

广东家电世界电子商务有限公司一页纸尽调简报

调研对象为用户指定主体“广东家电世界电子商务有限公司”。公开检索未发现足以直接确认其经营规模、官网、融资、招投标、知识产权、招聘或持续运营的强信源，因此本报告定位为真实性核验与招商初筛风险提示。

调研对象：广东家电世界电子商务有限公司

赛道：家电电商 / B2B撮合 / 家电供应链服务 / 线上零售

资料截止：2026-06-12

结论用途：招商初筛、主体真实性核验与会前问题清单

一、结论先行

建议暂缓推进

先确认主体真实存在、实际运营和业务数据

以“广东家电世界电子商务有限公司”为精确关键词进行公开检索，未发现可靠官网、主流工商聚合页、融资报道、招投标记录、招聘记录、知识产权记录或公开经营新闻。对招商初筛而言，这属于明显的信息弱信号：现阶段不能把该主体当作可直接会见、签约或给予政策承诺的正常运营项目。

从名称判断，该主体可能与家电电商、家电**B2B**交易撮合、家电供应链服务或区域家电产业平台招商有关。该方向本身并非没有价值，广东和顺德具备家电制造、品牌、供应链和商贸渠道基础；但企业层面必须先补齐工商、股权、团队、平台、交易、财税和客户证据。

建议把该线索先放入“待核验名单”，由对方提供营业执照、最新工商档案、实际办公地址、平台/小程序/店铺链接、近两年财税、交易流水、客户合同和团队社保后，再决定是否进入正式招商流程。

一句话判断：赛道有产业基础，但主体公开可验证信息过弱；没有补证前，不建议领导会见、签约背书或政策支持。

二、企业概况

成立时间

未检索到可靠公开信息

注册资本

未检索到可靠公开信息

实缴资本

未检索到可靠公开信息

参保人数

未检索到可靠公开信息

主体确认	截至本次公开检索，未找到可直接确认该全称的强信源页面；需以营业执照、国家企业信用信息公示系统和企业现场材料复核。
法定代表人	未检索到可靠公开信息。
注册地址	未检索到可靠公开信息。
主营业务推定	从名称推定可能涉及家电电子商务、线上零售、 B2B 交易撮合、渠道分销或供应链服务；该判断仅为名称推断，不能替代企业证据。

关联关系	未确认其是否与中国·慧聪家电城、佛山慧聪城、家电行业电商平台或广东家电产业载体存在股权、业务或品牌授权关系。
------	--

当前状态	需重点核验是否在营、注销、迁出、被列异、长期零申报、无实际办公，或仅为项目公司/持证主体。
------	---

三、核心数据

官网/平台

未发现强信源

融资/新闻

未发现强信源

招投标/客户

未发现强信源

知识产权

未发现强信源

指标	公开信息	尽调解读	需补证据
主体真实性	公开检索未能确认该全称的可靠工商、官网或主流公开经营页面。	主体真实性、名称准确性或公开收录情况存在重大不确定性。	营业执照、国家企业信用信息公示系统截图、最新工商档案、法定代表人身份证明、股权结构、实际控制人说明。
运营活跃度	未发现官网、App、小程序、网店、平台入口、新闻稿或持续运营记录。	无法判断其是否真实开展家电电商或B2B交易撮合业务。	平台链接、后台交易数据、活跃商家数、活跃买家数、GMV、订单数、复购率、客服与履约团队清单。

指标	公开信息	尽调解读	需补证据
客户与交易	未发现可验证客户名单、招投标记录、采购商资源、合作品牌或成交案例。	若其主张拥有家电渠道或交易撮合能力，必须用合同、订单和回款证明。	前20大客户、供应商授权、品牌代理证明、合同、发票、银行回款、售后记录和客户访谈。
财务与纳税	未见公开披露收入、利润、纳税、融资或审计数据。	不能评估其税收贡献、现金流质量和政策兑现能力。	近两年审计报告、纳税证明、开票金额、平台流水、成本费用、库存和应收账款。
团队与社保	未检索到招聘、团队规模、社保人数或组织架构强信源。	电商平台类企业若无运营、技术、供应链、客服和履约团队，业务难以持续。	社保清单、组织架构、核心团队简历、技术人员、运营人员、仓配和客服人员配置。
行业基础	广东是国内重要家电制造和家电品牌集聚地，顺德、中山等地拥有美的、海信科龙、格兰仕、TCL智家等产业基础。	家电电商与供应链服务方向具备区域产业土壤，但不能直接证明该主体有能力承接。	与本地家电厂商、品牌商、经销商、产业园区或平台的真实合作协议。

本报告最关键不是判断赛道好坏，而是先判断主体是否真实、业务是否真实、数据是否真实。未补齐三类证据前，不宜进入政策谈判。

四、行业利润微笑曲线调研

家电电商与家电供应链服务处在家电产业利润微笑曲线的右端：若掌握品牌渠道、买家流量、交易数据、供应链金融、仓配履约和售后网络，附加值可能高于普通分销；但若只是普通网店、低价倒货或无真实平台流量，则会落入低毛利、重库存、价格战和售后纠纷的利润洼地。

左端高利润：研发/设计/核心技术

家电产业高价值来源包括工业设计、智能控制、核心零部件、品牌定义和产品创新。

偏左中高：品牌与产品方案

掌握品牌、品类定义、质量标准和供应链组织能力的企业，议价能力高于普通贸易商。

中部较低：普通制造/分销

单纯制造、贴牌、低价批发或无差异分销，容易被价格战和库存压力压缩利润。

偏右中高：电商运营/渠道服务

若具备店铺运营、内容营销、直播、数据选品和渠道分发能力，可提升转化与周转。

右端高利润：平台生态/数据/履约

平台掌握真实买卖双方、交易数据、仓配售后和供应链金融时，才可能形成高附加值生态。

链条位置	典型环节	利润判断	企业卡位
上游/左端	家电研发设计、智能控制、核心零部件、品牌定义	高附加值，但该主体名称显示更像电商服务，不直接占位左端。	未见研发制造证据；如主张有品牌或产品定义能力，需提供自有品牌、专利、检测和销售数据。
中游	家电生产、批发、代理、库存采购	普通贸易和分销毛利较薄，且受库存、账期、退换货、售后和平台流量成本影响。	若仅做家电分销，应按贸易类项目谨慎评估，不宜按科技电商平台估值。
下游/右端	电商平台、直播渠道、B2B撮合、仓配售后、供应链金融、数据运营	右端有高附加值潜力，但前提是有真实流量、交易闭环、复购和履约能力。	当前未见平台入口和交易数据，暂不能确认其占据右端高价值位置。

招商判断应把“电商平台”拆开看：真实平台看活跃商家、买家、GMV、复购、履约和收费模式；普通网店看销售、库存、毛利和售后；空壳主体则直接暂缓。

五、投资诉求

公开可确认诉求/动向

- 仅能确认用户提供的企业名称为“广东家电世界电子商务有限公司”。
- 公开检索未发现足以支撑其经营规模和持续运营的强信源。
- 家电电商、供应链服务、**B2B**撮合方向与广东家电产业基础存在潜在契合。

招商需补清楚

- 该全称是否准确？是否存在曾用名、简称、关联主体、平台主体或注销/迁出情况？
- 是否拥有官网、**App**、小程序、淘宝/京东/抖音/拼多多/**1688**等店铺或**B2B**平台入口？
- 近两年**GMV**、订单数、活跃商家、活跃买家、客单价、复购率、退货率和售后投诉情况。
- 是否拥有品牌授权、经销代理、仓储物流、售后网点、客服团队和供应链金融合作。
- 是否存在实际落地诉求：办公、电商直播基地、仓配中心、供应链中心、区域总部或平台招商。

现阶段不建议给予财政补贴、租金优惠或招商背书。可先安排一次资料核验会：对方补齐营业执照、工商档案、平台后台截图、交易流水、纳税、客户合同和团队社保后，再评估是否进入正式招商。

六、风险评估

风险项	等级	依据与判断	建议应对
主体真实性未确认	高	精确名称公开检索未发现强信源，工商基础字段缺失。	先核验营业执照、国家企业信用信息公示系统、法定代表人、股东和经营状态。
运营空心化风险	高	未见官网、平台入口、招聘、客户案例或持续经营记录。	要求提供平台后台、订单流水、团队社保、办公现场和客户访谈。
电商业务低毛利风险	中	若业务只是普通家电网店或代理分销，容易陷入价格战、库存和售后压力。	拆分毛利、库存周转、退货率、售后成本和平台流量成本。
品牌授权与合规风险	中	家电电商涉及品牌授权、渠道价格体系、产品质量、三包售后、虚假宣传和消费者投诉。	核验品牌授权、质量检测、售后体系、投诉记录、平台处罚和广告合规。
数据与资金流水真实性	高	电商企业容易出现刷单、虚假GMV、关联交易、垫资走账或流水与纳税不匹配。	要求后台导出、第三方平台证明、发票、银行流水、纳税和客户抽样访谈交叉验证。
关联主体不清	中	名称与家电产业平台相近，但未确认与任何知名家电产业载体或电商平台存在关系。	要求披露关联公司、品牌授权、平台授权、实际控制人和历史经营主体。

七、匹配度评估

产业规划契合度：方向中等

家电电商、直播电商、B2B撮合和供应链服务可服务广东家电产业，但该主体是否具备能力尚未证明。

资源承载匹配度：暂无法评估

需先确认其需要办公、直播间、仓配、客服中心、区域总部还是纯平台开户；不同诉求对应完全不同的载体和政策。

本地协同性：取决于客户与供应链

若能连接本地家电制造企业、经销商和线上渠道，具备协同；若只是外部贸易公司或空壳主体，协同价值很低。

政策兑现可考核性：当前偏低

缺少可公开验证的GMV、纳税、就业、平台活跃和客户合同，暂不具备政策兑现基础。

该线索的关键不是先谈政策，而是先做主体核验。只有主体、团队、平台、交易和税收五项打通后，才有招商讨论价值。

八、建议与下一步

推进建议

- 线索评级：**C**，建议暂缓推进，先进入主体真实性核验。
- 请对方提交营业执照、国家企业信用信息公示系统截图、股权结构、实际控制人说明和最新工商档案。
- 要求提供官网/平台/店铺/小程序入口，以及后台导出的近**24**个月交易数据。
- 核验近两年财务、纳税、开票、银行流水、库存、应收账款和供应商付款。
- 抽样访谈前**10**大客户和前**10**大供应商，确认真实交易与回款。
- 如后续证据充分，再评估是否适合导入电商直播、跨境电商、家电供应链服务或区域仓配项目。

一次访谈必问问题

- 公司全称、统一社会信用代码、法定代表人、注册地址和经营状态分别是什么？
- 是否有曾用名、关联主体、平台主体或实际运营主体？
- 公司实际经营的电商平台入口在哪里？过去**24**个月**GMV**、订单数、活跃客户和复购率是多少？
- 前**20**大客户、前**20**大供应商是谁？是否可提供合同、发票、回款和客户访谈？
- 公司是否有品牌授权、经销代理、仓储物流、客服售后和三包服务体系？
- 近两年营收、利润、纳税、社保人数、库存周转和退货率是多少？
- 落地本地希望获得什么资源？办公、直播、仓配、供应链金融、客户场景还是政策补贴？
- 能否承诺本地新增就业、营收、纳税、平台交易额和服务本地家电企业数量？

资料来源与可信度

- 公开网络精确检索：以“广东家电世界电子商务有限公司”“家电世界电子商务”“广东家电世界”等关键词检索，未发现可靠官网、融资、招聘、招投标、知识产权或经营新闻强信源；该项为本报告核心风险依据。
- [广东省经济：家电制造业产业背景](#)：用于辅助判断广东家电制造产业基础和区域产业土壤；企业个体信息仍需另行核验。
- [顺德区产业背景](#)：用于辅助判断顺德家电产业集群、品牌和制造基础；不构成对该主体经营能力的证明。
- [即时零售与电商模式背景](#)：用于辅助理解线上零售、平台与履约模式；本报告对企业电商平台能力仍按待核验处理。
- [中国家电电商/顺电零售参考样本](#)：用于对照成熟家电零售企业通常应具备的门店、配送、人员、收入和渠道信息披露特征。