

青年电商创业七成年销售10万以下

湖南青年电商创业呈现规模微型化、低龄化、学历高、同质化、单一化等特征



【关键词】简单化

超三成创业者因找不到好工作而选择创业

【数据】从调研的数据结果来看,33.04%的青年群体都是因为就业形势紧张、电商创业氛围好而选择电商创业,19.71%的青年群体认为电商创业门槛低而选择电商创业,15.91%的青年群体选择电商创业的理由是为了方便照顾家人,14.89%的青年电商创业群体是利用线下的实体业务转型到线上电子商务创业。

【解读】随着互联网的发展和向各行各业的渗透,电子商务已经成为青年创业的重要工具和手段,也是实体经济和互联网良好结合的契机。另一方面,国内实体经济下滑、大学生就业难等因素也直接导致越来越多的年轻人从事电商创业。另外,还有13.01%的青年群体因为家乡的货源丰富,而选择通过电商的手段销售产品创业。

【关键词】微型化

半数以上创业者“单打独斗”

【数据】参与本次调研的青年群体中,53.57%的创业组织形式为个人组织,33.61%的创业组织拥有自己的创业团队,只有12.83%的创业组织为企业性质。

【解读】超过一半以上的群体还是以个人组织单兵作战的模式创业。通过对不同创业群体的组织形式数据分析发现,在四种不同创业群体中拥有企业规模的创业组织占比最高的是返乡创业青年。首先是国家政策大力支持返乡青年创业,先后出台了一系列政策文件,鼓励农民工、高等院校毕业生、退役士兵和科技人员等返乡下乡人员到农村

创新创业。其次北上广深等大都市的工作压力大、生活成本高、人力资源成本高、房价高等因素,也直接导致一批企业家将创业项目 and 创业团队搬回家乡。

而50%的大学生电商创业拥有自己的团队,远高于其他三种创业群体。首先国家政策鼓励大学生创业,明确表示高校毕业生自主创业可享受税收优惠、创业担保贷款和贴息支持等方面的优惠减免政策;其次,有41.77%的大学生认为就业形势紧张,而电商创业氛围良好选择电商创业;再者高校的创业氛围浓厚,大学生的创业激情高和大学生群体的价值观比较一致等因素也有关系。

【关键词】低龄化

超四成创业者为“90后”

【数据】通过对创业人群年龄统计发现,年龄在25岁以下的占比43.74%,年龄在31-40岁占比27.61%,年龄26-30岁占比28.66%,而不同的创业群体也呈现出不同的年龄化特征,大学生创业群体的年龄在25岁以下的占比最高为89.09%,40.39%的城镇创业青年年龄在26岁到30岁之间。通过数据可以看出,电商创业青年的年龄低龄化现象明显。

【解读】一方面电商的使用群体本身就偏年轻化,23岁到35岁年龄群体为电商消费的主力军,占比超过50%,另一方面大学生毕业之后难以找到合适满意的工作,从而利用电商创业的群体占比很大,也直接导致创业年龄低龄化,再者当前的经济形势和就业压力下,越来越

多的年轻人不愿意进企业就业,更愿意选择一个自己感兴趣、自由空间大、同时能养家糊口的小项目进行创业。

但不同的创业群体也呈现出不同的年龄化特征,其中返乡创业青年中31-40岁的群体最多,占比38.75%,略高于26-30岁的群体,这是因为返乡创业群体本身是通过长时间的在外历练,积累了丰富的电商经验、技术、资金以及团队管理能力之后才选择返乡创业;而大学生创业群体的年龄在25岁以下的占比最高,为89.09%,这跟大学生群体本身年轻化,大学毕业就进行创业有关;而40.39%的城镇创业青年年龄在26岁到30岁之间,这跟城镇青年刚结婚生子,在城镇创业比较方便照顾家庭,而且城镇青年大部分家庭有一定经济条件、创业基础比较好有关。

通过电商平台创业是当下很多湖南青年最为青睐的创业模式,但是这种创业模式就真的能赚到第一桶金吗?1月4日下午,湖南省举行2017年“共青团与人大代表、政协委员面对面”活动座谈会。活动现场,团省委首次发布了《湖南省青年电商创业服务调研报告》。

调研结果说明,目前我省青年电商创业呈现出创业动机简单化、创业团队规模微型化、创业年龄低龄化、创业青年学历高、产品类别同质化、创业模式单一化、创业收入偏低等特征。

■记者 黄京 实习生 刘恋 通讯员 傅强

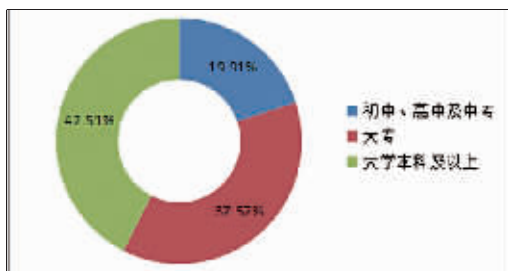
【关键词】同质化

销售产品近半数为消费类产品

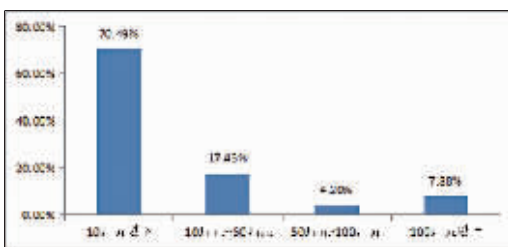
【数据】通过对所有参与调研的创业群体创业产品分析,选择消费类产品(服装/鞋帽/箱包/日化/珠宝首饰等)创业的占比48.19%,选择农业类产品(生鲜粮油副食等)占比20.83%,选择服务类产品(家政美容餐饮等)占比16.21%,而选择工业类产品(家电数码等)仅占9.22%。

【解读】近半数人选择消费类产品创业,与这类产品市场需求大、利润空间高、产品标准

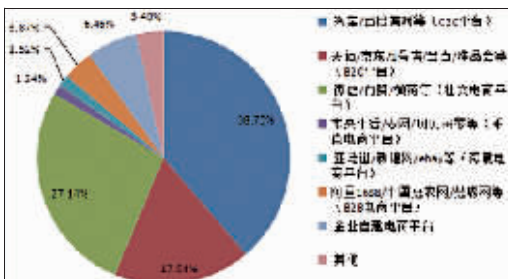
化程度高、包装物流等服务已经完善有关。而近几年,不仅仅是“服装行业”同质化严重,根据以上数据可以看到,“农业类产品”销售也非常集中化。其主要原因在于近年来农产品电商化和农产品进城受到地方政府的高度重视,互联网正在向农业领域深度渗透,越来越多的人特别是返乡创业青年,回到家乡后选择将本地的农业特色产品利用电商途径销售出去。



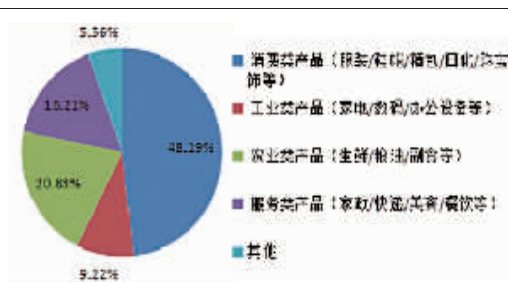
青年电商创业学历



青年电商创业年销售额



青年电商创业平台选择



青年电商创业主营业务

【关键词】单一化

超八成创业青年利用社交电商平台创业

【数据】通过调研发现,在青年创业群体中,绝大部分都是选择已有的成熟的平台进行创业,利用B2C、C2C以及社交电商平台三种类型的创业模式占比高达83.43%,其中选择使用淘宝、百度、有啊等(C2C平台)创业的青年群体占比最高为38.75%,其次选择微店、有赞、微商等(社交电商平台)创业的群体占比为27.14%,选择天猫、京东、当当等(B2C平台)青年群体占比17.54%。而利用企业自建电商平台创业的比例为6.46%,选择跨境电商平台的仅占1.52%。

【解读】一窝蜂选择社交电商、C2C等平台,

是因为利用已经成熟的大平台创业成本和门槛低,操作简便,而企业自建平台需要资金、技术、市场和运营等资源作为支撑,综合要求非常高,所以门槛较高,选择人群少。另外,大众之所以通过社交平台发展电商,主要是因为可以进行炒作和传播,获得海量粉丝和注意力,从而获取低价流量和忠诚粉丝的口碑传播,这就解决了流量获取成本高、客单价和毛利低的两大问题。但从长远来讲,利用第三方平台运营销售,不可控性较高,用户的沉淀率不够。如果业务要做大,还是要建立独立的网站、独立品牌知名度。

【关键词】收入低

七成创业青年产品年销售额低于10万元

【数据】通过对青年创业群体电商年销售额的调研,年销售额在10万元以下的占比,最高达到70.49%,年销售额在10万元到50万元区间的创业群体占比17.43%,而年销售额在100万元以上的占比仅为7.88%。创业收入总体上呈现出低额化现象。

【解读】电商创业易,但收益难。一是平台型电商发展到目前为止,用户资源和流量都

被类似淘宝、百度和腾讯等电商巨头垄断,新型的电商创业企业在一段时间内做大做强,获取用户的成本不断增高;二是资金、技术、团队等多方面的综合因素都制约着电商创业的发展壮大;三是创业成功率与政策支持密不可分,但一些政策覆盖面有限,并且实践中出现了“短路”现象,还有一些甚至“看得见摸不着”。

【关键词】学历高

本科及以上学历创业者超42%

【数据】调研发现,拥有大学本科及以上学历的群体最多,占比42.51%;其次是大专学历,占比37.57%;初中高中以及中专学历,仅占19.91%。

【解读】出现“高学历人才创业热”的现象,一部分原因是跟创业青年接受教育程度高,接受新鲜事物快,和电商应用程度高有关;另一原因是大学生因为就业难,工作压力大,缺乏自由空间等因素而被创业。