



本报官方微博



本报官方微信

# 中国经营报

## CHINA BUSINESS JOURNAL

总2460期/每周一出版/本期40版

新闻热线:(010)88890030  
中国社会科学院主管  
中国社会科学院工业经济研究所主办  
社长、总编辑/季为民

零售价/ RMB5.00

# 同级薪酬可差4倍 国资委:激励资源向科研人才倾斜 A2

## 经济企稳

### A5



## 独角兽Shein疯狂成长之路

### 商业案例 D4

快时尚跨境电商品牌Shein(又称希音),是中国最神秘的跨境电商巨头。虽然大多数中国人并不知道这家公司,但它却被业内认为是增长速度最快的未来之星。近期最新一轮融资后,根据CB Insights的数据,Shein估值可能将高达1000亿美元,与坐拥20亿用户,手握抖音和TikTok的字节跳动,马斯克的SpaceX比肩,有望跻身全球独角兽排行前三名。

2008年,Shein前身由刚大学毕业不久的许仰天在南京成立。2012年,Shein

放弃了跨境电商的婚纱生意,收购了一个域名为SHEINside.com的网站,开始专注于海外时尚单品市场,并由此开启了Shein疯狂且传奇的成长之路。

公开数据显示,近期Shein在超20个国家和地区的购物App下载量中排名第一;在超过60个国家和地区的购物App下载量排名前五,这个数据已超过Amazon(亚马逊),成为全球最受欢迎的线上购物App。

当传统电商巨头们在国内血拼厮杀、疯狂内卷的时候,Shein却瞄准了全球

市场的蓝海,并快速跑马圈地,打下了一片江山。

公开资料显示,在快时尚服装行业,Shein营收从2016年的6亿美元攀升到了2021年的157亿美元,这个数据已接近全球时尚服装界的霸主ZARA(约282亿美元)。而Shein的增速更快,2015~2020年,中国出口跨境电商年复合增长率为15.6%,Shein则高达189%。

10年间,从名不见经传的小电商成长为全球最受欢迎

的线上购物App,Shein是怎么做到的?

社评

## 做大做强云计算市场须立足实际

稳住经济大盘是近期以来我国经济工作的重点,发挥产业基础优势,带动产业链条提升则是“一举多得”之举,在这其中,依托中国强大的数字经济基础,云计算的地位和作用愈发凸显。随着数字经济的不断发展,数据和算力日渐重要。在此背景下,云计算作为新的计算模式被提出,但直到5G网络大规模应用后,云计算才得以推行,应该说,云计算是网络技术所催生的,是数字经济发展的必然趋势。云计算主要解决的是算力资源分散和使用效率的问题,原来每个公司都自购算力设施,包括机房、服务器、操作系统等,不仅需要巨大的财务投入,而且还存在算力闲置浪费的问题。云计算另辟蹊径,把算力设施集中起来,企业只在需要计算时通过网络来使用算力资源,也只对使用的算力付费,这样实现了算力资源的合理配置,对单个企业来说节约了信息成本,对提供云计算的提供方来说实现了规模经济,因此,云计算一推出就显示了强大的优势。

云计算有比较完整的生态系统,根据发挥功能的不同,目前主要分为两个层面:第一层是IaaS,这一层面属于云计算基础设施,企业主要是出卖算力、存储资源,需要巨大的投入,且回报周期比较长,因此,参与的企业相对较少,阿里云、华为云、腾讯云和百度智能云市场份额占比达到78.8%,占据国内云市场的主导地

位。第二层包括PaaS和SaaS,这个层面主要是软件支持,其中PaaS提供操作系统、数据库等平台型的软件,SaaS则是提供软件应用服务,直接服务企业的个性化需求。这个层面上,将会有很多的软件和信息企业加入,呈现百花齐放的态势。

我国云计算起步较晚,但是发展很快。根据有关机构统计,2021年全国云基础设施服务市场增长45%,保持了高速增长态势。云计算市场高速增长,主要原因有两个方面:一方面是云计算技术逐渐成熟,云计算企业开拓市场的力度不断加大;另一方面是新冠肺炎疫情暴发后居家办公情况增多,企业对上云的需求也相应增加。但是,总的来看,我国还处在云计算发展的初期,这可以从云计算支出结构得到印证,我国IaaS支出占到云计算全部支出的70.1%,远远高于PaaS和SaaS的比重,在支出中占绝对主导地位;而云计算领先的国家情况则刚好相反,美国的PaaS和SaaS支出的比重高达80%以上。这也意味着我国云计算还处在基础设施建设的阶段,在软件和服务上投入还不

大,进展相对缓慢。

我国云计算市场服务的对象主要有三大类:互联网企业、电信金融等服务企业、政府。云计算市场发展的广度和深度很大程度上取决于这些企业上云的需求。从我国云计算市场的发展历程看,阿里云等云计算

企业之所以能快速崛起,主要原因我国互联网产业蓬勃发展,产生了对云计算的巨大需求,这也是我国云计算公司能够起家的优势,依靠互联网公司撑起了云计算早期市场,云计算公司充分享受了消费互联网发展的红利。但是,电信金融等服务企业、政府和互联网企业的逻辑不同,各自的基础和条件不同,业务需求也不同,需要个性化的定制服务,无法把互联网公司的解决方案直接复制过来,因此开拓的难度相对要大。

我国云计算市场的快速扩张势头遇到了新的问题,市场需要向传统的企业领域拓展,需要更大的投入和更多的时间,这意味着短期内增速将会下降。从云计算巨头财务数据可以看到这个现象。阿里巴巴2022财年第三季度(即2021年第四季度)业绩报告显示,阿里云在2022财年第三季度收入增速降至20%。腾讯云的收入合并并在金融科技与企业服务业务中,金融科技与企业服务业务2021年第一季度增速为47%,但第四季度下滑至25%。从国际竞争的格局来看,我国云计算企业的收入增速、利润规模和市场份额与云计算领先的国家都存在较大差距。有关数据显示,谷歌云在2021年取代阿里云成为全球第三大云,前三大云全球市场占比达到61%;国内除了阿里云外,其余云计算公司都处于亏损状态,阿里云去年的利润率也只有

1.3%,而亚马逊AWS、微软智能云的利润率分别为29.8%和44.2%,我国云计算市场和企业发展都需要进一步提升。

长期来看,我国云计算发展还有很大的空间。根据印度软件行业协会发布的报告,从IT支出在GDP中所占的比重这一指标来比较,美国为4.7%,印度为1.6%,中国为1.4%,我国不仅低于美国,还低于印度。随着数字技术进步和数字经济发展深化,我国IT支出还有较大的提升空间,可以预见,企业在云计算上的支出也会相应增加。与此同时,我国的IT支出结构中,主要是硬件方面的支出。根据国际研究机构Gartner的数据,去年我国IT支出中,硬件支出占31%,服务和软件占19%;而全球IT支出中,硬件占19%,服务和软件占42%。这也意味着我国的软件和服务支出还存在较大的提升空间,云计算还蕴含着巨大的潜力,云计算行业大有可为。

我国云计算市场发展与国外有很大的不同,不应照搬国外的经验,应当立足我国实际,大力实施“东数西算”工程,推进“企业上云”计划,创造云计算市场发展的良好环境,增强市场发展动力。云计算企业要进一步明确云计算的定位,把服务企业作为出发点,真正借助云计算帮助企业降本增效,帮助企业转型升级,支持企业把生意做大做强做优,与企业实现共同成长。

## 经济大势

### A1~A8

- 十年实施创新驱动 ..... A3
- 中国先进制造业体系已成
- 加快建设全国统一大市场 ..... A4
- 省以下财政体制改革方案发布

## 营商环境

### B1~B20

- 美联储加息 中概股成避险选择 ..... B2
- 绿色金融国际化探路 ..... B3
- 期货“基本法”配套陆续出台 ..... B6
- 《财务细则》规范居间业务
- 监管剑指信托公司“固有业务” ..... B7
- 出险房企脱困进行时 ..... B12
- “毕业季”广深租房图鉴 ..... B13
- 解锁新家电“6·18” ..... B15
- 热销背后的“流量密码”
- 人工血管紧缺 ..... B17
- 国内多家企业加快技术突围

## 智在公司

### C1~C8

- 192号段放号预约 ..... C2
- 中国广电吹响5G商用战号角
- 谷歌聊天机器人引争议 ..... C4
- AI伦理界定仍需明确
- 起底蔚来的“底牌” ..... C5
- 优惠政策持续落地 ..... C7
- 车市加速复苏

## 消费连锁

### D1~D4

- 养生消费兴起 品牌革新加速竞夺 ..... D2
- 酒业再迎盛会:小酒种回归竞争升级 ..... D3

### 本期热词

## IPO提速

北交所平均24倍左右的市盈率、高者破5乃至破10的换手率、2022年以来16家新上市企业平均约1.55亿元的首发融资额等,既远超部分投行人士的预期,又吸引许多本不愿考虑北交所的优质企业转变态度,将北交所视为第一选项。

北交所IPO提速 投行预计2023年迎上市小高峰 A7

## 区块链“败退”

北京某区块链创业公司内部人士表示,他们已经决定逐步放弃供应链金融场景,“我们经过初期探索后,认为供应链金融场景下,区块链公司比拼的不是技术能力,而是寻找核心企业‘金主’的资源”。

区块链“败退”供应链金融 B1

## 芯片1元

以德州仪器一颗电源管理芯片TPS61021ADSGR为例,其于2021年5月涨至最高价每颗45元后开始降价,国内元器件分销商一名市场人员告诉《中国经营报》记者,当前该芯片的价格已降至每颗“五六元”。而在一些采购网站上,记者看到该芯片现货价格最低跌至每颗1元。

部分模拟芯片降价去库存 供需已扭转? C1

## 茶业多变

当王宇这一代的年轻人逐渐成为消费主力军时,他们的消费需求也越来越多元化。于是,新式茶品牌不断涌现,并推出更多口味、形态创新的茶产品,这些品牌在吸引年轻消费者关注的同时,也受到资本的青睐。

茶行业扩容 新式品牌多维度求变 D1



中国经营者俱乐部



本报官方微信



6 942626 144086 >

广告许可证:京海工商广字第0224号  
本报常年法律顾问所:北京德和衡律师事务所