

# 数字经济推动零售业转型升级研究

王铁鹤

(山东石油化工学院, 山东 东营 257061)

**摘要:** 基于社会经济的蓬勃发展的推动下, 随之迎来了数字经济时代, 在这一背景下, 各个领域都在借发展契机来升级和优化产业结构, 而零售业也不例外。随着社会经济的不断发展, 人们的消费水平正在不断提高, 并衍生出了新零售理念。鉴于此, 零售也应在新零售理念的驱动下大胆引进各种先进技术与设备, 以此来促进零售业趋于信息化、自动化方向发展, 并通过不断创新零售方式、拓展零售渠道来取得良好的经济收益。如何借助数字经济推动零售业转型升级已经成为当前零售业研究人员亟待解决的问题之一, 本文将围绕这一问题展开深入探究。

**关键词:** 数字经济; 零售业; 转型升级

依据我国社会经济结构可知, 零售业与国家经济和民生发展是息息相关的, 伴随社会经济的发展和技术的进步, 零售业也随之发生了巨大变革, 正处于转型升级的关键阶段。由于内外因素的限制和影响, 零售业在发展过程中仍存有诸多问题, 比如营销模式之后、客户需求不明、深受网销冲击等, 使得其销售成效不够理想。鉴于此, 零售业应充分利用数字经济发展的契机来推进产业结构升级, 大胆引进各种销售理念和先进技术来抵抗各种不良因素的冲击, 最终能够保障线上、线下零售业能够在满足消费者需求的同时, 得到健康发展。本文以笔者调查研究为切入点, 分析当下零售业发展现状, 并提出数字经济推动零售业转型升级的具体路径, 以期对各个零售业研究人员和经济专家有所裨益。

## 一、当下零售业发展现状分析

### (一) 经营方式滞后

第一, 在产品营销的过程中, 很多零售业生产商仍采用平面广告的方式, 但是这种传统的营销方式已经无法满足消费着的消费需求。第二, 在管理库存的过程中, 仍是秉承着传统的进销理念, 对单品的管理和销售不够重视, 最终提高了商品的运转周期, 无法取得更高收益。第三, 在进行配送的过程中, 即便多数零售企业已具备培训服务, 但是并未形成完整链条, 仅仅是能够完成商品配送, 无法满足消费者提出的各种需求。第四, 在进行结算支付的过程中, 很多零售商家已经引进了微信、支付宝等先进便捷支付方式, 但是仍是以人工支付为主, 最终不利于零售业的长远发展。

### (二) 生产成本较高

伴随电子商务领域的兴起, 线上零售如火如荼地开展着, 使得线下零售也受到严重冲击, 导致客流量逐年降低。在这一大背景下, 线下零售商家的门店租金、员工工资等成本开销不断增长, 使得利润空间受到压缩。伴随成本的不断上涨、客户的流失, 最终使得线下零售业的处境更为艰难。与此同时, 伴随大量线上零售商家的不断涌入, 使得线上竞争更为激烈, 需要商家调整售价来获取更高的竞争优势, 最终也使得他们的经济收益受到损害, 使得整个零售业的发展形势日渐严峻。

### (三) 管理技术陈旧

零售行业逐渐到达了发展瓶颈期, 其成本居高不下, 最终导致利润不断下降, 这与管理技术水平也是紧密相关的。现阶段,

很多零售企业仍采用 ABC 管理模式, 这种管理方式不够精细化, 使得零售商很难满足消费着的个性化需求。与此同时, 这种传统的管理模式和之后的管理技术也会造成资源浪费, 因此, 有必要开展精准管理, 把握客户需求, 从而能够提升企业运作效率、改变行业形势。

## 二、数字经济推动零售业转型升级的具体路径

### (一) 培训新型零售人才

处于数字经济时代视域下, 零售领域的企业模式和运行模式也都在不断创新和发展, 与此同时, 需要更多掌握先进技术、拥有信息素养的数字化人才。这样, 通过引进先进人才能够搜集、整合以及分析消费者的行为数据, 并依据消费者画像来进行广告推送和产品推荐, 最终能够实现精准营销; 分析商品的销售数据来把握销售趋势和销售需求, 从而能够给予销售部门合理建议; 此外, 还能够运用各种先进技术来探寻产品销售规律, 从而能够进一步调整商品陈列和布局, 提升整体的销售业绩。除此之外, 企业还应组织内部员工开展专业培训, 以此来提升他们的信息素养和数字化意识, 使得他们能够借助各种先进技术来提升运营能力; 还可以与数据公司合作, 结合零售企业的商品类型和销售模式来制定符合自身发展的数据架构和数据模型, 在此基础上, 需着重培训工作人员的数据分析能力, 从而能够分析经营数据、优化经营决策。

### (二) 引进先进信息技术

为推进零售业转型和升级, 零售企业应大力引进各种信息技术和网络平台, 从而能够借助大数据、云计算、人工智能等先进手段来优化商品生产过程、促进商品流通以及提高销售业绩, 尝试将线上服务与线下体验有机融合起来, 最终能够实现零售业结构升级和重构。在先进技术的推动下, 零售业应充分意识到线上、线下双向发展是业态融合的核心理念, 同样也符合现代化产业发展趋势。鉴于此, 零售商应尝试将信息技术应用在企业经营和服务领域中, 针对企业经营来讲, 借助先进技术能够切实提升企业信息技术水平和数据分析能力, 从而能够间接提升企业管理质量、经营成效。针对销售服务来讲, 依托先进技术能够尝试将线上、线下销售有机结合起来, 以此来探索用户需求、增加用户数量, 并提升物流效率。比如线下零售商可以在店铺设置各种智能化或自动化的使用设备, 以此来丰富消费者的购物体验; 线上电子商务平台可以为消费者提供选购机会, 消费者可以选择物流配送, 还可以选择到店自取。近些年, 涌现出各种极具信息化、自动化的零售商店, 避开如无人零售便利店、无人货架等, 不仅方便了消费者购物, 还促进了零售业的转型升级。

### (三) 积极创新营销方式

其一, 零售业的发展形态是信息流、资金流以及物流的融合与应用。部分品牌体验店便是以线下体验这一方式着手吸引消费者的, 但是在此过程中仅仅是引导消费者适用或观看, 并不是以销售为目的, 消费者需要线上抢购。这种销售方式和体验渠道使得各个传统零售商店变为了新兴的品牌体验店, 比如自 2017 年耐克公司通过研发专门的 App 来进行商品销售, 更加着重丰富消

费者的消费体验,并尝试独立运营品牌体验店。其二,通过创新营销渠道来推动零售业创新发展。消费者的了解途径和购买渠道对整个零售商销售有着至关重要的影响作用,应尝试打通购买渠道,并保持通畅,才能够使得消费者可以随时随地找到零售商购买商品。其三,零售企业也应尝试借助先进平台和软件来与消费者保持沟通和联系,以此来深化消费者对企业和商品的印象;零售企业还可以邀请极具影响力和宣传力的正面人物进行代言,以此来获得相应的市场效应。基于新媒体蓬勃发展的背景下,部分主播和网红具有一定的带货能力,企业可以尝试邀请他们开展线上主播销售,从而能够不断塑造品牌价值,最终提升零售企业的经济效益。

#### (四) 把握市场切实需求

处于新时代背景下,人们的生活质量和精神诉求都在不断改变,其消费水平不断上升,消费需求更加多样。一般来讲,线下零售业与线上相比有着一定的优势,即能够为消费者提供个性化服务与体验。为此,零售业各个企业应抓住发展契机,借助科学技术来把握消费者的个性需求和消费倾向,从而能够最大程度满足消费者需求,为他们提供优质的服务。在此过程中,企业应鼓励内部研发人员和技术人员分析数据,开展调研,以此来把握消费者的需求和喜好,进而能够不断改进商品、升级服务,以此来获得消费者的认可,使得他们能够在购物过程中感知产品的品质和超值的服务,最终形成极具品牌特色的营销模式。除此之外,零售企业还应增强与消费者的沟通和互动,不断增加消费体验差距,若是消费者能够在线下零售店获得良好的服务和体验,则能够促使消费者发生购买行为。比如某家服装品牌设立了多个“试衣间”,并贴心地为消费者整理选择服装类型,并为他们介绍衣服的设计特点,从而使得他们的线上、线下消费成交量不断增加,能够获得更高的经济效益。

#### (五) 构建新型零售场景

零售业无论如何升级和转型,其本质仍是零售,但是借助先进技术落实,产品生产、流通及销售会更加精准和高效,最终能够为消费者提供优质的服务。伴随科学技术的创新发展,给人们的生活和生产都带来了质的变化,其中便能够结合人们的意愿来创建各种场景。购物场景的创新和影响方式的创新显得尤为重要,一般情况下,场景思维、用户思维、品牌思维以及数据思维使得如今的零售也更具战略思想,也推动这零售业的升级与转型。一则,创新销售场景,比如京东便利店尝试拓展百万家店铺;小米之家拓展到 1000 家,这些新型的场景不仅能够进一步拓展线下业务,还能为消费者提供接触黑科技的机会;还有星巴克也尝试构建“第三空间”,旨在为消费者提供各为新颖的体验等,都是零售品牌们对零售新型场景的进一步探索,并逐渐朝着无人驾驶、语音交互等方向发展,最终能够为零售业创新发展提供技术支撑。二则,可以结合实体店创新零售场景。比如无印良品在上海开设有 MUJI Diner,在店门口设置有冰箱,陈设有水果和蔬菜,每个物品上都有关于种植者的头像标牌,通过扫二维码便可以指导食材的来源和料理方式,这样,能够切实丰富消费者的消费体验,提升产品服务。三则,零售店铺应部署传感器,以此来搜集与消费者相关的需求信息,从而能够整合供应链到客户端的整个链条的数据信息,最终能够促进零售业的智能化、精准化发展。

#### (六) 借助 5G 构建体验平台

如今,结合数字化发展趋势和特点可知,数字化消费多是指的信息的联结,伴随 5G 技术的广泛应用,能够提高数字运行速度

和效率,依托数字化技术实现消费能力与行为的联结。其中可以借助 VR 智能技术来提供穿戴式联结设备,使得消费者能够借此技术进入零售商构建的模拟商城中,从而能够使得二维屏幕转为三维立体场景。伴随 5G 技术的不断完善,能够构建线上、线下无缝衔接的场景体验平台,进而能够在交互层为消费者提供各种服务。在此过程中,线下零售门店应不断突出其体验性的功能特点,使得消费者能将购买行为转移到线上,使得线上体验成为线下体验门店的有效延伸,从而能够打破时空限制,使得消费者能够身临其境。除此之外,还可以借助大数据技术来分析个体消费者的消费偏好,从而能够进一步完善模拟情境,使其 3D 体验场景更具个性化和真实性,最终能够刺激消费者达到消费目标,还可以完善零售企业线下门店的布局和设计。

#### 三、借力平台优势的零售企业数字化发展建议

其一,维护信息安全网络,政府有关部门应增加对基建项目的资金投入,旨在鼓励各个零售领域的民营企业能够积极参与其中,进而能够提升建造质量,减缓财政支出压力,激发民营企业活力。与此同时,还应针对数学安全制定对应的法律法规,从而保护消费者个人隐私,并针对跨行业和跨地域的经济数据进行重点监控,以此来保障消费者的数据安全,逐步完善数据安全体系。

其二,降低资金投资风险,地方政府应颁布有效政策来促进各个零售企业积极参与到零售领域资金投资风险预警平台构建中,其中可以利用区块链技术、大数据技术来为零售领域进行资金配置提供有效参考意见。其中需要对加入风险监控平台的零售企业的财务信息进行极端情况模拟,从而能够预估风险,并有效化解,最终能够减少零售企业的运营风险,减少亏损。

其三,积极发展物流经济,资金充裕的大型零售企业可以充分利用自身实力和数字经济发展智慧物流平台来发展物流经济,还可以对外开放给其他零售企业提供相关业务,以此来赚取佣金。久而久之,便能够使得这一服务形成规模效应,从而能够迅速回收成本。其中资金不够充裕的中小型零售企业可以联合成立零售企业物流联合组织,发展集约型智慧物流,从而能够使得智慧物流依据零售领域的发展需求来进行供货调整,最终能够使得零售企业与供应商逐渐达成互惠互利、相互依靠的供销关系。

#### 四、结语

总而言之,处于数字经济时代背景下,零售业需要采取有效措施来不断创新发展,其中可以通过培训新型零售人才、引进先进信息技术、积极创新营销方式、把握市场切实需求、构建新型零售场景、借助 5G 构建体验平台来为消费者提供优质的服务,以此来丰富他们的体验,最终能够促使他们的消费行为,提升零售企业的经济效益,并确保能够在销售市场上占据一定的优势和先机,最终实现稳定长远的发展。

#### 参考文献:

- [1] 王彩.数字经济驱动传统产业转型升级的路径研究——以绍兴纺织产业为例[J].经济研究导刊,2019(7):5.
- [2] 刘妮、王光月、荣仪、江悦婕、徐佳美.数字经济背景下传统零售业的转型升级[J].投资与合作,2020,No.359(10):7-8+19.
- [3] 汪旭晖.新时代的“新零售”:数字经济浪潮下的电商转型升级趋势[J].北京工商大学学报:社会科学版,2020,35(5):8.
- [4] 汪旭晖.新时代的“新零售”:数字经济浪潮下的电商转型升级趋势[J].高等学校文科学术文摘,2020,37(6):2.