

# 实体店经营受网购影响程度研究

## ——基于河北省张家口市阳原县服装销售业调查

陆晨云 包凤兰

**摘要：**新兴的互联网信息产业带动了线上经济的蓬勃发展，同时也使实体经济面临巨大挑战。本文通过调查河北省张家口市阳原县服装销售业的经营现状及其受网购影响的程度，并结合当地消费者网购情况，分析得出线上、线下经营模式各自占服装销售市场的份额趋于均分，进一步对于实体店经营提出了线上线下融合发展、政府积极发挥干预作用等建议。

**关键词：**阳原县 服装销售业 实体店经营 网购

随着互联网经济的迅速发展，实体经济亟待发掘自身优势与潜力，探寻新的增长点。服装销售行业中，网购对实体服装店的冲击尤为显著。本文以河北省张家口市阳原县的服装销售业为研究对象，通过发放调查问卷与实地走访的形式搜集相关数据与信息，在数据处理与分析的基础上，评估网购对实体经营的影响程度，并探索相关现象产生的原因，进一步寻求能够使实体店在互联网时代更具竞争力与发展力的有效策略，探寻实体经济的春天。

该调查开展于 2018 年 5 月，期间发放了两类问卷，分别针对普通消费大众与服装店经营销售人员，每类问卷发放 100 张。

### 一、河北省张家口市阳原县服装销售业经营现状

#### （一）部分服装店的经营状况不佳

在接受调查的服装店经营销售人员当中，有 43.3% 的人认为生意比较好做，13.3% 认为生意挺好的，43.3% 认为生意不好做，对生意经营状况并不持乐观态度的人有将近一半。上述数据说明，可能存在一些不利因素，影响到服装店的销售经营。通过询问了解到，不少经营者还曾尝试过销售不同类型或品牌的服装，甚至特意将服装店搬迁到更有优势的地段，但效果均不明显。由

此推断，同行业竞争并不是主要的问题，可能还存在其他一些难以扭转的客观原因，导致了服装店销售状况的不佳。

#### （二）影响服装店期望收益的因素

当问及影响服装店期望收益的因素时，“网购影响”比占 35%，“人均收入低，购买力小”占比 30%，“经济不景气”占比 25%，“高档服装市场小”占比 10%。不难看出，网购、人均收入低以及经济不景气对服装店生意的影响相对较大。究其原因，首先，经济增长速度的适当放缓，与我国经济发展进入新常态有关；其次，人均收入低是长期性发展问题，近年来阳原县政府努力通过旧城改造等方式，解决该县低收入人口比重大、区域发展失衡等问题。而对于影响较大的网购因素，则需依靠服装店自身找寻应对措施。

### 二、网购影响情况

#### （一）对实体服装店的影响

对于网购对服装店生意的影响，被调查服装店经营销售人员中，33.3% 认为网购对生意影响不大，46.7% 认为销售量受到一定影响，20% 认为影响较大即大部分服装店都认为日常经营受到了网购的影响。其实，从淘宝最初开创网络购物以来，这种线上交易模式以空前的速度不断发展

壮大，到十多年后的现在，网购已经渗透到各个方面，网购全民化不可阻挡。那么，实体经营者就更需要积极寻找方法策略，应对互联网经济的竞争。

另外，对于“认为未来线上和线下两种服装销售模式中哪种更有发展潜力”的问题，46.7%认为实体经营将恢复竞争力，甚至赶超网店经营；40%认为实体经营和线上经营平分秋色；13.3%认为网购占主导，实体经营继续受网店冲击。从中可以看出，服装店经营销售人员对实体店未来经营状况表现得比较乐观，大部分人认为将来实体店会和网店平分秋色甚至赶超网店，这其中不排除存在一定的主观性。

### （二）对普通大众的影响

在对普通大众的调查中，对于网购服装，调查对象中有20%几乎不网购服装，35%偶尔会买，40%经常网上买衣服，5%总是网上购买服装。前两项之和为55%，后两项之和为45%，即人们是否网购的比例可近似为1:1。而对于每年在实体店和网店购买衣服的支出分别占服装总支出的比例，被调查者中35%为2:8，20%为4:6，25%为6:4，20%为8:2，前两项均为网购支出较多，求和可得55%，后两项则都是实体店购物支出较多，求和可得45%，网购比实体店购物多10%的比例，网购的优势是不可忽视的，但两者的比例也是接近1:1的。

同样，在服装销售线上和线下经营哪种模式更有发展潜力这一问题上，对普通大众的调查显示，25%认为实体服装销售将恢复竞争力，50%认为线上线下将平分秋色，25%认为网购将继续占主导地位。普通大众的观点明显倾向于线上线下将平分秋色。此问题对于不同调查群体得出了不同的调查结果。

以上从是否网购、支出状况以及未来发展预测三方面得出的数据共同表明，普通大众认为，目前线上和线下服装销售已经或者说正在趋于两者各自占服装销售市场份额的一半。

## 三、调查结果整体分析

### （一）线上线下趋于势均力敌

通过上述对比可得，在预测未来发展状况这一问题上，普通消费者和服装店有关人员给予了不同的回答。这与服装店经营销售人员充分自信与自我维护的主观偏向有一定关系，他们易夸大实体店的发展能力，忽视网购的影响力度，从而对调查结果产生一定的影响。相对而言，普通消费者的调查结果则较为客观一些，多组数据都表明，与网购有关的百分比一般仅超过与实体购衣有关的百分比十个点，其近似可看成1:1的比例。总体而言，结论更倾向于普通大众的调查结果，故认为，网购这种线上经营模式对于实体店服装销售有略微的优势，但是两者趋于势均力敌。

### （二）城市化与老龄化对调查结果影响较大

调查所得出的结论与阳原县的实际发展情况有一定的关系。阳原县虽然也属于城镇，但随着城市化的不断深入，越来越多县城家庭的子女大（都是80后、90后的年轻人）选择在大城市就业与安家，所以此次调查对象中，年龄在20-35岁的比例仅为25%；而他们正是主要的购物群体，更是网购服装的主力军，表现在调查结果中，这一问题就会在一定程度上削弱网购对特定调查群体（阳原县居民）的影响。

年轻人口的转移，同时也加重了阳原县的老龄化程度，在调查对象中有55%的人年龄在36-55岁之间，通过对其访问了解到，他们普遍感觉自己这一年龄段不容易在网上购买衣服，并且认为网上的衣服更适合较为年轻一些的人穿，他们倾向于在实体店购买衣服，因为可以试穿，心里更踏实。

以上的两个主要原因，使得调查结果中，网购对于实体购衣的优势不是很明显。但是，这并不表明网购对实体购物冲击的不存在。只要网购方式存在，它就会同实体销售争夺市场份额。综合而言，无论是网店还是实体服装店，都有必要做好对自己产品的市场营销，提高自己的行业竞争力。

## 四、促进实体店经营的建议

### (一) 线上线下融合发展

据第 40 次《中国互联网络发展状况统计报告》可知，截至 2017 年 6 月，我国网民规模已经达到 7.51 亿，其中，网络购物用户规模达到 5.14 亿，较 2016 年底增加 4773 万，增长率为 10.2%，网络购物仍保持较快增长。而且，2017 年上半年，电商企业加快与实体零售企业投资合作，全方位实现整合互通和优势互补。伴随融合不断深入，线上线下边界模糊化、零售业态碎片化、消费场景智能化的全新商业形态正在形成。

在互联网时代，紧跟时代步伐才是正确的选择，线上线下融合是大势所趋。上面的报告中显示，越来越多的电商开始不断加强与实体销售的合作，所以，线下的实体店也要参与进来，积极开展线上经营模式，这样生意才会更好做，而不能把鸡蛋只放在一个篮子里。

相关的调查数据显示，在对服装销售实体店的建议中，服装店销售经营人员中只有 5% 建议线上线下同时经营，普通大众有 18.5% 建议线上线下同时经营，服装店人员的比例较普通消费者少 10 多个百分点。另外，在调查中有 53.3% 的服装店人员不愿意再同时开一个网店，大部分人反映不会开网店。对于这个问题，服装店经营者要积极咨询与学习网店或是微店的开办方式，敢于尝试新模式。政府有关部门也可以组织安排一些相关的培训指导，鼓励实体店同时发展线上生意。

### (二) 满足消费者多方位的需求

在调查过程中，当问到认为实体经营怎样做会更有发展优势时，两类调查对象的看法比较相似。33.3% 的普通居民和 35% 的服装店人员均认为服装种类样式要再多些会更好，25.9% 的普通居民和 50% 的服装店人员认为要掌控好服装价格，多做促销优惠活动，22.2% 的普通居民和 10% 的服装店人员认为要像网店一样退换货便捷，18.5% 的普通居民和 5% 的服装店人员认为线上线下应同时经营。

综合上述数据来看，首先，实体服装店可以

尝试在进货时，购进些样式各异的服装，而对于每种服装的购进数量则可以少一些，从而扩大可供消费者挑选的范围；其次，实体服装店也要控制好价格，可以用促销优惠来吸引顾客；再次，要尝试像网店一样，在一定时间内无理由退换货；最后，要积极探索线上线下同时经营的新模式，比如，服装店老板可以同时再开一家网店或是微店，把实体店服装的样式与信息，通过网络分享给更多的人，如此也方便了消费者的挑选与购买。其实，如今消费者要求的不只是物美价廉，还需要有更加贴心、更加方便的服务，来满足消费者多方位的需求。

### (三) 政府积极发挥干预作用

相对于在我国国内电商热火朝天的发展现状，许多其他国家的电商则远没有如此活跃，这一定程度与我国线上经营模式的开创性发展有关，但是也确实有不少国家采取了一定的措施，对线上经济进行管理与限制，以减少实体经济所受冲击，防止经济发展的失衡。我国可以适当参考国外的做法，通过政策手段促进实体销售业的发展，比如提高电商的经营准入门槛，规定每个人开办网店数量的上限，限制网络购物的贷款额度等等；同时也要加强对网店的监督管理，反对不正当的竞争方式，不断完善包括网络购物在内的互联网经济法律法规。

综上，可以尝试通过许多种方式，提高阳原县乃至整个国内的服装销售实体店较于网购的竞争力，探寻移动互联时代实体经济的春天。■

### 参考文献：

- [1] 张晓娜. CNNIC 发布第 40 次《中国互联网络发展状况统计报告》[N]. 民主与法制时报, 2017-08-08(1).
- [2] 迟芳尘. 实体经营与虚拟经营未来发展趋势分析[J]. 现代经济信息, 2015, (15).
- [3] 程醉. 底死谩生, 服装零售业如何应对电商冲击? [J]. 中国纤检, 2015, (16).
- [4] 冯志民. 从“双十一”网售狂欢实体惨淡看现代服装业的渠道变革 [J]. 纺织导报, 2014, (3).

(作者单位：内蒙古师范大学经济学院)

责任编辑：康伟