

# O2O 电子商务商业新模式分析

苏 涛

(平顶山工业职业技术学院,河南 平顶山 467001)

**摘要:**O2O 作为一种新型电子商务商业模式,随着团购网站兴起而被人们所逐步认识和接受。O2O 是让消费者在线支付购买线下的商品和服务,再到线下去享受服务,其作为新的商业模式,无论对传统制造或服务企业电子商务应用,还是对传统电子商务平台走向线下和竞争力加强,都将起到巨大作用。

**关键词:**O2O 商业模式

## 一、商业模式概述

商业模式是一个比较新的名词。尽管它第一次出现在上世纪 50 年代,但直到 90 年代才开始被广泛使用和传播。今天,虽然这一名词出现的频度极高,关于它的定义仍然没有一个权威的版本。商业模式是为实现客户价值最大化,把能使企业运行的内外各要素整合起来,形成一个完整的高效率的具有独特核心竞争力的运行系统,并通过最优实现形式满足客户需求、实现客户价值,同时使系统达成持续赢利目标的整体解决方案。

商业模式的核心原则,即商业模式的内涵、特性,是对商业模式义的延伸和丰富,是成功商业模式必须具备的属性。它包括:客户价值最大化原则、持续赢利原则、资源整合原则、融资有效性原则、组织管理高效率原则、创新原则、风险控制原则和合理避税原则等八大原则。①客户价值最大化原则:一个商业模式能否持续赢利,是与该模式能否使客户价值最大化有必然关系的。②持续赢利原则:企业能否持续赢利是我们判断其商业模式是否成功的唯一的外在标准。持续赢利是指既要赢利,又要能有发展后劲,具有可持续性,而不是一时的偶然赢利。③资源整合原则:整合就是要优化资源配置,就是要有进有退、有取有舍,就是要获得整体的最优。④创新原则:成功的商业模式不一定是在技术上的突破,而是对某一个环节的改造,或是对原有模式的重组、创新,至是对整个游戏规则颠覆。⑤融资有效性原则:融资模式的打造对企业有着特殊的意义,尤其是对中国广大的中小企业来说更是如此。还包括组织管理高效率原则、风险控制原则和合理避税原则等。

## 二、O2O 商业模式分析

O2O(Online to Offline)是指把线上的消费者带到现实的商店中去——在线支付购买线下的商品和服务,再到线下去享受服务。其核心就是通过打折、提供信息、服务等方式,把线下商店的消息推送给互联网用户,从而把他们带到现实的商店中去——消费者在线支付购买线下的商品和服务,

再到线下去享受服务。即将线下商务的机会与互联网结合在了一起,让互联网成为线下交易的前台。这样线下服务就可以用线上来揽客,消费者可以用线上来筛选服务,还有成交可以在线结算,很快达到规模。

### (1)O2O 商业模式作用

按照对象不同,可以分为三个方面,一是对于用户:获取更为丰富、全面的商家及其服务内容的信息;更加便捷的向商家在线咨询并进行预订;获得相比线下直接消费较为便宜的价格。二是对于商家:能够获得更多的宣传、展示机会,吸引更多新客户到店消费;推广效果可查,每笔交易可跟踪;掌握用户数据,大大提升对老客户的维护与营销效果;通过与用户的沟通、释疑,更好的了解用户心理;通过在线有效预定等方式,合理安排经营,节约成本;对拉动新品、新店的消费更加快捷;降低线下实体对黄金地段旺铺的依赖,大大减少租金支出。三是对于 O2O 平台本身:与用户日常生活息息相关,并能给用户带来便捷、优惠、消费保障等作用,能吸引大量高黏性用户;对商家有强大的推广作用及其可衡量的推广效果,可吸引大量线下生活服务商家的加入;数倍于 C2C、B2C 的现金流;巨大的广告收入空间及形成规模后更多的盈利模式。

### (2)O2O 商业模式的核心

数据显示,即使在电子商务最发达的美国,线下消费的比例依旧高达 92%。TrialPay 创始人兼 CEO Alex Rampell 在描述庞大的线下消费规模时举例说,“普通的网络购物者每年花费约 1000 美元,假使普通美国人每年收入为 4 万美元,那么剩下的 39000 美元到哪里了?答案是,大部分都在本地消费了,人们会把钱花在咖啡店、酒吧、健身房、餐厅、加油站、水电工、干洗店和发廊。”

这不仅仅是因为线下的服务不能装箱运送,更重要的是快递本身无法传递社交体验所带来的快乐。但如果能通过 O2O 模式,将线下商品及服务进行展示,并提供在线支付预约消费,这对于消费者来说,不仅拓宽了选择的余地,还可以

通过线上对比择选最令人期待的服务,以及依照消费者的区域性享受商家提供的更适合的服务。但如果没有线上展示,也许消费者会很难知晓商家信息,更不用提消费二字了。另外,目前正在运用 O2O 摸索前行的商家们,也常会使用比线下支付要更为优惠的手段吸引客户进行在线支付,这也为对消费者节约了不少的支出。

对于本地商家而言,原本线上广告的成效可以直接被转换成实际的购买行为,由于每笔完成的订单在确认页面都有追踪码,商家在更为轻松的获知在线营销的投资回报率的同时,还能一并持续深入进行客情维护。其次,O2O 是一个增量的市场,由于服务行业的企业数量庞大,而且地域性特别强,很难在互联网平台做广告,就如同百度上很少出现酒吧、KTV、餐馆的关键词,但 O2O 模式的出现,会让这些服务行业的商家们一跃线上展开推广。

从表面上看,O2O 的关键似乎是网络上的信息发布,因为只有互联网才能把商家信息传播得更快,更远,更广,可以瞬间聚集强大的消费能力。但实际上,O2O 的核心在于在线支付,一旦没有在线支付功能,O2O 中的 online 不过是替他人做嫁衣罢了。就拿团购而言,如果没有能力提供在线支付,仅凭网购后的自家统计结果去和商家要钱,结果双方无法就实际购买的人数达成精确的统一而陷入纠纷。

在线支付不仅是支付本身的完成,是某次消费得以最终形成的唯一标志,更是消费数据唯一可靠的考核标准。尤其是对提供 online 服务的互联网专业公司而言,只有用户在线上完成支付,自身才可能从中获得效益,从而把准确的消费需求信息传递给 offline 的商业伙伴。无论 B2C,还是 C2C,均是在实现消费者能够在线支付后,才形成了完整的商业形态。而在以提供服务性消费为主,且不以广告收入为盈利模式的 O2O 中,在线支付更是举足轻重。

### (3) O2O 商业模式分类

按雷克汉姆和德文森蒂斯在《销售的革命》中对基本销售类型的划分,将 O2O 划分为交易型销售(即成本领先竞争战略)与顾问型销售(即差异化竞争战略)。

#### ① 交易型 O2O 销售模式:其典型范例为团购

国内迅速发展的 O2O 模式中,Groupon 网络团购较为突出,具有代表性。团购从竞争战略上可以归类为成本领先型,是一种以打价格战为主的商业模式,其突出的优势体现在交易型销售中的打折销售上,适合当前国内行业中间环节不透明、存在暴利的领域。团购型的 O2O 通过打折、提供服务、服务预订等方式,把线下商店的消息推送给互联网用户,组织其抱团采购,从而将他们转换为线下顾客。交易型销售有两个特点:第一产品同质化,要抱团采购,产品就不能差异太大;第二价格几乎是交易的唯一焦点。

交易型 O2O 销售模式最大的制约因素是,市场一旦渡过粗放期,利润就失去保障。因此只适合存在暴利的粗放

市场。

#### ② 顾问型 O2O 销售模式:强化品牌、广告和体验

顾问型销售与交易型销售相反,它考虑的核心不是成本,而是利润。顾问型销售的法则包括:产品或服务与竞争对手有所差别;产品或服务按客户需要细分或定制;客户对产品或服务如何提供解决方案或增加价值并不是完全了解;产品或服务要让人感到以客户为中心;产品或服务的较高成本可以被证明是合理的。

以“O2O 联动”为目标的福建七匹狼实业股份有限公司,原先是一家拥有 3000 多家线下实体店铺的传统服装企业,从 2010 年开始,开始进行线上营销。七匹狼的营销战略建立在产品差异化、服务差异化基础上。七匹狼为了避免同质性,采用了差异化营销的手法。在产品上,七匹狼对相同的产品用营销方式进行区隔,相同的营销方式用产品进行区隔。比如有 50 款销量超过 800 件以上的 T 恤,就要把款式分配给各个分销商。不同店铺 20%—30% 的产品都是有区隔度的;在服务上,对分销商按电子商务的 7 大块基础点分拆出来,使服务差异化。

此外,O2O 模式在品牌营销、广告营销和体验营销三个方面,具有满足顾问型销售的优势。① 强化网络品牌宣传,品牌的电子商务化,利用 O2O 强化企业在互联网上的品牌,以此带动线下销售。② 通过 O2O 营造广告效应,由于 O2O 推广能获得精准的反馈效果,同一般无目标地投放广告相比,对于商家来说有强大的吸引力。对于 O2O 来说,由于是先下单再进店,所以很容易评判线上推广的效果好坏。从商家来说,加入 O2O 相当于定向广告推广。③ 营造良好线上体验,O2O 线上服务本身,可以通过信息方式,提供良好的用户体验。

据易观国际发布的数据显示,到 2010 年四季度,中国网上零售市场销售规模达到 1728 亿元,但其占中国社会消费品零售总额的份额仅为 4.5%。因此,实现线上虚拟经济与线下实体经济的融合,具有广阔的市场空间,与此同时,O2O 模式的发展也正在逐步展现其优势。

#### 参考文献:

- [1] 王雪梅. O2O 的价值突破[J]. IT 经理世界, 2011.
- [2] 孙建昆. 线下到线上:另一种 O2O 的思考[J]. 互联网周刊, 2011.
- [3] 原磊. 国外商业模式理论研究评介[J]. 外国经济与管理, 2007.

#### 作者简介:

苏涛,管理学硕士,平顶山工业职业技术学院经济管理系讲师;研究方向:电子商务模式和中小企业电子商务应用领域。



论文写作，论文降重，  
论文格式排版，论文发表，  
专业硕博团队，十年论文服务经验



SCI期刊发表，论文润色，  
英文翻译，提供全流程发表支持  
全程美籍资深编辑顾问贴心服务

免费论文查重：<http://free.paperyy.com>

3亿免费文献下载：<http://www.ixueshu.com>

超值论文自动降重：[http://www.paperyy.com/reduce\\_repetition](http://www.paperyy.com/reduce_repetition)

PPT免费模版下载：<http://ppt.ixueshu.com>

---