

D 调查
IAOCHA

社交电商,释放更多消费潜力

“这个夏天我能实现‘水果自由’,多亏了拼多多。”热衷网购的戴先生最近对电商APP(应用程序)拼多多推出的社交游戏“多多果园”很感兴趣。通过这一功能,用户可以拉好友帮忙共同种植虚拟果树,然后在现实生活中兑换成水果。“我花了五六天种的第一棵枣,兑换了5斤芒果,现在第二棵准备兑换柠檬的树也快种好了。”

这种“社交+电商”的模式近年来成长迅速,发展潜力巨大。中国互联网协会在今年7月发布的《2019中国社交电商行业发展报告》显示,2018年全国社交电商市场规模超1.2万亿,占整个网络零售交易规模14%。2019年预计市场规模达2万亿元,同比增长高达63.2%。社交电商已成为电子商务中不可忽视的规模化、高增长的细分市场。

社交电商购物用户达5亿

社交电商是一种基于移动社交而迅速发展的电子商务模式。对消费者来说,用社交电商APP购物常能享受到更多实惠。在淘宝和微店上有9年开店经验的杨女士告诉笔者,虽

然自己就是网店店主,但平时在购买纸巾这类生活用品时,会优先选择拼多多。“我会用一些无门槛优惠券或者参加好友一起砍价的活动,买下来就会特别划算。”

《2019中国社交电商行业发展报告》显示,2019年中国手机网购用户规模达6.1亿,社交电商购物用户规模达到5亿,预计2019年社交电商占比网络零售规模超过20%,2020年将超过30%。

自2018年起,随着拼多多、云集等多家社交电商企业陆续成功上市,传统电商也开始纷纷试水社交电商。2018年6月,京东推出“京东拼购”,后又与享橙、芬香合作,联合拓展社交电商;今年5月,淘宝旗下社交电商APP“淘小铺”也正式上线。

对外经贸大学国家对外开放研究院研究员程黎森在接受本报采访时指出:“传统电商向社交电商转型是未来的一个发展趋势。”

以人际关系网络为渠道

与传统电商以“货”为纽带,以网络平台为经营渠道不同,社交电商以“人”为纽带,利用互联网社交工具,

以人际关系网络为渠道进行商品交易或提供服务。

《电子商务“十三五”发展规划》提出,要“鼓励社交网络发挥内容、创意及用户关系优势,建立连接电子商务的运营模式”。显而易见,通过社交属性建立起用户之间的连接是提高电商平台活跃度、加强商品针对性从而实现流量精准营销的关键因素。

也有时尚社交分享电商平台的笔记编辑功能很强大。有网友说:“比如挑选口红,我在试色的时候,就可以将精确的色号关联在文章下方,有粉丝感兴趣就可以直接点进去购买。”这样完善的分享模式让网友很有动力写心得测评,也经常浏览别人的笔记“种草”。

“社交电商是用户主导的平台。”程黎森表示,“社交电商中信息传播的受众更加精确,因为用户的社交网络有一定的筛选性作用,能够更精准地找到具有购买能力和购买冲动的消费者。”

既包容审慎也强化监管

在社交电商站上新风口的同时,加强对规范监管也同样刻不容缓。

程黎森指出,社交电商不像传统电商一样具有完善的信用评价体系,容易导致用户受到虚假推荐、虚假评论等问题的滋扰。

此前,抖音“网红”商户刷单售假屡遭消费者投诉。今年3月,社交电商“花生日记”因涉嫌传销被处以罚款7456.58万元,是迄今为止国内社交电商最大的一笔罚单。

在法律规范层面,相关规定不断完善。2018年7月,商务部公布的《社交电商经营规范》(征求意见稿)中明确了社交电商与传销、非法集资等行为的界限。今年初,《电商法》也正式实施。

在监管方面,今年6月,国家市场监督管理总局等八部门联合开展2019网络市场监管专项行动“网剑行动”,为规范电商主体资格,加强对社交电商等经营者的规范引导。

“对于平台经济,我们将秉承包容审慎原则。”国家市场监督管理总局网络交易监督管理局负责人韦犁表示,包容审慎不等于不监管,对于出现假冒伪劣、侵犯知识产权、严重侵害消费者权益等行为,将依法从严打击。

据新华网

乔家大院闭馆十天重新开馆: 门票降价、景区内大部分商业店铺被拆除

7月31日,文化和旅游部发布消息,对乔家大院景区予以取消质量等级处理。从8月7日开始,乔家大院闭馆10天,对过度商业化等问题进行集中整治。闭馆整顿十天之后,被“摘星牌”的乔家大院于17日重新开馆。

8月17日,重新开馆的乔家大院吸引了约8500名游客参观。游客反映,重新开放的乔家大院比以前秩序好,环境卫生明显改善。

据乔家大院旅游景区管理处主任刘学昌介绍,乔家大院核心区共关闭店铺29个,腾退店面1050平方米,用于景区布展和丰富晋商文化展示。

记者在乔家大院景区内看到,大部分商业店铺已拆除,有的店铺变成文创展区,有的变成非遗文化展区,有的则变成了休息区。景区内还有1000个休息位供游客休息。景区内还多了许多自动贩售机,用于销售饮料、纪念币等



物品。

第三次来乔家大院游览的河南游客刘女士说:“十年前的时候,景区里边、外边都很乱,这次来感觉好多了。”

针对停车场管理混乱、厕所脏乱、设施陈旧等问题,乔家大院也进行了整改。目前,景区新建的停车场已经完成了700个小型车位的智能化建设,还有

400个停车位正在建设中。景区卫生间也完成了整改,并增加了无性别卫生间。

最受游客诟病的景区出口商业街也已经拆除,腾退土地4600余平方米,两侧开辟了绿化、硬化;还配备了6辆电动观光车,招手即停,免费乘坐。

记者采访游客,不少人对景区提出了更多期待:

——景区建设需加码,业态需进一步丰富。在乔家大院的规划中,景区将被打造成一个占地700余亩、拥有多种业态的旅游综合体。不过,到目前为止,游客游览的重点还在“四堂一园”。

——日常管理需提升。一些游客提出,乔家大院需要进一步丰富文化内涵,对工作人员进行规范,提高服务质量。部分游客反映,部分导游在中堂游览结束后,就以“院子差不多了”为由,不再对其他景点进行过多讲解。

——商业模式需转变。旅游专家认为,景区未来必须深入挖掘文化内涵才能支撑客流。太原旅游职业学院副院长韩一武说:“二十年前乔家大院的文创产品就是‘牌匾铜镜’等‘乔家大院三宝’的复制品,到现在还是这类产品。乔家大院需要转变商业模式,多在文化产品创意上下功夫。”

据新华网

进口食品给餐桌更多选择

近年来,随着进口食品数量增长,进口食品安全成为广大消费者关注的热门话题之一。进口食品品质过硬吗?在保障食品安全上有哪些监管措施?消费者在选购进口食品时,要注意哪些关键信息?遇到问题产品该如何进行维权?围绕这些问题,记者进行了采访。

品种丰富,消费需求旺

伴随生活水平不断提高与消费结构升级步伐加快,越来越多进口商品进入国内市场,丰富了人们的消费选择。

“前几天我在某超市进口食品区买薯片时发现,外包装上竟然有中文标签,这不是‘假进口’吧?进口食品包装说明不写的都是外文吗?”这是在北京海淀中关村工作的王福选购进口食品时的疑惑。

面对进口食品,不少消费者都会有一些“好奇之心”:“从外国进口来的生鲜、肉类、乳制品,质量到底达不达标啊?符不符合我们中国人的体质健康啊?”“从东南亚旅游归来,相中不少热带水果与水产品,我能带回吗?”

当前,随着生活水平不断提高与消费结构升级步伐加快,进口食品数量快速增长,来源更加广泛,品种更加齐全,价格更加亲民,丰富了人们的消费选择。

海关总署统计数据显示,近10年来,我国进口食品贸易以年均17.4%的速度增长,2018年首次超过700亿美元。目前,已有176个国家和地区的2283种进口食品纳入到准入管理,18295家境外输华食品企业获批准注册,33059家进出口代理商在海关备案。

据社交电商平台每日一淘首席运营官谈成介绍,进口奶粉是每日一淘在今年3月份新开的品类,仅三个月,月销量就超过了2000万元。此外,肉、水产品、谷物、饮料、干坚果等进口食品同样销量看涨。

伴随销量增长,一些进口食品安全事件引人关注。去年,法国婴幼儿配方奶粉沙门氏菌污染等突发事件不断敲响进口食品安全的警钟。今年以来,国内一些海关也发现一些问题,比如,今年5月,武汉海关就查出14.6吨不合格进口蜂蜜。6月,又查出一批端午食用的不合格进口绿豆和糯米。截至6月底,今年已查出6批共60多吨不合格食品。这些问题进口食品会流入消费者餐桌上吗?

海关总署副署长张际文表示,上述被抽检到不合格的食品,都是要被予以监督退运或销毁处理的,不会流通过国内市场。2018年,全国海关退运或销毁来自64个国家(地区)的进口食品化妆品1413批,暂停17家涉事企业产品输华资格,撤销1家企业在华注册资格,全年未出现区域性、系统性重大进出口食品安全问题。

多管齐下,严把安全关

加快完善进出口商品质量安全风险预警监管体系,降低企业贸易成本,优化营商环境,多策并举确保进口食品质量安全。

业内人士表示,进口食品走上消费者餐桌,至少要经过“三道关”。

——准入关。在食品进口前,我国将依据《食品安全法》等法律法规、食品安全国家标准要求、国内外疫情疫病和有毒有害

物质风险分析结果,对拟进口国家和地区的食品安全体系及食品安全状况开展评估,结合评估和审查结果,确定相应的检验检疫要求。

中国海关制定《进口食品境外生产企业注册实施目录》,只有该目录内企业的境外生产企业在获得海关注册后,方可对华出口。

——检验检疫关。食品进口时,在完成检验检疫、口岸检验检疫等环节后,方可在口岸申报通关。其中,肠衣、乳品、肉类、水产品及制品类、禽蛋等进口时,需要办理进境动植物检验检疫审批手续,取得《中华人民共和国进境动植物检疫许可证》后方可申报通关。经检验检疫合格,由海关出具检验检疫证明后的进口食品,方可准予销售。

——风险监控关。食品进口后,有关部门还将进行后续监管,当发现严重食品安全问题或者疫情,以及境内外发生食品安全事件或疫情可能影响到进口食品安全的,及时发布风险预警及控制措施,包括有条件地限制进口、责令召回、禁止进口、就地销毁或退运处理等。

海关总署相关负责人表示,2018年,中国海关与巴拿马、巴西等31个国家和地区签订36项进出口食品安全检验检疫议定书,明确了55个品种的准入要求,组织专家赴马来西亚、法国、挪威、巴西、意大利等国家开展现场审核,将原有食品安全监管体系和溯源性检查与企业注册现场评审有机结合,严格督促各方切实保证进口食品质量安全。

“我们从真伪、寄生虫、病毒等主要方面对生鲜水产品开展监测。”深圳

海关食品检验检疫中心主任谢丽琪说。

谈成介绍,“一只虾入关后,我们会把产品送到第三方机构,从虾头到虾尾进行全方位的检测,包括是否含虫卵、寄生虫、虾的酸碱度等,平台上所有上架进关的海鲜都符合国家法律规定,同时以更高的标准严把品质关,为的就是让消费者吃得放心。”

据海关总署进出口食品安全局局长毕克新介绍,2018年海关共抽样检验检疫进口食品化妆品样品43603个,发现超限量样品141个,出口食品化妆品样品18591个,超限量样品51个。同时,海关通过加快完善进出口商品质量安全风险预警监管体系,强化对潜在风险的排查,深化对监管流程改革,有效降低企业贸易成本,优化口岸营商环境。

防溯源,品质更可靠

一些进口商对每个进口单品施加防溯源标签,消费者只需扫一下上面的二维码,便可知该批产品的详细情况。

“上周我在某超市看到,一盒来自意大利的油炸方便面包装背面印有中文说明,内容包括配料、原产国、生产日期、保质期等详细信息,销售人员告知,这是所谓的‘白签’,是海关对进口食品外包装做的统一要求。”在深圳一家投资公司上班的白领陶文鹏说。

消费者购买进口食品,最好做到“三看”:

——看进口预包装食品是否有中文标签。正规的进口预包装食品都有易辨认和识读的中文标签。值得注意的是,婴幼儿奶粉中文说明,必须是印



消费者在浙江金华义乌进口商品馆的塞尔维亚店面采购红酒

刷在最小的销售包装上,而不是加贴在罐体上的纸质中文说明。

——看进口食品的“身份证”。即向经销商索取查看海关出具的检验检疫证明,所有合法来源的进口食品都具有海关出具的《入境货物检验检疫证明》,详细记载了该进口食品的品种、品牌、原产地、规格、生产日期、批号等信息。

——看进口食品准入情况。登录海关总署网站查看相关食品是否获得准入,只有经评估并获得我国准许进口的特定国家地区的特定产品方可入境。

与普通进口食品不同,对于肉类、乳制品(含婴幼儿配方乳粉)、水产品、燕窝、肠衣、植物源性食品、中药材等进口食品的生产国家和地区,我国实施评估和审查制度。消费者可根据海

关总署“符合评估审查要求及有传统贸易的国家和地区输华食品目录”,查询上述进口食品的准入情况。

据介绍,目前我国一些进口商对每个进口单品施加防溯源标签,消费者只需扫一下上面的二维码,便可知该批产品的详细情况,不用担心被掺假被仿冒,确保进口商品货真价实。

在国内网购时碰到问题商品可以申请七天无理由退换货,线下实体店也有相应的退换货、保修等售后服务,那么在消费进口食品时遭遇侵权事件,该如何维权呢?

专家提醒,消费者通过正规渠道购买进口食品时,应当索取购物票据。一旦发现购买的进口食品出现质量问题,可以凭购物票据及时向市场监管部门投诉,维护自身合法权益。

据新华网

郎酒正式启动 IPO 川酒上市公司扩围

多年以来,作为川酒“六朵金花”之一的郎酒备受资本市场关注,外界尤为关注其上市路径和时点。

8月20日,郎酒集团品质研究院正式成立,公司董事长汪俊林则针对上市计划、白酒行情、品牌发展等热点问题做出全面回应。当日,四川证监局官网公布了《郎酒股份辅导备案基本情况表》,广发证券为保荐机构。

郎酒股份为上市主体

自古,天府之国多佳酿,1952年至1989年的全国评酒会评选的“中国名酒”,川酒占据约一半份额。其中,五粮液、泸州老窖、剑南春、郎酒、沱牌曲酒(舍得酒业)、全兴大曲(水井坊)被誉为川酒“六朵金花”,除郎酒属酱香型风味外,其他五大品牌皆是浓香型白酒。

如今,在“六朵金花”中,仅剩郎酒和剑南春尚未登陆资本市场,两大品牌IPO之路备受外界关注。早在2007年,市场便流传郎酒上市计划,2009年被列入四川省金融办重点上市培育第一批企业名单中。2016年,郎酒集团做了重大调整,将与酒有关的产业全部整合到四川郎酒股份有限公司(下称郎酒股份),计划郎酒股份在2019年上市。2019年8月20日晚间,证监会四川证监局(以下简称四川证监局)官方网站公布了《郎酒股份辅导备案基本情况表》。情况表显示,拟上市主体为郎酒股份,公司注册地在泸州市古蔺县,保荐机构为广发证券,辅导备案日期为今年8月16日。记者了解到,郎酒2018年就聘请了券商和会计师事务所,开展相关工作。按照流程,郎酒股份在辅导备案登记后,保荐机构将对企业进行上市辅导以及验收,之后还包括制度完善、材料申报等。

汪俊林表示,在郎酒股份上市前夕成立品质研究院,就是为了做好品质。他说,郎酒上市,就是希望社会来监督,帮助企业更加规范化和透明化运作,希望做一个透明、开放、负责任的郎酒。

定价权在消费者手里

近年来,伴随着白酒市场行情的火热,各大知名酒企纷纷开启价格上涨之路。其中,郎酒官网曾于5月24日发布《关于青花郎出厂价格调整的通知》,从2019年6月1日起,青花郎出厂价在原有价格基础上单瓶上调79元和888元不等。

对于白酒价格上涨问题,汪俊林强调,白酒定价权始终在消费者手中,涨不涨价是企业可以决定的,但买不买是消费者决定的。茅台价格那么高,消费者还买不到,这是茅台的光荣。如果更多酒厂都能像茅台一样做出极致的品质和品牌,消费者就会有更多的选择,那样茅台也会感受到压力。

截至2018年末,在A股市场中,营业收入超过100亿元的白酒类上市公司包括贵州茅台、五粮液、洋河股份、泸州老窖、顺鑫农业。

郎酒股份副董事长、郎酒品质研究院理事长汪博伟指出,郎酒在今年3月正式提出了品质战略,从定位上看,品质研究院是一个非行政类的“中央”管理机构,统一调配资源,推进管理郎酒“大生产体系”的所有品质科研工作。在研究方向上,将以“基础性研究”和“应用型研究”并举,下设微生物环境、粮食原料、制曲研究、酿造研究、酒体研究、制造工艺和智慧工厂七大研究中心。

此外,郎酒现已投入重金打造郎酒庄园,未来5年,郎酒产能和庄园建设总投资计划投入100亿元。对此,汪俊林表示,2020年“郎酒庄园”基本形成接待能力,要把二郎滩打造成白酒爱好者的圣地,全世界知名的酒庄。

据《证券时报》