

简析 O2O 电子商务模式

吴芝新

摘要: O2O 即线上渠道和线下渠道有机结合的商务模式,是继 B2B、B2C、C2C、团购等模式之后的又一种新型的电子商务模式。由于 O2O 是一种前沿的商务模式,发展正处于初期,理论界和实践界对 O2O 电子商务模式认识不一致,必将成为市场发展的主要障碍。探索了 O2O 电子商务模式的含义、分析了 O2O 电子商务的交易闭环流程、参与者角色和盈利模式。

关键词: O2O; 电子商务; 商业模式; 盈利模式

中图分类号: F224.39 **文献标识码:** A **文章编号:** 1673-1999(2012)013-0073-02

作者简介: 吴芝新(1974-),男,江西景德镇人,南华工商学院(广东广州 510720)教师。

收稿日期: 2012-04-27

电子商务模式的本质是企业通过互联网获取利润的方式,它是在网络环境中基于一定技术基础的商务运作方式和盈利模式。电子商务盈利模式是企业通过电子市场反映产品流、服务流、信息流及其价值创造过程的运作机制,为客户提供价值,同时企业和其他参与者又能分享利益的有机体系。

一、O2O 电子商务的含义

O2O(Online to Offline,或称 O to O)是线上渠道和线下渠道有机结合的一种电子商务模式。它是指线上营销线上购买、支付带动线下经营和线下消费,即将线下商务机会与互联网技术结合在一起,让互联网成为线下交易的前台。电子商务由信息流、物流、资金流和商流组成。传统的 B2C、C2C 等电子商务是在线购买在线支付,信息流、资金流在线上完成,购买的商品经包装后通过物流配送给消费者。与传统电子商务相比,O2O 的信息流、资金流与它们一样,都在线上完成,而物流和商流放在线下,让消费者亲自去实体店消费。O2O 的本质是通过线上营销和线下经营来提升服务水平、改善消费体验。它的特点是:推广效果可查,每笔交易可跟踪,按真实交易效果付费,让顾客有更好的体验。

O2O 电子商务使信息流和实物流之间、线上和线下之间的联系变得愈加紧密,拓宽电子商务的发展方向,使电子商务发展进入新阶段。它将帮助传统的电子商务企业走出红海,让众多创业者看到电子商务所衍生出一片新蓝海。Forrester Research 发布的数据显示,2013 年美国直接的线上销售额占零售总额的比重将达到 8%,线下消费的比例高达 92%;而中

国的这一比例,分别为 3%和 97%。线上销售的市场前景非常广阔,通过 O2O 电子商务,把消费者引入到线下消费中占比 90%以上的部分中去。

二、O2O 电子商务模式分析

(一)O2O 电子商务的参与者角色

企业要完成 O2O 电子商务的全过程,需要多种角色参与。一个好的 O2O 电子商务模式应该能够实现线上的信息流、资金流和线下的物流和商流无缝连接,为消费者、商家、O2O 运营商、第三方服务提供商等在内的所有利益相关者创造价值,实现持续盈利。O2O 电子商务参与者角色如图 1 所示。一般来说,O2O 电子商务涉及的参与者主要包括以下四种:

(1)消费者。从消费者角度来看,通过 O2O,消费者能够轻松、及时、全面地获取丰富信息,比如优惠券、折扣信息,能够快速筛选及订购适宜的商家及服务,而且价格非常具有诱惑力,甚至可以通过自己的需求而汇聚好友并影响到商家的供应。

(2)商家。从商家角度看,O2O 为商家带来了更多的宣传和展示机会,同时可以通过消费者的支付信息掌握用户资料,通过数据挖掘可分析消费者行为,预测购买趋势,便于实现精确营销。

(3)第三方服务提供商。第三方服务提供商是以第三方的角色向消费者、商家和 O2O 运营商提供专业性服务的厂商。第三方服务商主要包括信任认证提供商、第三方支付服务提供商等。例如,信任认证提供商给商户提供资质认证;第三方支付提供商(比如:支付宝)作为一个信用中介,为商家提供平台保证,协助消费者对服务满意后再付款,提升用户对商家的信任

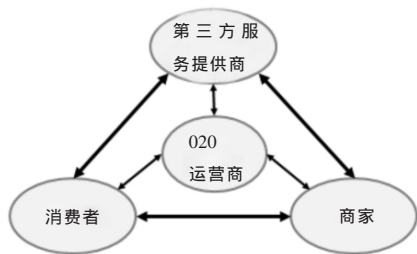


图1 O2O参与者角色

度。

(4)O2O 运营商。O2O 运营商成为连接消费者、商家和第三方服务提供商的纽带,为网上交易各方提供专业的服务。它能带来大量高黏度的用户推荐,能带来各行各业的商家资源,还能带来充裕的现金流。O2O 运营商打通了线上虚拟渠道与线下实体渠道的消费环节,实现了线上服务与线下服务对接,使得线上渠道和线下渠道的关系从竞争转变为协同。

(二)O2O 电子商务的交易流程

要了解 O2O 电子商务,必须对它的商务交易活动流程进行分析。O2O 电子商务交易活动的流程主要包括线上处理流程和线下处理流程两部分。线上处理流程包括线上撮合、线上支付,线下处理流程包括线下消费和消费反馈。图 2 显示了 O2O 电子商务的主要交易流程,流程分为四个步骤:

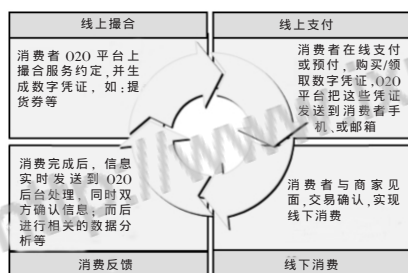


图2 O2O 闭环交易流程

(1)线上撮合。消费者通过线上获取商品或服务信息,做出选择并进行评估,做出购买决策。

(2)线上支付。经线上撮合后,消费者通过网络银行或第三方支付等在线支付工具进行在线支付或在线预付购买商品或服务,支付成功后,领取数字凭证。

(3)线下消费。消费者凭借数字凭证或优惠券到线下实体店去消费所购买的商品或服务,实现线下消费。

(4)消费反馈。消费完成后,与交易相关的数据进行实时处理,O2O 平台把分析的消费数据提供给商家,并把商品信息和消费反馈信息准确推送给消费者,这些准确的信息为消费者再次购买商品或服务提供依据。

这样从线上撮合、线上支付、线下消费和消费反馈形成一个完整的 O2O 闭环交易流程。

(三)O2O 电子商务的盈利模式

根据产品及服务流、信息流和资金流的结构,以及对不同参与者的描述和收益分析,一般来说,O2O 电子商务企业主要是通过以下几个方面获得盈利:

(1)产品或服务的差价。一是对于有形产品来说,通过 O2O 平台,减少了中间交易环节、省去了物流费用、大大降低了管理成本等多方面成本,整体提升了利润。二是对于服务产品来说,O2O 平台主要向消费者提供线下服务,提高了客户体验。产品或服务的差价是 O2O 收益的主要来源。

(2)网络广告营业收入。知名 O2O 运营商利用自己网站知名度和影响力,可以在网站的首页及其他页面投放其他企业的广告,从广告中获取收益。

(3)按商家销售付费。对于不同品类的商品,制定不同的付费比例。只有产生实际订单,带来销售收入,商家才支出佣金,因此,对商家相对风险小。

(4)收取会员费。对于面向中间交易市场的 O2O 商户参与电子商务交易,必须注册为 O2O 网站的会员,通过每年交纳一定的会员费的形式来享受网站提供的各种服务。

(5)其他收入来源。可通过价值链的其他环节实现盈利,比如为业内厂商提供咨询服务收取服务费,向消费提供增值服务,并收取一定的订阅费。

三、结语

O2O 电子商务从交易各方的需求出发,为交易提供线上线下服务,促进交易各方的互动。这样的互动促进了一个开放互动的 O2O 电子商务生态系统的形成,也成就了生态圈中的亿万客户。未来的 O2O 电子商务将是一种多层次、多维度的复合生态系统,不断向多层次、多元化和纵深化发展,比如会演变出平台型、直营型、合作型、区域型、垂直型等多种商务形态。各形态之间虽不会完全消除竞争,但更多的是互补与合作,是一种共生共赢的关系。

参考文献

- [1] 余世英. 电子商务经济学 [M]. 武汉大学出版社,2011: 158-159.
- [2] 段杨. 浅析电子商务盈利模式[J]. 商场现代化,2009(9 上旬刊).
- [3] Why Online2Offline Commerce Is A Trillion Dollar Opportunity [EB/OL]. <http://techcrunch.com/2010/08/07/why-online2of-fline-commerce-is-a-trillion-dollar-opportunity/>.
- [4] O2O 商业模式剖析[EB/OL]. <http://www.21cbh.com/HTML/2011-10-18/3NMDQxXzM3MjQ3Nw.html>.
- [5] O2O 营销模式[EB/OL]. <http://wiki.mbalib.com/wiki/O2O>.
- [6] 连锁经营企业电商新模式:O2O 模式详解[EB/OL]. <http://www.cgt88.com/Study/view/97.html>



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

PPT免费模版下载：<http://ppt.ixueshu.com>
