

产品采购直接成本约占70%—80%，运营成本占5%—6%，履约成本约占12%—20%，还有弹性最大的市场推广成本

价格极限曝光 电商大战或见分晓

■ 本报记者 陈昌成

没有任何先兆，乐蜂网突然亮出了一个危险动作。

在一次寻常的交流会上，乐蜂网投下了一颗重磅炸弹——《化妆品电商行业白皮书》。这份长达一万多字的白皮书，从产品采购渠道、运营成本、定价、销售、物流管理以及消费者权益保护措施等多个方面对化妆品电商的经营内幕进行了解剖，其中不乏一些以往被视为绝密内情的爆料。而其中最“醒目”的是白皮书对化妆品电商价格的大起底：产品采购的直接成本占到约70%—80%；运营成本占5%—6%，这部分包括了行政总务、薪资、技术等；履约成本占12%—20%，这部分包括了整个仓储和物流投送的全部成本；此外，还有弹性最大的市场推广成本，成熟的电商正常情况下在3%—6%之间，推广期的电商，有可能高达10%—15%。

根据这些分析，白皮书给出了一个综合范围，即22%—30%的毛利率往往是规范经营正品的电商的损益范围，结合直接采购成本来看，专柜价格的七折左右，大约就是化妆品电商正品低价的下限。

由此，主管乐蜂网运营的副总裁辛益华表示，化妆品网购的价格优势主要是针对线下实体店，规范的电商之间，个别产品进行策略性的销售是有的，但普遍来看，只要经营的是正品，能做到的价格下限是很接近的。“所谓‘全网最低’这种说法是不合逻辑的”。

低价力量

乐蜂网理性的数字分析显然无法阻挡电商的非理性扩张。电商到底挣不挣钱？不挣钱为什么还要做？这可不是舆论对电商行业最多的疑问。不过目前共识已经形成：牺牲现在、放眼未来。

2011年，中国电商交易规模或超7500亿元，较2010年增幅达50%。网购人数近2亿，网民网购渗透率接近50%。波士顿咨询的一份报告指出，到2015年，中国的电子商务市场规模将达到2万亿元，中国有可能取代美国成为世界上最大的电子商务市场。

金乔网创始人兼总经理叶经生在BSC商业经济高峰论坛上表示，电子商务是21世纪最具发展前景的行业，今天的商业业态已经从传统的生

产商、分销商、零售店的方式向互联网的信息集成化、市场虚拟化、竞争国际化的方向发展，各种新的商业新思维和新的商业模式不断涌现，现在不参与互联网，你失去的不是一个机会，而是一个时代。

正是对这种趋势的必然性认识，主导了现在中国的电商现状——跑马圈地。业内人士表示，“运营层都致力于在短期内把市场规模做大，而不是挣到钱。这就需要尽量压低产品销售价格，扩大物流配送能力等等。而实现这些就需要‘烧钱’，用大面积的亏损来换取市场规模的膨胀，直至IPO的成功。到这时，前期投入在膨胀的市值回报下，就成了九牛一毛。可以说，电商不是不挣钱，而是挣钱的方式不同，时间不同。”

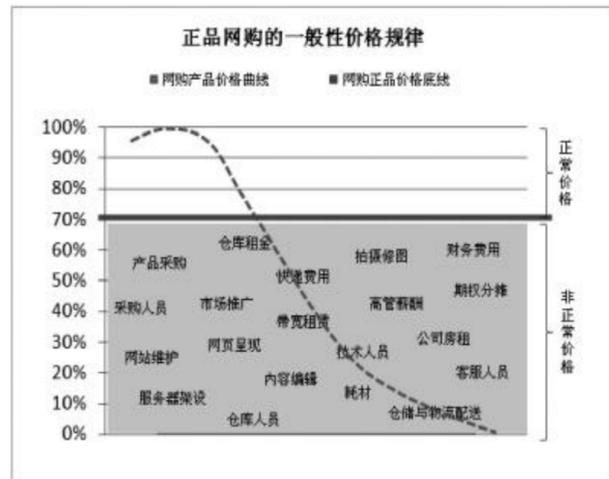
辛益华表示，“融资一规模一上市”正是一般情况下，中国电商战略本质的三部曲。这也决定了电商的资金链更为脆弱和致命。实质上，这套模式就是一场现金流和亏损的赛跑，只要市场规模增长够快，资金链就会比较健康，一旦出现亏损过现金流，那就是致命的危机。

不过，NALA运营总监付强表示，从价值链的角度来看，线下品牌价值链中代理商、广告、给零售的利润占到很高比例，不维持高价格，这个模式就走不通。但一个线上新品牌，可以直接售卖商品给消费者，沿用线下品牌的定价方式，本身就不合理。所以以往线上品牌定价会趋于便宜。我认为这是零售环境的进步，以往的线下定价本身对消费者不公平，所以这种便宜是一种进步。

艾瑞前副总裁何纲也表示，商品的本质是给消费者创造价值，从单个商品购买来看，如果消费者风险更大、服务打折，那么同样商品购买的前提下，你卖等价和高价的理由是什么？“商品流通的供应链结构因为电子商务发生了很大改变，这个改变本质上向更短、更有效率、更精确方向推进的，这些改变的目标都包括降低成本，为降价提供了事实上的空间”。

有关数据统计，传统零售商的人工率、租金率、折旧销售率，加上水电等综合费用率约占到销售额的17%。“物流费用率高，消耗的能源必然也高。”叶经生认为，物流与供应链建设是未来制胜的关键竞争力。

何纲认为，零售的颠覆者都是通过低价杀进来的，无论京东还是淘宝



的核心价值都是帮助消费者省钱，同牌同品网络更便宜这已经是一个消费常识了，等价和高价的消费阻力无疑是更大的，逆势、反常理做销售的成功几率大吗？还不如老老实实稍微便宜些卖吧。

价格之外

对于电商企业而言，价格显然是撬动消费力量的有效武器。

今年4月，苏宁易购最先挑起价格战。随后的一个月时间里，亚马逊中国、天猫、京东商城、腾讯电商、当当网、库巴网、易讯网和新蛋中国等九大平台商纷纷加入混战。从4月开始至今未停的电商价格战，几家家电商巨头宣称用来凝聚客户、降价让利的巨资投入总额已将近70亿元。

而由大幅促销产生的巨额亏损也是触目惊心：2011年国美电器网上商城跟库巴网合计亏损近4亿元；当当网自去年7月份开始，9个月亏损3亿元；苏宁电器2012年第一季度财报显示其曾遭遇上市8年来首次负增长，净利润下降15.3%；而据首次发布的京东财报来看，其去年净亏10亿元，盈利预期远在2015年。

受损的不仅仅是电商，还有供货商。电商价格战的成本转嫁还有可能会波及上游的原材料零部件企业。产业观察家洪仕斌表示，价格战最终有

可能会导致受渠道商挤压的制造商将成本压力转嫁给上游，从而“破坏产业链的生态平衡”。

这种不计后果的价格竞赛目的似乎很明显，就是挤占竞争对手的市场空间，最终重塑市场格局。或许只有市场寡头的出现，惨烈的价格战才可能接近尾声。

业内人士认为，这种“点对点”的促销战是互联网领域的特殊产物，也是承载行业发展的新载体。从以往的经验看，目前格局已定的搜索领域和门户网站也都经历过如电商现在这般疯狂的针锋相对期。

在价格手段无法实现市场目标的前提下，整合、合作的联合作战方式成为新的突破路径。有消息称，国内最大的互联网公司腾讯已与占据B2C网站前五名的当当网达成合作意向。此前，国美电器发布公告披露，黄光裕已通过旗下的国美锐剑公司斥资9009万港元取得库巴网和新锐美两家电商网站各40%的股权。而另外60%则由国美电器旗下全资子公司北京汇海天商务咨询有限公司持有。

占据前五名的B2C电商的市场份额占到8成多，“电商营销已经细化到极致，这也预示着这个行业或许即将决出胜负。这轮价格战偃旗息鼓后，电商格局可能会重新洗牌。几大行业寡头决定市场的时代将来临。”一位行业分析人士表示。

运营商“坐庄”手机产业链整合

业内人士分析：当前中国能够整合手机全产业链的，不是联想、TCL等手机制造商，也不是百度、360等内容商，只有三大运营商。

■ 本报记者 许意强 见习记者 郭奎涛

很多手机都已经不是手机厂商的手机，因为它们的市场和用户都掌握在运营商手中，运营商还通过对手机的性能、价格等方面的限制进一步决定了它们要用的芯片、设计和应用产品，大有从反向控制整个手机产业链之势。

艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅坦言，手机厂商相比运营商无疑是弱势群体，因为运营商通过渠道优势可以将用户需求直接转化为市场，牢牢控制了它们的大部分市场和用户，在这场博弈中只有三星、苹果等少数大型企业能够幸免。

“整合是市场发展的一个主流，但国内一线手机厂商大多不具备整合的条件，原因是没有自己的核心优势，这个优势或者是渠道上的、规模上的、产品性能上的或者是成本控制上的。如果没有这个核心竞争力，只能逐渐落到价值链的最低端。”在慧聪研究ITC事业研究部总监张本厚看来，当前中国能够整合手机全产业链的，不是联想、TCL等手机制造商，也不是百度、360等内容商，只有三大运营商。

手机产业链：谁都想整合

“手机产业链主要是指上中下三

端，分别包括芯片、系统等软硬件零配件，中游的手机厂商和下游的市场用户。严格来讲，运营商并不属于手机产业链。”张毅在接受《中国企业报》记者采访时说。

也有观点认为，“完整的手机产业链共包括芯片厂商、手机设计公司、手机制造厂商、操作系统和应用平台商、应用开发商和手机销售商六个环节。”

无论采取哪种说法，运营商都不是手机产业链的直属成员。有趣的是，这个门外汉正在越来越多地影响甚至决定着整个手机产业链各个环节的生存状况。大到手机厂商小到应用开发，运营商的影子无处不在。

统计数据表明，2011年迅速崛起的两家国产手机厂商中，华为1.5亿的手机出货量中运营商定制渠道做出的贡献达到了65%以上，中兴更有高达95%以上的手机销量来自运营商采购。反观完全不依赖运营商渠道的HTC，从去年第四季度就表现出明显下滑趋势，该公司中国区总经理任伟光不得不表示，“以后将加强与运营商之间的渠道合作。”

面对运营商定制渠道，手机厂商已经一定程度地表现出臣服，芯片、应用等软硬件零配件自然不敢心存侥幸，因为运营商对手机性能、价格的

要求直接影响到它们的产品研发和市场规模。包括百度、360等互联网运营商也开始加大对手机市场份额的抢夺。

“PC互联网是一局象棋，下棋的人只有两人，你考虑用户就够了。但移动互联网就像是一局围棋，运营商、终端厂商、操作系统厂商、互联网内容提供商，大家角色不同，却彼此依存，只有合作才能从根本上提升移动互联网产品和服务的质量。”UC优视董事长兼首席执行官俞永福表示。

“事实上，正是合作成就了UC。”俞永福表示。纵观UC在中国的合作伙伴，包括三大运营商和几乎全部的国内外终端品牌，同时还与大量的互联网内容和服务提供商进行了产品端的合作。比如与安全厂商合作推出解决上网安全问题，与中国银联和支付宝战略合作，推动移动支付落地等等。

资源争夺战：谁能笑到最后

“智能手机与移动互联网将重做整个通讯产业，为我国手机产业发展带来了新的机遇。”工信部电子信息司副司长刁石京表示。这无疑为许多后来者企业挑战行业龙头提供了千

载难逢的一次机会。

中国移动由于政策的支持率先走在了手机产业的前列，中国联通、中国电信由于政策的原因被严格地束缚在了宽带、固话等领域。如今随着政策的放开，后者近年来不断通过加大对智能手机和互联网企业的合作，希望以此作为突破口挑战中国移动的龙头地位。

目前，中国联通已经形成了包括诺基亚、三星、中兴、联想等主流终端厂商，新浪、腾讯等移动互联网大腕在内的、软硬一体的强大3G手机阵营。中国电信天翼CDMA产业链上下游合作伙伴也超过了410家，3G手机约为500款，远超中国移动的371款。

三大运营商在手机产业链上下游资源的争夺方面已经达到了白热化的程度，并且还在不断开发新的领域。在“第一届中国手机大赛”发布会上，中国移动、中国联通和中国电信均表示，将会充分加强与大赛优秀产品和企业的合作。

“整合不一定能带来预期的效果，中国联通虽然最早引入了苹果的iPhone，但是就三大运营商最新的季度来看，它的利润等方面的表现是最差的。”张本厚认为，中国移动目前的发展还是相对不错的。

资讯

博雅心航线打造巴萨青训营

近日，由西班牙巴萨俱乐部与北京时博国际体育赛事有限公司合作举办的中国首个巴萨青训营的招生工作正式启动，在北京举行的授权启动仪式上，青训营承办方北京时博国际体育赛事有限公司正式授权北京博雅心航线教育科技有限公司为官方指定合作伙伴及联合承办机构，心航线协助时博国际做好官员的招募、课程与行程的安排等工作。

工银瑞信债基6只进前十名

德圣基金研究中心数据显示，在债券投资上实力较强、对债券市场趋势性判断较为准确的工银系债基位于涨幅榜前列，工银添利A、B，工银添颐A、B，工银双利A、B占据了月涨幅3—8位，其中偏重于信用债投资的工银添利平均涨幅达4.75%，操作相对稳健的工银添颐和工银双利涨幅也均在4.3%以上。今年以来，工银瑞信旗下债券基金整体表现也很亮眼，今年以来一路领跑，远远超过同类基金平均净值增长率。

ABB集团人力资源负责人获美大奖

6月13日，ABB集团宣布，其执行委员会人力资源负责人Gary Steel荣获由美国密歇根大学和美国咨询公司Linkage共同颁发的终身成就奖，以表彰他在ABB全球战略中在人力资源整合方面的杰出贡献。密歇根大学罗斯商学院管理及组织专业教授Noel Tichy表示：“Gary Steel在人力资源领域有非比寻常的职业发展成就，对行业产生了巨大影响，因此获得这项殊荣。”

“德勤50强”评选活动在京启动

6月12日，专业会计师事务所德勤与专业品牌活动与传播机构品牌中国在北京宣布，由德勤中国主办、品牌中国产业联盟执行主办的2012年“德勤高科技、高成长中国50强”评选活动正式启动。该项目对总部设在中国大陆或香港的公司连续三年的平均收入增长率进行排名。参加项目评选的企业必须是至少已经经营三年，并且企业参评的三个年度中的第一年度营业收入不得少于人民币200万元。

Monster破解网络招聘海量困境

在各种技术变革和创新中，Monster的语义搜索、云计算以及行为定向技术“三剑客”助力企业破解网络招聘海量信息困境。其推出的6Sense语义搜索专利技术，能快速理解用户的搜索意图，实现精准搜索和精准匹配。云计算技术，则能将大量网络资源统一管理和调度，构成一个计算资源池向用户按需服务。

500家企业齐聚北大定位中国

日前，由北京大学汇丰商学院主办的定位·中国十周年盛会(2002—2012)在北京大学隆重举行。北京大学副校长海闻教授特邀“定位之父”杰克·特劳特访华，与中国数百企业家共同探讨转变中国经济增长方式之道。东阿阿胶股份有限公司总经理秦玉峰、方太集团副总裁孙利明、香飘飘食品有限公司董事长蒋建琪等多位企业家分别详谈各自的定位实践心得。本次论坛还特邀了晋江“商业教父”恒安集团首席执行官许连捷、特劳特中国公司总经理邓德隆等业界、学界专家莅临分享。

2012装备工业蓝皮书在京发布

日前，中国装备工业领域第一本理论书籍《2012装备工业蓝皮书——转型升级中的装备制造业》(以下简称蓝皮书)在中国科技馆举办新书发布仪式。蓝皮书编委会的权威专家、优秀企业代表以及蓝皮书的编辑人员，与几十家全国知名财经媒体参与交流及探讨。蓝皮书是由装备工业领域第一民间智库——中工联国际装备制造研究中心(CERC)发起，联合业内知名学者数人，经过两年筹备，正式向业内推出的一本“智慧书”，由原机械工业部副部长陆燕荪亲自作序。

中商联与国开行签署合作备忘录

日前，中国商业联合会商品交易市场专业委员会与国家开发银行股份有限公司评审一局在北京钓鱼台国宾馆举行《支持商贸流通业合作备忘录》签约仪式。中国商业联合会名誉会长何济海、国开行评审一局局长张庆民、中国-东盟中心秘书长马明强、中国商业联合会商品交易市场专业委员会常务副主任兼秘书长骆毓龙以及国开行相关部门领导出席了本次活动。仪式上，骆毓龙和张庆民分别代表中商联市场委和国开行评审一局共同签署了《支持商贸流通业合作备忘录》。

古贝春与酒仙网开启电商新时代

日前，古贝春酒业与酒仙网在北京签署战略合作协议。古贝春酒业正式宣布拓展全国市场，进军电子商务。此次古贝春酒业与酒仙网的携手合作，得到了中国电子工程委员会、中国公益事业联合会的大力支持。酒仙网承诺每卖出一瓶古贝春酒，将向中国爱心工程基金会捐赠一元钱。此次古贝春进军电子商务，创建了古贝春营销新模式，将古贝春产品在线上销售，顾客轻点鼠标就可以买到甜润醇美的古贝春美酒。

搜狗凭借“三箭齐发”增速惊人

“未来几年，我国网络广告规模可能超越电视媒体，搜索引擎广告作为营销效果最明显的网络营销方式，将保持高速增长态势。”艾瑞咨询师刘大龙如是说。据《2011年度中国互联网广告核心数据》显示，2011年中国网络经济规模达511.9亿，超越报纸广告，直通电视媒体广告规模，成为第二大广告投放平台。近来腾讯对公司组织架构进行了大规模调整，有媒体报道称腾讯搜搜将开始放弃PC搜索引擎市场。搜狗凭借“三箭齐发”的战略布局和遥遥领先的增速，实力不容小觑。

科学用盐促进健康行动计划开启

6月12日，由中国盐业总公司主办的“中国盐业启动科学用盐促进健康行动计划新闻发布会”在北京人民大会堂隆重召开。中国盐业总公司积极响应《中国慢性病防治工作规划》的出台，向全国盐业行业发出倡议，启动中国盐业科学用盐促进健康行动计划，旨在通过倡导科学用盐，引领现代盐业，创造美好生活，履行社会责任，促进国民健康，营造科学用盐的社会氛围，推动《中国慢性病防治工作规划》目标的落实。

TP-LINK发布2012夏季新品

6月13日，全球无线和宽带接入市场占有率第一的TP-LINK，在北京举行了夏季新产品发布会，带来一系列10多款全新产品。TP-LINK即将上市5款900M、750M双频无线以及最新便携式3G路由等多款新品。便携3G路由TL-TR861，支持联通SIM卡，外形精美，内置2000mA电池，显示屏可显示3G、Wi-Fi、电池电量等各类信息，小巧实用，是与与会者最想拥有的产品之一。同期发布的还有多款VPN路由、企业级无线路由器以及部分2层网管交换机。

遗失声明

北京华业行房地产经纪有限公司营业执照正本不慎遗失(注册号:11000000895503),特此声明。
北京华业行房地产经纪有限公司
2012年6月19日

细说企业名称登记⑦

小张:您好,我报了好几个名称都重名了,我想了解一下在起名名称的字号时应该注意什么?

登记人员:您好!我们的基本建议是:为了减少重名或者近似的情况发生,建议您使用三个以上的汉字作为字号。另外,还有以下三点请您也要注意:第一,建议您至少取3个以上的备用字号,我们将按您填写的顺序依次查重,以首先不重名的名称为核准使用的名称;第二,名称中的行业特点应与主营业务相一致,不应明示或者暗示有超越其经营范围的业务。例如:主营销售日用品,那么应以商贸或经贸为行业特点;主营业务是技术开发,那么名称应以科技为行业特点。申请跨行业从事经营活动的,经营范围中的第一项应当作为主营业务;第三,使用外文译音作字号、字号有其他含义的或者使用新兴行业表述用语的,应当在“备注说明”栏目中做出解释说明。

海淀工商“送法律、送服务”专栏