

# 浅谈中国现状零售百货业线上线下互动融合的机会、经验、营销创新与发展策略

钟继伟

(四川时尚百盛商业发展有限公司第一分公司,四川 成都 610031)

**摘要:**随着经济的发展,消费者的消费理念与消费形式也跟随时代潮流产生一定的转变。微信、支付宝等电子形式的支付形式为线上购物提供了可能性,淘宝、拼多多、京东、有赞等购物软件为零售百货业提供线上购物平台。线下零售百货行业给线上贸易带来了机遇,线上贸易主要的特点是即时化、快捷化和社区化,真正意义是消费者能够足不出户就能买到自己心仪的商品,大大节约了时间成本,零售百货业线上与线下之间的交流能够推动其可持续发展。本文就中国零售百货业线上与线下的互动融合中的机遇经验销售创新方法和策略进行简要分析,旨在为推动零售百货行业的发展提供一定的基础。

**关键词:**中国零售百货行业;线上线下互动贸易融合;营销创新与发展策略

近些年电子商务发展迅速,但是仅凭线上贸易仍然存在一定的缺陷,限制了其行业整体的发展形势,因此综合考虑,线上与线下共同发展是推动中国零售行业可持续流通的重要举措。国家也颁布了一定的政策鼓励线上与线下融合,相关优质企业可以通过战略合作、合资并购等形式开展线上线下的经营,挖掘线上零售与线下零售的优势,主导线上资金流运转和便捷服务路线,推动线下服务体验模式,使顾客能够在购买的同时,感受到店内的文化储备和实物体验的精致感。

## 1 零售百货行业线上与线下互动融合的机会

相关统计数据表明 2015 年线上贸易额度占总流货币量的 10% 左右,但与此同时,贸易零售业只有线上商店也遇到了一定的瓶颈,不能够长久地占据主流市场,而且没有线下店铺品牌名气方面都会受到一定的影响,只能随着时间的推移渐渐被人们遗忘。因此,推动线上网店与线下实体店相结合,要主推精品服务,打造品牌特色。只有品牌打响,扎稳基础,才能够获得更多消费者的青睐。据统计近几年人均可支配收入逐年上涨,消费者有更多的资金可以支持自己的消费理念和消费欲望<sup>①</sup>。

这些年电子支付平台、电子商务购物平台和物流公司都为线上购物提供了基础保障,人们也渐渐适应利用电子支付的手段,更加的方便快捷,能够做到足不出户在购物平台上选取自己心仪的商品进行支付和购买,由线上商家联系物流公司打包送达,物流公司更是主推送件上门或者寄存点存放自提。线上购物又为那些平时空余时间较少,工作压力较大的上班族,提供了方便快捷的购物通道,但是对于年纪较大的消费者,没有熟练掌握购物平台的操作方法,但是他们是实体百货商店的忠实消费者,而且年长的消费者消费理念,重点在品牌质量与价格优势两个方面,结合以上市场调查,线上与线下百货贸易之间的互动融合才能够确保可持续发展,增强消费者的覆盖面,打造精品商业化口碑。

## 2 零售百货行业线上与线下互动融合的特点

### 2.1 区域化发展

现在零售百货行业具有区域化发展的趋势,某些服务行业商店可以以线下经营为主,另外开辟线上市场,服务线下实体店周围的消费者并刺激其消费行为,通过外卖或优惠券等政策吸引其到线下实体店进行购物,推动店内的消费流水,促进资金回流<sup>②</sup>。例如美食店,电影院等消费购物门店,也推出线上购物购票平台,美食店增加了外卖项目,但是配送距离有一定范围,具有区域性,电影院可以出台优惠券或者套餐等政策,消费者在网上平台看到优惠信息,能够吸引更多的人到店消费。

### 2.2 社区便利性

很多实体贸易店以全国连锁的形式开进社区,当网上平台迎来购物浪潮时,例如双十一,双十二等造成物流拥堵,很多消费者在购买完心仪的产品之后,由于下单量过大,导致商家不能及时发货,商品到达时延迟半月有余。对于此类有全国门店的旗舰店可以采用支持线下自提的形式,可以给消费者选择的权利,可以通过物流邮寄也可以选择商场自提。给予消费者一定的自主权。既体现了商家的人性化管理,又能够刺激消费者的线下消费,维护运营实体店的经济。

### 2.3 付款的便捷化

线下生产经营与线上支付购买形成了一个闭合的贸易环,线上支付后,经银行周转能够保证资金的安全,维护了消费者的权益,也为商家提供了便捷,为线上购物提供了基础的保障。由于线上支付的便捷性,很多青年人提倡一部手机走天下的生活理念,更多的人选择外出携带现金,而直接采用支付宝,微信或者银行卡支付等形式,现在很多线下实体店的支付方式也换成移动 POS、扫码支付,只需几秒钟就能够实现资金的流转,直接对接账户的转账要比现金的交易更安全。

## 3 零售百货行业线下与线上互动融合的经验

2003 年非典蔓延,很多线下实体店相继经营不善而倒闭,但是电子商务却成为黑马一战成名,成就了现在我们最熟知的网络购物平台阿里巴巴淘宝,阿里巴巴鼓励商家以线上线下共同经营盈利的方式,将线下的物品挂到网店上进行售卖,创造了很大的利润,越来越多的商家加盟淘宝成为店主。线下实体店虽然不能开业,但是线上快递运营仍然能够正常营业,刺激消费并满足消费者的正常消费欲望,也能够维持商家的经济来源<sup>③</sup>。这就出现了很多只有线下经营的商家,由于资金无法回流造成破产,但是线上线下共同经营的商家能够维持收支平衡,甚至能够赚取薄利。

零售行业永辉超市也是线上线下互动融合的成功案例,永辉超市在创办之初仅有线下实体店,由于淘宝,天猫等购物平台的出现,造成线下零售销售额急剧下降,但是永辉超市及时加盟京东,打造自营线上品牌,加开连锁店,提供线上购物模式。与时俱进的经营理念是更多的人愿意选择永辉超市,使其资金回流较快使其躲避了倒闭的灭顶之灾。零售百货中国百盛集团(Parkson),加大 O2O 的业务推广,现全国四十几家门店均已开通网上商城,增加品牌直播,从而达到顾客引流提升销售,截止 4 月底平均客流量同比已从 2 月的 10% 提升到 70%。

## 4 零售百货行业线下与线上互动融合的营销创新与发展策略

### 4.1 零售百货行业线下线上互动融合的营销创新手段分析

零售百货行业在线上与线下互动融合的过程中存在的最大问

题就是重视某一方面,从而忽视另一方面的存在,线上经营与线下经营是互补的关系,因此在互动融合的过程中,一定要考虑双方的利与弊,不能仅仅侧重于一方,会造成资金流转的偏向性,进而导致整体贸易的损失<sup>[4]</sup>。大型零售百货行业可以建设属于自己的运营电子商务平台,投入较多的资金打造线上精品平台,通过图片和视频的形式,将特色零售贸易展示给消费者,可以为提供一定的配送或者自提服务,以服务消费者作为经营理念。小型零售百货行业在维护好线下商店的基础上,建立开通电子商务信息平台,可以借助有赞商城、爱逛直播、抖音小店、美团外卖等进行区域化的线上市场开拓。

在线上与线下店铺经营的过程中,可以将线上线下的数据进行融合,分析区域化消费者的消费水平和喜好状况,不同地区的消费者消费总体情况不同,可以根据线上线下的分析报告调整地区的经营模式。将有一定吸引力的购物商品推到线上购物平台的首页进行展示,可能在一定程度上激发消费者的购物欲望,促进成交量。

#### 4.2 零售百货行业线上线下互动融合的发展策略分析

建立品牌效应,通过线上线下活动宣传品牌,按季节不同推送应季商品,以消费者的心理为前提,设立优惠活动更能够吸引消费者的消费欲望。还需要对VIP顾客进行长期的购物调查和追踪,更有利于品牌分析未来,品牌的经营发展状况为转型升级做好基础<sup>[5]</sup>。

在购物的群体中,要重视年轻群体,这类消费者能够熟练操作电子商务平台,可以针对此类消费者推出适当的优惠活动,例如满减券、赠礼等,更能够刺激其消费心理,年轻购物群体通常具有网络聚集性,可以开展优惠活动,利用朋友圈等形式进行宣传,吸引更多的消费者进店消费。另外,要加强与第三方平台的合作,例如推出包

邮服务等,拓展业务一定要与三方公司进行协商,确保高效的服务效率和服务态度,要做好最后一公里工作,在客户有需求的条件下送货上门,优质的服务能够打响品牌,也能够吸引更多的回头客。

#### 5 结束语

线上线下经济的发展在一定程度上也带动政治文化产业链的发展,线上贸易运营主张低成本高效率进行贸易,线下实体店注重服务和体验,线上线下共同宣传打造精品零售百货业。随着电子商务的逐渐兴起,越来越多的消费者倾向于线上消费,但是线下实体是线上经营的有力保障,因此线上线下互动融合能够促进零售业的发展。

#### 参考文献

- [1]袁仕海.我国百货业线上线下融合发展对策探讨[J].商业经济研究,2020(04):43-45.
- [2]刘佳璇.新零售时代南宁市传统百货业全渠道模式发展路径研究[J].商讯,2019(20):111-112.
- [3]李庆.网络零售对我国百货业转型发展的影响及对策[J].商业经济研究,2020(01):37-40.
- [4]翟金芝.新零售背景下传统百货业转型发展策略研究[J].改革与开放,2020(Z2):9-12.
- [5]谢海燕.新零售背景下百货业盈利模式创新路径与对策[J].商业经济研究,2019(11):28-30.