
电子商务对实体店影响研究

目录

摘要.....	1
1 引言.....	2
2 电子商务与传统商务的相关概述.....	2
2.1 电子商务概述.....	2
2.2 传统商务概论.....	4
3 电子商务与实体店的关系.....	7
3.1 实体店的经营现状.....	7
案例二：超市零售业态为例.....	8
3.2 电子商务与实体店的优劣势对比.....	8
4 电子商务的发展对实体店的影响.....	9
4.1 互联网的广泛普及是电子商务发展的必要条件.....	9
4.2 电子商务对实体店的冲击.....	10
5 电子商务如何促进实体店的发展.....	15
5.1 消费者消费行为分析.....	15
5.2 2019年消费趋势盘点.....	20
6 实体店开展电子商务的必要性.....	26
7 实体店的未来发展趋势分析.....	26
参考文献.....	28

摘 要

近年来，随着互联网经济的快速发展，电子商务模式对社会呈现出巨大的现代商业价值。作为目前最流行的商业模式，电子商务在实践应用中不断发展和完善。其影响越来越深，覆盖了各个领域。不仅规模、范围的影响大，各种平台（例如网络平台、移动电话客户端平台、物流平台、结算平台等）的各模式（例如微信营销、网络营销、秒杀模式、团购模式等）相继出现，呈现繁荣景象。另外，在金融、工程、贸易等领域也占有重要地位。电子商务的这种快速发展趋势已经对实体经济产生了很大的影响。不仅改变了人们的消费习惯，人们的消费理念也改变了。电子商务的操作呈多样性。用一台手机、一台电脑就可以完成所有的购物模式。这种方便的方法和低成本的操作费用，给实体购物的离线带来了巨大的冲击和挑战。实体店面临着各种各样的压力，正是这种压力促进了实体店的更新换代。

关键词：电子商务；实体店；影响；发展

1 引言

企业在经营过程中利用各种渠道的资源来达到自己的目的。长期经营是各企业形成独自经营模式。这种经营模式的优劣直接关系到企业的利益，影响着企业的生存和发展。随着社会的不断进步，市场和企业需要新的运营模式。现代社会的发展如此迅速，一个主要原因是“互联网”，谁都知道互联网的普及速度之快。在这个网络高度发达的时代，企业的经营模式也发生了新的变化。21世纪是网络时代，电子商务的兴起给企业注入了新的血液。电子商务和传统商业模式相比有很多优点。同时也存在很多劣势。网络购物中心越来越方便了，但与实体店的差距正在逐渐缩小。电子商务的快速发展是现代经济发展的必然结果，实体店有一定的冲击性，但不能完全取代实体店。

2 电子商务与传统商务的相关概述

2.1 电子商务概述

2.1.1 电子商务概念

到目前为止，对电子商务的定义还没有定论，人们从不同的角度对电子商务形成了不同的理解。

电子商务是指利用互联网环境进行的商业活动，关于浏览器/服务器的作用，交易双方不经意间通过网购进行不同的商业活动的消费者，客户之间的网上交易和网上电子结算，以及各种商业活动、商业金融活动等相关的综合服务都是一种新的经营模式，英文名称为 electronic commerce，简称 EC。

2.1.2 电子商务的分类

(1) 经过客户分类，电子商务可以分为四种类型。

是 啊。企业与消费者之间的电子商务，B2C。

b. 公司之间的电子商务称为 B2B。

c. 消费者之间的电子商务简称 C2C。

d. 商业和公共电子商务 (B2G 或 B2A) 。

(2) 根据是否付款,可分为以下几类。

这样就可以分为电子交易结算和电子交易结算,电子交易处理最重要的应用是网上报税、网上交易等。电子商务最重要的应用是网上购物、网上支付等。

(3) 按业务内容分类

这样一来,电子商务主要分为两类业务:一类是间接电子商务,即实物的电子订购,这种活动仍然通过物流系统将商品运送给消费者。无形商品和服务、计算机软件、数字产品和娱乐内容的在线订购、支付和交付。

(4) 按使用的互联网类型分类

根据网络类型的不同,主要有三种形式:第一种是 EDI(电子数据交换),第二种是网上交易,第三种是“局域网服务”和“外网服务”。

虽然电子商务有不同的类型,但最重要的是 B2B 和 B2C,它们的交易主要通过互联网实现。

2.1.3 电子商务的功能

电子商务提供网络交易和网络管理服务。

(1) 电子商务具有广告功能

电子商务可以通过公司的 web 服务器和用户的阅读页面在网络上传播各种信息,用户可以通过互联网上的搜索工具快速搜索自己需要的商品,此外,公司还可以通过主页、电子邮件等进行搜索。向世界发送广告。与所有类型的普通广告相比,互联网上的广告成本最低,但客户所说的广告信息确实是最常见的。

(2) 电子商务是咨询的功能。

通过电子邮件、新闻组和实时讨论组,了解市场和原材料信息,洽谈交易;通过网络视频会议进行信息交流;通过在线咨询,不受时间和空间的限制,为人们提供了更舒适的远程对话方式。

(3) 电子商务具有网上订购的功能。

电子商务可以通过互联网平台进行订购,通过网站可以看到客人直接需要的商品详情,可以通过互联网直接购物,非常实用。

(4) 电子商务具有在线计费功能。

对于电子商务来说,网络监管是非常重要的部分,现在的支付方式有很多种,典型的代表就是信用卡支付、支付宝和 wirchat 支付。

(5) 电子账户的功能

网上支付需要电子金融，银行、信用卡公司、保险公司等金融机构为金融服务提供网络运营服务。

(6) 电子商务具有提供服务的功能

我会尽快把订购的货物交给已付款的顾客，但由于原材料供应的限制，这是必要的与网上购物进行沟通。此时，一些软件将在网络中执行物流使用和传递信息服务。

(7) 电子商务具有听取意见的功能。

电子商务是问卷调查的功能，在线问卷调查的目的是寻求被调查者对销售服务的看法。

(8) 电子商务具有交易管理的功能

在整个交易过程中，它可以涉及到人、钱、物等方面。

2.2 传统商务概论

2.1.1 电子商务概念

到目前为止，对电子商务的定义还没有定论，人们从不同的角度对电子商务形成了不同的理解。

电子商务是指利用互联网环境进行的商业活动，关于浏览器/服务器的作用，交易双方不经意间通过网购进行不同的商业活动的消费者，客户之间的网上交易和网上电子结算，以及各种商业活动、商业金融活动等相关的综合服务都是一种新的经营模式，英文名称为 electronic commerce，简称 EC。

2.1.2 电子商务的分类

(1) 经过客户分类，电子商务可以分为四种类型。

是 啊。企业与消费者之间的电子商务，B2C。

b. 公司之间的电子商务称为 B2B。

c. 消费者之间的电子商务简称 C2C。

d. 商业和公共电子商务（B2G 或 B2A）。

(2) 根据是否付款，可分为以下几类。

这样就可以分为电子交易结算和电子交易结算，电子交易处理最重要的应用是网上报税、网上交易等。电子商务最重要的应用是网上购物、网上支付等。

(3) 按业务内容分类

这样一来，电子商务主要分为两类业务：一类是间接电子商务，即实物的电子订购，这种活动仍然通过物流系统将商品运送给消费者。无形商品和服务、计算机软件、数字产品和娱乐内容的在线订购、支付和交付。

(4) 按使用的互联网类型分类

根据网络类型的不同，主要有三种形式：第一种是EDI（电子数据交换），第二种是网上交易，第三种是“局域网服务”和“外网服务”。

虽然电子商务有不同的类型，但最重要的是B2B和B2C，它们的交易主要通过互联网实现。

2.1.3 电子商务的功能

电子商务提供网络交易和网络管理服务。

(1) 电子商务具有广告功能

电子商务可以通过公司的web服务器和用户的阅读页面在网络上传播各种信息，用户可以通过互联网上的搜索工具快速搜索自己需要的商品，此外，公司还可以通过主页、电子邮件等进行搜索。向世界发送广告。与所有类型的普通广告相比，互联网上的广告成本最低，但客户所说的广告信息确实是最常见的。

(2) 电子商务是咨询的功能。

通过电子邮件、新闻组和实时讨论组，了解市场和原材料信息，洽谈交易；通过网络视频会议进行信息交流；通过在线咨询，不受时间和空间的限制，为人们提供了更舒适的远程对话方式。

(3) 电子商务具有网上订购的功能。

电子商务可以通过互联网平台进行订购，通过网站可以看到客人直接需要的商品详情，可以通过互联网直接购物，非常实用。

(4) 电子商务具有在线计费功能。

对于电子商务来说，网络监管是非常重要的部分，现在的支付方式有很多种，典型的代表就是信用卡支付、支付宝和微信支付。

(5) 电子账户的功能

网上支付需要电子金融，银行、信用卡公司、保险公司等金融机构为金融服务提供网络运营服务。

(6) 电子商务具有提供服务的功能

我会尽快把订购的货物交给已付款的顾客，但由于原材料供应的限制，这是必要的与网上购物进行沟通。此时，一些软件将在网络中执行物流使用和传递信息服务。

(7) 电子商务具有听取意见的功能。

电子商务是问卷调查的功能，在线问卷调查的目的是寻求被调查者对销售服务的看法。

(8) 电子商务具有交易管理的功能

在整个交易过程中，它可以涉及到人、钱、物等方面。

3 电子商务与实体店的关系

电子商务与实体店之间存在着千丝万缕的关系，不仅互相制约，同时也互相促进发展，相辅相成。

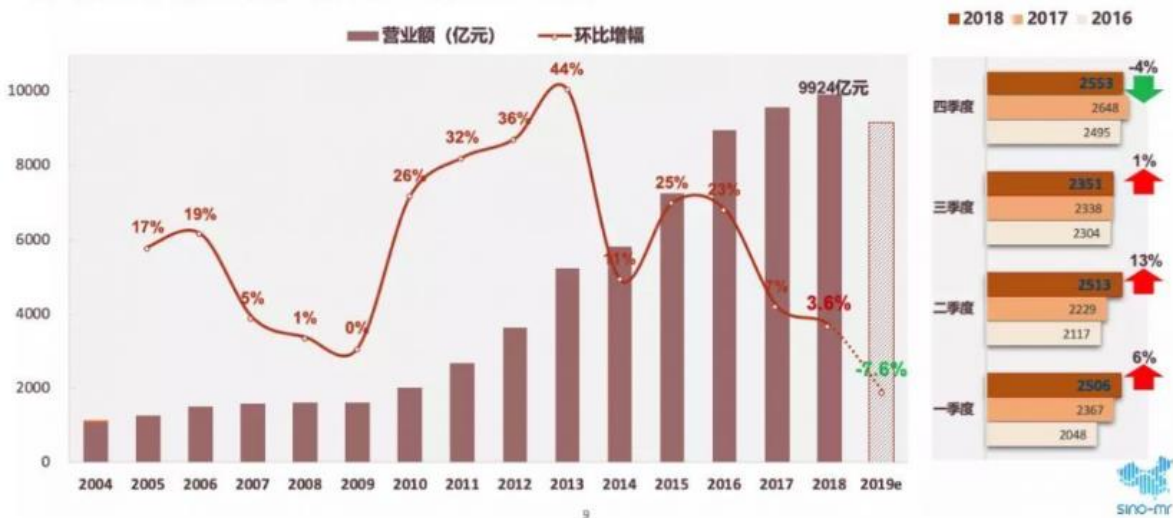
3.1 实体店的经营现状

随着电子商务的不断扩展，实体店的毛利率也在逐年下滑。线下实体店经营的基础是客流量，客流量决定了购买力。

案例一：以手机市场为例

代理商可能在本地有多个实体店，在房租和员工薪水不断上涨的环境下，多家实体店入不敷出，很多厅店已经很难坚持下去，不如关闭经营不善的店面，留下门店环境好、客流量高的厅店。关闭厅店看上去很残忍，却是大环境下及时止损的选择。事实也是如此，据统计，2018年手机销售量相比2017年下滑8.4%仅4.5亿台，同时中国手机零售店数量从2017年的30万家，下降到25万家，关店率超过20%。再加上经济形势和消费者信心指数低迷，赛诺数据显示，中国手机市场还将持续低迷，国内手机市场进入寡头时代。

图. 中国手机市场营业额规模&增幅（线上+线下，单位：亿元）



中国手机市场营业额走势

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要
下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/278102057012007007>