

电子商务综合辅导：零售企业e化的7个发现 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/250/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_250421.htm

零售业现代化和自动化的高速发展是有目共睹的。在互联网带来的这场变革中，零售业跟进速度怎么样呢？最近，易观网络咨询对国内部分大中型零售企业进行了调查，调查对象中，百货商店占42%、大型综合超市占25%、百货超市复合业态占8%、传统副食专营占7%、购物中心占9%、仓储超市复合业态占9%。易观网络咨询所作的调查，也许还不是那么完善，但可以从一定程度上反映出零售业网络营销的现状。大型零售企业是信息技术产品和网络技术应用的试验场。与医疗、金融等应用高科技不同的是，零售业这个试验场是开放的、公用的，IT企业与Internet应用商家将在大型零售企业信息化建设中大有作为。

1. 连锁企业的胜利是信息化的胜利 中国大型零售行业多种业态并存，主要有百货商店、连锁超市、仓储式卖场和复合业态。不同的业态对管理有不同的要求，超市的自动化程度比百货商店高，实施信息化的基础更好。北京、上海的大型百货集团的信息化建设在百货商店业态中走在前列。

2000年11月初，第二届中国连锁业会议公布了1999年中国零售业50强排名，并首次把连锁业和百货业合并在一起排序。结果，长期占据中国零售业“龙头老大”地位的上海第一百货降到了排名第二的位置，将中国零售业首强的殊荣让给了代表新兴业态的联华超市。联华超市有限公司目前在全国的门店已经突破了800家，今年的销售规模有望突破100亿元。信息技术的运用，使连锁企业的大规模扩张成为可能。表1 2000

年国内零售企业前10名名次零售企业业态1联华超市有限公司
超级市场、大型综合超市、便利店2上海第一百货商店股份公
司百货商店3家乐福（中国）有限公司大卖场4上海华联商厦
股份有限公司百货商店5华联超市股份有限公司超级市场6上
海豫园商城股份有限公司百货商店7三联商社专业店8上海农
工商超市公司大型综合超市9沃尔玛（中国）有限公司大型综
合超市10大连商场集团公司百货商店 如表1所示，在这前10名
中，连锁超市公司占到了一半，而百货业仅占4席。进入
前50名的企业中，百货公司占了30家，连锁超市企业达到17
家，从中国零售业50强排名看，连锁超市已经在国内零售业
中确立了领导地位。 2．17%的大型零售企业开始网络营销 互
联网的普及为零售业拓展经营网络和经营范围、改善与外界
的通讯方式带来了契机，在网络上开展电子商务是零售业信
息化的一个重要组成部分。不过，零售业实施电子商务受到
地方信息基础设施建设的约束。企业在等一个良好的信息基
础设施环境，而这个环境不是靠它自己的力量能够改善的。
基础设施跟不上，上网的费用会很高，在线顾客和在线小型
供应商的数量少，不能形成零售企业需要的经营规模。
有17%的大型零售企业开始通过网络进行营销。从研究的结
果看，这些上网企业主要集中在上海，在其他城市（包括北
京）的绝大部分零售企业还没有在网上实现成交额。一部分
企业注册了自己的域名，做简单的信息发布，这种网页形同
虚设，很少企业能够通过网络拓展自身的采购渠道和销售渠
道。 3．复合业态比百货商店起步快 从上海的抽样结果看，
接近2/3的企业2000年10月份在网上实现的成交额不足当月销
售额的5%，1/3的企业为0，个别商家接近10%。复合业态的

零售企业比单一的百货商店在网上实现的销售要高出一倍到两倍，一些单一业态的大型综合超市还没有选择网络营销方式。复合业态的优势在于统一的服务品牌下能招徕多个目标客户群，对业界出现的新生事物接受比较快。

4. 个性化商品更适合上网

2000年10月与2000年9月份在网上实现的成交额相比，增长最快的是大型百货商店，网上销售额上升了20%，说明这种业态通过网络销售商品的潜力很大。复合业态上升了10%，其中也主要来自其百货部分。这种发展趋势来自两个方面：一方面来自百货商店业态的商品结构与超市业态的差异，另一方面来自网民的构成。超市销售日常耗用品，以副食品为主，以廉价和便利取胜；百货商店销售家居耐用品，以品牌和个性化取胜。超市吸引家庭主妇，家庭主妇多不是网民。B2C研究报告与网民研究报告表明，目前上网购物的网民顾客是一群年龄在23至35之间、有一定计算机知识、思维活跃并超前于时代，生活追求新、奇、特的消费者；他们的购物理念是个性化、时尚化为特点的消费模式；他们更乐意在网上向百货商店订购居家用品。

5. 实施在线营销的限制因素

我们这里所调查的在线营销包括两个方面：一是零售企业与上游供应商之间的在线采购；一是零售企业与顾客之间的在线销售。

表2 企业自建mis系统和采用asp服务的比较

项目	自建mis系统	第三方asp托管
基本投资	10万元	10万元
pc机	5000 × 20 = 10万元	5000 × 20 = 10万元
调制解调器	5000 × 20 = 10万元	5000 × 20 = 10万元
路由器、交换机	13万元	13万元
服务器硬件	8万元	8万元
软件	8万元	8万元
磁带机	3万元	3万元
备份软件	3万元	3万元
防病毒、防火墙	5万元	5万元
mis软件（网络版）	1000 × 20 = 2万元	1000 × 20 = 2万元
累计	41万元	41万元
每月维护运行成本	2520元	2520元
需配备it技术人员	3名	3名
工薪支出	2000 × 3 = 6000元	2000 × 3 = 6000元
系统维护、升级		

、备份支出2000元 累计约为8000元项目周期一个月 5~6个月在现实中实现网络营销还有很多具体困难。42%的企业表明没有成熟的技术产品使网上和网下的商业数据顺畅地在计算机系统中直接交换，两个系统之间还离不开手工干预，影响了运行效率和费用。33%的企业表明其众多的小型供应商还不具备网上运营的条件。8%的企业还直接指出限制在于成交双方的系统不匹配，这些企业已经实现了自身网上网下系统的顺畅联接。30%的企业同时认为能够上网的目标客户还很少。8%的企业强调了商家的信用问题以及担心网上报价的合法性，这些企业主要来自西部地区。8%的企业同时表明由于人力资源不能满足需要尚未实现网络营销，这些企业主要是自己成长起来的民营零售企业。8%的企业担心消费者的接受程度，这些企业主要是从转型的仓储式商场。8%的企业对付款方式和送货问题提出了质疑，这些企业是自身没有配送体系的传统百货商店。8%的企业表示对网络营销还没有考虑，这些企业主要是租赁式购物中心。易观认为大型零售企业看重自己传统的供应链优势，可以考虑自己独立开展在线采购和在线销售。自己建网是一个巨大而持久的工程，信息技术部门和网络业务部门的建设、人才的培养是关键。信息技术更新很快，这使得设备、技术和人员素质容易落后，系统与应用不容易匹配。在系统建设、软硬件选型时，除了稳定性、安全性、可扩展性之外，要注意系统和设备的互操作性，以及对分布式计算、移动计算方面的支持。

6. ASP给零售企业带来好处

对ASP的研究显示，ASP可以帮助零售企业节省初期投入和维护费用，也能够缩短建设周期和更新周期。下表以拥有20个门店的连锁零售企业为例，初期建设节省了31万

元，每月节省运行费用5480元，建设周期缩短4~5个月，如表2。

7. 致力于中国零售业的ASP 在中国，为零售业或商品流通业提供ASP服务的商家在近期发展迅猛。2000年10月27日，新中商网开通，声称有信心迅速成为国内零售行业首屈一指的权威性B2B电子商务平台。新中商网以为零售领域内供需双方提供供应链管理（SCM）服务为切入点，通过实现与各零售商现有计算机管理系统（MIS/ERP）的通用无缝连接，创建涵盖零售商与供应商信息的大型数据库系统，将企业“拉上网”，而最终搭建一个超级B2B电子商务平台

（eMarketplace），为用户提供电子交易、供应链管理、市场分析、信用评估、网上支付和物流配送等服务。这些服务对于位居零售业上下游两端的供应商和采购商意味着使他们从单纯的买卖关系转变成合作伙伴关系。新中商网的经营思路很明确，先从ASP入手，降低企业进入电子商务的门槛，等商店、厂家数量足够充实后，转而形成电子市集，让巨大的买方（采购商）市场来拉动卖方（生产商）市场；反过来，丰富的卖方市场信息可以令采购方在降低成本中有更多选择。就在同一天，北京网商世界电子科技有限公司发布商品流通业供应链管理服务解决方案。9月份，专门的供应链服务商开启网开通。在这之前，电商网推出了连锁企业的实时运作解决方案以及大供应链同步运作的解决方案。易观认为对传统企业来说，通过ASP方式实现电子商务是切实可行的，以后的发展关键在于ASP能否不断丰富其服务内容，提高其服务质量，降低其服务价格。如果能够，ASP将成为今后电子商务的主流模式；如果不能，ASP将成为一部分企业开展B2B的过渡模式。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详

细请访问 www.100test.com