

Countermeasures Analysis in Chain Convenient Store Developing E-Commerce Shanghai Business School

Yanhai Yin

Shanghai Business School

yyh671227@163.com

Abstract: With the rapid development of e-commerce and chain convenient store retail business, more and more attention has been imposed to chain convenient store internet sales. But there are still much bottle neck problems in internet sales. This article targets on the analysis of these difficulties and tries to find a better way for internet business of chain stores. The article firstly analyzes the advantage of internet business for chain stores, pointing out the necessity of e business for this industry, secondly demonstrates the possible problems it may counter in e business. In the 3rd part, the article gives the detailed measure for e business of chain stores, in the last part, the article gives the 4 steps in developing chain store e business. The main point of this article is that as long as we adopt appropriate measures, make reasonable steps, we can achieve remarkable results despite of the current problems.

Keywords: chain convenient store, e-commerce, countermeasures

连锁便利店开展电子商务的对策分析

殷延海

上海商学院

yyh671227@163.com

摘要: 目前随着电子商务以及连锁便利店业务的迅速发展, 连锁便利店开展网上销售越来越受到业界的高度重视, 本文目的是希望通过对连锁便利店发展电子商务新模式的探索, 力图为连锁便利店找出一条开展电子商务的良好通道。文章首先分析了连锁便利店开展网上销售的优势, 指出了连锁便利店发展电子商务势在必行, 其次着重分析了连锁便利店开展网上销售的具体措施, 最后部分指出了连锁便利店发展电子商务的四大步骤。本文的主要观点是, 连锁便利店发展电子商务乃大势所趋, 只要我们采取恰当的措施、制定好合理的发展步骤, 一定会取得良好的业绩。

关键词: 便利店; 电子商务; 对策

一、连锁便利店开展网上销售的优势

电子商务极大提高了传统零售活动的效益和效率。互联网上的电子商务与传统零售体系相比有其自身的独特优势, 这些优势包括:

1、电子商务打破了时间概念。

传统的零售商是一般具有固定不变的销售时间。电子商务提供全天候的服务, 即每年 365 天, 每天 24 小时的服务。因此, 互联网上的销售相对于传统销售模式具有全新的时间优势, 这种优势可在更大程度上更大范围上满足网上用户的消费需求, 没有了昼夜之别。

2、电子商务提高了客户服务质量

电子商务提供虚拟的全球性贸易环境, 提高了商务活动的水平和服务质量。其优点有: (1) 增加了客户和供货方的联系。如电子商务网络站点使得客户和供货方均能了解对方的最新数据。(2) 提高了服务质量, 能以一种快捷方便的方式提供企业及其产品的信息及客户所需的服务。

3、电子商务可充分发挥全方位展示产品及服务的优势

网络上的销售可以利用网上多媒体的性能, 可以全方位展示产品及服务功能的内部结构, 从而有助于

消费者完全地认识了商品或服务后，再去购买它。传统的销售在店铺中虽然可以把真实的商品展示给顾客，但对一般顾客而言，对所购商品的认识往往是很浮浅的，也无法了解商品的内在质量，往往容易被商品的外观、包装等外在因素所困惑。

4、电子商务交易成本低廉

首先电子商务降低了库存。企业为应付变化莫测的市场需求，不得不保持一定库存产品和原材料库存。通过 Internet 可以将市场需求信息传递给企业决策生产，同时企业的需求信息可以马上传递给供应商适时补充供给，从而实现零库存管理。

其次电子商务重新定义了传统的流通模式，减少了中间环节，使得生产者和消费者的直接交易成为可能，这在一定程度上改变了整个社会经济运行的方式。

5、连锁便利店网点众多，离居民最近，具有开展电子商务得天独厚的条件

以上海的便利店为例，据对上海外环以内的居民小区调查数据显示，以居民出行 1 公里范围内做统计，平均每个小区拥有 2.6 个便利店。换句话说，外环以内的居民平均每步行 5 分钟就能找到一个便利店。而且很多小区附近拥有 3~5 个便利店，这些众多的便利店大大方便了居民的日常生活。便利店的这些数量优势、地理优势和便民优势正是网上电子商务在发展过程中最急需的三大要素，拥有这些要素，电子商务可

以解决物流配送瓶颈、送货不及时、客户数量少、运营成本过高等诸多问题，可以说，上海的便利店已具备了开展电子商务的基本条件。

二、连锁便利店开展网上销售的具体措施

1、增加网上商品服务种类

传统零售企业完全可以利用先进的信息技术，引导出许多新的商务需求，连锁便利店的电子商务经营领域不必局限于商品购物，还可以向外延伸，从衣、食、住、行到旅游、娱乐、教育等。

将成千上万种商品真正搬到网上，运用“网络”放大其小小的店铺，通过网上网下“虚”“实”结合，便利店可以突破商品品种的限制，将商品经营范围扩大到几万甚至几十万种。这样，便利店既可以凭借丰富的商品和便利的服务与大型商店展开正面竞争，又可以凭借管理、顾客、物流、品牌、信誉等优势与纯网络商店竞争，从而全面提升自己的核心竞争力。

2、增加便民服务项目，同时建立便民综合信息网络服务平台

在上海的许多便利店，你可以代缴水电煤气费、可以充值交通卡、可以买茶叶蛋、包子、热香肠等。但是，我们还可以利用便利店优越的地理位置，加上再建立一个居民综合信息网络服务平台，为消费者提供更多的便利服务项目。如表 1 所示。

表 1 便利店可增加的服务项目

服务项目	服务内容	便利店的支持	网络平台的支持
票务服务	在线销售电影票、演唱会门票、戏票、音乐会票、展览会票、运动会票、大型活动入场券，以及机票、火车票的代理等等	1、网点众多，离居民区最近 2、便利店强大的品牌影响力，能取得顾客信任 3、有效的广告平台 4、可以提供品展示服务 5、代售、代理各种产品和服务 6、提供送货上门服务 7、代客收货、发货，提供货物临时存放，顾客随到随取服务	1、界面友好 2、信息全面 3、文字翔实 4、图片丰富 5、搜索方便 6、可以网上互动 7、可以网上下单、网上支付
旅游服务	旅游线路设计、团队组织、农家乐、旅游信息咨询等		
书籍销售	与大书店合作在互联网上开展书籍的统一销售		
电脑维修服务、礼品服务	与电脑维修公司合作共同为居民提供电脑维修、电脑配件销售等服务。与礼品公司合作，开展礼品送货上门服务		
汽车服务	利用多媒体终端提供有关汽车销售、车检、维修、学车、租车等的各种中介服务		
金融服务	可以和银行或保险公司合作，开展便民金融服务。例如，可以与银联合作推出“金融服务便利联盟”计划，持卡人可以通过刷卡终端，完成包括信用卡还款、公共事业缴费、手机充值、互联网购物线下支付在内的诸多金融支付活动		

快递服务	信件、包裹等快递的发送和接收		
教育文化及信息服务	幼教、早教、艺术、体育等服务，同时提供有关娱乐的信息、重大社会活动信息、各种资格考试的信息传达服务等		

由表 1 可以看出，这样的综合网络服务平台信息量大，齐全，又有便利店品牌支撑。随着时间推移，用户数量的增长，其广告价值也会不断增长。比如教育文化服务商，汽车服务商、旅游社，家政公司，物业维修，美容美体，餐饮娱乐，快递服务、金融保险……等等大量的服务商，目前通常是利用报纸，DM 单推广，成本相对高，持续效果差，远不如综合服务平台的作用。

3、加强物流配送业务流程体系的设计和完美

目前，电子商务发展的最大瓶颈是：如何将网上购物的商品迅速准确地送达消费者手中。在这方面，可以说，处于物流下游的便利店具有得天独厚的优势，由于它们广泛分布于居民区附近，因而成了网上购物的人们最佳提货点和发货点。

假如顾客在网上订购了一件商品，白天上班去了，晚上回家很晚，送货商不可能每天只集中在晚上 7 点至 9 点之间送货，大部分送货时间还是在白天，而且也不可能集中在双休日送货。这时候我们可以安排便利店来帮助收货。只要网上供货商和便利店达成合作协议，完全可以将货物投递到家门口的便利店，等顾客下班到了家门口把它取回家。

除了方便顾客提货，便利店也可以提供顾客发货服务，如顾客有快件或其他商品需要发送出去，顾客不可能随时在家里等快递公司或物流公司上门来取货，这时顾客可以将快件或商品放到家门口的便利店。由快递公司或物流公司随时到便利店去取货。也可以由便利店通过自己强大的物流配送系统完成送货。这样做大家都很方便，可以说一举三得！

但是如何做好这些物流配送服务，是便利店要好好研究的重要课题，首先要分析所有业务的服务环节，以及每个环节要注意的问题；其次要保证比同类竞争对手（如送货公司或物流公司）有更大的效率优势和成本优势，最后要设计好整个物流配送业务流程，选择一个比较好的业务模式。图 1 是一个可供参考的业务模式。

图 1 业务模式的特点是：

(1) 顾客通过网络服务平台在网上商店浏览物品、订货，在网上支付或到网上商店所标出的小区便

利店中付款，同时可根据自己的情况要求送货到家或到相应便利店中付款取货。

(2) 网上商店通过连锁便利店总部向配送中心发送送货通知。

(3) 配送中心对顾客或顾客指定的小区便利店进行货物配送。

(4) 顾客收到配送中心的送货或自己到小区便利店取货。

(6) 顾客如需要发送快件或小件商品也可委托便利店操作，对这些业务，便利店可以交给物流中心送货，也可以委托有合作关系的快递公司送货。

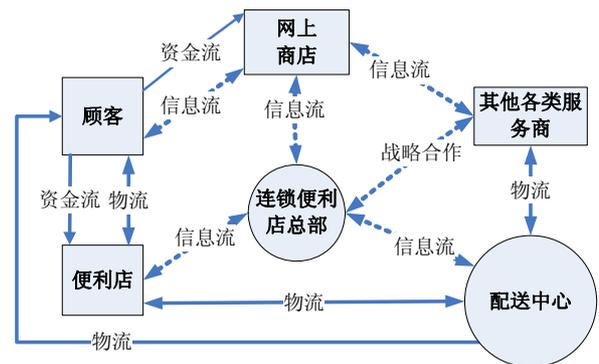


图 1 便利店电子商务业务流程模式

(7) 其他各类服务商，如快递公司、票务公司、旅游公司、汽车服务商、金融公司等等，可以和连锁便利店总部建立战略合作关系，然后可以利用网上商店发布商品或服务信息，并可利用便利店的物流中心开展物流服务。

(8) 在整个业务过程中，相关各方通过标准的单证进行商品或服务的交接。这些单证包括订货单、送货单、取货单、发货单、发票等等，其中一些单证可以由便利店统一制作，也可以在便利店的网络服务平台下载打印。这些统一的单证可以保证便利店各项电子商务活动规范、合理、有序的开展。

4、加强电子商务相关技术的建设

主要是把便利店目前的信息管理技术与电子商务相关技术进行融合，如加强通信网络系统软硬件设备，数据库服务器设备的维护和更新，加强便利店业

务在开展电子商务过程中发生安全问题的防范，防止发生人为或者软硬件事故而导致的交易安全问题等等，同时加强既懂连锁便利店业务又懂电子商务管理的综合性人才的培养。

三、连锁便利店发展电子商务的步骤

连锁便利店发展电子商务应按照四个步骤逐步

进行：第一阶段是准备阶段，主要工作是建立信息服务网络平台；第二阶段是电子商务普及普及阶段，主要任务是把更多的零售商品搬到网上；第三阶段是电子商务服务项目扩展阶段，主要工作是丰富便利店的服务项目；第四阶段是电子商务的价值升华阶段，主要为周边居民提供高级管家型综合服务。

具体发展措施如表 2 所示。

表 2 便利店发展电子商务的步骤

阶段	阶段名称	发展措施	阶段特点
第一阶段	准备阶段——信息服务平台的建立	1、做好开展电子商务的市场调研 2、建立网络信息平台 3、便利店原有信息系统升级 4、为发展电子商务创造基本网络平台条件	1、能够通过网络平台和便利店向社区居民提供种类齐全，丰富的服务信息 2、吸引居民通过信息平台了解便利店的服务。 3、实体店仍销售传统的便利产品
第二阶段	电子商务普及阶段	1、把零售商品搬到网上 2、便利店企业内部的管理机制逐步满足服务型电子商务的要求 3、逐步完善电子商务相关技术	1、服务网络平台逐步成熟 2、实体店开始增加网络产品的展示 3、实体店同时成为网络产品的中转站
第三阶段	电子商务服务项目扩展阶段	1、开始增加各种便民服务项目，如票务代理、旅游服务、汽车服务等 2、提供快递的发送和接收 3、加强物流配送体系的建设	1、是电子商务的高级阶段，服务内容包含产品销售和各种服务商的代理服务 2、参与部分服务商的服务流程，并直接获取部分利益 3、便利店既是信息平台也是便民服务平台
第四阶段	电子商务价值升华阶段——居民高级管家型服务	1. 能提供金融服务产品信息服务，比如银行理财产品大全，保险产品详细介绍等等 2. 保险产品销售代理。便利店在社区的突出地位和本地市场广泛的影响力，使其成为保险公司的超级代理 3、按需求定制服务，满足居民的个性化消费需求	1、便利店成为小区居民的贴心管家 2、服务项目包丰富多样 3、物流配送体系非常完善 4、成为有效地广告平台 5、便利店拥有更多的盈利渠道

四、结论

连锁便利店在发展电子商务过程中不可能一帆风顺，肯定要遇到很多问题，但是我们也应看到，发展电子商务已是迫在眉睫，目前已经具有一定规模的连锁便利店企业，如果能借助良好的互联网电子商务平台，同时采取科学的措施，并制定合理的发展步骤，便利店完全有机会把电子商务发展的更加完善，那时，连锁便利店将取得其他企业难以超越的核心竞争力！

References (参考文献)

[1] 《Chain Enterprise Logistics Supply》...Zhaoxian.Zhangpeng..China development Press..May,2009
《连锁企业物流配送》，赵娴，张鹏，中国发展出版社，2009年5月。
[2] 《Chain stores developing and designing》..Caojin..Lixin Accounting Press..Feb,2007
《连锁店开发与与设计》，曹静，立信会计出版社，2007年2月。
[3] 《E-commerce Logistics Management》..Zhangduo..Zhou Jian-

qin..Higher Education Press..May,2006.
《电子商务物流管理》，张锋，周建勤，高等教育出版社，2006年5月。
[4] 《E-commerce and Modern Logistics》..Li ermin..China Fiscal and Economic Press..Aug,2005.
《电子商务与现代物流》，李二敏，中国财政经济出版社，2005年8月。
[5] 《Logistics System Planning and Designing》..Dong weizhong..Publishing House of Electronic Industry...June,2006.
《物流系统规划与设计》，董维忠，电子工业出版社，2006年6月。
[6] 《Supply chain management: Case study of Hongkong Lifeng Group》..Lifeng Study center.. Renmin University of China Press..Jul,2004.
《供应链管理：香港利丰集团的实践》，利丰研究中心编著，中国人民大学出版社，2004。
[7] 《Purchasing and Supply Chain Management》 Michiel R .Leenders(Canada) Harold E. Fearon(U.S.A.)...China Machine Press Sep,2001
《采购与供应链管理》，(加)米歇尔·R·利恩德斯，(美)哈罗德·E·费伦，机械工业出版社，2001年9月。
[8] 《E-commerce Logistics》..Liuping.. House of Electronic Industry...Jan,2010.
《电子商务物流》，刘萍，电子工业出版社，2010年1月。