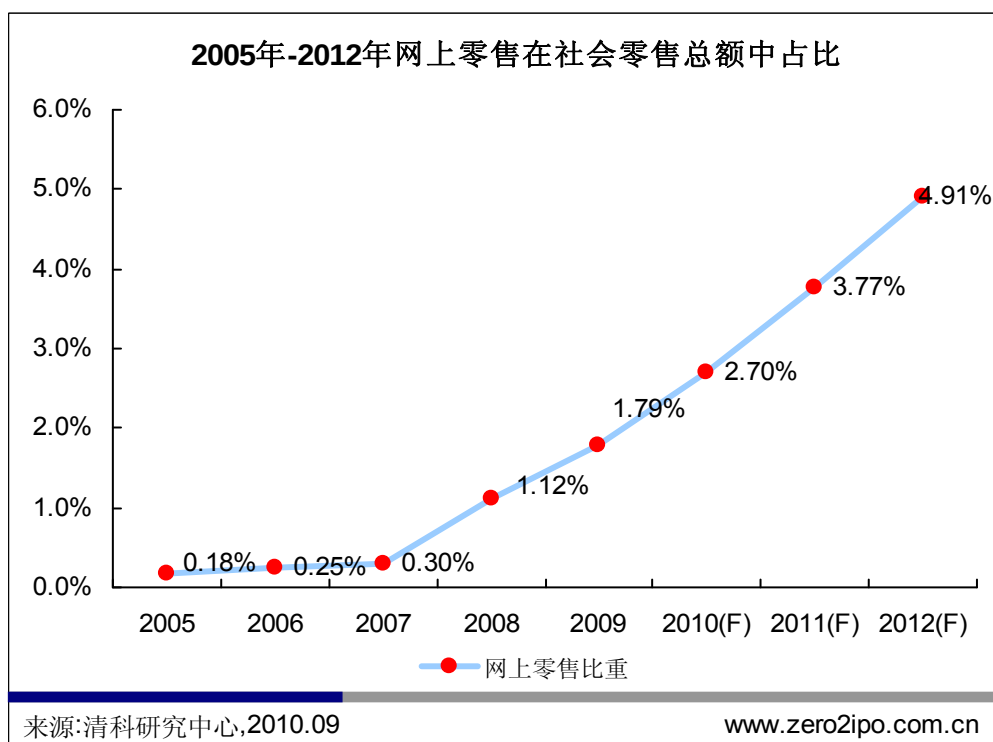


网上零售走在创意营销与精耕细作的岔路口

清科研究中心分析师 肖珺

网上零售在中国的发展已经有超过十年的历史，期间经历了商品品类的极大丰富，从图书到钻石，网购无所不覆盖；经历了产业链的日渐完善，第三方支付及物流派送系统与网购共同成长；经历了多方参与者的加入，互联网厂商到传统制造业、零售业厂商以及个人网商多路径演进。时至 2010 年，中国市场已经成长出一些具备上市条件的网上零售企业，网络渠道在零售业渠道中扮演的角色越来越重要，清科研究中心预计 2012 年中国网络零售销售额在社会零售额中的占比将达到 4.91%。



回顾网上零售业的发展轨迹，可以发现网络渠道对零售业的颠覆性改造体现在供应链、商品类型、客户关系及体验几个方面：

从供应链角度来看，渠道结构被网络零售拉薄。传统零售渠道天然的被空间距离区隔开，因此可以形成总代、区域代理层层向下的金字塔状多级代理结构，网络渠道的兴起，首先为所谓的区域“窜货”提供可能，紧接着当“窜货”难以避免，传统渠道被迫的被拉薄。此外，一些网商从诞生之初，就形成了“前店后厂”的模式，抛去了中间的各级代理。总体看来网商零

售对渠道结构的改造降低了零售业的渠道成本。

从商品类型来看，小众需求在网络渠道受到尊重。提到这一点不得不说起著名的“长尾理论”，网络提供了足够宽广且廉价的零售平台，使得原本“小众”到难以支撑起一个实体零售网点或进入实体网点销售的需求，在网络零售平台上得以满足，并且这些零散却数量巨大的小众需求带来的销售总额并不亚于畅销商品。更进一步说，网络平台在满足小众需求的同时，对小众需求的大众化扩张起到了积极的培育和推动作用。以今年中秋前夕网络热卖的月饼模具为例，地面渠道中仅在专门的批发市场有售（并不面向个人消费者），原本也仅有少量 DIY 爱好者通过 C2C 平台以及垂直类网络论坛购买，网商销售商品的同时会附带 DIY 月饼的食谱和方法供用户参考，客观上带动了月饼模具等 DIY 材料的需求增长，加上 C2C 平台适时的推动带来了小众需求商品热销的局面。

从客户关系及体验来看，自助式的购物体验使得消费过程更轻松。在超市尚不普及时，很多孩子都有攥着钱在柜台前想买一包零食却不敢开口的经历，在人际交往方式日渐虚拟化的今天，在实体网点被亦步亦趋的店员热情服务对于消费者并不一定是愉快的体验（这也是超市受欢迎的原因之一，但超市开架销售的商品门类仍然有限）。这可以从一个侧面解释为什么一些奢侈品依然可以网上热卖，除了价格方面因素以外，自助式的购物可以让消费者更加从容和自信。

然而尽管网络零售的销售额已经实现了高速增长，但是盈利仍然是困扰零售厂商的问题。网络为商品比价提供了极大的便利，低价竞销将压榨网商的利益，保持合理的利润主要通过以下两方面的努力：

一方面，与传统零售类似，精耕细作严格控制成本。供应链到商品配送的物流管理、商品的进销存管理、客户关系管理，对于自产自销的企业还涉及生产流程的管理，方方面面都需要更加科学化专业化的支持以降低成本。以物流管理为例，据相关研究数据显示，中国物流成本占比超过 10%，远高于日本的 4.8% 和美国的 7.1%，对于网络零售，由于涉及配送，其物流成本可能更高，但是合理的采购、仓储、配送规划将有效地控制物流成本，尤其是对于电器等大宗商品。

一方面，依托互联网优势，以创意营销发掘即兴消费需求。网商零售由于交易成本较低，并且可以与社区功能相结合，非常有利于激发出群体性的非理性或者非必需的消费行为。以近期大热的团购为例，这一阶段的团购已经背离了最初由团体性的需求来创造团购的流程（过去家装建材领域的团购就是这样的流程）。现阶段的团购往往是由优惠创造即兴需求，也就是说原本用户完全没有规划要购买的商品或服务，在团购优惠以及集体消费行为的热情下，创造出了消费行为。除了团购以外，淘宝上一些个人卖家的营销方式也值得借鉴，以社区的方式集合买家，对买家群体冠以特殊的亲昵称谓，并且通过适当的语言引导，让买家产

生加入群体的优越感，销售时采取饥饿营销的方式，形成疯狂抢购的“气氛”，在此气氛下，买家的理性很难控制其消费行为。

在实际的网上零售运营中，企业对于精耕细作或是创意营销往往各有侧重，标准化商品如图书、电器往往选择前者，规模效应可能使得这类企业集中度进一步提高；而选择后者的企业则更可能呈现百花齐放的局面。

关于清科研究中心

清科研究中心于 2001 年创立，致力于为大中华区的创业投资及私募股权基金、政府机关、中介机构、创业企业提供专业的研究报告和各种行业定制研究。研究范围涉及创业投资、私募股权、新股上市、兼并收购以及 TMT、传统行业、清洁科技、生技健康等行业市场研究。目前，清科研究中心已成为中国最专业权威的研究机构。

引用说明

本文由清科集团公开对媒体发布，如蒙引用，请注明来源：**清科研究中心**，并将样报两份寄至：

北京市朝阳区霄云路 26 号鹏润大厦 A 座 12 层 1203 室（邮编：100125）

联系人：孟妮（Nicole Meng）

电话：+86 10 84580476 8102

电子邮件：nicolemeng@zero2ipo.com.cn

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16465

