

学校编码: 10384

学号: 17920151151745



分类号_____密级_____

UDC _____

廈門大學

硕士学位论文

实体零售百货 O2O 平台的推广策略

——基于飞凡 APP 的案例

Promotion Strategy of O2O Platform for Retail Industry

——A case based on Feifan APP

杨静怡

指导教师姓名: 朱建平 教授

专业名称: 工商管理(MBA)

论文提交日期: 2017 年 月

论文答辩时间: 2017 年 月

学位授予日期: 2017 年 月

答辩委员会主席: _____

评阅人: _____

2017 年 月

厦门大学博硕士学位论文摘要库

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1.经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于
年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2.不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

摘要

我国的实体百货行业在经历了快速发展和电子商务浪潮的冲击后，进入了低谷期，传统百货的商业模式亟待创新。大量传统零售百货企业引入了 O2O 模式，搭建了网络平台用于辅助或加强传统销售。对比线上、线下零售产业的现状和困境，引入实体零售百货 O2O 的商业模式，及实体零售百货 O2O 平台。平台针对整个零售行业，力求整合商业生态圈资源，为用户提供更多的资讯，为线下商业带来更多的客流，让线上线下互动起来。

以系统性的创新思维方式，运用文献分析法和归纳演绎法分析实体零售百货 O2O 平台及平台的需求分析和平台的商务模式分析。再通过案例分析法对腾讯、百度、万达联合开发的飞凡电商平台进行案例研究。采用数据分析的方法分析飞凡 APP 广场下载量的情况。并通过与飞凡 APP 代表用户进行系统性访谈，推断出飞凡 APP 的大众认知度较低，市场推广程度较低，应用并不成熟的现状。再结合此类 O2O 平台诞生的背景、平台的商务模式和运营的行业环境角度切入，从推广对象和推广渠道两个角度进行分析，结合飞凡 APP 的特点、定位和不足，提出此类 APP 的推广策略建议。

关键词：实体零售业；O2O 平台；飞凡；推广策略

Abstract

After a period of rapid development and great challenges from e-commerce, retail industry in our country has fallen into the trough. The traditional business mode in this industry should be innovated immediately. A large number of traditional retail enterprises introduced the O2O model and built network platform to assist or strengthen their traditional sales. Comparison of online and offline retail industry status and predicament, the retail industry bring O2O business mode and the retail industry O2O platform. The platform suit to O2O mode in the retail industry emerge as the times require. The platforms aimed at the entire retail industry, and strive to integrate business ecosystem resources. They also can provide more information and more passenger flow for the offline business even make the interaction between online and offline business.

Analysis of the retail industry O2O platform by using the methods of literature analysis and induction and deduction method . Analyzing the demand and business model of the O2O platform. Then through the case of Feifan which developed by Tencent, Baidu and Wanda company to analysis. Using the method of data analysis to analyze the situation of Feifan APP downloads. And through a systematic interview with Feifan APP user. The conclusion is that Feifan APP public awareness is low and the application is not mature. Combined with the background of the birth of such O2O platform, the platform of the business model and the operating environment of the industry point of view, from the promotion of the object and the promotion of two channels of analysis, combined with the characteristics of Feifan APP, positioning and lack of such APP Promote strategy recommendations.

Keywords: Retail Industry; O2O platform; Feifan, Rromotion Strategy

目 录

第一章 绪论.....	1
第一节 研究背景和意义.....	1
第二节 研究内容与基本框架.....	2
第二章 线上零售与线下零售业的困境与现状	5
第一节 实体零售产业困境.....	5
第二节 线上零售产业的困境.....	6
第三节 零售 O2O 商业模式的兴起.....	8
第四节 零售 O2O 的商业模式下的生态圈.....	11
第三章 实体零售百货 O2O 模式下的 O2O 平台	13
第一节 零售行业 O2O 平台需求分析.....	13
第二节 O2O 平台的商务模式.....	15
第三节 零售百货 O2O 平台案例案例——飞凡平台.....	17
第四章 实体零售百货 O2O 平台——飞凡 APP 下载量分析.....	23
第一节 厦门地区飞凡 APP 广场下载量分析.....	23
第二节 柳州地区飞凡 APP 广场下载量分析.....	33
第三节 东西部地区广场 APP 下载量对比分析.....	40
第五章 飞凡 APP 代表用户系统性访谈	43
第一节 用户访谈研究方法概述.....	43
第二节 用户访谈及访谈分析.....	45
第六章 实体零售百货 O2O 平台的推广策略	52
第一节 强化平台品牌.....	52
第二节 推广对象分析与建议.....	55
第三节 推广渠道分析与建议.....	58
附录.....	61
参考文献.....	63
致 谢.....	65

厦门大学博硕士学位论文摘要库

Contents

Introduction	1
Session 1 Research background and significance	1
Session 2 Research contents and framework	2
Chapter Two The current situation and dilemma	5
Session 1 The traditional retail industry	5
Session 2 The plight of the online retail	6
Session 3 Retail O2O mode of the rise	8
Session 4 Ecosphere under the retail O2O mode	11
Chapter Three Retail industry O2O platform	13
Session 1 Demand analysis of O2O platform in retail industry	13
Session 2 O2O platform business mode	15
Session 3 Retail Stores O2O Platform Case Case - Flying APP	17
Chapter Four Download analysis of Feifan APP	23
Session 1 Analysis of APP downloads in Xiamen area	23
Session 2 Analysis of APP downloads in Liuzhou area	33
Session 3 The analysis of downloads between eastern & western city ..	40
Chapter Five Representative user of Feifan APP interview	43
Session 1 User interview overview	43
Session 2 User interview overview & analysis	45
Chapter Six Promotion strategy of O2O platform	52
Session 1 Strengthen the platform brand	52
Session 2 Analysis and suggestion of promotion object	55
Session 3 Analysis and suggestion of promotion place	58
Appendix	61
References	63
Acknowledgments	65

厦门大学博硕士学位论文摘要库

第一章 绪论

第一节 研究背景和意义

一、研究背景

百货行业在改革开放经济持续增长的大环境下，发展迅速，销售总额节节攀高。2008 年全球金融危机波及我国，国内经济也收到一定程度的影响，传统的零售百货行业也受到金融危机的影响，出现了衰退。进入 2000 年以后，电子商务在互联网的大环境下蓬勃发展。特别是互联网技术和智能手机的普及，越来越多的消费者选择从网上购物。互联网相继出现了淘宝、天猫、京东等以 B2C 和 C2C 为主的电子商务交易平台，这些平台成功的分流了线下的流量。

实体百货零售业因此受到了严重的冲击，销售大幅下滑，客流锐减。不少商家为了挽救颓势纷纷加入到电子商务的浪潮中，在电商平台开店，线下线上并行发展。一方面传统零售业寻求从线下到线上转型、拓展，谋求与线上整合；另一方面电子商务交易平台型企业也寻求从线上到线下落地、拓展。一种企业线下与线上融合式的发展模式诞生了，即 O2O 商业模式。这种模式能够同时满足客户线上购买和线下体验的双重需求。在零售百货 O2O 商业模式中扮演重要角色的零售 O2O 平台也出现在了大众的视野中，这类平台在群众中的发展应用与推广决定了零售百货 O2O 模式的成功与否。

二、研究的意义

O2O 的概念在各行各业都很火爆，商业地产界也不例外，从购物中心到百货、超市等都有 O2O 的身影，但 O2O 一直悬在半空中，并未真正落地。要使 O2O 模式发挥最大能效，企业必须具有丰富的线下资源，拥有大量可以覆盖广泛地域的线下商铺，满足消费者就近消费的需求。保证消费者能便捷在线上交易的同时，享有完善的线下售后服务。从这个角度来看传统的零售行业在 O2O 模式中，因拥有大量的线下商铺而更具有发展潜力。已经在全国铺开线下终端（如零售店、加盟店、直营店、特许店）的大型企业采用 O2O 模式更有优势而言。

目前这类实体商业 O2O 平台的认知和应用程度并不高。在理论上，对线上零售企业的商业模式构成要素的分析，可以丰富零售百货 O2O 平台研究的理论，明确此类平台的定位。从实践角度来看，通过对零售百货 O2O 平台/APP 下载量和用户系统性访谈结果的分析，可以为零售 O2O 平台的可持续发展和推广提供指导，有助于企业/商户把握机会，应对环境变化；有助于平台用户体验智能商业。

第二节 研究内容与基本框架

一、研究内容

论文将通过对传统零售企业线上线下协同发展的商业模式进行探讨和研究，以及在这种模式下的 O2O 平台的应用程度研究，包括对 O2O 平台下载量的分析和代表用户系统性访谈，提出零售百货 O2O 平台的推广策略建议。

二、研究方法

（一）文献研究法和逻辑分析法

文献研究法主要是通过期刊资源，图书资源，网络资源等渠道获取 O2O 商业模式、传统零售企业等方面的文献资料；逻辑分析法是基于逻辑学理论的指导，通过对已获取的实体零售百货行业 O2O 的商业模式和 O2O 平台相关文献材料进行科学筛选、分类、整理、归纳、演绎。

（二）案例分析法

根据本文研究的需要，选取腾讯、百度、万达联合开发的飞凡电商及其 O2O 平台实例的研究，总结零售百货 O2O 模式下的 O2O 平台/APP 的下载情况得出仍需加强推广的策略建议。给传统零售业开展线上业务提供理论依据，也为实体零售百货 O2O 平台的发展提供一定的参考和借鉴。

（三）描述统计法和推断统计法

本文的案例数据分析部分，通过研究飞凡 APP 区域下载量的数据样本，找到总

体下载量的规律性。采用描述统计法通过图表形式对飞凡案例中所收集数据进行加工处理和显示,进而通过综合概括与分析得出反映客观现象的规律性数量特征。并用推断统计法根据样本数据去推断总体下载量特征。

(四) 用户访谈法

用户访谈是通过提问交流的方式,了解飞凡 APP 代表用户对 APP 用户体验观点的过程。通过围绕着几个特定的话题与受访者会话,根据用户回答进行定性分析。用户访谈可以了解用户的思想过程,深入探索他们持有观点背后的原因。

三、基本框架

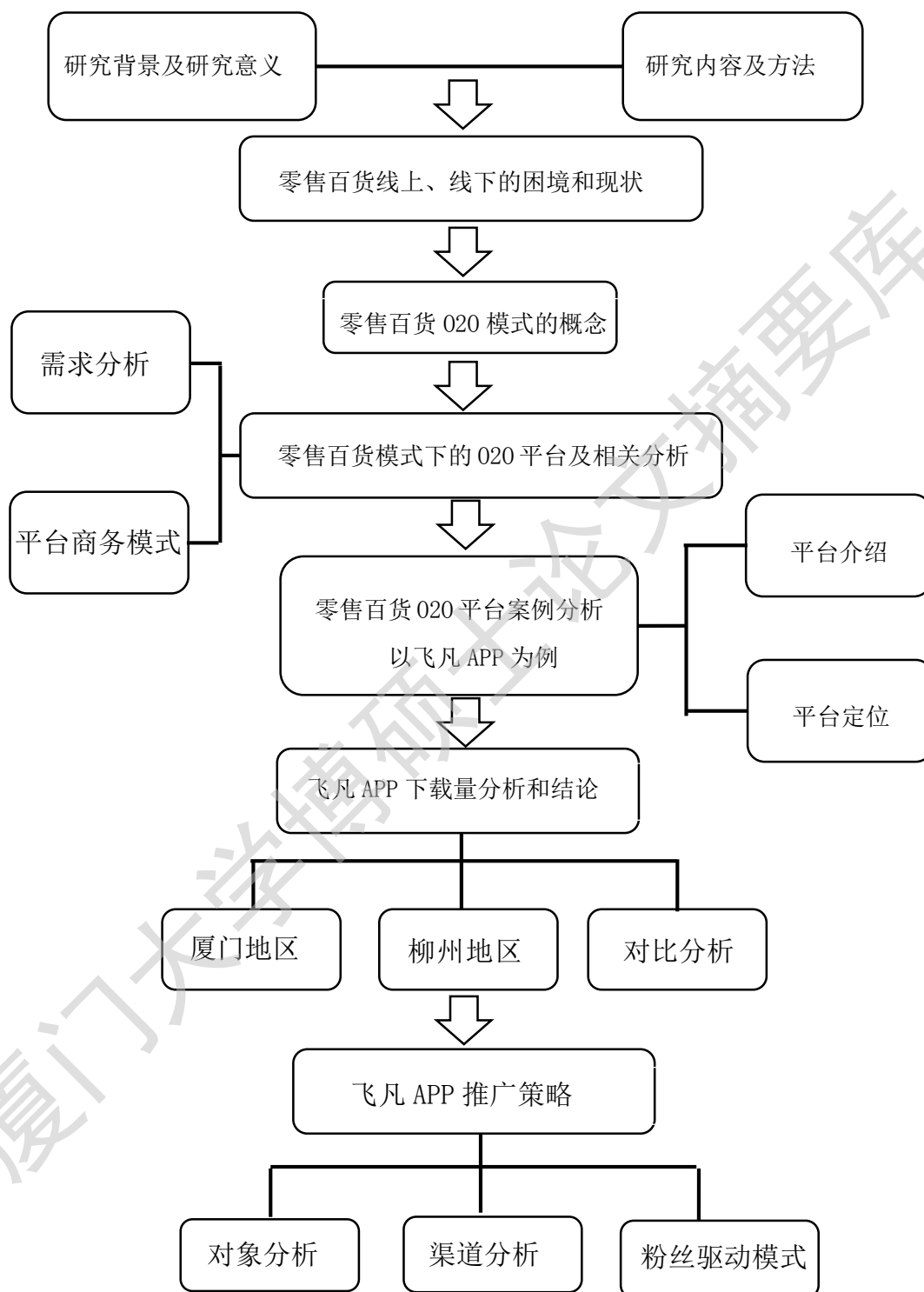


图 1-1 论文基本框架图

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库