



內地電子商務交易明年料達18萬億 搶跨界融合先機 製造企觸網嘗鮮



製造企業做電子商務，相關配套也要跟上。 本報廣州傳真



互聯網已成內地人生活的一部分。 本報廣州傳真

專家： 轉型要有互聯網思維

中山大學管理學院教授謝康表示，隨着電子商務發展，製造業如何與互聯網融合，目前不單是中國製造企業面臨的問題，也是全球製造業都面臨的問題。在製造業轉型這個問題上，發達國家和發展中國家一樣，而中國第一次和全球同步，中國企業要抓住這次全球製造業洗牌的機遇。在全球製造業融合互聯網的趨勢下，不想被淘汰的企業都在改變。同時，還要具備互聯網思維，才能真正適應新趨勢下的挑戰並獲得發展先機。

尋找適合模式轉型

謝康曾參與內地多省份多行業電子商務發展的調研。他表示，根據接觸的企業來看，幾乎所有的企業都已觸「網」，有了自己的網頁。但觸「網」並不等於轉型，起碼有九成的企業還在迷惑，還沒有去融合互聯網發展，大約只有一成的企業已完全轉型，成為了融入互聯網的製造企業。而製造業在轉型之前，要考慮自己企業的情況來決定如何轉型，尋找適合自己的模式，可以自己搭建平台，也可以借助第三方電商平台，每個企業的方法都不一樣。

「比如有的企業反映線上交貨時間太快，應付不了。這一方面反映了現在製造業轉型面臨的困惑，而實質則是突顯出這些企業還沒有互聯網思維」。謝康表示，製造業融合互聯網，就要適應電子商務的發展需求，電子商務比較講究小規模、多品種，甚至進行客戶w制，不僅需要配套供應鏈，連客戶服務系統也要跟上。而不能還像以前那樣靠朋友關係拉訂單，靠大規模訂單獲得規模效益。



製造企業緊張備戰「雙11」。 本報廣州傳真

中國網民超六億三

中國互聯網絡信息中心(CNNIC)今年7月發佈《第34次中國互聯網絡發展狀況統計報告》，截至2014年6月中國網民規模達6.32億，較2013年底增加1,442萬人。此外，互聯網普及率為46.9%，較2013年底提升了1.1個百分點。同期，內地網民上網設備中，手機使用率達83.4%，首次超越傳統PC整體使用率(80.9%)。



話你知

中國經濟轉型和大國崛起中產生的一系列新的重大市場需求正在推動着產業加速跨界和融合。其中互聯網與傳統產業的跨界融合正在加速，預計2015年內地電商交易將達18萬億元人民幣。電商不僅創造新的消費時點，甚至顛覆傳統生產流程，已成為內地消費經濟中的重要力量。這讓不少製造企業看到了新契機，一些嘗鮮的企業已嘗到了甜頭。業界人士預期，隨着電子商務與移動互聯網融合，將給製造企業帶來了全新的渠道和模式，甚至重構製造企業的核心競爭力。

香港文匯報記者 古寧 廣州報道

被稱為內地外貿「晴雨表」和「風向標」的廣交會秋交會11月初結束，該屆廣交會成交額及採購商到會已連續三屆同比下降。其中，傳統勞動密集型的服裝、箱包等行業所獲訂單更為慘淡。福建一服裝企業老闆對記者稱，行業中不少中小企業轉行或關門，明年訂單不好的也準備轉行了。相比之下，同在福建的格林集團則顯得更為從容。目前該公司內銷已佔七成。而2012年開始，該公司已鋪貨電商平台做內銷，今年銷量估計將達5,000萬元，相對來說，出口訂單的壓力有所減弱。

市場新契機 中小企分羹

記者在該屆廣交會採訪時發現，類似的企業已不在少數。廈門祥興集團業務之一是生產休閒背包，儘管今年出口只跟去年持平，該公司卻準備新蓋工廠，將出口生產車間和內銷車間分開。目前該公司已有5個不同檔次的自主品牌上線內地電商平台，今年通過電商平台的銷售已過億。而明年，則計劃選擇海外落地電商，針對當地市場。

廣交會上的出口企業只是個縮影。隨着全球電子商務的興起，內地製造業企業開始觸「網」，並有所收穫，其中不乏港企的身影。東莞「親親我」貿易有限公司相關負責人表示，



廣州艾萊森電子有限公司總經理劉春清。 本報廣州傳真

製造業參與電子商務，可謂是有人歡喜有人憂，有企業借互聯網成功突圍，也有企業輸得很慘。業界人士向記者表示，互聯網催生了新業態也顛覆了傳統企業的運作模式，企業都意識到了電商的重要性。但目前九成試水電商企業效果不理想。一方面缺乏電商專業人才，導致公司對電子商務的理解程度不夠，甚至按傳統方式運

網時代，融合了供應鏈管理、電商平台以及大數據信息等新環節的新型渠道商。雙方此前曾在江蘇、安徽市場進行小範圍「試婚」，匯通達以快速、高效、低成本渠道贏得了奧馬芳心。

實體店收縮 或現關門潮

廣州艾萊森電子有限公司總經理劉春清認為，製造業融合互聯網已是趨勢。而線上線下是一個互補的關係，因為線下渠道也有線下的優勢，比如線下的現場體驗是線上難替代的，同時線上產品也要考慮運輸的便利性，線上線下的經營可以進行有效整合，才能吸引到不同喜好的消費者。目前內地線上零售大致佔總體15%左右，估計以後會達到五成比例。屆時，線下的一些實體店估計會有一個收縮的過程，目前廣州已現一些店舖關店的情況，一段時間內甚至可能出現關店潮。

記者也了解到，電子商務已被作為國家「十二五」規劃大力發展扶持的戰略性新興產業，而各地也出台相應政策鼓勵製造企業發展電子商務。去年，內地電子商務交易突破了10萬億，同比增長29.9%，預計2015年將達到18萬億。今年「雙11」當天，天貓銷售就達到571億元，比去年增加了220億元。中山大學管理學院教授謝康表示，全球的製造業都在借互聯網轉型升級。轉型的機會只會越來越少，所以企業要把握好現在的機會。



內地網購增多，實體店銷售受到影響，部分甚至被迫關門。本報廣州傳真

業界歎九成試水不理想

作電商；其次，大部分企業本身品牌知名度不夠；此外，開展電商業務初期往往無法盈利，一些企業難以堅持。

淪清倉平台 幾無利潤

福建格林集團有限公司副總經理富奕勳介紹，現在很多勞動密集型行業的訂單轉移去了東南亞等國，訂單減，出口企業存活難。按理做電商也是一條路，不過有些工廠做一陣電商就停了。訂單出口和電子商務具不同運作模式，一般出口訂單都有相對固定模式和周期，而電商又需要一套體系支撐，但好多企

業沒做好準備只好敗退，「甚至只能用來清庫存」。也有企業向記者訴苦，公司做電商兩年，「量是越來越大，不過幾乎沒利潤」，尤其是現在的網上購物節，不參與則市場被擠掉，參與折扣下來利潤就沒有了。「唯一讓老闆欣慰的是消化了庫存，回籠了部分資金。」廣州艾萊森電子有限公司總經理劉春清則表示，兩年前公司開始上線電子商務，為擴大線下及線上業務，公司明年將搬到增城，辦公面積將擴大10倍。現在公司主要糾結的問題是如何進行線上標價，才可以更好平衡線下的經銷商利益。



「雙11」已成內地網絡購物節。 本報廣州傳真

借電商降成本 出口企擴外銷

隨着電子商務的發展，更多製造企業認識到，電商平台銷售的增加會擠壓實體銷售，但其本身卻是一個很好的銷售平台。由於跨境電商避免了海外進口商、批發商和經銷商中間渠道，令內地出口企業成本降低三至五成，間接提升了中國出口產品的競爭力。eBay全球副總裁兼大中華區首席執行官林奕彰表示，相比起傳統外貿，跨境電商交易模式精簡了原本繁瑣的銷售流程，極大地拓寬了出口市場。

改變盈利模式

林奕彰認為，隨着跨境電商的不斷發展，內地出口企業已在改變傳統外貿出口模式，利用互聯網逐步縮短外貿出口的產業鏈條並降低成本，甚至改變利用地域差價的傳統跨境出口盈利模式。與同等規模的傳統貿易商相比，跨境電商賣家交易更頻繁，並覆蓋更廣泛的市場。

記者也了解到，根據PayPal此前發佈的《全球跨境電子商務報告》，2013年全球五大市場(美國、英國、德國、澳大利亞和巴西)有共計7,600萬消費者參與跨境零售網購，相關零售網購需求預計將達到700億美元。預計到2018年，上述五大市場相關需求將增長一倍。面對巨大的海外市場需求，更多中國外貿企業開始將業務向跨境交易平臺轉移。

深圳大象通訊科技就是其中之一。該公司相關負責人耿先生介紹，其公司注重研發和設計智能手機，生產找第三方代工，公司手機主打高性能，通過跨境電商平台，其成本得到很好控制，目前主要銷往歐美地區，其帶手紋識別的手機尤其受消費者歡迎。目前，該公司通過跨境電商每月銷售3萬台手機，明年計劃將月銷量提高至10萬台，儘管公司毛利率不高，但是如果量上去的話，其淨利潤也有上千萬。