

上半年我市网络零售额达93.7亿元

同比增长近40%，鞋类成网络销售主体，汽车后市场逐渐受重视

■记者 潘敏洁 通讯员 项纯璇 许小鹤

近日，省商务厅发布的我省上半年网络零售统计数据指出，今年1—6月，我市实现网络零售额93.69亿元，同比去年增长近40%，仅次于温州鹿城区，全省排名第12位，淘宝天猫销售额占88%，京东8%。其中，鞋类产品占了网络总零售额75%以上。值得关注的是，随着汽车“痛点”的一步步瓦解，我市一些汽摩配企业也对线上市场逐步进行布局。



鞋类成我市网络销售主体

据统计，截至2015年底，我市拥有电商主体2万多家，市场监管部门登记在册的电商主体达7000多家，其中天猫店476家。市商务局有关负责人表示，休闲鞋、胶鞋等鞋类产品一直是我市在网络销售上的优势，今年1—6月，我市鞋类销售额占了网络总零售额75%以上。

“今年上半年，公司帆布鞋的销售额与去年同比上涨了40%。”人本鞋业电商部门负责人倪士超说。今年夏季，刮起“小白鞋”热潮，人本生产的帆布鞋的销售额非常可观。除去零售的形式以外，也不乏其他地区的批发商大额采购的现象。在天猫旗舰店发展稳定的同时，人本鞋业先后在京东、唯品会、当当网等线上主

流电商平台上进行销售。

“我们公司在发展线下板块的同时，也在确保线上板块的运营，我们认为两个板块相对的客户群体不同，应该让两个板块得到协同发展。”倪士超说。

不止人本鞋业，大东、环球等鞋业也都取得了不错的成绩。据统计，今年1—6月，浙江环球鞋业有限公司线上销售量178万双，销售总额比去年同期增长50%以上。

“环球鞋业”于2012年布局线上销售板块，这4年来，销售额逐年上涨。其消费人群以女性居多，主要年龄层在18—28岁左右，童鞋、女鞋、休闲鞋等款式最受消费者欢迎。

搭建平台推向全球网络市场

去年以来，我市通过一系列举措，努力为本地电商搭建起多元化的电商公共服务体系。与阿里巴巴展开合作，借助瑞安产业带、中国质造等平台，帮助全国乃至全球的买家直达原产地的优质货源。

据了解，瑞安产业带自去年12月上线以来，入驻企业数量从原先的1500多家增长至目前2087家，仅今年上半年数量就上涨了三分之一，总数在全国排名第78名，行业集中于鞋类、汽摩配、机械、百货、服装等，目前累计销售总额为2亿多元。

作为瑞安产业带第三方运营公司的温州联欣科技有限公司瑞安分公司运营经理李连娟表示，我市越来越多的企业重视电商这块阵地，从入驻数量的持续增长可见一斑，值得一提的是，温州也有个温州产业带，很多瑞企都入驻了该产业带，相对的，瑞安产业带的数量就随之减少了，其实入驻瑞安产业带的数量远不止这些。

入驻是第一步，后续的运营管理才是关键。李连娟坦言，运营的半年

多时间里，我市企业普遍存在线上打理时间不足，不够重视的问题。“阿里巴巴产业带的经营模式已经发生了很大变化，他们会把这个区域产业带的客户引流到另一个区域产业带上，以提升企业在全国乃至全球的知名度，但前提是在产业带上表现优秀的企业。”李连娟说，“客观条件已然非常成熟，企业应当把握机遇，积极主动做好线上运营管理。”

相比于阿里巴巴产业带，“中国质造”平台尚处于摸索阶段。据市经信局信息化发展中心主任陈建宙介绍，截至目前中国质造入驻企业14家，在网络零售总额中，占得份额微乎其微，其中1—6月实现销售额最多的企业不过278万元。

据了解，去年4月，淘宝网推出了“中国质造”战略，旨在让“互联网+”带动传统企业在制造产业方面转型升级，从中国制造向中国创造提升。然而运行了一年多时间后，“中国质造”平台并不尽如人意。陈建宙表示，淘宝网将对该平台进行重新规划。

汽车后市场受企业重视

作为我市的主导产业汽摩配，相比鞋服等行业，类目比较偏冷门，这决定了它在线上遭遇的境地。可以说，电子商务已经渗透到社会生活的各个领域，但在汽摩配为代表的零部件行业，电子商务应用的广度、深度仍较为有限。然而，随着“痛点”的一步步瓦解，我市的一些汽摩配企业对线上销售也越来越重视。

市商务局相关负责人指出，我国传统汽车后市场的经营存在行业极度分散、标准规范缺乏、配件价格虚高、消费习惯落后的痛点。在此背景下，通过加入互联网因素，解决行业痛点的汽车后市场经营模式迎来了市场机遇。

互联网对汽车后市场的改造主要集中在汽车配件用品销售、维修保养服务、用车、金融等领域，其中维修保养服务的发展模式较为清晰，市场规模较大。近年来，国内涌现了以途虎养车、养车无忧为代表的维修保养服务提供商。

同样，我市的福博科技有限公司打造的“车元素”平台也应运而生。整合全国各地4S店，立足多年在海量汽摩配型号数据库、数万家供应商的专业积累。若运作得当，将是我市广大汽摩配企业进入汽车后市场的重要平台。

也正是基于此，我市一些汽摩配企业更有信心地拓展线上市场。市环球滤清器有限公司于两年前布局天猫、京东等线上市场，两个月前特别成立了电商部门。公司市场部总监程学敏说，目前，“环球”的线上市场已逐步进入正轨，每日的进店流量以及成交的转化率逐渐增多。

程学敏表示，随着互联网的发展，汽车“痛点”已经陆续得到解决。现在外部的环境已经发生了根本性变化，第一，一些互联网平台对汽车资源进行了整合，令消费者得以享受线上的价格，线下的服务，即实现了O2O模式。换句话说，就是消费者在线上购入汽摩配零部件，但是碍于不会安装，可以到与电商企业合作的线下维修店，其中一些电商合作的维修店已经布局全国。第二，国内消费者DIY汽车的程度越来越高。可见，汽摩配已经被终端消费者逐渐所认可。

程学敏表示，汽车后市场的空间非常大，可以说是兵家必争之地，甚至未来比鞋服更具有市场竞争力。因为一边消费者群体在不断增长，另一边专业制造汽摩配企业要远远少于遍地开花的鞋服企业，这种关系令汽摩配产品在线上有了长足的发展空间。目前，“环球”正在寻找线下合作的维修店。

品质和服务是企业核心竞争力

去年以来，我市围绕将瑞安创建成浙江省电子商务示范县为目标，内增外引，做大做强产业链，从完善网络经济政策体系、加强网络经济人才保障、加快网络经济示范培育、打造网络经济产业集聚区、打造网络经济生活类平台、建设网络经济高质配套项目等多方面着手，着力实施网络经济发展工程。

在打造网络经济生活类平台上，一些企业探索新的发展方式，像好派多、易邮柜等都是互联网+时代下，所做的创新发展。而电子商务人才不

足依然是制约我市电子商务发展水平的重要瓶颈之一。市商务局工作人员表示，政府将继续做好普及培训，通过政策扶持社会培训机构发展壮大，继续做好本土电商专业人才的专业化教育。

当然，制造企业回归本质，做强企业创建自主品牌才是关键。市商务局工作人员指出，电子商务归根到底还是商品流通众多形式中的一种，品质和服务才是企业可持续发展的核心竞争力。