[电子发烧友网](http://www.elecfans.com/) > [制造/封装](http://www.elecfans.com/article/89/) > [制造新闻](http://www.elecfans.com/article/90/155/) > 正文

**工业制造企业电子商务应用与发展**

来源：厂商供稿 作者：e-works数字化企业网2016年10月18日 15:04

[**0**](http://www.elecfans.com/article/90/155/2016/1018441204.html?1476774550#comment)

分享

[微信](http://www.elecfans.com/article/90/155/2016/1018441204.html?1476774550) [QQ空间](http://www.elecfans.com/article/90/155/2016/1018441204.html?1476774550) 新浪微博 腾讯微博 人人网

订阅

**[导读]** 随着互联网经济和电子商务的不断发展，制造业谋求通过互联网实现产品、制造和服务的业务拓展的需求也越来越强烈。但是由于制造业的本身的产品特征、业务模式和交易过程管理的特殊性，不同类型的制造产品和制造服务的电商途径和操作模式可能并不相同。

**关键词：**[工业制造](http://www.elecfans.com/tags/%E5%B7%A5%E4%B8%9A%E5%88%B6%E9%80%A0/)

　　随着互联网经济和电子商务的不断发展，制造业谋求通过互联网实现产品、制造和服务的业务拓展的需求也越来越强烈。但是由于制造业的本身的产品特征、业务模式和交易过程管理的特殊性，不同类型的制造产品和制造服务的电商途径和操作模式可能并不相同。

　　制造业是指对制造资源（物料、能源、设备、工具、资金、技术、信息和人力等）按照市场要求，通过制造和服务过程，转化为可供使用和利用的大型工具、工业品与生活消费产品的行业。制造业往往涉及产品研发设计、原料采购、生产制造、外包外协、仓储运输、批发零售、售后服务等产品生命周期的全过程。

　　制造业的产品可以分为消费品和工业品。消费品是指最终产品直接面向最终消费者，如手机、电视、服装、食品、医药等。而工业品（Industrial goods）则是指以再生产为目的的产品，包括工业中间品，如原辅材料、电机、电路板、模具等零部件；最终工业品，如机床、工程机械、仪器、设备等。除此之外，制造业还有一类非常重要的业务模式，即制造服务。如外包、外协和代工生产、配套设计、配套加工；以及为制造企业提供研发设计、仿真分析、检验检测、维修维护等专业技术服务。工业品的最终用户为企业，在采购要求、采购流程、生产控制和品质管控方面有着较大的差别。

　　

　　Umade优制网（www.Umade.com.cn ）工业服务分享平台，以制造服务和服务型制造为核心的制造资源分享平台，为企业提供制造资源、制造能力和技术服务能力的展示、推广与业务承接机会，帮助企业匹配合格服务商，实现制造企业间资源的优化与共享，让闲置资源通过服务产生价值。Umdae优制网定位于工业服务分享平台，以企业制造资源和制造服务能力为核心，以设计、加工、定制、外协、外包和专业服务为主的共享服务平台。Umade优制网将互联网技术、电子商务和分享经济的理念延伸到传统制造行业，解决了制造企业和制造服务企业间制造能力、制造资源和服务资源的共享和有效对接问题，实现了制造企业的设计、加工、定制、外协、外包和专业服务等企业资源共享和供需对接，帮助制造企业将闲置的产能、设备和技术服务等资源进行共享和推广，拓展制造业分享经济市场。

　　在此，我们将结合制造业的上述特点，从制造业互联网和电商平台推广和业务发展的角度，进行探讨。

　　一、消费品的电商业务发展特点：

　　经历了多年电子商务发展以后，消费品的电子商务理念与应用已经基本成熟，消费品电商在国内已经具有较为完善的环境。亚马逊、淘宝、京东、1号店、阿里巴巴等作为知名的电子商务平台主要直接面对最终消费者。消费品企业可以通过多种途径入驻电商平台，最终消费者只需通过网络平台查询，即可获得自己需求的产品，并通过网络支付，实现便捷支付。消费品电商的主要特点：

　　1、产品信息明确，可以清晰的进行表述；单品价值现对稳定；适合标准化包装和物流配送。

　　2、主要针对终端用户，用户有自主决定权，可以通过在线支付实现快速销售；

　　3、对产品质量的包容性较大，以质量和性能以用户主观判断为主，很少进行专业的量化检查；

　　4、电商平台是企业的销售窗口之一，企业可以根据产品属性，选择等各类电商平台开展电商业务；

　　二、工业通用标准件和易耗品的电商业务特点

　　工业品的电商与消费品电商的最大区别在于，工业品的最终用户为企业。由于工业品的用途不同，在采购要求、采购流程和品质方面有着较大的差别。而工业标准件（如电子元器件、五金件、工具等）和易耗品（如滤纸、粘合剂、紧固件等）等低值易耗品是相对比较容易实现电商业务的产品。部分企业已经逐渐接受此类工业品的小批零散采购，工业品-标准件和易耗品电商业务的主要特点：

　　1、产品基本已经标准化或者行业规范化，能够较好的认定；

　　2、产品单价不高，适合小批量或零散采购，物流配送成本较低；

　　3、行业内产品质量有较高的稳定性，或对产品质量的要求相对简单；

　　4、因为产品行业属性和用途不同，通用电商平台往往不能汇集有效客户，因此企业除综合性电商平台外，往往还需要依靠行业电商行业。

　　a）综合性电商平台：如阿里巴巴、慧聪商情等

　　b）专业类的电商平台：如电子电器类的云汉芯城、五金工具类的全球五金网、塑胶类的环球塑化网等专业行业平台。

　　三、专业工业产品的电商业务特点

　　由于不同领域和用途的工业产品和企业要求不同，有相当多的工业品目前尚不具备开展电子商务业务的环境。而且对于大多数企业而言，批量或数额较大的采购需要先货后款的传统业务模式，此类业务往往也不适合电商平台交易。因而电商平台往往成为企业产品宣传服务的一个窗口，用于吸引潜在客户关注，并促成线下对接，并通过传统方式实现交易过程。

　　1、不能标准化报价的产品和服务，往往因为需要事先与客户进行沟通，确认具体要求（如尺寸、精度、材料等），产品价格需要重新核算。如代工产品、工业配件、专业工具等；

　　2、对产品参数、性能或质量要求较高，需要提供样品、样件，甚至需要专业的检验测试，如复杂的电路板、专业芯片、机械零部件等；

　　3、专业设备、高价值的产品，采购方需要对产品的规格参数和性能进行谨慎的选择和比较，甚至需要现场了解和试用才能确定采购意见和交易方式。如机床装备、专业仪器仪表、行业产品等；

　　4、上述类型的工业品主要依托相关的通用或行业平台（包括电商和非电商平台）进行产品的展示和宣传，以获取客户需求信息，开展传统销售业务。

　　四、制造服务的电商业务的开展

　　制造服务是许多制造业均有涉及的业务模式，需要根据订单要求进行产品的设计和制造。制造服务的核心是企业的制造资源、制造能力和技术服务能力，是因为企业拥有相应的制造服务能力，采购方将具体的产品或服务予以委托，并以交付物的价格予以呈现。制造服务的类型可以包括研发设计、仿真分析、加工制造、外协外包、检验检测、维修维护等多种业务类型。

　　如某制造企业以塑胶模具加工为主营业务，拥有高精度的加工设备和技术能力。企业可以主要推广和承接模具加工制造业务，同时也可以适当承接精密零件加工制造、用自有注塑机提供塑胶件加工业务、对外提供模具修配业务等等。企业可以通过制造服务实现企业自身制造资源的合理配置，减少制造资源的闲置，并进一步拓展业务和市场。

　　

　　因此制造服务对电商平台的要求与传统电商平台有极大的不同。目前国内在该领域比较知名的综合性制造服务电商平台是Umade优制网（www.Umade.com.cn）制造资源共享服务平台。该平台以制造资源、制造能力和技术服务能力的共享为核心，通过这个平台我们可以看到制造服务电商发展的一些特点：

　　1.结合制造服务的类型进行专业分类，Umade优制网将制造服务分为机械制造、电子电器制造、非金属制造、个性化定制、检验检测、工程设备、工业设计和工业咨询等不同的服务大类。并细分成如3D打印、CNC数控加工、模具制造、激光加工、钣金加工、PCB板、SMT贴片、控制柜加工、检测、计量、校准等将近100多个服务子类，制造企业可以根据业务的特点进行快速的选择。

　　

　　2.突出服务方的制造能力和制造资源：Umade优制网上，制造企业不是以发产品为主，而是多角度展现自己的制造服务能力，包括公司、服务项目、制造资源（厂房、技术、设备等）、服务资质（资质、许可证书等）等制造能力和制造资源的充分呈现。让专业采购者可以根据所呈现的制造服务项目、制造能力和制造资源进行判断，实现供需的精确对接。

　　

　　3.制造服务能力的参数化：Umade优制网针对不同服务类型的特点，设置了专业化的参数搜索服务，如材料、加工工艺、尺寸、精度、加工能力等技术参数。服务方企业可以通过参数体现自己的服务能力和专业性，从而获得更多需求方的认可。同时需求方也可以结合自己的需求特点，选择更适合的服务供应商。

　　4.通过地图服务推进本地化配套：Umade优制网上，提供地图搜索服务，需求方可以通过地图搜索快速查找本地具备相应能力的制造企业和专业服务商，从而实现本地化的业务配套，方便进行更有效的需求对接和服务过程管理。

　　

　　5.线上线下的多种交易模式：Umade优制网为供需双方的对接提供全程的商务助手。双方可以在线进行询价和报价，并完成需求和订单的确认。标准化服务和小额交易可以通过平台在线支付，特殊服务和大宗采购支持供需双方线下交易。平台还提供在线沟通工具和业务管理系统等功能，以支撑企业各项服务的开展。

　　五、制造企业的电子商务发展的策略

　　目前消费品的电商环境已经趋于成熟，工业品的电商平台正在逐渐分化，制造服务的电商平台刚刚起步。制造企业要根据自己的产品和业务特点，适当的选择多种电商服务途径，合理配置市场宣传推广资金，吸引不同类型的用户，以达到企业预期的发展目标。

　　1、消费品制造企业，可以选择亚马逊、淘宝、京东等通用电商平台销售产品，同时可以通过Umade优制网等制造服务平台，承接行业服务订单，提高企业资源利用率。

　　2、通用工业品制造企业，可以选择阿里巴巴等通用电商平台销售标准化产品，选择行业电商平台挖掘大宗客户商机，还可以通过Umade优制网平台承接定制化业务订单。

　　3、特殊工业品制造企业和以加工制造为主的企业，可以重点选择行业电商平台和Umade优制网之类的制造服务平台，充分进行制造资源和制造能力的展示，实现大宗和零散订单的合理配置，实现客户的挖掘和培养。

　　4、专业的制造服务型企业，如工业设计、检测机构、实验中心等，可以依托行业电商平台和Umade优制网之类的制造服务平台，进行相应业务的宣传和推广，扩大客户范围。

　　

　　2016年年5月，国务院发布了《关于深化制造业与互联网融合发展的指导意见》，其中提到了“推动中小企业制造资源与互联网平台全面对接，实现制造能力的在线发布、协同和交易”，工信部信息化和软件服务业司副司长安筱鹏认为，这句话表达了制造业分享经济的核心内容。安筱鹏表示，生产资料的分享能够帮助广大的制造企业打破企业界限，共享技术、设备和服务，提升快速响应和柔性高效的生产能力，是推动智能制造的很好的助推器。

　　随着制造业对互联网的认识越来越深深刻，越来越多制造企业将主动或被动的触及电子商务，工业品和制造服务电商市场将会得到更大的发展。