

B2B 服务市场达十万亿元量级 未来五年或有大商机

■ 本报记者 崔敏

“双创”引擎带动了中国的全民创业大潮,“互联网+”的纵深发展加快了创业速度,科技的力量开发出越来越多的工具服务于企业的创新进步,而“万众创业”的大潮以及资本拥推,催热了B2B企业服务市场。

可预见的、巨大的营商空间,激发着各种商业模式的企业服务B2B平台应运而生。为此,《中国企业报》记者与多位企业负责人交流,听听他们针对风口上的B2B企业,是如何找准企业需求,组织实施创新计划。

有望诞生新“BAT”

“B2B企业服务,涵盖的范围很广泛,仅人力资源方面,就包括招聘、咨询、培训等多个子项目。”就B2B的服务对象,创客酵母创始人张俊丽解释,一个领域可分为多个小项目,比如金融资本服务,包括投融资、并购重组等,以及一些市场宣传、广告、法律、会计财务等。从这种意义上说,B2B企业服务几乎针对每个行业和企业,涵盖了每个产业链的各种配套服务。

相关数据显示,中国的企业总数已经突破7000万户,这就意味着,围绕这些企业的配套服务市场,有巨大的空间和潜力待发掘。业内人士粗略估算,这一市场已经达到万亿级规模。实际情况也是如此,从2015年开始,资本非常看好企业服务,其中,CRM(客户关系管理软件)、人力资源发展迅速,有业内人士由此认为,企业服务投资的元年已到,两三年内一定会出现企业服务的10亿美元公司。

艾媒咨询预计,到2018年,中国B2B交易额将超过20万亿元,并维持20%左右的平稳增速。进入2016年一季度,就有38个B2B项目获融资,融资金额总计超40亿元。

IDG资本创始合伙人熊晓鸽曾预测,B2B将诞生下一个BAT。

“无论是互联网、金融,还是传统产业,每个行业都离不开服务业,我们看到了中国未来5年最大的机会,我们坚信在这三大行业都面临转型之际,服务业会出现一个企业服务业的‘阿里巴巴’”。张俊丽非常看好B2B企业服务未来的发展前景。

服务从线下到线上

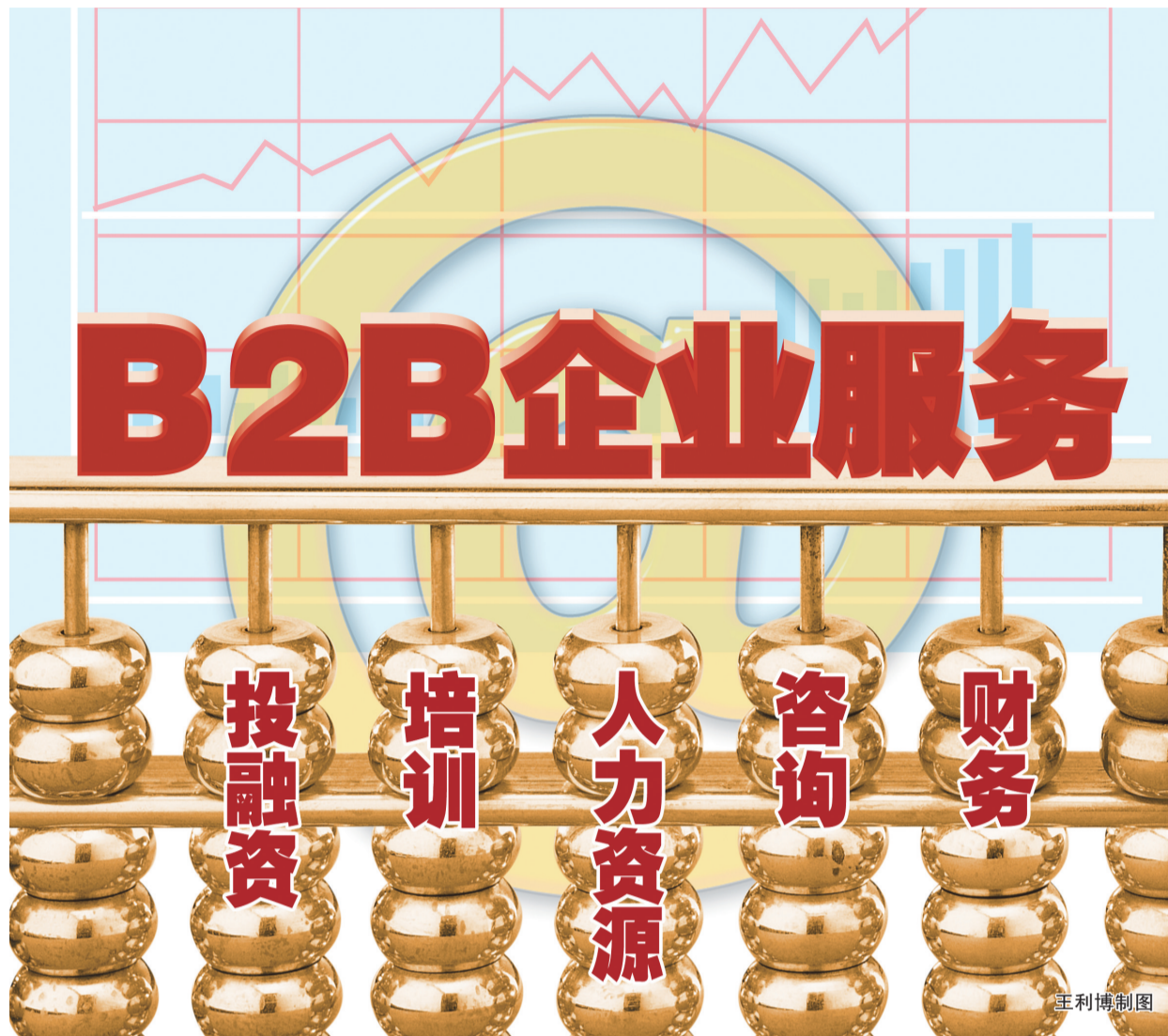
在科技力量的推动下,大数据、云技术、移动互联网等越来越多的新工具出现,B2B企业服务也在与时俱进的发展创新。

Aika爱家科技创始人兼CEO陈利军认为,科技发展新工具的出现,让整个商业社会运转效率更快、更高,可以让相关的服务项目,第一时间出现在企业面前,这对企业服务的平台来说,带来了新的挑战,意味着它要求信息更快、更透明,只有这样才能加速推动相关企业做出“好服务”。

知名管理专家况杰表示,B2B企业服务过去大量地集中在线下,线上做的没有那么大。随着互联网的发展,线上企业服务正在逐渐成熟,其中,SaaS服务也是一个新的趋势。

以往的企业服务市场,大多是和OA、CAR、ERP相关的企业,比如IBM、金蝶。对此,业内人士分析,这些企业规模很大,全国各地有办事处、分公司,服务的客户往往是大中型国有企业为主,还有政府。

“这些企业虽然每年都有很高的预算,但是市场规模并不大,大量的中小企业没有被覆盖。”上述专家表示,当时中国整个企业服务市场是定制化的,尤其在移动互联网没有起来之前,大家做的都是点状的



产品。

然而,随着科技的发展,越来越多的在线企业服务平台出现,瞄准大量中小企业客户的企业服务平台也应运而生。但是,科技的驱动,对企业服务来说是一把双刃剑,在提高效率、带来便利的同时,对企业的服务水平也提出了更高要求。

“现在商业社会瞬息万变,企业服务要跟紧变化,与企业走在一起,甚至走在企业前面。”陈利军表示:新科技、新工具的出现给传统企业带来很大冲击,也为很多新兴的企业服务平台带来诸多机会,这就要求提供企业服务的平台对变化的快速捕捉和应变能力。

“一站式”服务生态圈

“将企业作为服务对象,那就要知道被服务的企业,在现实中遇到的最大问题、最急需需要解决的问题是什么。”为此,陈利军建议,作为服务提供商,就要先深入企业,再跳出来,服务企业。

中企B2B联盟执行秘书长,众创实验室创始人、CEO黄曼在接受记者采访时表示:“企业服务首先要让服务者和需求者关联起来,为此,中企B2B联盟应运而生,一方面将筛选出大量的优秀企服企业,这些企服企业必须‘自带金刚钻’,如拥有创新技术、创新工具、创新服务能力,能为企业带来全新影响;另一方面,将通过全国各地科技园区资源、企业资源,筛选出一批有创新意识、有提升意愿的企业,通过全国园区巡演、举办创业交易会等活动,实现联盟内B2B强链接,帮助更多的企业创新和升级。”

黄曼的观点,在况杰那里也有同样的体现。况杰表示,国内大量产业园区重视硬件服务,忽视软件服务,构建一站式企业服务生态圈很有必要。他同时指出,尽管B2B发展迅速,但目前还存在一些问题,一方面提供企业服务的企业规模大部分较小,专业化程度偏低,另一方面税务负担比较重,严重制约其发展。

著名经济学家宋清辉在接受《中国企业报》记者采访时表示,企业服务将是百度、阿里、京东等互联网巨头们加入角逐的巨大蓝海,随着互联网的快速发展,企业服务的需求也逐渐多元化,未来通过垂直性B2B在各行业打造产业生态圈将是顺势而为。

中企B2B将与传统企业转型升级结伴而行

2015年3月,在第十二届全国人民代表大会第三次会议上,李克强总理提出制定“互联网+”行动计划,“互联网+”随即进入各行各业,成为带动企业创新、万众创业的新引擎。

随着“十三五”规划的稳步推进,也随着附着在“互联网+”上的工业4.0时代到来,传统理念的转换、市场自由度的加深、传统产业的转型、经济格局的重构等新老问题在此间交汇。但与过去沸腾了,15年之久的2C(消费级)互联网大红大紫不同,这一次的主力将是传统企业,他们关心如何将传统业务与互联网相融合,也就是2B(企业级)互联网。

国务院副总理汪洋曾表示,要把促进产业发展作为工作重点,把做大做强B2B作为主攻方向,大力培育新型产业互联网服务链,创新监管方式,加大政策支持,为我国贸易发展打造新引擎、塑造新优势。

领导高瞻远瞩,业内闻风而起。比如B2B领域最大的电子商务平台阿里巴巴集团就回应道:在互联网和商业全面融合、供给侧全面升级的大背景下,B2B的春天正在到来。

《中国企业报》作为国内唯一一家以企业和企业家为报道核心的中央级报纸,一直秉承为企业、企业家服务的宗旨,在新形势下,本着“意识

共存、信息共通、技术共需、服务共享”的发展原则,携手众创实验室,组建中国企业园区国际合作联盟——B2B联合委员会(简称中企B2B联盟)。

中企B2B联盟由《中国企业报》集团投资管理有限公司、京东众创实验室共同发起,联合283家园区、政府关系,以“5万+”的企业为服务对象;与“500+”优秀企业结为服务伙伴;疏通“100+”新兴互联网的销售渠道;融入IDG资本、真格基金等20余家知名投融资机构;携手众创实验室、京东众创学院、易观国际等创业加速机构;辅之以《中国企业报》及下属的官网、微博、微信等全媒体支持;借助《人民日报》、新华社、中央电视台、创业邦、36氪等多家合作媒体平台,为企业提供创业导师、营销、运营、宣传、招商、金融、渠道等全方位服务。

中企B2B联盟利用自身之优势,整合企服资源,深入地方讲解,在园区内持续开展创业导师成功创业现场教学、传统企业互联网转型案例讲解、创业企业加速经验分享、进驻众创生态绿色通道、知名创投机构现场闪投、营销专家面对面品牌诊断、投融资沙龙和创业交易会等形式丰富的联盟活动,推动全国各地园区服务升级转型,加速园区企业发展。

活动

中企园区联盟公益培训选题“园区招商引资”

由中国企业园区国际合作联盟(以下简称“中企园区联盟”)和北京和君咨询公司联合举办的中企园区联盟公益培训,9月20日在平安里美丽中国和平玫瑰总部隆重举行。

来自北京和君咨询公司合伙人、园区战略咨询专家王鹏、渠宏伟等主讲嘉宾,在培训过程中理论联系实际,针对《产业园区的商业模式演变》这一主题,进行分解式讲评,并通过援引华夏幸福基业、张江高科和新加坡腾飞的例子进行实证化讲解,让在场嘉宾通过学习实操案例,对产业园区的商业模式形成新认识。渠宏伟则选了“产业园区的招商策略”作为此次培训的主题,针对招商策略等问题,进行独家分析。

本次主题培训,获得了众多业内人士的认可。来自德州市经济合

作局、德州高新区招商局、北科建集团、北京工美聚艺园、中关村大兴生物医药产业基地、亦庄国际生物医药等20多家产业园区、企业招商负责人等共计40余人报名参加培训。授课过程中,专家主题集中,听众按图索骥。交流环节,大家积极提出自己的困惑,与主讲嘉宾结合自身实际进一步地探讨。

培训结束后,参与嘉宾反应强烈,培训内容对招商引资工作具有指导意义,获得一致好评。中企园区联盟将在未来推出专项培训、企服沙龙、项目路演及大使沙龙等活动,同时还将围绕园区需求,为园区提供各类招商引资定制服务,助力园区腾飞。

(“中企园区联盟”微信号:zqy-qim)

B2B 历经坎坷日趋成熟

B2B(也有写成BTB,是Business-to-Business的缩写)是指企业与企业之间通过专用网络或Internet,进行数据信息的交换、传递,开展交易活动的商业模式,通过B2B进行电子商务交易的供需双方都是商家(或企业、公司),这些主体通过使用互联网的技术或各种商务网络平台,完成商务交易过程。电子商务是现代B2B marketing的一种具体主要表现形式,含有买卖、合作、服务三个要素。

发展现状

互联网公司的频繁倒闭、互联网泡沫的破灭、轰轰烈烈的电子商务热,使得B2B企业经历了发展、消弭到再复苏的坎坷历程。

B2B 模式

●垂直模式

面向制造业或面向商业的垂直B2B(Directindustry Vertical B2B)。可以分为两个方向,即上游和下游。

●综合模式

面向中间交易市场的B2B。这种交易模式是水平B2B,它是将各个行业中相近的交易过程集中到一个场所,只提供一个平台。

●自建模式

行业龙头企业自建B2B模式是大型行业龙头企业基于自身的信息化建设程度,搭建以自身产品供应链为核心的行业化电子商务平台。

●关联模式

行业为了提升电子商务交易平台信息的广泛程度和准确性,整合综合B2B模式和垂直B2B模式而建立起来的跨行业电子商务平台。

经营模式

根据对当前比较成功的B2B行业网站的分析研究,总结了9种B2B行业网站经营模式,以及相应的组合方案。



- 以提供产品供应采购信息服务为主要经营模式的B2B
- 以提供加盟代理服务为主要经营模式的B2B
- 以提供生产代工信息服务为主要经营模式的B2B
- 以提供大宗商品在线交易服务为主要经营模式的B2B
- 以提供企业竞争性情报服务为主要经营模式的B2B
- 以商机频道+技术社区服务为主要经营模式的B2B
- 以B2B行业网站服务为主要经营模式的B2B
- 以B2B行业网站展览、会议服务为主要经营模式的B2B
- 以B2B行业网站+域名空间+网站建设+搜索引擎优化服务为主要经营模式的B2B

以案释义

企业服务样本:京东众创生态圈

■ 本报记者 崔敏

随着B2C增速放缓进入成熟期后,B2B被认为是下一个新的风口。但是B2B服务单笔交易金额大、采购流程长、企业多人决策评估等特点,与B2C有着截然不同的发展轨迹。

企业的需求也逐渐多元化,一个产品“代运营”的需求就会有设计、策划、营销、运营、售后、物流等多个环节。单一的企业服务已经不再适应新的形势,构建企业服务生态圈成为趋势。

京东众创负责人在接受《中国企业报》记者采访时表示,B2B未来发展趋势,可能集中体现在以下几个方面。一是服务由非标准化到标准化,这样可以降低采购时间成本;二是依靠行业的口碑积累,精准B端流量,未来的服务平台,精准度越高机会就越大;三是服务的方式逐步由垂直领域向服务生态圈演进。

“搭建服务生态圈有助于促进良性竞争,为创业者提供多样的选择。”京东众创上述负责人介绍,有好的创新、好产品,但是缺资金、缺推广的创业者,也就是他们要找的服务对象,例如京东众创,通过京东优势资源,对投资的初创企业确定品牌扶持计划,并推动企业项目后续发展,涵盖创意、设计、研发、制造、定价、营销、交易、仓储、配送、售后全阶段,最终打造一整套众创服务闭环系统。京东众创服务平台的模式或可为B2B提供可借鉴样本。

目前,企业服务主要集中在创业所需的各项服务,京东众创平台提供产品研发、代运营、基础服务、营销推广、设计制作、供应链、企业软件等众多维度的创业扶持服务,着眼于解决初创企业在创业过程中遇到的所有问题。

创业企业可在京东众创平台上递交商业计划书等,为对方提供优质服务,未来还有机会参加众创学院的相关课程培训。

通过京东众创众筹、京东众创平台、京东众创学院构建的京东众创生态圈已经能够为所有创业企业提供京东资源、投资、服务、培训四大体系的支持。

截至2016年8月31日,仅京东众创平台上线服务商就有500多个;上线服务总数1000多个。

但快速发展的背后,B2B还存在一些制约因素,上述负责人分析,一是服务不像商品那样标准化、可视化,导致供求双方沟通成本很高;二是信息不对称性存在,大量创业者及中小企业,难以获得市场上优质的服务;三是服务结果的质量标准很难统一。