

## 网购人生

“您好，您的快递到了，请凭有效证件到1号楼西侧领取。”中午12点，正在自习室看书的北京研二学生肖英收到了快递员的短信。

“网上的东西便宜啊，样式也多，还能想什么时候买就什么时候买，下单后就可以坐等送货上门啦！”如今，肖英的衣食住行中有不少都来自于网购。说起网购的好处，自称“网购不生活”的肖英一口气罗列了好几条。

冲着这些优势，十多年间，越来越多的人加入到网购大军中。普通如衣帽鞋袜、话费点卡、数码家电、美食特产，怪异如夏日的阳光、森林的空气、剪断缘分的剪刀、故意烤糊的蛋糕。“只有想不到，没有买不到。”

从高楼林立的繁华大都市，到尘土飞扬的偏远小县城；从时髦的白领丽人，到朴素的村民，网购无处不在。

“我们县城就这么大，很多东西想买都买不到。”家住四川省南部县的张龙说，而网购让他有了更多选择。

对张龙、肖英来说，网购是一种生活。对另外一群人来说，网购是一种工作，一个实现梦想的机会。

潮汕学院的大学生黄业弘，在校期间就和同学一起在淘宝上开店卖睡衣，如今已是营业额过百万的“小老板”。“明年我想在学校设立一个创业奖学金，鼓励师弟师妹们积极创业。”他说。

黄业弘并非个例。据淘宝网调查显示，网店店主本科及以上学历占27.1%。

低成本、低风险、低门槛的网店创业模式，在受到缺资金、缺经验的年轻人追捧的同时，也为其他弱势群体提供了成就梦想的机会。

右手右脚行动不便的陈晓良通过开网店，从一只网络菜鸟变成了一个有货源有经验的专职网店店主，年销售额超过800万元，在收获事业成功的同时，他也收获了爱情，找到了属于自己的幸福。据初步统计，10年来，已有超过3万名的残疾人选择在淘宝平台创业。

农民也在网购中找到了对接大市场的钥匙。山东省嘉祥县黄垓乡村民孟宏伟开网店，甚至接到了来自迪拜的千万元大订单，这个只在照片上见过“帆船酒店”的农村人，把村里养殖的500头奶牛、3000只绵羊漂洋过海卖到了迪拜。如今他已年销10万头（只）活牛羊。

据统计，截至2011年，已有171万名农民（含县）成为淘宝网商，成为网商的农民人均月收入集中在2000—5000元之间，远高于未上网农民收入的1500—2000元。

网购的迅猛发展还衍生出一系列新职业。快递员、网店装修师、帮助买家议价的网络“砍价师”、帮卖家做网络营销推广的“淘宝客”、帮人选择服饰的“搭配师”、“秒杀”走红催生的职业代拍人、网店软件商、网店培训师、网店职业经理人……据不完全统计，为支撑网购发展的直接、间接就业人员，目前已经超过1000万人。

湖南小伙子张玉超，2012年到深圳应聘成为一名电商平台易讯网的快递员，平均每个月能拿到5000元左右的工资，25岁的他，在晋升为站长助理后，还将在今年6月继续晋升为分站站长，成为一名可以独立管理一个分站的基层干部。“公司每年给我们提供四次晋升机会”，张玉超说希望自己的职业生涯能跟着网购一起成长。



网络购物后，消费者收到商品之日七日内无条件退货。近日，十二届全国人大常委会第二次会议审议消费者权益保护法修正案草案，草案做出上述规定。唐志顺图

十多年前，北京、上海和广州曾展开过一场“互联网生存实验”。在三天三夜的时间里，挑战者们被锁在一间透明的房屋里，只能通过房间里能够上网的电脑购买维持生命的食物和水。挑战者们要尝试依靠网络购物，向外界证明自己能活下去。

今天的人们已很难想象当年实验引起的强烈关注，网购已像油盐酱醋茶一般，成为生活的一部分。

据统计，2012年中国网购用户规模达2.42亿人，接近英国、法国、德国和加拿大四国人口总和。2012年中国网络购物年交易额达到12594亿元，十年前只有10亿元，年均增长率超过100%。

## 网购「凶猛」 传统百货走向何方

张瑶 胡宏毅



杨仕成图

相比于网络购物的势头高涨、春光正好，传统百货业却感到有些“风萧萧兮易水寒”，“关门潮”、“零利率”的消息时有传来。

在网购冲击下，百货商场会成为传言中“消失的业态”吗？

### 百货商场成了“试衣间”？

周末，走进有着近60年历史的老字号商场的北京百货大楼。扑面而来的，是琳琅满目的商品和粉色主题的母亲节购物宣传，浏览商品的人看起来也不少。

“人多有什么用，跟前两年相比，差远了。生意是越来越难做，成本却越涨越高了。”热情推销自家商品的时尚女装店主王蓉，在得知我们来意后，显得有些黯然。“好些顾客试完衣服，看着挺满意的，就是不买，问了价记了号就走。”由于自家经营的女装在网上都有代购，店里卖的衣服在淘宝等网店上能打到7折，这几年来，王蓉流失了不少顾客。

除了顾客的流失，更加困扰王蓉的是成本的节节攀升。“除了收入，什么都在涨。拿房租来说，两年前的店租还是4300，现在已经涨到6000了。”王蓉介绍说，店里通过批发市场进来的衣服，价格也有一定程度上涨，但考虑到网购的冲击因素，不得不压价卖。

据中国百货商业协会数据，受访81家大中型百货零售企业2012年销售总额2282.7亿元，同比增长仅8.92%，与2011年以前平均16.5%的增长率相比

下滑明显。

面对低迷的业绩，屡有百货集团关闭门店的消息传出。去年，作为台湾老牌百货连锁的太平洋百货，关闭了北京和上海的3家门店；曾是地标性百货公司的上海第一百货淮海店也于去年3月停止营业；今年2月，广百百货正式宣布关闭成都店。虽然这几年来居民消费能力不断提高，传统百货商场的日子，却并不好过。

### 谁动了传统百货的“蛋糕”？

“网购对百货商场的冲击是必然的。百货零售的主要困境是之前未能积累对消费者购物偏好的数据积累，以及电子商务运营经验欠缺。”北大新媒体营销研究中心执行主任苏萌接受本报采访时表示。

相关调查也显示，65%的网购用户表示自己通过网上购物减少了外出购物频率。而在二三线城市，网购对于百货业的影响或许更大。苏萌指出，许多电商企业已经开始抢占二三线城市的市场，以更便利、更优惠的优势吸引客户。以甘肃兰州市为例，在去年前三季度进省6000多万快件中，85%属于网购快件。一家商场负责人说：

## 改变产销流链条

2011年，电商平台易迅网的员工数为2500人左右，到2012年，这个数字就变成了3750人，同比增长高达50%。而从2012年底到现在，易迅员工数又增加了超过1000人。据其相关负责人透露，易迅网今年要在全国10个城市建立新仓库，员工数量预计还会保持较高的增长速度。

网购的快速成长正在成为中国经济的一抹亮色。而更值得关注的是，在自身快速发展的同时，网购也正在显示出对传统业态颠覆与重构的力量。

支付和物流是首先被网购“改造”的行业。网购萌芽之初，互联网超越了传统信任能够覆盖的范围，信任和交易支付成为大问题。支付宝担保交易服务推出解决了支付信任的问题，也发展出一个网络金融大产业。

网购商品从卖家到买家的流通需求，也带动了物流快递业的发展。数据显示，2012年中国快递业务总收入突破1000亿元，较2011年同比增长39.2%，仅淘宝网和天猫每天就产生超过1200万单包裹量。

而按照披露的计划，阿里巴巴还将携手银泰、复星、顺丰及“四通一达”（即申通、圆通、中通、亿通、韵达）共同建立一张能支撑日均300亿元网络零售额的智能物流骨干网络，让全国任何一个地区做到24小时内送货必达。

随着支付和物流的改善，网络购物获得飞速发展，它颠覆了传统商场实地选购、现场支付、取货回家的购物方式，取而代之的是一种全新的购物模式。在阿里集团副总裁、阿里研究中心主任梁春晓看来，这背后是商业基础设施的切换：从以商场为代表的传统商业基础设施，到以网络购物为代表的新商业基础设施。伴随这个切换，“整个商业景观都会随之发生变化”。

在这种切换下，传统零售已感受到“寒意”：2012年，81家大中型零售企业百货店销售总额为2282.7亿元，同比增长仅8.92%；而当年网络购物市场交易额破万亿元，同比增长66.5%。

除了传统零售业外，网购也正在体现出对传统制造业的重构力量。梁春晓指出，这其中一重要变化就是C2B模式的兴起。有别于厂商生产商品卖给消费者的B2C模式，C2B模式则是消费者下单让厂商按需生产，即C（顾客）驱动B（厂商）。

鼠标轻轻一点，根据不同颜色、材质、涂膜的备选方案，选择鞋头、鞋跟、鞋带等6—10个部件，最后再附以个性签名，确定。3天后，自己DIY设计的球鞋就送上门了。

这是一个普通用户在潮鞋网站爱定客的购物体验。独特的C2B模式让爱定客从传统鞋业的高库存、低毛利走向了零库存、高周转。以回款周期为例，传统线下鞋业品牌商一般是70—100天，而爱定客最快只需15天。

虽然C2B目前还没成气候，但梁春晓提醒，“千万不要低估现在正在出现的苗头，它们代表未来。”在他看来，C2B模式代表了“第三次产业革命”所呼唤的个性化的生产方式，将重构传统制造业和商业的生产、销售模式，引领未来社会零售业的发展。

### 编者按：

2003，是一个泪水折射光芒的年份。在人们因非典而掩面饮泣之时，互联网的世界里，却投进了一缕薄薄的阳光——淘宝网正式上线。

十年里，以淘宝为代表的购物网站，迅疾行进，抢占商业版图，并将网购深深嵌入人们的消费习惯中。

十年里，网购膨胀的态势，让传统百货惊讶、不安，继而寻求转型。传统百货不甘心沦为网店的“试衣间”，它们或坚守，或转战，或颓然倾倒，或顺势“触网”。

回望十年网购路，尘土飞扬的背后，是中国人生活习惯的变迁，是消费需求的转移，更是商业模式的嬗变。



春鸣图

“以单日为例，店里的客流并没有减少，但成交量至少下降了10%。以前开单之后成交量至少90%，现在不到80%。”

在市场份额流失的同时，经营成本的不不断加大也使得实体商场的利润空间被不断压缩。三十出头的秦爽是北京一家商场的企宣，谈及营业状况，他有些无奈：商场去年的营业额达到9亿元，可净利润只有3000万元。“我们的毛利率在17%左右，但是各种开支要6000多万元。”除了人工成本，电费也是一大项，每年要1000多万元，银行刷卡手续费每年将近500万元，再刨去税费等，商场的净利润只有3%左右。

### “老业态”如何重迎新春天？

面对不断变化的市场形势，传统的百货商场如何生存？从发达国家的经验来看，传统百货实体店具有品牌优势、顾客资源和信誉度，发挥优势，与电商各自为战，有着很大的市场。此前，银泰百货集团开始利用自己的物流和进货渠道，将实体店里的货品搬到互联网上，试水电商平台。2012年，其旗下银泰网实现销售收入近6亿元，同比增长281%。移动端

### 未来有更多可能

的发展和智能手机的普及，网购正在从电脑端向移动端迅速蔓延。数据显示，截至2012年底，无线淘宝访问的累计访问用户已突破3亿人，接近于美国总人口数；京东已拥有5000万移动用户；手机当道的用户流量在2012年也增长了上百倍，占用户总流量的25%。

艾瑞咨询数据显示，2012年移动购物交易额达550亿元，增长约380%，预计今年将达到近1500亿元的规模。

他们不仅是冲着移动购物随时随地的便利来的，更是看上了移动购物的时尚“炫”体验。看到商品二维码，轻轻一扫，快递马上送到家；对着手机，说出想要的商品，马上显示全网商品大比价。

未来，没有最炫，只有更炫。用户足不出户，在电脑摄像头前，就可以完成衣物的试穿、试戴、试用，不仅可以看到自己穿戴后的形象照片，还能通过真实的触摸感，体验穿戴的质感、材质和重量，试好即可下单购买。

在增强现实技术的支撑下，这些“科幻”式的场景将在不久的将来很快实现。随着技术的进步与发展，网络购物的未来将更加精彩，有着更多的可能。