



電商助力線下企業开拓大陸版圖

自我介紹

Sherry Zhou (周玲)

- 電子商務資深策劃師、顧問

- ❖ 12年電子商務網站運營和團隊管理經驗
- ❖ 熟悉國內主流B2B/B2C/C2C平台的內部運作、規則
- ❖ 對互聯網數據化營銷、會員營銷有豐富的經驗
- ❖ 協助內地多個線下企業創建電子商務團隊，完成線下品牌線上化的成功轉型和品牌提升

幹什麼

怎麼幹

境外企業進入中國大陸市場困難重重

困難1. 不了解大陸市場產品需求

港人或者外國人喜歡的款式大陸人不一定喜歡\關注的利益點、認可的價格不一定適合中國大陸市場\如果產品生產出來，大陸沒市場怎麼辦？

什麼樣的產品在大陸好賣？



境外企業進入中國大陸市場困難重重

困難2. 開發大陸渠道千難萬難

大陸這麼多省市自治區，這麼多商場超市，渠道一個一個去談，既沒有經驗也沒有精力，既勞心又勞力，既費時間又費錢！

線下銷售渠道如何開展？



境外企業進入中國大陸市場困難重重

困難3. 廣告費用太高，效果又不明顯

電視報紙廣告一簽就要簽1年，費用驚人不說，還不知道效果如何？小企業根本負擔不起！

廣告砸下去到底有效果嘛？



境外企業進入中國大陸市場困難重重

困難4. 開店費用貴,試錯成本太高

入場費 條碼費 著裝費 倉儲費 裝修費 員工工資，各種費用這麼多，開門就是錢！

開店費用為什麼這麼貴？



境外企業進入中國大陸市場困難重重

困難5. 賬期長,資金回收困難

困難6. 沒人脈,很多事情做起來舉步維艱

困難7. 品牌在大陸不夠響,銷售困難

進入大陸市場這麼難?!!



電商助力線下企業开拓大陸版圖



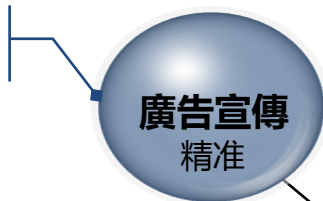
什麼是電子商務？

電子商務是以商務活動為主體，以互聯網為基礎，以電子化方式為手段，在
法律許可範圍內所進行的銷售 推廣 支付等活動過程

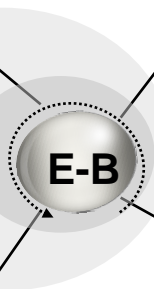


電子商務的範疇 (E - commerce)

- 在線廣告
- 郵件、短信營銷
- 微博、微信營銷

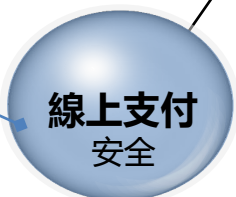


QQ\旺旺SKYPE
Email
微信



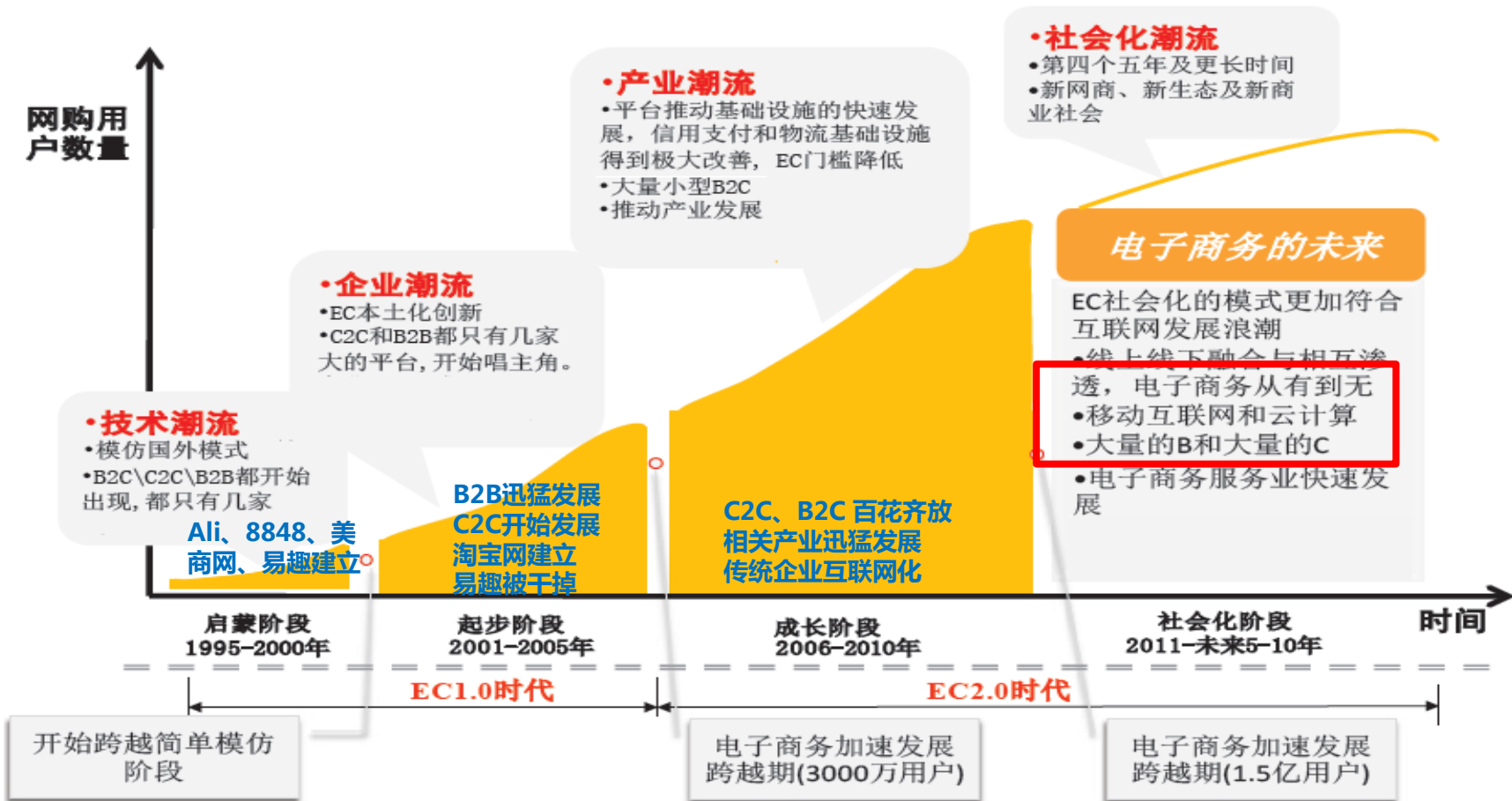
B2B/B2C/C2C
跨境
O2O
移動

手機支付
支付寶、微信支付



除了以上內容，電子商務已經涵蓋物流倉儲、融資、金融、房產、保險等領域

中國電商迅猛發展10年間



资料来源: 阿里研究中心, 2011.11

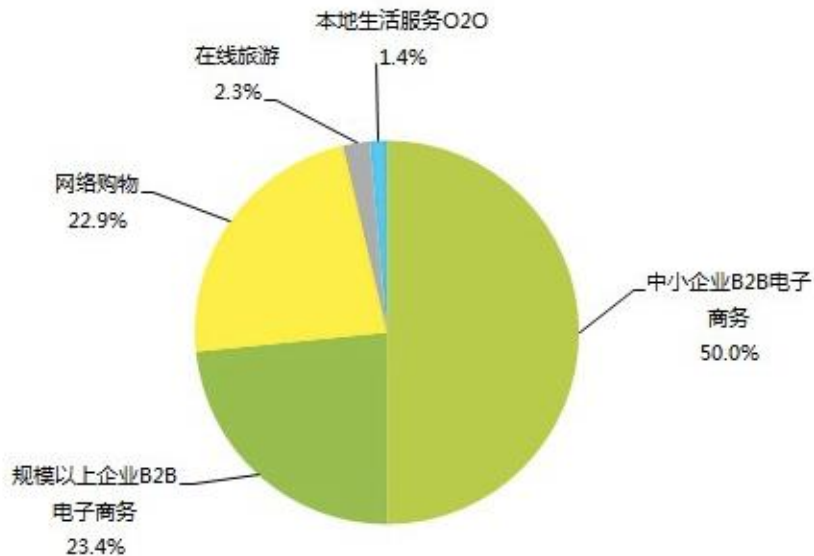
中国电子商务发展的四个潮流

中國電商市場日趨成熟

2011-2018年中国电子商务市场交易规模



2014年中国电子商务市场细分行业构成



来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

1. 2014年中國電子商務市場交易規模**12.3萬億元**，增長21.3%。
2. **B2B电子商务合计占比超过七成**，仍然是电子商务的主体；网络购物交易规模市场份额达到22.9%，比2013年提升4.2个百分点

中國電商市場日趨成熟



注释：网络购物市场规模为C2C交易额和B2C交易额之和。

来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

- 其中網絡購物增長48.7%，在社會消費品零售總額滲透率年度首次突破10%，成為推動電子商務市場發展的重要力量。

中國電商市場日趨成熟

2013-2014年网络购物/手机网络购物

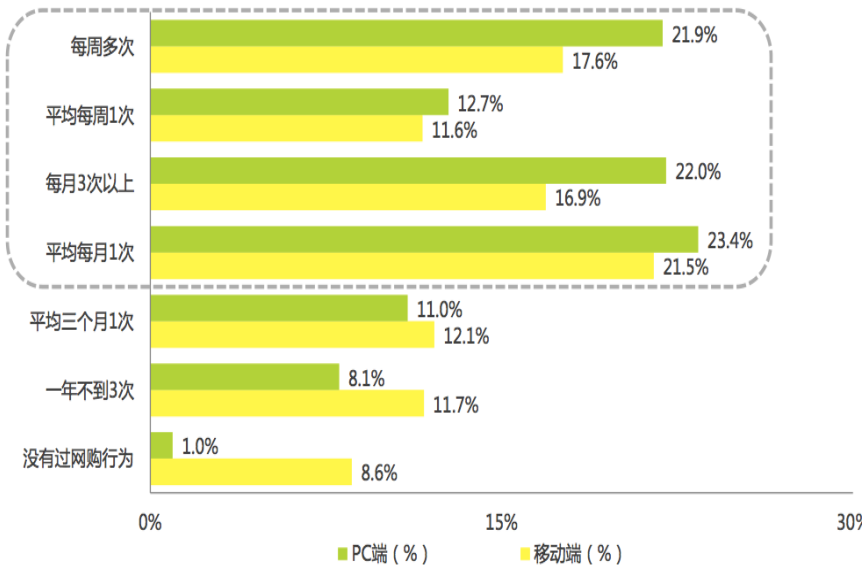
用户规模及使用率



来源：CNIC 中国互联网络发展状况统计调查

2014.12

2014年中国网购用户在PC端和移动端的购物频次分布

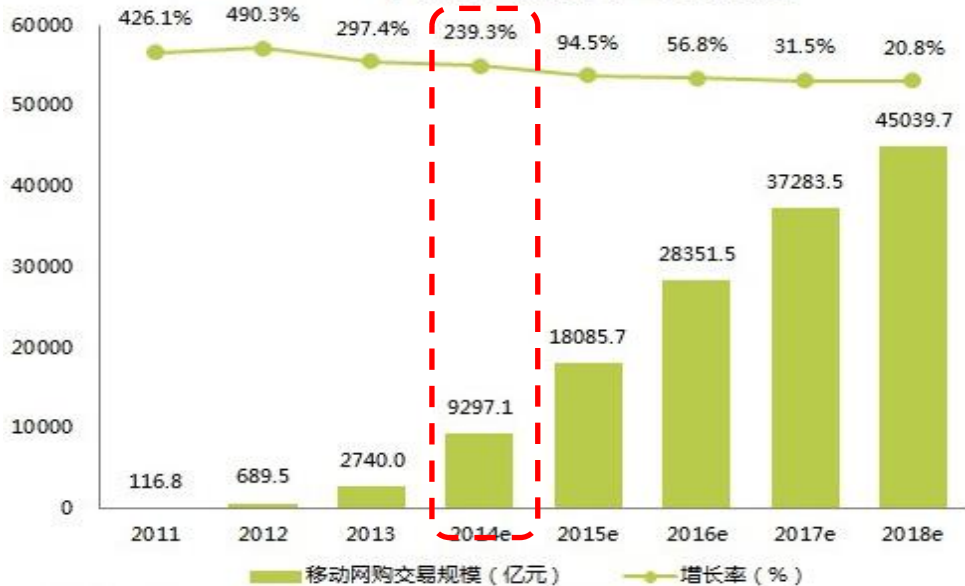


样本：N=3151；根据2014年12月iClick社区第十四届艾瑞网民网络习惯及消费行为调研数据获得。

- 截至2014年，我国网络购物用户规模达到**3.61亿**；我国网民使用网络购物的比例从**48.9%**提升至**55.7%**
- 中国网民已基本养成网络购物习惯，约八成用户平均每月至少网购**1次**。

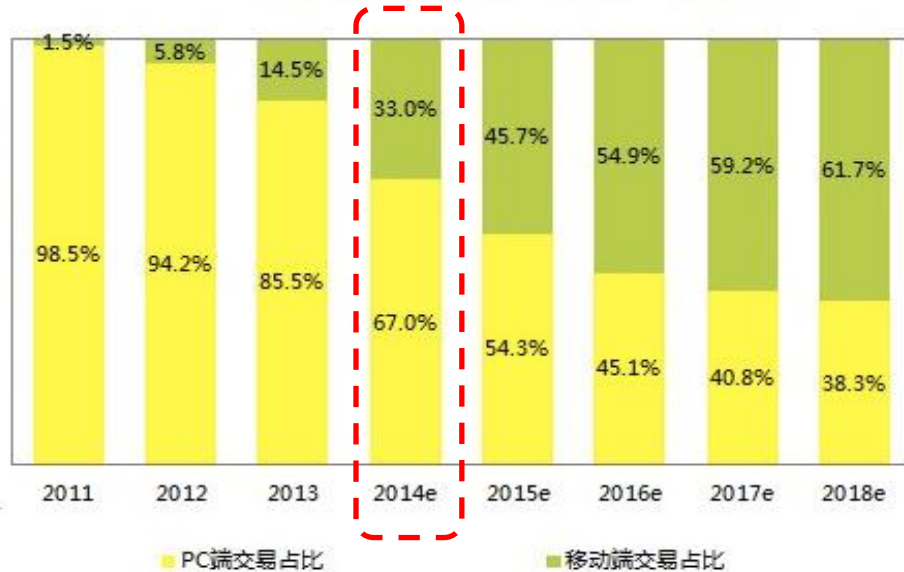
移動電商迅速發力

2011-2018年中国移动购物市场交易规模



来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

2011-2018年中国网购交易额PC端和移动端占比

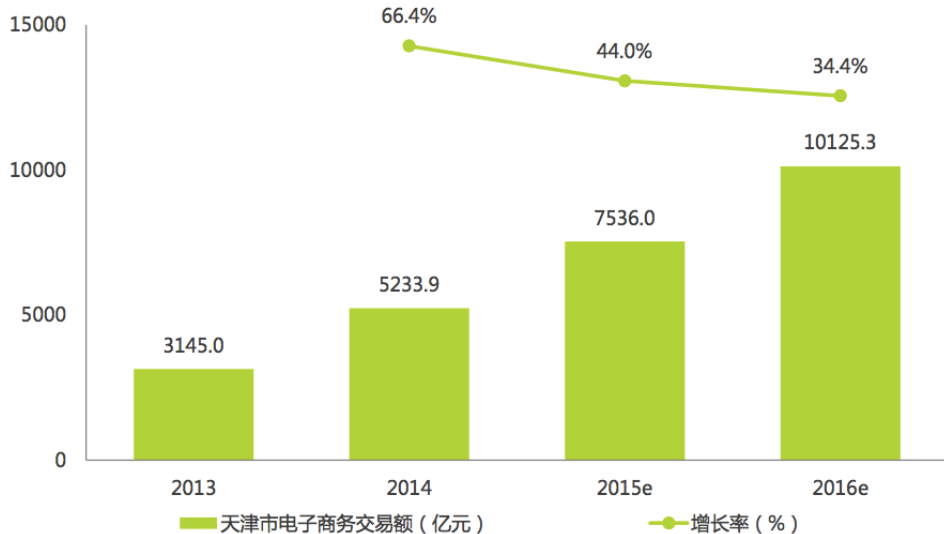


综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

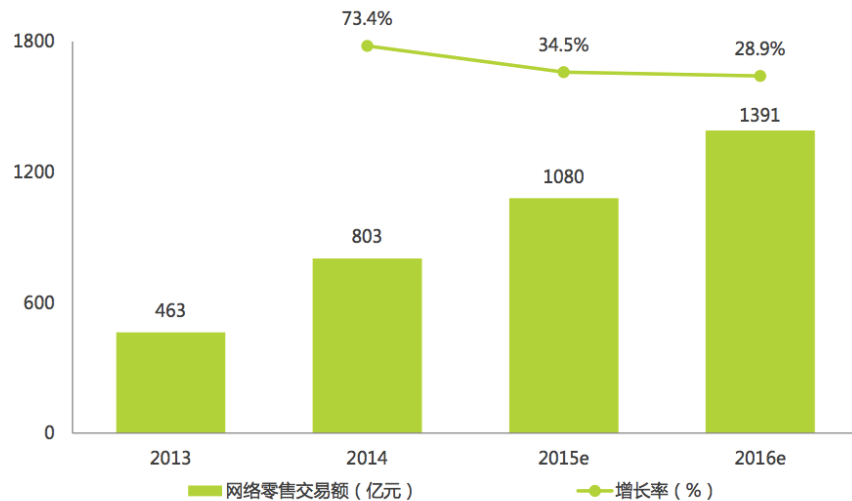
- 2014年中国移动购物市场交易规模为**9297.1亿元**，年增长率达**239.3%**
- 预计移动端交易16年将超过PC端网购交易占比，成为中国网民网购的重要选择

天津電商市場快速發展

2013-2016年天津市電子商務市場交易規模



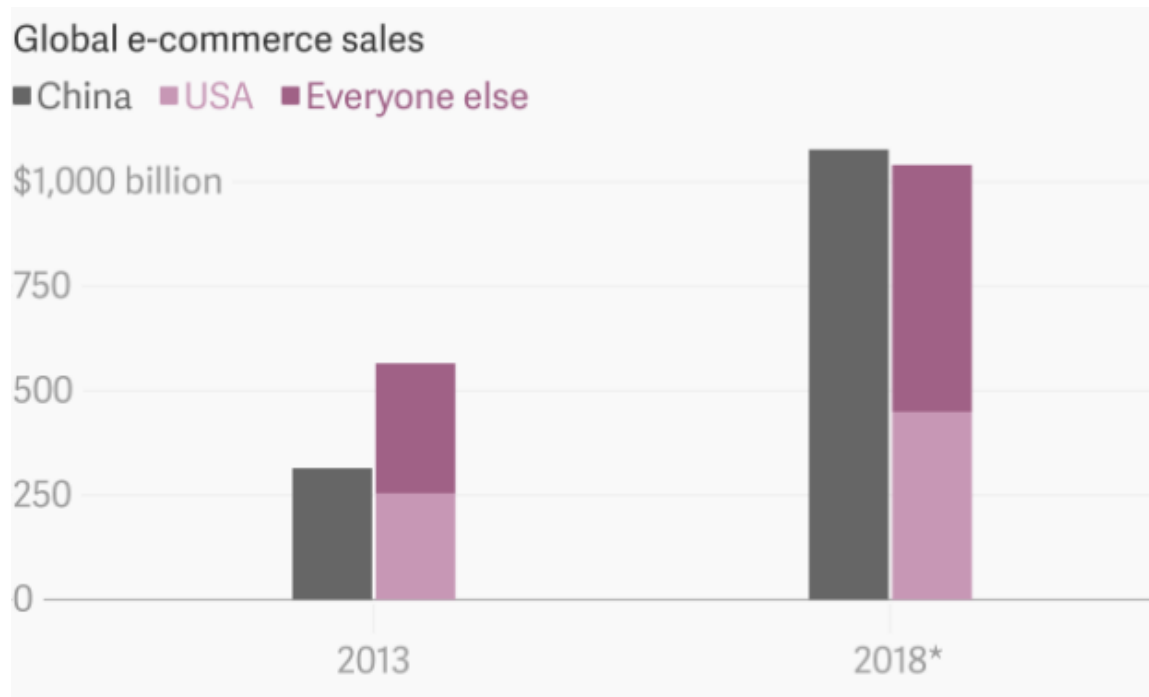
2013-2016年天津市網絡零售市場交易規模



艾瑞諮詢監測產品EcommercePlus相關數據、企業訪談及艾瑞統計預測模型估算。

- 2014年天津市電子商務交易額達到5233.87億元,網絡零售交易額已突破800億元,比上年增長73.4%。
- 截至2014年12月,天津郵政速遞國際(跨境)電商郵件出口業務量已達25.6萬件,同比增長310%。天津在跨境電子商務發展方面取得了顯著成效。
- 2014年10月,財政部、商務部、國家郵政局聯合下发了《關於開展電子商務與物流快遞協同發展試點有關問題的通知》,決定在天津、石家莊、杭州、福州、貴陽5個城市開展電子商務與物流快遞協同發展試點。財政部劃撥專項資金,支持5個試點城市推進電商快遞協同發展工作。

中國電商市場潛力巨大



投资银行摩根士丹利预计，到2018年时，中国电子商务的交易总额将会超过全球其他国家电子商务总额。到2018年时，它将会占据中国人消费支出的五分之一

电商引爆网购消费

11.11
购物狂欢节



11.11
购物狂欢节
2014

2014天猫1111购物狂欢节

总成交额

57112

无线成交

24312

感恩!

中國電商進入黃金發展期

1. 互联网用户快速增加
2. 网络购物意识不断增强

环境成熟

电子商务

配套完善

政策支持

1. 线上支付平台的完善
2. 线下物流体系的发展
3. 电子商务人员的培养
4. 线下产品的极大丰富

1. 政府相关政策支持

中國電商战国争霸



平台
电商

淘宝网
Taobao.com

天猫 Tmall.com

直营
电商



垂直
电商

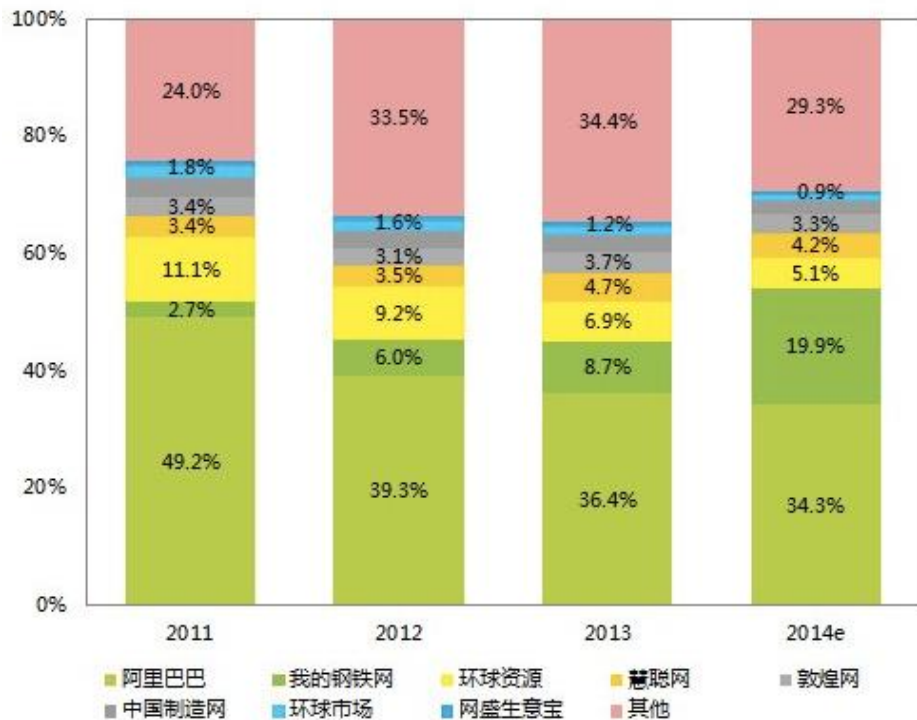
聚美优品
JUMEI.COM

唯品会
vip.com

中國電商战国争霸



2011-2014年中国主要中小企业B2B电子商务运营商总
营收市场份额



- 阿里巴巴仍然一家独大，以34.3%的营收占比占据首位
- 我的钢铁网份额速增，由2013年的8.7%增长至2014年的19.9%，仅次于阿里巴巴
- 随着越来越多的垂直B2B电商平台与跨境B2B电商平台的出现，核心中小企业B2B电商运营商之外的“其他”B2B运营商市场份额总体有一定增长，在2011年后的市场份额均在三成左右。

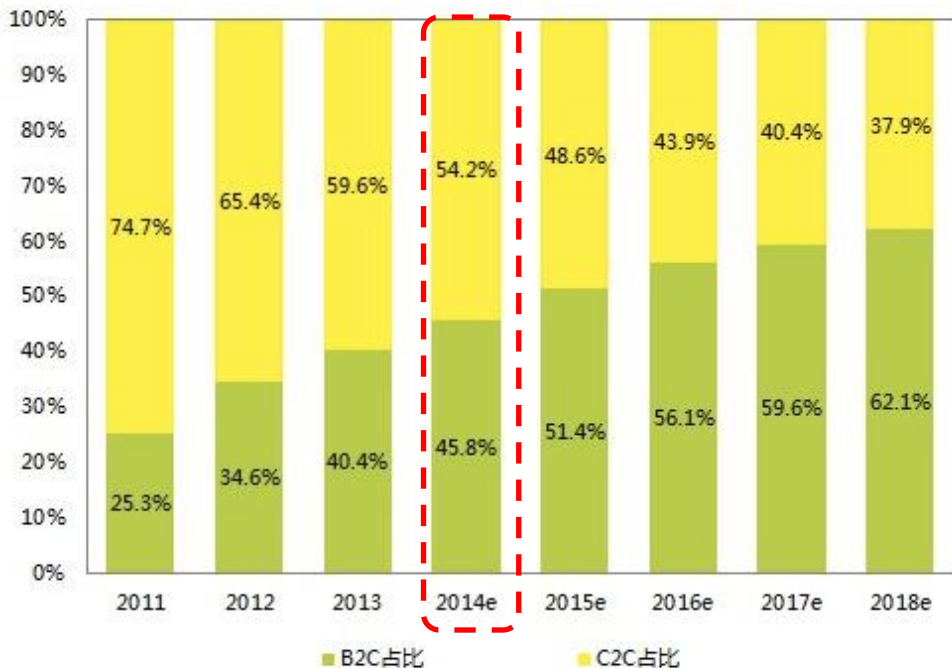
注释：艾瑞统计营收规模包含一般的B2B平台营收和运营商自营部分的业务收入。

来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中國電商戰國爭霸

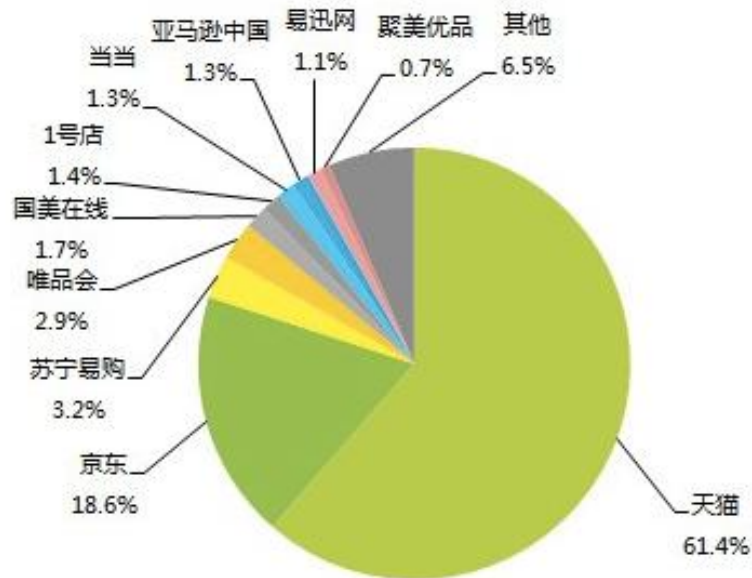


2011-2018年中国网络购物市场交易规模结构



来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2014年中国B2C购物网站交易规模市场份额



释：B2C市场拥有复合销售渠道的运营商规模仅统计其与网络相关的销售额。

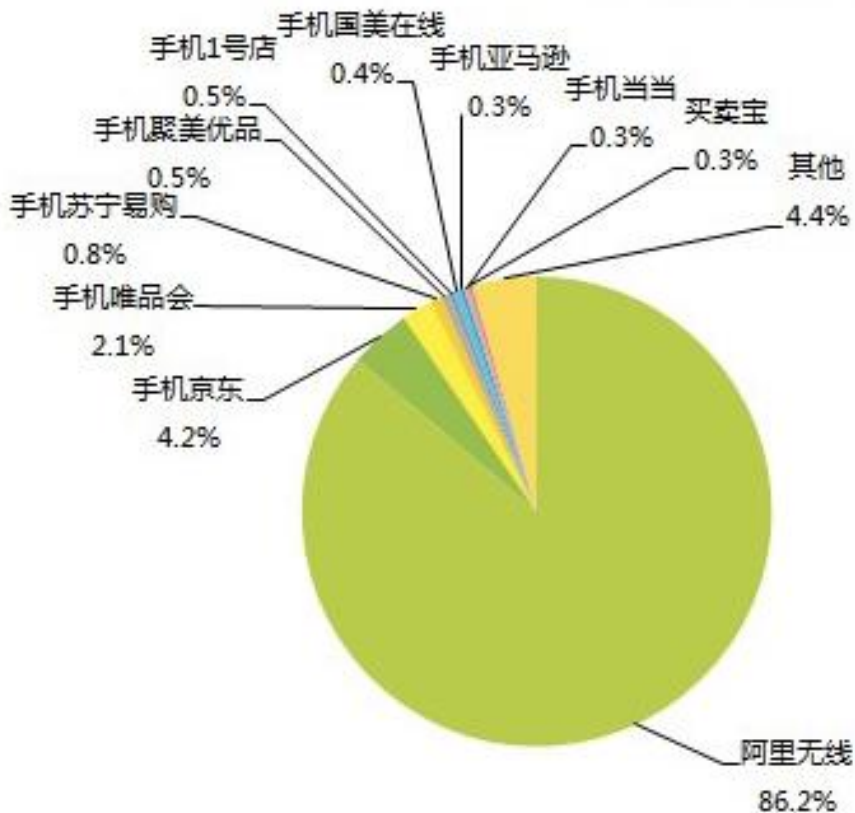
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

- B2C和C2C各占半壁江山，B2C後期快速發力。
- 淘寶網毫無懸念基本獨佔整個C2C市場，天貓占B2C市場61.4%

中國電商战国争霸



2014年中国移动购物企业交易规模市场占比



在2014年移动购物市场的企业份额中，阿里无线、手机京东、手机唯品会占据前三，份额分别为86.2%、4.2%、2.1%。

電子商務助力中小企業開拓大陸版圖

品牌新陣地 受眾廣 速度快 精准 成本可控

更少的中間環節

更低的交易成本

強大的新銷售渠道

突破传统品牌渠道壟斷

最快速的新產品 新市場測試渠道

更精準的數據化營銷

減少庫存，縮短生產週期

更好的會員互動、管理、服務

資金回籠快

更透明的管理方式

突破地域、成本限制

快捷的融資渠道,減輕資金壓力

電子商務助力香港企業進入內地市場



全國市場輕鬆擁有



品牌推广瞬間實現



店鋪銷售節節攀升

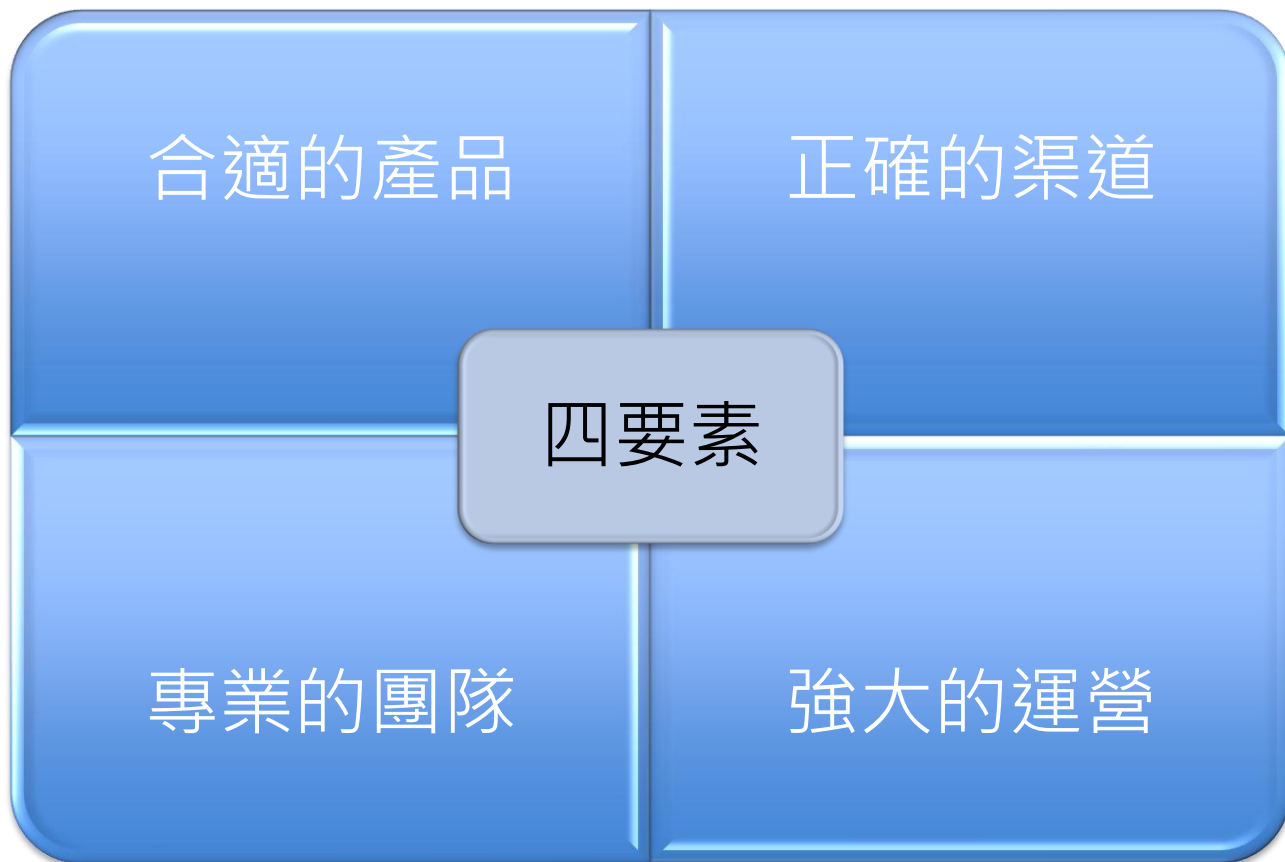


營業利潤立刻回籠

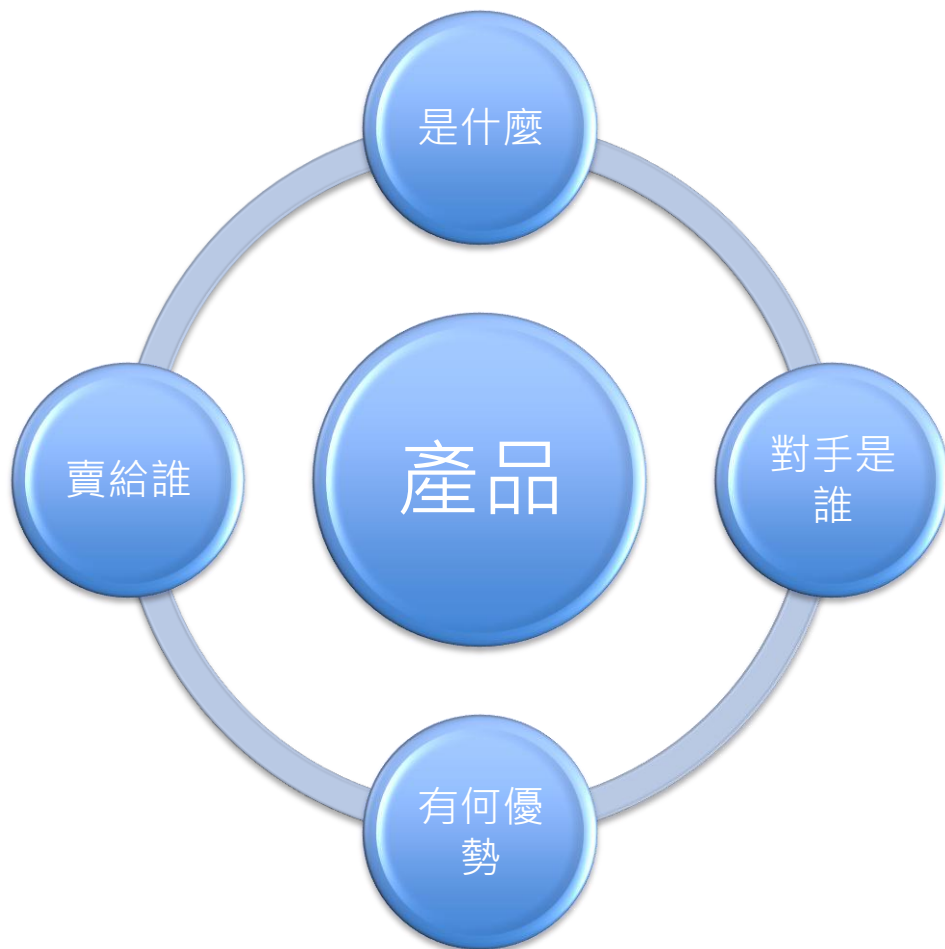
香港企業進入大陸電商市場建議



香港企業試水電商四要素



電商四要素 - 合適的產品



電商四要素 - 正確的渠道

營業額 VS 曝光率？

直營 VS 分銷？

出口 VS 內銷？

批發 VS 零售？

銷庫存 VS 開拓市場？

第三方平台 VS 自營平台？

PC VS 移動？

B2C VS B2C?

B VS C?

電商四要素 - 專業的團隊



運營：

- 活動策劃
- 文案策劃
- 推廣
- 會員營銷
- 分銷



UED



客服

- 售前客服
- 售後客服



- 物流
- 倉儲

電商四要素 - 強大的運營



我很愿意为网购、快递和带动的电子商务等新业态做广告。因为它极大地带动了就业，创造了就业的岗位，而且刺激了消费！站在“互联网+”的风口上顺势而为，会使中国经济飞起来！

十二届全国人大三次会议答中外记者问
李克强

Thank You !

