## 焦点 Focus

# 物流降本增效 自营电商模式相较平台模式更胜一筹

网络零售对制造业的促进作用研究

#### ■ 国協書

"网络零售能够创造出成本更低的物流模式,对于降低制造业的物流成本作用显著。"中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍这般评价网络零售与物流的关系。

8月31日,中国贸促会研究院发布了《网络零售对制造业的促进作用》的报告。报告对于网络零售在制造业企业的销售收入、利润、创新、协调、效率、市场占有等方面的影响进行了研究调查,并对目前网络零售面临的挑战进行了阐述并提出建议。

比较值得关注的是网络零售对于制造业企业降低物流成本成效显著,尤其是报告研究显示自营模式的网络零售平台在降低仓储成本、物流成本、促进企业研发能力等方面,优于平台模式的电商。

#### 每100万投入产出直接绩效70.9万

根据报告显示,网络零售对制造企业具有 提升销售收入、利润的促进作用。

赵萍现场发布报告称,这是网络零售的直接促进作用,模型显示,网络零售对提升制造企业收入与利润等直接绩效的相关系数高达0.709。"这意味着制造企业每100万元网络零售投入会带来70.9万元的直接绩效提高。"

另一方面,在间接促进作用上,赵萍表示,虽然作用没有直接效果那么明显,但根据他们调研的划分方向——创新、协调、效率、市场等流程绩效上的影响也较为显著。

"制造企业每 100 万元的网络零售投入可以通过创新、协调、效率和市场分别获得 32 万元—42 万元不等的绩效提高。"

#### 82%制造企业尝到网络零售的甜头

报告显示的第二大网络零售对制造业产生影响是在销售规模和市场地位方面。"我们调查发现,82%的制造企业认为网络零售对其销售总额有提升作用,78%的制造企业认为网络零售对利润总额有提升效果。"

赵萍现场举例空调行业的老品牌奥克斯,据悉奥克斯在传统渠道遭遇瓶颈,2010年开始布局电商,凭借其对消费者需求的把握和京东的合作,营业收入从2010年的4000万增长到2016年的25亿,营收猛增61.5倍,从行业第五发展到前三。与其经历相似,报告中调查企业87%认为网络零售扩大了市场份额。

中国贸促会研究院日前发布了《网络零售对制造业的促进作用》的报告。报告对于网络零售在制造业企业的销售收入、利润、创新、协调、效率、市场占有等方面的影响进行了研究调查,并对目前网络零售面临的挑战进行了阐述并提出建议。报告认为,自营模式的网络零售平台在降低仓储成本、物流成本、促进企业研发能力等方面,优于平台模式的电商。



#### 降低仓储成本自营电商更有优势?

第三个网络零售对制造业的影响总结为成本降低。报告总结为人工成本、时间成本、物流成本和采购成本的下降。比较值得关注的是报告对于自营电商和平台型电商的降成本方面的作用比较。报告认为自营类电商对于供应链上下游的整合能力更强。

表现一是在人工和时间上的节省,赵萍表示,"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,但这一数据在平台电商身上是 34%;46%的制造企业认为自营电商能大幅度降低与供应商的协商时间,平台电商的比例是 42%。"

表现二是在物流仓储成本上,报告认为"自营电商对降低企业仓储成本作用更大。"面对记者对此的疑惑,赵萍现场解释:"国内的自营电商,以京东为代表,物流的投入是战略重点,从一开始就投了大量成本,因此在干线物流和末端配送上都比平台电商起步早,服务能力强,制造企业与其合作在分布式仓储、就

近配送、上门取货等一系列服务上有成本优势,而如果选择外包给第三方物流企业,就需要制造企业自己整合相关资源,相比选择自营平台合作,投入人力物力会很大。"

### 电商对服装类去库存是良药

赵萍称第四个网络零售对制造业的成效 表现在提高供应链效率上。一方面是提高了商品的库存周转率,报告显示81%的企业认为网售提高了库存周转,期中对提升穿类商品的库存周转率效果最明显,达到94%。

这种作用表现在物流配送上,其中比较重要的原因在于不少制造企业把物流配送委托给了电商平台,赵萍介绍,38%的制造企业选择委托电商平台进行物流配送和管理,其中绝大部分是大中型制造企业,并其绝大部分认为这种物流配送合作提升了库存周转。

另一方面提高了资金周转率。据悉,目前制造企业普遍面临回款周期过长的问题,账期一般在45天到60天,也有90天的,但报告显示网络零售基于平台优势,账期总体为30天,

保证了企业平稳、可预测的资金流。

赵萍以美的和京东的数据交换深度协同系统为例,认为两方从销售计划到订单预测以及订单补货的深度对接,实现了基础订单数据和销售库存的数据共享,提升了供应链效率。

#### 自营电商更能促进企业研发?

最后一点影响,赵萍总结为品牌形象和企业精准研发上。基于调查到的86%的制造企业在应用网络零售后创立新的品牌,74%创立了1-3个品牌,12%创立了超过4个品牌,赵萍说:"网络零售在促进品牌创新、提升顾客的品牌满意度和品牌忠诚度上有促进作用。"

并且其认为,原先因为缺乏市场了解和把控力,企业研发新产品成功率低的情况也能由此改变。"网络零售基于平台优势,能够获取准确和全面的市场数据和反馈,可以为企业前端研发环节的重塑提供可能。"

赵萍举例京东联合海尔、美的、三星等 18 家家电品牌发起的"京东智能冰箱联盟",目前 已经推出了京东美的智能冰箱。 值得注意的是报告着重表明自营电商模式更有利于促进企业研发,其解释认为:"相比平台类电商,自营电商能够全面掌握物流、销售、需求、商品评价等数据,给制造企业更加全面、精准的数据。"报告称91%的企业看好自营平台对研发的促进作用,但平台电商获得的支持率为77%。

#### 假货问题 C2C 更为混乱

此外,报告也对目前存在的网络零售问题进行了总结,其中比较值得关注的是报告对假货问题的理解。赵萍介绍,目前制约因素有几个方面。首先是交易、质量监管和税收等方面的问题,法律法规颇为宽松造成了线上线下不公平的市场环境和竞争规则,增加了制造企业线上线下渠道整合的压力;其次是假货问题泛滥,报告直指 C2C 模式更为混乱。

赵萍现场对记者解释称:"B2C 平台前端商品经营主体一般是品牌方、主要代理商或者电商平台自身,因此在进货渠道上会有严格把关,假货率发生概率极低。C2C 方面渠道线拉长,有可能授权是真实的,但进货渠道上有可能出现问题。一般出现这样的问题,首要责任肯定是在供货商身上,如果出现供货商跑路情况,平台应该承担连带责任。因此最关键还是防患于未然,在进货渠道上把好进货关。"

第三,是网络零售商利用其优势地位,不合理干预制造企业的经营;最后则是网络零售打破地域限制,产生了审货问题,但赵萍同时认为这也是机遇,制造企业可以借此重构其市场布局。

纵观整篇报告,对于网络零售对制造业的 促进作用非常认可,尤其是自营平台在物流、 仓储成本、供应链效率、研发促进的作用上。

这就不得不引发小微企业的疑惑,如果希望借助网络零售转型升级,是否意味着要借助自营电商平台的物流、大数据、售后等各项服务合作呢?否则是否就没有报告显示的那么成果显著?

赵萍现场表示:"根据其调查显示,商品入库是必然要求,这样有利于自营平台更好地进行管理,有利于前端商品销售信息和库存信息相结合,电商平台能及时反馈信息给制造商,制造企业可以根据销售情况和库存情况决定生产计划;此外就是更好地共享相关信息,包括销售数据、物流数据、生产数据,实现两方互动,库存和资金周转才能显著改善。"



诚信是把金钥匙,交易发展之根本、

以诚待人,诚爱守信,履约改诣,做一個薄诚信的人.