

et 网上投稿

et 网上订阅

录用查询

汇款查询

杂志栏目

● 经济研究

● 西部大开发

● 改革探索

● 新观察

● 理论经纬

● 三农问题

● 热门话题

● 企业论坛

● 区域经济

● 财经论坛

● 对外开放和贸易

● 综合论坛

● 经济全球化

● 产业集群研究

● 社会主义劳动理论探讨

● 面向21世纪的中国经济学

论文正文

我国电子化无店铺零售业的现状与趋势

上传日期: 2007年9月12日 编辑: 现代经济编辑部 点击:310次

杜家富

(江中高邦制药, 安徽淮南 232001)

作者简介: 杜家富, 男, 汉, 安徽淮南市人, 江中高邦制药(淮南经济开发区)工程师, 从事管理与经营工作。

摘要: 电子化无店铺零售业有着独特的竞争优势。我国电子化无店铺零售业在快速发展的同时, 出现许多问题亟待解决。随着支付条件、物流、信用制度等条件的不断完善, 我国电子化无店铺零售业将向更高的层次发展。

关键词: 电子化; 无店铺; 零售业

Abstract: The electronic non-shop retail sales have its unique competitive advantages. Many problems came forth with the speedy development of the electronic non-shop retail sales in our country. And it will grow into higher levels with consummating of terms of payment, logistics and credit systems.

Key Words: electronic; non-shop; retail sales

电子化无店铺零售业是一种典型的B2C(business to consumer)电子商务方式。它通过互联网为厂商和顾客提供双向互动式的信息交流, 开辟了新的交易平台。消费者可以浏览网上的商品目录, 比较、选择满意的商品或服务, 通过互联网下订单, 通过网上付款或离线付款、卖方处理订单、网上送货或离线送货, 完成整个购物过程。电子化无店铺零售既是商业经济发展到一定阶段的产物, 也是顺应新的消费需求和技术进步的必然结果。与传统的百货商店、连锁超市、大卖场、便利店等有形商铺相比, 电子化无店铺零售业态具有一定的先天优势。

一、电子化无店铺零售业的竞争优势分析

1、库存费用减少, 商业成本较低。

首先, 相对于使用多个存货集散地的多店铺零售商而言, 电子化无店铺零售商购买的商品只须运到一个存货地点, 不需要使用多个存货集散地, 也不需要承担大量的运输、保险和保管费用。其次, 与有形商铺相比, 电子化无店铺零售商需要的安全贮备量较低, 库存资金占用减少, 存货周转率较高。在信息化程度很高的时候, 零售商能够直接访问供货商的库存, 然后发布商品信息, 收到订单以后, 通知供货商直接发货, 实现零库存。再次, 电子化无店铺零售商无须像传统零售商那样为销售大量的商品而建立大量的基础设施。信息的共享性增加了商品的展示空间, 使信息商品的边际成本趋于零, 音像制品、计算机软件等边际成本趋于零的商品, 都十分适合在网上销售。

2、购物非常便利, 能够提供个性化的产品和服务。

借助互联网, 电子化无店铺零售商摆脱了时间和空间的限制, 能够提供大量的产品, 并标名物品类别、基本信息介绍、产品的各种参数、产品的外观图片与价格, 专家点评和消费者反馈, 方便顾客选择。消费者购物可以不受时间与空间的限制, 能在一天的任何时间登陆网络, 寻找所需商品。挑选产品只是在点击键盘之间完成。

电子化无店铺零售商能够做到天天更新目录, 商品价格可以根据市场行情天天改变, 在不增加太多成本的情况下, 能够提供查询服务和定制化服务, 提供个性化的产品和服务, 满足顾客的个性化需求。这种迅速转变的能力是电子化无店铺零售商的一项重要竞争优势。

但是, 顾客在购买商品后, 必须等待一段时间以后才能收到所购买的商品。因此, 顾客等待时间成为影响电子化无店铺零售业服务质量的重要因素。如何快速响应顾客需求是电子化无店铺零售业发展必须要解决的问题。

二、我国电子化无店铺零售业的发展现状

近年来, 我国无店铺销售发展迅猛, 在整个零售业态中, 无店铺销售的营业额已占零售总量的10%, 其中电子化无店铺零售业的发展最快。中国互联网络信息中心(CNNIC)公布的一项最新调查结果显示, 2005年, 我国电子商务交易总额累计达到6800亿元人民币, 同比2004年增长了41.7%。在全体互联网网民中, 半年内购物次数超过4次的人比例占到了47.6%, 网上购物者半年内累计购物金额达到100亿元。

图1 2001~2005年中国电子商务市场规模

数据来源: 第16次中国互联网络发展状况统计报告。

虽然我国电子化无店铺零售业的发展速度较快, 但是, 目前行业整体规模和业内企业的规模均较小。一些亟待解决的问题制约着该行业的发展:

1、支付方式。

随着银行卡支付在中国银行、招商银行、中国建设银行等金融机构逐步实现，我国电子支付状况得到较大改善。根据CNNIC的最新统计报告显示，银行汇款、邮局汇款、网上支付、货到付款和手机支付的比例分别为16.6%、10.9%、48.4%、23.3%和0.3%。网上支付的比例较前两年有了较大提高。但是，由于商家与银行利润分配问题和网络安全支付方面的技术问题，并没有得到很好的解决。现金流仍是制约网络购物的问题之一。

2、物流技术和物流网络。

除了在线电影、在线软件等少数商品之外，绝大多数商品都会涉及配送问题，都需要物流技术和物流网络的支撑。解决好物流问题，不仅可以降低物流成本，增强价格竞争优势，缩短消费者等待时间，还可以增加客户对电子化无店铺零售业品牌的认知度和忠诚度。

CNNIC的统计资料显示，有近半数的网民进行网络购物的原因是为了“购买到本地没有的商品”。这要求电子化无店铺零售业开展全国性网上售物服务和建立全国范围内的物品配送系统。目前我国电子化无店铺零售业规模较小，还无法建立或支撑一个全国性的物流系统；同时，缺乏合格的、全国性的第三方物流的有力支持，服务质量得不到控制，我国电子化无店铺零售业面临快速响应商品运送和退货的困难，商品短缺、送货延迟或数量不对的问题经常发生。这制约了电子化无店铺零售业竞争优势的发挥。

3、商业信用与社会信用。

商业信用与社会信用的缺失问题已经成为我国电子化无店铺零售业的软肋。近两年，针对网上购物的投诉激增，消费者投诉的焦点主要集中在所购买的商品不能按时送达、商品质量欠佳、商品和广告宣传严重不符、经营者不履行售后服务条款，拒绝兑现有关无条件退货的承诺等。由于电子化无店铺零售涉及消费者、邮政部门、经营者等多个环节。一旦发生纠纷，消费者的投诉成本高，处理周期长，问题解决也相对繁琐。

4、行业内同质化竞争严重。

目前，我国电子化无店铺零售商大多复制亚马逊模式，实行“大而全”的销售策略，运作方式和盈利模式相似，企业过分地关注价格，以单纯的价格比拼争夺市场份额。在并不十分成熟的市场上，价格战完全打破了市场平衡，不但减少了行业内企业的盈利空间，而且减弱了企业对其他环节的关注程度。

根据第16次中国互联网络发展状况统计报告，在购物网民中，分别有超过15%的人购买过服装和生活家居用品，这表明我国电子化无店铺零售市场已经从书刊、影像制品及电脑数码产品为主向一个多样化的消费者市场发展。因此，我国电子化无店铺零售商应该充分发挥行业的竞争优势，以多样、快速、时尚的销售策略取代单一的价格比拼，推动行业的健康发展。

三、我国电子化无店铺零售业发展趋势

根据CNNIC第十六次中国互联网报告，至2005年6月30日，我国网民数已达到10300万，仅次于美国，居世界第二位。互联网已经从单一的行业互联网发展成为深入我国各行各业的社会大众的互联网。互联网方面迅速发展为我国电子化无店铺零售业提供了潜力十分巨大的市场。

2005年4月1日正式实施的《电子签名法》和中国人民银行2005年10月30日向社会公布的《电子支付指引(第一号)》，为电子化无店铺零售业的发展提供了法律基础和政策依据，增强了交易双方的信任度，必将推动我国电子化无店铺零售业向更高的层次发展。

1、有店铺零售业与无店铺零售业进一步融合。

电子化无店铺零售业的出现，使得同一种商品由专门零售商通过不止一个分销渠道销售，形成“双重分销”。消费者在互联网上寻找合适的商家与商品，虽然可以借助搜索引擎、分类目录等手段，但进行网上购物时，由于交易双方不见面，也导致直接的信息交流减少，消费者较难判断商品信息是否真实，性能和质量是否和商家提供的一致，因此网络在减少信息搜寻成本的同时，却大大增加了信息真伪评估成本，也在一定程度上妨碍了网上零售的深入。网上和离线的结合，为消费者提供了新的购物方式。为了提高商业销售信誉，电子化无店铺零售企业将更多地与百货、超市和专业店联手，把无店铺销售与店铺销售结合起来，优势互补。例如，亚马逊公司从单纯的零售商发展成为“零售平台”，与多家传统零售商合作经营网上商务。一些世界著名零售商正在发展一体化运营业务，如传统零售业巨头沃尔玛、凯玛特也已宣布分别与美国在线及雅虎合作，依托其著名的品牌、强大的资金实力和完善的后勤系统，积极向电子化无店铺零售业渗透。

2、电子化无店铺零售业将向互动式电子化无店铺零售业发展。

对于电子化无店铺零售业这种新型的分销渠道而言，更高效率的顾客信息和更短的传递时间是最重要的。随着支票付款方式的广泛推广和常规银行交易的成熟，电子化无店铺零售业将向互动式电子化无店铺零售业发展。互动式电子化无店铺零售业是一种更加灵活、更佳经济的邮购零售方式，能够用更优惠的价格、更详尽的商品说明销售更时尚的商品。

参考文献：

[1] Ranjay Gulati and Jason Garino. Getthe Right Mixof Bricks & Clicks. [J]

Harvard Business Review, May-June 2000.107~114

[2] Albrecht Enders and Tawfik Jelassi. The converging business model of internet and Bricks and mortar retailers [J] European Management Journal, October 2000.542~550

[3] 刘耘.对我国网上零售发展面临问题的探讨 [J].江西社会科学, 2002; (6)

[4] 张悟.羊城无店铺零售业悄然崛起 [N].市场报,2004-9-14

[5] <http://www.fzen.com.cn/fzwb/20041119/GB/fzwb^8511^^wbd01002.htm>

[6] 第16次中国互联网络发展状况统计报告.http://tech.tom.com/zhuanti/cnnic_report16/

版权所有:《现代经济》编辑部

E-MAIL:mej@vip.sohu.com 电话: 0898—68928581 传真: 0898—68919810

地址: 海口市龙昆北路24号龙园别墅D1栋 邮编: 570105