



# 网络零售

---

## 对制造业的促进作用

---

中国贸促会研究院

# 本报告研究对象

---

## 网络零售

本报告研究的网络零售（e-Retailing），是指以互联网为渠道、针对终端消费者的电子商务活动。

## 制造业

本报告研究的制造业指在网络零售平台上开展商务活动的制造企业，按照国民经济的制造业分类，剔除没有在网络平台上开展零售活动的类别后，按照吃、穿、用三大类进行划分。

# 框架

- 1 总体评价
- 2 促进作用
- 3 新的挑战
- 4 对策建议

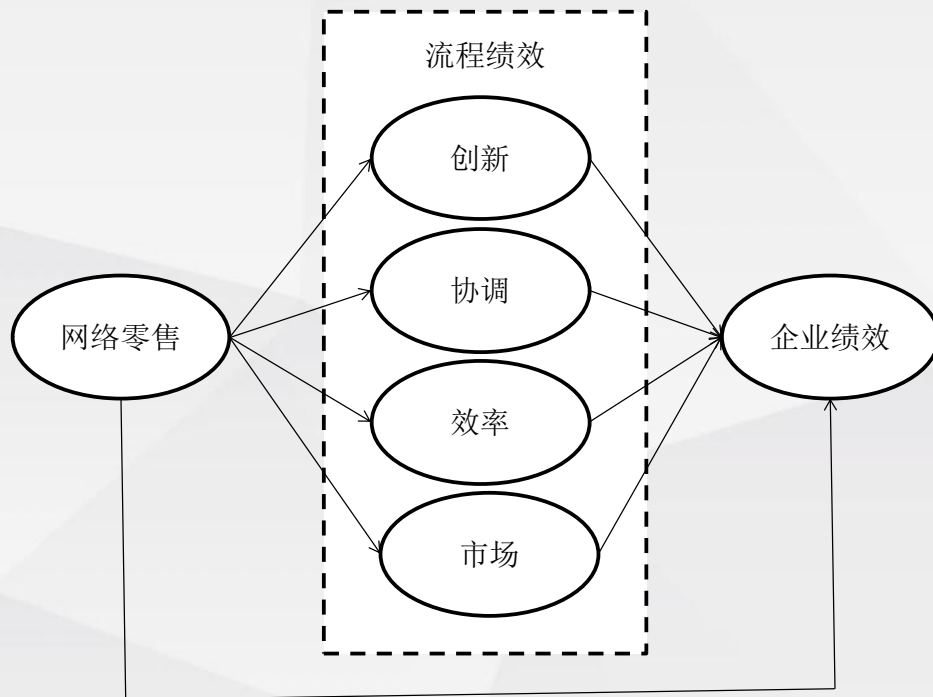


# 01

PART 01

# 总体评价

# 网络零售对制造业促进作用的分析模型



## ● 网络零售提振制造业效果显著

网络零售不仅对制造企业的销售收入和利润等直接绩效的增长产生显著影响，而且对制造企业的产品创新、市场地域和份额扩大、运营效率提升以及成本的降低都具有积极作用。

## ● 提振作用对大中小制造企业均有效

无论大中型制造企业还是小微型制造企业，都可以通过积极推进网络零售来提升企业直接绩效。

## ● 网络零售对直接绩效提振作用最大

制造企业在网络零售方面每100万元的投入会带来70.9万元的直接效益提升。

## ● 网络零售对提升间接绩效作用明显

制造企业100万元的网络零售投入可以提升创新、协调、效率和市场等流程绩效，因此分别获得42万、37.7万、32.8万和38.8万元的间接效益提高。

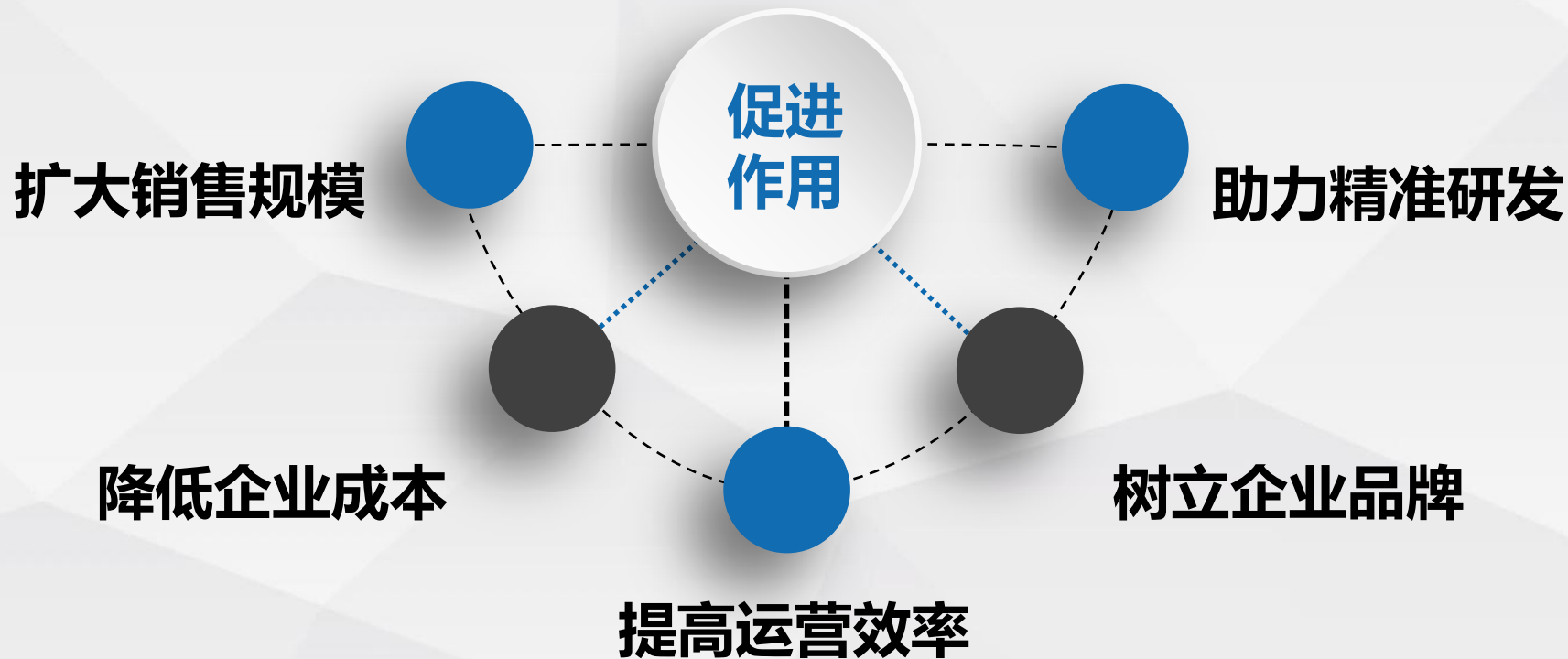


# 02

PART 02

## 网络零售对制造企业的具体促进作用

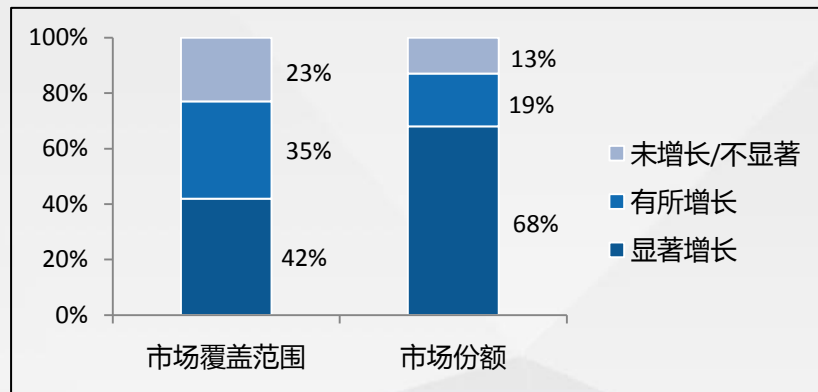
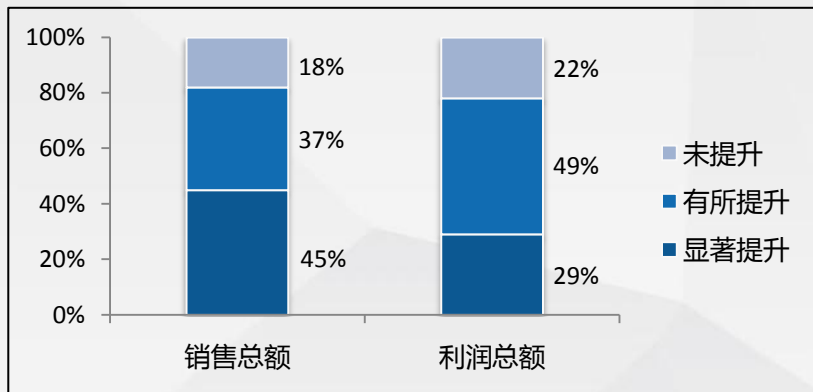




---

网络零售对制造企业的促进作用

# 网络零售大幅提升制造企业销售规模与市场范围



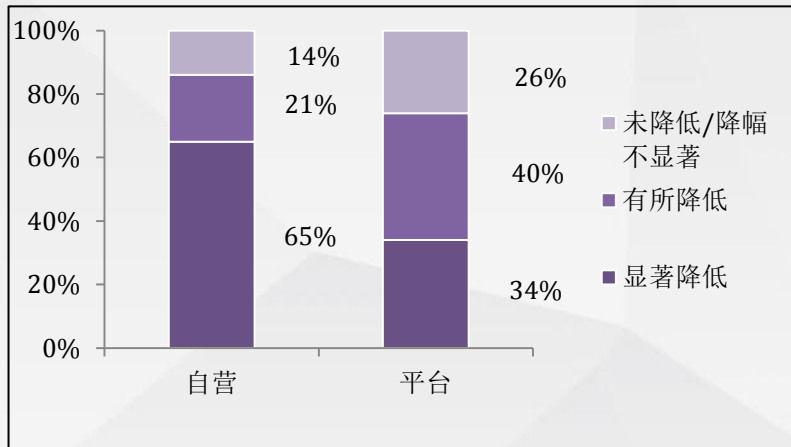
## ● 网络零售对制造企业销售收入与利润的提升效果

## ● 网络零售对制造企业市场覆盖与份额的提升效果

82%的制造企业认为网络零售对于其销售总额有提升作用；78%的制造企业认为网络零售对其利润总额有提升效果。

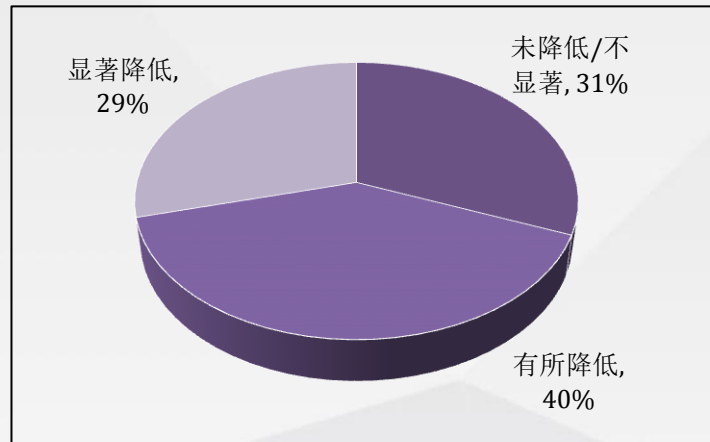
77%的制造企业认为网络零售扩大了销售市场的覆盖范围；87%的制造企业认为，网络零售扩大了其市场份额。

# 网络零售降低制造企业成本



## 网络零售对制造企业投入协调人力的影响

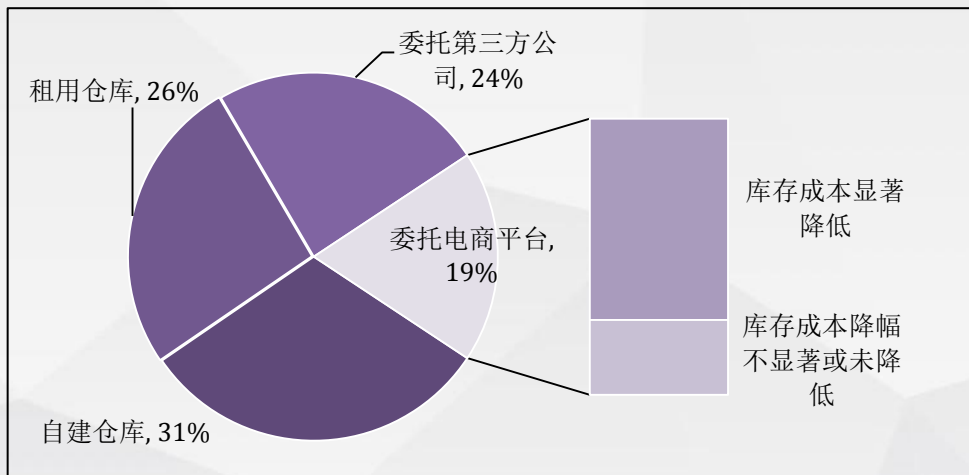
高达65%的制造企业反映自营电商能够大幅度降低与供应商协调的员工数量，比平台电商高出31个百分点。



## 网络零售降低制造企业采购成本的程度

69%的制造企业认为，使用网络零售平台能够带来其采购成本的降低。

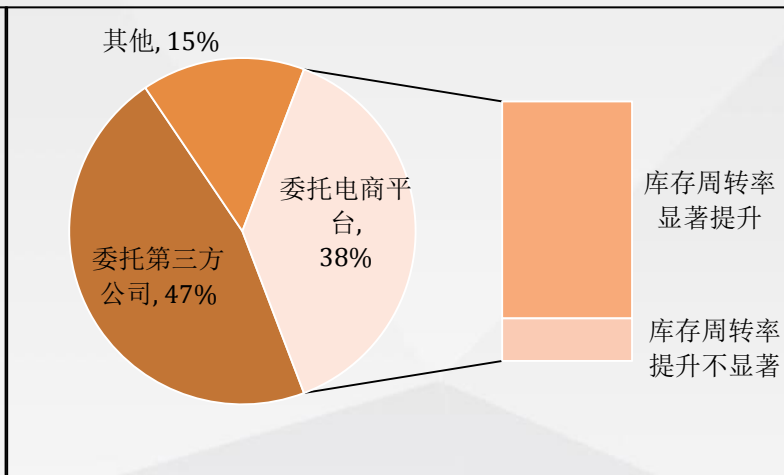
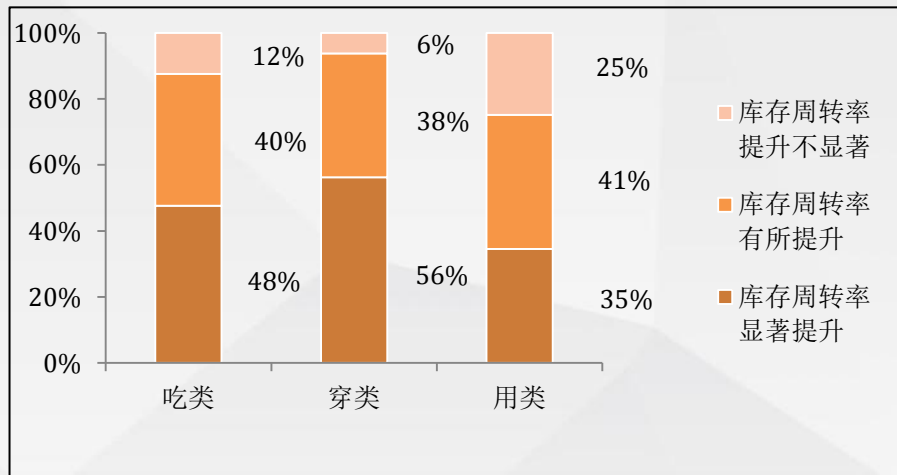
# 自营类电商对制造企业降低仓储成本作用最大



19%的制造企业委托网络零售平台进行仓储管理，其中71%的制造企业认为自营电商对于其库存成本的降低有显著帮助。

● 网络零售对制造企业库存成本的降低程度

# 网络零售有效提高产品的库存周转率



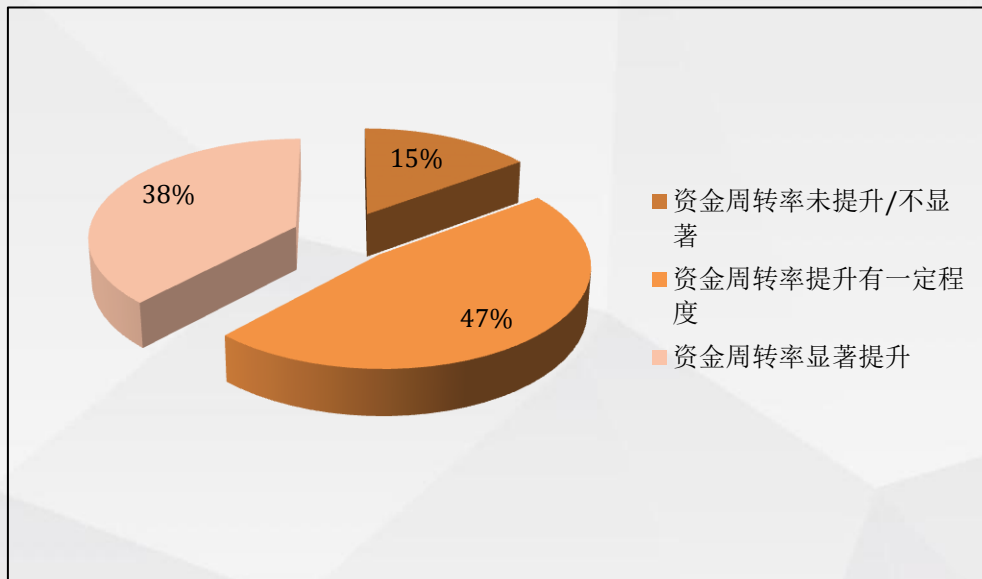
## 网络零售提升不同类型制造企业库存周转率的程度

在吃穿用三大类产品中，网络零售对提升穿类产品库存周转率效果最明显，高达94%的服装企业认为网络零售提高了其库存周转率。

## 网络零售对制造企业库存周转率的提升作用

38%的制造企业选择委托网络零售平台进行配送管理。其中，84%的企业认为委托网络零售企业物流配送对于其库存周转率有提升作用。

# 网络零售提高制造企业资金周转率



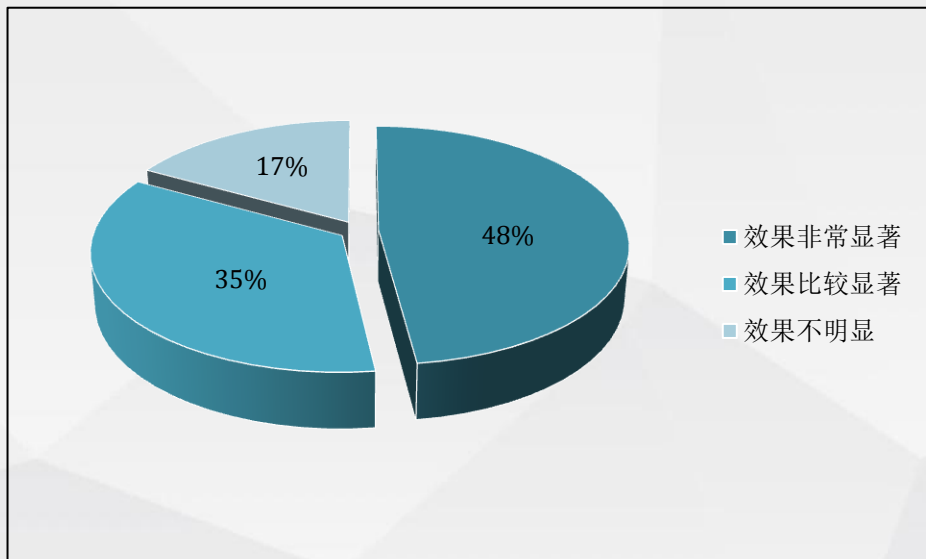
网络零售基于系统平台的优势，账期总体约为30天，比传统渠道有所缩短，保证了企业实现平稳、可预测的资金流。

85%的制造企业反映网络零售能够提升其资金周转率，有38%的制造企业认为资金周转率提升显著。



网络零售对制造企业资金周转率的提升程度

# 网络零售有效提升制造企业品牌知名度

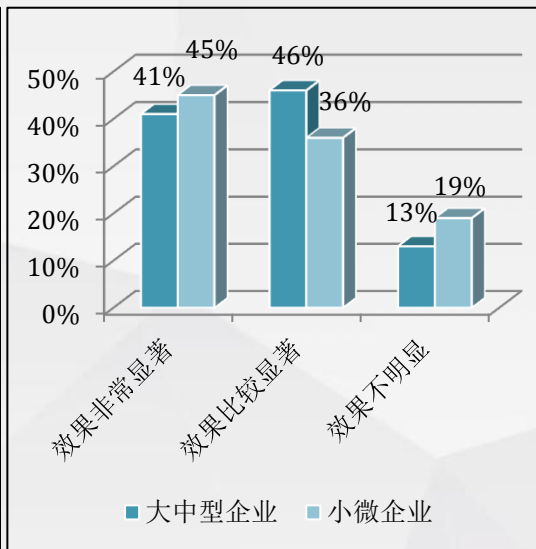
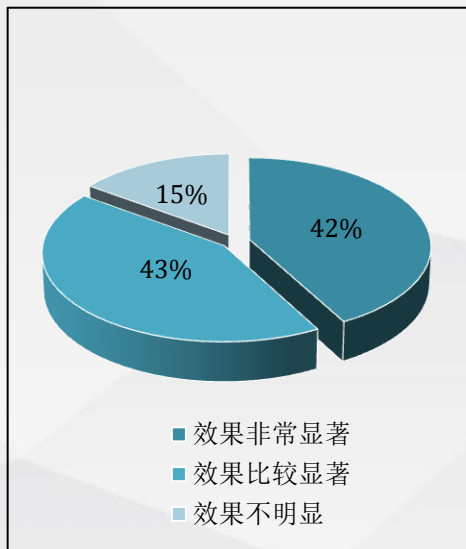


网络零售对品牌知名度的提升作用

83%的制造企业表示网络零售对品牌知名度的提升作用显著。

网络零售平台通过其平台流量优势和线上宣传策略在短时间内集中提高品牌曝光度，可以快速改变消费者对企业品牌的认知。以京东为例，京东超级品牌日、超级单品日、超级品类日等活动同时兼顾品牌形象和品牌信息的巨大曝光，极大地提高了品牌传播效率，提升了品牌知名度。

# 网络零售有效提升顾客对品牌的满意度



85%的制造企业认为网络零售能够促进消费者对品牌满意度的提升。

大中型制造企业利用网络零售提升品牌满意度的效果更为明显，87%的大中型企业认为网络零售提升顾客品牌满意度的效果显著。



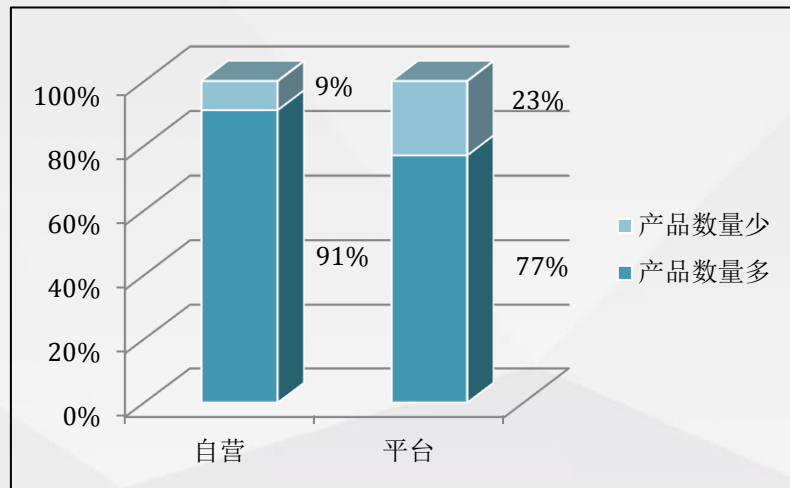
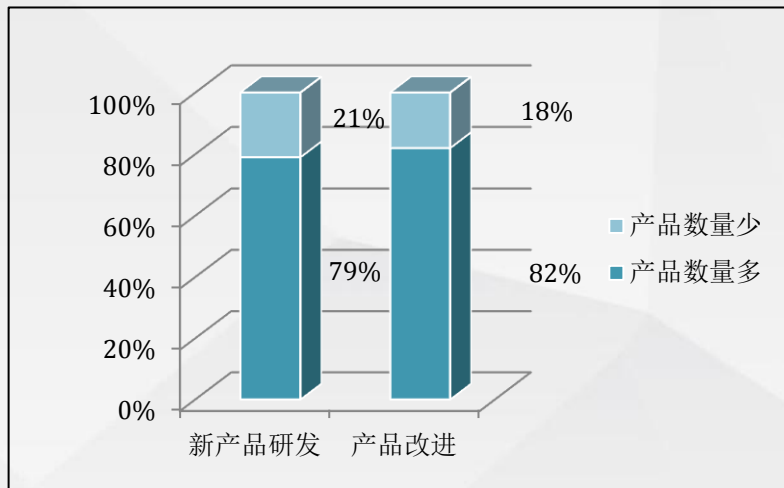
网络零售对顾客品牌满意度的提升作用



网络零售对不同规模企业顾客品牌满意度的提升作用



# 网络零售助力产品的精准研发



● 通过网络零售信息反馈研发和改进的产品数量

分别有79%和82%的制造企业表示网络零售信息反馈带来研发和改进的产品数量较多。

● 不同类型网络零售对企业研发的提升作用

制造企业认为自营型网络零售促进研发产品数量较多的比例达到91%。



## 扩大销售规模

网络零售突破了传统零售在销售地域半径和营业时间方面的制约，为制造企业提供了更为广阔的市场范围，对提高制造企业的市场份额和销售规模作用显著。

## 降低企业成本

网络零售使渠道更为扁平化，实现了制造企业与终端消费者的互动反馈。特别是自营类电商，对供应链上下游的整合能力更强，降低企业成本的幅度更大。



## 提高运营效率

网络零售通过大数据及时反馈顾客需求、助推企业精准营销，扩展了制造企业的销售渠道，并协助企业制定合理的生产计划，提升企业对整个供应链的反应速度。

## 树立企业品牌

网络零售以其开放性、低成本、高效率的优势为制造企业推进自身品牌建设提供了新的机遇，同时基于其准确和全面的市场数据和反馈助力企业前端研发。



# 03

PART 03

## 网络零售为制造业带来新的挑战

# 线上线下规则差异增加渠道整合压力



线上线下登记管理不统一



线上线下税收管理不统一



电子商务作为战略性新兴产业  
享受税收优惠

资本控制下的网络零售创新排浪式发展格局，容易对制造业的生产造成排浪式的冲击，增加了制造企业的渠道整合压力。

# 线上假冒伪劣多发损害制造企业品牌



2016年商品抽样合格率比较

91.6%

传统  
市场

82.7%

网络  
零售

# 滥用市场优势地位加重制造企业负担



# 网络零售倒逼制造企业重构市场布局

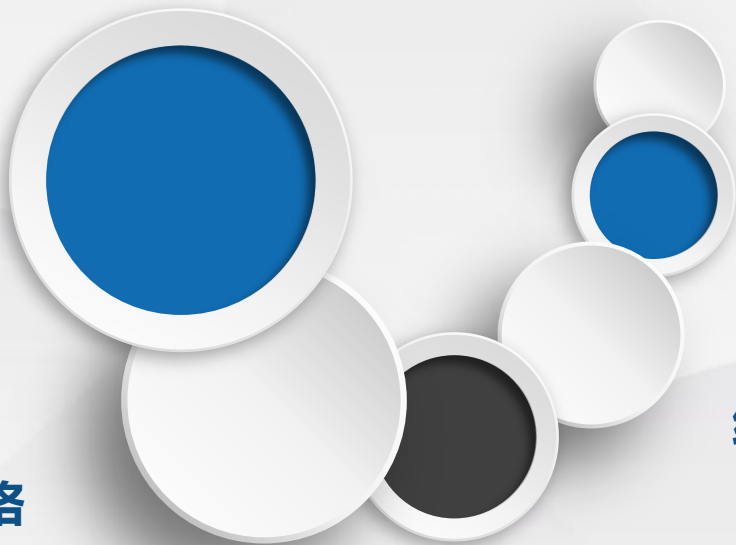
**“窜货”问题**

**线上线下渠道整合**

**改变跨地区的价格  
歧视策略**

**线上线下统一激励机制**

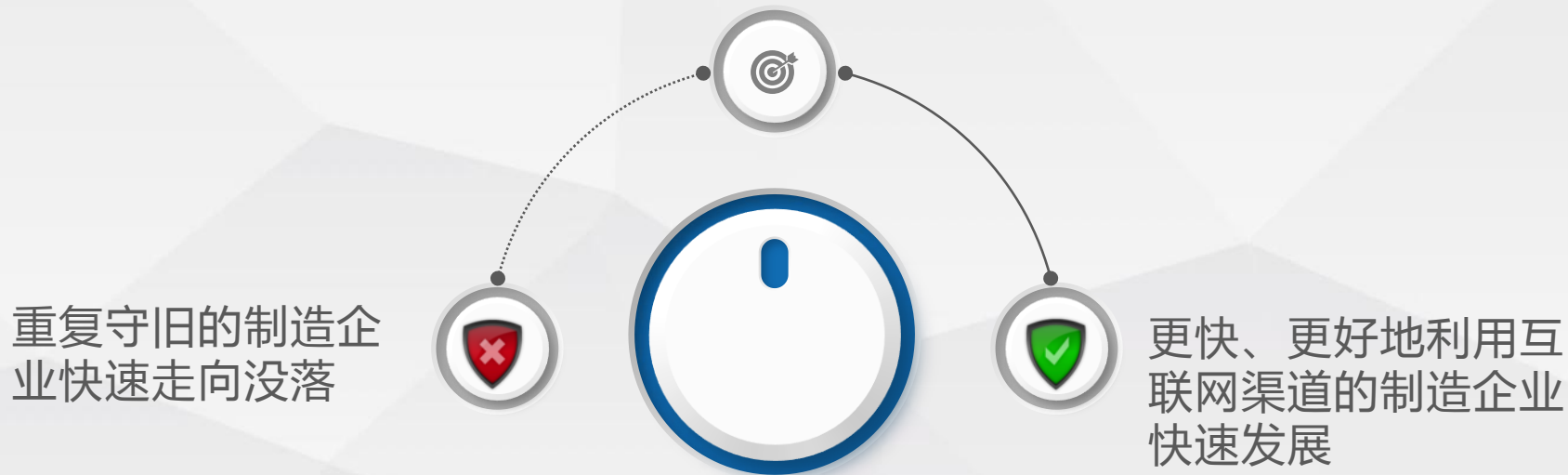
**全国同款同价**





# 网络零售利用情况影响制造企业兴衰

渠道扁平化瓦解传统分销模式





# 04

PART 04

## 主要对策建议

重视网络零  
售渠道整合

制造  
企业

政府

网络零  
售行业

促进线上线  
下公平竞争

完善网络零  
售行业规范



# 制造企业要重视网络零售渠道整合



**重视利用  
网络零售**

网络零售已成为我国市场体系的重要组成部分，成为制造业转型升级的重要利器。

**加强线上  
线下整合**

制造企业应积极促成线上线下供应链的无缝连接，避免恶性竞争和假冒伪劣产品的滋生。

**利用大数据  
柔性生产**

制造企业应充分利用网络零售平台反馈的大数据进行柔性生产，实现从传统的以生产为核心向以客户需求为核心转型。

# 尽快完善网络零售行业规范

## ● 加速完善网络零售行业标准

建议参考B2C平台的规范与标准，尽快完善网络零售行业的执行标准，规范网络零售平台与企业的发展。

## ● 建立大数据标准与安全体系

大数据标准化是支撑网络零售和制造业对接的重要基础，在网络零售行业内先行探索安全保密管理规范措施，切实保障数据安全。

## ● 促进大数据相关研发服务发展

建议鼓励大数据相关研发服务机构发展，为制造企业的生产变革与技术创新提供数据支持服务。

# 政府要促进线上线下公平竞争



线上线下适用法律一致

填补现行法律法规体系在电子商务领域的空白，明确线上和线下交易同时适用税收公平原则。



线上线下优惠政策一致

建议将优惠政策的覆盖范围扩大到线下制造业，在税收政策和银行贷款方面加大对制造业的支持力度。



线上线下监管力度一致

通过法律制度有效整合并且明确划分各部门对于电子商务的监管职能，实现监管部门间的信息共享，建立健全部门间联合惩戒制度。



# 2017

---

# THANKS

---