

数字经济学大作业

190410102 方尧

- **研究动机**

截止 2013 年 5 月，有 56% 的美国成年人拥有智能手机，而其中大多数人通过手机访问互联网。并且有三分之一的智能手机用户表示手机是他们的主要上网方式。随着越来越多人使用手机进行网上购物，手机的使用在一定程度上改变了零售方式。引发案例：Mr.Spitz 因为在有一次等交通信号灯时被太阳晃到眼睛，所以在等交通信号灯时就可以在手机上购买一幅墨镜。可见网上购物的便捷和给人们带来的变化之大。

- **研究问题**

研究移动设备如何改变互联网和零售商业的一些早期影响。

- **研究假设**

移动设备对零售业产生一定的破坏作用与二十世纪九十年代末互联网改变零售业相同或类似。

- **研究方法**

分析 eBay 的详细数据。这是因为：eBay 上的交易占据了美国互联网交易的一大部分，几乎每个互联网购物者都是 eBay 的用户。并且，截至 2012 年 7 月，eBay 拥有 3000 万独立的智能手机用户，在零售网站中排名第二，仅次于亚马逊用户。此次研究随机抽样采集了 1% 的 eBay 用户，基于他们的详细浏览以及购买记录来得出结果。记录的数据分三种，一是分析记录移动设备的增长，二是分析哪些用户是移动设备的早期使用者，三是研究移动设备的使用是如何影响他们的购物行为的。

- **数据来源**

eBay 上 1% 用户的浏览记录以及购买记录。

- **主要发现**

此次研究提出了一些证据，分析了移动电子商务，以及它影响行为的方式，以及移动零售在 eBay 上的使用性质。我们提出的证据应该被是正确的可以被通过的，这既是因为它是基于一个单一的，尽管是一个庞大的电子商务平台，也是因为移动设备仍然处于早期阶段。展望未来，我们看到移动应用可能会给零售商业带来几个重要问题。一是线上与线下购物行为的交互。实验研究提供的所有证据都没有表明移动设备在离线购物中的变革性使用-实际上，人们可以将时间使用统计数据解读为表明平板设备主要是在改变家庭购物行为。尽管如此，消费者希望有机会搜索价格和评论，比较在线和离线产品，并获得有针对性的优惠券和促销，最终会对零售商业产生显著的效果。第二个问题涉及网上商务的创新和竞争。消费者在移动设备上使用 eBay，即使他们在家，也可以通过应用程序而不是通过一般程序找到产品互联网搜索。这表明在移动设备上广告和营销将是不同的。到目前为止，研究人员在不同的购买行为或对营销的反应方面没有看到多少。但鉴于移动技术的早期阶段，人们可能期望在这一领域有很大的创新空间。一个合理的假设是，大规模采用移动技术将促进利用移动技术，并最终改变竞争格局的新技术。很多这样的技术已经出现了，但它们的采用和竞争反应可能会更慢。因此，它们是否会产生一些人认为会产生的影响仍有待观察。

- **对相关文献的贡献**

此次研究的结论是：由于此次研究是基于 eBay——一个单一的大型电子商务平台，并且移动终端只是处于起步阶段，可以看到网络购物的使用对零售业带来的几个问题：第一是在线和线下现实购物行为的相互作用，第二个问题涉及在线商务中的创新和竞争。一个合理的假设是，大规模采用移动技术将促进利用该技术的新技术，并最终改变竞争格局。许多这

样的技术已经存在，但是它们的采用和对它的竞争性响应可能会变慢。因此，它们是否会产生某些人认为会产生的影响还有待观察。

● 我的看法

个人认为此次研究采用了比较好的数据来源，以及比较好的方法。同时在几年前的 2014 年就选择这个研究问题，就预测到网络购物的新兴会对整体商业产生如此大的变化，实属眼光高远。但此后的研究不知情况如何。由于网络发展迅速，在今年的研究结果可能在明年就不适用了，所以如果在接下来的几年里，持续跟踪移动市场，以及放大样本范围，或许会得到更为准确的结论，比如在现在对全美最大的网上购物平台亚马逊也同样进行调查，或者在全球范围内对各个国家的网络购物平台都进行一次调查，因为各个国家的网络购物发展状况不同，所以研究出来的结论可能会更加准确。