

“人头费”模式亟待出局,合规合法的社交电商受到资本追逐

社交电商盈利模式待考

子 烛

近一段时间,社交电商正处于“冰火两重天”。一方面,云集、好衣库等社交电商平台纷纷融资或上市;另一方面,花生日记因涉嫌传销(直销)被判天价罚单。

业内专家认为,当下社交电商已是一个万亿规模、涉及数亿人购物消费的大市场,多重因素倒逼行业进行深度改革。在这样的背景下,花生日记被罚预示着“人头费”模式有望出局,合规合法的社交电商进一步受到资本追逐。

快速发展

3月21日,国内社交电商平台“云集”,正式向美国SEC提交了上市招股书。这也是继去年拼多多IPO和“万色城”去年12月10日在港交所递交上市招股书后的第三家启动IPO的社交电商平台。

近几年可谓是“无社交,不电商”,社交电商已成为一个重要的网络零售增长点。电子商务研究中心数据显示,社交电商自2013年出现后连续五年高速发展。2014-2017年,年均复合增长率达到90%以上;2017年社交电商行业市场规模达到6835.8亿元,同比增长88.84%;2018年中国社交电商市场规模达到11397.78亿元,较2017年增长66.73%。

据电子商务研究中心统计,目前国内社交电商模式分为以下四大类:一、拼团模式:(拼多多、淘宝特价版、京东拼购、苏宁拼购等);二、分销模式:(云集、贝店、爱库存、楚楚推等);三、SAAS工具模式:(有赞、微盟等);四、社区模式:(小红书商城、宝宝树等)。社交电商已成为仅次于自营电商、平台电商后的“第三极”。

2018年,社交电商融资总金额超200亿元。进入2019年,淘宝、苏宁、小米、京东、国美等也开始试探社交电商。业内预计,巨头的加入将进一步加速行业的洗牌。

模式争议

社交电商快速发展,越来越多的玩家入场使得赛道越发拥挤。同时由于野蛮生长、层级不清,导致良莠不齐,部分社交电商的盈利模式遭到质疑。

根据国家企业信用信息公示系统显示,3月14日,广州市工商行政管理局就广州花生日记网络科技有限公司的传销(直销)违法行为作出处罚决定,合计7456.58万元。这是迄今为止国内社交电商最大一笔罚单。

无独有偶,社交电商“达人店”和“云集微店”此前也因模式被认定为传销,并被处以不菲的经济处罚。2018年7月6日,杭州市余杭区市场监管局认定“达人店”(运营公司主体为杭州达辰网络科技有限公司)涉嫌传销,谋取非法利益被罚没超391万元。2017年,浙江集商优选电子商务有限公司运营的“云集微店”APP,以“交入门费”、“拉人头”和“团队计酬”的行为展开网络传销行为,被认定为网络传销,因违反《禁止传销条例》被工商局处罚985万元。

由广州市市场监督管理局公布的行政处罚决定书中透露,花生日记会员层级最多达51级,收取佣金金额达到4.57亿元。而被处罚传销的社交电商平台都存在明显的“多级会员”“人头费”等特征。可以说“人头费”已成为社交电商领域的“毒苹果”。

发展火爆的社交电商为何频频触碰传销红线?电子商务研究中心特约研究员、北京盈科(杭州)律师事务所方超强律师认为,一是社交属性的销售裂变增长速度太诱人,二是自认为已经做了有效的规避措施。

北京志霖律师事务所副主任赵占领认为,社交电商是否涉嫌传销存在几个判断标准:是否需要交纳或变相交纳入门费;是否分层级,直接或间接发展下线;是否根据下线获利,上线从直接或间接发展的下线的人员数量或销售业绩中计提报酬或“返佣”。

行业反思

由于拥有传销嫌疑的平台存在巨大的潜在风险,监管部门对存在多级分销的社交电商平台开展严厉打击,社交电商平台也发起行业自我净化。

2017年被工商监管部门认定传销并处罚千万元后,云集就有争议的部分进行了整改,并展开了经营模式调整,定位于会员电商的模式。此时在争议与观望声中谋求上市的云集,能否顺利IPO值得关注。

同时,资本的选择也体现出对健康营收模式的追逐。采用拼团分享模式的拼多多股价一度接近京东,小红书、爱库存、蘑菇街等成为资本市场的宠儿,将促使许多平台放弃通过收取“人头费”来增加营收。

“说到底社交电商是基于移动互联网发展出来的新经济形态,目前电商80%的份额都在移动端,围绕新经济的平台创新是值得鼓励的,但同时任何商业创新都不得逾越法律规定的红线。”电子商务研究中心主任曹磊表示。

电子商务研究中心分析师姚建芳指出,由于社交电商卖家多、商品品类多,渠道来源繁杂,尤其是个人卖家的商品质量管控较难,容易出现产品质量和服务参差不齐的现象。这就需要平台方加强在商品和服务上的监管。

“希望社交电商在上市的同时,在其合法合规和未来发展上能有所创新,真正对国家产业升级作出自己应有的贡献而不仅仅是所谓模式创新。更不仅仅是通过这种类传销和在合法合规边缘发展的方式。”北京亿达(上海)律师事务所董毅智律师表示。

有业内人士指出,我国对于社交电商的监管处在尺度探索的过程中,但随着《电子商务法》《社交电商经营规范》等法律法规和行业标准的相继出台或进入审核阶段,整个行业肯定向更加良好有序的状态发展。

“钢铁巨龙”地下完成华丽转身

本报讯(记者张群 通讯员陈朝阳)日前,成都轨道交通11号线天府商务区站施工现场,一台巨型盾构机在这里华丽转身。据悉,承建方中建铁投公司使用的盾构机直径6.2米,整机长83米,相当于两层楼高、一个足球场长,这条地下钢铁巨龙的转身可不是件容易事。

“隧道尽头离站台仅12.5米,站台宽30米,庞大的盾构机几乎无法从隧道左线转到右线。”项目盾构经理介绍说,通过将盾构机分解为盾体、结构台架和6节车架,让每个组件长度均小于调头区间最大直径,也符合转弯半径。即便解体成功,每个组件仍至少重20多吨,最重盾体足有300多吨,这些庞然大物一一转体依然是一大难题。为了控制过程中的转弯精准度,项目部前期拟定12种调头方案,利用BIM技术对组件调头分别进行3D施工碰撞模拟,选定一条最优路线,避免返工、节约工期。“最大节点的台车调头时,距侧墙的极限距离只有0.2米,我们将狭小的调头区间利用到极致!”

项目部将大型机具、器材通过竖井吊运至调头区域,焊接一套调头支架,配合千斤顶专门解决盾体转向。同时为相对较轻的台架、台车,发明了一套可调节转弯半径的多功能台车调头平台,不断调整方向,最终让盾构机顺利到达指定位置。

行业纵横

智能门锁开始走进千家万户,成为家庭安防的新任“守护神”

智能门锁:正在叩开智能家居的大门

本报记者 黄仕强 实习生 刘学艺

随着物联网技术的快速发展,中国开始逐步迈进智能化时代,这无疑为中国的门锁行业打开了新的大门。数据显示,2015年至2018年,中国智能门锁总体销量持续保持高速增长。同时,随着人们安全意识的不断提高,智能门锁也将逐步走进千家万户,成为家庭安防的新任“守护神”。

行业增长势头明显

智能门锁经历了传统机械门锁到电子门锁,再到智能门锁的发展历程。区别于传统机械锁,智能门锁在用户识别、安全性、管理性方面更加智能化简便化,是结合先进技术制作而成的复合型锁具。同时也是智能家居重要组成部分,可建设完善安防家庭智能控制能力及匹配提供各项智能化的家居服务。

全国锁具行业信息中心数据显示,2017年中国智能锁行业整体销量超过700万套,交易规模近100亿元。到2018年,仅上半年全国智能锁行业的整体销量就超过了830万套,增长势头明显。预计到2020年,中国智能门锁销量将突破3500万套。

经过在淘宝和京东上查询,《工人日报》记者发现,目前线上销售的智能门锁主要以指纹锁和电子密码锁为主,并且多数都兼容指纹和密码两种开锁方式,其价格从几百元到上万元不等。

目前,智能门锁产业主要集中在深圳、金华、中山、佛山、温州、杭州等地。全国制锁行业信息中心的数据显示,2018年深圳的产销量占比最高,达

到全国的21%左右,金华与中山紧随其后。我国智能门锁展现出了行业新局面。据前瞻产业研究院数据显示,截至2018年6月底,我国智能门锁生产企业已经超过1500家,智能门锁品牌已经超过3500家。

据统计,在中国的4亿个家庭中,智能门锁的渗透率约为5%,而在欧美国家,其渗透率已超过50%,日韩更是高达70%。由此可见,智能门锁在中国市场有巨大的发展空间。

多方聚力助推门锁行业发展

早在2012年,国家就将智能家居列入“十二五”规划的九大产业,发改委、工信部和科技部也将智能家居列为未来中国高新技术发展领域的重点方向之一。包括发改委、工信部在内的14个部门共同发布了《国家物联网发展专项行动计划》,明确将智能家居作为战略性新兴产业培育发展。此外,地方政府也在密集出台政策和规划,如《促进智能锁产业发展十条政策(试行)》,支持智能锁迅速发展。

同时,随着嵌入式技术的发展,物联网及人工智能等高新技术被不断提上日程,这无疑给智能家居的发展提供了坚实的技术基础。物联网技术打破了功能上不关联互动、信息上不共享的独立家电产品间的应用障碍。而人工智能技术则能够解决智能家居产品与使用者如何实现“沟通”的一大难题。嵌入式系统技术综合了计算机软硬件、传感器技术、集成电路技术、电子应用技术为一体的复杂技术,恰恰为功能复杂、需要综合使用多种技术的智能家居系统提供了得力的解决方案。

除了国家政策和技术的支持,受众刚需也成为了智能门锁行业进一步扩大市场的又一重要推力。从新浪家居发布的《中国家庭门锁使用情况调查报告》中可以看到一些真实有趣的数据,记者在“中国家庭门锁安全状况”部分中看到,受访者选购门锁最关注的是“安全防盗”,占比高达86.67%。报告显示,民众对智能门锁这一全新的智能家居产品表现出极高的热情。

出门忘带钥匙、丢失钥匙等经常令用户头疼不已。而智能门锁可以通过指纹、密码甚至是面部扫描等无锁孔方式开锁,这极大地解决了当前用户的“钥匙难题”。智能门锁还具备远程开门、临时密码等一些智能化的操作,这也为用户们提供了更加便捷的家庭管理方式。智能门锁现今已在用户的心目中成为了一种具有刚需、普适性较高的智能家居产品。

安全性能成关键

智能门锁作为家庭安全第一道关口,其产品的安全性能无疑成为了最关键一环。然而各大品牌纷纷转行生产销售智能门锁,造成了现在市面上产品鱼龙混杂、质量参差不齐的状况。门锁本属于实用功能性的家居设备产品,涉及到千家万户的安全问题,其用材与品质的安全可靠要远比它的外观设计重要。

在去年5月的永康门博会上,有人拿着一个被称为特斯拉的“黑盒子”接连破解了好几把智能锁。锁被锁视频一经上传,立即在业内掀起轩然大波,不少企业纷纷从淘宝上买来特斯拉线圈拍视频,并试图通过各种渠道自证清白。但即便如此,

也难以抵消用户对智能锁安全性的担忧。

截止到目前,智能门锁的安全问题已是花样百出,胶带开指纹锁、照片打开人脸识别锁、NFC感应卡被读取复制、云端信息安全漏洞等安全问题极大影响到了用户的使用感受。

目前国内尚无相应的智能门锁国家标准。公安部出台了相关的GA 374-2001、GA 701-2007《指纹防盗锁通用技术条件》公共安全行业标准,标准按机械强度、环境试验的严酷等级,将产品的安全级别由低到高分为A、B两级,规定了电子防盗锁的技术要求和测试方法。

各地区也正在加快制定智能门锁安全标准,中国电信联合公安部和电信终端产业协会(TAF)于2018年9月共同发布了《智能门锁信息安全技术要求与测试方法》,中国五金制品协会于2018年11月正式发布了团体标准T/CHNA 1013-2018《智能云锁的功能要求》,致力全面规范智能门锁的安全管理。

业内专家认为,智能锁行业想要快速扩大市场,就要回归智能门锁的本质要求——安全,这也要求智能门锁企业回归产品,在技术层面加强指纹识别、数字加密等方面的研发投入,通过提高门锁的安防技能、增强质量控制管理,提升消费者的产品信心和购买欲望。

当前,智能门锁已经在很多商业场景中得到应用,例如酒店、写字楼、公寓等,已经完成了市场教育过程,凭借其技术发展与消费升级,将迎来爆发式增长。然而,有关行业专家预计,在竞争日益激烈的市场上,谁更懂得如何满足客户的智能需求,谁才能真正的抢占市场。中国家电商业协会营销委员会执行会长洪仕斌也表示,在经历一轮洗牌之后,智能锁行业也将逐渐走向以创新和质量为核心能力的健康发展之道。

磁悬浮中央空调高增长,中国品牌引领行业走向

东 升

3月20日,产业在线发布的《2018年全球磁悬浮中央空调行业研究报告》显示:2018年,全球磁悬浮离心机组市场同比增长26%,远超冷水机组的增长。而高增长的背后是中国市场功不可没,2018年,国内磁悬浮离心机组销量同比增长42%,占全球市场份额24.5%。

有分析认为,全球磁悬浮中央空调迎来高增长的原因,首先,就产品本身而言,磁悬浮离心机组有着节能高效的优点,因此在很多国家都被认可并大力倡导使用;其次,2018年全球经济继续稳定复苏,整体大环境有利于磁悬浮离心机组的发展;再次,中国企业在持续创新功不可没,引领作用开始凸显。

中国品牌成创新风向标

此次发布的研究报告显示:2018年,从全球磁悬浮中央空调市场来看,全球前五品牌中,只有海尔一家国产品牌,但其全球市场份额占比13.5%,位

居首位,领先第二名超10.6%,领先第三名超56%,占据绝对引领地位。而在全球最大的磁悬浮中央空调市场——中国市场,海尔磁悬浮中央空调已经连续13年稳居行业第一份额,遥遥领先其他品牌。海尔已成为全球磁悬浮离心机组销售量最大的企业。

据了解,作为我国第一个掌握磁悬浮离心机技术的品牌,海尔在2006年成功推出了我国第一台磁悬浮中央空调,揭开了中国磁悬浮中央空调的发展序幕。在此后的13年发展历程中,海尔不仅填补了磁悬浮行业的九项空白,更凭借节能不止50%、30年超长寿命以及全系统、全生命周期的最低成本解决方案,解决了中央空调能耗高和维护成本高等行业性难题,让中国品牌在全球磁悬浮中央空调产业链上一跃成为引领者。因此,有行业人士说,海尔磁悬浮离心机发展史就是一部中国磁悬浮离心机发展史。

除了在国内市场表现突出以外,海尔磁悬浮中央空调在海外市场布局的脚步也在不断加快。目前,海尔磁悬浮中央空调已覆盖全球五大洲,在澳大利亚、泰国等成为最具影响力的中国自主品牌,在全球树立了600多个样板工程。

“从中国第一到全球第一,这也意味着中国品牌已成为全球磁悬浮中央空调发展的创新风向标。”有学者表示,磁悬浮离心机的出现,让中国暖通行业首度站在了世界领先的位置,这不仅是制造业的幸事,也是中国企业将制造强国梦想付诸现实的一大成功实践。

率先发力物联网

物联网时代正在向我们走来,而5G的大热,让企业嗅到了商机。日前,海尔中央空调联合中国信息通信研究院、中国家用电器研究院、中国移动通信集团和爱立信(中国)有限公司共同发布了全球首个物联网中央空调白皮书(2019版),展示了物联网中央空调体系架构及解决方案。该白皮书中提到,应用5G等技术,通过大数据、边缘计算等物联网技术,使中央空调具备物联网功能,实现与用户的终身联接。有业内人士称,种种迹象表明,作为中国品牌,海尔中央空调已开始率先发力5G领域。

据了解,海尔正在把5G技术应用于家用与商用领域。物联网时代正在向我们走来,而5G的大热,让企业嗅到了商机。日前,海尔中央空调联合中国信息通信研究院、中国家用电器研究院、中国移动通信集团和爱立信(中国)有限公司,应用5G等技术,共同致力于物联网中央空调的研发,以期在该领域打造更多的引领标杆,强化自己在行业中的强

中央空调领域,利用该技术为中央空调不同应用场景提供差异化的网络能力和业务服务创新,让设备更加节能、舒适和方便自动化控制。以海尔磁悬浮中央空调为例,利用5G技术的优势,能够将机组能耗数据与维护提醒等信息迅速传输到E+云服务平台进行高速云计算,秒速输出设备运行报告与维护方案等,从而更精准快速地实现设备自主控制。

海尔中央空调率先发力5G,离不开其多年在物联网领域的技术探索。1998年,海尔推出全球首台程控电话遥控空调;2005年,海尔推出基于移动(2G)信号的短信控制空调;2010年,海尔推出全球首台基于3G信号控制的空调;2015年,结合Uhome智慧家居平台及WiFi接入方案,海尔推出智能空气解决方案;2017年,结合E+云服务平台,海尔推出高速率无线接入的物联网中央空调,为用户提供全生命周期智慧节能解决方案,实现机组的节能运行、远程控制、智能维保等。正是有了这些中前期漫长的铺垫与蓄力,才有了今天的发力5G打下坚实的基础。

海尔目前正在联合中国信息通信研究院、中国家用电器研究院、中国移动通信集团以及全球领先的移动通信设备商爱立信(中国)有限公司,应用5G等技术,共同致力于物联网中央空调的研发,以期在该领域打造更多的引领标杆,强化自己在行业中的强

4G改变了生活,而5G将改变社会。5G不仅将带来更好的移动通信体验,更肩负着赋能垂直行业的历史使命。中央空调行业步入5G时代,将演绎出怎样的精彩令人期待。

从建设、培训到检修服务不断做强品牌

兰州石化海外业务从“走出去”到“叫得响”

本报讯(记者康劲)“凭借检修服务方面的品牌优势,这个项目一定能顺利推进,成为企业走向海外的新的增长点。”3月下旬,正在为苏丹化工厂变电所的改造项目做准备的兰州石化国际事业分公司执行董事周红,对项目前景充满信心。

拥有61年历史的兰州石化,在炼油化工操作、技术、管理人才培养方面积累了丰富的经验。近年来,兰州石化凭借海外员工培训、炼厂开车和检修服务“三个品牌”,探索出全产业链发展的新模式。在苏丹、尼日尔、阿尔及利亚提供技术培训服务,组织专业讲师、技能和管理专家,为海外学员系统授课。为了提升海外学员的操作技能,公司让海外学员接受真培训,到炼油化工装置以“师傅带”的方式跟着经验丰富的师傅实习。大部分海外学员回国后成为企业管理精英、技术骨干、操作能手。

同时,兰州石化先后参与了苏丹化工厂1.5万吨聚丙烯装置、气体分馏装置、编织袋厂的运行维护,苏丹6区油田减黏装置、阿尔及利亚500万吨/年凝析油厂开车,均实现了第一次开车成功。

目前,兰州石化逐步实现了工程建设、开工开车、生产保运、炼厂检修、技术服务和人员培训等全产业链“走出去”,还带动了催化剂、机械仪表等设备产品出口到10余个国家和地区。

本报记者 陈 华 本报通讯员 叶玉庭

口红、面膜等化妆品中是否含有有害物质,白酒样品是否符合质量标准,农产品中是否有农药兽药残留?在位于合肥市包河经开区的检验检测认证服务产业基地内,70多家检验检测认证公司,通过各类先进仪器和技术进行检测,很快便能给出答案。

“一般情况下,农残兽残的残留量都很小,有些有毒有害物质的剂量很小,已经到了纳克级。”安徽公众检验研究院院长童亮介绍,“纳克级物质的检测,就像在一吨大米中去寻找一粒米,这就需要高精度的设备来捕捉。”

正因为类似检测难度较大,科技含量较高,一些企业由此看到了商机,积极寻求进入检验检测高技术服务业,从而也助推检验检测认证服务产业集聚区的形成。

“黑科技”助推检验检测服务产业发展

利用气质联用仪,可以在40分钟内检测分离出78种化合物;利用气质质仪,可以从成千上万种农药中筛选出200多种农药。让人感觉高大上的检验

从“一吨米”中找“一粒米”找出来的商机

检测行业,与我们的日常生活息息相关。在安徽公众检验研究院内,700多台仪器可以对各类食品、环境、化妆品、肥料、饲料进行检测。

</