

开栏语

行业整合、泡沫湮灭、红利消褪……一路蓬勃发展的电子商务行业进入新的赛段。传统电商企业试图脱离“纯电商”身份，创新创业企业在频繁试错中砥砺前行。在对未来方向的探索过程中，共享出行、人工智能、云计算等电商新服务成为企业发展的驱动所在。2017中国(北京)电子商务大会召开在即，围绕“新供给、新服务、新动能”，聚焦行业中涌现的精英人物与优秀项目。如何把握市场机遇？这需要电商企业的领导者拥有清晰的布局思路以及前瞻性的眼光。

58集团CEO姚劲波：

58业务创新瞄准平台契合点

互联网行业中的弄潮儿不乏求变的想法，但在创新背后不仅需要新技术作为支撑，也需要企业家平衡整体架构下各垂直业务的关系。58同城作为一家生活服务类信息网站，在房屋租赁、人才招聘、二手商品交易等领域均有布局。在58集团CEO姚劲波看来，一项新业务布局与否要看与平台业务是否有契合点，创新业务的目的在于让平台进一步升级。

业务创新需要取舍

58集团旗下拥有58同城、赶集网两大生活服务信息平台，从市场规模上看，堪称行业龙头。从房产资源、二手交易，到家政上门，在提供信息的同时，58集团在多个垂直领域也都有投入和布局，而这背后自有一套取舍的逻辑。

日前，地产公司万科在年中报中透露了引进58集团作为战略投资者的消息，姚劲波对于未来双方的合作充满期待。他表示，未来的社区生态将是优质管家服务和便捷互联网服务之间的无缝对接，从买房、卖房到托管闲置房，从一键上门服务、二手车及物品交易到定制化在线金融服务等，这也是双方选择对方的原因。

事实上，不仅是此番入股万科，放在两年前，58集团已先后投资了包括安居客、中华英才网等垂直类互联网企业，通

过将垂直业务与平台业务嫁接，形成新的服务模式。而在此后两年中，58集团又先后着重布局58到家、转转两项业务，每一项业务在刚出现时都代表了58集团所选择的创新方向。

在姚劲波看来，定义是否是创新型业务关键是要看这项业务能否带动平台进一步升级。以转转为例，转转是一个二手交易平台，在过去一年内的交易额达到上百亿元，和传统的58同城模式相比发展更快，这就是58选择要做的创新业务。但他也表示，判断一个业务是否要接入原有的58模式，还要看新业务与原有平台业务的结合点。如果新业务所形成的是一个新的循环体系，比如58到家，那可能就要选择通过独立的方式运作才会更合理。

创新模式提升体验

尽管在多个垂直领域进行了投资和创新尝试，但58集团的主业始终都是围绕

生活服务领域展开。现今的电商行业，“新零售”概念风头正劲，但在姚劲波看来，58集团所在的领域谈得更多的应该是新服务。他表示，新零售很多说的是数据驱动、线上线下结合，但其实在服务领域也是一样的要求。

姚劲波举例称，类似于58到家的服务，它就把一些传统的家政公司挤掉了，把阿姨和需要服务的人直接连接，这就是所谓的新服务。业务创新的根本目的还是为了提升用户体验，而在探索阶段如果收到了好的成效，可以进而对传统的服务模式进行提升。

“我们也在不断地看某个领域是不是已经成熟到需要用转转的方式来做一个大的升级。”姚劲波表示，转转在经过一年多的运营后已经摸索出了一些成功的经验，比如它要求用户通过微信登录、提供资金担保，甚至会提供物品的检验和担保，比如手机的验机、优品的标签等。针对这些经验，未来一段时间，转转的很多做法可能会移植到租房和招聘业务上。例如在招聘业务上，对于蓝领招聘、应聘，双方就可以在线上解决，因为很多蓝领的岗位要求不需要见面，而通过在线化的服务，也将让58平台收获更多用户的信赖。

人工智能驱动未来

企业的创新发展不仅要有清晰的布局逻辑，同时背后还要有创新的技术作为支

撑。自乌镇互联网大会之后，人工智能应用的概念备受电商企业的追捧。尤其是对零售类电商平台，从“千人千面”的选购页面，到具备自动合单功能的物流配送体系都有企业开始涉及。如今瞄准生活服务信息的58集团，也表现出了对人工智能的兴趣。在姚劲波看来，拥抱人工智能等新技术，是58作为一家平台型互联网企业的必然趋势。

姚劲波表示，作为一家平台型企业拥有大量的数据信息可以使用，对人工智能的应用势必将是58平台此后加码的重要领域。事实上，58集团在两年前已经开始关注人工智能，并成立了专门的研究团队。姚劲波称，或许大部分的用户没有感受，但实际上用户在浏览二手商品、看房、找工作的过程中，已经用到了很多人工智能技术。此外，58集团还与一些人工智能研发公司开展合作。比如58到家的业务正在探索能否通过简单的工作机器人、教育机器人等开展业务。

新技术的应用也让58找到了更大的发展空间。姚劲波称，人工智能的应用会让用户感觉平台是有智慧的，平台所提供的服务正是用户想要的。比如用户在找工作的过程中，通过以往的浏览记录，平台可以精准地推送职位，不同于以往搜索或者筛选工具所提供的服务，完全是根据用户的点击行为、停留时间、交互过程等所得出的结果，这也正是58目前已经投入的人工智能应用。

北京商报记者 吴文治 陈克远

· 资讯 ·

关注

扩大盈利 贝贝网开出年费标准

北京商报讯(记者 吴文治 陈克远)庞大的用户基数下，电商平台在面对线上商家时具有了更大的话语权。贝贝网在4月1日发布《平台使用年费缴纳、返还优惠及结算标准通知》，决定向入驻商家收取平台使用年费。贝贝网方面表示，收取年费将会更好地保障平台对商家的服务质量。

根据通知显示，贝贝网决定向入驻商家收取平台使用年费，已入驻商家需在2017年5月1日前缴纳年费，年费有效期为2017年5月1日至2018年4月30日；新入驻的商家需要在入驻审核通过的15天内，一次性缴纳一年年费，年费有效期从入驻的次月开始计算。对于未及时缴纳年费的商家，通知中表示会限制使用其商品发布功能，所有商品将在前台被屏蔽。

有电商行业从业者表示，多数电商平台都会对平台上的商家收取技术费用、管理费用等，只要标准合理，大多可以接受。对此，贝贝网方面称，贝贝网上线以来，商家规模日趋庞大，为确保商家充分重视平台运营，保障平台对商家的服务质量，决定收取平台使用年费。

据了解，贝贝网对婴童服装、童鞋和孕妈服饰三个类目收取的技术服务费率均为15%，对婴童用品、孕妈用品两个类目收取的服务费率为10%，按照年费的收费标准，国内商家每年缴纳的费用为9600元，全球购境外商家缴纳的费用为每年1440美元。

调整收费模式对于平台型电商企业来说，很可能是为了进一步扩大盈利水平。在电商行业中，瞄准爆款的母婴、跨境等企业，市场都伴随着高额的运营成本，如何实现收支平衡一直是行业探索的问题。贝贝网创始人兼CEO张良伦曾表示，贝贝网于去年7月开始追求盈利，并在10—12月实现持续盈利，盈利的来源首先在于规模和毛利率的提升，导致收入增加；其次运营效率和营销效率的提升也带来成本降低。

监管扶持并行 电商呼吁为“小微”减负

北京商报讯(记者 吴文治 陈克远)3月31日，国家税务总局与全国工商联在京共同召开“深化税收改革助力民营企业发展”座谈会。阿里巴巴集团董事局主席马云、京东集团首席执行官刘强东共同发声，呼吁减轻小微企业税负。不同的是，马云称，大企业力量越大责任越大，理应是纳税主力；刘强东表示，在减少小微企业税务压力的同时，也应加强监管。

根据座谈会上透露的信息显示，作为民营企业的代表，电商平台已成为纳税的重要力量，并拉动海量税收，极大地拓宽了税基。国家税务总局党组书记、局长王军表示，民营企业创造了我国60%以上的GDP、50%以上的税收、80%以上的就业，总体发展势头喜人，已经成为我国经济持续健康发展和税收增长的重要力量。

此外，从全国纳税500强企业看，其中有42户民营企业，以京东为例，该平台2016年缴纳税款、营业收入、净利润等方面的增长均高于其他纳税500强企业。

在看到电商企业纳税能力的同时，小微企业的生存状况也受到行业重视。“减负养鱼，就会有大量的

创业者、小微企业依托平台发展起来，因为税收的最终目的，就是促进社会经济发展和促进社会公平。”马云称，未来30年将迎来互联网时代，经济结构会发生深刻变化，没有商业可以离开互联网，也没有线上线下之分，未来是线上和线下、传统和创新、过去和未来融合的新实体经济。新实体经济需要新的治理思想、管理方式，也需要税收体系的新思维。

刘强东也表示，应加强小微企业适用税收优惠政策的减免力度，宽税基、低税率、严征管，对个人小卖家、个人网店加大税收减免优惠力度，呼吁增值税起征点月销售额从3万元提高到5万元。但他也表示，在关注小微企业税收优惠政策的同时，也应注重对个人小卖家、个人网店等形式存在监管问题的监管。

今年全国两会期间，多位代表和委员热议“实体经济受到不公平待遇”，提出要加强电商监管。对此，刘强东表示，京东作为电商从业者，对此十分赞同。目前在电商平台上，确实存在着部分企业法人冒充自然人的名义开店，不开发票并瞒报营业收入，以达到漏税的目的。这种线上线下税收不公平的情况，既冲击

了实体经济，导致实体店从业人员失业，也造成国家税收流失，更破坏了诚信经营、依法纳税的商业基本原则。

而马云认为，“线上线下不公平”的言论是伪命题，大企业小企业不公平才是真问题。与享受各种资源的大企业不同，小企业每天思考的是生死存亡。因此对于小企业该考虑的不是如何征税，而是继续减税减负。“小企业是在互联网上寻求生存机会”，马云说，“从国家的未来发展考虑，让小企业活下去、活得好，才是税收杠杆调节真正应该考虑的地方。”

对于电商代表提出的建议，王军在会上提到，税务部门将一如既往地深化税收改革、优化纳税服务、落实各项税收优惠政策，助力民营企业转型升级。同时他表示，对于小电商，在处理征税问题上应非常慎重，对于新业态特别是能增加就业的新业态应采取支持态度。电商缴税问题是两难甚至多难问题，在经济下行、就业压力比较大的情况下，应该让电商蓬勃发展，只有更多支持小电商的发展，小电商才能发展成为大电商，才能扩大税源，壮大税基。