

首页 >> 工商管理

动脑筋“粘住”线上消费者

2020年03月26日 13:41 来源: 经济日报 作者: 姚进

字号

打印 推荐

随着城乡物流配送体系不断完善、互联网特别是移动互联网普及率日益提高,以及网购用户数量持续增多,我国网络零售规模稳步扩大,对零售市场的拉动作用不断增强。企业需要将保证质量、严控品质放在首位,为消费者提供更好的购物体验。线上消费要更好地满足消费升级需要,也离不开政策支持和环境打造

为应对新冠肺炎疫情带来的不利影响,零售及餐饮企业积极开拓线上业务。相关外卖平台数据显示,1月26日至2月8日期间,采用“无接触配送”订单占总订单量的80%以上,且每一单外卖都使用“无接触配送”服务的用户占到66%。今年1月份至2月份,全国实物商品网上零售额同比增长3.0%,占社会消费品零售总额的比重为21.5%,比上年同期提高5个百分点。

这一逆势增长看起来出乎意料,实则在情理之中。近年来,随着城乡物流配送体系不断完善、互联网特别是移动互联网普及率日益提高,以及网购用户数量持续增多,我国网络零售规模稳步扩大,对零售市场的拉动作用不断增强。据测算,2019年实物商品网上零售额8.5万亿元,比2014年有统计以来增加2倍以上,对社会消费品零售总额增长的贡献率超过45%。疫情在客观上进一步促进了线上消费快速发展,使其成为消费市场增长的重要推动力。

虽然疫情对消费领域的冲击较大,但这一影响是暂时的。当前,我国整体消费向服务消费升级,商品消费向中高档升级,服务消费向提质增效升级,线下消费向线上线下结合升级。总体来看,国内市场内部需求增长较快、持续成长性好、带动能力强,消费升级趋势不可逆转。在这一趋势下,线上消费要更好满足消费升级需要是题中应有之义。

疫情发生以来,由于在线消费对到店消费的替代率提高,市场主体为适应市场变化,推进线上线下融合发展的意愿增强,客观上推进了我国消费品市场转型升级和供给结构优化的步伐。从需求端来看,疫情强化了消费者线上购物的习惯,从而为疫情过后线上消费创新发展奠定了需求基础;从供给端来看,疫情也进一步促进了供给端零售新模式、新业态的出现,促使线上供给端能够更好地满足消费升级需要。

下一步,如何巩固这种供给端与需求端“双升级”格局,让两端相互促进,从而与线上消费未来增长形成良性循环?

对于企业来说,要抓住市场机遇,除了加快线上线下融合发展之外,提供更高品质的商品与服务是非常重要的创新方向。质量是企业的核心竞争力,诚信为本是企业持续发展的生命线,在转向线上经营的过程中,企业需要将保证质量、严控品质放在首位,为消费者提供更好的购物体验,在“粘住”顾客上多动脑筋、多想办法。如此,即便是在疫情过后,这种增长依然可以持续。

线上消费要更好地满足消费升级的需要,也离不开政策支持和环境打造。近日出台的《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》再一次聚焦改善消费环境、破除制约消费的体制机制障碍、提升消费领域治理水平、更好满足人民群众消费需求,从市场供给、消费生态、消费环境等方面综合提出19条具体举措,促进消费扩容提质、加快形成强大国内市场。

作者简介

姓名: 姚进 工作单位:

分享到:

转载请注明来源: 中国社会科学网 (责编: 闫琪)

