

产业电商崛起，带动产业互联互通

产业互联网发展路径分析2019

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观
你要的数据能力



分析定义与分析方法



分析定义及分析范畴

- 产业互联网：从消费互联网引申出来的概念，是指综合运用云计算、大数据、物联网、人工智能等新一代信息技术，打通各产业及企业的内外部连接，使用互联网对传统产业进行渗透、改造及重构，提升产业内部效率和对外服务能力，实现产业链整体的升级。
- 产业电商：连接B端供需双方的电子商务平台，通过使用互联网、大数据等技术，为产业链中上下游企业提供信息撮合、交易平台、数字营销、金融信贷、物流仓储等服务。
- 本分析内容主要分析产业电商向产业互联网进化提升的路径，产业电商的市场发展现状，产业电商的转型实践案例以及未来发展趋势等内容。



分析方法

- 分析内容中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及易观分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。
- 分析内容中运用Analysys易观的产业分析模型，并结合市场研究、行业研究和厂商研究，能够反映当前市场现状，趋势和规律，以及厂商的发展现状。



千帆说明

- 千帆分析全国网民，分析超过99.9%的APP活跃行为。
- 千帆行业划分细致，APP收录量高，分析45领域、300+行业、全网TOP 4万多款APP。
- 千帆是数字化企业、投资公司、广告公司优选的大数据产品，2015年至今累计服务客户数量400+。

目录

CONTENTS

- 01  | 产业互联网的发展路径
- 02  | 产业电商市场发展现状
- 03  | 产业电商转型实践案例
- 04  | 产业电商未来发展趋势

PART 1



产业互联网的发展路径

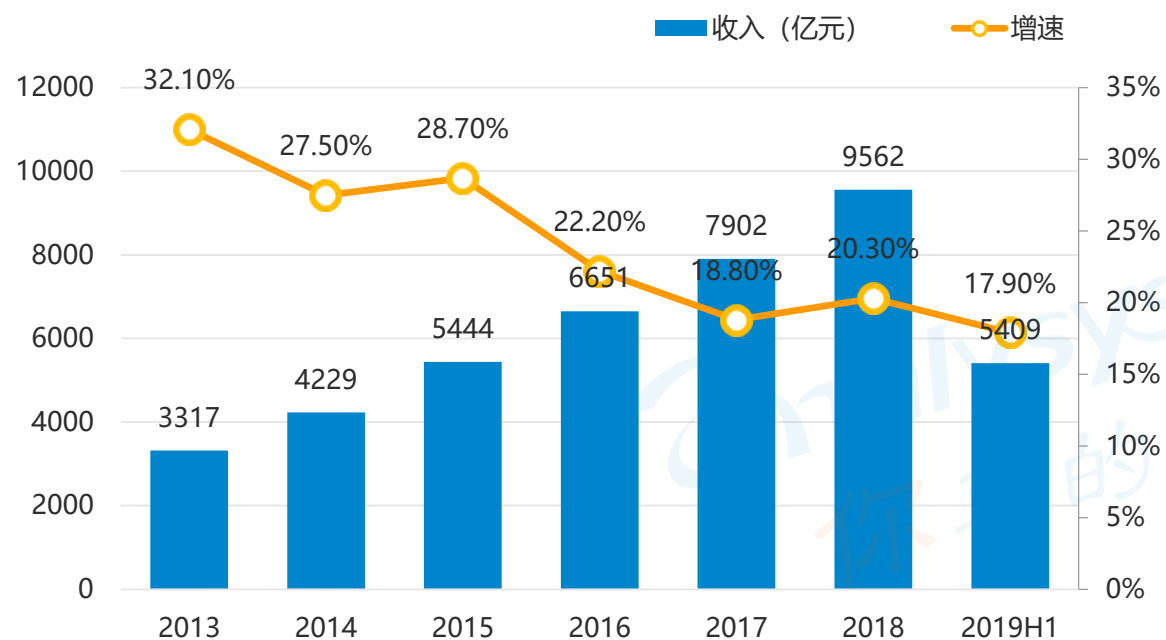
© Analysys 易观

www.analysys.cn

消费互联网的增长陷入瓶颈，互联网的发展向产业上游延伸

- 互联网在消费领域的覆盖已基本完成，部分场景甚至已经趋于饱和。近几年互联网的收入增速已经逐渐放缓，移动互联网的用户增量也逐年降低，互联网的人口红利已经逐渐消失。而对于产业端来说，互联网的应用还远未饱和，互联网公司转向产业端寻求市场机遇的趋势渐显，产业互联网的发展正成为下一个重要的增长点。

中国规模以上互联网及相关服务企业收入增速放缓

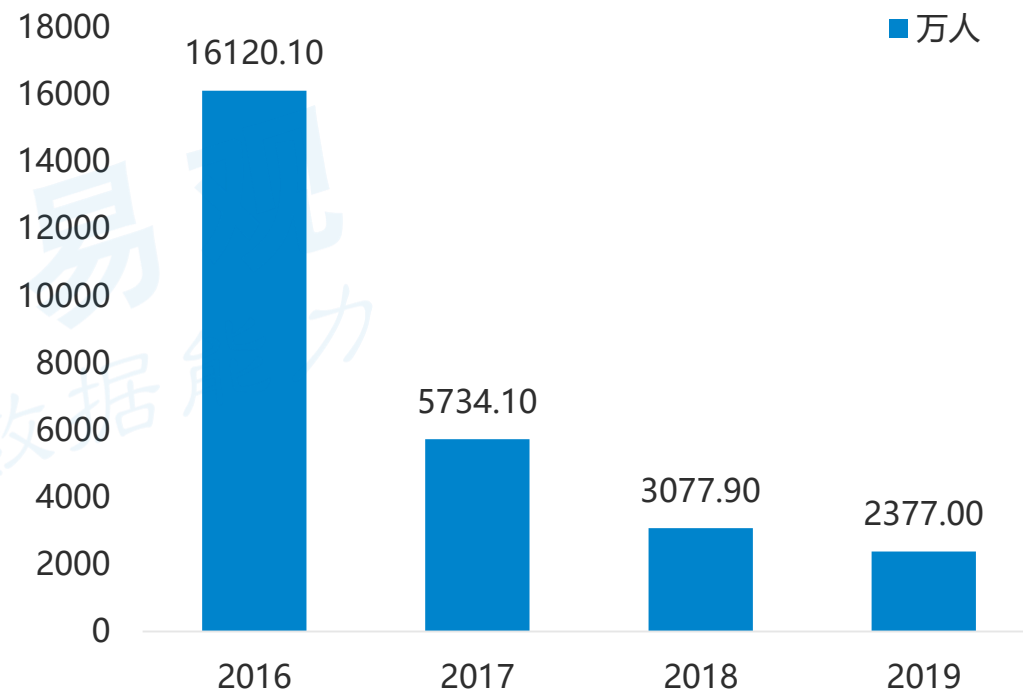


数据来源：中国工信部·易观整理

© Analysys 易观

www.analysys.cn

中国移动互联网月活跃用户数净增量



© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

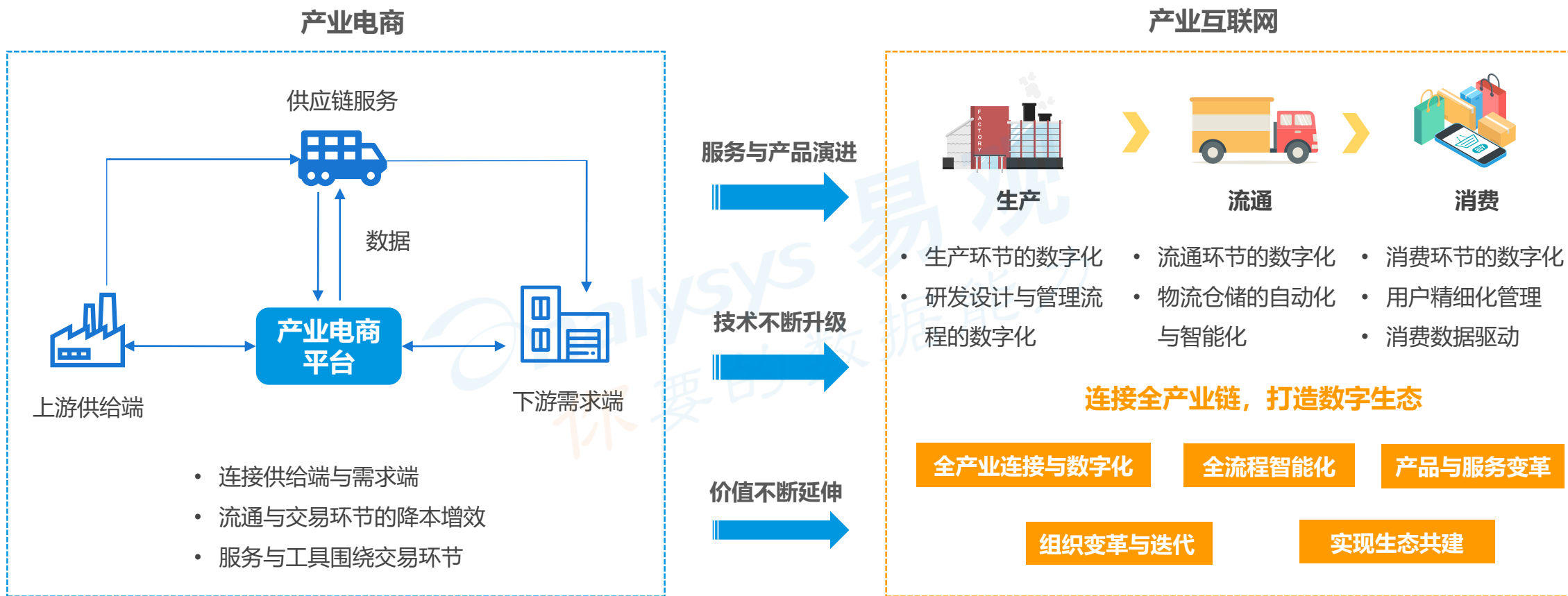
产业互联网以互联网技术服务产业，促进传统产业转型升级

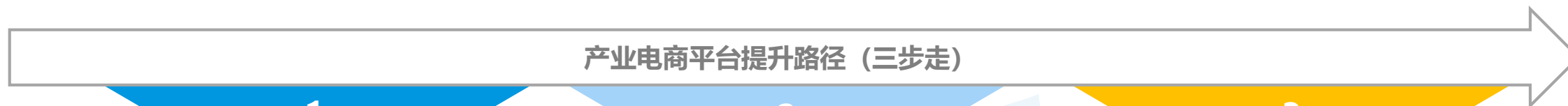
- 产业互联网将互联网服务主体，从消费者转向机构、企业以及产业，能够基于C端积累的经验更好地服务B端。
- 产业互联网打通产业链各环节的内外部连接，以互联网技术赋能产业，通过整合优化产业链，去除不增值冗余环节，精准匹配供需以及数字化改造生产线等方式，来提升产业效率，实现传统产业与互联网的协同升级。



产业互联网聚焦全链条增效，产业电商成为重要切入点

- 产业电商与产业互联网同样服务于产业，其差异在于各自在产业链上提供的价值不同。产业电商连接产业供需两端，主要服务于交易流通环节，而产业互联网则致力于连接全产业链，打造产业数字生态，通过数字化改造来实现产业的升级。
- 交易作为商业企业关注的重点，是各产业发展的核心环节，因而成为产业互联网的重要切入点。而聚焦于产业交易流通环节的产业电商也正成为产业互联网的主要推动者之一。





1
平台升级

从信息资讯平台向交易平台演进，实现供应与需求精准匹配、线上线下融合、流通环节精简、产品价格降低、支付结算环节打通、资金安全保障、交易形成闭环等。



2
服务升级

产业电商企业在交易环节打通后，逐渐在供应链上衍生出各项增值服务，增强客户与平台之间的粘性。如物流仓储服务、供应链金融服务等。



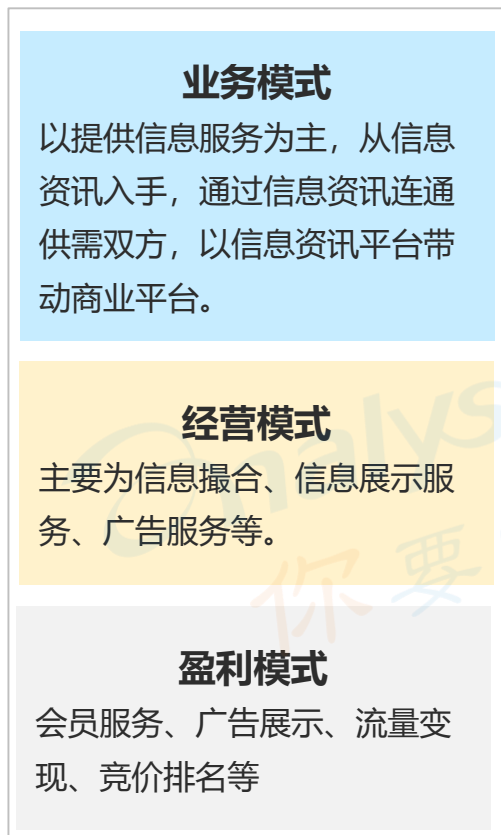
3
产业赋能

在深耕产业，形成成熟的行业认知并积累产业数据后，以数据作为基础资料，通过输出数据与技术，为下游客户与上游厂商深度赋能，促进全产业转型升级。

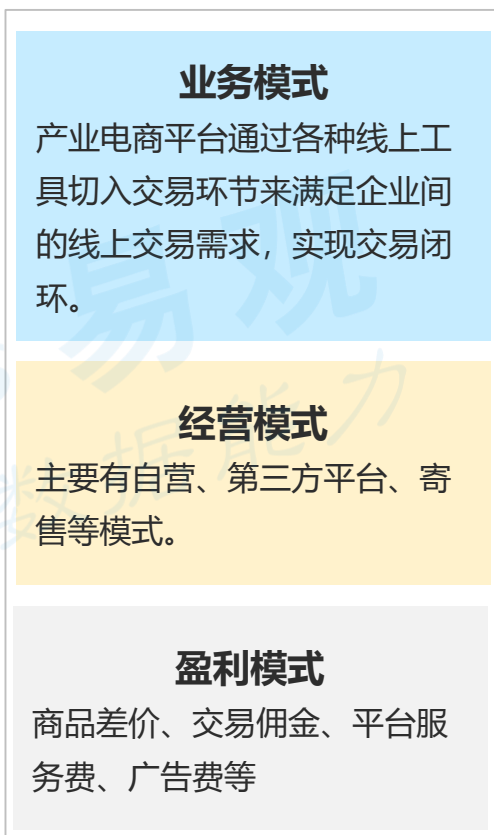
平台升级：从以信息服务为核心到以交易服务为核心

- 产业电商向产业互联网发展的第一步就是从信息撮合平台升级到交易平台，这也是行业实际的发展历程。产业电商通过切入交易环节打通上下游企业信息流和资金流之间的鸿沟，使得在流通环节不透明的信息实现了在线化、透明化。同时，精简价值链，实现交易闭环，提高交易全链条的效率。

信息服务为核心



交易服务为核心



服务升级：深入挖掘供应链价值，实现从交易闭环到交付闭环

- 产业电商企业在交易环节打通后，从产业痛点入手，对供应链的资源进行整合与优化，逐渐衍生出仓储、物流、金融信贷等供应链服务，并随着平台发展不断延伸新的服务。丰富的供应链服务一方面能提升产业电商服务链条的价值量，增加收入来源，另一方面也有助于提升客户粘性，增强平台壁垒。

产业电商供应链服务类型



物流服务



仓储服务



金融服务



数据服务



营销服务



其他服务

实现交付闭环

产业电商通过一系列供应链服务打通产业链上下游，深入挖掘供应链价值，从“交易闭环”向“交付闭环”转变。

增强客户黏性

通过各项服务满足客户一站式交易的切实需求，增强客户粘性，提高付费用户转化率，实现由流量向价值的变现。

增加盈利来源

增值服务成为产业电商的主要收入来源，突破了此前以会员费、广告费、交易佣金为主要盈利来源的瓶颈。

垂直产业电商兴起

随着供应链服务受到重视，各垂直行业产业电商因基于其本身对于行业的深刻理解，能够提供更符合上下游客户需要的供应链服务，因而获得快速发展。

数据驱动

整合产业链资源

线上线下协同发展

实现四流合一（商流、物流、资金流和信息流）

产业赋能：致力于数据与技术能力的输出，提高产业链效率

- 产业电商为各传统产业提供了交易平台与丰富的供应链服务，提高了产业上下游之间的交易效率。但不少传统产业数字化程度并不高，仍存在着很多效率低下的环节，亟需进行数字化的升级改造。
- 产业电商平台基于对行业的深度理解、上下游资源把控、技术与数据的储备等优势，布局产业互联网，对整个产业链从设计、制造、生产到流通、贸易、渠道甚至企业管理等环节进行深入的改造，输出自身积累的数据与技术能力，深度赋能产业，提高全产业链的协同效率。



产业电商的目标形态是构建产业互联网生态平台

- 产业电商的最终目标是利用互联网与产业链内各企业深度融合，共建产业互联网生态平台，推动行业的转型升级。



PART 2



产业电商市场发展现状

© Analysys 易观

www.analysys.cn

宏观利好因素并进，奠定产业电商平台发展基石

利好政策出台，明确产业电商建设发展思路

- 2017年9月，工信部颁布《工业电子商务发展三年行动计划》，提出采取“重点工业行业电子商务平台培育行动”。
- 2017年9月，国务院发布《关于积极推进供应链创新与应用的指导意见》，提出要积极推动传统供应链与互联网、物联网的深度融合。
- 2019年2月，商务部等十二部门发布《关于推进商品交易市场发展平台经济的指导意见》，提出要培育一批发展平台经济成效较好的千亿级商品市场，推动上下游产业和内外贸融合。

宏观经济稳步发展，各产业供应链环节效率提升

- 2018年，中国GDP增长6.6%，宏观经济稳定在合理区间。全国居民消费价格指数（CPI）走势平稳，我国经济呈现稳步增长的发展态势。
- 从产业链看，我国近年来深化供给侧结构性改革的作用明显。传统企业积极在生产、流通、制造等各供应链环节进行改革创新，协同效率得到提高，同时也大大促进产业电商在各垂直领域的兴起。

成熟的互联网环境加快产业电商的渗透

- 互联网环境重新塑造了消费者的消费方式，并影响着上游制造企业的变革。截至2018年12月，我国移动购物活跃用户规模达到8.04亿，占网民比例为79.5%。网上支付、线上消费等互联网个人消费习惯的形成，奠定了产业电商发展的基础。
- 随着互联网的发展，实业企业在互联网化方面也加快了脚步，积极进行信息化与数字化升级，并接入互联网进行转型。
- 成熟的互联网消费环境和实体企业互联网化的转型推进互联网从消费环节向产业链上游传导，促进产业电商的发展。

技术创新驱动产业电商快速发展

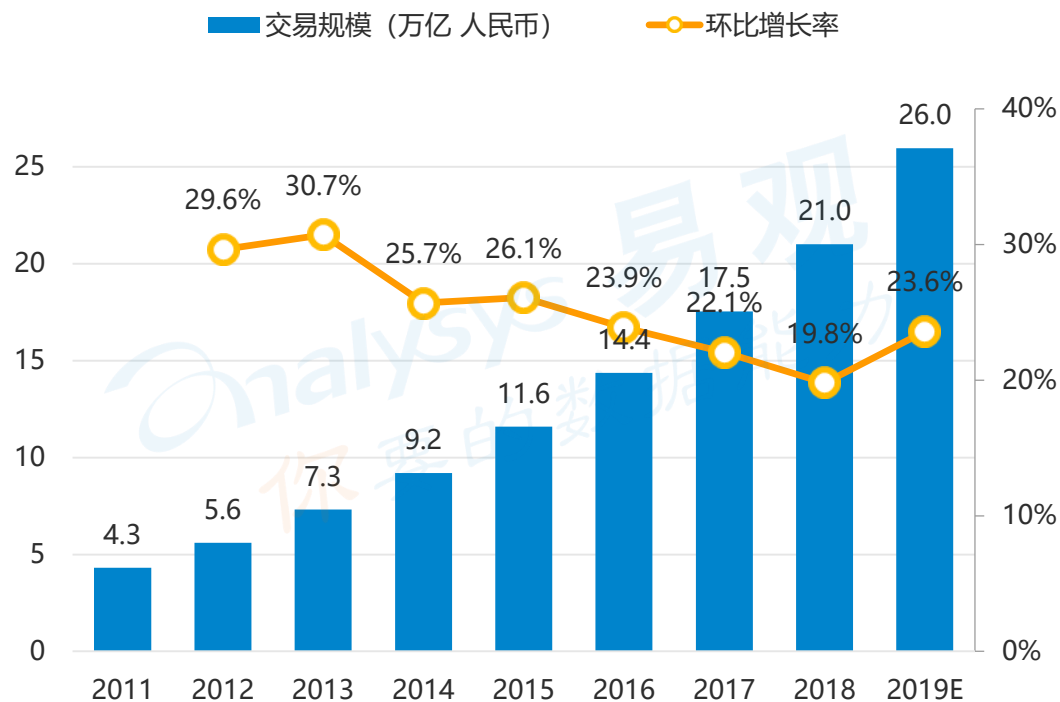
- 互联网、移动互联网、大数据、AI、云计算、线上支付等技术提高了企业对于数据的获取、存储、处理和应用能力，帮助企业能够更有效和及时的捕捉营销、采购、交易、物流等方面数据。
- 物联网、区块链、人工智能、5G等技术手段的成熟以及在电商领域不断的进步创新，加速了供应链与仓储物流等环节的效率，促进产业电商发展。



市场规模：2018年市场交易额达21.01万亿，营收达4742.6亿 Analysys 易观 你要的数据能力

- 近年来，在新模式、新技术的驱动下，产业电商迎来快速发展。2018年中国产业电商市场交易规模达到21.01万亿元，环比增长19.80%。增速有所下降，主要由于前几年钢铁、化工等大宗商品领域的产业电商已经逐步完成渗透。2018年中国产业电商市场营业收入规模达4742.6亿元，增速为21.8%。预计2019年，产业互联网的兴起将带动产业电商继续快速发展。

2011-2018中国产业电商市场交易规模

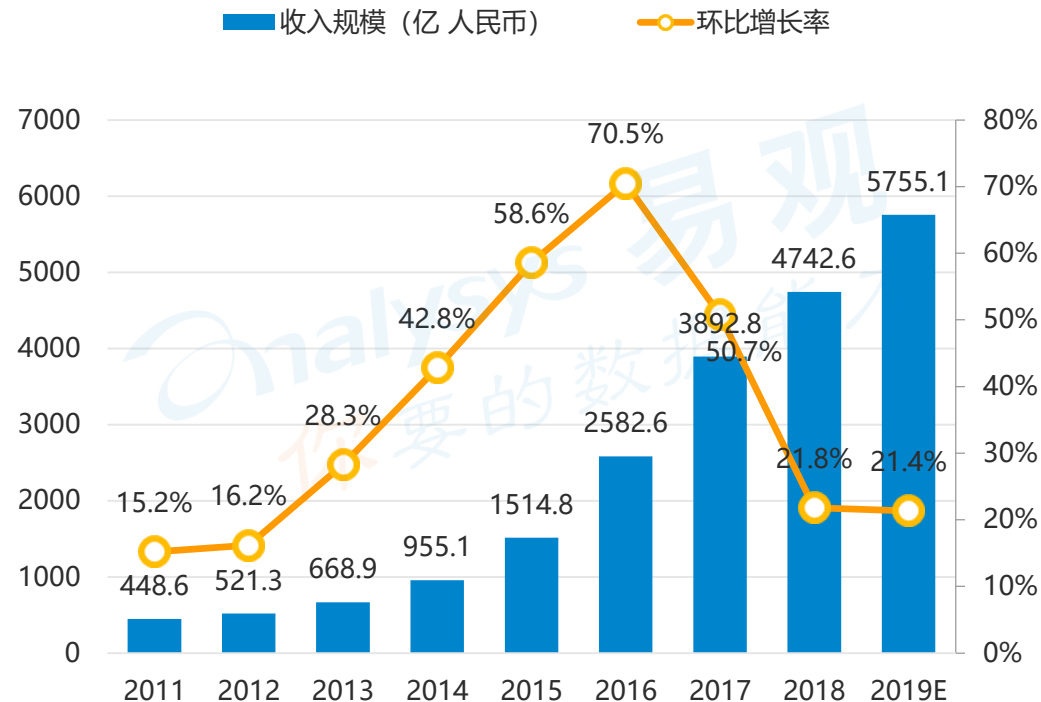


数据来源：网络公开信息，易观整理分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2011-2018中国产业电商市场营业收入规模



数据来源：网络公开资料，易观整理分析

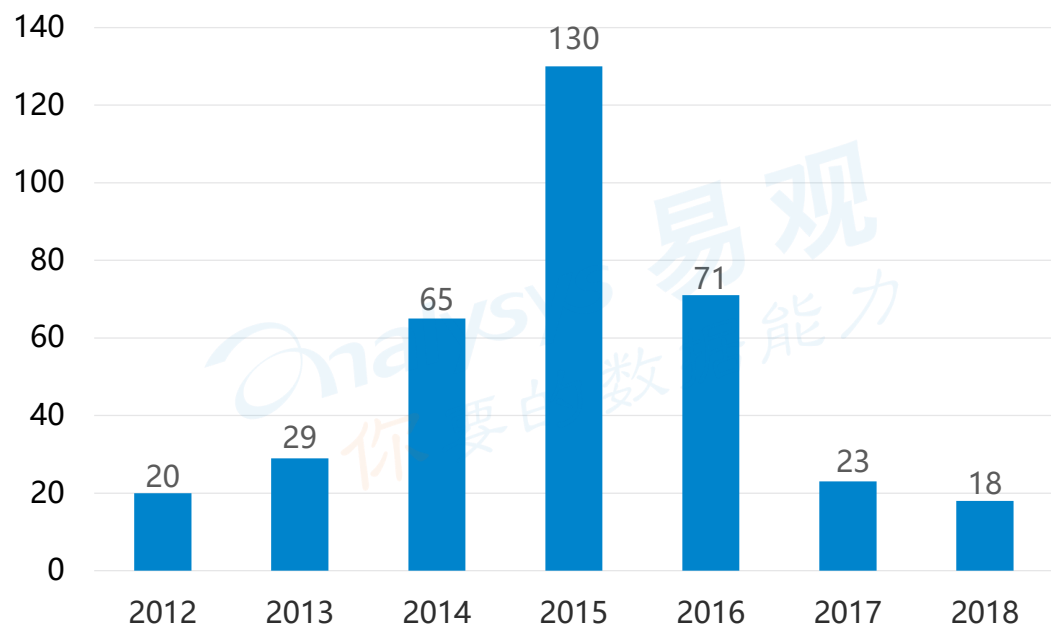
© Analysys 易观

www.analysys.cn

创业融资：新增创业企业数量放缓，但资本投入持续增长

- 从新增企业数量来看，产业电商创业热潮已经褪去，从2016年开始，产业电商平台新增数量就出现下降。2018新增创业企业数量继续减少至18家，市场进入存量竞争阶段。
- 从融资金额来看，产业电商平台虽然融资事件有所减少，但融资规模继续保持上涨，各平台仍然处于发展壮大阶段。伴随新进入者的不断减少，受到资本青睐的平台将淘汰弱势平台，留存平台会在现有基础上着力深耕，寻求进一步发展。

2012-2018年中国产业电商市场创业企业数量

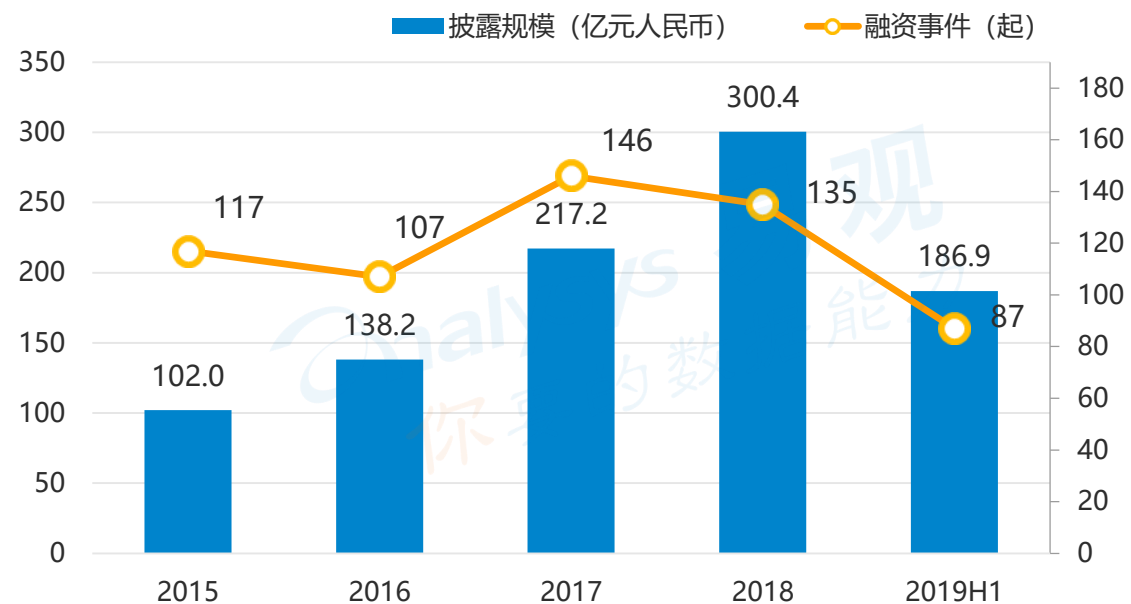


数据来源：IT桔子，易观整理

© Analysys 易观

www.analysys.cn

中国产业电商市场历年融资情况



数据来源：网络公开资料，易观整理

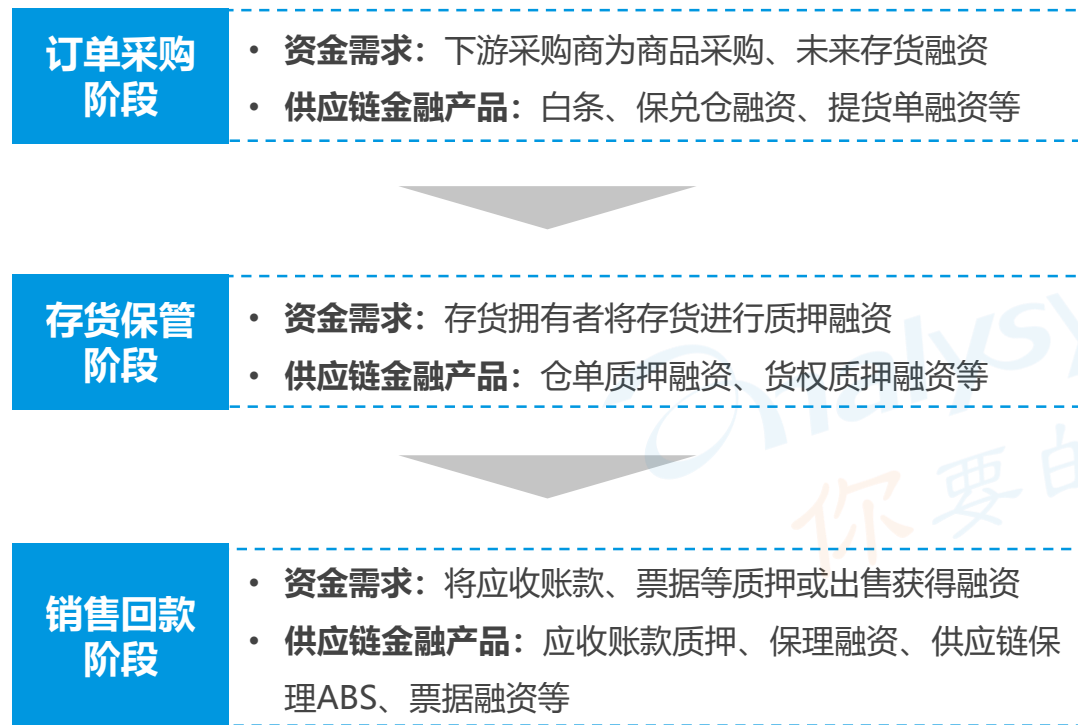
© Analysys 易观

www.analysys.cn

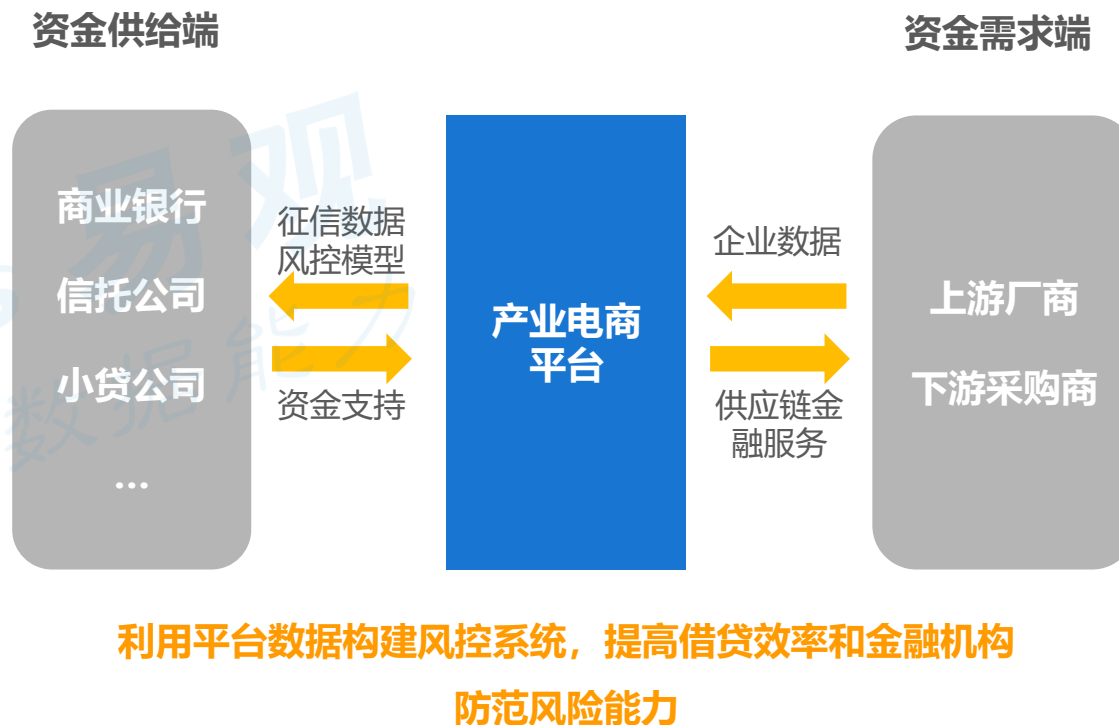
业务导向：供应链金融盘活产业上下游资金，成为平台发展要点

- 供应链金融解决企业核心难题，越来越受到产业电商的重视。在供应链金融模式下，资金提供方弱化对融资主体的信用以及抵押物要求，转为对供应链上的交易状态进行综合评价，针对单笔或者多笔交易提供融资服务。产业电商平台基于数字化供应链开展供应链金融服务，能够有效解决上下游企业各业务环节中的融资难题，盘活平台资金，拉动平台交易额。

供应链金融致力于解决业务各环节的融资需求



产业电商平台供应链金融模式



业务导向：物流仓储助力供应链效率提升，成为平台必备服务

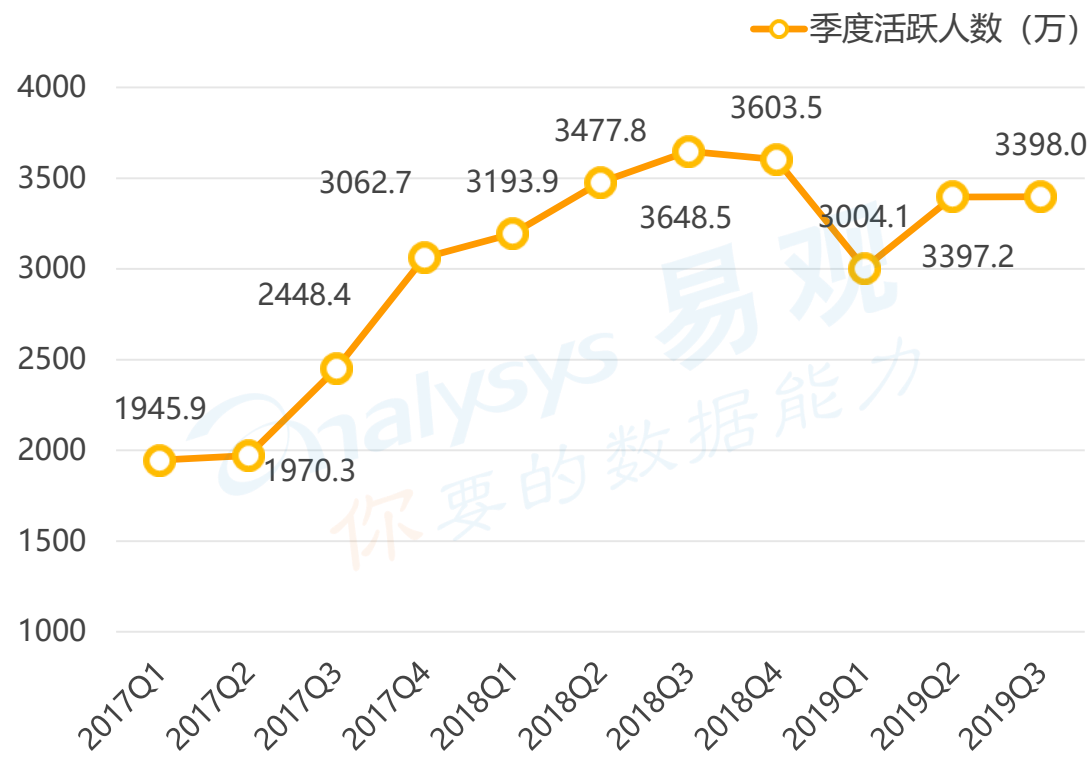
- 物流仓储服务能满足企业交易后的刚性需求，成为产业电商布局的重点。各产业电商采取自建或整合第三方物流资源的方式建立物流仓储服务平台，通过技术创新打造智能物流体系，并以“数字驱动”与“协同共享”为核心进一步构建一体化的供应链服务平台，为产业提供全流程的供应链服务。



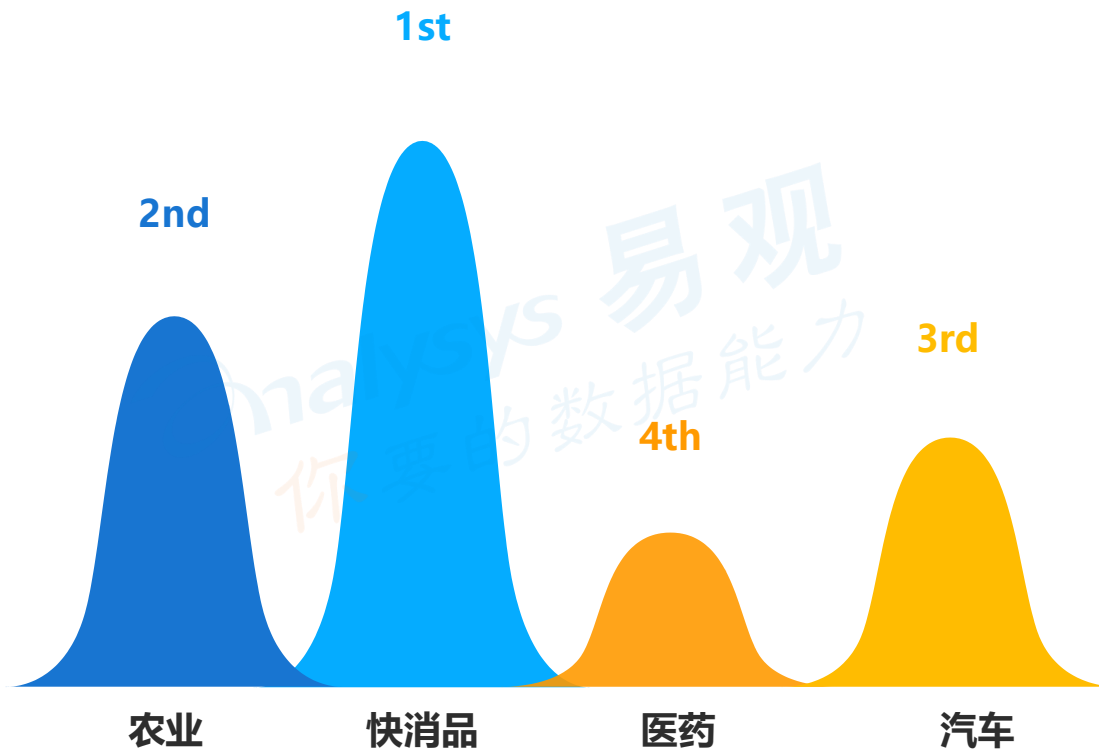
产业电商在移动端快速渗透，快消品、农业与汽车领域最为活跃

- 据易观千帆监测的产业电商APP活跃用户数据显示，近年来季度活跃人数呈现明显增长的趋势。从APP所属领域看，快消品产业电商的移动化最为明显，其次为农业、汽车和医药。Analysys易观分析认为，移动APP能促进人与生产活动的深度协同，利于产业效率的提升。目前近C端的行业移动化应用更为广泛，但随着产业电商的深入发展，近生产端的行业未来也将快速向移动端进行渗透。

产业电商移动端季度活跃人数变化趋势



产业电商平台移动端APP开发行业TOP4



实力矩阵：2019年中国产业电商厂商实力矩阵分析

2019年中国产业电商市场实力矩阵



厂商现有资源（纵轴体现）

评判指标	权重	指标定义
产业资源	10%	从厂商产业链上下游资源、渠道资源、行业话语权等维度进行评判。
用户规模	35%	从平台拥有的活跃客户规模、增速等维度进行评判。
资本实力	30%	从厂商的收入水平、资金储备、融资情况、二级市场表现等维度进行评估。
品牌与声望	15%	对企业及相关产品与服务的品牌与声望进行评判。
团队规模	10%	对企业相关产品的团队规模与稳定性进行评判。

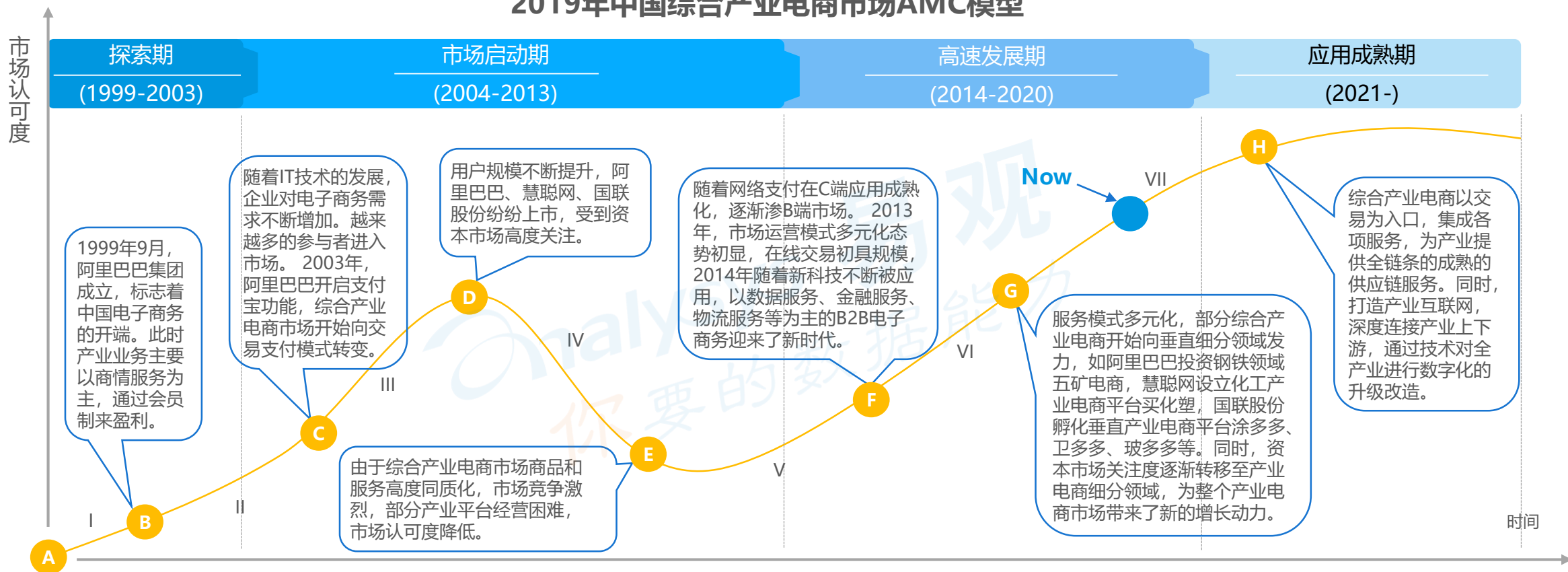
厂商创新能力（横轴体现）

评判指标	权重	指标定义
技术实力	25%	从新技术的应用融合、技术团队的构成、技术投入等维度进行评判。
产品创新能力	20%	从产品的功能创新、设计能力、用户体验等维度进行评判。
模式创新能力	30%	从业务策略、营销模式、物流模式、盈利模式等维度进行评判。
运营能力	25%	从渠道能力、资源运用、营销策划、商务能力、客户服务等维度进行评判。

综合型产业电商处于高速发展后期，率先向产业互联网进阶

- 中国综合型产业电商目前已处于高速发展后期阶段，各平台致力于集成多元的供应链服务，技术的应用越来越丰富，只是整体的成熟度与协同效率仍有待提升。Analysys易观分析认为，综合型产业电商平台不断提升自身的服务能力与技术实力，积极推进大数据、人工智能等技术与传统产业的深度融合，打造高效协同的产业互联网，将在自身壮大发展的同时为传统产业的发展注入新动力。

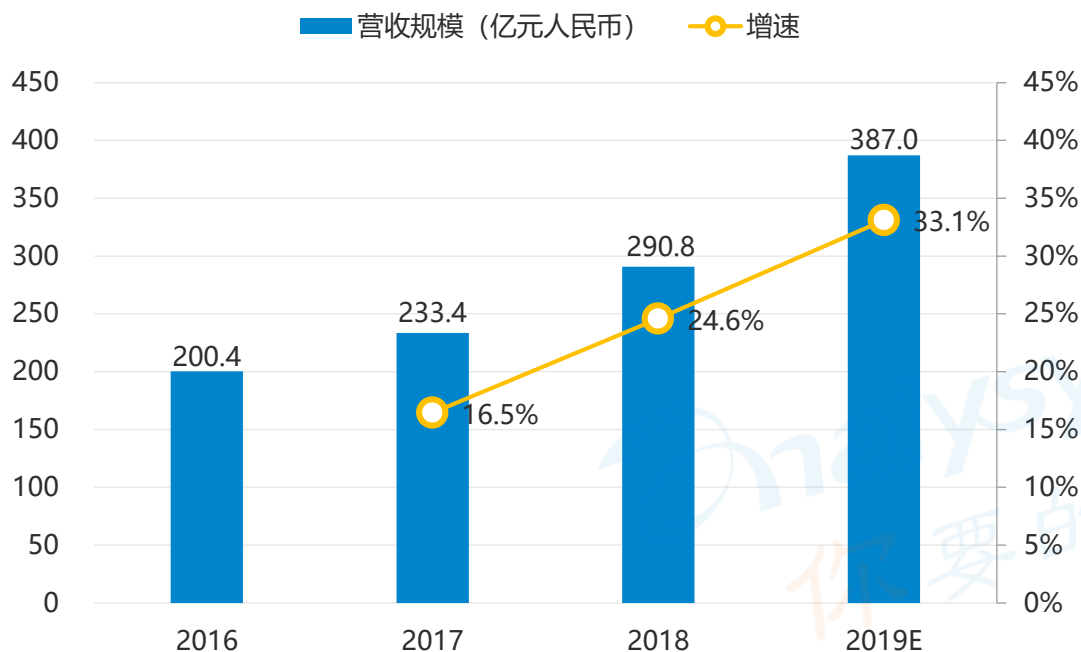
2019年中国综合产业电商市场AMC模型



综合型产业电商稳步发展，不断推出独立的垂直电商平台

- 综合型产业电商起步较早，拥有平台流量大，上下游资源丰富等优势，在产品与服务上不断优化，使得近年来呈现稳步增长的发展态势。
- 随着产业电商在产业链价值上的延伸，综合型产业电商也不断在自身平台的基础上对各细分领域进行深化，通过孵化或外购等方式布局垂直型产业电商。

综合型产业电商平台净营收规模



综合型产业电商纷纷布局垂直型平台

阿里 巴巴 | 1688 工业品牌 | 五阿哥 | 零售通

买化塑 | 棉联 | 中模国际 | 慧聪集团

国联股份 | TDD | 涂多多 | 卫多多 | 玻多多

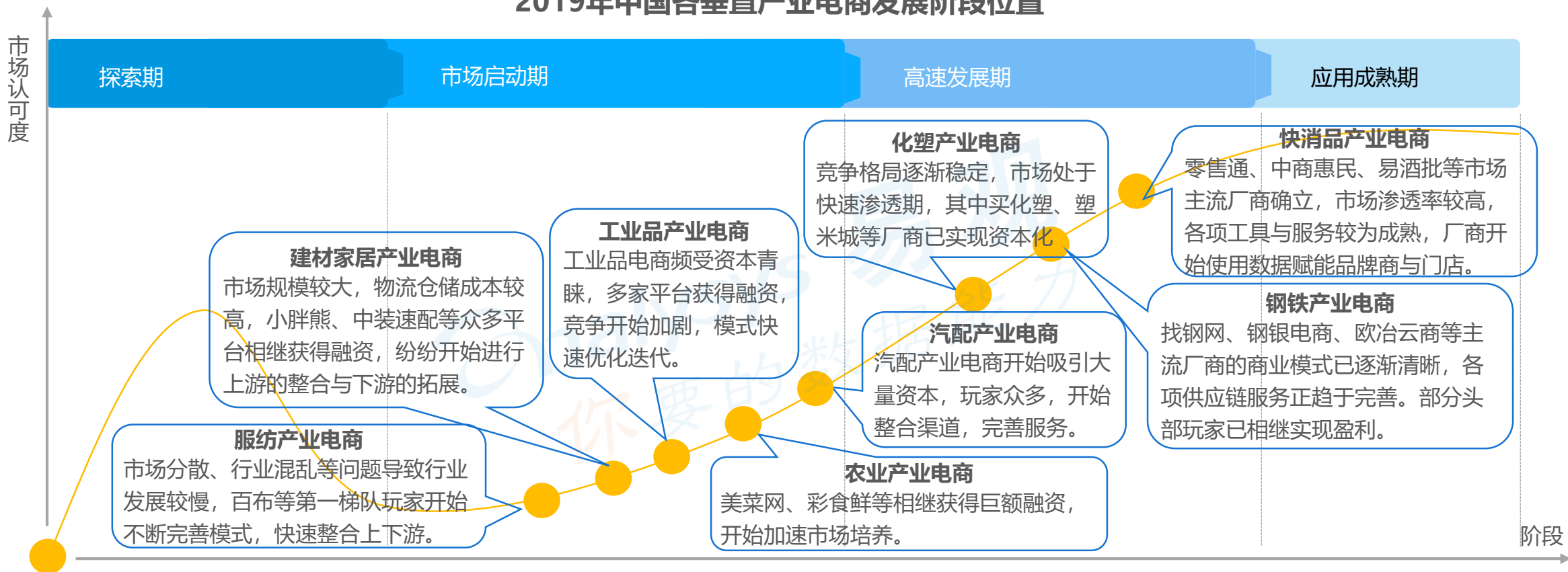
深圳市中农网有限公司 | 化塑汇 | 钢链 | 卓尔智联

数据说明：1、综合产业电商市场营收规模即所有中国相关企业在综合产业电商业务方面的营收总和，该营收数据包括佣金收入、平台使用费收入、商品销售收入、广告收入、增值服务收入等，其中商品销售收入按照净额法确认；2、整体规模通过上市公司财务报告、专家访谈、厂商深访、易观数据监测产品以及易观推算模型得出。

垂直型产业电商发展程度各异，多数领域处于市场启动阶段

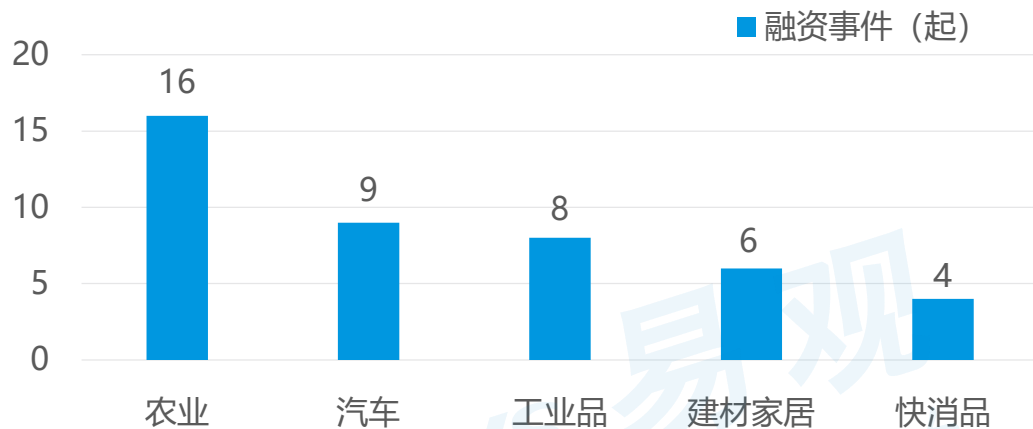
- 中国各垂直领域产业电商所处的发展阶段存在些许差异，但总体来看，大多数领域内的平台还处于市场启动的阶段中。Analysys易观分析认为，部分领域如快消、钢铁等由于产业电商市场启动较早，目前发展相对更为成熟。而其他很多领域内的电商发展程度较低，仍处于市场启动期，产业链各参与方以及产业电商平台需要互相协作，加速行业的电商化与数字化，促进行业发展。

2019年中国各垂直产业电商发展阶段位置



垂直领域产业电商融资不断，成为驱动产业电商增长的关键

2019年上半年产业电商融资事件最多的五个垂直领域



数据来源：网络公开资料，易观整理

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2019年上半年垂直产业电商金额最大的五起融资事件



C轮融资
数亿元人民币



战略融资
20.2亿元人民币



D+轮融资
1亿美元

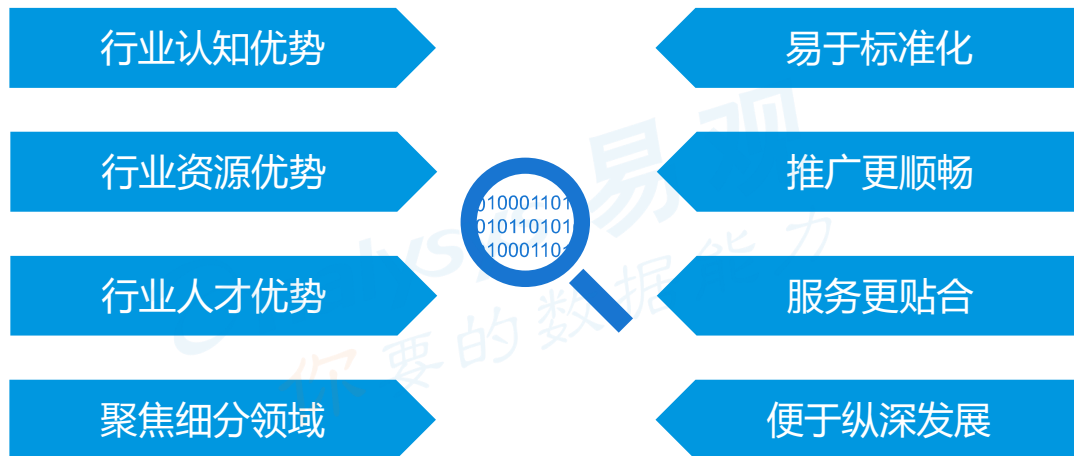


D+轮融资
3.8亿美元



D轮融资
1.6亿美元

垂直型产业电商的发展优势



- Analysys易观分析认为，随着产业端逐渐受到资本的重视，中国各垂直领域产业电商近年来频频获得融资，实现了快速的发展。综合型产业电商由于涉及行业众多，难以在细分产业内形成标准化，不能做到纵深发展。而垂直型的产业电商拥有行业认知、人才集聚、资源积累等优势，能够更深入改造产业，带动产业的发展。垂直型产业电商正成为驱动产业电商增长的关键。



PART 3



产业电商转型实践案例

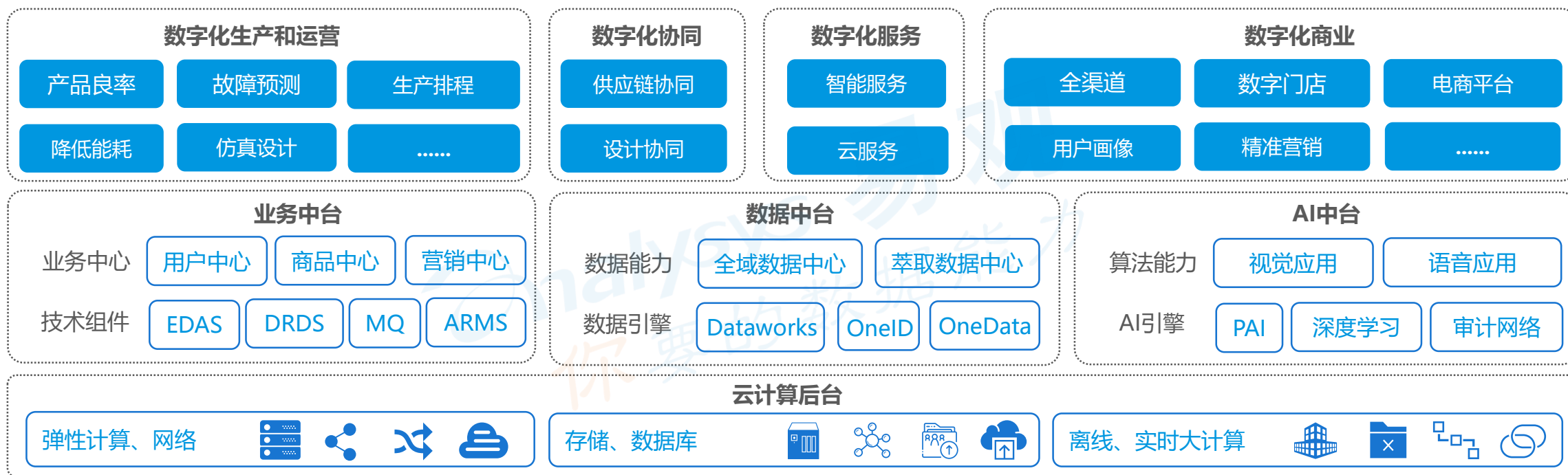
© Analysys 易观

www.analysys.cn

阿里巴巴：以中台为引擎，推动全链路数字化，实现产业互联

- 阿里以云计算、大数据、物联网、人工智能等技术为支撑，结合多年来的技术积累，构建了成熟的技术后台。同时，将体系内的商业能力与技术能力进行沉淀，建立业务平台化的实施标准和管控标准，形成中台。中台作为创新的容器和能力的广场，为各业务方提供能够快速、低成本创新的能力。
- 阿里通过中台战略构建产业互联网，借助业务中台、数据中台与AI中台，赋能于工业、服务业等各个领域与产业，帮助各企业实现数字化，打通产业链从最上游的生产源头，到最下游消费者产生的端到端的数据，实现数字化产业大协同。

阿里全链路数字化转型方案



阿里巴巴：国内和国际贸易双向发展，打造流通领域数字化

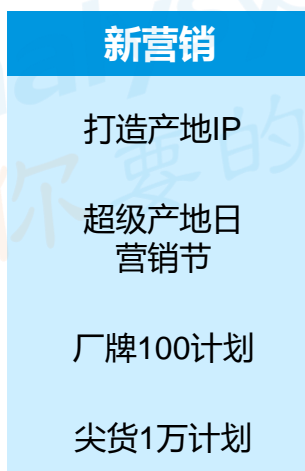
- 阿里巴巴的产业电商围绕国内和国际两个方面发展，通过对内外贸业务的双向赋能来打造流通领域的数字化。其中1688致力于供给端的数字化，赋能源头产地，让百万中国工厂货通天下；阿里国际站致力于打造新外贸操作系统，帮助中小出口企业“数字化出海”。

阿里巴巴两大产业电商业业务赋能战略



“三新战略”全面赋能源头产地数字化

1688致力于打造数字化通路，从源头产地切入，将优质厂家货源与商家直接对接，减少中间环节，直接有效地提高沟通效率，多角度赋能传统产业，拥抱产业互联网，实现供应链高效协同。



“数字化出海”计划

阿里巴巴国际站通过一揽子的数字化产品、工具和服务，覆盖跨境贸易所有环节。围绕供需匹配、品牌营销、信用担保、支付金融、基础物流和跨境供应链等环节，对既有产品和服务矩阵进行全面数字化升级。



慧聪集团：打造科技新零售生态，以产业路由器模式重塑供应链

- 慧聪集团利用中关村在线科技媒体的巨大影响力，打造科技新零售生态。通过产业路由器的模式，慧聪集团用SaaS等互联网工具联结品牌商、10万家中小零售商（小B）与无数消费者，通过用户和流量促进交易，用交易提升媒体价值，提升供应链效率，为3C及家电等产业迭代赋能。

慧聪集团产业路由器模式



搭建3in1的业务结构和完整的产业互联网模型，融合媒体和交易业务价值

慧聪集团：构建“三级火箭”，用互联网和数据赋能传统产业

- 慧聪集团依托旗下的多个垂直产业电商平台，综合提升产业互联网服务能力，致力于开发出能够帮助中小企业“提升产业效率”、“为客户创造价值”的产业互联网工具，构建产业数据链及业务场景，为中小企业赋能，为他们提供金融、数据营销、SaaS等增值服务，推动产业转型升级。
- 慧聪集团通过垂直产业赛道、慧聪网和金融科技三级火箭布局产业互联网，用航母支持舰队作战的方式，赋能传统行业。

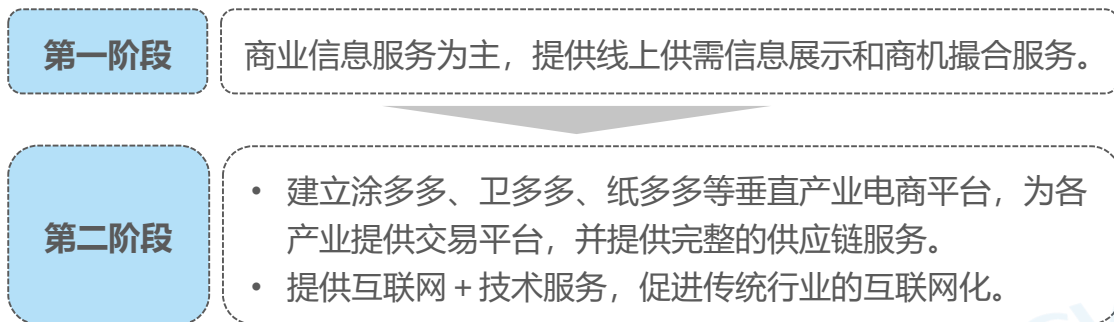


以技术创新赋能传统行业，助力产业腾飞

国联股份：以产业信息平台起家，从优势行业切入垂直产业电商 Analysys 易观 你要的数据能力

- 国联股份从产业信息服务领域起家，依托多年积累的行业资源与行业关系，在2014年以优势行业为切入口，布局垂直型产业电商。目前国联股份以互联网数据为支撑，形成信息服务+垂直电商+技术服务三位一体的服务体系。
- 垂直电商平台多多电商通过一站式采购、集合采购、核心供应商等运营策略，快速获取高凝聚力的市场份额，同时完善平台的增值服务，增强平台与客户之间的粘性。

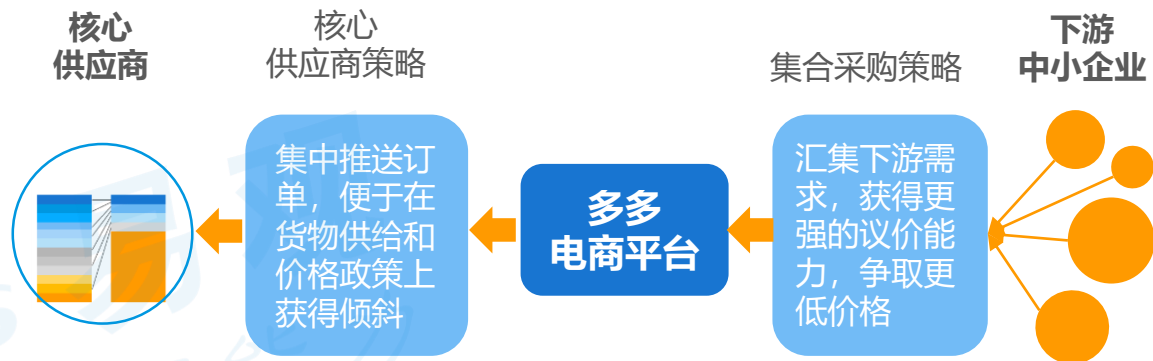
国联股份发展阶段



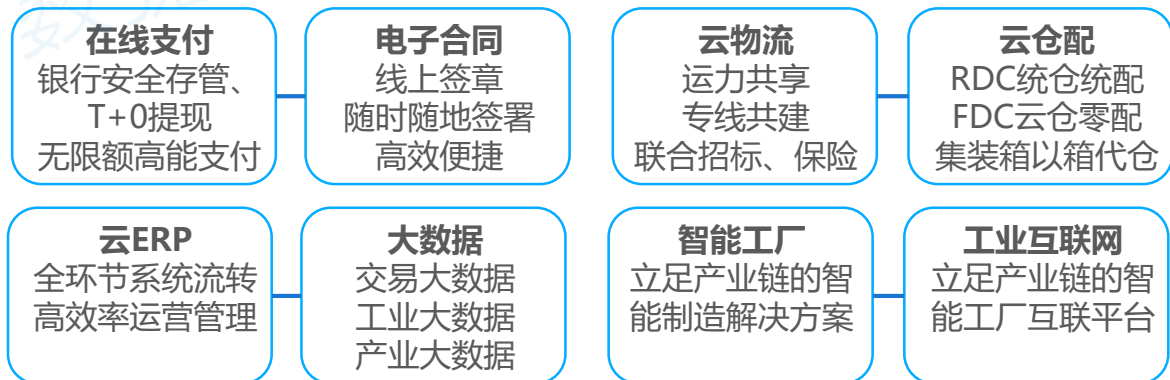
国联股份



多多电商的集合采购策略和核心供应商策略



丰富的增值服务增强多多电商平台粘性



国联股份：深入产业链，拓宽产业生态，打造产业互联网平台

- 国联股份依托于多多电商，向各垂直产业链深入延伸，拓展产业上下游。同时，不断地向其他领域进行扩张，拓宽产业生态。
- 在各垂直产业交易平台的基础上，国联股份不断完善供应链服务，并进一步向产业链赋能平台升级。针对产业链流通端推出互联网+解决方案，为产业链制造端打造智能工厂和工业互联网平台，同时打造云服务平台将各产业链进行共构连接，形成产业互联网生态平台，实现各产业的协同高效发展。



国联股份产业互联网生态平台

涂料产业链 卫生用品产业链 玻璃产业链 纸产业链 其他产业链



数据连接 数据分析 技术支持

找钢网：从交易+供应链服务平台向钢铁产业互联网平台进阶

- 找钢网分三个阶段向钢铁产业互联网平台进阶：第一个阶段主要是提供交易服务，致力于提高买家和卖家的交易效率；第二个阶段是提供供应链一体化服务，包括仓储、物流、加工、供应链金融等服务；第三个阶段则是为产业赋能，包括向上游下游厂商提供SaaS工具、向企业用户提供数据产品、对钢厂进行智能化升级等。

交易服务阶段

自营+联营的交易模式

自营

- 向钢材制造商购买产品并直接销售给平台客户，赚取买卖差价
- 通过自营深入理解行业

联营

- 作为第三方平台，收取交易佣金
- 扩大交易规模，积累行业资源，获取交易数据

提高交易效率、保障交易安全

线上支付	钢厂直供	担保支付
信用评价	售后服务	行情数据

供应链服务阶段

胖猫供应链



物流服务

安全可靠 运输监控
服务多样 货损理赔

仓库分布广 仓库管理专业
货物安全有保障 服务高效便捷



仓储服务



加工服务

加工方案优选 专人全程跟单
费用结算便捷 加工方案优选

胖猫金融 PangMaoFinance

胖猫白条	胖猫票据	胖猫易采
先提货后付款	票据融资服务	帮企业采购
企业信用服务	票据结算渠道	代企业订货

产业赋能阶段

胖猫掌柜

- SaaS服务，提高管理效率，助力企业用更少的人做更多的生意



场景全覆盖

工业智能

助力智慧钢厂制造升级

智能仓储管理系统	自动测量赋码系统
质保管理系统	

数据化、集成化、移动化、可视化、智能化

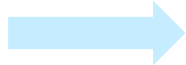
汇通达：从赋能乡镇店走向赋能全产业链，服务农村商业数字化

- 汇通达用技术赋能乡镇零售门店，在线上构建一整套产业数字化交易平台，在线下对门店进行数字化改造升级，形成线上线下相融合的服务体系。同时，整合物流、仓储、金融等供应链服务，打造智慧供应链。
- 随着产业互联网快速发展，汇通达开始从乡镇店的赋能走向全产业链的赋能，基于乡镇会员店的交易和服务场景，针对产业链上下游企业提供柔性供应链、智能数字化技术、精准营销、数据服务等全方位的赋能和增值服务，打造服务全产业链的农村商业数字化平台。

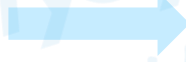
汇通达门店赋能体系



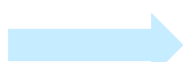
门店互联网化



门店数字化



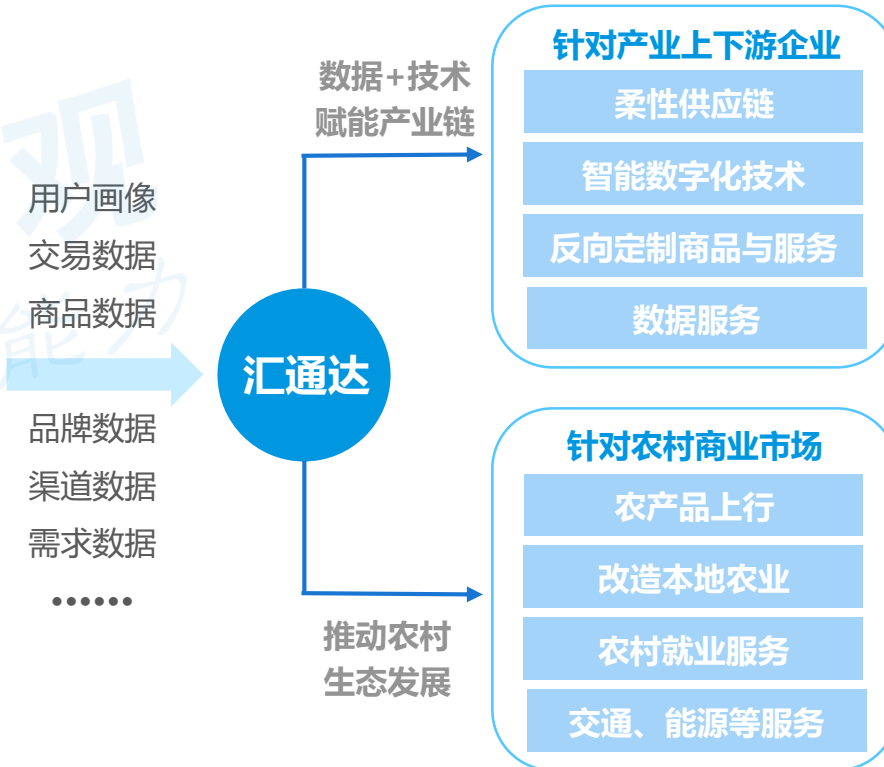
供应链服务



乡镇门店

- 用户数字化
- 商品数字化
- 交易数字化
- 门店数字化
- 经营数字化

汇通达产业链赋能体系



PART 4



产业电商未来发展趋势

趋势一：深耕产业与领域扩张成为产业电商平台的增长路径

- 各产业间的巨大差异以及To B业务的复杂度使得产业电商难以快速形成寡头垄断。因而产业电商通常聚焦于垂直产业链进行延伸，做深做透产业上下游，实现新价值创造和市场渗透，以取得更大的发展空间。
- 同时，为了未来进一步的发展，产业电商平台也在积极整合产业，通过自建或并购的方式拓展更多的垂直领域，实现产业服务能力的复制与扩张，以争取更广阔的市场。

产业电商平台的增长路径

深耕产业链

拓宽产业生态



概述

通过深耕产业链，在产业链上提供更多价值，进而获取增长

通过领域扩张，打造多个垂直产业平台，形成生态协同，扩大自身营业规模



途径

- 基于产业链上下游进行延伸
- 整合产业内服务资源
- 数据+技术+产品，赋能产业链

- 通过孵化、自建进入其他垂直产业
- 收购整合其他垂直领域平台



案例

- 国联股份通过多多电商，深耕产业链上下游，挖掘产业链价值，从产业交易平台逐步升级到产业赋能平台

- 阿里巴巴通过自建阿里零售通与1688工业品牌站，进入快消品与工业品垂直产业电商平台
- 同时通过投资收购的方式控股五阿哥，进入钢铁垂直产业电商平台

趋势二：产业电商赋能产业带，助力制造业数字化转型提速

- 我国制造业存在着众多产业带，这些产业带一般拥有着市场参与者多、产业生态成熟和优质人才聚集等优势。但很多产业带的生产厂商和中小企业的数字化转型进程相对较为缓慢。产业电商通过对产业带进行数字化赋能，能促进该产地传统制造企业的转型升级，提升厂家的竞争力，推动区域及产业快速进入数字化时代，同时快速带动整个垂直产业以及整个制造行业的转型升级。

产业带传统制造企业面临的问题



产业带数字化赋能体系



产业带数字化加速制造业转型升级



促进 加速

产业升级、制造业整体
数字化

趋势三：产业电商推动反向定制生产，赋能制造端的改造升级

- 产业电商通过高效连接上游供给与下游需求，实现需求数字化反向驱动生产，进而倒逼制造端进行改造升级。在这个过程中产业电商同时致力于技术的输出，为制造端进行数字化赋能，比如阿里云推出的新制造解决方案、国联股份的工业互联网解决方案等。

传统生产制造模式



需求数字化反向驱动生产



产业电商输出技术与服务，助力制造端的数字化升级

全面互联



数据处理



智能制造



数据驱动精益成长

趋势四：企业数字化转型路径从数字化增长向数字化重构升级

- 企业数字化转型可划分为“数字化增长”和“数字化重构”两大类。产业电商在发展产业互联网的过程中更多的是对传统企业的“数字化增长”进行赋能，即以数据技术手段对企业进行运营优化（如数字化供应链、生产工艺优化等），使得企业从流程驱动升级为数据驱动，从而实现增长。
- 随着数字化实践的不断加深，多个维度的改变使得企业需要建设一个基于互联网的新商业模式，在产品模式、决策机制、组织结构等方面进行重构，从商业能力和数字技术能力两方面进行彻底的升级。



数据驱动精益成长

- 易观方舟
- 易观千帆
- 易观万像



易观方舟试用



易观千帆试用



易观订阅号