

# 猪八戒网卖服务：平台与自营两难

“使用不满意，服务商拒绝退费”“以前不额外收费，现在想着法子收费”……以匹配企业服务和个人技能起家的猪八戒股份有限公司（以下简称“猪八戒网”）近日递交招股书，相对低调的数字化企业服务平台再度走进大众视野，关注和吐槽一并而来。

2022年上半年，猪八戒网营收2.87亿元，同比减少25.1%。其中，工商财税服务、知识产权服务等to B业务是营收大头，占比超四成。从搭平台对接服务到自己为企业提供服务，如此转变让猪八戒网多了不少对手，往大了说是和互联网巨头瞄准了同一个赛道，往小了说是站在了企业服务垂直领域SaaS（软件即服务）类企业的对立面。成立16年来，猪八戒网历经数次风口，但都专注在自己的一亩三分地，没掉进过大坑也没多少高光时刻，这或许是互联网企业的另一种生存法则。

## 对接服务难，不容易标准化

“使用过程中，由于对方出现各种问题，严重影响我们的项目进展，我们决定停止使用，要求对方走退款流程，对方各种拖延，在被催促后只同意退回部分费用……”10月底，有用户在黑猫投诉发文，截至北京商报记者发稿，猪八戒网已对此帖进行了私密回复。

北京商报记者在黑猫投诉输入关键词“猪八戒网”发现，共有288条投诉，已完成219条，其中大部分是在猪八戒网上遇到服务对接问题的。百度贴吧的“猪八戒网吧”里，服务商对猪八戒网的增值服务也颇有微词，一名用户表示，“我是2008年就开始在猪八戒网做设计了，起初是很好做的，收入也累计达到了几十万元，现在已经放弃了，（平台）各种想着法子收费，以前是任务可靠而且基本不额外收费”。

以兼职需求对接为例，北京商报记者

体验发现，用户填写个人资料，完成实名认证后，即可在猪八戒网筛选企业需求，提交并投标，在确认投标前，网页会提示“本次投标需消耗投标次数1次；你今日还剩余投标次数1次，可放心使用”。

投标成功后，页面会跳出“你可以使用投标置顶，经过统计，使用置顶中标概率提升2.7倍”，一次置顶的投标置顶产品（有效期7天）标价2元。根据猪八戒网的规则，用户使用1次置顶，排名将上升至投标列表中第一位，多人置顶时，将按照置顶时间倒序展示。

如果用户在一天内想要二次投标，页面会显示“你的商机豆不足，本次投标需消耗3个商机豆”。在这个环节，猪八戒网提供付费投标和解锁免费投标两种增值服务产品。

针对猪八戒网如何考虑商业化和用户体验的平衡，服务供需两端出现矛盾时的处理机制，猪八戒网相关人士表示，“静默期不便回应”。

对于用户对猪八戒网的吐槽，看懂平

台专家田际云告诉北京商报记者，“服务的标准是由服务对象评定的，很难达成统一，投诉必然很多。服务类电商需要有明细的服务标准、强有力的约束、清晰的服务需求标准等”。

## 营收大头是企业服务

谈到运营服务类电商的困难，天使投资人、互联网专家郭涛认为，“服务电商平台通过在线聚合企业服务的提供方与需求方，实现供需高效匹配，促使双方达成合作。相对实物商品电商平台，服务电商平台存在引流获客成本高、服务标准化程度低、用户需求不一定明确、交易全过程难以有效监管、交易周期长纠纷多等突出问题，对平台发展造成很大的影响”。

这种情况不仅发生在猪八戒网身上，其他服务类线上平台也曾遭遇类似苦恼。不过，目前猪八戒网营收并不仅仅依靠对接服务。

招股书显示，2019—2021年，猪八戒网营收分别是7.17亿元、7.57亿元、7.68亿元。2022年上半年营收2.87亿元，同比减少25.1%。企业服务类、智慧企业服务类、产业服务类三个业务板块为猪八戒网贡献营收。其中企业服务平台营收来自于匹配服务、会员、广告、工具与订阅服务；智慧企业服务类营收来自于工商财税服务、知识产权服务、科技咨询服务；产业服务类营收来自于创业创新园区服务、产业解决方案服务。

追溯三个板块的历史，猪八戒网于2006年推出企业服务平台业务，2015年扩展至智慧企业服务，2021年推出SaaS服务业务筋斗云。

2019—2021年以及2022年上半年，智慧企业服务类营收占比始终超四成，是猪八戒网最大的营收来源，企业服务平台类营收占比16%—21.2%，目前是猪八戒网第二大营收来源。后上线的智慧企业服务类业务营收何时反超企业服务平台类业务，猪八戒网相关人士未予透露。

其实，和智慧企业服务类、产业服务类业务相比，企业服务平台类的毛利率更高，在2022年上半年是92.6%，其余两个板块的毛利率分别是53.3%、41.9%。“毛利率的确是企业扩展业务时考虑的一个维度，但我认为猪八戒网从帮别人对接服务到自己向企业提供服务，更多是看重了企业数字化转型红利。”比达咨询分析师李锦清表示。

## 威客模式只能小而美？

或许不想被认为只是搭平台对接服务，猪八戒网给自己的定义是综合性定制化企业服务电商平台。

根据艾瑞咨询数据，2019年中国企业服务市场规模9.2万亿元，2022年预计达到11.1万亿元，2026年涨到14.8万亿元。按服务模式区分，中国企业服务可分为定制化与非定制化，2021年中国定制化企业服务电商市场规模4280亿元，预计到2026年增长至1.31万亿元。按成交额计算，2021年猪八戒网以84亿元在这一赛道排名位居第二，第一名是一家在江苏注册的以互联网渠道提供车货匹配的企业级货运物流服务公司，成交额2206.7亿元。

由于业务复杂，猪八戒网在招股书中还罗列了其在中国综合型定制化企业服务电商、定制化工商财税服务电商等市场地

位，很难将其对标某一家企业。

在猪八戒网上线之初，情况远没有这么复杂，它被认为是威客平台。威客平台是指可通过提供服务及信息获取金钱回报的网络平台，比如诞生于北京的K68威客网、多次更名的赢在威客网，但在业内人士看来，猪八戒网是发展相对稳定，也是知名度更高的威客平台。

尽管如此，威客在新概念频出的互联网行业，早已不再时髦。“威客模式其实挺大的，不仅包含任务服务，知识付费也是威客模式，但这个名词是PC互联网时代的产物，现在感觉很陈旧。互联网服务还是以流量为入口的，威客作为服务模块或产品模块是可以的，但是要做成独立服务，首先面临的是流量瓶颈，所以做不大。”田际云说。

不可否认的是猪八戒网的坚持，2006年上线，2022年赴港递表，“和猪八戒网一样规模且跨领域的、成立了十多年没有上市的企业不算多，绝大多数的企业服务机构都是以某个特定行业、特定区域、特定业务为核心工作内容”。商业战略专家潮成林直言。

猪八戒网之前没有过上市的念头吗？并不是。2011年猪八戒网曾探索海外上市的可能性，2015年有过A股上市计划，并在2019年向中国证监会重庆监管局提交上市辅导备案。赴港递表招股书已经是猪八戒网第三次上市尝试。

16年来，互联网的风口换了一茬又一茬，但猪八戒网似乎并不感兴趣。用文渊智库创始人王超的话说，“猪八戒网总部在重庆，它们的资源够在当地折腾，但是没有赶上大的机会，也没掉进大的坑，业务都比较传统但稳定，很多风头上的公司死掉了，它们还在”。北京商报记者 魏蔚



内容为王  
传播优先

产品导向  
因报之名

全媒共享  
品牌聚合

新闻可视  
以融为大

**态度即价值**  
观点化 · 深度化 · 可视化

● 国内刊号:CN11-0104  
● 国内发行代号:1-110  
● 国外发行代号:D4003  
● 电话:010-84277808 / 010-84277520  
● 网址:www.bbtnews.com.cn  
● 地址:北京市朝阳区和平里西街21号北京商报大厦

◆ 订阅方式  
**010-84277808**  
**010-84277520**  
◆ 订阅价  
**360元/年**



扫码订阅

广告