

2020

C2M

数字化

# 2020 中国产业带 数字化发展报告

CBNDATA

第一财经商业数据中心



# 目录

## 前言

### 1. 中小企业迎来政策利好，带动产业带蓬勃发展

### 2. 数字化新基建正在崛起，“春雷计划”助力中小企业

### 3. 数字化带动复工复产，“外转内”振兴产业带发展

3.1 中小企业，得数字化者得先机

3.2 建立长效机制，助力中小企业外贸转内销

3.3 数字化是“免疫力”，更是“恢复力”

### 4. 数字化产业带未来发展三大趋势预测

4.1 随着数字化打通生产、营销全链路，未来将出现越来越多“网红”产业带

4.2 从粗糙工艺、薄利润向精工艺、高利润发展，产业带将呈现高端化发展趋势

4.3 从“中国制造”到“中国智造”，数字化将赋予产业带更多想象力

## 前言

作为经济体系中的“毛细血管”,中国的产业带中小企业举足轻重。为展示在抗击疫情的形式下,当前产业带中小企业复工复产的综合图景,第一财经商业数据中心以120万在淘宝特价版上的产业带商家作为研究对象,从中国产业带分布、疫情对产业带中小企业影响、复工复产、外贸工厂转内销等多个角度做综合剖析,于4月26日正式发布《2020中国产业带数字化发展报告》(下文简称《报告》)。《报告》显示,从短期来看,数字化是产业带商家复工复产并实现恢复增长的主要动力。从长期来看,数字化是产业带商家从简单的加工制造向更高阶段延伸的新引擎。像淘宝C2M这样的成熟的数字化解决方案,成为产业带商家争相把握的增长机会。

《2020中国产业带数字化发展报告》显示:

- 1、产业带商家加速从线下到线上的转型。越来越多传统的加工制造和外贸企业,开始通过互联网直接触达消费者。淘宝特价版已经成为产业带商家线上转型的主阵地,截至报告发布时,淘宝特价版上汇集的产业带商家已超过120万家。
- 2、越来越多的产业带工厂选择直接在线上开店。淘宝特价版上的产业带商家中,工厂直供店铺占比达到41%,超过50万家。工厂直供的新供给模式正在加速落地。
- 3、疫情发生以来,尤其是3月26日淘宝特价版上线以来,产业带商家“线上突围”加速。3月以来在淘宝特价版上新开店的产业带商家超过10万家,其中工厂店的数量达到4.5万家。疫情加速了传统工厂“触网”的速度,数字化成为产业带工厂应对挑战的关键动力。

4、数字化成为产业带商家恢复增长的核心动力。3月以来，淘宝上的C2M商家活跃度明显提升，有22个省份的商家活跃度超过了疫情之前的水平。广东、浙江、江苏等企业数字化程度较高的省份，商家活跃度领跑全国。

5、数字化的产业集群正在加速形成。根据淘宝C2M事业部的数据，全国已经形成了145个数字化产业带，其中13个产业带在淘宝上的年销售额过10亿。全国十大数字化产业带分属广东、浙江、福建等省，分别有5个、4个和1个。这些产业带也都是淘宝C2M改造的重点区域。

6、外贸工厂加速转型。在淘宝特价版的全部120万商家中，以经营外贸货品为主的外贸商家超过50万家，占比超过四成。这些外贸商家中55%是工厂店，总数超过28万，4月以来就新增2万家。在外贸商家中，工厂直供店铺的比例明显高于其他商家，反映在疫情冲击下，外贸工厂更积极地通过互联网和数字化来获得新增长。

数字化是新型基础设施建设的重要一环。《报告》反映，数字基建正在复工复产、经济恢复和企业转型升级方面发挥重大作用，淘宝C2M模式和淘宝特价版作为数字“新基建”的探索和尝试，正在帮助50万工厂和120万商家加速数字化转型，把握“后疫情”机会。





# 01 中小企业迎政策利好 带动产业带蓬勃发展

中小企业吸纳劳动就业、推动经济增长，已经成为中国国民经济的重要组成部分。近年来，中央不断加大对中小企业发展的扶持力度。

自2009年国务院出台《国务院关于进一步促进中小企业发展的若干意见》，提出要完善中小企业政策法律体系、缓解融资困难后，中央又出台多个政策助力中小企业发展。

图1-1 近年来有关中小企业发展的政策

年份	政策
2015年1月	科技部发布《科技部关于进一步推动科技型中小企业创新发展的若干意见》，从科技创业、融资渠道等方面提出20点意见。
2016年8月	工业和信息化部联合中国银行制定《促进中小企业国际化发展五年行动计划（2016－2020年）》
2016年12月	工业和信息化部发布《工业和信息化部关于进一步推进中小企业信息化的指导意见》。意见指出将紧紧围绕中国制造2025、“互联网+”、创新驱动等国家战略，支持中小企业参与产业链，打造创新链。
2017年10月	财政部、税务总局发布《关于延续小微企业增值税政策的通知》，自2018年1月1日至2020年12月31日，继续对月销售额2万元（含本数）至3万元的增值税小规模纳税人，免征增值税。
2018年9月	财政部、税务总局《关于金融机构小微企业贷款利息收入免征增值税政策的通知》，通知明确自2018年9月1日至2020年12月31日，对金融机构向小型企业、微型企业和个体工商户发放小额贷款取得的利息收入，免征增值税。
2019年4月	中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于促进中小企业健康发展的指导意见》，意见指出进一步放宽市场准入、完善中小企业融资政策、减轻税费负担等。
2019年8月	科技部印发《关于新时期支持科技型中小企业加快创新发展的若干政策措施》。
2020年2月	工业和信息化部发布《关于应对新型冠状病毒肺炎疫情帮助中小企业复工复产共渡难关有关工作的通知》，提出20个要点，帮助广大中小企业坚定信心，强化措施，实现有序复工复产，渡过难关。
2020年3月	工信部实施《中小企业数字化赋能专项行动方案》，以数字化赋能中小企业，助力疫情防控、复工复产和可持续发展。
2020年4月	国家发展改革委、中央网信办印发《关于推进“上云用数赋智”行动 培育新经济发展实施方案》，助力中小微企业脱困。

在政策的支持下，中小企业蓬勃发展，新增企业数量加速增长。（如图1-2、1-3）。

图1-2 2000年-2019年新增小微企业数量

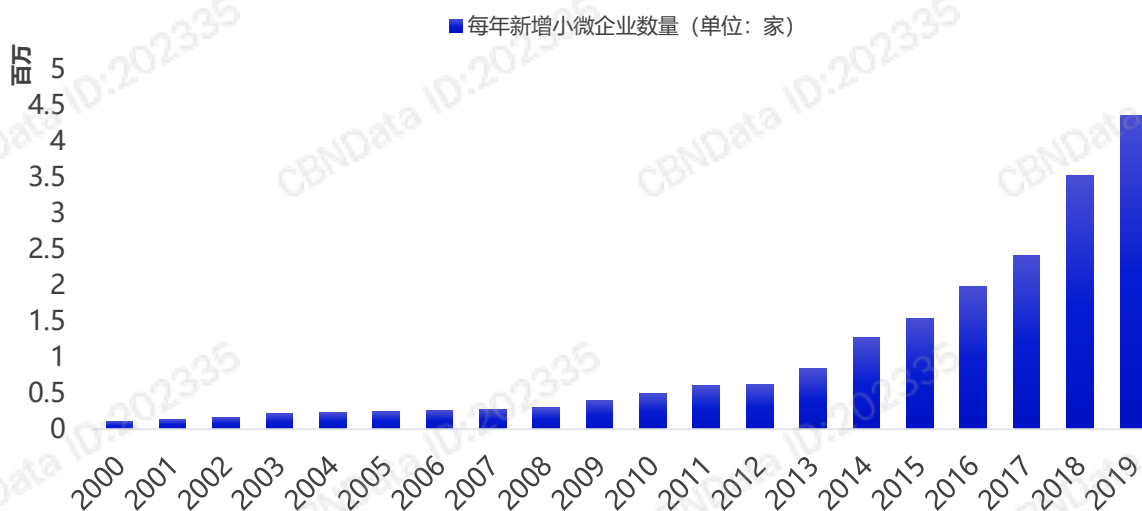


图1-3 2019年小微企业分布最多五大行业



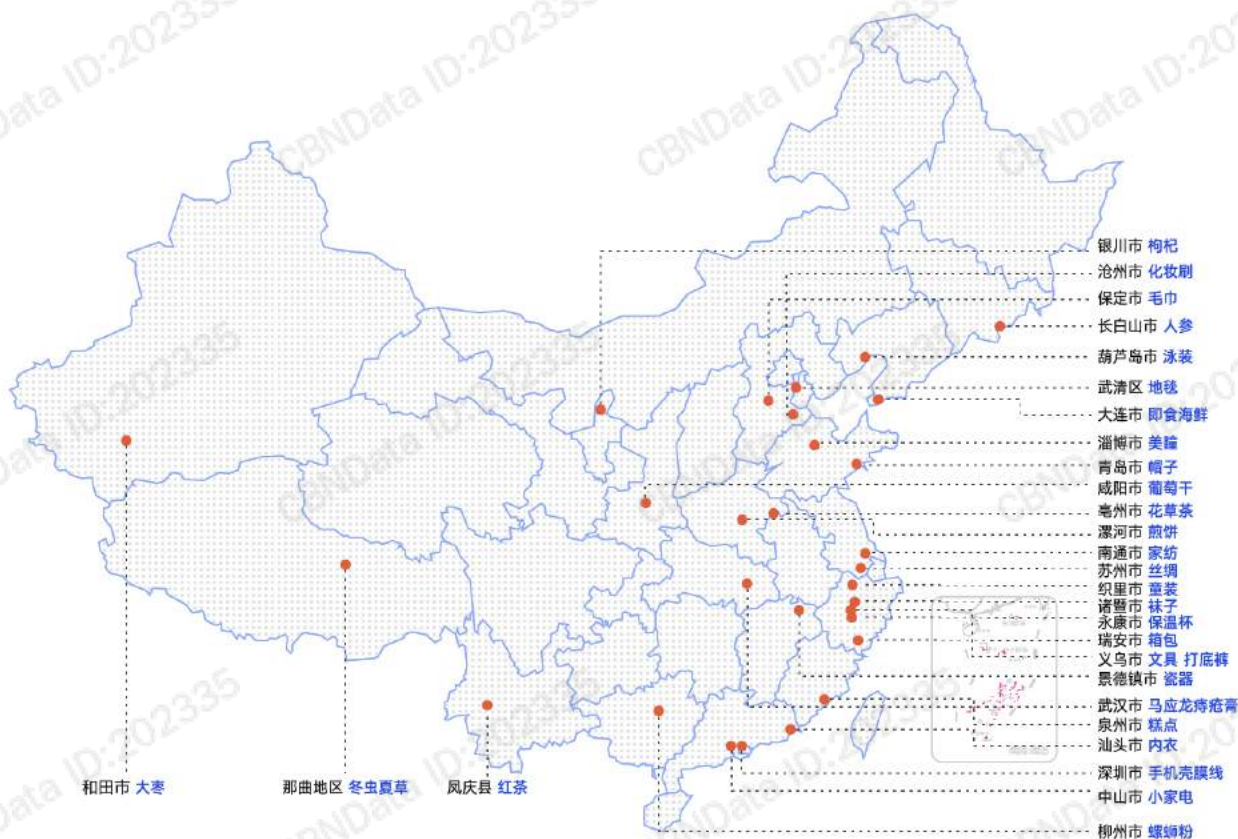
来源：天眼查、小微企业名录；统计截至2020年2月

批发、商务服务、零售等行业中小企业的迅速发展也带动了产业带集群的繁荣。

产业带商家加速从线下到线上的转型。越来越多传统的加工制造和外贸企业，开始通过互联网直接触达消费者。淘宝特价版已经成为产业带商家线上转型的主阵地，截至报告发布时，淘宝特价版上汇集的产业带商家已超过120万家。

越来越多的产业带工厂选择直接在线上开店。淘宝特价版上的产业带商家中，工厂直供店铺占比达到41%，超过50万家。工厂直供的新供给模式正在加速落地。

图1-4 全国特色产业带分布



数据来源：淘宝特价版、1688、淘宝天天特卖





02

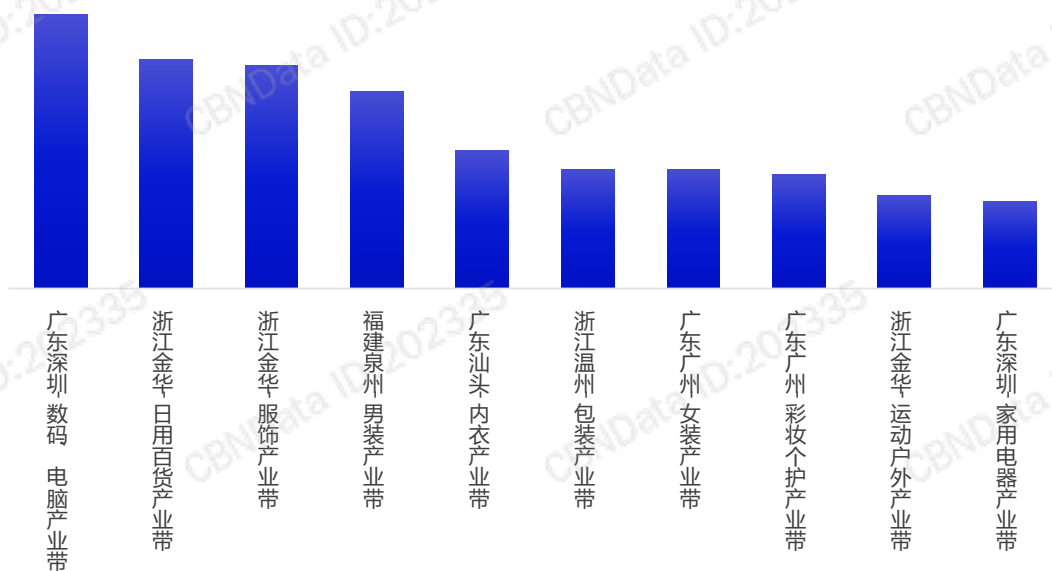
数字化新基建正在崛起  
“春雷计划”  
助力中小企业

疫情发生以来，尤其是3月26日淘宝特价版上线以来，产业带商家“线上突围”加速。3月以来在淘宝特价版上新开店的产业带商家超过10万家，其中工厂店的数量达到4.5万家。疫情加速了传统工厂“触网”的速度，数字化成为产业带工厂应对挑战的关键动力。

数字化成为产业带商家恢复增长的核心动力。3月以来，淘宝上的C2M商家活跃度明显提升，有22个省份的商家活跃度超过了疫情之前的水平。广东、浙江、江苏等企业数字化程度较高的省份，商家活跃度领跑全国。

数字化的产业集群正在加速形成。根据淘宝C2M事业部的数据，全国已经形成了145个数字化产业带，其中13个产业带在淘宝上的年销售额过10亿。全国十大数字化产业带分属广东、浙江、福建等省，分别有5个、4个和1个。这些产业带也都是淘宝C2M改造的重点区域。

图2-1 全国特色产业带销售情况Top10



数据来源：淘宝特价版、1688、淘宝天天特卖；数据周期：2019.1.1-2020.4.18



03

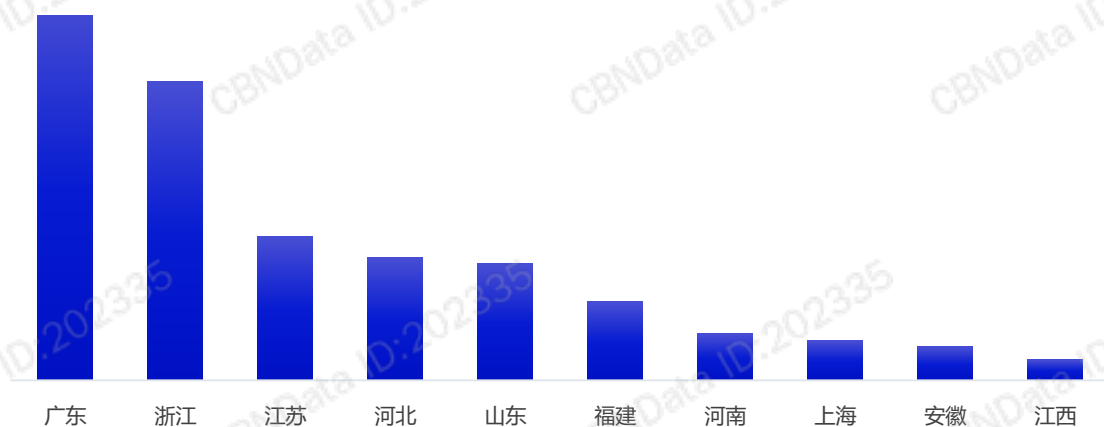
数字化带动复工复产  
“外转内”  
振兴产业带发展

### 3.1 中小企业，得数字化者得先机

数字化是免疫力，数字化也是增长力。在全球疫情冲击下，复工与否，有时对中小企业意味着生死。数字化程度先天更高的企业，在正常经营时可以借力平台迅速爆发，在遇到特殊情况时，也能充分灵活变通，降低潜在风险。

依托产业带的数字化新基建，中小企业得以迅速恢复生产。淘宝特价版、1688和淘宝天天特卖的数据显示，广东、浙江、江苏等制造强省的商家活跃度领先全国。（见图3-1）。

图3-1 2020疫情后商家活跃度省份（直辖市）Top10



数据来源：淘宝特价版、1688、淘宝天天特卖；数据周期：2020.3.1-2020.4.1

### 3.2 外贸企业面临“七大难”

海外需求降低，物流受阻造成了外贸企业的困境。借助数字化技术手段，大数据匹配供需的“新基建”显得尤为重要。

一般外贸企业缺乏经销网络、没有品牌甚至缺乏基本的销售运营能力，以订单加工为主的外贸企业到国内很可能水土不服，传统电商模式对于这些外贸企业而言也具备一定门槛。国内而言，制造业工厂正在逐渐复工，产能进入爬坡期。外贸工厂复工面临着人员



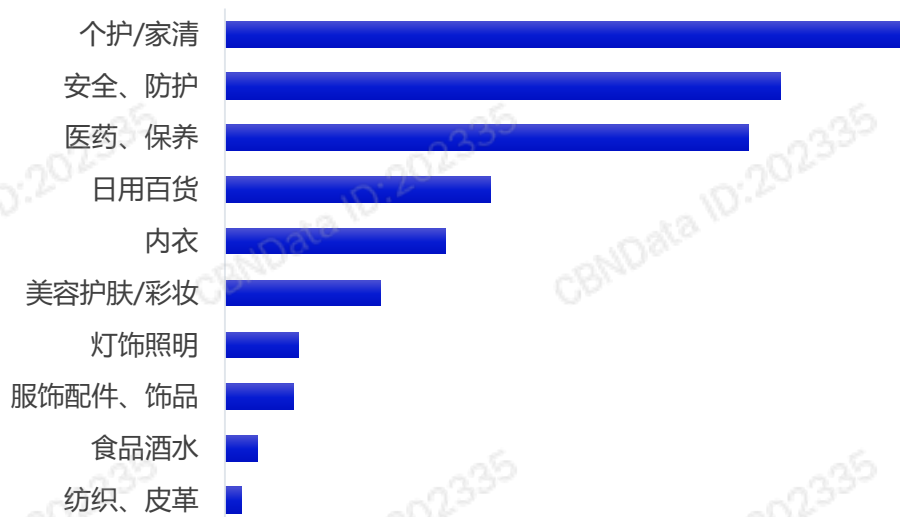
难、资金难、原材料难、交付难、销售难、物流难、防疫难等“七大难”。

图3-2 外贸企业“七大难”



外贸工厂加速转型。在淘宝特价版的全部120万商家中，以经营外贸货品为主的外贸商家超过50万家，占比超过四成。这些外贸商家中55%是工厂店，总数超过28万。在外贸商家中，工厂直供店铺的比例明显高于其他商家，反映在疫情冲击下，外贸工厂更积极地通过互联网和数字化来获得新增长。

图3-3 “外转内”企业数量增幅Top10品类



数据来源：淘宝特价版、1688、淘宝天天特卖；数据周期：2020.3.1-2020.4.1

淘宝特价版对外贸商家的支持不只是“授人以鱼”的卖货，更是要“授人以渔”，只有培育商家的数字化能力，才能让他们能够适应国内市场，生产最适销对路的商品。

### 3.3 数字化是“免疫力”，更是“恢复力”

在刚刚过去的天猫3.8女王节期间，产业带商家收获超过4500万单订单，其中C2M定制商品的订单量同比增长超370%。相比较传统的产业带制造工厂，数字化程度高的产业带工厂彰显出了更强的韧性，商品定制也在阿里生态中进一步向供给侧赋能。

淘宝特价版的热搜商品数据显示，除了纸巾、垃圾袋、橡皮筋等低单价的家居用品，家用空气炸锅、剃须刀、手机等高单价商品也受到消费者的欢迎，甚至还有不少消费者搜索汉服等个性化小众商品。在C2M模式的帮助下，商家可以更快速、直接地了解消费者需求，摆脱对趋势的盲目猜测，及时捕捉消费风口，加快产业恢复。

图3-4 淘宝特价版热搜商品变化趋势



来源：淘宝特价版



04

数字化产业带  
未来发展  
三大趋势预测



## 4.1 随着数字化打通生产、营销全链路，未来将出现越来越多“网红”产业带

一周被搜索320万次，半个月內4次冲上微博热搜，每天深夜50万份外卖订单.....

疫情期间，螺蛳粉成了名副其实的“网红”，背后的“大本营”广西柳州也受到了媒体广泛关注。从米粉加工、甜竹笋、豆角种植到螺蛳养殖，螺蛳粉背后整条产业链的运转逻辑都受到分析报道。

**#螺蛳粉还不发货#**

**#中国人到底多爱吃螺蛳粉#**

**#厂家回应螺蛳粉不发货#**

**#广西三万盒螺蛳粉驰援湖北#**

随着数字化打通从生产到营销的全链路，未来将有更多像柳州螺蛳粉这样的网红产业带出现。

中国现有产业带中藏着很多“网红”潜力股——河北沧州的化妆刷被网友认证为“国货之光”；“假发之都”许昌出产的假发已征服了全球120个国家和地区的消费者。



左：河北沧州生产的化妆刷；右：许昌假发生产过程、 图片来源：天下网商



## 4.2 从粗糙工艺、薄利润向精工艺、高利润发展，产业带将呈现高端化发展趋势

劳动力密集、工艺粗糙、利润稀薄，这或许是大多数人对传统“中国制造”的固有印象。但目前，越来越多高端产业带已经显现。

世界级舞台上演奏着复杂旋律的高端乐器，背后“靠山”可能是一个村或是一个镇。“小提琴之乡”江苏省泰兴县黄桥镇承包了全国70%的小提琴，除了出产价格成百上千的普及琴，均价一万以上的小提琴也越来越多。最贵的一把小提琴以13.8万的价格卖给了一位加拿大籍乐队首席小提琴手。



左：黄桥镇小提琴制造过程；右：洛舍镇钢琴生产过程。图片来源：天下网商

浙江德清洛舍镇，年产钢琴超4万台。钢琴产业涉及300多道工序、8000多个配件，洛舍镇收获了来自加拿大、博茨瓦纳的高端品牌订单，吸引了国际水准的钢琴调音师前来。像钢琴这样“阳春白雪”的产业，正在越来越多中国小镇迸发生机。

### 4.3 从“中国制造”到“中国智造”，数字化将赋予产业带更多想象力

此前，标准化、大规模的机器化生产是与个性化需求相冲突的，品牌、厂商应对市场反馈也相对滞后。但借助C2M模式，通过大数据分析需求，进行反向定制、新品孵化，供应链开始具备积极应对市场变化、挖掘潜在消费市场的能力，柔性化生产成为可能。

浙江金华美妆产业带商家健美创研，借助C2M模式在淘宝特价版9小时卖出30万件洗脸巾，打破平台单日销售的新纪录。“晚秋服饰专营店”通过C2M改良设计所定制的“光腿神器”，以极致的性价比爆卖3000000条。

过去，企业的数字化其实只是一个简单的“上网”。很多中小企业只是把互联网作为卖货的渠道；在今天，产业带商家需要的早已不只是“卖货”，它需要的是一整套系统的数字化解决方案。如果以“卖货”为导向，产业带商家就只能陷入成本战、价格战的泥潭，那些单纯以低价为标榜的平台不可能真正解决产业带商家的长期问题，反而只能加剧低端竞争和恶性竞争。

后疫情时代，随着国内人工成本的上升，利润空间被进一步挤占，一旦产品的市场价格下降或需求萎缩，企业基本很难翻身。伴随着数字化新基建的崛起，中国经济的内需转型将进一步提速。而在此过程中，此前高度依赖外需的传统劳动密集型产业，如何实现从“贴牌”到“品牌”的战略转型至关重要。当下，中国正不断从工业大国向数字化工业大国迈进，可以期待的是，在不远的将来，当一个个完成数字化改造的产业带在线上形成集聚效应，又将会为国民经济带来新的发展机遇。

DECLARATION

# 声明

第一财经商业数据中心（CBNData）对本报告具有修改权和最终解释权。任何机构和个人未经允许不得以任何形式翻版、复制、摘录和发布。如引用发布，需注明出处为“第一财经商业数据中心（CBNData）”，且不得对报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

本报告数据来源于淘宝特价版、1688、淘宝天天特卖、天眼查等，且不涉及商家及个人隐私信息。如无特殊说明，本报告涉及中国地域数据包含中国大陆地区31个省份，不包括港澳台地区以及各岛屿。



# ABOUT US 关于我们

## 第一财经商业数据中心介绍

**关于第一财经商业数据中心（CBNData）**是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的商业数据研究机构和内容运营服务商。依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，拥有全球最大的消费数据库和中国最大的财经全媒体集群。「CBNData数据服务」以数据培训、数据咨询、数据整合营销为核心，构建了跨领域的商业数据库和面向不同商业场景的数据服务体系及数据工具产品；「CBNData内容服务」主要面向金融领域等商业场景，为客户提供金融场景一站式资讯解决方案。CBNData始终致力于用数据驱动商业，用内容连接用户，以“数据+媒体”的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。

视觉设计：邹文佳

联系我们：Data@dtcj.com

商务合作：BD@dtcj.com

加入我们：JOB@dtcj.com



**FOLLOW**

US

**关注我们**

更多数据 扫码关注



CBNDATA官网



CBNDATA官方微信号