

# 电子商务环境下连锁零售业 线上线下协同发展的对策

○宋传珍

(山东女子学院经济管理学院 山东 济南 250300)

【摘要】产品标准化、快速复制、统一管理,可以迅速实现规模扩张,使连锁经营成为最成功的零售模式。但受经营成本上涨、电子商务快速发展等多种因素影响,连锁零售模式日渐显露弊端,如何将传统的连锁店与快速发展的电子商务进行整合,是连锁零售业能否实现可持续发展的重要举措。

【关键词】电子商务 连锁经营 零售业 线上线下  
经营同类商品或服务的多个店铺,以一定的形式组合成一个联合体,进行专业化分工、集中化管理和标准化作业,并最终谋取规模效益的商业组织形式和经营方式被称为连锁经营。近年来,中国的连锁零售业得到了长足的发展,但随着电子商务和其他新兴业态模式日益激烈的竞争,中国连锁零售业的增长速度正在放缓,显示出发展潜力不足的态势。

## 一、电子商务环境下传统连锁经营零售业的优劣势分析

### 1、传统零售店的劣势分析

通过对比中国连锁经营协会发布的历年中国连锁百强名单发现,虽然2014年连锁百强销售额接近2.1万亿元,门店总数达到10.7万余家,同比增长分别为5.1%和4.2%,但2010年百强统计以来销售增幅和门店增幅持续下滑,2014年达到历史最低,甚至有些老牌企业出现负增长现象。

(1) 连锁企业成本持续攀升成为阻碍企业发展的关键因素

对于零售连锁企业来说,分店店址的选择是重中之重,首先需要深入开展大量的市场调查,一些知名连锁店对区位、面积等因素有严格的规定,所以选址的费用占总投资的比例往往是最重的一块,特别是中小型连锁商店,商店租金费用甚至比员工的工资还要高,这部分支出往往难以控制或减少,新开店铺的费用也越来越高,风险日益增大。但中国目前的市场价格继续上涨,黄金地段的租金让广大企业望而却步,与电子商务相比,店铺租金上升,是阻碍连锁经营和电商竞争的重要因素。

(2) 电子商务的快速发展给连锁经营带来了压力与挑战

国家统计局公布的数据显示,2013年和2014年,中国网络零售市场分别实现1.85万亿和2.8万亿元,同比增长分别为41.2%和49.7%,网络零售在中国快速发展。互联网购物的兴起及快速发展对传统零售渠道产生了较大的冲击,一部分消费者已形成线下线上多方比较的消费模式。网络销售对传统百货商店的影响尤为明显,服装、化妆品、鞋包和家电等百货是消费者网购的主要消费类型。

目前,实体店是我国传统连锁零售业产品销售的主要渠道,与网络通宵购物形成鲜明的对比,这种方式受到

时间和空间的限制,管理难度较大,店铺及人力成本的持续攀升,也很难适应消费者快节奏的生活方式。网购的强力推行,使传统连锁零售业经营面临前所未有的压力与挑战。

## 2、连锁零售店的优势分析

近年来,网络和移动零售取得了惊人的发展,网上销售成为企业常用的营销方式,消费者也乐于享受网购的方便和实惠,网上购物缩小了商家和消费者之间的距离,这将是未来典型的运营模式和消费模式,传统连锁零售行业虽然遭受较大冲击,但其本身也有电子商务无可比拟的优势,具体体现在以下几个方面。

### (1) 良好的消费体验

尽管电子商务的发展势头强劲,但传统的连锁经营模式因重视消费者体验需求仍具有很大优势。例如服饰类商品现场试穿、比较挑选的体验过程,饮茶、看电影、健身等服务项目,这些是电商服务无法代替的;日常生活中,看电影、洗澡、理发,这些日常生活的服务也很难通过在线完成;由于网上购物只看图片,造成心理预期过高而导致此类物品的投诉和退换货率一直居高不下,因此连锁店依然有其电子商务无法取代的优势。

### (2) 健全的配送体系

连锁零售企业尤其是大型连锁企业为了加强对配送中心的控制,实现各门店商品的及时配送,大都建有健全的、合理布局的配送中心,可以实现物流集群。但物流配送跟不上是制约电子商务发展的一个长期存在的问题。随着我国物流和快递行业的迅速发展,电子商务和物流配送的矛盾有了一定缓解,但仍不能做到像实体店购物一样一手交钱一手交货,便利性商品的销售尤其如此。

另外,随着电子商务的发展,大多数商品在电子商务平台的销售效果较好,但一些较难配送的货物如家具、电器、汽车、家居建材等,虽然一些品牌推出了电子商务渠道,但这类商品,仍需要建立自己的实体店作为展示中心、物流配送中心和服务中心的功能。

## 二、连锁零售业与电子商务结合的必要性及可行性

### 1、连锁零售业与电子商务结合的必要性

我国电子商务近年来进入井喷时期,在此环境下消费观念和消费模式正在发生变化,随着信息技术的迅速发展,基于互联网技术的电子商务进一步完善,传统零售连锁企业想要突破发展瓶颈,与电子商务相结合、线上线下协同发展是必然趋势。

### (1) 连锁零售企业开拓销售渠道的必然需求

传统商业在固定的销售地点(即店面销售)和固定的销售时间进行商业活动,但网络销售突破了实体店连锁经营的区域数量规模和门店扩张模式,消除了实体店连锁企



业在市场上的时间和空间限制。因此,网络销售与传统销售模式相比具有时空新优势,这种优势能够在更广阔的范围内更大程度地满足消费者需求,消费者的消费行为越来越倾向于基于网络销售的线上和移动终端等新的购物方式,电子商务的快速发展,使传统连锁门店的局限性越来越明显地凸现出来,而解决这种瓶颈的关键问题是能够符合消费者的消费观念和便捷的消费模式,通过与电商的融合,消费者可以通过电商平台快速获得商品及价格信息,同时通过实体门店增加体验及享受售后服务,新的运营模式既可以充分满足消费者需求,又可解除传统零售店的时空限制,扩张辐射范围,为传统连锁零售店开拓新的销售渠道,开拓新的市场。

### (2) 降低成本,提升效益的需要

传统企业的经营必须有一定的物资基础,电子商务基于互联网综合运用信息技术,将整个商业运作过程中虚拟化,节省了传统实体零售店的房租、人力等成本,并将这部分成本让利给消费者,同时也在时间、空间及交易方式上极大地便利消费者,在一定程度上改变了整个社会经济运行模式,从而提升了经济效益。

### (3) 连锁零售企业提高效率、增强竞争力的需要

传统零售企业普遍对消费者了解不深,仅仅靠整合会员信息及做简单的市场调研很难充分捕捉消费者特征,对跨业态的消费者行为分析则更加困难。而大数据的应用基于理性的科学分析,使企业能够进行精准营销,提高快速应对能力,建立大数据驱动的线上线下渠道的贯通,可以大大增强连锁企业的竞争优势,进而提高其经营效率。

## 2. 连锁零售业与电子商务结合的可行性

### (1) 电子商务的政策发展环境日益优化

随着电子商务的强力推行,各级政府如商务、工商行政、邮政等部门相继出台了一系列政策法规,从标准、技术、制度、网络交易环境等各方面予以规范和扶持,推动电子商务快速健康发展。

### (2) 互联网及移动支付迅速发展

中国互联网发展报告显示,2014年底,我国网民数量近6.5亿人,互联网普及率达到47.9%,其中网上支付的用户规模达到3.04亿,网民使用网络支付的比例为46.9%,接近半数。同时报告还指出,手机网购、手机支付和手机银行等移动商务应用用户年增长分别达到了63.5%、73.2%和69.2%,移动互联网的普及也让网络购物体现出新的面貌,带来新的增量。随着普及率的进一步提升,电子商务尤其是移动互联平台拥有规模较大的潜在用户群体,为传统连锁零售行业进军电子商务提供了广阔的平台。

### (3) 电子商务发展的相关配套建设日益成熟

快速发展的网络购物给物流行业带来了良好的发展机遇,大批第三方物流企业尤其是快递公司发展壮大,阻碍电商发展的物流瓶颈逐渐疏通。同时随着信息化水平的提高,网络基础环境逐步改善,网络支付安全性不断提升,电子商务企业发展势头迅猛。

## 三、电子商务环境下连锁零售业可持续发展的应对之策

通过以上分析,虽然连锁零售业仍有较强劲的发展势头,但在电子商务迅速发展的竞争压力下也表现出诸多问

题,为了引导中国连锁零售企业管理走上健康发展的道路,需要结合企业自身的实际情况并准确分析市场,根据市场的内在规律和连锁零售业的发展规律,探究可持续发展的对策。

### 1. 整合资源,线上与线下销售相结合

淘宝、京东等电商发展的现实告诉我们,我们正生活在网络时代,人们的消费模式发生了巨大变化,传统的连锁零售企业需要跟上时代的步伐。新兴电商有着先天的技术优势,利用大数据为精准营销提供基础。传统零售商应积极尝试大数据营销,提升转化率,对线下会员信息采集与个性化推荐的应用,从而打通各业态之间、线上线下之间的信息隔阂,实现精准营销。

虽然短期内电子商务对传统零售渠道确有一定的影响,但从长远来看,电子商务是强迫连锁零售企业进入“未来”的工具,建立电子商务营销团队和系统并早期触电是传统连锁零售企业减小电商冲击、实现可持续发展的必然选择,连锁零售企业应该充分利用其线下品牌的影响力及网购注册用户的消费数据,获取网购偏好人群,进行线上线下的扩张与整合,打造无缝对接的全新的消费体验。

### 2. 布局移动平台

对于连锁零售企业尤其是超市等业态类型来说,移动支付为节约交易时间、提高运营效率提供了一个思路,传统零售企业应顺应潮流,加强在移动端的布局与推广,尝试支付宝和微信等移动支付的线下支付渠道,聚拢消费者,积极培养用户移动端使用习惯。同时,在大数据时代,智能终端的使用可以帮助传统连锁零售企业进行消费者信息的收集,使其充分了解消费者,分析消费者购物偏好,以实现精准营销。

### 3. 差异化经营,对线下渠道进行精细化管理

通过扩张店铺数量及区域覆盖达到规模化经营是连锁零售企业的优势所在。这种优势的形成,意味着连锁经营不仅建立了消费者的品牌影响力,同时也建立起了良好规模采购优势,即与品牌制造商和供应商的供应关系。对已占有一定的市场份额、管理模式成熟的连锁企业,关键不是新增分店的数量,而是提高单店经营质量和销售额,所以单店的精细化管理是特别重要的。连锁企业一个非常重要的核心竞争力就是“品牌”,提升新老客户的品牌意识、注重新产品的开发、提高客户服务质量和品牌,是精细化管理的关键。

总之,连锁经营与电子商务结合,充分整合资源,采取线上线下协同发展是一种双赢的模式,与网上购物平台联盟做好网上购物,同时实体门店也发挥优势,满足消费者的购物体验,既有效解决了一直制约电子商务发展的物流瓶颈,也拓宽了传统连锁零售企业的销售渠道,提高了其竞争优势,实现了连锁零售企业的可持续发展。

## 【参考文献】

[1] 方名山:连锁经营原理[M].北京:高等教育出版社,2008.

(责任编辑:柯秋萍)