。

记者:您对上市公司的摘牌制度有什么经验要和我们分享?

柴毅刚:维持证券市场的正常运行,保证所有在交易所上市的公司能达到监管要求,我们有一套非常完备和严格的监管体制,来确定申请上市的公司是否有资格在我们交易所交易,这一点当然也同样适用于中国股票市场。我们的系统有多个不同的监管渠道,如果发现某企业违反了比如四五条监管标准,我们将会启动一个更迅速的评估系统;如果上市企业只是违反了某些较小的规则,或者出现了某些技术上的问题,我们会接触这些公司,给这些公司时间解决问题。我们做出摘牌退市决定也有一整套可依据的流程,被摘牌的公司可以提出上诉,陈述他们自己的理由。我们对这样的问题显然是非常严肃的,这一点对于任何交易所而言都非常重要,我认为其他的交易所可以从中获得帮助,这就是我们的退市监督流程。

记者:在中国,“内部交易”已成为资本市场的顽疾。以您在多交所主板市场的经验,您觉得应该如何治理?

柴毅刚:我希望市场没有任何内部交易事件,但是事实上内部交易在全世界都存在,它确实非常难以监管。内部交易是一种很难被发现和界定的犯罪,必须要有强制力量来解决。不过针对内部交易必须做出更多工作。我们要加强对内部交易法律意识的教育,我认为许多白领犯罪,包括内部交易,很多人没有意识到它的罪行严重性。当他们在某个鸡尾酒会上,他们听到某条信息,随后就据此进行了交易,因为他们以为自己认识那些人,但是没有意识到这些是尚未披露的信息,所以你必须接受教育。当然你可以雇佣成千上万的人来监督交易,这也是防止内部交易的必要手段之一。但是要通过教育让每个人知道内部交易造成的危害,因为这么做会损害市场的公信力,我认为这是解决内部交易犯罪的有效方法之一。

(摘自网易会客厅)

《中国企业报》创刊25周年
浓缩企业历史 萃取成长精华

- 1988年,《中国企业报》正式创刊
- 1989年,中国建设银行首家上市,成为第一家上市的中国企业
- 1990年,中国工商银行首家上市
- 1991年,中国建设银行首家上市
- 1992年,中国工商银行首家上市
- 1993年,中国建设银行首家上市
- 1994年,中国工商银行首家上市
- 1995年,中国建设银行首家上市
- 1996年,中国工商银行首家上市
- 1997年,中国建设银行首家上市
- 1998年,中国工商银行首家上市
- 1999年,中国建设银行首家上市
- 2000年,中国工商银行首家上市
- 2001年,中国建设银行首家上市
- 2002年,中国工商银行首家上市
- 2003年,中国建设银行首家上市
- 2004年,中国工商银行首家上市
- 2005年,中国建设银行首家上市
- 2006年,中国工商银行首家上市
- 2007年,中国建设银行首家上市
- 2008年,中国工商银行首家上市
- 2009年,中国建设银行首家上市
- 2010年,中国工商银行首家上市
- 2011年,中国建设银行首家上市
- 2012年,中国工商银行首家上市

1988年1月4日,《中国企业报》创刊