

运营23年后中国第一家C2C网站将关停

易趣网就这样走到无趣

羊城晚报记者 林曦 实习生 吕志豪

说起易趣网，很多人可能都没有印象了。这个比“00后”年长的曾经的“电商一哥”，在运营23年之后，近期竟然以这样的方式重新出现在了众人的视野中。易趣网近日发布公告，由于公司调整运营策略，决定停止易趣网络平台运营，关闭易趣网站。至今年8月12日24时，易趣网将关闭网站所有商品、商铺的交易功能，关闭易趣网用户注册、登录、充值功能，关闭网站服务器。

作为中国第一家C2C网站，易趣网的关停不禁让人唏嘘。不少网友纷纷表示“人生第一笔网购就是在易趣开始”“怀念那个用电话上网的时代”；当然，也有很多人对易趣闻所未闻。



易趣网将要退出中国市场 视觉中国 供图

中国电商企业群雄逐鹿

古人云：沉舟侧畔千帆过，病树前头万木春。反观过去20年间，中国的电商发展可谓走在世界的前列。从最初的淘宝、天猫、京东、唯品会，到依靠微信生态崛起的拼多多，再到直播电商兴起带动了抖音、快手在电商上的风生水起，还有各种垂直电商。天眼查数据显示，2021年我国共注册515万家电商相关企业，形成了百花齐放、百家争鸣的态势。

对品牌方来说，流量即是市场。市场竞争，不进则退。莫岱青表示，淘宝、京东、拼多多、唯品会等综合电商的崛起，抖音、快手等直播电商的发展，它们已经牢牢占据了国内用户的心智，在这种情况下势必挤掉了易趣网的生存空间。另外，易趣网依然停留在“老派”的风格上，在其他电商都转移到手机端的时候，易趣网仍然把自己封在PC端。目前国内的电商巨头们在页面风格、技术手段、创新力度上都紧跟趋势，巨头之间的竞争没有喘息时间。反观易趣网不进则退，面对强有力的挑战，早已失去了竞争力。

外资电商没有跟上中国电商的创新步伐，就很难满足消费者的需求。莫岱青表示，亚马逊中国砍掉Kindle、沃尔玛入股1号店最终易主、乐酷天败走、易趣网关闭……种种迹象表明，外资在国内市场竞争不占上风，他们存在的通病在于对电商发展环境以及激烈竞争的估计不足，习惯性照搬原有模式，殊不知无论是商家、品牌方，还是用户都不买账。

不过，有业内人士认为，在未来，外资零售电商还会持续进入和参与中国市场的竞争。庄帅认为，外资零售电商企业还会继续参与中国市场的竞争和持续进入，当然也会有退出和调整。需要在战略、人才结构和组织文化方面更加本土化，让中国区负责人有更多的决策权，才能适应中国市场竞争激烈的竞争。

曾经占据八成市场份额

提到电商，人们往往想到的是阿里巴巴创始人马云带领淘宝打天下的故事，却不知曾一度，成立于1999年的易趣网，是中国第一家C2C网站，而它的创始人是如今在投资圈赫赫有名的经纬中国联合创始人邵亦波。

时间倒回1999年，那是中国互联网发展的第一次高潮，包括李彦宏、张朝阳在内的海外学子都纷纷回国创业。这一年，25岁的邵亦波刚从哈佛商学院毕业，与同为校友的谭海音模仿了当时全球最大的电商网站eBay，在上海合伙创立了“易趣网”。

易趣网成立两个月就有注册用户4万人，成立三个月便获得了第一轮的风险投资，金额高达650万美元。一年后，易趣网的注册用户超过了300万人，成为中国第一大电商网站。2003年，eBay3000万美元

注资易趣网获得33%股权，助其一举拿下当时80%的市场份额。然而，就在这巅峰时刻，邵亦波做出了一个让人意外的决定，以1.5亿美元的价格出售了易趣网剩余67%的股份给eBay，成为eBay全资子公司，并更名为eBay易趣。同年，淘宝网正式上线，也预示着易趣的好日子走到头了。

有消息指出，双方竞争市场的时候，在易趣的线下营销推广中，常常会混入一些淘宝的人，每次开会，这些易趣商户都会收到淘宝网的名片，很多人被挖走。靠着不断地推广，淘宝仅用一年时间注册会员就达到了300万人，单日成交额则达到了900万元。中国社科院发布的《2005年中国电子商务调查报告》显示，C2C市场淘宝以72.4%的份额成为市场第一，eBay易趣的市场份额缩水至26.70%。从此便节节败退。

易趣为什么被时代淘汰？

人们不禁好奇，作为电商界的一代枭雄，到底是什么原因让易趣网就黯淡落幕了呢？

“模式生搬硬套，在国内市场遭遇水土不服。”网经社电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师莫岱青表示，易趣网做得到早，但并未跑得远。易趣网成为第一个尝试C2C模式的电商，创立之初吸引到大量用户、商家。它刚进入中国时，竞争对手少，以比较快的速度发展起来，并且在2003年达到巅峰。

当年，易趣被eBay接管后秉承着“美国模式”，收取商品进驻费和交易费，还需在网下的银行转账。其实，被eBay收购并不

是易趣的终点，后来易趣又被转手给TOM集团，直到之后被放弃。网经社电子商务研究中心特约研究员、百联咨询创始人庄帅表示，易趣网的关闭主要一方面低估了淘宝的竞争力度，另一方面是卖给TOM网后没有及时调整战略和竞争策略，导致优势尽失。

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2012年淘宝地位稳固，截至2012年12月淘宝占全部的96.40%，拍拍网占3.40%，易趣网仅占0.20%。莫岱青认为，事实证明，易趣网的模式无法适应国内市场，同时自家资源快速流失，一味照搬国外模式，最终“水土不服”，形成这样的结局也就不意外了。

名企热搜

移动支付再起风云 京东华为虎口夺食

羊城晚报记者 林曦

许久未有动静的第三方支付移动支付市场，最近又起波澜，而搅起风浪的是两家科技巨头——华为和京东。近日，华为方面透露，华为钱包月活已达上亿，华为支付用户增长率很快。华为在去年拿下移动支付牌照后，除了搭载在华为系自身应用、芒果TV等第三方应用外，华为终端云服务支付BU总裁马传勇对媒体表示，伴随AITO问界M7发布，部分车机应用已通过华为支付率先实现车机内支付。而7月底，很久没有发声的京东支付推出以支付科技助力产业数字化的三大解决方案。

京东向B端要生意

众所周知，移动支付在中国已发展近十年，支付宝和微信支付占据了九成以上的市场份额，从目前来看，两家超级巨头的地位很难撼动，二维码的支付方式仍是当前主流。但是，这块市场还在继续增大。数据显示，2020年中国第三方支付移动支付市场交易总规模实现271万亿元，增速达19.90%，预计今年中国第三方支付移动支付市场交易将达379万亿元。

从C端来看，用户习惯摆在那里，要想从支付宝和微信支付两家巨头那里虎口夺食，不容易。而京东支付另辟蹊径，踏入了B端市场。京东科技金融科技群企业支付产品与解决方案总经理彭飞表示，过去B2C支付得到了普及，其实供应链当中资金收付更大的规模是B2B。

在今年京东618，京东累计下单金额再创纪录超3793亿元，京东支付峰值交易笔数同比增长高达132%。作为京东集团资金收付的底层技术支撑，京东支付科技在2022年央视春晚红包互动中以超常规速度交付支付底座，成功护航619亿次春晚红包互动。

因此，京东想把支付能力拓展到B端产业中。比如，零售业具有天然支付场景。京东方面表示，针对零售全渠道，京东支付科技提供从经营提升、资金收付

到支付结算的深度全链路服务，提供线上线下全渠道的资金收付解决方案，可助力企业资金利用率提升47%。

易趣网分析金融行业中心高级分析师胡清华表示，支付厂商要突出重围就需要发力B端寻找第二增长曲线，而我国产业支付数字化企业服务也迎来了高速发展期。2021年我国产业支付数字化企业服务市场规模为3214亿元，同比增长41.03%。

鸿蒙生态助力华为

而在华为方面看来，移动互联网时代的支付产品，在万物互联的物联网时代，可能支付逻辑和支付场景也会发生改变。在接受媒体采访时，马传勇表示，华为支付不是要和微信、支付宝做竞争，不是去抢市场份额，而是在打造能力，以商业闭环为出发点，拓展支付场景。

其中，鸿蒙生态系统是华为的利器。7月底，华为正式发布鸿蒙 HarmonyOS 3，这是面向万物互联时代的智能终端操作系统，而华为支付是鸿蒙生态的底层基础设施。有观点认为，随着鸿蒙操作系统在各个领域进一步的广泛使用，将加速华为在千行百业的渗透。据了解，目前，鸿蒙操作系统不光是在手机、平板、手表等智慧终端上运用，还在智能汽车的智慧交通行业、智能家居行业、智能教育等行业都有运用，当华为支付和鸿蒙系统真正融合，开发者和合作伙伴可以直接在鸿蒙生态中完成商业闭环。

华为方面透露，华为支付还将拓展鸿蒙生态下的更多场景，包括快递物流、出行住宿、餐饮商超、在线文娱、金融保险等等。

而胡清华认为，产业支付将成为未来第三方支付的重要增长点。胡清华指出：“行业内各类参与者均有机会角逐产业支付，产业支付机构的经营着力点要从拓展渠道转向增加客户黏性，为客户提供更加多样化、个性化、高附加值的支付服务。”

珠海云洲上市“临阵退缩”

羊城晚报记者 李志文 实习记者 曾思凡



“无人+制造”的概念真的可行吗？继农业无人机公司极飞科技5月主动撤回上市申请之后，又一家主打民用无人船艇的公司——珠海云洲智能科技股份有限公司（以下简称“云洲智能”）在上市途中打了“退堂鼓”。据了解，云洲智能在国内民用无人船艇行业市场份额位列第一，这样一家看起来前途无量的公司，为何在上市前临阵退缩？

上市之路颇多波折

招股说明书显示，云洲智能是一家无人船艇及相关服务供应商，致力于为细分行业用户提供“无人船艇+”的水上智能化解决方案，代替人执行危险、繁重、低效的水上作业工作。经过十余年的发展，云洲智能的产品与服务在城市水域应用、海洋工程、公共安全、国防工业等领域广泛使用。根据赛迪顾问统计数据，云洲智能在国内民用无人船艇行业市场份额位列第一。

相关资料显示，云洲智能计划在上交所科创板上市，拟募集资金15.5亿元，计划用于小型无人船艇生产基地建设项目、中大型无人船艇生产基地建设项目、无人船艇研发中心升级

项目、营销网络及品牌建设项目、补充流动资金。

但7月19日晚间，上交所网站显示，云洲智能科创板IPO变更为终止状态。上交所表示，因发行人撤回发行上市申请和保荐人撤销保荐，根据相关规定，终止其发行上市审核。

其实，记者梳理发现，云洲智能的上市之路可谓是一波三折，此次退缩在此前已现端倪。

2021年12月，云洲智能在上交所科创板上市申请获受理。然而不到一个月后，其聘请的券商——金杜律师事务所被证监会立案调查，相关上市审核就此中止。今年2月，云洲智能恢复发

行上市审核。但一个多月后，云洲智能中介机构未能在规定时间内完成尽调、回复问询，只能向上交所申请中止审核。

6月13日，上交所恢复云洲智能发行上市审核。6月24日，云洲智能进行了上交所第一轮问询的回复反馈，首轮问询主要围绕云洲智能的关联交易、控股股东与实际控制人、收入、大额资金往来、核心技术水平、募投项目、成本和毛利率、期间费用、存货、应收账款等26个问题展开。

有业内人士猜测，云洲智能的回复并未让上交所满意，才最终使其做出了撤回上市申请的决定。

冲刺上市为何放弃？

记者研究发现，云洲智能多次徘徊在科创板门口仍未能进入，或跟企业的盈利状况难看、前5大客户过于集中以及行业市场需求小等原因有关。

招股说明书显示，云洲智能近几年的盈利情况难言好看：2018年、2019年、2020年及2021年1-6月，公司扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为-9351.69万元、-13049.68万元、-12985.65万元和-4744.44万元。且截至2021年6月30日，公司未分配利润为-20474.26万元，存在较大金额的累计未弥补亏损。

除了巨额亏损，云洲智能对前五大客户的依赖程度有愈来愈严重的趋势。2018年、2019年、2020年及2021年1-6月，公司对前五大客户的销售

金额分别为565.81万元、2067.60万元、13835.75万元及8067.44万元，占公司相应各期营业收入的比例分别为20.95%、32.49%、54.78%及68.64%。

其中，2020年和2021年1-6月公司对前五大客户的销售收入占营业收入的比例均超过50%。而行业普遍认为，客户高度集中意味着该公司未来持续盈利能力存在重大不确定性。

值得注意的是，招股说明书披露，云洲智能实际控制人张云飞为南方海洋实验室的理事，也是江苏海洋大学海洋智能装备研究院院长。而问题在于，南方海洋实验室是云洲智能2020年和2021年1-6月的前五大客户，江苏海洋大学则是公司2019年的前五大客户。上交所在此前的问询中，曾对这一现象的相关情况提

出了质疑。

另外，记者还发现，报告期内，云洲智能的研发投入占营业收入的比例基本呈现逐年下降的趋势，2018年高达113.70%，而2021年1-6月仅为29.86%。

其实，相比上述问题，云洲智能产品的市场需求小或许才是其久久不能上市的根本原因。

根据赛迪顾问数据，2020年我国民用无人船艇市场规模为3.3亿元。从中可以看出，云洲智能所处的细分市场非常小。如果未来无人船艇行业无法持续发掘新的商业化应用，或已有应用领域市场规模增速不及预期，云洲智能也将面临市场发展空间受限的风险。

记者曾尝试就终止上市原因等问题采访云洲智能，但截至记者发稿，仍未获得回复。

动态解决用户投资痛点 中欧财富投顾服务全新升级

8月2日，中欧财富举办了“中欧带你投”服务的上线发布会。作为首批获准公募基金投顾试点资质的机构之一，中欧财富此次推出“中欧带你

投”服务，是在提供优选投资策略的基础上，通过投研模型为个人投资者计划赋能，为投资者提供满足个性化需求的动态资金买入方案。

发布会现场，中欧财富总经理郑焰介绍称：“我们希望通过中欧带你投，兼顾投顾服务的专业性和温度，成为投资者身边更科学的定投管家。”（杨广）

ICBC 中国工商银行 广州分行

爱购长隆

最高立减 100元

活动时间：
2022年7月5日至2022年9月30日

活动内容：

活动期间，在长隆旅游APP、微信小程序下单，使用广州地区发行的工银信用卡，选择工银e支付完成在线付款，单笔消费满**300元**享最高立减**100元**：

- 1 使用工银长隆联名信用卡完成在线付款，单笔消费满**300元**及以上有机会享立减**100元**优惠；
- 2 使用除长隆联名卡以外的工银信用卡完成在线付款，单笔消费满**300元**及以上有机会享立减**50元**优惠。

*活动期间每客户限享1次优惠，名额有限，先到先得，用完即止。

吃住玩来长隆 快乐一整夏！

“工行广州”微信公众号

长隆旅游微信小程序 扫一扫，马上出发

关注公众号 发现更多信用卡优惠