

有关部门正考虑制定电子商务价格行为指南

京东苏宁电商大战“玩虚的”

本报讯（记者 胡晓晶）上月爆发的电商价格战到底多“水”？答案昨天揭晓，针对国家发改委昨天公布的电商价格战调查出涉嫌四类消费欺诈，“参战方”京东商城、苏宁易购等昨晚相继公开表态，表示正在配合发改委的进一步调查，并将尊重调查结果。

发改委价格监督检查和反垄断局市场监督处处长陈达明明确表示，针对电子商业行业这种新兴业态，有关部门正在考虑制定相应的电子商务价格行为指南，从而进一步规范网上交易行为。

场外投资者入市意愿回升

股票开户数创近九周新高

本报讯（记者 许超声）来自中登公司最新披露的周报显示，上周沪深两市新增股票账户数为 99851 户，环比多增 6383 户，这已是股票开户数连续 4 周回升，并创出近 9 周来的新高，显示场外投资者入市意愿正在稳步回升。

值得注意的是，自 7 月份以来，A 股周开户数始终未能突破 10 万户大关，上周是最为接近的一次。统计数据还显示，上周末持仓 A 股账户数为 5630.54 万户，尽管相比前一周仅增加了不到 5000 户，但也是近 3 周首次出现的环比上升，显示出投资者离场意愿趋于缓和。

不过，A 股虽然开户踊跃，却难改二级市场疲弱现状，场内投资者交投意愿仍然低下。数据显示，上周两市参与交易的 A 股账户数为 732.68 万户，相比前一周减少近 36 万户，创出近 4 周来的新低。A 股交易账户占比相应回落至 4.39%，继续在底部徘徊。

另外，基金开户数据显示，上周两市新增基金账户数为 47788 户，环比略有回升，不过与股票开户情况形成反差，上周基金开户数却处于近期较低水平。

截至上周末，两市股票账户总数为 16927.55 万户，其中有效账户数为 13900.99 万户；两市基金账户总数为 3900.82 万户。

华宝兴业首次引入对冲基金投资策略

本报讯（记者 许超声）近日，华宝兴业基金管理公司与全球资产管理规模最大的 CTA 基金公司元盛资产管理（Winton Capital Management）的子公司建立期货投资技术合作关系，着手在国内期货市场投资及基金专户产品开发等领域展开深入合作。

这是国内基金公司首次引入海外领先对冲基金公司的 CTA 投资策略，拓展国内期货资产管理市场。华宝兴业常务副总经理谢文杰表示，华宝兴业与元盛的携手可以在国内外期货投资上形成互补，在期货专户这一创新领域实现共赢。

电商营销战缺乏规则

此前，发改委方面已约谈了三家电商，并按程序正式向三家通报了调查结果，要求企业进行有针对性的整改，目前三电商都在自查、自纠。昨天 19:33，“约架方”京东在其官方微博上贴出消费者致歉信，表示“将尊重发改委的调查结果”。随后，苏宁也向本报发来声明，称国家有关部门介入调查有利于规范企业和行业的良性发展，对管理上存在的瑕疵会积极调整。

电商大战打得虎头蛇尾，此前

一直沉默的监管部门终于在 20 天后发出了自己的声音。但对此番电商“虚”战如何处罚等问题，有关部门仍没有明确表态。实际上，由国家发改委出手管理电商价格战十分罕见，或对未来整个电商行业的价格战都予以了警示。

为此，已有专家呼吁正在制定中的《电子商务营销运营规范》等国家标准尽快出台，让执法调查机构有法可依。

别被“0毛利”忽悠

未来类似“激烈”的电商价格战

还会不会重演？在昨晚的致歉信中，京东方面也不失“委屈”：“虽然我们投入了大量的促销资源，做到了在促销期间大家电商品类整体为负毛利率经营以回馈消费者，但发现仍有少部分大家电商品没有实现对消费者零毛利的承诺……”这种说法直接暴露出，未来类似的电商“虚”战很难上演。以这次“价格战”重点打的大家电为例，目前的博弈格局注定了逼近底线的“约架”打不响。一方面，生产商的大客户是“美苏”等传统家电连锁巨鳄；另一方面，生产商的小客户是众多供应商，如今

供应商们想和京东合作，但“美苏”又不愿砸破正常的价格体系，后者势必会得到众多生产商的支持。

如果再吹出所谓“0 毛利”，消费者还会不会“被忽悠”？“看来吹牛也要上税了！”“知名度上去了，美誉度下来了，偷鸡不成蚀把米啊！”……昨天，发改委的调查说法一公布，微博上网友们立马呈一边倒之势，强烈谴责电商大战的不负责任。9 月份以来，以 3C 为主的“开学季”电商促销战在“摇旗呐喊”，但经过上一轮电商大战的“洗礼”，学会“吃一堑长一智”的国内网购族正在对价格战变得谨慎，线上比价和线下比价等货比多家已经成为网购常态。

中国电子商务研究中心分析师莫岱青指出，一直以来国内的网络零售领域没有系统的法律法规，今后价格战还是会继续，但如此“大规模”的应该不会再有。



云存储、大数据及云计算向应用开发者开放

百度云平台构建产学新模式

本报讯 中国互联网行业最大规模的技术创新盛会——百度世界大会日前在北京举行，此次大会围绕的主题是业界热门的云概念。在会上，百度首席执行官李彦宏展示了 PCS、LBS、云、BAE 等百度新产品，并宣布将免费向应用开发者提供这些产品。此外，百度将向开发者开放包括云存储、大数据及云计算

情况。

百度校园品牌总监张高介绍了百度开放研究计划，通过联合实验室、主题研究项目、联合项目、研究资源与平台开放等方式，百度目前已与北大、清华、复旦大学、上海交通大学、南开大学等高等院校进行了不同形式的合作。随着“百度开放研究云平台”计划启动，百度产品和系统的数据供学术界研究者使用，产学研合作将更好地推动互联网产业与相关科学研究的融合发展。（王向导）

“桌面云”亮相 可供 7 万人使用

华为云计算大会在沪举行

产业发展等领域的云计算应用示范平台；推动 100 家软件和信息服务业企业向“云服务”企业转型；带动全市信息服务业新增经营收入 1000 亿元。

据透露，华为自 2010 年开始进军云计算，去年宣布成立 IT 产品线，全线布局云计算领域，并发布“云帆

全国有8万多家商品交易市场

据新华社北京 9 月 5 日专电（记者 雷敏）中国商业联合会商品交易市场专业委员会常务副会长骆毓龙日前透露，目前全国拥有 8 万多家商品交易市场，亿元以上规模市场近 5000 家，年交易额达 8 万亿元。

骆毓龙在此间召开的“2012（第二届）中国市场大会”新闻发布会上说，目前国内的商品交易市场，是改革开放后以民间资本为主体建立起来的，规范、环境、管理等标准的缺失，限制了它们的发展。如全国市场还有 881 个露天市场亟待改造。北京市 1306 个商品市场中停业的就有 114 个，出租不满 50% 的有 249 个，占市场总数近 20%，效率低下。

据了解，由中国商业联合会、中国东盟中心、国家开发银行评审一局、香港特别行政区政府投资推广署联合主办的“2012（第二届）中国市场大会”将于 9 月 16 日至 18 日在北京举行。

中国8月完成82起并购交易

据新华社北京 9 月 5 日专电（记者 南婷）清科研究中心 5 日在京发布数据显示，8 月中国并购市场共完成 82 起并购交易，是今年以来并购交易完成数量最多的一个月。其中房地产行业最为火热，共完成 12 起案例，占案例总数的 14.6%。

根据清科数据库统计，8 月中国并购市场共完成 82 起并购交易，其中披露金额的有 73 起，交易总金额为 15.31 亿美元，平均每起案例资金规模约 2097 万美元。8 月并购数量环比增长 20.6%，受跨国并购金额规模相对偏小影响，披露案例平均金额环比下降 40.1%。

团购市场回暖 销售金额回升

网络团购市场在经过连续 3 个月的低迷后，7 月份逆势上涨，当月销售额直逼 20 亿元大关，再次刷新成交纪录，同时开团期数、购买人次也双双上升，行业回暖迹象明显。

团购导航网站团 800 公司 9 月 4 日公布的 2012 年 7 月份中国团购市场统计数据显示，今年 7 月份国内团购总成交额 19.4 亿元，环比上升 16.5%，购买人次 3734.6 万，开团期数一路上扬达 23.5 万期。截止到 7 月底，国内团购网站数量为 2953 家，较上月减少 23 家，团购网站整体数量减少的态势逐步放缓。

业内专家指出，尽管上半年网络团购行业转型期间的盘整带来一定震荡，但总量增长的趋势大致可见，并逐步形成了“摊大饼”的局面，团购网站正在以增加开团期数为重点，不遗余力挖掘潜在商户，团购商户覆盖规模和开团期数的井喷式增长就是最好的例证。

今年 7 月份，团购热度呈现两极分化，约 49.8% 的用户购买量集

中在 2.4% 的热门团购，而购买人次低于 30 人的团单个数占到总体的 98%，表明用户对团单的消费热度分布极不均衡。参团商户交易量呈现两极分化现象，说明大多数商户尚未在团购转型期玩转团购营销。但是已经有 3% 的商户逐渐摸透了团购转型的发展，懂得运用优质、适合用户和行业特性的产品吸引用户，成为团购市场的中流砥柱。

2012 年作为中国团购的洗牌年，在经历了连续震荡后，商户同团购网站的关系产生了微妙变化：行业鼎盛时期，无论是商户选择、促销方式，还是折扣力度，团购网站享有绝对的话语权，扮演着主导市场、制定规则的角色。然而随着“泛团购”时代的转型和团购网站对商户资源白热化的争夺，使得那些明星商户角色逆转，变成掌握选择团购网站、开团价格、时间的主导者，团购网站则越来越处于被动境地。（仟华）