

网络化变局

——中国上市公司互联网改造案例报告

2016年

www.iresearch.cn



海量行研报告免费读

机遇与挑战并存的传统产业升级

1

互联网业务转型的基本模式

2

罗莱生活转型案例研究

3

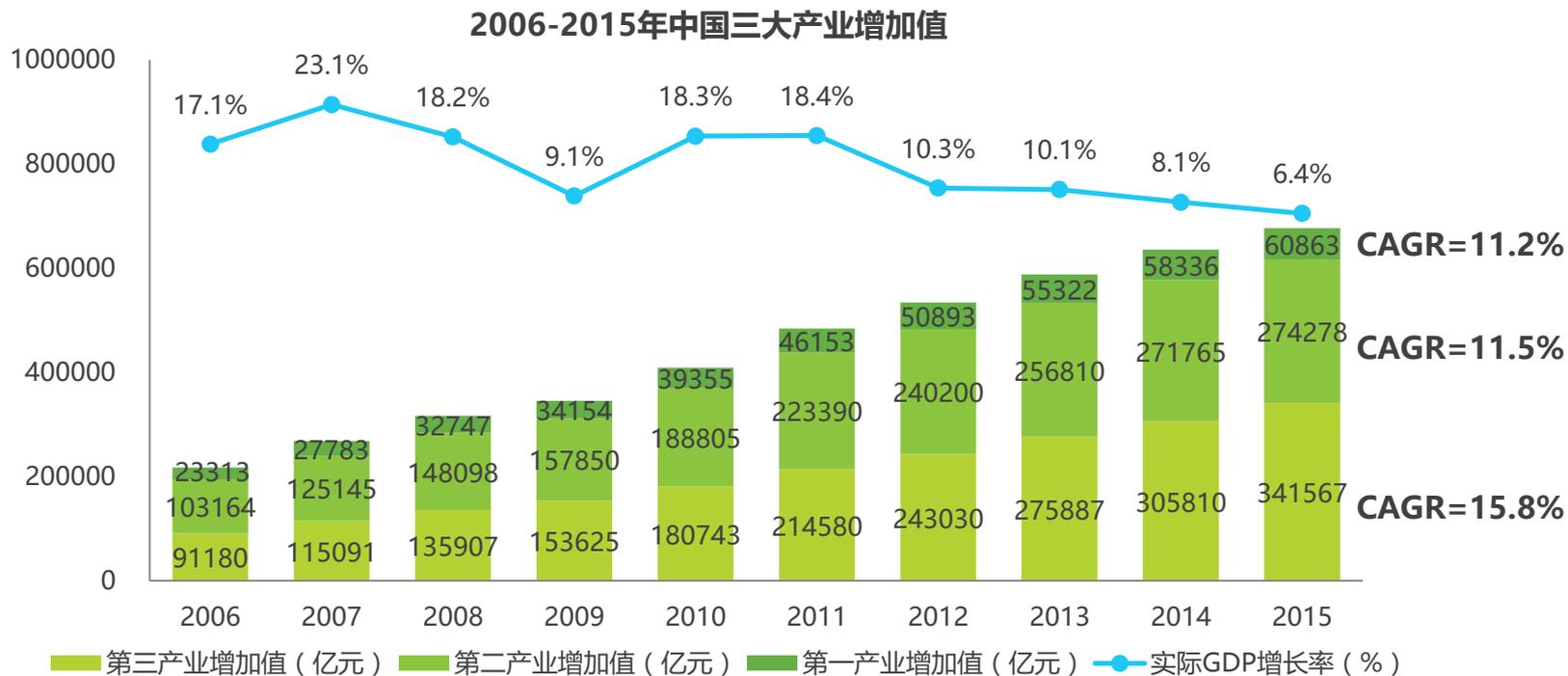
传统企业转型成功要素分析

4

走在十字路口的中国

第三产业成为中国经济新引擎

改革开放30年中，我国最大的发展动力源自庞大的人口规模，劳动力的成本优势推升着我国第一、第二产业的快速发展。但是进入2012年，全球金融危机爆发，以外贸为主要经济拉动引擎的中国也受到了很大的影响，实际GDP增速从接近20%的同比增速，迅速下降至10%左右，2014年更是降低到10%以下。农业和传统制造业在经济转型的过程中受到了制约，产能过剩，资源消耗，环境污染等问题均迫使中国这个庞大的经济体进行结构调整。在这样的背景下，过去10年中中国第三产业增加值复合增长率高达15.8%，直到此刻，以服务业为主的第三产业才仿佛真正找到了发展的机遇，在中国高速增长。



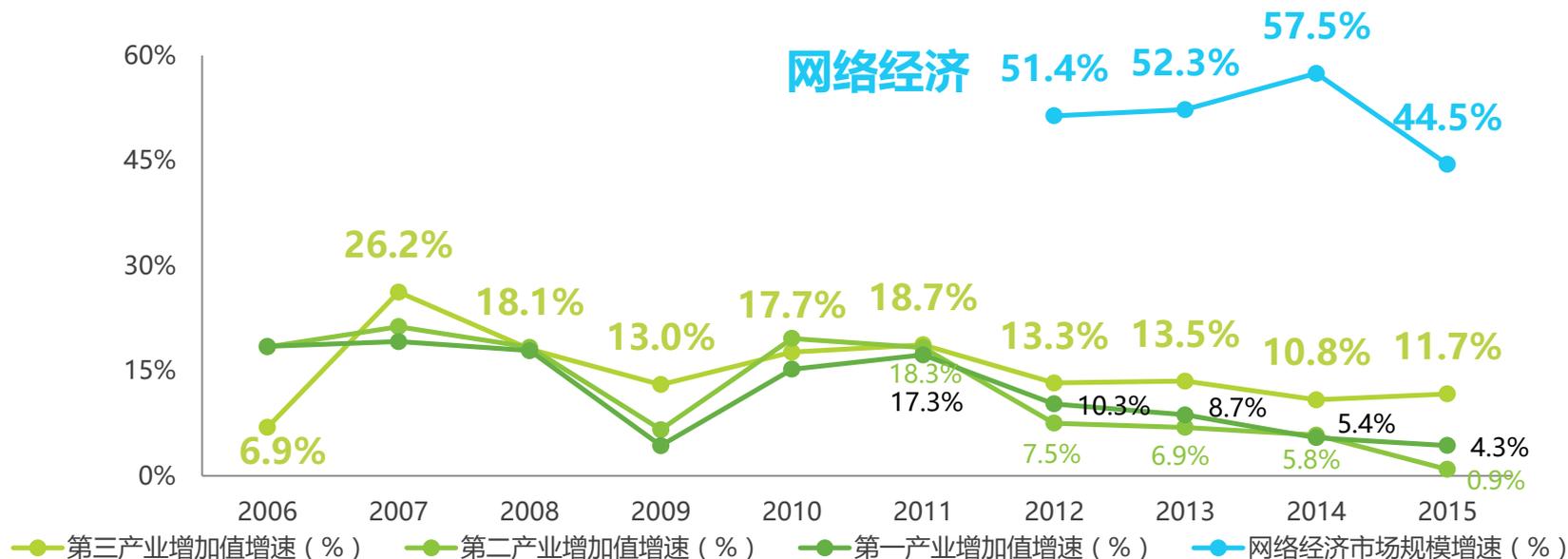
来源：中华人民共和国国家统计局。

互联网的惊艳表现

网络经济增速高于其他产业

从数据上看，2012年是我国经济转型的元年，三大产业增加值同比增速同时放缓，但是第三产业的降幅最低，而且2012-2015年，第三产业能够维持每年10%以上的增速，增长相对平稳。同期第一和第二产业降幅更加明显，尤其第二产业在2015年增速不足1%，传统工业几乎处于停滞状态。与之形成鲜明对比的是，网络经济异乎寻常的高速增长，尽管本身存在基数较小的客观因素在，但是互联网产业无视经济动荡，始终维持30%以上高增速，也充分体现出了互联网在经济转型过程中的生命力。

2006-2015年中国三大产业及网络经济增速



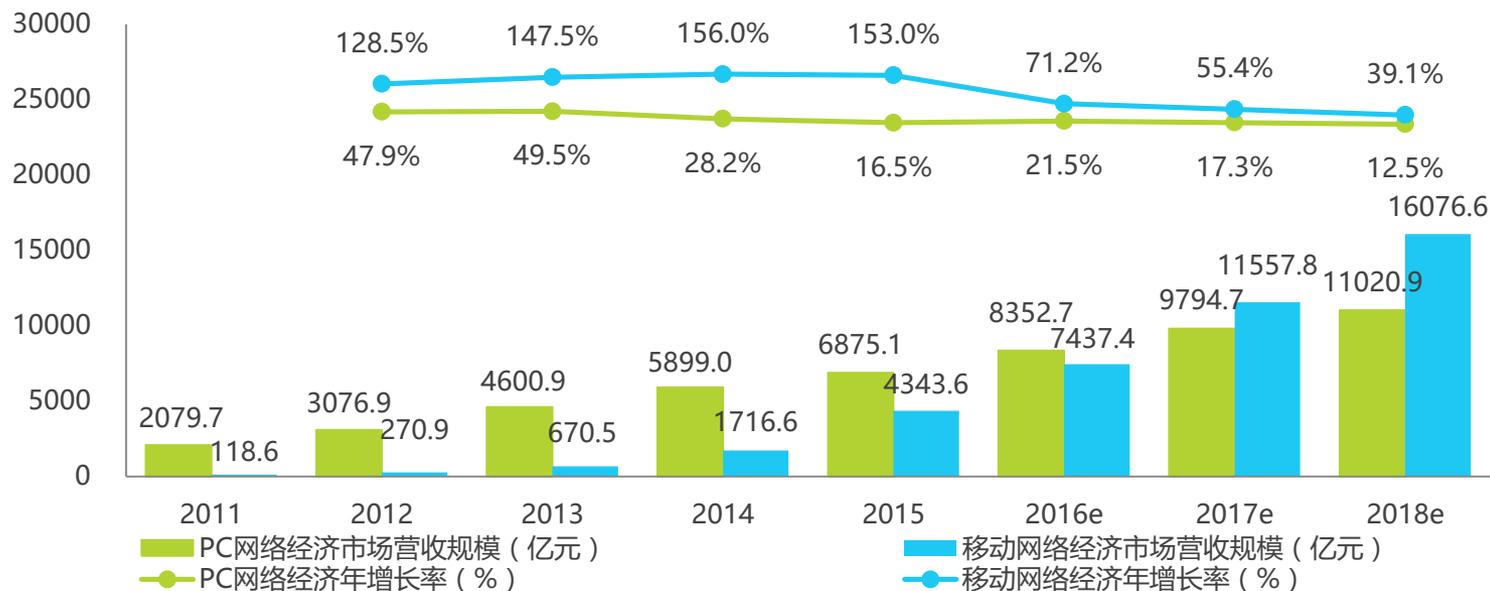
注释：1.网络经济营收规模指基于经营互联网相关业务产生的企业收入规模之和，包括PC网络经济和移动网络经济；2.PC网络经济营收包含PC电商（剔除移动购物）、PC游戏（不含移动游戏）、PC广告（剔除移动广告）、互联网支付（不含移动支付）及PC其他（如网络招聘、在线视频非广告收入等，不含网络教育）；3.移动网络经济营收包含移动购物、移动游戏、移动广告、移动支付及移动增值的营收规模。来源：中华人民共和国统计局。综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

移动互联网的纽带作用

移动互联网是互联网和传统产业的双重升级

虽然网络经济整体增速下滑，但是拆分看来移动网络经济70%-120%的增速，无疑是中国经济转型过程中最坚挺的细分行业之一。除了行业本身的活跃以外，移动互联网最大的意义在于，它使原本只能依靠PC端口略显笨重的互联网，脱离了地域限制，并在科技的引导下将现实生活与互联网进行连接。这在无意间起到了链接传统产业和互联网产业的作用，使得网络技术可以更顺畅的搭载到传统制造业的产品中去，也使得传统产业在经济转型的过程中，能够借助互联网的高速发展升级自身。也可以说，互联网化改造，是传统产业升级过程中，最重要也是不得不开展的战略。

2011-2018年中国PC和移动网络经济市场营收规模及增长率



注释：1.网络经济营收规模指基于经营互联网相关业务产生的企业收入规模之和，包括PC网络经济和移动网络经济；2.PC网络经济营收包含PC电商（剔除移动购物）、PC游戏（不含移动游戏）、PC广告（剔除移动广告）、互联网支付（不含移动支付）及PC其他（如网络招聘、在线视频非广告收入等，不含网络教育）；3.移动网络经济营收包含移动购物、移动游戏、移动广告、移动支付及移动增值的营收规模。来源：中华人民共和国统计局。综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

传统企业转型难点

理念层、技术层和行业层

综上所述，随着互联网和传统产业间的双向渗透，传统产业与互联网商业结合，可以在产业升级的时间节点中，有效的帮助企业掌握先机。但同样，在传统产业升级的过程中，也存在许多困难，其中最显而易见的一点就是并没有太多的成功先例可以借鉴，传统企业体量庞大，重资产运营的模式更使成功经验弥足珍贵。除此之外，传统企业互联网转型最大的困难有以下三个层面：

传统企业互联网转型的三大难点



理念层面

理念是老生常谈的问题，从实操角度讲，理念层面也是对企业转型帮助最小的一方面。但实际上理念层是决定企业转型深度的关键因素。

传统企业体系庞大，新生的互联网部门实力弱小，在官僚思维相对浓郁的企业内部，互联网部门获取公司资源非常困难。如果在理念层面无法妥善解决，那么互联网部门只会成为摆设。即便后期发展壮大，也会面临人才流失的风险。



技术层面

技术推动是互联网行业的基本特质，包括移动互联网的升级也是因为技术的变革而完成的，而这一点也是所有传统企业最为薄弱的环节。

实际上传统企业对互联网技术的获取，与理念深度息息相关。淘宝、京东等大型电商平台对产品销售产生的促进作用，使企业更愿意集中资源投入在销售渠道层面，可这并不足以影响本质。工艺改造、产品智能化等层面的技术实力才应该是技术层面该注重的内容。



行业层面

与互联网结合就意味着要面对产业内已有互联网公司强者竞争的局面。传统企业对网络环境的理解很难与固有强者相抗衡，所以在自身产品或商业模式没有创新之前，被动跟随已有强者的脚步会使企业陷入不利局面，互联网进程会大大减缓。

习惯用“投入产出”思维思考的传统企业，极有可能会因为进度迟缓而放弃互联网化。加之理念与技术的差距，更增加了传统企业的转型难度。

机遇与挑战并存的传统产业升级

1

互联网业务转型的基本模式

2

罗莱生活转型案例研究

3

传统企业转型成功要素分析

4

传统企业触网路线

互联网改造≠从事互联网行业

电商、金融、医疗、智能硬件等各个产业均与互联网有很深的联系，而在思考产业问题时，通常会陷入思维死角，尤其在面对互联网这一新生行业时，这种思维死角会让人本能的认为只有从事互联网行业才是互联网公司，这种想法的弊端就在于会在社会各界心中形成只有做互联网才是互联网公司的狭隘思想，不但加深了互联网与传统行业间的隔阂，也使传统企业转型陷入了无从下手的尴尬境地。而实际上互联网只是一种工具，它对于企业的帮助绝不仅仅是换一种商业模式这么简单。从营销推广、销售渠道、内部系统改造到最终产品生态等都是传统企业加速互联网改造的切入领域。

传统企业互联网改造路线图



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21572

