

双循环背景下实体零售数字化转型及业态创新路径研究

王展超 韩璐

(青岛恒星科技学 266100)

摘要:在内外双循环的时代发展背景下,我国经济高速高质量发展的基础就是刺激实体零售业朝着数字化方向转型,以此来扩大国内需求。针对零售行业来说,在当前时代背景下所开展的数字化转型,依旧是在借助互联网技术和电子信息技术的前提下所实现的线上零售。通过将零售业的线下经营和线上经营进行融合,给予用户更多的购物渠道,帮助零售行业拥有更多的销售途径。就我国当前的时代发展情况来看,零售数字化得到了较快的发展,但与此同时,在数字化转型过程中依旧存在问题。基于此,本文首先分析了双循环经济背景,接着简单介绍了我国零售数字化的发展现状和下一阶段发展趋势,随后针对双循环经济背景下实体零售业开展数字化转型的主要途径进行了探究,最后结合时代发展背景和当前实体零售化,数字化转型的现状提出了下一阶段业态创新的措施,希望本文所探究内容对于下阶段实体零售业的数字化转型推进有所帮助。

关键词:双循环背景;实体零售;数字化转型;业态创新

正文:结合我国当前的市场经济发展情况来看,零售数字化发展并非是全新出现的事物,而是自信息技术和互联网技术发展以来就在不断进行演化,尤其是在当前比较严重的疫情背景下,线上经济获得了更加迅速的发展。结合时代发展背景来说,零售行业的数字化转型并不是突然的,而是在社会不断发展,技术不断完善的同时,逐步完善的。因此,深入分析零售行业数字化转型对于我国下一阶段经济发展所带来的现实意义和影响效应,可以更好地发挥实体零售业在当前市场经济中的重要作用,为我国下一阶段经济发展赋予更大的内生动力。但与此同时,在零售数字化的发展过程中,受到地区经济发展差异的影响,零售数字化西部区域的发展情况相较于东部来说依旧存在较大差距。如何解决当前时代背景下零售数字化转型所面临的问题,如何结合市场发展要求探索全新的零售数字化业态创新路径,也成为了当前行业从业人员和相关学者在接下来需要重点分析的问题。

一、双循环发展背景

在2020年5月14日,为了更好地适应新时代发展背景下的市场经济发展要求,党中央在中共中央政治局常委会议当中针对下一阶段经济发展提出了“构建国内国际双循环相互促进的新发展格局”的全新要求。在正式步入数字化时代之后,数字化技术和行业发展的结合变得更加紧密,加之近几年新冠疫情的出现,各种内外部不确定因素的影响都推动了国内国际双循环促进格局的进一步发展。在此背景下,同年的7月21日,习近平总书记又在企业家座谈会上重点强调了双循环经济发展体系,要求企业家在下一阶段发展过程当中,集中力量解决公司发展的关键问题,在充分发挥国内市场经济所具备的巨大潜力的同时,以国内循环为主体,逐步形成国内国外双循环经济发展体系。

二、我国零售数字化的发展现状及发展趋势

从淘宝平台的出现开始,我国的零售行业就逐步由线下发展朝着线上发展进行转变,零售数字化转型也从那时开始。在十几年的发展过程中,我国零售业的数字化转型获得了飞速发展,尤其是在近几年突如其来的疫情背景下,更多的零售业开始重视线上销售,而零售数字化转型的进度也随之得到了较大提升。伴随着国内外经济发展状况的不断改变,国家也在近些年出台了一系列促进零售业数字化转型的相关文件。这些文件和政策的出台,表明了我国政府对于零售业数字化转型的支持力度,也从侧面为零售业数字化转型

提供了更为科学的政策指导和理论支撑。通过分析国家统计局所提供的统计数据,我国零售业的线上交易规模在近几年获得了爆发式的增长,在2013年网络零售市场的交易额仅为18636亿元,而在2019年全年的网络零售市场交易规模已经突破了106324亿元。在网络技术更多的融入人们的生活的同时,我国的网络零售市场交易规模年均增长幅度也长期稳定在两位数左右,成为了近几年我国内需的最主要来源。

如果从零售行业的经营种类入手进行分析可以发现,零售行业的数字化发展已经由之前的图书、日化、3C等一系列生活性消费品逐步转变为了更加多样的销售种类,包括精神消费类、文化娱乐类等全新领域,甚至一些之前从未在线上销售过的医药等特殊行业,也成为了当前零售数字化发展下的重要构成之一。其次,我国的零售数字化发展情况也逐步出现了下垂现象,尤其是近几年,以淘宝镇和淘宝村为典型代表的农村电商的蓬勃发展,展现出了在当前时代背景下零售业数字化逐步由城市向着农村不断下沉的趋势。而农村电商的进一步发展,也为农村居民提供了更加多渠道的经济收入来源,也为农村居民消费规模的扩大起到了非常重要的推动作用。第三,伴随着零售数据化的不断发展,零售行业线上交易的社交属性也变得更加明显。之前的零售线上交易仅局限于交易平台,但近几年交互软件的不断增多,也使得零售数字化更多的通过微信小程序、抖音、快手等一系列交互平台进行推广。基于交互软件所完成的线上交易使得零售企业拥有了更高的融合性,客户粘性也得到了稳步提升。最后,通过分析当前零售数字化的消费主体变化可以得出我国近些年线上交易主体的变化。在近几年,更多的90后和00后成为了零售数字化的核心消费群体。与他们的父辈相比,90后和00后在线上消费时,更加注重个性化消费体验。绝大多数90后和00后在线上消费时更多的重视自身的消费体验,从某种程度上来说,90后和00后的消费诉求也使得零售数字化在接下来的发展过程中,不单要重视销售产品的高质量和高增长,更需要提高销售服务的高水平。

三、双循环经济背景下实体零售数字化转型的主要途径

3.1 实体零售管理

在双循环的经济背景下,实体零售在进行内部管理时,需要从多个环节入手,为了尽快的实现实体零售的数字化转型目标,相关部门和从业者在转型过程中,可以基于计算机技术构建信息管理系

统。销售团队可以在分析上一阶段经营销售情况和制定下一阶段经营销售目标时,利用信息管理系统对当前的企业资源信息和销售财务信息进行分析,通过数据结果提高决策的准确性和科学性。为了更好的满足零售行业在当前时代背景下开展数字化转型的技术要求,相关从业人员还可以结合大数据技术、云计算技术等全新的信息技术为其行业发展提供帮助。销售团队可以通过信息技术了解当前实体零售门店的经营情况,并将实体门店的经营情况和线上经营门店的经营情况进行整合,以此来降低财务人员进行财务信息统计的难度,提高企业利用财务数据的利用程度。此外,销售团队中还可以将财务数据中的销售额、客单价等关键信息作为绩效指标,并将其数据结果进行统计,为企业下一阶段经营管理政策的决定提供科学的数据支撑。

3.2 实体零售渠道

近几年,在信息技术飞速发展的同时,我国的电商行业也步入了最为关键的发展阶段。与此同时,在互联网技术和计算机技术的推动之下,新业态分流所面临的行业竞争也变得愈加激烈。尤其是在当前零售行业所开展的数字化转型过程中,如何将原有的线下经营渠道向线上金融渠道进行扩展,已经成为了绝大多数实体零售企业当前重点考虑的问题。在此时代背景下,有部分实体零售企业为了更好的方便消费者完成购物,推出了线上线下同步开展的销售渠道。但是在实践工作过程中,线上线下的经营过于分裂,很多环节都无法达到统一,导致实体销售线上转型出现问题。在我国实体零售业开展数字化转型过程中,最为主要的实体零售渠道拓展是由之前的PC电商逐步向移动电商和社交电商发展。而零售企业也在发展过程中探究出了如何将线上经营与线下经营进行融合的方式,通过打造线上线下的综合性生态圈,达到线上线下经营数据共享的最终效果。

3.3 实体零售全链路

伴随着更多的实体零售企业开始在线上中进行产品发售,线上线下两种销售渠道之间出现了共通和融合。在此发展背景下,互联网技术的完善和创新,从侧面使得产品更加直接的面向了消费者,消费者在购买产品时,可以减少购买环节中造成的资金浪费。就针对零售企业来说,在开展数字化转型时,更多的从业人员开始分析,如何将实体销售与智慧应用进行融合,更多的将销售渠道推向消费者,希望能够发挥出消费导向所具备的决定性作用。在此发展前景下,更多的零售企业开始将实体销售产品和销售行为与用户的购物需求进行分析,并将其变为数字化信息,通过利用数字技术将数字化要求扩大至全产业链条的全过程。换句话说,在全新的技术发展背景下,实体零售业也开始朝着智能决策的方向不断转变,但是在实际工作过程中,绝大多数企业的智能决策依旧停留在最初阶段。为了更好的推荐智能决策的应用和落实,相关企业需要针对企业内部的部门构架进行精简,通过构建更为完善的组织框架,发挥各部门所具备的经济职能,以此来完成实体零售全链路的数字化转型。

四、实体零售数字化转型及业态创新的建议

4.1 构建以消费者为中心的大数据分析系统

坐在实体零售业数字化转型的最重要时期,相关零售企业和从业人员就需要更好的将大数据技术和信息技术融入在数字转型过程中来,将消费者的消费需求作为数据分析的关键和核心,以此为前提进行大数据分析系统的构建。在现阶段的零售业发展过程中,

更多的消费者希望自己能够得到个性化的销售服务,而针对消费者所提出的多样化要求,零售企业就可以通过大数据分析系统对其进行分析。在前期的设计搭建过程中,系统主要借助大数据技术进行消费者数据的收集,利用扫描识别、标签化管理等不同的技术手段针对消费者的不同消费行为进行分析,以此来判断消费者当前的消费习惯和消费水平。通过构建大数据分析系统,可以帮助零售企业更加全面的分析零售用户下一阶段的消费可能会出现的消费要求,针对性的提供营销方案和营销计划,满足不同类型消费者的全新消费需求,以此来推进实体零售的数字化转型和业态创新。

4.2 加快线上线下销售体系的融合

在当前的双循环经济发展背景下,零售企业要想更好地完成数字化转型,首先就需要明确线上销售和线下销售的功能性定位,通过融合实体零售和商业模式的各个环节,充分发挥线上销售和线下销售的独特优势,而这也是在双循环经济发展背景下,零售行业开展数字化转型和业态创新的最重要前提之一。零售企业可以借助供应链管理系统实现对于供应链协调程度的调整,并且在系统当中给予供应链相应的附加值,在明确消费者核心地位的前提下,利用大数据分析系统对现阶段的零售市场发展情况进行判断,并且基于判断结果进行下一阶段发展趋势的预测。此外,零售企业也可以将零售产品的各个环节都纳入在全渠道管理方式当中,包括零售产品的前期仓储、后期服务等各个环节,通过对于现有库存商品的优化处理,减少在商品储存或商品运输时所带来的不必要损耗。

4.3 保证双线销售的同质同价

对于消费者来说,是否选择线上销售模式或线下销售模式的核心依旧是产品的质量和价格,而对于零售企业来说,在推动零售产业数字化转型时,最为重要的前提要求就是双线销售产品的同质同价。只有保证线上销售和线下销售的同质同价,才能够带动实体零售资金和线上资金的深入融合。虽然从客观因素分析,线上线下销售的成本存在差异,但是如果能够按照标准程序针对产品质量进行核验并开展销售的话,就可以在保证所有产品质量的同时,提高品牌的口碑,塑造更为良好的品牌形象。与此同时,线上销售相较于线下销售来说,经营波动会更大,而且会拥有更高的优惠力度,这也可能会导致线上经营和线下经营出现定价上的差异,而这就极有可能导致消费者在购买产品时产生对比购物的行为。但如果企业坚持线上线下同价同质的经营战略,通过优化现有的消费服务,帮助消费者在线下渠道也能够获得更高的情感满足,那么实体零售的线上资金流和信息流的融合将会更为高效的进行。

结束语:总而言之,在双循环经济发展背景下,实体零售业要想更好地推进数字化转型,就需要在充分利用新技术的前提下以客户需求为前提,构建全新的大数据分析系统,通过融合线上线下的消费体系,坚持线上线下销售同质同价,帮助用户获得更高的消费体验,在充分满足不同消费者的个性化需求的同时,提高零售市场的竞争力。

参考文献:

- [1]卢田丰,胡永铨.面向双循环的浙江新零售创新战略研究[J].现代商业,2022(03):3-7.
- [2]杨丹妮.新零售背景下实体零售数字化转型及业态创新路径探索[J].中国市场,2021(30):124-125.