

电商加速“死亡”之谜： 成本高企堪比线下店 多隐患易引发“骨牌效应”

“大部分人都以为网店成本比实体店低，但在实际经营中，人员成本、运营和维护费用、仓储物流成本……特别是昂贵的引流费，让我们苦不堪言，成本甚至大大超过实体店。”一位电商运营者告诉记者。

部分电商企业正在加速“死亡”。数据统计，2019年至少有41家电商公司倒下，包括生鲜电商、社交电商、奢侈品电商等多种类型。不同于拼多多、淘集集、尚品网等自带流量的知名电商，它们的甚至曾获得高领资本、雷军等资本大佬的青睐。今年上半年也已至少有5家电商倒闭。

而实际上，市场上“死亡”的电商已远超这一数据。

这些电商在诞生之初，大多受资本追捧，并戴上“新经济企业”的光环，为何会在短短几年内就倒下？它们有的手握十几亿元的融资，又如何在一夜之间烧光？

电商经营成本高企

记者注意到，近两年“死亡”的电商企业，大部分成立于2015年前后，主要集中在生鲜食品、社区电商、服饰服装等行业中，资金链断裂、造假骗保、商业模式匮乏是其死亡的主要原因。

电商成本主要包括专业研发团队人

工成本、系统研发费用、日常运营成本等，还有技术服务费、税费、仓储物流成本、返点等。而这对于商家和流量尚不稳定的中小规模企业而言，是笔不小的开销，前期大部分电商处于烧钱状态。

一位电商平台负责人告诉记者：“公司增加电子商务业务后，在系统开发上耗费了不少的费用，同时需要邀请、定期培训、深造电子商务专业人员，增加了成本费用，电商平台从初建到稳定至少需要2年的时间，但一般撑不到那么长时间资金链就断裂了。”

而对于另一类入驻电商平台的商家而言，其成本主要是人力运维、商品采购成本、年费、平台引流成本等，引流成本、广告费等居高不下，让这部分商家苦不堪言。

记者调查了解到，目前电商业内平均获取一个客户的价格在200元—400元不等，很多商品本身都没200元，如果不能抓住老客户复购，那就是赔了。

网经社电子商务研究中心主任曹磊在接受记者采访时表示：“对于电商卖家而言，流量成本是非常可怕的，虽然网店不用租金、装修，但除了流量费用支出之外，还要向平台缴纳基础服务费、年费、各种营销数据分析服务费等等，实际运营成本不比实体店低，有的甚至要高很多。”

在高企的成本下，早期得到融资的电商如在持续烧钱的同时，没有及时的资金支持，又难以盈利自救，那么就很容易“昙花一现”。

海豚智库创始人李成东在接受采访时说：“走融资路线的电商创业公司成功率很低，近两年出现一个特别有意思的现象，电商公司做到初始规模就因为缺钱急于融资，但很多在竞争中失败，走过了A轮融资就走不下去。疫情对生鲜、百货服装、家居电商冲击也比较大，很多电商企业只有不到往年70%的销售额，支撑不起高额的支出，瞬间死亡。”

电商行业早已走过了“三台电脑、两个人”就可以运营的时代，如今在充分竞争、人员物流成本极高的时期，电商对现金流和网络资源有极高的要求，这也是传统电商大企业纷纷布局线下的原因。与此同时，在新兴和细分电商领域，大家一窝蜂似的涌入，也让没有雄厚资本支撑的部分电商提前“夭折”。

曹磊认为，整体来看，电商的倒闭受多重因素影响。“从外部来看，资本寒冬、行业的市场竞争激烈触发丛林法则，流量资源被阿里、京东、拼多多、美团巨头所垄断，且它们的触角也正在伸到细分领域，中小电商生存环境

恶劣，融资不畅、举步维艰；从内部看，企业战略、方向、股权结构等一旦出现问题，资金有一环跟不上，立刻引发‘骨牌效应’。”

创新才能活下去

近两年里，有一定融资规模的新兴电商开始出现新一轮集中倒闭和洗牌，它们大多“死于”商业模式匮乏、资金链断裂。

“在新技术、新需求和新消费之下，电商正在被赋予新的意义，其模式正在不断创新，平台正在不断丰富，直播电商等新形式兴起，跨界融合是未来的方向。”李成东认为。

“新经济”无非是个概念，上述板块都跳不脱“零售”，零售根本上还是在梳理人、货、场的关系，考虑的是成本、收益。如果成本居高不下，收益并不可观，所谓的那些“商业模式”很难跑通。电商要想活，就必须创新商业模式。”钉科技创始人、产业经济观察家丁少将对记者表示。

他认为，今年电商的危与机都是相对的。“所有的生意都值得重做一次”，依旧适合今年，关键是企业选好目标，做好规划，因为流通和消费的需求不会消失。据证券日报

中国工商银行8月10日起 开始发售储蓄国债(电子式)

近日，记者了解到，中国工商银行8月10日至8月19日同时通过柜面和个人网上银行面向个人客户代理发行2020年第一期和第二期储蓄国债(电子式)。据了解，此次财政部在全国的储蓄国债(电子式)最大发行总额600亿元。其中，第一期期限3年，票面年利率3.8%，最大发行额300亿元；第二期期限5年，票面年利率3.97%，最大发行额300亿元。两期储蓄国债均于2020年8月10日起息，按年付息，每年8月10日支付利息。第一期于2023年8月10日偿还本金并支付最后一年利息；第二期于2025年8月10日偿还本金并支付最后一年利息。

作为首批代销银行之一的中国工商银行，推出网上和柜面办理该业务，欲办理此业务的客户需在该行开立借记卡账户，用以登记客户持有的储蓄国债(电子式)债权。同时，需指定一个在该行开立的本人个人活期结算账户作为资金清算账户，用以清算储蓄国债(电子式)业务相关资金往来。

中国工商银行支持全国范围内通买通兑，免收异地买卖手续费。同时，该行的电话银行查询支持全国漫游异地查询，可通过拨打当地95588实现异地账户的查询。欢迎新老客户购买国债，安全理财。

严勇 吴印祥

推动形成“舌尖”文明新风尚 德阳首批10家“文明餐桌示范店”出炉

□本报记者 李鹏飞 文/图



为深化拓展群众性精神文明建设，培育文明健康的生活方式，推动形成“舌尖”文明新风尚，树立先进典型引领文明新风，助推全国文明城市创建，近日，四川省德阳市创建文明餐桌示范店授牌仪式在阿斯牛牛德阳藏舞春天生活馆举行。

德阳市委常委、宣传部部长吴成钢，德阳市委宣传部分副部长、文明办主任任惠彬等出席授牌仪式，并为该店授牌。授牌仪式在阿斯牛牛德阳藏舞春天生活馆、德阳凯佛林大饭

店等10家首批获选餐饮单位授牌。

“餐桌举止非小事，一筷一勺见文明。”吴成钢在授牌仪式上表示，餐桌文明是社会文明的缩影，是城市文明的重要窗口，也是贯彻落实中央、省、市疫情防控工作有效载体和重要抓手。并号召大家使“文明餐桌”成为自觉，“分餐分食”成为习惯，“光盘行动”成为日常，“拒食野味”成为共识，为德阳成功创建全国文明城市、实现高质量发展贡献新的力量。

成都举行渔具用品展 助您进军“渔乐圈”

□本报记者 赵蝶 文/图



8月7日至9日，成都顺城大街富力广场一楼人来人往，热闹非凡。“2020成都夏季精品丝绸服装展”、甘孜松茸节还在火热进行中，又迎来2020成都渔具用品展在此举行。展会以“休闲之都·渔悦生活”为主题，设渔具整竿及配件展区、渔具配件及装备展区、综合用品展区等三大展区，展示展销产品包括钓竿、鱼钩、鱼网、鱼饵、浮漂、鱼线、探鱼机、鱼具箱包、旅游帐篷、水上运动用品、水族用品等众多产品。

记者现场看到，此次展会吸引了来自重庆、湖南、浙江、河北、河南等各地渔具展商参展。各种档次的渔具产品琳琅满目，令人目不暇接。前来买渔具的钓友也是络绎不绝，年龄大到70多岁，小到7岁，普遍反映这一届渔具展新品多，质量好，而且物美价廉。

来自河北的茉莉渔具主打鱼竿系列，其代理销售的如意竹、横刀立马、过江龙等鱼竿品牌，倍受消费者青睐；重庆的展望渔竿同样是钓友们的头心宝，其第三代展望渔竿自主研发，外形新颖美观，重量轻，操作简单，弹力大，不挂线；而湖南临湘浮漂企业也展示了临湘浮漂文化，其中湖南临湘湖洲渔具厂，专业从事生产、销售各种浮漂20年，秉承诚信第一、服务至上的经营理念，为成都垂钓爱好者带来最高品质的浮漂，夜光漂是其全系列主打亮点产品；在钓伞和钓箱方面，来自浙江的15年钓鱼伞制造专家——渔神也带来了其自主研发的各种拳头产品；河南西平县的顺达渔伞此次也来参展，各种渔伞和渔具质量好，价格优，更带来了不少当地民间高手配置的各类钓鱼饵料配方和自

相关新闻 2020成都夏季精品丝绸服装展同期举行

应广大消费者要求，同期，2020成都夏季精品丝绸服装展和甘孜松茸节在富力广场一楼火热进行，在炎炎夏日里为成都市民朋友打造了一场物美价廉的一站式购物盛宴。

本次服装展云集了苏州、杭州的上百家丝绸服装企业，带来了夏日时装、丝绸服装服饰、品牌女装、时尚男装、休闲服饰、中老年服装、丝绸艺术品、丝巾等数千款商品。规模大，品种多，款式齐，颜色丰富，为成都市民提供了清凉一夏的好选择。



立秋至 采茶忙



8月7日，贵州省黔东南苗族侗族自治州从江县两水镇寨村农民在采摘秋茶。

当日是二十四节气中的立秋，从江县农民抓住难得的晴好天气采摘茶叶，力争取得好收成，卖出好价钱。

特约记者 吴德军 摄

新三板基金有望纳入常态化管理 投资比例或将放开

新三板精选层开市交易以来，公募基金积极参与，近日行业又出现新动向。据业内人士透露，后续申报新三板基金有望纳入常态化管理，产品风险等级将由各家管理人根据产品投向和管理能力自行确定，对新三板精选层的投资比例也将放开。

新三板基金或纳入常态化管理

自6月12日首批新三板基金成立以来，目前市场上已发行成立了6只可投新三板的公募基金，截至8月7日的平均收益率为8.83%，最高的超过20%。在战略配售方面，公募基金共参与了10家新三板精选层公司战略配售，共获配1977.96万股，配售金额合计2.68亿元。

近日有消息称未来申报新三板基金，将会纳入常态化管理。记者了解到，首批新三板基金设定的风险等级较高，而以后此类产品的风险等级将由各家管理人根据产品投向和管理能力自行确定，不再做强制要求。同时，对新三板投资的比例也将进一步放开，基金投资新三板精选层股票的比例不再限定为20%，但布局单只新三板个股仍然保持不超过5%的投资比例。

一家基金公司产品人士透露，监管层支持基金公司在产品申报中将新三板精选层股票纳入可投资范围，后续会在产品申报、注册方面加快办理速度。“相对来说，我们更倾向于增加新三板精选层股票”。

“老基金如果修改合同，需要召开持有人大会才能将新三板精选层纳入投资范围。”另一位产品人士表示，新三板精选层中有一些具有较高投资价值个股，参与精选层新股配售也是较好的投资机遇，因此倾向于在新基金投资范围内增加新三板精选层，这样还可以实现产品差异化布局，满足不同投资者的需求。

同时，也有管理人通过其他方式加强投资力度。日前，东方红资管申请将旗下2只大集合产品变更为公募基金产品，通过修改基金合同，将精选层挂牌股票纳入投资范围。根据证监会4月份发布的《公开募集证券投资基金投资全国中小企业股份转让系统挂牌股票指引》，已发行的存量公募基金可依据法律法规和基金合同约定，履行适当程序后投资精选层股票。

投资新三板收益可观

截至8月7日，目前可参与新

三板精选层投资的6只公募基金平均净值涨幅8.83%，表现最好的富国积极成长混合基金，6月15日成立以来净值涨幅达到21.65%，华夏成长精选净值累计上涨超过17%。

万家基金表示，投资精选层机构参与力度较小，散户参与比重较高，导致投机资金比重过高，容易追涨杀跌。但总体来看，精选层首批公司挂牌发行市盈率较低，估值的安全边际较高，具备一定的投资吸引力。“未来在精选层投资上，将基于公司基本面研究、行业研究、A股对标研究，重点挑选质地优异的公司，关注并择机参与精选层挂牌发行股票中市盈率较低、估值安全边际较高、价格估值泡沫小的标的。”

华夏基金总经理李一梅指出，未来，越来越多的公募基金和机构投资者将加入精选层的投资大军，新三板精选层的流动性将得到大幅改善。优质企业不仅能获得投资者青睐，还能够实现与自身行业地位和成长性相匹配的估值水平。新三板也将吸引更多更优质的企业，从而形成良性循环，充分发挥服务中小企业和联通多层次市场的重要作用。

据证券时报

四川加快推进新型信息消费示范工作

□本报记者 赵蝶

日前，工业和信息化部对2020年新型信息消费示范项目名单(100个)进行了公示。四川省共有眉州东坡·舌尖上的东坡味道、打造“田间直达餐桌”的互联网美食消费新体验、三星堆文物数字化保护应用与传播推广、数字白酒·云酒柜、积极循环废旧资源专业处置平台、新一代远程实时协同云演播制作平台、轨道交通移动支付平台示范项目等6个项目成功入选，覆盖线上餐饮、数字文物、移动支付、行业平台等多个方向。

据悉，近年来，四川省结合“5+1”现代工业体系布局，面向5G、人工智能、大数据等前沿领域，加快推进新一代信息技术在消费领域的深度应用。去年，成都市成功入选首批国家级信息消费示范城市。此次四川省多个项目入围，多业态竞相发展，充分显示了四川省在新型信息消费领域良好产业基础和广阔的发展前景。

接下来，四川将深入贯彻落实国家关于信息消费的战略部署，坚决按照省委省政府关于“消费促升级”的各项要求，在督促示范项目有序实施推进的同时，持续开展信息消费试点示范工作，支持市(州)创建国家级信息消费示范城市，遴选培育一批信息消费体验中心，充分发挥示范带动作用，培育各类新型信息消费产品和服务，进一步推广新型信息消费理念，持续激发市场活力，壮大发展新动能。