

电子商务与实体店结合现状与发展趋势

金莹 崔基哲* 通讯作者

(延边大学 经济管理学院 信息管理与信息系统, 吉林 延吉 133002)

The Status Of E-commerce And Physical Stores In Conjunction With The Development Trend

JinYing Cui Jizhe*

College of Economic and Management, Yanbian University *Corresponding Author: cuijizhe@gmail.com

摘要:随着电子商务的发展,网络购物的人群增加,逐渐赶上实体店的销售与之平衡。人们消费趋势倒向网络购物,网络购物的便捷性、广泛性和不受区域影响的购物模式给实体商务带来巨大影响。导致市场上恶性竞争价格现象,关于电子商城和实体共存,针对这种现象,文章对电子商务是否能与传统商务共存、顶替问题全面的分析,针对其产生结果、趋势,提出了有效的解决方法和建议。

关键词:电子商城;实体;网购;共存

Abstract: It balances the store's sales that online shopping population increase is gradually catching up with the store's sales with the the rapid development of Chinese Internet. People's consumption trends are moving to online shopping with the development of E-commerce. With online shopping's convenience and extensiveness, the shopping patterns that don't influence people's consumption at any time and any place suffered a tremendous affect to the traditional business. For this phenomenon, this paper systematically analyzes if E-commerce and Traditional Business can coexist and replace on the market, I proposed effective solutions and recommendations for its produce results and recommendations for its produce results and trends.

Keywords: Electronic mall, Entity, Online shopping, Coexistence

随着网络的快速发展,科技的不断进步,网购也迅速的普及形成了新型的商务模式。电子商务的发展不同于传统商务,主要平台是网络,最能体现的方式是网络购物。网络购物是通过互联网检索商品信息,并通过电子订单发送购物请求,然后填写个人信息(银行信息和物流信息),厂商通过物流的方式发货。国内的多数付款方式是款到发货,或交易担保(支付宝、财付通等)。

网络购物目前出现很多种形式,品牌直接设立网站并销售、淘宝集中卖家平台、专业纵向网络商城(如化妆品网络商城)、品牌折扣网络商城(如唯品会等)、团购网、一站式购物网络商城等形式。

本文拟在前人研究的基础上,对电子商务中的针对 B2C (Business-to-Customer) (商家对顾客) 和 Cto C Customer-to-Customer (顾客对顾客) 类型与特性其所产生的双方发展趋势问题与解决对策作分析,以求抛砖引玉之效。

1 网络购物的网络商城基本类型

1.1 专业型

专业性强的纵向网络商城,但缺乏广泛性,例如,某一大类商品为主要经营品种,服务于特定的消费人群。例如,家电超市、药品超市、家私超市、手机超市、办公用品超市、肉制品超市等。

1.2 服务型

服务型网站是以服务为主体的网络商城,分类以行业门户网络商城、综合应用服务、专业建站服务、企业自助建站为主的网站是以服务为主的网络商城,整体为服务型模式。

1.3 综合型

综合型网络商城也被称为一站式购物 (One stop shopping),是指在一个网络商城就能购买到衣、食、住、行各个方面的商品及服务。也被称作非专业型网络商城,是指经营的商品名目繁多、品种涵盖范围广,服务的对象为广大的消费人群,主要是满足于消费者一站式购物的需要,例如家乐福、沃尔玛、卜蜂莲花、麦德隆等。

1.4 团购型

团购 (Group purchase) 就是团体购物,指认识或不认识的消费者联合起来,加大与商家的谈判能力,以求得最优价格的一种购物方式。根据薄利多销的原理,商家可以给出低于零售价格的团购折扣和零售购买不到的优质价格服务。团购是一种新兴的电子商务模式,通过消费者自行组团、专业团购、商家组织团购等形式,提升客户与商家的议价能力,并最大限度获得商品让利,引起消费者及厂商、甚至是市场关注。

2 电子商务与实体店的特性 (优缺点)

电子商务与实体店的结合是必然的产物,电子商务 (网络购物) 特性优点是电子商务的便捷性,时间和金钱的节省付款安全问题和电子商务法律方面的健全是传统实体所带有的弊端。实体所拥有的确保购物的保障、支付风险、物流配送及售后是电子商务没有的优

点。电子商务与实体拥有互补的特性,也会促进两者的合作。

2.1 电子商务优点 (实体店的缺点)

2.1.1 电子商务便捷

电子商务作为一种新型的交易方式,随时随地不受时间限制的下订单或取消订单,可以缩短购物所需时间。确定目标之后可以在同一平台比较价格、性能、日期等在短时间内可准确查找所需产品,无需在市场中寻找,购物提高效率。种类齐全跟现今物流的发展足不出户就可以收到所需商品。

2.1.2 电子商务的节省

在线商城被消费者接受的最主要原因之一是比实体店价格优惠,因为网络销售的门槛低,无需大量库存、租用昂贵店面、进货渠道比较简单,所以同一件商品在网上就会比实体优惠很多。

2.1.3 电子商务安全方面

现在网上交易系统逐渐完善,网上银行相对提高防范安全系数增加。第三方平台 (如支付宝等),保证了支付的钱有迹可循,保证了产品不满意的退货保障。

2.1.4 法律的健全

网络购物客户群体利益有了法律的保障。2013年3月15日,新版《消费者权益保护法》(以下简称“新消法”)将正式实施,届时,网民网购商品七日内无条件免费退换货,将成为强制性规定。除消费者定做的、鲜活易腐、数字化商品、交付的报纸期刊以及根据商品性质不宜退货的商品除外。^[1]

2.2 电子商务的缺点 (实体店的优点)

2.2.1 电子商务误差

网络购物,只凭借介绍和图片来判断商品。难免会产生图片的色差或文字表达的差异。

2.2.2 电子商务试穿

关于不能试穿等问题方面,网络试衣间^[2]是为客户所设计的一款在网上也能试穿的软件,但因品种不能及时更新,试穿效果差而不被广泛流行。从2007年开始进行的活动到现在也不被大多数消费者认可。

2.2.3 网络支付风险和诚信

目前各大银行虽已完善支付系统,但仍然有漏洞和信息曝光的风险。电脑中木马或在公共网络上网。

不能保证客户在网络购买的商品是正品,因为只能看到图片,对商品真伪很难判断。

2.2.4 配送及退货

现如今物流已经在飞快的发展,全球都很方便,但是毕竟还是有时间差,不会像实体店快速的拿到货品,急用商品、保鲜、对温度有要求的商品不方便在网络购买。

退货时间较长,正常收到货,不满意在退回去、审理,需要花上

浅析新形势下的铁路设备管理

赵博

(内蒙古集通铁路(集团)有限责任公司计划统计处,内蒙古 呼和浩特 010050)

摘要:结合新时期铁路企业改革发展的实际,通过对传统的铁路设备管理工作存在问题的分析,提出了新形势下的铁路设备管理模式,从设备管理意识、设备前期管理、设备基础管理和设备管理奖惩机制等方面进行了详细的阐述,并对未来铁路企业的设备管理的发展方向进行了展望。

关键词:设备管理;铁路;改革发展

随着党的十八大的胜利召开以及《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》的出台,铁路企业的改革步伐正在以前所未有的规模和速度向前迈进。在这个改革过程中,铁路作为一个传统行业其特有的管理模式必将发生翻天覆地变化,其中一个重要的组成部分就是设备管理。如何在新形势下做好铁路设备管理工作,使其在与时俱进、不断适应市场变化的同时,更好的为运输安全生产服务,就成为影响铁路改革与发展的重要因素。

1 传统的铁路设备管理中存在的问题

传统的铁路设备管理的目标仅仅是围绕保证设备在最大程度上保持完好,能够正常使用,用以维持日常生产。从某种意义上讲,传统的设备管理是一种固化的常态管理,也是一种粗放型的管理。它既不考虑设备的相关经济指标,也不参与设备前期的选型购置等阶段,仅仅单纯是为了满足现阶段的生产要求。随着铁路现代化的不断深入,传统的设备管理在不同方面不同程度上存在制约企业发展的问題。

1.1 对设备管理工作的重视程度不足

很多基层单位在面对设备管理的问题上只是理所当然的认为设备只要能、不耽误事就行;出了问题就赶紧修,尽快能用上就行。这种对设备管理工作只把设备的使用现状作为设备管理主要内容,仅仅依靠整天盯现场、抓现场、保现场的被动设备管理手段,直接导致了生产一线职工、基层单位甚至上级机关对设备管理工作的

重视程度不足,开展设备管理工作的积极性不高,更谈不上在日常管理的基础上创新管理。

1.2 设备前期管理空缺

设备管理是设备规划、编制、选型、购置(设计、制造)、安装、调试、验收、使用、保养、检修、改造、调拨、报废、更新等全过程实行的统一管理。在设备的前期管理中,往往只注重设备的购置和安装,而对设备的规划、编制和选型等工作还缺乏足够的重视,管理方法浮于表面。同时,在设备购置阶段的各项工作也都不够细致,直接导致出现盲目购置、重复配置、资产存量、设备闲置率高等问题。

1.3 设备基础管理薄弱

设备基础管理的主要内容包括制定与设备使用维护相适应的管理制度,对设备的使用、维护、修理以及技术资料、基础台账进行管理,及时掌握设备的使用状况、数量、技术状态、分布情况、设备动态和设备维护修理人员等基本情况,完成设备的履历、设备的检维修计划、设备检查鉴定评定等工作,对设备入固资、调拨、封存、报废等情况进行鉴定并按照管理制度办理相关手续等。因设备故障而引起安全事故,尽管事故原因有很多,但查到底都是因为非常具体的管理工作细节的疏忽,这正是日常基础管理工作中存在的薄弱环节,成为了事故发生的安全隐患。对设备基础管理工作的忽视与放任,形成了事故分析与防范的“头痛医头,脚痛医脚”的畸形体制,是设备安全管理的弊端。

比成长购物两倍的时间处理退货。

2.2.5 电子商务的售后

网购电子产品或者皮革之类需要定期维护的商品的时候虽说全国联保,但是在当地的专柜很难享受到售后,必须要把商品发回原来的卖家来修复、维护,要比正常在实体购买的商品售后需要更长的时间。

3 电子商务对实体的影响

不可否认,网络购物的日益发展和强大的渗透力和影响力,非常迅速地传播流行。但现在,网络购物的影响了市场经济,是零售总额超过5%,对实体店产生了莫大的冲击。

虽然说网络购物给我们的网络世界带来了诸多的便利,但对于那些带有扰乱市场的商家行为,绝对不能漠视和纵容,必须予以规范与管理。

据统计,整个2012年中国网络零售总额超过13000亿,占国内零售总额的6.2%。根据经济学原理,当一种商业模式的零售总额超过5%的时候,就会影响到整个国内的零售总额。^[1]

在实体商务(传统零售),一件商品包含了一定的人力、物力和财力导致了实体的交易成本居高。商家被迫压价格、举行促销活动。例如,双11淘宝的大型促销,为争夺市场,广州某些商场在双十一之前举行大型促销活动。^[4]

4 解决对策

电子商务和实体的相互影响和制约双方,为更好的平衡已有的网购和实体的市场,先完善电子商城的制度是首要对策。在法律方面和电子商城主办方方面要对税收、价格调控加强力度,避免市场产生混乱。电子商务与实体的互补特性,两者合作的趋势是消费者的需求,也是市场的必然产物,也是能够共存的条件。

4.1 完善电子商城制度

对网上购物平台日益发展成为人们日常购物的主体,网络购物的盛行,导致了各个主体为利益形成无道德、无品质的模式。对于国

际贸易中的收税方面,电子商务中网购方面产生严重的逃税漏税情况,导致市场上的价格混乱、冲击传统商务(实体)的正常运行。有关政策方面里应完善,虽然目前法律正在为网络购物提出规范,但仍然使有关售后退换货方面不是很完善,直接导致购物整体体制的缺陷。一并把各个网站的管理措施逐渐完善。

4.2 实体和网购的结合

实体购物和网络购物的结合,如在实体店逛街、看色差、试穿,然后扫描二维码可以找到网店价格和商品的信息。

在商场有一个特别设置的区域,这里的服装、鞋子的吊牌上,都挂着一个二维码。拿手机扫这个二维码,就能进入商场和网购网站合作开的旗舰店,看到商品的价格、介绍等详情,并下单。

5 结束语

本文通过近几年网络购物和实体店的零售额的分析,进一步了解实体店和网络购物的趋势和利弊。探讨了当前实体店和网络购物目前两者的局势、电子商务在方便、省钱、安全、服务和售后方面提出了网络购物和实体店的趋势以及发展前景:(1)网购代替实体是必然的,目前购物趋势是网购每年占的百分比也显著提高,为了平衡市场局势,网购和实体的结合是必然的。(2)实体和网购的初步结合收到了广大消费者的认可,并且有效的提高了消费者对网购实体的认识。

参考文献

- [1]杨彦夫.网购“七日内无条件退货”将成强制性规定.荆楚网.新闻频道,2014年01月03日.
- [2]我的应用创想-Mystyle.盐科技.2014年01月10日.
- [3]电子商务对中国实体商业发展的影响.新浪商业地产.2013年08月13日.
- [4]艾修煜.大百货店赶在双十一来临前打折抢客.羊城晚报.
- [5]郭愉波,鲁莹.双十一逛街.都市快报,2013年10月18日.