

(三) 争渡市场：B2B互联网生态物流服务分论坛：

- 1.2017中国B2B电商发展新机遇、新挑战
- 2.互联网思维变革——B2B平台如何构建合作共享生态圈
- 3.传统企业切入B2B，该如何管控供应链
- 4.大势所趋，B2B企业服务Saas模式
- 5.抢占B2B电商万亿级市场，企业布局关键点
- 6.产业互联网2.0时代，B2B电商该怎么“玩”
- 7.B2B电商,如何扩大供应链流量与规模



杂谈

B2B、电商平台、互联网
+、SaaS、生态、供应链...

— 物流老兵（银河城传媒）：王耀弘 友情客串

目录



Part 01
**B2B 电商的
契机与规律**



Part 02
B2B 的生态



Part 03
对 SaaS 理解



Part 04
**B2B 物流的
旧与新**



Part 01
B2B 行业
的三个漏斗

◆ 契机、趋势

大量的痛点实际上并未解决

阿里巴巴，慧聪网，中国制造网，易贸，金银岛，卓创，CCF，开始的信息类网站，形成了第一波信息媒体类的电子商务网站。这一波在一定程度上解决了信息传递和企业获客的问题。盈利模式主要是会员费，信息费，广告，会议等等。

实际对成交带来的帮助，还只是只能起到信息辅助的作用

人口构成不同了

大量的 80/85 后逐渐进入产业核心层，这批人对新事物的接受程度是相当快的。微信的普及率则高到吓人，基于微信的朋友圈，群聊，公众号的生态已经可以实现绝大部分 B2B 平台希望实现的功能。人的互联基础已经有了，在这片土壤里能长出什么，则没有人能给出确切的答案？整个产业人工成本急剧上升...

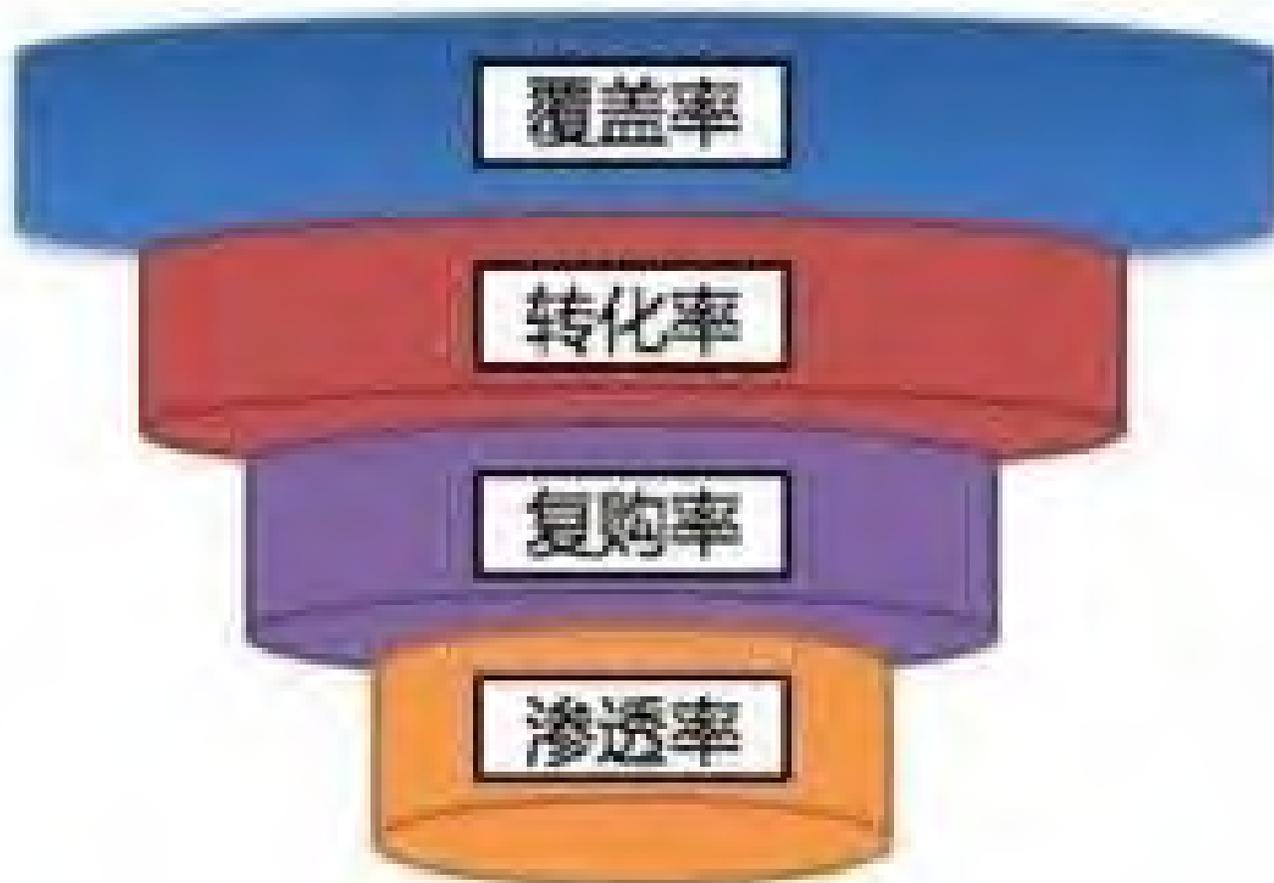
更好的形成行业的有效集中度

产业发展的马太效应，产业的集中度其实经过市场的自然选择后，在逐渐趋高了。从大宗商品的价格走势来看，有一个有意思的现象，2016 年以来，国内产能超过世界产能三分之一，并且国内的头部十家生产厂商可以占到国内总产能 50% 或更多的品类，几乎都有了大幅度的价格上涨。

1、企业用户漏斗

- ◆ 覆盖率：做平台的基础。
- ◆ 转化率：有多少用户会成为平台的使用用户。
- ◆ 复购率：用户是不是长期使用平台的服务
- ◆ 渗透率：把客户更多的需要服务的行为转移到平台上来

企业维度



2、AA RRR 漏斗

- 既要抓企业，也要抓用户。
- 客户企业中的不同角色在平台中都要给分层分级的对待。
制定出有针对性的客户服务体系和激励体系。
- 运营好用户社群，做好用户的分级分层，按照用户沙漏尽量多的做好每一层的转化率，得用户者得天下！
- 腾讯产品经理要做 10 个用户调查，关注 100 个用户博客，收集 1000 个用户反馈。

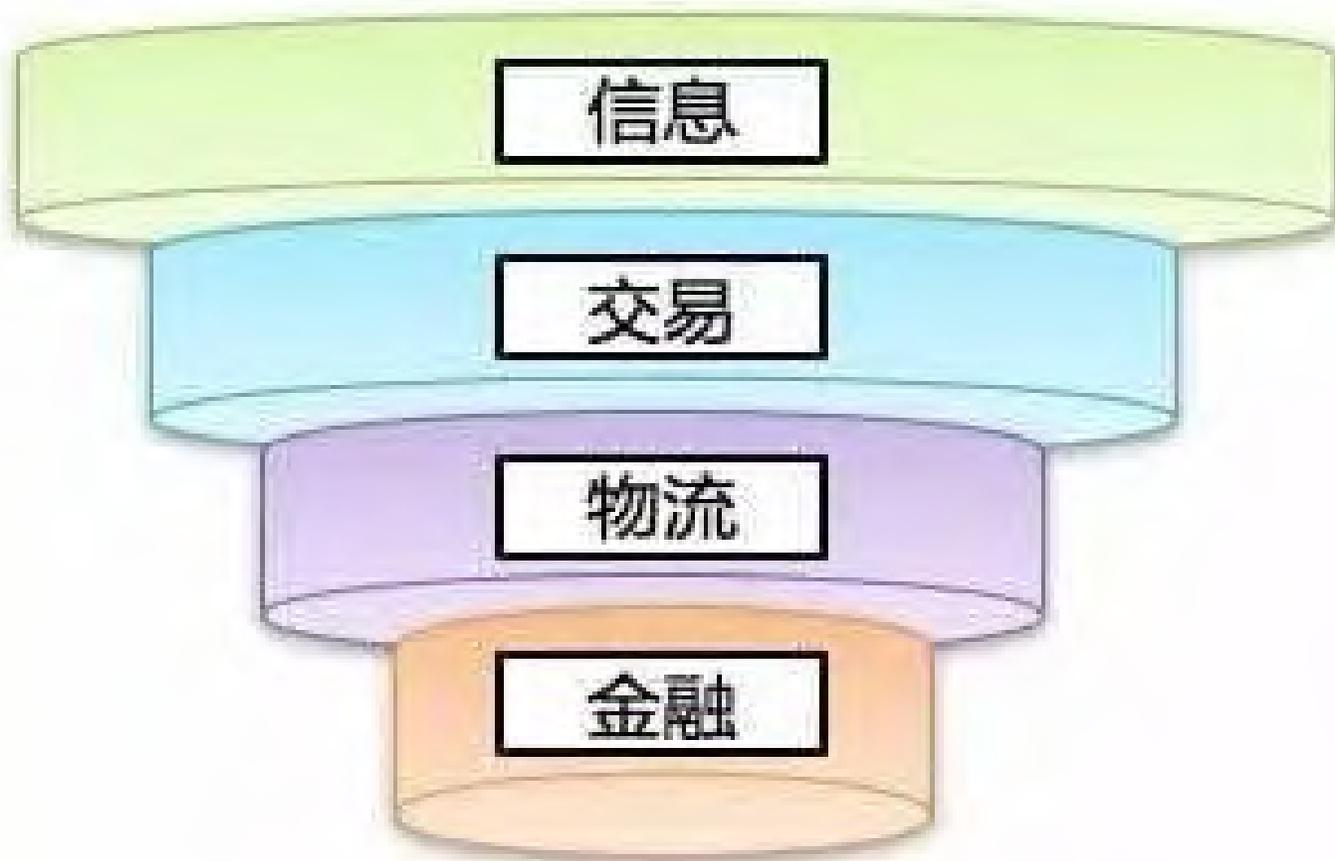
AARRR Metrics Funnel Diagram



3、供应链漏斗

- B2B 的平台几乎都沿着交易（撮合交易），物流，供应链金融这条标准化道路在探索。交易做到一定程度就开始做物流，但物流部分，是想独立出来做一个单独的第三方物流承运人，还是和外部物流合作，给平台的业务做进一步物流服务。
- 如果不区分物流的需求来源，单独做物流匹配，和平台的交易关联性不大，那从理论上来说，这个交易转物流的转化逻辑就是不成立的。
- 同理，做供应链金融，如果没有配合物流做供应链控制，其实谈不上真正的互联网供应链金融。

供应链





Part 02

消费互联网 与 大宗商品 B2B 网

阿里生态 VS 京东

大众消费互联网构建生态：

- 近期，三五年时间内，在全国打造搭建形成一个网状的物理的智能骨干体系 (CSN)，把它做成一个平台；
- 中期，“中国智能物流骨干网”将通过信息系统深度融合和处理，整合社会第三方物流企业，计划用 5-8 年的时间建立一个支撑日均 300 亿元网络零售额的物流网络。
- 远期，CSN 将不断完善其物流信息系统，并向制造商、电商、第三方物流开放，可以基于大数据和云计算等技术，建立服务于整个“生态系统”的供应链管理体系，整合商流、物流、信息流，实现大物流发展战略。



B2B 平台构建生态：

1. 最先有**信息**的交互
2. 然后撮合 **交易**
3. 交易后附带输出 **金融**
 - ◆ 订单融资
 - ◆ 仓单质押
 - ◆ 应收账款
 - ◆ 票据金融
4. 最后做最累的 **服务**
 - ◆ 物流（仓储、运输）
 - ◆ 配套（园区）
 - ◆ 采购（供应链打通）

➤ 形成 B2B 电商平台的闭环！



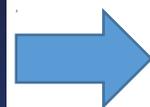


银河城传媒
GALAXYCITY MEDIA

Part 03
**B2B 全行
业
SaaS 演进**

B2B 企业 SaaS 化

- 3.0 浪潮，企业服务时代，交易也是一种服务，物流也是一种服务，供应链金融也是服务，给大家用软件也是一种服务，大家的信息沟通还是一种服务，所有的服务都会聚集在细分的平台，最终都聚集在一个大平台上面。
- 基于 SaaS 平台设计的所有产品，最终都是由数据来驱动，整个都必须是一个闭环！



- 在线化是未来的一个发展趋势。在线化是一个什么样的形态去实现？一个大胆预测，未来五年大家做 B2B，都离不开 SaaS。

狭义的 B2B 就是 B2B 的在线交易项目和 SaaS 项目。

- 大宗商品交易
- 快消品批发
-

广义的 B2B ，就是你服务的对象都是企业，这个项目就是企业级服务项目。

所有面向企业的服务收费项目，都可以归到 B2B 领域中：

- 文创产品、虚拟商品和服务交互
- 物流 - 城配
- 广告



Part 04

- 旧零售与新零售
- 旧物流与新物流

➤ 以**消费体验**为中心的
数据驱动的泛零售形
态

—— 阿里研究院



商品 vs 服务

超市 + 生鲜

超市 + 餐饮

超市 + 公共服务

终端成为新物种



线上 vs 线下

电商购物、到店购物

电商开实体店

实体店做电商

线上线下水乳交融



现金 vs 扫码

PC 互联、移动互联

现付、赊购

用户画像

信用支付



经验 vs 科技

硬件应用

数据应用

资产结构

传统协众、云协同



OEM-ODM

以客户为中心

以人为本、以客为尊

B2C、C2B

标准化与定制化

旧物流与新物流

▫ 好的物流商，首先是好的零售商

- 野蛮人
- 被侮辱和被伤害的人
- 懂互联网的物流人

▫ 标准化、定制化
▫ 统仓共配



▫ 单点的服务能力
▫ 全网服务能力、密度化

▫ 仓库 + 车辆 + 司机
▫ 轻资产、强管控
▫ 众包、加盟、三方

▫ 表格、系统
▫ 仓储 + 配送，仓配一体

• 专业的物流商做通、做透一个相关品类（行业），还是大有可为的！



银河城传媒
GALAXYCITY MEDIA

Part 05
会，就是个
Party

结交天下好汉：

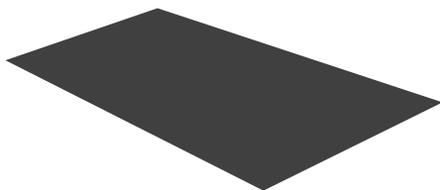
- ◆ 敏于思考
- ◆ 乐于分享
- ◆ 勤于碰撞
- ◆ 善于归纳



个人交流微信号：



个人微信公众号：



thank
谢谢观看

深圳市矩尺座广告有限责任公司

广东省深圳市南山区高新南泰邦科技大厦 13F
联系电话：0755-61597512