

## 一. 介绍电子商务

电子商务通常是指是在全球各地广泛的商业贸易活动中，在因特网开放的网络环境下，基于浏览器和服务器应用方式，买卖双方进行各种商贸活动，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。

电子商务兴起于上个世纪末本世纪初，目前其中最具有代表的就是淘宝网。2003年，淘宝网成立。至2009年，淘宝网全年销售额逼近2000亿元。2012年年中的时候，预测已经显示全年淘宝网销量有望超万亿，传统商业第一次感到巨大压力。2012年的双十一活动，淘宝及天猫销售额191亿元，比4年前第一个光棍节促销日5000万元的营业额，整整增加了400倍。2012年阿里旗下的淘宝网和天猫的总交易额已经突破1万亿元，相当于全国社会消费品零售总额的5%。

当前一二线城市的实体店铺受到互联网的强大冲击，聚客能力明显下降。为了应对网购模式的冲击，许多传统行业纷纷开展自身的网络零售业。

## 二. 理论分析电子商务对传统行业的冲击

### 1. 电子商务对传统行业经营模式的冲击

传统行业需要实体店铺的经营，商品的数量种类以及客户群体都是有限的。

电子商务面向的客户群体更广阔，不受时间空间限制。可以为消费者提供的更多样化的选择，消费者通过网络买到想要的商品，购物时间与精力大为减少。

### 2. 电子商务提高企业的经济效益

传统行业在经营过程中，产品由生产商到批发商，多级分销商，零售商，最后才到达消费者手中，使得产品的流通成本过高，时间过长。而且传统的广告营销投入较高，取得效果一般。

传统的采购工作较为繁琐，选择有限。

电子商务的出现，使得商品的流通环节大大缩减。相比传统行业大大节约了成本，从而为提升产品质量和服务质量提升了成本空间。保证了产品的时效性。网络广告的受众更广，效果更好。

电子商务可以降低采购成本，在全球范围内选取优质的供应商。

### 3. 电子商务对市场变化的反应速度更快

在传统商业模式下，当市场行情出现变化之后，信息需要层层上报，而在这个过程中很容易出现信息误报或者遗报等问题，决策人员做出相关决策之后，再逐层向下传达。这样信息传递太慢，使得企业对市场出现的变化反应迟钝。

在电子商务模式下，是一种趋于扁平化的人员编制，信息传递层级比较少，从而可以确保信息传递的真实、可靠、全面以及有效性，同时还能使其对市场出现的变化及时的反应。

更好地为消费者作出个性化的服务，提高客户的满意度和忠诚度。

### 三。电子商务对传统行业冲击的案例

#### 1. 当当网，亚马逊对传统图书零售业的冲击

电子商务的出现，以及支付系统和配送系统的完善，使得网络购物变得更加便利。近几年来，不断传出各大品牌书店接连倒闭的消息。

分析其原因：越来越多的消费者从实体店购书，转向网络购书。例如当当网，亚马逊网站等在线供应数十万种的图书，而这对于一个实体书店来说，绝对是海量数字，即使能容纳这么多图书，读者逛一次书店的体力消耗也非同小可。实体书店大都没有退换货服务，而网上购书可以在7天内进行退换。再者就是实体店受经营成本影响，大多数图书都是原价销售。而网上购书，新书都有较大的折扣优惠。

#### 2. 京东和天猫对传统家电零售业的冲击

随着电子商务的不断发展和完善，人们开始接受并喜欢上网络购物，相比传统实体零售业，网络购物更加便捷，在价格上也拥有一定先天优势，可以说电子商务的出现已经改变了人们的消费习惯，据统计，2011年家电网购市场份额为6.5%，2012年这一数字提升至12%。2013年家电网购交易额占整个B2C网购市场的份额已经达17.7%。

目前线上购买家电主要集中在一、二级市场，随着物流、支付、售后保障等体系的完善，网购成为消费者购买家电类产品时的重要选择，家电网购销售增幅将远超过传统渠道。未来三、四级市场发展空间会更大，未来随着物流、支付、售后保障等体系的完善，网购成为消费者购买家电类产品时的重要选择，家电网购销售增幅将远超过传统渠道。

#### 3. 电子商务对传统服装零售业的冲击

在传统渠道，由于品牌众多且同质化程度非常明显，电子商务这一新的渠道模式的产生，加大了服装行业的竞争。传统服装零售业的市场份额正在被逐步蚕食。愈来愈多的标准化产品转向线上销售，低价、方便、快捷的特性被更多的人接受，而传统百货卖场由于高昂的租金成本、人力成本等因素影响，在价格上无法与其抗衡。

据统计数据显示，2011年网络购物整体市场规模预计达7720.0亿元，服装网购市场规模预计将达2049.0亿元，较2010年增长达94.7%，

并在今后的 2-3 年中继续保持快速的的增长，预计 2014 年服装网购市场规模将达 5195.0 亿元，在整体网购市场中的渗透率将达到 27%。

2008-2014年中国服装网络购物市场交易规模



注：1.服装网络购物市场规模为C2C交易额和B2C交易额之和；  
2. C2C交易规模以成交商品价值总额计算，B2C交易规模以销售额计算。

Source: 综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计预测模型核算及预估数据。

#### 四。播放视频

#### 五。传统行业的未来发展方向

##### 建设企业网站

以前传统销售为主的时候可以没有自己的企业网站，如果，在互联网发展大潮的情况下，还没有自己的网站，就会吃大亏。当然，建立一个企业站不难，要建立一个不错的企业站，也是要花一番心思的。企业网站主要的作用就是展示产品，另一方面也可以展示公司的实力。现在的客户买产品，或者中间商在买进一批产品之前，都会去企业网站考察一番，这个时候企业官网就显得特别重要。

## 重视用户体验

这里说的用户体验，不仅仅是企业网站的用户体验，主要说的还是公司产品和服务。要想让客户买产品并成为忠实客户，而且帮助宣传产品和服务，这时候产品和服务的质量就必须得到重视。产品只有好用了，并且质量不错，才能得到客户的认可，才能形成口碑效应，使企业发展越来越好。面对激烈的市场竞争时，企业只要练好内功，抓住时机，照样可以脱颖而出，思科、戴尔电脑、谷歌、联想、携程网、如家连锁酒店等这些当年的小企业，如今获得的巨大成功就是明证。

## 产品不断创新

科技在发展，时代在进步。对任何一个行业来讲，以前已经有相应比较强大的公司把这个市场垄断下来了。如果你不能寻求到一些特殊的角度、一些市场、一种创新的模式或者创新的服务的形式，实际上你和一些现有的垄断者去竞争是没有任何优势的，或者说你根本就没有机会。相信，任何大企业都是从小企业一步步发展起来的，比如：新浪、百度、阿里巴巴、方正等，能发展到现在这么大的规模，可以说创新起了很大的作用。企业要想赢得更多的客户，进而使企业不断壮大，在某个行业站住脚跟，就必须重视产品的创新。

## 重视电子商务

俗话说，酒香也怕巷子深。在电子商务时代，传统广告已经远远达不到预期的效果，这时候网络营销显得特别重要。相对于大企业来说，中小企业资金没那么多，但是中小企业具有灵活的优势。网络营销是一个低投入高产出的方法，中小企业应该也有必要重视。不管是大企业还是中小企业，不仅仅要重视本身企业网站的推广，也要借助其他的营销平台。比如：①网上开店；②去本行业客户集中的地方做网络广告；③去分类信息网站发产品信息，分类信息网站有很多是免费的，这也是企业要好好利用的方法；④微博营销等等。不管用什么方法，重视电子商务对企业来说都是有百利而无一害的。

## 培养销售精英

不管是产品还是服务都要有很多人知道，并销售出去，才能体现它的价值，才能为企业带来利润。要销售出去产品或者服务，就要有人来做，这样的人也就是销售。如果每位销售都做的很好，那么公司的业绩也会飞速增长。不管是传统销售还是网络销售，很多大企业都会招一些人，专门来培养，这就可以看出好的销售的重要性。对于中小企业来说，在人员很少的情况下，如果把每个销售都能培养成精英的话，以一抵二或者更多，这将是中小企业的又一大优势。