

# 占据“半壁江山” 京东领跑企业电商化采购市场

■ 向家莹

自2018年初以来,“互联网+”的产业领域渗透已成为一股不可逆转的大潮,随着数字化转型不断提速,企业市场正成为各方角逐的超级风口。工信部赛迪研究院、中国国际电子商务中心正式发布的《中国企业电商化采购发展报告(2018)》(以下简称《报告》)显示,2018年我国企业电商化采购市场规模约为3600亿,同比增速达80%。与此同时,综合型平台交易额远高于垂直型平台,交易额近2000亿元,复合增长率83%,不仅如此,《报告》分析认为产业互联网未来的规模将达到十万亿甚至百万亿量级。

据经济参考报报道,从发展阶段看,《报告》指出,企业电商化采购市场已上演电商平台的巨头之争,大型综合电商占企业电商化采购综合型平台市场的95.4%以上份额。尤为值得注意的是,京东继续稳坐企业电商化采购市场头把交椅,且领先优势进一步扩大。

## 企业电商化采购市场规模领先

B2B电子商务模式是一种由采购行为驱动、数据和技术赋能、供应链协同而实现的全流程在线化模式。

《报告》显示,在这一领域的采购市场份额上京东持续领先。在2017年1-10月,采购企业选择使用的企业采购电商化综合型平台中,京东企业购的市场份额占比为48.6%,今年1-10月间,在各大电商巨头加大投资、竞争加剧的情况下,京东企业购的市场份额不降反增,上升到了51.2%,占据了行业中名副其实的“半壁江山”。

从企业电商化采购市场的平台横向对比来看,阿里企业采购(拥有1688大企业采购、企业汇采、淘宝企业服务、阿里钉钉等四个平台级入口)占比29.8%,苏宁企业购市场占比为13.9%。

纵观近一年来的行业动态,腾讯董事局主席兼首席执行官马化腾明确提出,腾讯的重心是发力产业互联网,通过做连接、做工具和做生态,为各行各业进入数字行业提供接口。阿里CEO张勇调整阿里架构,强调要以技术驱动产业数字化,做出“商业操作系统”,为所有行业实现数字技术赋能和改造。各个巨头的toB路径,似已找到了各自的方向。

业内专家分析,“阿里和腾讯,包括百度在内的,做得更多的是toB前端技术的创新研发,特点是投入周期长,比如PaaS(平台即服务)和IaaS(基础设施即服务)。这些研发的目的

是做成企业的水和电,强调平台和开放性,目标是做成生态,而京东的toB业务则更多侧重于技术应用(综合技术解决方案)。”

京东集团相关负责人曾表示,“京东的toB策略,侧重的是与原有的商业逻辑无缝衔接,即从C端供应商的平台,向B端企业在线采购延伸,盈利能力强。我们对企业业务的定义,是以企业采购为核心的全链条服务。”

市场表现和数据也证实了这一定位,2018年,京东集团在企业采购领域倾注的资源显著提升:组织架构调整方面,工业品频道升级为一级频道;产品研发方面,发布智能福利解决方案——京东京喜;投融资方面,2亿元领投品汇等相关投资……11月,京东一周内便完成四笔“企业业务”,交易合作对象包括中国移动、奇瑞捷豹路虎、中国三峡集团和上海华能电商公司,总金额近10亿元。

目前,京东已同中央、各省级政府和21家主要银行实现了100%合作率,世界500强在华外企中的80%、中国500强企业中的70%也选择了京东企业购。2018年Q2财报显示,京东企业业务已经成为京东驱动业绩增长的新引擎。

## 助力企业精细化采购管理升级

《报告》指出,我国toB人群规模是美国的5至8倍,但toB领域占股投资额却不到2%,特别是企业采购,属于严重被低估的“资本遗珠”。统计资料显示,2017年,我国B2B电子商务规模超过20万亿元,全国政府采购金额高达32114.3亿元,中央企业电子商务联盟预计,到2020年,其联盟成员单位电商平台的年度交易额可能会达到5万亿元。

对企业而言,B2B电子商务模式可在线上完成一站式企业采购管理,从供应商匹配、下单、审批、执行,到后续的交付、结算等全部过程,极大地促进企业降本增效,有望成为推动传统企业彻底实现数字化转型的切入点。

在采购4.0阶段,京东无疑是企业电商化采购模式进化的有力推动者。随着京东一体化开放战略的持续推进,基于自身对企业市场十多年的深刻理解,京东通过发挥自身技术、产品、服务等基础设施优势,推动企业供应链及管理全流程数字化的蝶变,打造出推动企业采购管理升级的“京东模式”。

今年3月,在京东对企业业务提出场景进化、客户为先、科技驱动、价值创新四大战略后,陆续发布智能福利解决方案京东京喜、智能办公解决方案京东京点、政府采购全流程电子化解决方案等一站式服务解决方案。

案,助力企业精细化管理升级,深挖场景管理价值。

基于对市场的精确把握,金融、运营商、交通等成为京东企业购2018年重点发力的领域。

值得注意的是,今年以来,企业电商采购领域一个显著的变化是商品品类的扩充。从《报告》提供的数据来看,2018年工业品MRO类产品企业采购出现了爆发式的增长,许多商品类目经历了从无到有的变化过程,例如电料辅料、传感器、晶体与晶振、无线模块与适配器等。此外,安防用品、个人防护用品和金属加工品也出现了大幅增长。这一方面表明电商采购与企业日常生产、运营的对接越来越紧密,另一方面也预示着工业品市场即将迎来爆发。

作为企业采购的领跑者,今年10月,京东重磅推出工业品一级频道,使之获得了京东商城首页的流量入口,并倾注招牌营销资源“超级品类日”进行推广。随后又在一个月时间内连续发力,在产业链上游与欧时、施耐德等全球知名工业品品牌达成合作,进一步整合头部级品牌资源,同时在产业链下游签约世界500强能源巨头华能、三峡,以自营模式无缝衔接上游品牌商和下游企业用户需求,构建出一站式的工业品供应链服务能力。目前,京东工业品已经具备300多万个SKU,包括了个人防护、工业清洁、包装耗材、仓储搬运等诸多品类,基本覆盖了90%的工业标准品市场需求,还包括实验室专业设备、大型机械等特色品类。

## 智能化采购模式提升企业价值

业内专家认为,京东之所以能领先其他平台,与京东在企业市场的经营模式密切相关。“京东在企业市场的服务模式以自营为主,其无缝衔接上游品牌商和下游的企业用户需求,这种模式的好处在于其能快速了解企业市场的需求变化,利用技术优势实现资源整合,从而快速响应企业用户的需求。”该专家认为,京东模式的优越性和竞争力是其他撮合平台以及寄售模式的平台商难以企及的切入点。

从京东今年在企业市场的合作案例中不难发现,京东除了助推企业用户实现降本增效外,其更大的价值在于通过“个性化服务”解决企业场景管理的难题,推动企业的模式创新和价值裂变。这里的“服务”既包括采购平台提供的物流、金融等服务,也包括针对企业采购需求、办公需求等推出的个性化服务。



为满足采购系统的个性化要求,京东企业购通过将自身系统与企业内部管理系统相互打通,针对不同采购企业的系统特点研发出“智采”、“慧采”、“云采”、“翼采”等四大采购平台,还针对企业使用场景的具体需求,推出了“京东京喜”智能福利解决方案、“京东京点”智能办公解决方案等等,助力企业采购、办公、管理效率的提升。

在近期京东与中国移动的合作中,京东通过为江苏移动两万家线下门店提供了包括商品、服务及门店黑科技的智能零售解决方案,打造零售全渠道的一体化服务体验。同时,京东还深入布局工业品市场,将对企业的服务向门槛较高的生产场景延伸,京东为工业品市场提供的智能采购解决方案,精准契合了工业互联网的升级趋势。

《报告》认为,未来几年,随着企业电商化采购平台模式及相关服务生态的进一步成熟,京东企业购将逐步突破发展中的瓶颈,进一步扩大企业电商化采购交易规模,到“十三五”末期有望超过万亿元人民币。

巨大的市场,自然意味着巨大的竞争。不通过京东企业购市场份额在2018年里的持续扩大并占据行业“半壁江山”可以看出,行业的“马太效应”正越来越明显,头部企业正在对其他竞争者产生挤压。《报告》中还对产业互联网的规模进行了预测——作为对比,面向个人用户的消费互联网只有万亿级。从这个角度上来说,如果京东企业购的潜力在未来能够得到充分释放,京东必将迎来新一轮的爆发。

## 13部门联合发文支持文化企业发展

■ 张忠安

中国政府网25日发布消息称,13部门联合印发《文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的规定》和《进一步支持文化企业发展的规定》,推进国有文化企业内部资源整合,推动文化企业跨地区跨行业兼并重组,鼓励符合条件的文化企业进入中小创和科创板等融资。

根据《文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的规定》,经营性文化事业单位转制为企业后,5年内免征企业所得税。2018年12月31日之前已完成转制的企业,自2019年1月1日起可继续免征五年企业所得税。由财政部门拨付事业经费的经营性文化事业单位转制为企业的,对其自用房产五年内免征房产税。2018年12月31日之前已完成转制的企业,自2019年1月1日起对其自用房产可继续免征五年房产税。

同时,对经营性文化事业单位转制中资产评估增值、资产转让或划转涉及的企业所得税、增值税、城市维护建设税、契税等,符合现行规定的享受相应税收优惠政策。经省级人民政府批准,2020年年底前省属重点文化企业可免缴国有资本收益。

《进一步支持文化企业发展的规定》显示,中央财政和地方财政应通过文化产业发展专项资金等现有资金渠道,创新资金投入方式,完善政策扶持体系,支持文化企业发展。在国家许可范围内,鼓励和引导社会资本以多种形式投资文化产业,参与国有经营性文化事业单位转企改制。鼓励国有文化企业投资基金作为文化产业的战略投资者,对重点领域的文化企业进行股权投资,推动文化企业跨地区、跨行业、跨所有制兼并重组。

另外,通过公司制改建实现投资主体多元化的文化企业,符合条件的可申请上市。鼓励符合条件的已上市文化企业通过公开增发、定向增发等再融资方式进行并购和重组。鼓励符合条件的文化企业进入中小企业板、创业板、新三板、科创板等融资。

## 郑州市:民营企业登陆科创板奖励500万元

■ 张兴旺

据郑州市中小企业服务局官网援引当地媒体报道,在12月25日召开的全市促进民营经济健康发展大会上,郑州市委、市政府出台了《关于促进民营经济健康发展的若干意见》(以下简称《意见》)。《意见》中,有10项措施助力民营经济创新转型发展。

其中,实施中小微企业成长行动。深入推进“个转企、小升规、规改股、股上市”工作。对于在沪深交易所主板(中小板)、科创板、创业板上市以及在境外交易所上市的企业,给予500万元奖补;在全国中小企业股转系统(新三板)挂牌的,给予100万元奖补;在区域性股权交易市场挂牌的,给予10万元奖补。力争到2020年,累计实现2.5万户个体工商户新转或新注册为小微企业、400家以上小微企业新升级为规模以上企业,新晋30家挂牌上市公司,160家(市)外市场经营主体新设独立法人机构。

值得一提的是,《意见》明确了促进民营经济发展的40条措施,着力破解当前郑州市民营经济发展的突出问题,力促民营经济平稳健康发展。《意见》规划了未来3到5年郑州市民营经济的总体目标。其中,到2023年,全市民营经济产业规模迈上10000亿元台阶,民间投资规模达到8000亿元,民营经济市场主体达到200万户以上,中小企业达到30万家,中国民企500强达到10家。民营经济对全市税收贡献率提高10个百分点。

# “抑制谐波式电气火灾监控装置”新技术研讨会在郑州召开

■ 本报记者 李代广

12月18日,应急管理部消防产品合格评定中心在河南省郑州市组织召开“抑制谐波式电气火灾监控装置”新技术成果专家研讨会,来自全国各地的专家探讨了该成果在技术、应用、推广等层面的可行性。

应急管理部消防救援局、应急管理部消防产品合格评定中心、应急管理部沈阳消防研究所、河南省科学技术厅、河南省消防总队、中国建筑科学研究院建筑防火研究所等单位负责人,以及应急管理报、河南电视台、河南日报、企业家日报、大河报等新闻媒体记者出席了会议。

与会专家听取了“抑制谐波式电气火灾监控装置”及产品技术要求等情况介绍,审阅了产品技术资料,进行了质询与研讨。

据了解,近年来,我国30%以上的火灾是电气火灾,在重特大火灾中,这个占比达到70%。“抑制谐波式电气火灾监控装置”适用于电气谐波含量大、电能质量低、电气火灾隐患严重等复杂供用电环境,可以实时对被保护的用电环境进行监控,针对由谐波引起的电气火灾隐患及时发出预警提醒,并能自发主动地自动抑制消除谐波,在不影响用户用电的情况下使其谐波含量降低至安全用电范围内,从而有效减少电气火灾隐患。

“抑制谐波式电气火灾监控装置”由河南



●河南瑞孚科技有限公司总经理唐庆伟

瑞孚科技有限公司研发生产,在研讨会上,专家们听取了河南瑞孚科技有限公司负责

人介绍的产品研发及试用报告,并对该类产品的推广和制订河南省地方标准《抑制谐波式电气火灾监控装置技术要求》等事宜提出了相关建议。

河南瑞孚科技有限公司总经理唐庆伟告诉记者,以抑制谐波式电气火灾监控装置为核心构建的智慧式全参数电气火灾监测抑制系统,产品突破性地实现了在不影响用户用电的情况下,悄无声息的通过调整、治理被用电设备污染的波形,净化电网电能质量,从而解决了用电过程中的过负荷问题和发热问题,自发、主动、悄无声息地将电气火灾隐患消灭在萌芽状态,有效保障了人民的生命财产安全,造福了社会,真正做到了“零”影响、“零”损失。

# 石家庄市700多家企业做起全球生意 跨境电商助推本地产品“走出去”

■ 吴温

在互联网全球加速普及的今天,世界各国企业正在利用优秀的跨境电商平台和服务机构,开通全球生意,而世界各国消费者也正在享受着由此带来的全球消费的快乐。

目前,河北省石家庄市开展跨境电商出口业务的外贸企业700余家,2017年出口约7.8亿元,增长迅猛。2018年8月,市政府又出台文件,明确支持跨境电商发展,给予跨境电商平台企业和开展跨境电商的外贸企业市级财政资金补贴。石家庄市跨境电商出口业务发展现状如何?在利好政策的支持下,发展前景如何?记者对此进行了调查。

## 有市场

### 跨境电商行业发展势头迅猛

据石家庄日报报道,位于新乐市的河北美乐尔发制品有限公司,主营发帘、发套等真人发产品。自从2015年开始通过国外跨境电商平台进行批零业务,公司已在eBay、Amazon等跨境电商平台开店,年销售额6000万左右。最近,他们还申报了跨境电商示范企业。

“因为我们的产品适合零售,又在国外有着很好的市场,所以,当3年前第一次了解到跨境电商后,我们便认为它是个很好的机遇,企业应该利用这一平台‘走出去’。”公司外贸部主管周士娟介绍说,假发产品属于消耗品,

在非洲各地市场广阔,因此,他们2018年便在南非设了点作海外仓。因为拥有自己的自主品牌,以及优良的售后服务,市场行情一路看好。

跨境电商行业发展势头迅猛。据前瞻产业研究院发布的《跨境电商产业园发展模式与产业整体规划研究报告》统计数据显示,2017年,我国跨境电商交易总额为8.06万亿元,预计2018年这一数值将达到9.7万亿元,未来五年(2018-2022)年均复合增长率约为20.61%,预计到2022年,我国跨境电商交易总额可达20.5万亿元。

与此同时,石家庄市发展跨境电商的前景也被寄予厚望。“石家庄市工业基础雄厚,不仅工业门类齐全,优势行业特点也十分突出,这些都非常有利于发展跨境电商业务。”河北省跨境电商联合会秘书长高迎说。

## 有困难

### 人才、网络、市场等瓶颈亟待解决

据了解,目前,石家庄市开展跨境电商出口业务的外贸企业达700余家。其中,开展跨境电商B2B业务的企业672家。近年来,随着国内市场日趋饱和,企业转型升级压力巨大,不少企业将发展跨境电商作为创新突破的途径之一。

位于鹿泉区的河北省地龙物联网科技发展有限公司,是一家国家高新技术企业,主营搬

运设备、仓储设备、托盘三大支柱产品的研发、生产、销售及服务。近年来,受到国内市场收缩等影响,企业开始将目光投射到境外,然而,也遇到了不少难题。

“‘走出去’不能是盲目的,究竟哪些国家需要我们的设备、市场开拓如何进行、设备的售后问题怎么解决等,都是我们亟待解决的问题。”地龙科技网络部副主任王如山坦言,此外,相关人才的匮乏,也是困扰他们开展此类业务的一大因素。

记者了解到,跨境电商作为推动经济一体化、贸易全球化的技术基础,具有非常重要的战略意义。但是,目前石家庄市跨境电商普遍存在着管理体系尚不完善、法律法规不尽健全、跨境电商支付面临制度性困境、跨境电商企业的品牌竞争力有待提升、电商人才稀缺等问题,需要尽快加以解决。

## 有支持

### 多部门出手助力企业“跨境”

哪里有“痛点”,就从哪里入手“治疗”。记者了解到,石家庄市积极通过政策引导,建立跨境电商服务平台等措施,积极推动跨境电商发展。

为解决企业在开展跨境电商过程中的专业问题,日前,市商务部门积极引进了外地优秀跨境电商平台——网来云商,为石家庄市有跨境电商经营意愿的企业“牵线搭桥”,进一步

降低其门槛和障碍。据悉,该公司有着多年国际贸易信息资讯及国际大项目服务经验,跨境电商数据分析经验,链接,整合了全球180多个国家的200多家本土化电商平台。

此外,石家庄市跨境电商主管部门也积极培育本土的跨境电商综合服务平台,为企业提供全套综合跨境电商业务服务。

由河北辰邦集团推出的“冀商达”外贸服务平台,主要为中小微企业提供包括订舱、商检、通关、融资、退税、物流运输、外汇结算等所有外贸交易所需的一站式进出口外贸服务,受到很多中小微企业的欢迎。

“很多企业想开展跨境电商,然而苦于缺乏相关专业人才,又对相关手续不熟悉,很难开展业务。我们公司是政府扶持的一个服务平台,我们可以帮助委托人全程操作出口,既节约了人力成本,又可助其提前回笼资金去扩大再生产。”河北辰邦集团总经理助理石静介绍说,公司将海外仓总部设在了匈牙利,主要进行产品本地化库存销售,有集装箱卸货站一座、标准仓库11个。

记者了解到,眼下,越来越多的企业开始做“跨境电商”,他们或建立自己的网站,或通过像阿里巴巴等第三方平台进行海外宣传。“未来跨境电商的发展,线上线下结合必不可少。团队的组建、过硬的产品质量、高知名度的品牌,加上线上渠道的完善,这才是未来跨境电商发展的主流之路。”高迎说。