

零售业线上线下融合中的问题与应对措施

乔海格

中电建(三门峡)千禧商贸有限公司 河南三门峡 472000

摘要:为了解决我国实体零售消费疲软,网络零售经营业绩不断下滑等问题。分析消费者、线上线下零售业和物流业的现状,提出了新零售时代基于用户体验的线上线下和物流整合发展策略。

关键词:新零售;用户体验;线下零售;线上零售;整合发展

Problems and Countermeasures in online and offline integration of retail industry

Joe Hagrid

China Power Construction (Sanmenxia) Millennium Trading Co., Ltd. Henan Sanmenxia 472000

Abstract: in order to solve the problems of weak physical retail consumption and declining business performance of online retail in China. This paper analyzes the current situation of consumers, online and offline retail and logistics, and puts forward the integrated development strategy of online and offline and logistics based on user experience in the new retail era.

Keywords: new retail; User experience; Offline retail; Online retail; Integrated development

引言:

就当前实际情况来看,无论是传统实体零售企业,还是纯电商企业,都纷纷开始在线上线下展开双线布局,采用双管齐下的方式来面对零售业日益激烈的市场竞争。线上线下互动融合,已成为零售业的未来发展方向。

1. 零售业线上线下融合发展的的问题

1.1 增加线下零售成本、利润低

因为受到消费者需求变化、宏观经济增速缓慢及网络零售冲击等因素产生的不良影响,我国线下实体零售业的发展遇到很多问题。首先,销售收入增速缓慢。国家统计局最新的数据显示,2020年,全年社会消费品零售总额391981亿元,比2019年下降3.9%。按经营单位所在地分,城镇消费品零售额339119亿元,下降4.0%;乡村消费品零售额52862亿元,下降3.2%。按消费类型分,餐饮收入39527亿元,下降16.6%;商品零售352453亿元,下降2.3%。2021年10月18日,国家统计局通报,2021年前三季度,社会消费品零售总额318057亿元,同比增长16.4%,两年平均增长3.9%。据国家统计局网站消息,2021年,社会消费品零售总额440823亿元,比上年增长12.5%,两年平均增速为3.9%。随着宏观经济增

速缓慢,传统零售业受到人力成本、商业地产等因素产生的不良影响增加了成本,增加了整体增长压力,只能关闭低效门店,裁员增效,保持运营质量。

1.2 线上零售增速缓慢,意愿降低线

上零售情况与线下实体零售相比同样萎靡不振。尽管2018年线上网络零售交易规模快速提升,但是和2011年的70.2%相比,线上网络零售交易规模呈现降低的趋势,增速缓慢。根据艾瑞咨询预测,我国线上网络购物交易的扩展规模呈现出逐渐减少的趋势,从原来的70.2%增长率不断降低为16%,未来增长率很可能会下降至个位数。与此同时,根据AC尼尔森的相关调查可以得知,我国一半以上的消费者依然倾向于线下零售店购物带来的满足与愉悦。根据埃森哲的调查得知,从方便性方面来看,购物体验完善的线下零售企业依然具有非常大的优势,大约95%的消费者认为线下零售店购物非常便利,今后规划很多线下零售企业进行购物的消费者比例呈逐年递增趋势,但是今后在线上购物的消费者比例会逐年降低。

1.3 互联网技术缺少,实体零售转型较难

在电子信息时代背景下,全面使用电子商务技术推

动网络零售的快速发展,采用线上线下融合的模式,就实体零售业而言存在非常大的难题。对于实体零售企业而言,电子商务技术是一种新型事物,许多企业不了解虚拟的网络环境,在较短时间内让企业充分认识这种先进技术,并合理应用于企业中,同时展开线上线下的融合创新,对于企业来说是一项难题。首先,就实体零售来说,网络零售的开展对互联网等技术提出非常高的要求。网络购物环境的安全性和平稳性是网络零售业务可以为消费者提供优质消费服务与体验的基础条件,这就需要企业具备平稳、强大且具有个性化的网络平台和较强的维护能力。但是实体零售业在建设互联网平台、挖掘数据方面还存在很多问题。其次,互联网时代背景下,对效率的要求非常严格,实体零售企业的管理人员理念比较落后,缺乏对数字化建设的认知。企业进行线上线下融合过程中认为构建线上经营平台即可,忽略了数字化设施建设与管理等方面的优化与健全。大部分零售企业仅通过线下零售的管理方法扩展线上线下零售业务,缺少健全的单独线上线下融合发展管理体系。想要在较短的时间内进行改革,实体零售企业在技术方面还需要进行创新与升级。

1.4 融合前期投入大量资金,企业面临资金压力

因为经济增速缓慢、物价增长等对线下实体经济产生的不良影响,近年来增加了实体零售业的经营成本,受到新兴网络零售的影响,实体零售利润降低。企业进行线上线下融合过程中投入更多高新技术的人力资本,加快平台基础设施建设,导致企业经营面临着沉重的压力,从某种程度上凸显出实体店铺的高成本运营压力,线下零售在新时代背景下出现利润减少的现象,致使线上零售平台建设缺少资金。实体零售业的线上业务还处于探索阶段,许多线上业务通常存在高投入低回报的情况,直接影响了线下业务的可持续发展。所以,实体零售企业展开线上线下融合发展过程中想要优化发展业务,需要投入更多的资金,经过一系列创新,可以确保企业顺利开展经营活动,加快发展,从而使用新型的经营模式。

2. 零售业线上线下融合中的应对措施

2.1 强化线上线下融合发展意识,促进线上线下合作

近年来,伴随着现代化信息技术的不断转型与升级,电子商务广泛运用于零售业中,互联网零售在零售业中占据非常重要的地位。因为互联网零售产生的影响,实体零售业要想凭借线下经营,提高线下实力得到可持续发展已经非常困难。应紧跟网络经济发展形势,推动线上线下融合是当前实体零售企业的首选。在互联网经济

环境下,实体零售企业需要加强线上线下融合发展的认知,改变互相独立的线上线下经营模式,最终实现理想的线上线下融合效果。当前,很多实体零售企业尽管看到互联网零售对实体零售产生的深远影响,并采用了和网络零售企业合作、构建线上渠道等线上经营手段,但是长时间线下发展模式的固化致使企业经营模式难以改变,不能全面理解线上线下融合理念,因此没有直观呈现出线上线下融合的程度和效果。将消费需求作为引导方向,将消费者作为核心是实体零售业发展的主要方向,消费者在现有体验性要求的前提下,网络零售的发展能够挖掘消费者对便利性的要求。所以,采取合作、引入等方法促使企业构建线上线下合作,结合线上线下功能差异,强化企业线上信息交互、精准营销及在线交易等功能,将实体零售企业在信誉与品牌等无形资产方面的资源得到全面发挥,有机整合线上交易与线下服务,提供方便、个性化、优质的服务,来满足各种消费要求,让企业全面提升自身的核心竞争力。

2.2 增强企业资本利用能力,促进线上线下融合

实体零售业利润率的不断降低、经营成本的增加导致企业经营资金不宽裕,对于线上线下经营模式的创新与升级,企业还未投入灵活的资金,致使企业线上线下融合发展进程非常慢。首先,线上线下融合发展过程中需要在信息技术资源和人才资源方面投入更多的资金;其次,企业在转型改革初始阶段的盈利能力相对削弱,这就需要更多的资金提供支持,同时保证企业顺利开展经营活动,推动企业健康稳定可持续发展。实力较强与规模大的企业可以通过自身长时间的经营得到资本积累,为企业转型提供鼎力支持,资金实力相对薄弱的实体零售业可以借助资本合作模式进行线上线下融合。借助线上零售企业的资金优点,把资本合作、交叉持股等方式作为企业合作的入手点,有效实现资本的整合,平台之间互通,优势互补,实现资源共享,进而推动零售业线上线下融合发展。

2.3 加快线上线下技术融合建设,提升行业数字化水平

实体零售企业自建平台在企业线上线下整合过程中发挥着举足轻重的作用。实体零售业线上线下融合发展从原来的商品流通转变为信息流通,其零售专业化水平主要表现为信息管理,并不是商品管理。当前,数字化已成为零售企业非常重要的战略资源,这是企业线上线下融合经营的基础。零售企业应广泛使用信息网络技术,通过互联网大数据计算,熟练掌握并分析海量消费者的

行为信息,从而增强企业的经营能力,全面提高企业的管理效率。实体零售业数字化建设主要包含使用移动支付技术、构建网络零售平台等。企业经过建设内部管理信息系统,站在整体角度实现零售业线上线下的融合,构造业务与管理一体化的处理体系。企业经过采用信息技术管理供应链体系,能够全面动态了解线上线下商品供应数据信息,精准掌握市场信息,符合消费者的要求。经过大力发展移动支付技术,提高线上线下服务的方便性。零售企业通过使用大数据、移动互联网、物联网及云计算等新型网络技术,能够加强线上线下之间的联系,有效衔接线上线下资源。

2.4 有机整合线上线下,重视社交电商

有关专家曾经说过,线上线下融合是零售业今后主要的发展方向。线上线下有机融合能够实现优势互补,线上使用线下突破流量的约束,线下借助线上可以降低闭店率。当前,人们非常喜欢线上线下融合发展的模式,通过社交电商,针对相应的目标人群,成立粉丝群,依据好友之间的分享与推荐,从某种程度上协助顾客降低购物难度。同时,推荐高品质的产品是提升效率的前提条件,可以使用户的需求得到满足。比如微信,商家使

用微信社交功能帮助经营,与到店的消费者发展为微信好友,与此同时建立微信粉丝群,然后在粉丝群中推广产品,与客户交流沟通,及时为消费者提供售后服务,突破时空的约束,随时随地展开各种促销活动,为消费者提供优质服务的同时,还可以让消费者产生良好的购物体验。

3. 结语

总而言之,以往的零售方式存在很多问题,无法满足消费者日益增长的要求,这就促使实体零售与线上线下的电子商务进行整合。因为新零售销售情况的影响,企业把电子商务平台、实体销售及互联网技术摆放在相同的位置,利用互联网把实体销售与电子商务平台进行线上线下整合,为消费者提供更加广阔的购物渠道,让消费者在购物过程中产生良好的购物体验。

参考文献:

- [1]李明扬.基于电子商务背景分析服装零售业的线上线下协同营销[J].福建茶叶,2019,41(04):27-28.
- [2]花婧婧.基于“新零售”背景下对老字号企业发展与营销创新研究——以安徽省为例[J].梧州学院学报,2019,29(05):9-12.