



齐鲁晚报·齐鲁壹点  
记者 任磊磊

## 电商实体店全国开花 这步棋让人意外

“唯品会竟然在世茂开店了,转了一圈,感觉东西很便宜,但都是旧款”……在大众点评上,不少网友留言称,在世茂看到唯品会线下店有些惊讶。这是2019年12月29日,荣盛时代国际广场一楼唯品仓开业后,唯品会在济南的又一家线下店。

实际上唯品会从2018年初就已经开始进军线下领域了。2018年10月,唯品会在北京国瑞城购物中心落地了其首家线下零售店,此后,唯品会线下店在全国开花,有三四十家门店。

近日,洋码头再步唯品会后尘。8月17日,洋码头CEO曾碧波在“十年海淘路 全新洋码头”战略发布会上表示,洋码头落地重庆渝中区的首家旗舰店将成为公司在下沉市场的新零售试点项目。据介绍,该门店品类包括箱包、奢侈品、珠宝、美妆护肤、时尚穿搭,不包括快消、生鲜品类,面积大致在2000平方米。未来,洋码头计划三年内在100个城市开设超过1000家全球优选线下店。

目前,唯品会对于线下店项目比较谨慎,对于相关采访需求也三缄其口。据知情人士介绍,在唯品会内部看来,线下店还属于试水项目,成败尚不可知,因此暂时不方便发声。

相比之下,洋码头就高调得多,不仅在重庆召开了盛大的媒体见面会,曾碧波还亲自上阵发表演说。他说:“洋码头今天选择下沉,是流量结构变化给我们提供的挑战。”

## 既能展示商品又做仓库 线下店优势并不小

对于洋码头杀入线下,曾碧波说得很直白:线上流量枯竭,我们势必往线下看。

“我做电商20多年,做电商一般会笑话线下,传统门店租金高、人员开支高,现在因为疫情,线下零售门店的租金还高吗?线上的成本就那么低吗?其实线上流量成本一点都不低,我们吸引一个流量用户的平均成本是200元,一点也不比线下经营成本低。”

零售电商行业专家、百联咨



# 干掉实体店后 电商为何又布局线下



唯品会进军线下领域,这让不少顾客有些意外。资料片

询创始人庄帅则从更加宏观的角度去剖析这种轮回变化,他说:“随着线上竞争加剧和线下的洗牌,两者之间越来越取得动态平衡,慢慢线上线下趋同。”

庄帅从多个维度分析了这种变化:首先,中国每年新增的商业中心越来越多,再加上疫情

影响,目前商业中心的租金也没有之前那么高,甚至有的推出免租金活动。据联商网零售研究中心统计,2019全年新开各类商业项目522个(单体商业建筑面积2万平方米以上),新增商业体量超4392.59万方,平均商业体量约8.42万方。

“购物中心增加意味着有更多面积出租,会降低租金成本。购物中心主力业态是餐饮、电影院、健身场所,而服装、化妆品类不是主力业态,但又必须有。所以在这两个情况下,线下店开店成本下降了,价格趋同了,实体店优势凸显了。其次,实体店也

有自己的优势,有消费场景,比线上营销成本低,还能体验试吃试用试穿。”庄帅分析,从2016年起,电商平台和各大品牌就开始进行新零售转型,以前线上线下是分开的,还存在竞争关系,现在移动互联已经渗透到人们生活中,线上线下产品价格越来越趋同,而且目前一二线城市的物流成本直线上升,线上销售的优势越来越小。而抢滩布局实体店的电商,线下店不仅有展示的作用,还能作为前置仓,直接从门店出货快递到消费者手中。当线上线下打通之后,双方的隔阂被消除,线上线下业绩不打架了。

曾碧波表示,目前新增流量和新增消费来自三线,来自广阔的中部、西部、东北、华南,中国电商第一波红利结束了。我们讲流量下沉,所以两年前有人提出口号:中国做电商只有两个出路,一个叫出海,一个叫下沉。出海是做国际化,下沉是做三四线新兴消费人群。洋码头选择下沉。

## 电商玩线下能否成功 专家说目前是未知数

世事轮回,电商走到线下,能不能走通,还是未知数。就像庄帅说的:“我现在真的不敢预测,之前很多人预测都失败了。像是共享单车,多少风投砸进去几百个亿,最后也没真正做成。而大家都以为电商没机会了,拼多多却冒出来了,竟然还成功了。”

庄帅说,从阿里、京东、唯品会到洋码头,究竟谁能成功暂时都没有定论。“比如,阿里的盒马鲜生看上去很好,但一年亏一两百个亿,也只有阿里有这个实力。”

而垂直类电商比综合类电商更适合开线下店,则是因为垂直类电商是从供应链维度突围出来的。

比如唯品会的特卖产品,唯品会在这方面的拿货能力是很强的,别人拿不到的尾单、工厂货,唯品会就能拿到,所以他们做成了线上的“奥特莱斯”。

“在中国,奥特莱斯模式很难做好,因为国情的原因,大家都感到奥特莱斯的货品真假难辨。”在庄帅看来,正是因为有这样的市场空缺,才充满了机会。“在国外,奥特莱斯的名牌鞋价格就是百十块钱,但是没有人怀疑是假的,而在国内却被质疑,所以这就是机会。”

# 从狂嗨到冷静,“十八罗汉”走下神坛 注册制实行一周首批新股降温明显

8月24日(本周一),创业板改革及试点创业板注册制首批企业正式上市,这标志着创业板注册制时代正式开启。创业板注册制的实施,对于整个资本市场来说无疑是一次难得的机遇。创业板2.0的新股首日亮相可以说超出市场预期,但经过一周的运行,热度在逐渐降温,对投资者也提出了更高的要求。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 张頔

## 存量低价股也被带动

24日上市的18只新股,首日表现远超市场预期,其中康泰医学一度涨幅超过29倍,以上涨超过10倍收报。从整体涨幅来看,18只股票有10只涨幅超过100%,除康泰医学之外,卡倍亿涨幅也非常大,收盘上涨达743%。

除了新股表现一开始超过预期之外,创业板存量个股方面,绩差股、低价股表现十分强势。8月25日,西部牧业、天山生物、坚瑞沃能、联建光电、科融环境、豫金刚石等10只创业板存量股票涨停(涨幅为20%),其中天山生物、坚瑞沃能为连续两日涨20%,而这两只股票也一度濒临退市的股票。

此后到了第四个交易日(8月27日),首批注册制上市的创业板“十八罗汉”却出现了集体熄火的迹象,跌幅最大个股跌超18%。28日在创业板指大涨2.55%的情况下,“十八罗汉”仅2股收涨。首日表现最抢眼的康泰医学走势疲弱,股价始终在百元附近震荡徘徊。首日康泰医学最高股价为308元,周五收盘股价为90.80元,跌了217.2。如果在最高点买入,亏损率高达70.5%。

粤开证券分析师殷越认为,注册制落地之后,创业板热度较高,但从本周的表现来看18只新股走势分化明显,人气有所回落。创业板存量热门股也出现退潮迹象,表明部分资金选择获利了结,离场观望或寻找其他热点主线,创业板能否持续强势有待进一步观察。

从一周涨幅来看,虽然期间波动较大,后期走势分化,但18只新

股在首周均实现了上涨,并未出现破发现象。

## 多家鲁企排队等待上市

从地域划分上来看,首批上市的18家新上市公司中,来自广东的企业最多,有3家,其次是安徽省、江苏省、浙江省,分别有2家,而东部地区经济较发达的上海市和山东省则无一家。

尽管无缘创业板注册制下的首批新股,但青岛冠中生态股份有限公司、青岛德固特节能装备股份有限公司、山东南山智尚科技股份有限公司等山东企业的创业板注册制首发申请已获受理。更为重要的是,随着我国多层次资本市场的不断完善,企业上市也有了更多选择,比如同为注册制的科创板。目前,山东已有7家科创板上市公司,

济南企业兰剑智能已顺利首发过会,距离登陆资本市场仅一步之遥。据上交所官网信息,济南企业科兴生物制药股份有限公司将于9月1日首发上会,有望成为山东省第9家科创板上市公司。

在交易制度上,科创板和创业板的制度是比较接近的,只是在板块定位上,两者略有不同。科创板定义为面向世界科技前沿、面向经济主战场、面向国家重大需求,主要服务于符合国家战略、突破关键核心技术、市场认可度高的科技创新企业。创业板主要服务成长型创新创业企业,支持传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合。科创板更具有精品特点,而创业板定义更为宽泛,两者各具特色。

## 投资者要做更多独立判断

注册制是在科创板率先实践的,此番在创业板落地也是为了推进市场化改革。此前的核准制关注的是公司有没有持续盈利能力,监管机构审核的时候,要对于这个公司是不是一个好公司、未来成长性如何等进行实质性的判断。但是在注册制下,这个工作更多地交给了投资者。监管机构对于上市公司的要求更多体现在信息披露上。至于这个公司能不能带来回报,这个判断的标准更多是由投资者来进行掌握。

注册制放松了很多上市条件,包括没有盈利方面的要求。这一点是最应该关注的,投资者对此一定要保持冷静的头脑。所以从这个意义上来说,注册制会激发创业板投资者的理性思维,引导他们做更多的功课,而不是盲目跟风或追概念。