

所谓“没有中间商” 其实是电商“绑架”了卖家



电商平台，有多少钱可以免？

本报记者 李丽萍

7月21日，中国人民大学中国就业研究所和智联招聘共同发布《2016第二季度中国就业市场景气报告》显示，相比一季度的1.71，中国就业市场景气指数(CIER)二季度上升到1.93。其中互联网/电子商务行业的指数为11.47，金融证券和交通次之。传统的能源行业、石油化工、电气水利等均不到0.5。

通过数据可以发现，传统行业的就业指数不容乐观，相对于蓬勃发展的互联网以及电子商务的就业指数而言，传统行业面临挑战较大，经济下行等压力。随着电子商务行业的繁荣，各类打着“去中间商差价”口号的电子平台层出不穷。那么，中间商真的去差价了吗？中间商真的没有存在的

意义与价值吗？这只是个口号还是一个噱头？

被“淘汰”的中间商

随着新兴商业技术的出现，原来经由批发零售商与消费者之间的关系，改为由制造商直接与消费者之间的对垒，在这个商业变革的过程中，由于中间商的出现，其附加的产品成本，时常被消费者所诟病。

近几年来电商的疯狂增长，秉持着“去中间商差价”的口号与策略，电商取得了骄人的成绩。究其核心，源自于低价商品对于消费者的强烈吸引。在中国，低价策略往往意味着大批客流的出现。电商平台的爆炸式发展，与日渐颓势的实体店之间形成了鲜明的对比，也从侧面反映出互联网

的优势和威力。

电商通常表示“渠道扁平化”是其维持低价的基础。近日，有些企业打出“没有中间商赚差价”的广告，就被人指出，这是不隐晦的营销谎言！从这则广告上，消费者得到的直接信息是没有中间商，就可以用低价购买商品，而对这一消费理念的认知，往往就来自于广为人们熟知的电商宣传口号——去中间化。

“我觉得这个问题是一个伪命题，一个噱头。”中国电子商务研究中心主任曹磊就这一问题向《中国企业报》记者表示，有人利用消费者的认知误区，别有用心的电商平台对此加以利用，用户随之掉进所谓“渠道扁平化”的陷阱。

在曹磊看来，任何一个国家，不管是欧美还是中国，都认可中间商的价值，为此，都建立了与之匹配的流通渠道体系以及科学的营销顶层设计，这是运转渠道的正途。

由此看来，美其名曰的渠道扁平化运动，更像是打了不少鸡血，留下一地鸡毛。

中间商价值隐形

商品的交易行为，看似简单，其实专业度都很高。

任何一个国家，任何一个行业都要有供应链体系以及流通体系。如果都像快递一样，都由厂家直接发往消费者个人，看上去中间商是少了，由于产品是从不同的地方发货的，实质上也是增加了流通成本，而合理的经销商体系，无论是厂家还是消费者，都会便捷很多。

曹磊举了个例子：在家具或者服装行业中，消费者在网上下了订单，通常情况下，不是直接厂家发货给消费者手中，是订单自动匹配给当地的经销商，由他们进行发货，这样线上线下也就融合了，流通渠道也就最短了。如果客户要买一辆车，客户不通过经销商直接向厂家订货，那么厂家的发货成本就会很高。

中间商提供网点给渠道商，建立一个销售体系的同时，对于消费者而言，能够提供便捷的购买渠道，同时又是一个售后服务的渠道，安装、维修、

退换货等售后服务就很难保证。

“如果没有这样的中间商，线上活动就很难落地。”曹磊说。

企业赔本赚吆喝？

电商链接，是为买卖双方提供一个很好的交易平台，消费者得到了相当的实惠，但是卖家也被电商所“绑架”了，在国内较大的电商平台上，卖家要花费超过40%的流量成本，一件100块钱的商品中，其中40块钱是要支付给平台作为广告费的，是被平台“绑架”的，对于消费者可能更受益一点，但对于商家来讲可能未必是一件好事情。

进一步来看，电商平台打着没有中间商差价的口号，而平台本身就是中间商的代名词，扮演着跟中间商一样的角色，通过单向收取企业的费用为企业提供服务，平台入驻、后期推广、广告以及支付环节，平台盈利的抓手已经牢牢捆绑住企业。表面上看，通过电商平台，企业的市场份额与销售业绩都取得了惊人的增长，但实际的利润令人担忧，这背后结果引人深思。

以食品行业的大型企业百草味来说，自2013年起，其电商平台上的销售规模接近5倍增长。而在其公布的财务报告中，平台推广费、平台佣金及快递费占据了销售成本的7成。从实际盈利构成上来看，2014年发展了线下40家实体店经销商以及大量实体店才最终实现扭亏为盈。

电商平台上的斗争赤裸裸、血淋淋，平台要早涝催收，企业拼命压低成本，大打价格差异化。这种低价吸引的背后，企业不堪重负。大型的平台往往就意味着平台垄断，企业走不出去，绕不回来，苦不堪言。

电商平台存在的价值，是增加消费者在选择购物时的丰富性和便利性，而非当下的中国这样，很多人认为，电商的价格就一定低于实体店的价格，现在看来，这是不理性的认知，因为消费者看似占得了便宜，却损害了正常交易环节的中间商作用，对企业而言，以牺牲利润为代价换取了漂亮的销售数值，但最终结果并非名至而实归。

资讯



质码科技 助力中国制造突围之路

以“品质管控新思维”为主题的提升品牌引领作用推动供需结构升级研讨会暨质码品质溯源平台启动仪式，日前在钓鱼台国宾馆举行。工业和信息化部、国务院国有资产监督管理委员会、国家工商行政管理总局、国家质量监督检验检疫总局等政府部门相关领导以及中国移动、海尔、格力、上汽通用汽车、北京现代汽车等知名品牌代表出席活动。

活动上由中国质量协会、中国移动等单位共同发起成立的质码科技发布了全流程闭环品质管控平台——质码生态圈，这是国内首家以优秀制造业企业为主体基于“制造+互联网”理念的品质生态圈，旨在发挥优秀品牌的引领作用，推动供需结构升级，促进国民经济由外延扩张型向内涵集约型转变、由规模速度型向质量效率型转变。

(李海权)

车立信携手汽车租赁企业 共创行业诚信

在近日召开的“车立信”成立一周年座谈会上，交通运输部、工业和信息化部、国家信息中心、中国道路运输协会等部门领导，与宝驾出行、通达汽车租赁、一嗨租车、神州租车、宜维租车、壹壹租车、海易出行等公司代表，同场听取了车立信运营报告，围绕“车立信未来发展规划”等议题展开研究探讨。

车立信是汽车租赁与汽车后服务专业的征信平台，建立的初衷就是为了服务于中小汽车租赁企业，强化风险管理。实现“查得到”，即利用大数据查询租人信息，“防得住”，即利用大数据分析车辆是否可租给租客，“追得回”，即利用技术手段及大数据分析追回车辆，“赔得起”，即加强与保险联动，减少损失。

“战国时代”亿元创投基金 孵化中小创业者

近日，“战国时代网络安全创业投资基金媒体发布会”在北京召开。发布会由永信至诚科技股份有限公司与北京凤博汇富投资管理有限公司共同举办，旨在帮助中小规模网络安全创业者成长，推动网络安全产业进入崭新篇章。据悉，这也是中国第一只专注网络安全领域投资的基金。

发布会上，永信至诚及凤博投资宣布了“战国时代”基金将以上亿元估值，逾千万元资金投资全国最大的CTF赛事主办方XCTF运营团队——南京赛宁信息技术有限公司。作为该基金的首批战略投资意向单位之一，南京赛宁信息技术有限公司CEO谢峰在接受媒体记者采访时表示，赛宁这家公司的成立主要源于主创团队对攻防领域的情感，团队用了一年时间成为亚洲最大，世界第二的赛事运营方，将XCTF这个品牌培养成一个知名的攻防竞赛平台。公司很幸运，在恰当的时机碰到安全行业得力支持者永信至诚以及拥有非常专业服务能力的凤博投资，这是赛宁发展历程中的一个重要机遇，大家将一起揭开网络安全的“战国时代”。

据主办方介绍，战国时代网络安全创投基金规模为一亿元人民币，主要用于信息安全产业中高成长性、商业模式创新、技术创新的中小企业。永信至诚董事长蔡晶晶表示，“战国时代”是中国第一只专注网络安全领域投资的基金，它将哺育这个产业的土壤，永信至诚愿意用自己的经验和资源，帮助更多企业和整个行业成长。

北京凤博汇富投资管理有限公司合伙人李媛媛介绍，凤博投资有很丰富的投后服务经验，我们非常关注网络安全产业的崛起和未来的发展潜力。凤博和永信合作的这只产业基金，注定将帮助中国整个产业环境成熟、成长，为中国国家环境带来深远的影响。

网络安全产业方兴未艾，随着网络安全上升到国家安全高度以及近年来众多优秀企业的成长和反哺、资本的注入与创新企业的涌现，必将在不久的将来迎来勃勃的生机，也为已经进入高速发展的信息时代带来更多安全感。

(周梦)

甄选名优特网 面向全国招募企业会员

近日，甄选名优特网正式上线运营启动仪式在京举行。甄选名优特网是由现代消费导报(名优周刊)和北京企行天下网络科技有限公司联合打造，以销售全国各地名优特产品为主的电子商务运营平台。

甄选名优特网以自身的技术实力和在电子商务方面的运营经验，通过对全国各地名优特资源的整合，以销售全国各地名优特产品、地标特色产品为主，服务于全国14亿消费者，服务于全国各地的名优特企业，助推“三农”经济健康发展，解决农产品产销的困局。

甄选名优特网还和各地方政府、商会及驻京办对接，联系全国所有的名优特企业入驻甄选名优特网，将主导地方特产流向，打造中国最具特色的农产品线上线下交易平台，推动数字经济的发展，推动网络和实体经济结合创新发展。当企业产品在甄选名优特网平台上上线后，传播的速度会更快。甄选名优特网还建立了覆盖全国各省、市、县(区)的各类产品、消费、服务信息库，为广大消费者、投资者、创业者搭建起方便快捷的名优特产品销售平台。

《中国企业报》集团

致力于企业、产业、园区评价
倾力打造中国企业与产业园区服务第一智库型全媒体
协力构筑“一带一路”园区建设国际合作联盟

三大新型专业服务
★企业园区招商引资服务
★企业园区资本运营服务
★战略性新兴产业服务

七大高端发展论坛
中国企业发展论坛
“一带一路”园区建设国际合作峰会
美丽中国生态文明论坛
丝绸之路国际投资论坛
央企对接园区圆桌论坛
海峡两岸企业园区共建论坛
中国新三板价值创造论坛

八大品牌公信力(年度)榜单

中国企业十大新闻
中国企业十大人物

中国企业影响力百强
中国企业成长力百强
中国企业创新力百强

中国产业园区营商环境百佳
中国产业园区成长力百佳
中国产业园区创新力百佳

战略性
新兴产业服务

与资本市场
衔接服务

智库型
全媒体服务

企业园区
服务

《中国企业报》1988年创刊，中国企业联合会、中国企业家协会主管主办，主要以企业和企业家为报道对象的中央级媒体，连续多年作为全国“两会”会议用报。2010年改制后突破单一平面媒体经营，实现了全媒体传播运营、企业及园区资源协作发展的业务转型升级，为企业提供专业新闻资讯及产业、园区发展综合服务，形成了独特的“新闻公信力+用户影响力+大数据支持”三对一针对性创意二制高点活动—多维化服务”业务链条，是服务区域经济尤其企业及产业园区招商引资的专业机构、集团平台。



品牌推广专线：010-68701057

企业品牌服务专线：010-68735792

园区品牌服务专线：010-68735752