

“互联网+”时代重庆商贸零售业发展特征与问题分析

武超茹¹

(重庆商务职业学院, 重庆 401331)

【摘要】：“互联网+”时代，零售行业该积极转型升级。文章以重庆市零售业为研究对象，发现在全国零售行业发展增速放缓背景下，重庆零售业在转型升级过程中主要存在行业企业低端同质化问题突出、经营环境有待支持与改善、缺少规模集聚特色突出的电商企业和平台等问题；并提出“互联网+”零售产业在重庆应加强产业链整合升级、营造线上线下企业公平竞争的发展环境、加快培育电商龙头企业和合作联盟等对策建议。

【关键词】：互联网+；零售业；转型升级

引言

2016年11月，国务院办公厅印发《关于推动实体零售创新转型的意见》指出，我国实体零售业发展过程中存在发展方式粗放、有效供给不足、运行效率不高等问题，新常态下受消费需求结构调整、经营成本不断上涨、网络零售快速发展等诸多因素影响，实体零售发展面临挑战愈加严峻。学术界针对实体零售创新转型进行了广泛深入地探讨，普遍认为“互联网+”时代传统商贸流通业面临新业态冲击、缺乏核心竞争力、利润不断被压缩等发展问题[1-2]，而制约地区“互联网+商贸流通”发展的因素主要体现在信息化程度低[3-4]，区域物流配送体系不健全[5-6]，缺少商贸零售龙头企业[7-8]等方面。重庆市作为中国唯一内陆直辖市，辐射西部的重要交通贸易枢纽，“互联网+”时代下，通过分析重庆商贸零售业发展趋势特征与问题，有利于厘清重庆实体零售业转型发展脉络，提高产业资源配置效率和经营决策水平，同时为全国其他内陆型省市商贸零售业转型发展提供经验借鉴。重庆与全国商贸零售业发展趋势比较

近年来我国社会消费品零售总额增速呈持续下滑的趋势(见图1)，同比增速从2011年的18.48%逐步下降到2016年的10.40%。我国社会消费品零售总额增速的下降受多种因素的影响，一方面是因为我国经济发展进入新常态，经济的高速增长转变为中速增长，要素驱动、投资驱动转向创新驱动；另一方面，电子商务迅速崛起使得传统零售商的转型发展势在必行，如何利用“互联网+”实现线上线下融合，加快发展是主要挑战，目前在零售行业还处于发展阶段。

¹基金项目：重庆商务职业学院科研课题；项目名称：重庆“互联网+商贸零售”现状研究；项目编号：2016XJKTZD4。

作者简介：武超茹(1989-)，女，山东菏泽，硕士；研究方向：市场营销。

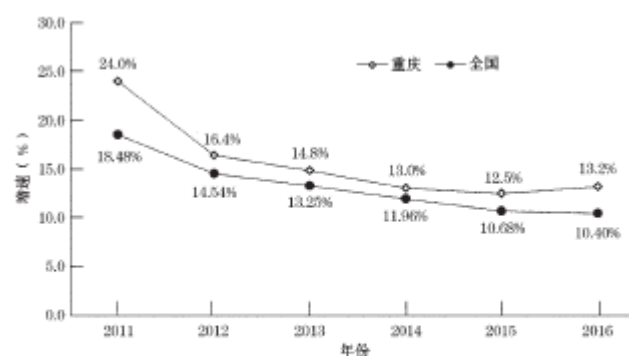


图 1 2011—2016 年全国及重庆社会消费品零售总额同比增速比较

重庆市是中国西部地区的重要增长极，城乡统筹发展的直辖市，长江上游地区的经济中心，但其集大城市、大农村、大山区、大库区于一体，一直存在经济社会发展不平衡不协调不可持续，城乡区域发展差距大，产业结构及内在联动性弱，创新要素聚集不足等问题。消费品零售是贡献重庆经济社会发展的重要组成部分，占地方 GDP 的 8.5% 左右，与北京、上海、深圳(批发零售业占 GDP 比重均超过 10%)等一线城市相比，仍具有较大发展潜力。

2 重庆市“互联网+”零售现状特征

“十二五”期间，重庆市社会消费品零售总额整体呈上升趋势，但近几年同比增速有所下降，这与全国社会消费品零售总额同比增速放缓趋势基本一致。重庆市社会消费品零售总额同比增长速度高于全国平均水平。零售业作为重庆市市场化程度最高的行业之一，其开放的环境充分发挥了市场自主调节的作用，保证重庆市零售业健康的发展。然而，2014 年以来，重庆市社会消费品零售总额消费增速整体呈现稳中有降趋势，商贸零售行业景气度仍在低位运行(见图 1)。2016 年至今，重庆社会消费品零售总额分月同比增长速度基本稳定，2017 年该指标呈下降趋势(见图 2)。传统商贸零售企业在发展过程中存在人工成本较高、经营产品同质化严重、促销方式缺乏创新、商业环境差及配套不健全等问题依旧难以解决，同时门店客流量减少、渠道竞争激烈、利润下降等难题加大了零售行业的生存压力。

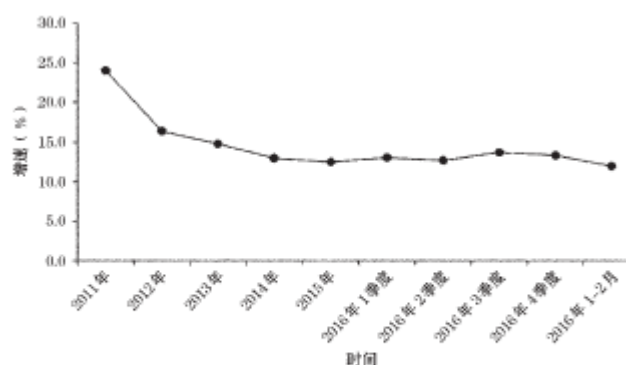


图 2 2016—2017 年社会消费品零售总额分月同比增长速度

随着互联网、家用电脑和移动终端普及，淘宝、京东、苏宁等大型电商平台发展日渐成熟，O2O 正逐步改变传统批发零售业的基本运行模式。“十二五”期间，重庆邮电业和快递行业得以快速发展。2015 年，全市固定互联网用户 696.50 万户，同比增

长 29%;年末移动电话用户 2788.78 万户，同比增长 7.68%。

同时，重庆市快递业务呈现跨越式发展，快递量和快递业务收入快速增长。2015 年，实现快递量 20525 万件，增速超过 30%，平均每人每年有快递 6.73 件。快递业务收入稳健快速增长，年增长率超过 40%(见表 1)。邮电业务和快递业务量的增长趋势，从侧面反映重庆市 O2O 电商零售业的快速发展。

表 1 重庆市快递业收入增长情况

年份	快递量 (万件)	快递业务收 入(万元)	快递量增长 率(%)	快递业务收入 增长率(%)
2012	5 498	103 427	35.14	34.62
2013	10 615	136 958	93.07	32.42
2014	13 886	201 060	30.82	46.80
2015	20 525	286 533	47.81	42.51

互联网对重庆商贸零售业的创新发展起到很强劲作用。2015 年重庆市与阿里巴巴集团签署农村包子商务建设战略合作协议，随着位于渝东北生态涵养发展区的奉节县农村淘宝运营中心和淘宝乡村服务站设立与投入运营，重庆市农村电子商务大市场拉开序幕。随后秀山、梁平、渝北等区县农村淘宝合作项目也将陆续落地，该年，重庆市农村产品网络零售额达到 55 亿元，同比增长 103%，互联网+零售迅速发展，有利于促进创新创业，增进城乡经济平衡发展。2016 年，苏宁与重庆签订战略合作协议，有利于重庆市进一步全面深化“互联网+”零售行业投资、现代物流、功能性金融、人才培训等领域发展。

3 “互联网+”时代重庆商贸零售业存在的问题

2016 年 8 月，《重庆市现代商贸服务业发展“十三五”规划》提出：到 2020 年，重庆商业增加值占 GDP 比重 10%以上，商贸从业人员达 550 万人。在重庆市“互联网+商贸零售”的政策推进下，传统零售业纷纷谋求变革，大多数商贸零售业实现了 O2O 模式。调研发现，“互联网+”时代下，零售行业集聚能力弱，行业专业技术人士缺少，商品同质和结构单一，O2O 消费养成较慢，租金和人力成本增大是制约传统商贸零售发展的主要问题，具体表现在以下几个方面。

3.1 行业企业低端同质化问题突出

重庆市商贸零售行业企业呈现低端同质化特征，产品结构单一趋同，零售商之间往往陷入恶性竞争的价格战。新常态下企业同质化产品供应与费者个性化需求脱节。传统低端同质化的零售业容易让地方消费容量受到互联网渠道的冲击和吞噬，客源逐步流失，运营成本显著增加，最终导致被踢出市场。

3.2 经营环境有待支持与改善

“互联网+商贸零售”的营销模式打破了时间、空间、区域、行业的限制，这也给零售行业转型发展和运营管理带来极大挑战和机遇，需要地区具有较高的信息化水平。相对于沿海发达地区，重庆通信制造业较强，但信息服务产业弱，尤其是渝东北和渝东南两个生态区信息化程度较低，互联网普及不够，专业人才缺失问题突出。零售企业需构建线上线下营销服务平台系统和专业人才培养与管理体系，转型升级，流程更新再造资本投入较大。

3.3 缺少规模集聚特色突出的电商企业和平台

重庆市缺少像京东、阿里巴巴等大型电商企业作为龙头企业，支撑地方电商行业，而众多中小零售企业规模小，运行效率低，不具有规模优势和渠道整合能力，转型发展过程中的困境自身无法克服。重庆商社集团及其旗下新世纪百货公司、重庆百货大楼股份有限公司等市属重点企业及子公司电子化渠道转型进程较慢，没能搭建起具有全国影响力的电商平台，并起到行业带头作用。

4 对策与建议

要解决解决以上现实问题，推动重庆市“互联网+”零售业平稳向优发展，实现“互联网+”商贸零售融合势在必行。

4.1 加强产业链整合升级和零售业空间布局

“互联网+商贸零售”的商业模式不仅仅是线上线下的简单加总和销售渠道的共享，而是供应链上下游的配合，以及对线上大数据的综合利用，分析消费者的特征和需求，进行精准营销。重庆零售行业发展需适度引导行业企业兼并融合，扶持区域具有潜力的连锁企业，实现规模经营，同时借助信息技术更好地满足消费者的需求，积极引导零售业在商业圈内优化布局，推进不同行业的协同发展，结合重庆地域特色，推进观音桥、南坪、三峡广场、杨家坪、大坪等商业商贸服务区提档升级，加快区域中心城市和各个区县商业街区配套改造，进一步完善全市线下商贸消费服务体系。

4.2 营造线上线下企业公平竞争发展环境

单纯依靠零售企业整合和调整是难以解决行业发展困境，相关政府部门应当积极维护市场公平、营造商贸零售业发展的稳定环境。商贸零售业在模式改革过程中应当充分利用互联网的链接功能，实现实体店铺和线上销售的融合发展。重庆市政府应加大经济体制改革力度，消除制约商贸零售业发展的体制机制性障碍，改善中小企业的投资环境和经营环境。政府需要制定相应措施，依法打击假冒伪劣产品，严正维护市场公平，引领商贸零售业健康发展，营造线上线下企业公平竞争的发展环境。

4.3 加快培育电商龙头企业和合作联盟

构建相互合作优势互补的战略联盟可有效解决转型升级的瓶颈问题。“互联网+商贸零售”是对线上线下的资源进行整合，对于中小型企业来讲，其创新能力不足、缺乏电商运营的经验，商贸零售业战略联盟的形成可有效解决企业资源供给不足的问题，零售企业通过与供应链上下游企业、行业龙头企业等构建优势互补的战略联盟进行联合创新，相互之间分担成本、共享利益。加快建成以市属大型商贸零售企业为龙头的线上线下本土综合电商服务平台，完善市内零售企业参与机制，促进重庆市“互联网+商贸零售”实现跨空间、多渠道融合发展。

参考文献

[1]支慧.“互联网+”时代基于逆向整合的商贸流通组织重构路径探讨[J].商业经济研究,2017(6):12-13.

[2]武晓钊.农村电子商务与物流配送运营服务体系构建[J].中国流通经济,2016(8):99-104.

[3]郭莉娜.“互联网+”背景下商贸流通业发展战略选择与思考[J].商业经济研究,2017(5):8-10.

[4]宋则.“十三五”时期寻求商贸流通业创新发展新突破[J].中国流通经济,2016(1):10-16.

[5]陈文玲.现代流通:国家的核心竞争力[J].南京社会科学,2016(3):1-7.

[6]贺建朝, 蒋诚成. “互联网+”时代下基于逆向整合的商贸流通组织重构研究[J]. 特区经济, 2016⑦:159-160.

[7]聂林海. 我国电子商务创新与规范发展[J]. 中国流通经济, 2016(6):52-57.

[8]贾晓燕. 新常态下我国农村地区“互联网+商贸流通”创新发展研究[J]. 改革与战略, 2016(4):79-82.