

创富·财眼透视

神秘电商“闪购”估值百亿？

电商基因、消费模式、技术优势纷受质疑



一家新创的移动电商公司，号称首轮融资10亿元人民币。这件事发生在当下这个融资低谷期，还是投资方与“百余家长内外机构”竞争后才得手。

该投资方是广东文化产业投资管理有限公司（下称“广东文投”），在6月21日公布签署投资协议时，其董事长黄晓东（南方报业集团总经理）表示，“国内外有百余家投资机构主动向其抛出橄榄枝不足为奇，它挑战原有电子商务格局，撬动新的移动电商时代。”黄晓东说的“它”即是“闪购”（广州闪购软件服务有限公司），这种登场引发了电商界的质疑：闪购论电商基因不如淘宝，论用户基数不如腾讯，二维码技术也没优势，它凭什么可以估值百亿？

神秘的创始人

“投资人对企业有一个判断，10个亿是占了10%，这给闪购的估值相当于100亿了。”闪购副总裁王棱对记者说，创始人团队仍为公司大股东。倘若属实，闪购的估值次于天猫、淘宝、京东、苏宁易购、卓越亚马逊、凡客等电商巨头，已经高于当当网。

低调的创始人很多，但像闪购创始人吴秋蓉如此神秘的还不太多见。她不允许下属打听她的事，寡言自身，甚至没有出席6月21日闪购宣布获得投资，与《南方都市报》（下称南都）战略合作的签约仪式。

采访中记者未能见到这位吴秋蓉，根据信息，吴秋蓉和闪购的经历可能如下：吴秋蓉，女，1976年生（据身份证号），四川人（据身份证前缀号码）。2010年的某天深夜，吴秋蓉正在看杂志，看到一个项链广告，欲买不得：只找到一个400电话号码，拨过去是自动应答机。吴秋蓉想，我们有这个识别技术，扫码即可购买的话……她安排时任宽度信息运营总监的江林修负责这一项目。当年10月，闪购注册成立。

工商资料显示，吴秋蓉是广州宽度信息技术有限公司的法定代表人兼执行董事，以1425万元持有宽度信息95%的股份，宽度信息则以1800万元持闪购90%的股份，其余10%的股份持有者是闪购总裁

江林修。宽度信息和闪购分别于2008年12月30日、2010年10月26日成立，均在广州注册。

瞬间消费模式

显然，在吴秋蓉的庞大体系中，二维码是整个框架的核心，也是其自认为最有技术含量的部分。上述吴秋蓉买项链的场景，就属于扫码购物。与京东商城、淘宝等以网站为入口不同，扫码购物的入口主要是各类媒体资源。据说在闪购成立时，为了验证吴秋蓉对商业模式的构想，闪购曾在惠州邮政旗下的生活速递杂志做过消费者测试，“反响非常好”（江林修语）。

南都全媒体闪购事业部总经理贾向军也对这种购物模式非常看好，“调研结果显示，这个世界90%以上的属于冲动型消费。过去，商家浪费了很多客户一瞬间的购买欲望。闪购切入市场比较好的一点是，它能随时随地出现在你身边。”正因看好这一模式，6月21日，南都成为闪购广东省的独家代理商。

但是，也有做过尝试的企业，对这一模式的成熟度表示悲观。某二维码企业负责人徐卓告诉记者，他们曾经与上海的某免费地铁报纸合作了一个月扫码购物，结果加起来只有不到两千个人扫码，购买行为也就几十个。

2011年4月，闪购曾找到麦



包包洽谈合作，但麦包包该项目执行员工青松说：“效果不是很明显，现阶段没有合作往来。”麦包包董事长叶海峰甚至对二维码购物成为话题感到惊讶，“二维码购物不是大家都在用吗？在地铁做广告，把二维码放上去扫一下，就能直接购买这个产品，这是挺简单的东西啊。”

下载量之疑

反映用户数的直观数据是手机客户端下载量。直接管理运营部的江林修表示，闪购一直有团队专做APP的推广，“我们的下载渠道有350多家。”此外，闪购称自己也会做手机预装。其公布的数据显示：手机客户端下载量2011年9月突破100万，12月突破4000万，截至目前已突破7500万。截至发稿，记者统计10余家主流应用商店发现，闪购在这些应用商店客户端的下载量累计不超过400万。

要实现7500万的下载量，代价不菲。新大陆翼码联合创始人、销售总监赵江曾测算过发展一个注册用户的成本，至少要7-8元人民币，而要让用户保持活跃状态，还要增加同样的成本。“如果你在国内发展1000万用户，并且处于活跃状态的话，那你就需要花一亿多元才能做这件事儿。”

在入驻企业方面，闪购对加盟企业实行品牌注册制度，一个

品牌只能由该品牌的所属企业或由该品牌的总代理加盟，江林修说目前扫码和商城的合作伙伴总共有几千家。

不过，一些厂商自己都不清楚是怎样“入驻”闪购平台的。在闪购商城中有数款联想的产品。联想集团中国区销售新通路总经理杨侠则表示，“我们肯定没有跟它（闪购）签约合作，可能是当地经销商向它供货，但这肯定不符合联想要求的，我们保留（惩罚的）权利。”

而且，《创业家》记者在闪购的移动商城发现如下入驻企业，大家电板块的第一屏都是威力洗衣机；相机板块里的品牌包括“远拍王”和“菲星”；电脑整机板块的第一个产品是“好记星学习平板电脑”。

江林修不愿披露闪购的营收数字，但强调其去年是赢利的，而且2011年年底以来，每个月都有两位数的增长。不过，记者获取的工商资料披露，闪购2011年的主营业务收入为169.27万元，主营业务利润为-14.98万元，净利润为-154.45万元。

目前，闪购的收入分为三块，包括技术服务费、交易佣金和品牌授权费。依靠品牌授权费不是长远之计。闪购的高管们寄希望于交易产生的佣金。且不论闪购过去的营业额，从现在算起，它的营收必须以怎样的速度增长，才能与其100亿元的估值相匹配？

（据《创业家》）

闪购的用户在哪里？

前中国网购用户2.1亿，虽然移动电商市场成交额已有几百亿，但其中淘宝占75%，其他由京东、腾讯等知名大电商分抢，闪购有多大市场份额？

闪购模式“想当然”？ 消费是建立在沟通之上的，沟通一方面是商品信息的传递，一方面是需回答消费者的咨询，一个二维码上信息量有限，如何让消费者了解商品并下单购买？

闪购赚谁的钱？ 闪购总裁江林修说“闪购商城更多是厂商自己运营。”为什么厂商不直接选择在淘宝上运营，而把运营环节交给了经销商？能自己运营淘宝的厂商早就在淘宝平台上运营了，不能的为什么要在闪购平台上运营？闪购能提供给厂商什么？

（王利阳）

三问 “闪购”

投资中的第三人人效应

就在许多投资者都对市场近乎绝望的时候，市场终于在近日迎来了第一次强力反弹。这次的涨势，如同在沙漠里行军多日看到水源一般让人喜出望外，但这究竟是沙漠中的海市蜃楼还是真实的盈盈佳水，你将如何做出判断，并行动呢？

传播学的一个经典理论叫做“第三人人效应”，包含两层含义：一是当人们接触到来含有说谎性的内容时，会认为这些信息对其他人的影响力大于对自己影响；二是人们倾向于根据信息对他人的影响采取行动。我们可以借用这个概念来理解投资者的焦虑与行动。

一些投资者会认为，即使出现一次大涨，也不能影响我的投资决策，只能影响其它人。这就是第三人人效应的第一层含义，而这

些部分投资者容易忽视市场情绪对

市场的作用，并可能因误判形势而蒙受损失。台湾大学新闻研究所郭文正教授的研究显示：媒体上传播利好或利空的消息，即便并没有根据，只要第三人人是在部分投资者的行动上得到体现，那也会影响实际的涨跌情况。

而另外一些投资者，一有风吹草动，就会胡想他人可能会产生什么样的反应并调整自己的行为，这体现了第三人人效应第二个层面。这部分人易受市场情绪影响，从而在股市中迷失自我。

还有一些投资者可能会在两种情况之间游离，他们一开始坚守自己的投资决策，一旦市场更倾向于沿着“第三人人”的做法发展，这些坚守自己投资策略的投资者的决心会动摇，而如果此时倒戈，反倒更容易被套牢从而造

成更大的损失。

第三人人很多时候不自觉得影响着投资决策，那么如何减少这方面干扰呢？一方面时刻提醒自己最初的投资依据是什么，这些股票最看涨的基本面有没有发生变化；另一方面又要注意市场情绪保持高度敏感，审慎而为。当然这都需要具有丰富的投资经验和勇气，而对于经验比较欠缺的普通投资者来说，坚持自己的基金定投也许更为妥当。

（兴业全球基金 田雨松）

专家观点

巴曙松呼吁

进一步回购增持

国务院发展研究中心金融所研究员巴曙松日前表示，目前市场估值处于较低水平，上市公司分红派息增多，上市公司及其大股东应进一步回购增持，向市场传递信心。同时，社保基金和保险公司等中长期资金仓位较低，仍有加仓能力，目前投资已是较好时机。

8月以来，上市公司及其大股东回购增持悄然升温。宝钢股份、中兴通讯、广汽集团等多家公司或其大股东相继发布公告进行回购增持。

巴曙松表示，这是上市公司及其大股东举旗市场的表现。以宝钢股份为例，自8月底公告即将回购至9月19日，股价上涨近15%。此外，巴曙松表示，社保基金及保险公司等中长期资金目前仓位较低，仍有大量资金可以投入资本市场。

（中广）



央行放量

逆回购1600亿元

据央行公告，央行20日以利率招标方式连续实施了两种期限共计1600亿元逆回购，其中，7天期逆回购操作550亿元，中标利率3.95%；28天期逆回购操作1050亿元，中标利率3.6%。

此前，人民银行于9月18日以利率招标方式连续实施了两种期限共计750亿元逆回购，其中，7天期逆回购操作200亿元，中标利率3.95%；28天期逆回购操作550亿元，中标利率3.6%。

（证券时报）

投资中的第三人人效应

就在许多投资者都对市场近乎绝望的时候，市场终于在近日迎来了第一次强力反弹。这次的涨势，如同在沙漠里行军多日看到水源一般让人喜出望外，但这究竟是沙漠中的海市蜃楼还是真实的盈盈佳水，你将如何做出判断，并行动呢？

传播学的一个经典理论叫做“第三人人效应”，包含两层含义：一是当人们接触到来含有说谎性的内容时，会认为这些信息对其他人的影响力大于对自己影响；二是人们倾向于根据信息对他人的影响采取行动。我们可以借用这个概念来理解投资者的焦虑与行动。

一些投资者会认为，即使出现一次大涨，也不能影响我的投资决策，只能影响其它人。这就是第三人人效应的第一层含义，而这

些部分投资者容易忽视市场情绪对

市场的作用，并可能因误判形势而蒙受损失。台湾大学新闻研究所郭文正教授的研究显示：媒体上传播利好或利空的消息，即便并没有根据，只要第三人人是在部分投资者的行动上得到体现，那也会影响实际的涨跌情况。

第三人人很多时候不自觉得影响着投资决策，那么如何减少这方面干扰呢？一方面时刻提醒自己最初的投资依据是什么，这些股票最看涨的基本面有没有发生变化；另一方面又要注意市场情绪保持高度敏感，审慎而为。当然这都需要具有丰富的投资经验和勇气，而对于经验比较欠缺的普通投资者来说，坚持自己的基金定投也许更为妥当。

（兴业全球基金 田雨松）

专家观点

巴曙松呼吁

进一步回购增持

国务院发展研究中心金融所研究员巴曙松日前表示，目前市场估值处于较低水平，上市公司分红派息增多，上市公司及其大股东应进一步回购增持，向市场传递信心。同时，社保基金和保险公司等中长期资金仓位较低，仍有加仓能力，目前投资已是较好时机。

8月以来，上市公司及其大股东回购增持悄然升温。宝钢股份、中兴通讯、广汽集团等多家公司或其大股东相继发布公告进行回购增持。

巴曙松表示，这是上市公司及其大股东举旗市场的表现。以宝钢股份为例，自8月底公告即将回购至9月19日，股价上涨近15%。此外，巴曙松表示，社保基金及保险公司等中长期资金目前仓位较低，仍有大量资金可以投入资本市场。

（中广）

专家观点

巴曙松呼吁

进一步回购增持

国务院发展研究中心金融所研究员巴曙松日前表示，目前市场估值处于较低水平，上市公司分红派息增多，上市公司及其大股东应进一步回购增持，向市场传递信心。同时，社保基金和保险公司等中长期资金仓位较低，仍有加仓能力，目前投资已是较好时机。

8月以来，上市公司及其大股东回购增持悄然升温。宝钢股份、中兴通讯、广汽集团等多家公司或其大股东相继发布公告进行回购增持。

巴曙松表示，这是上市公司及其大股东举旗市场的表现。以宝钢股份为例，自8月底公告即将回购至9月19日，股价上涨近15%。此外，巴曙松表示，社保基金及保险公司等中长期资金目前仓位较低，仍有大量资金可以投入资本市场。

（中广）