

淘宝电商平台对商品销售市场 与实体经济的影响^{*}

梅 叶

(青岛港国际货运物流有限公司, 山东 青岛 266500)

摘 要: 作为当今影响最大的电商, 阿里巴巴淘宝电商平台及其运行战略在实践探索中不断成熟和完善, 渗透于人们工作、生活、消费、娱乐等领域, 革命性的变革成就了商品营销新方式, 影响和引导了人们新的消费行为、消费观念和消费心理。文章在实际调研的基础上, 分析淘宝电商平台对商品消费市场产生的积极和消极影响, 探析该平台带来的系列连锁反应, 以及对实体经济发展的不利影响, 并由此提出应对思路。

关键词: 淘宝电商; 电子商务; 商品销售; 实体经济; 消费趋向; 物联网

DOI: 10.3969/j.issn.1672-9846.2015.02.010

中图分类号: F724.6

文献标志码: A

文章编号: 1672-9846(2015)02-0037-05

以互联网技术为基础的电子商务活动以其便利性、快捷性、经济性和安全性, 推动了社会生产生活的迅速变革。

国内电子商务经历近二十年的飞速发展, 逐步成熟, 直接作用于商品销售市场, 改变生产要素流通方式。同时, 间接影响商品实体经济和社会的生产与发展。

阿里巴巴淘宝电商平台的兴起和发展, 是改变中国销售市场和社会生产革命性的信息技术成果的代表。

一、电商杰作——淘宝电商平台

(一) 概况

淘宝网是综合类 C2C 网上购物平台, 由中国电商之父、阿里巴巴集团创始人马云率领团队于 2003 年创立。淘宝网主要业务跨越 C2C(个人对个人)、B2C(商家对个人)两大部分。淘宝网主要产品包括阿里旺旺、淘宝店铺、淘宝指数、快乐淘宝、淘宝基金和淘点点等。

(二) 特点

作为新电商平台, 淘宝寄生于互联网, 做跨界运营, 用户和成交量迅速增长, 经济效益也在迅速增长, 并由此改变和引领人们的工作和生活方式。

1. 用户规模爆炸式膨胀

淘宝实施“农村包围城市”战略, 与 MSN 等门户网站联盟, 利用传媒市场等战略, 打造了免费注册交易平台、安全体系、信用保障、网店管理等核心竞争力, 用户群体呈几何级壮大。由青少年网民、IT 人士、知识分子逐步向中青年、其他各行各业延伸, 由研究所、学校、网络中心向办公企事业单位延展, 由专业化向大众化蔓延。

到 2014 年, 淘宝网拥有近 8 亿注册用户, 从单一的 C2C 网络集市变成了包括 C2C、团购、分销、拍卖等多种电子商务模式在内的综合性零售商圈, 已经成为世界范围的电子商务交易平台, 已波及到关联的物流、金融等行业, 创造了 370.8 万直接且充分的就业机会。

*收稿日期: 2015-04-12

作者简介: 梅 叶(1978-), 男, 陕西洋县人, 青岛港国际货运物流有限公司经济师, 主要从事集装箱码头操作运营及商务管理研究。

2. 经济收入跨越式增长

著名互联网分析机构艾瑞咨询调查显示,淘宝网占据国内电子商务 80% 以上的市场份额。^[1] 2007 年,淘宝的交易额实现了 433 亿元,比 2006 年增长 156%。到 2014 年时,销售总额达 27664 亿元(如图 1)。

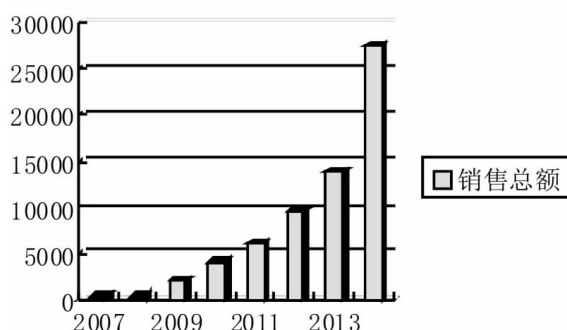


图 1 淘宝网 2007—2014 年交易额(单位:亿元)

就单日销售额统计分析,2013 年 11 月 11 日零时,淘宝网开场仅 1 分钟成交的订单数量达到 33.9 万笔,成交金额达到 1.17 亿元;“双 11”总成交额破 300 亿元。2014 年“双 11”平台成交额达 600 多亿元。

3. 改变并引领新的生活和工作方式

淘宝网作为电商平台,也是当今世界最大购物网站。2006 年,淘宝网第一次在中国实现了一个可能——互联网不仅仅是作为一个应用工具存在,它将最终构成生活的基本要素。2007 年,应有尽有网全年成交额突破 400 亿元,但它不是 C2C 和 B2C 创造的,而是由多种零售业态组成一起创造出来的。

淘宝商城整合众多家品牌商、生产商资源,牢牢联接商家和消费者于一张无形的电商网络,满足不同用户的个性化需求,搭建了一站式解决问题的平台。它集购物、学习、娱乐、交流、理财等于一体,逐步成为几亿用户乃至数亿用户工作、生活不可或缺的组成部分,直接影响和改变了人们的购物和工作、生活方式,并间接影响了物流供应链、信息技术、金融等。

二、淘宝电商平台对商品销售市场的影响

(一)人性化“一淘”,切中用户需求

基于淘宝电商智慧商务运作战略,淘宝网推出“一淘”商品搜索,它是一个全新的服务体验。“一淘网”立足淘宝网丰富的商品基础,放眼全网导购资讯,解决用户购前和购后遇到的种种问题,

为用户提供购买决策,更快找到物美价廉的商品。

“一淘网”提供“综合”“商品”“淘吧”“网页”类别搜索。涉及“资讯”“问答”“网页”等内容,是全网搜索。它将互联网中的资讯内容进行整合,由关键词索引购物方面最相关的资讯内容,这些内容含相关产品的流行趋势、选购技巧等。

(二)对商品销售市场的影响

1. 整合多边需求,电商“大数据”初现

“一淘网”提供站内搜索功能,实现快速、便捷直观地搜索到在线商品和相关资讯的功能。

具备强大的搜索平台。“一淘网搜索平台”是垂直 B2C 商家关系,向“一淘”提交成为合作商家的申请。

开放搜索功能。淘宝网站外的 B2C 商家通过现有的淘宝网数据开放平台,向“一淘”搜索引擎传送数据。众多商家竞相加入垂直 B2C 商家阵营中,如果“一淘网”能够全面接入这些 B2C 网站的商品信息,加上淘宝本身有 6 亿商品数量,淘宝或者可能为全网用户提供一个超过 10 亿商品信息的“巨无霸”导购平台。

系统架构的科学性。“一淘”的系统架构覆盖面广,由互联网、外部合作方和淘宝主站提供数据来源。其中,互联网数据通过 crawl 的方式获得,而后两者则通过 feed 的方式提供。

离线处理系统是一个功能众多、可灵活定制的 Pipeline,它是“一淘”的“加工厂”。

存储系统负责存储抓取系统和离线处理系统的产出,同时向这两个“厂”提供高性能、大容量的存取服务。存储系统是“一淘”存放原料、半成品的“核心仓库”。

因此,淘宝的强大数据库功能满足以用户为核心的信息整合、检索、处理等多种需求。

2. 电商生态链的形成和构建

淘宝电商平台从做技术到战略探索,构成电商平台健康运行的新常态。

“一淘”采用阿里集团新一代的 HA2 引擎技术,支持全文检索,兼备商品搜索的各种功能。

数据规模多边处理功能。支持的数据规模从一台机器(partition)到多台机器;允许用户定义各种数据类型,根据需求支持各种条件组合查询、过滤;同时,对于检索数据的统计做到分组统计和智能导航,保证每个淘宝店商正常的运行和持续的改进。

“导购相关性”旨在构建一套结合“Query 分析”和“网页分析”的多层次排序模型,灵活快速地调整模型结构,以适应变化的业务需求。它是“一淘”面向用户的核心价值。

可以预见,未来五年,网络购物交易额规模占社会消费品零售总额的比重将突破 10%,网络购物对于传统零售市场的贡献将会日趋加大。“大淘宝”战略提升为阿里战略,同时和电商参与者分享消费者群体、商户、制造产业链等,整合信息流、物流、支付、无线及云计算服务等,为中国电商的发展提供更好更全面的基础服务。

因此,“一淘网”不是纯粹的比价网站,而是为用户提供整套购物的选择方案。价格只是元素,弱化价格元素,强化服务,提供用户决策选择才是根本。

3. 网上购物流行,销售市场面临变局

电商购物涉及到虚拟销售市场的交易方式、费用支付、货物运输配送、配套服务、安全和争议处置、市场监管、信息技术风险管理等方面。

传统营销模式最先受到影响的是实体销售市场。“一淘网”的推出对很多产业的创新力产生一定影响。究其根本原因是,虚拟市场有效缩短了传统营销模式的若干中间环节,成本大大压缩,对于商家和用户有无可比拟的吸引力。

当前,假货横行的中国市场将失去原创的动力,真正的“中国创造”之路面临严峻考验,或许将步履蹒跚和徘徊不前。淘宝运营模式和在网购市场的垄断地位,难免引爆诸子百家式的商家价格大战,以追逐渔翁之利。

价格战表面而言,是为网购买家着想,而从购买的实际品质和服务来说,实际受伤害的还是买家。这是因为未来的人们购物方式,将会由传统的面对面的实体市场采购逐步缩小,特别是关系到衣食等生活用品。绝大多数人会使用快捷、便宜、安全的网络购物。因此,网上店铺之间的商品价格战将贯穿竞争始终。

淘宝价格战产生不良影响。其一,大批的实体商店、服装店、工具店、数码城、商场或将关门歇业,或挣扎营运,导致利润下降,商业街萧条将随处可见。其二,零售店主失业。临街店面空置,实体销售市场在经济下行压力下更加惨淡。因此,不管是传统的销售市场还是电商平台下的销售市场压力巨大,面临变局。

三、淘宝电商平台对实体经济的影响

(一) 淘宝生态网面临考验

淘宝让不诚信的行业歪曲并疯狂生长。免费是淘宝获得今天市场地位的杀手锏。为了一己私利,任由淘宝集市卖家刷信用。如果不给刷信用,很多新人无法适应现行规则,在激烈的竞争中占得一席之地进淘宝开店。如果没有新人开店,淘宝的平台发展动力不足,前景堪忧。

误导年轻人,鼓吹人人创业。据统计,淘宝集市的实际成交金额,达不到支付宝支付金额的三成。这是因为支付宝的交易支付,实际上大部分是 C 店卖家刷钻时进行的支付。淘宝大多数买家起早摸黑,实际上收益少得可怜。

引爆市场竞争的价格大战。淘宝网电商服务最基础最核心的是对用户和潜在用户提供最优质、便捷的商品交易服务。而价格成为竞争的最中心一环。C2C 环节中,淘宝用户的店主即销售商和购买人之间的价格战成为焦点。数以亿计的淘宝客户成为广大淘宝店主竞争抢夺的对象,并且演绎成白热化状态。竞争中,淘宝商家甚至不惜代价的走销量而竞相降低价格,小商家因为竞争力弱而出局。例如,淘宝月销量两万件服饰的店主,表面巨大的成交量和风光无限的背后其实是几乎没有利润的心酸和血泪。但是不能停产,因为停产意味着工人失业,店家在竞争中出局。

严重背离淘宝电商初衷,恶化商业环境。淘宝初衷是让所有卖家直接面对消费者,减少中间环节,服务于生产商和消费者。事实上,淘宝消灭了实体中间商的同时,最后连生产商也不得不为了生存而参与恶性竞争。

结果可以预见:很多产品陷入没有利润而又不得不做的虚假繁荣的境地。所以,一个产品卖得太便宜没有赢家。卖得多而又不赚钱的企业是不道德的企业,是对劳动价值的否定和不尊重,对整个社会生产发展的贡献令人质疑。

(二) 全民网购, 淘宝时代盛行

互联网时代,凡是有电子通信的地方和有需求的地方,几乎都是电子商务存在和发生的环境。电脑、智能手机等各种终端的研发和适用,使淘宝购物随时随地发生。而配套的物流配送在如今也变得畅通无阻,多个渠道的及时商品物流配送加速了电商购物的发展,几乎各个年龄层次的人都学会并喜欢网购。

淘宝的崛起和壮大,也为中小物流企业的振兴与繁荣做出了巨大的贡献。传统的购物,由于耗时多、成本高、中间环节复杂、维权难等原因,因而受到冷落。网络购物搭建了便捷平台,受到了人们普遍青睐,促进和加速了物流业的发展。特别是在衣食等生活用品方面,甚至于几乎所有的有形产品和智力开发等无形产品,通过淘宝这个平台实现便利的交易流通。

(三)价格战恶化淘宝及经济实体发展环境

事实表明,网购发展呈几何级的爆炸式发展。淘宝卖家超多,为了保销量,甚至会出现物价和邮费倒挂的现象。价格没有最低,只有更低。冲销量的同时伴随着每月几万的销量利润包在缩水,同时很多店主商品卖不出去,导致整个行业都处于亏损的虚假繁荣状态中。

淘宝网继续壮大,以至于物流任务繁重,各个环节堆积如山的快递包裹考验着参差不齐的中小物流配送企业的服务水平和质量。淘宝电商模式天衣无缝地把买家和卖家紧密的吸引在一起。同时,国家对电商的监管几乎处于空白。恶性竞争使小商家快速出局,剩下的商家坚守血拼,不拼就得死或出局,尽管利润非常低。贪婪让淘宝如同吸毒,使人无法抗拒,无利润的雪球将越滚越大,恶性竞争已经无法避免。

将来要么电子商务,要么无商可务或者成为现实。淘宝的营业额将会以每年数倍的趋势上涨,人性的弱点和贪婪促使其走上不归路。因此,国家对淘宝的监管迫在眉睫。

(四)致命的连锁效应

贪婪是隐藏在淘宝电商模式下的毒瘤。其慢性影响波及和影响整个国民经济其他行业。

低价竞争难以避免大量垃圾商品盛行。企业只追求利润,品质难以保证,恶化了整个商业环境。而零售商之间既有共同利益,又有竞争。一处受损,多处受害。国民经济全局是环环相扣,相依而存的。恶性竞争下的淘宝零售业关门歇业的同时很多行业会跟着受到影响。第一批受到影响的是零售企业,随之而来的是在国民经济中占重要地位的第三产业。

以服装制造业为例。价格战下,淘宝竞争的销量神话,使得大量淘宝小电商出局,随之可能有数家服装厂因恶性竞争而倒闭,工人下岗失业。存活下来的服装厂因竞争只能勉强维持运转,没

有发展动力。因此,竞争结果没有赢家,以此类推,整个制造业也在所难免。

同时,物流快递在膨胀的同时,也因低价竞争不得不分流业务,最后难免掉进“慢性自杀”的迷局。零售业生态链遭到破坏,破产失业或者出现,消费市场萎缩,其他关联产业受到影响,后劲不足。

竞争的结果是财富集中到极少数企业和人手中。大多数人因此而变得“贫穷”,社会购买力严重不足,社会产品不能被消化,社会再生产失去发展动力。

此外,航运电商对国内外经济运行的全局和各方面影响继续深入与广泛。以阿里巴巴和中海集团联姻开发的 eshipping 电商服务平台为标志,^[2] 淘宝已经进军海运界,对航运界的商务运作模式和物流供应链管理产生革命性的影响。因此,在航运联盟趋势下,淘宝电商价格战的负面影响难免在跨界运营“真空地带”上演,因而撬动或者打乱正常的运营持续。

四、淘宝电商发展策略猜想

(一)国家反倾销

淘宝电商对于资本、技术、能源等生产要素的流通配置起到了无可比拟的积极作用。但其自身壮大的同时,对商品销售市场和实体经济产生负面影响,国民经济运行的基本价值链被割断。究其根本原因是违背了经济发展的基本规律,使社会生产失去了继续发展的驱动力。所以,政府必须保证社会生产的各个环节合理有机运行。许多发达国家因此采取反倾销策略,国家反倾销也应成为我国淘宝电商等健康发展的必由之路。

(二)提升自身治理能力

管理创新是淘宝的重要选择。淘宝必须放弃继续过度的用户膨胀和追求流量的粗放式战略,转向求质量和驱动创新的道路上。特别在涉及跨界经营上避免“真空”而过度追求的“利益”,避免贪婪本性膨胀,由此导致社会实体销售市场和制造环境恶化,最终可能会使社会经济陷于混乱。所以,淘宝必须强化社会承担、商业道德和商业操守的功能,成为有效益、有道德、有担当、有影响的电商领袖。

(三)成立电商协会

我国电子商务协会在未来会逐步深入和影响到国民经济及人民生活领域的方方面面,甚至改变社会经济发展和人民生活工作(下转第 48 页)

下企业,强化监督落实。三是在用人开放性上下功夫。积极争取政府与行业支持,扩大高职院校用人自主权,畅通专业技术人才引进渠道。四是在“双师结构”专业教学团队建设上下功夫。与深度合作的企业共同建立教师轮换机制,实行企业专业技术人员与高职专业教师双向顶岗交流,如聘请企业刚退休的能工巧匠到学校担任实训教师,形成实质性的“双师结构”专业教学团队。五是在提升教师服务能力上下功夫。只有不断提高教师为企业服务的能力,为企业解决生产技术难题,给企业带来效益,校企才能长久、深度合作。

总之,高职人才培养模式改革必须遵循“市场与就业双导向,技术与技能双重视,教育信息化、

国际化、终身化三驱动,政产学研四联动”等原则,坚持“产教融合、校企合作、工学结合、知行合一”等要求,不断深化“校企合作、工学结合、产学研合作、产教融合、订单培养”等人才培养模式改革,实现高职人才培养效能的全面提升。

参考文献:

- [1]王平侠.关于高职人才培养模式存在的问题与对策[J].职教论坛,2010,(2):69-70.
- [2]罗星海,吴一丹.高职人才培养制度与人才培养模式的变革历程[J].教育与职业,2013,(6):12-15.
- [3]张浩.高职院校人才培养模式问题分析[J].教育与职业,2010,(3):29-31.

(上接第40页)的方式。因此,应成立电商协会,共同致力于促进电商产业健康发展,使之成为服务经济、造福社会的伟大工程。

五、结论与建议

结论:(1)多元化市场战略中,网上购物是未来市场销售战略的方向,将被越来越多的人所接受。(2)淘宝电商平台推动了中国网上购物的快速发展,改变或影响着人们的生活和工作方式。(3)淘宝电商平台深刻地影响商品销售市场变局和实体经济的发展,在发挥其积极作用的同时,其负面作用日益突出,影响不可小视。(四)坚持国家监管和提升自身治理能力相结合,是电商通往持久健康成长、服务社会和造福国民的必由之路。

建议:(1)构建国家电商战略,促进包括淘宝在内的电商走持久发展的健康之路。在国家主导下,电商自身治理,用户积极参与,社会舆论监督,探索构建合法合规的商业电商运营管理和社

会责任一体的新模式、新途径。(2)“一带一路”新战略下,^[3]监管并引导电商打造诚信品牌和合理的“利益驱动器”。(3)国家应积极开辟并推动与电商配套的物流配送、商务环境、用户服务等体系。

参考文献:

- [1]陈静.淘宝十年超万亿,再过十年又几何[N].经济日报,2013-05-13.
- [2]阿里巴巴和中海集团将携手共同发展电商物流[EB/OL].(2014-05-15)[2015-04-08].
http://www.yuanlian56.com/display_new.asp?id=1341.
- [3]中国版“马歇尔计划”将四万亿人民币投往海外?[EB/OL].(2014-11-05)[2015-04-09].
<http://zixun.wlstock.com/quanweifexi/2014-11-0-59-11050757387278.html>.