淘宝台湾停止运营，谁会受到最大损失？

从2019年在台湾展开服务的淘宝台湾，要挥别江湖了。淘宝台湾在声明中指出，决议于今年12月31日23:59正式停止在台湾的营运。而且从10月15日上午11:00起，淘宝台湾关闭平台下单、卖家入驻与商品上架等功能。看来，这是一次真正的“再见”。

一家规模颇大的电商公司离开，必然会引发诸多动荡，亦有很多群体的利益会受到损失。不妨一起看下，哪些群体受损会最为严重。

对于淘宝台湾的运营公司，英商克雷达投资台湾分公司来说，应该比较“受伤”。因为淘宝台湾是阿里巴巴通过品牌授权，让克雷达公司去运营的，而且后者运营得还挺不错。淘宝台湾自去年10月开站以来，发展势头颇为迅猛。

据悉，淘宝台湾站上商品数量约3000多万项。而去年“双11”过后，淘宝台湾下载量突破200万，且稳定成长中。同时，淘宝台湾每月业绩成长幅度约有15%～20%左右，表现不错。但随着淘宝台湾关闭，克雷达公司一年的心血付之东流，也失去了未来成长的广阔空间。这样的结局，让人扼腕叹息。

对于阿里巴巴来讲，淘宝台湾的关闭则“无关痛痒”。因为淘宝台湾与阿里巴巴的关系只是“品牌授权”，后者并未花费太多资源、时间、金钱和精力在上面。更重要的是，阿里巴巴在台湾的市场业务运营一切如常。即使没有了淘宝台湾，阿里巴巴还依然能够通过手机淘宝占据台湾的消费市场。对阿里巴巴来说，一切其实都没有改变。

对于台湾民众而言，消费层面受到的影响也不大，还是可以通过手机淘宝等买买买。但因为淘宝台湾的关闭，必然会让很多台湾人失去就业机会，对生活造成一定影响。而且很多台湾当地的商家，也没有了可以依赖的电商平台。相信很多在淘宝台湾工作的台湾人，不想看到这样的结局。

受损最为严重的，则是对台湾经济将会受到巨大冲击。因为中国大陆互联网企业在中国台湾被关停，已经不是个例。早在今年9月份，爱奇艺的台湾代理商欧锑锑娱乐宣布，于10月15日全面停止爱奇艺台湾站客户服务——恰恰是后来淘宝台湾宣布关闭的时间。

爱奇艺、淘宝台湾接连关闭，有可能会让更多中国大陆的互联网企业为之担心，进而放缓，乃至停止进入台湾市场的脚步。由此带来的就业机会、税收等，也都化为了泡影，台湾经济自然会受到损失。

实事求是地说，台湾的互联网行业本身就相对落后，更需要与大陆的互联网企业沟通，才有望实现腾飞。但这种“非开放姿态”，却有可能让台湾互联网行业停滞不前，最终丧失主动权。这对于台湾来说，受到的损失是难以估计的。

说到底，在当下复杂的国际环境下，台湾对大陆更应该保持开放态度，展开精诚合作。只有这样，台湾才能不变得越来越“落后”。 **（科技新发现发 康斯坦丁/文）**

新号码被骚扰，注销却需2万元！二次放号为何频频“爆雷”？

在互联网行业，借贷已成为毒瘤；在共享经济领域，跑路的共享单车等是毒瘤……而在与消费者密切相关的通信市场，二次放号俨然成为一个无法回避的毒瘤。甚至消费者在办理手机号码后，后者有可能因二次放号变成一颗“定时炸弹”，随时都有可能“爆雷”！

如今，二次放号已经引得“天怒人怨”。可惜，这一顽疾却始终没有得到治理。对于运营商来说，必须要正视二次放号带来的严重负面影响，是时候重拳出击了。否则，二次放号会尾大不掉，一直困扰着消费者，并让运营商因为众多投诉而头大。

二次放号引诸多骚扰事件，已成热门话题

二次放号，是指老用户停用、弃用手机号后，号码由运营商收回，空置一段时间再次投放市场，供新用户选择。对于运营商来说，这是一种正常的资源循环行为。但也正是这种看似正常的行为，却给消费者带来无尽的烦恼，引发诸多骚扰事件。

10月15日，#新号码遭骚扰注销要交2万违约金# 成为热门话题。一位网友新办的手机号，经常收到骚扰电话。因严重影响生活，这位网友想注销此号码，却被运营商告知因号码属于靓号，注销需缴纳21150元的违约金。而多次沟通未果后，这位网友投诉至工信部，得到的结果却是建议自行诉讼。

类似的事件，层出不穷。有消费者在办理新手机号码后，却在注册多个APP时遭拒，导致无法享受购物、出行等服务。还有的消费者“接盘”借款手机号，导致被催贷电话、短信轮番轰炸。

近段时间，二次放号引发的诸多骚扰事件，已经站在舆论的风口浪尖。在成为热门话题的背后，是消费者遭遇到共性事件。这说明，二次放号的数量绝不在少数。

矛盾重重，不应以号码资源有限当借口

尤为蹊跷的一点是，消费者在选择、办理这些号码时，运营商都未基本上都未被告知号码属于二次放号后的号码。这自然会导致矛盾重重，消费者在遇到骚扰事件后，会将矛头直接对准运营商。

或许，运营商也是“有口难言”。据悉，手机码号资源和网络IP地址一样，理论上属于稀缺资源。一直以来，国内手机号码都以11位为主。而随着用户激增，手机号码也从初期的“13X”迅速扩展到“17X”、“18X”、“19X”等多个号段。但号段不是无限制的，存在既定的数量。这导致如今部分号段已无新号可用，运营商只能回收号码并再次放出。

我们也理解运营商有“苦衷”，但这绝不是他们给消费者带来困扰的借口。毕竟消费者花钱办理手机号码及套餐，想要享受的是服务，而不是无理由的困扰。最起码的一点是，消费者作为享受通信服务的主体享有知情权，在办理号码入网协议时，运营商应明确告知号码是否为二次放号。

拒绝被侵害权益，运营商要拿出应对手段

二次放号造成的众多苦恼，实际上是在侵害消费者的权益。而在类似的相关事件没有被曝光出来、没有被舆论所关注的时候，既得利益方总是会充耳不闻。二次放号、携号转网、天价靓号等，都是如此。

包括运营商在内的既得利益方只会在舆论发酵愈来愈严重、局面愈来愈难以收拾的时候，才不情不愿地表示会做出改变。这样的做法，其实只能勉强说得上是亡羊补牢。但消费者希望看到的是，运营商能够防患于未然，未雨绸缪地防止类似事件的发生。

针对二次放号一事，运营商的确应该拿出相应手段。此前，中国移动推出的“二次号查询服务”系统，也有部分商业机构建立二次号付费解绑平台等。但繁琐的步骤、不人性化的操作等，还远不足以避免二次放号带来的诸多问题。运营商还要做的更多，比如打破信息壁垒、建立相关数据平台，防止问题手机号码继续流通等。只有做到这些，运营商才能称得上是合格或优秀的服务者。 **（科技新发现 康斯坦丁/文）**

电子烟为什么没能取代烟草？

香烟一直是个矛盾体的存在：尼古丁令人上瘾，但没有被法律所禁止；烟盒上印着“吸烟有害健康”以及病变的器官，但烟草的销量从未走低；电视台上禁止播出烟草广告，但华子、利群、黄鹤楼、芙蓉王的牌子日益响亮，而且高档香烟、奢侈品香烟层出不穷，只有烟民想不到的，没有烟草商做不到的；如今香烟的危害已经形成集体共识，控烟令、禁烟令也逐步严苛，比如在北京这样的首善之区，只要有屋顶的地方就不允许吸烟；绝大多数的饭店不允许吸烟；影视作品中，不能出现吸烟的镜头，特别是张雨绮香烟加红酒的镜头更是要绝对禁止的，毕竟，唯美的镜头会令青少年争相效仿。

大概是因为烟草企业的税收超乎想象，把每年卖出去的华子们连接起来的长度，已然能够媲美于中国高铁的总里程了，更关键的是，烟草不比毒品，它之于人类的伤害不是爆发式的，而是经年累月的，抽一根香烟仅会减少5分钟的寿命。在如此错综复杂的背景之下，管理者控烟的方式只能寄希望于烟民的自制力。

平心而论，99%的烟民都是乌合之众，多数人为了戒烟寻找替代物，如槟榔、冰糖等等，最终的结果是，香烟没有戒掉，又染上了槟榔的毛病，而冰糖又造就了一批批的油腻中年。此外，电子烟曾被寄予厚望，不仅有潜力吞噬传统烟草的利润，更可能帮助人们戒掉香烟。遗憾的是，好好的一个新兴行业，再次被金钱、品质、人性掐住了脖子。

千烟大战，电子烟为什么会野蛮生长？

中国的创业者总有一种急于挤出瓶子的癫狂，碰到好的项目，资本会立即涌入，先奔跑起来，然后再寻找方向。也难怪，中国有太多速度打败模式的案例。从最早的团购，号称千团大战，再到共享单车，有赤橙黄绿青蓝紫七彩神车，这些行业都经历了早期的野蛮的生长，而后大浪淘沙仅仅留下一两个巨头。同样的轮回来到电子烟企业，他们也曾经历野蛮生长，一副傲娇姿态，雄心勃勃地想要从“利润巨头”的身上撕咬下一块肥肉。尴尬的是，1800多家电子烟企业可能一家都留不下，烟民依旧酷爱烟草。

海外的模式常常被国内的创业者模仿，他们坚信：国外所有的模式都是错误的，但总有一些是有用的，电子烟同样起源于海外。事实上，电子烟在美国的渗透率达到31%，而传统烟草公司万宝路入股一家新兴的电子烟企业，使之扩大经营规模，快速盈利，人均年终奖135万美元。相比于美国，中国有更大的烟草市场，加之，控烟的呼声持续走高，电子烟在逻辑上是非常有市场的，包括烟民数量、复购频率的评估都是相当乐观的。基于此，资本迅速涌入该市场，其中，不乏红杉资本等大财团的的加盟。

另外，中国生产全球80%的电子烟，有非常成熟的产业链，在得到资本之后，创业者可以非常容易就拿到“现货”，一些代工商甚至能提供“交钥匙”方案，这意味着，创立一个电子烟品牌是非常容易的，最火爆的时候仅仅需要500万就能搞定。

在2019年前后，外卖团购早已经呈现寡头稳定趋势，而共享单车也是一座座坟场，智能手机产业意兴阑珊，使得中国资本无处可去。所以，恰逢此时，电子烟横空出世在短时间内成为风口，也在情理之中。资本能让任何行业野蛮生长。

奄奄一息，电子烟为什么没流行起来？

平心而论，中国对于电子烟行业来说，是一个相当不错的创业环境，他们也确实经历了令人兴奋的成长期。据不完全统计，最高峰期电子烟品牌达到1800个，但遗憾的是，这些品牌仅仅半年的时间就相继倒闭，如前文所述，比外卖、单车更惨的是，电子烟行业可能连一两个巨头都留不下来，整体感觉这个行业就是奄奄一息的样子。

野蛮生长最大的特点就是发展非常快，但只是一股虚火。不仅经营状况会显得混乱，而且连产品的质量标准都不明确，监管非常容易失控。

如前文所述，创造一个电子烟品牌仅仅需要500万，含金量之低令人咋舌。一般来说，好的品牌代表好的品质，比如中华、芙蓉王、万宝路这些品牌都是经过长期经营淬炼而成的，代表着高品质和高档次，但新兴的电子烟品牌，一来没有经过严格的审核，二来有关部门也不允许电子烟在主流媒体上做广告，虽然也叫品牌，但和烟草大佬的品牌比起来，实在是不能同日而语的。在如此廉价的品牌下，电子烟经营者自然也不会把品质放到第一位。事实上，电子烟之所以被寄予厚望，正在于它打着“健康”的旗号，相比于烟草带来的漫天灰烬，电子烟给人的感觉还是比较“干净”的，二手烟也不那么令人讨厌，但因质量层次不齐，一些电子烟液会产生新的有害化学物，危害作用比烟草还厉害，加之，创业者抱着“赚快钱”的心态，不择手段地营销，精美的包装吸引了大批的青少年和女士加入烟民的行列。如此状况直接丧失掉自己的优势，快速倒闭也是情理之中的事儿。

无论是电子烟还是传统的香烟企业，笔者认为都应该尽快倒闭，虽然于国家税收方面会有一些损失，但对于全面健康有着非常重要的意义，况且，人的生命中根本不需要香烟这种东西。烟民可以回想一下，自己抽第一支烟的时候，肯定是痛苦而干涩的，是自己强忍着压力才能学会的。而抽烟时看似缓解压力，实际上只是一种假象幻觉。与其享受烟民的烟雾缭绕，我们更应该享受自己是个“非吸烟者”。（科技新发现 康斯坦丁/文）