

数字化转型下电子商务与传统零售业的影响研究

田 仪

贵州大学哲学学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年7月15日; 录用日期: 2025年7月28日; 发布日期: 2025年8月27日

摘 要

在全球经济高速发展的背景下, 数字化转型成为提升企业竞争力的关键。数字技术为以互联网技术发展起来的电子商务与传统零售业带来了新的机遇与挑战。文章以数字化转型背景下的电子商务与传统零售业为核心, 从多角度分析数字化对二者发展的推动作用, 以及零售业在数字化转型过程中面临的困境与挑战。基于此, 对电子商务与传统零售业提出差异化的思路和建议, 以期在数字化转型下更好发挥对经济高质量发展的推动作用。

关键词

数字化转型, 零售业, 电子商务

Research on the Impact of E-Commerce and Traditional Retail under Digital Transformation

Yi Tian

School of Philosophy, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 15th, 2025; accepted: Jul. 28th, 2025; published: Aug. 27th, 2025

Abstract

In the context of the rapid development of the global economy, digital transformation has become a key factor in enhancing the competitiveness of enterprises. Digital technology has brought new opportunities and challenges to e-commerce, which has developed based on internet technology, as

well as to traditional retail. This article focuses on e-commerce and traditional retail in the context of digital transformation, analyzing, from multiple perspectives, the driving role of digitalization in the development of both sectors, as well as the difficulties and challenges faced by the retail industry during the digital transformation process. Based on this, differentiated ideas and suggestions are proposed for e-commerce and traditional retail, aimed at better leveraging digital transformation to promote high-quality economic development.

Keywords

Digital Transformation, Retail Industry, E-Commerce

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着数字经济的快速发展，数字化转型已成为推动零售业变革的关键力量。根据国家统计局发布的2025年上半年经济运行数据，我国网络零售市场呈现稳健增长态势。数据显示，1~6月全国网上零售额同比增长8.5%，消费升级特征显著，重点检测平台数字产品、15类国补家电和数码产品、网络服务消费分别增长9.9%、12.7%、14.6%，这一些列数据印证了我国电子商务市场在消费升级和政策推动下的高质量发展态势。^[1]与此同时，传统零售业也竞相加入数字化转型的行列，开展线上业务。这一深刻的产业变革不仅重构了零售业的商业模式，也对消费者的消费行为产生深远影响。数字化转型为电子商务以及传统零售业不仅带来了机遇，同时也带来了新的挑战。基于此，全文旨在研究数字化转型背景下电子商务与传统零售业的发展路径，回答数字化转型如何重塑两类零售业态商业模式、电子商务与传统零售业在转型过程中面临的机遇与挑战，以及二者协同发展的路径，以期丰富零售业数字化转型的理论内涵，为企业数字化转型提供建设性参考。

2. 数字化转型下电子商务传统零售业概述

2.1. 数字化转型的定义与转型

步入数字经济时代，以大数据、互联网、区块链为代表的数字技术推动产业转型，数字化正逐渐涉及社会的经济、政治、文化、生活等各个领域，可见，数字化早已成为一个极具影响力并广泛渗透的全球性的趋势。数字化作为信息技术发展阶段性的产物，其概念的演化与技术的发展紧密关联，因此其内容是丰富且不断发展的。如果说数字化将现实世界搬进计算机，那么数字化转型就是用计算机重构现实世界。数字化转型是以数字技术为基础支撑、数据为关键要素进行数字化升级改造的过程。^[2]零售业进步的过程是信息化不断演进的过程。在互联网发展初期，人们只能在线下实体店进行购物消费，随着互联网的普及，从浏览器的诞生、网络的开放、快递的出现，到购物APP的上线，极大地加速了零售业的发展。现在，人类社会正在步入信息化发展的新阶段——从计算机辅助信息化阶段进入计算机主导信息化阶段，这一过程即数字化转型。^[3]因此，零售业数字化转型过程则为从互联网辅助阶段进入依托数字技术主导零售业发展阶段。

2.2. 传统零售业与电子商务的阐释

传统的零售业与新零售业并存于当下社会，“新”零售业与“旧”零售业既相互关联又相互区别。传

统零售业是一种以物理空间为载体、现实生活中的实体店为主要场所，向消费者售卖商品或提供服务的商业形态。早期零售阶段受制于技术发展，在技术方面的指导稀少，没有形成较为完整的、系统的、大规模的工厂，分为行商、坐商、杂货铺与百货店。行商，即挑着担子或推着车子叫卖，穿梭于大街小巷，这种销售方式具有较高的灵活性，区域覆盖广泛，规模较小；坐商以“前店后厂”为主，即在固定地点开设店铺进行销售，这种商业模式较为稳定，以服务附近顾客和吸引固定顾客为主，但受地理位置以及销售规模限制，其覆盖范围存在局限性。杂货铺规模较小，经营的商品种类繁多但数量相对较少，而百货店则反之，能够满足消费者的消费需求。这种零售业模式以分散式经营为主，店铺规模较小，分布较为广泛，虽然可以近距离接触消费者，通过经验提供个性化服务，但受技术和生产规模限制，效率低，商品种类有限，可供消费者选择的范围较小。随着工业革命的完成以及大规模生产的实现，出现了商品集中陈列、规模化销售和系统化管理。如以沃尔玛、家乐福为代表的大型连锁超市模式和以梅西百货、哈罗德百货为代表的百货公司形成了超市、便利店、专卖店、百货等多种商业形态并存的格局。这种商业模式通过集中采购、规模化管理运营，实现了规模经济；商品数量和种类大幅度增多，满足多样化需求，提升消费者购物体验；在这个时期，信息技术逐渐渗透到零售业，例如电子收银系统、库存管理系统、客户关系管理系统等，提高了运营效果；通过品牌化经营提升品牌的知名度，赢得消费者的信任和信赖，增强在市场的竞争力；通过拓宽市场，进入新的领域，摆脱单一市场，从而能够分散经营风险；此外，零售企业通过全球化经营，实现资源的优化配置，提高企业的运营效率，零售业不仅能够获得优质且低价的资源，而且还能提升品牌的国际影响力。对于消费者而言，购物环境的优化、个性化服务的提升、营销手段的创新等提升了消费者的消费体验，满足消费者的特定需求，从而能够吸引更多潜在的消费者，刺激消费。

随着互联网的迅猛发展，电子商务从最开始的企业与企业交易模式扩展到企业对消费者、消费者之间、线上线下等多种商业模式，逐渐渗透到各行各业，已经成为推动经济发展的重要力量。^[4]零售业开始从线下走向线上，打破地域限制，极大节省了企业的物力、时间成本，同时也使消费者的购物方式灵活化便捷化。此时的零售业逐渐平台化，消费者主要通过电商平台进行购物，企业通过自己研发的网站、移动应用或者第三方电商平台向消费者销售商品或服务，例如，阿里巴巴、亚马逊等线上购物平台在电商市场占据着主导地位。这种模式以商品为中心，注重商品的展示与销售，主要通过大规模的广告和促销活动吸引消费者，且允许消费者之间进行商品和服务的交易，能够满足消费者个性化、多样化的消费需求。

克莱顿·克里斯腾森提出的颠覆性创新理论框架中指出颠覆性创新是一种最初性能较低，但更简单、更便宜或更方便的创新，它从低端市场或新市场切入，逐步改进满足主流市场的需求并最终颠覆现有的市场结构，取代传统产品或服务。电子商务作为一种颠覆性创新在早期商品种类、及时体验等方面很大程度上不如传统零售店，但他们提供了便利性、更广泛的选择和更低的价格，吸引消费者。随着技术的迅速发展，电子商务在物流、支付、用户界面等方面不断改进，逐渐能够满足更多消费者的需求，在某些方面甚至在传统零售业之上。而传统零售业在电子商务发展的初步阶段可能会忽视电商对其带来的影响，但随着电子商务的普及，传统零售业正面临着客流减少、利润下降的挑战。电子商务作为颠覆性创新的典型代表，完美阐释了克里斯腾森理论的核心机制，以边缘切入 - 性能提升 - 主流替代的发展路径，已从单纯的渠道创新发展为驱动全球商业体系变革的核心力量，通过技术创新和体验优化实现对传统零售业的全面重塑，同时也推动着传统零售业的转型升级。然而，在数字经济快速发展的今天，电子商务与传统零售业正共同面临着前所未有的转型阵痛，究其根源，这些困境既源于技术迭代带来的渠道变革，也反映出消费升级背景下供需关系的深度调整，更凸显出零售企业在战略选择与组织转型中的现实挑战。

3. 数字化转型对电子商务的影响

3.1. 数字化转型下电子商务的发展现状

在数字大环境下，消费者个性化需求日益凸显，对消费更加注重便捷性、时效性，同时也会倾向于通过社交媒体平台进行购物决策；在传统的电商市场中，商品种类以及销售方式同质化现象比较严重，且在市场交易中，由于信息壁垒，缺乏足够的信息，阻碍企业之间公平竞争，影响消费者权益以及企业决策的正确性，阻碍市场的有效运行和资源的合理配置；加之数字技术在效率提升、体验优化、模式创新、竞争力重塑方面上的显著优势，生成式 AI、Web 3.0 等技术催生新业态。因此，为应对市场变化、提升竞争力、满足用户消费需求，推动经济高质量发展，当前电子商务进行数字化转型是必然趋势。

在数字化转型的浪潮中，电子商务作为依托物联网技术发展起来的商业模式，处于数字革命的前沿阵地，因此，电商企业必须主动拥抱数字化转型，通过持续创新谋求发展道路。^[5]互联网、物联网、人工智能、区块链、云计算等技术成为电子商务发展的重要引擎。互联网搭建全渠道销售平台打破地理限制，提升市场覆盖率，构建社交电商生态，降低用户获取成本；物联网通过智能仓储管理降低仓储成本以及对产品全生命周期追踪，提升品牌溢价能力；人工智能与大数据深度融合实时监控市场动态与消费者行为，大数据对海量数据进行分析，深入挖掘消费者的消费记录、浏览历史以及喜好，帮助预测消费需求，并制定个性化营销策略，人工智能则依据最终数据进行智能推选、动态定价。区块链在促进电子商务交易过程透明化方面具有重要的作用；云计算的弹性扩展业务系统、数据智能分析平台提升了应对峰值能力，实现决策速度从周级到分钟级的突破。

3.2. 数字化转型下电子商务的挑战

数字化转型为电子商务企业开启了新的篇章，与此同时，电子商务也需要应对数字化转型带来的挑战。首先，信息安全挑战。信息安全问题已成为电商数字化转型的最大风险之一。企业日常运营所产生和储存的客户数据、财务信息、核心技术等大量敏感信息可能会面临被泄露的威胁，还可能会面临声誉受损，使企业形象大打折扣；外部的攻击如遭受恶意软件、黑客入侵等的攻击，这些攻击不仅威胁到企业的信息安全，更可能会随之中断企业的运营，造成不可挽回的财产损失。信息泄露的根本原因在于在数字化转型中对安全的投入不足；数据流动复杂，安全边界模糊。其次，技术难题。电子商务企业在进行数字化转型所面临的技术难题主要体现在基础设施老化以及应用系统的升级与整合的复杂性上。^[6]老旧的系统设备对高效能的应用软件不兼容，导致企业的运营效率和数据处理能力与同时代脱轨；多平台使用独立的系统导致数据标准不统一，例如，天猫 APP、抖音、自营商城三套用户 ID 体系无法自动映射。在技术方面上的挑战直接影响企业项目的落地效果和商业回报。此外，组织变革挑战。组织变革面临的挑战比技术升级更为复杂，直接关系着转型的成败。数字化转型需要具备数字技术、数据分析等多方面的知识和技能的人才，面对数字化转型的大趋势，各行各业求知若渴，导致这类专业人才在市场上供不应求；数字化转型向外不仅需要专业的知识人才，向内还需要提升员工掌握新技术的能力和工具，在此过程中会出现培训资源分配不均、培训质量参差不齐等问题，导致企业员工对新的工作模式持有一定的抱怨态度，使数字化转型产生内部阻力。

在电子商务环境下，数字化转型给电子商务企业带来了一系列关键性挑战。在技术层面，技术的研发投入不仅增加了企业的运营成本，更是对企业的技术消化能力提出了更高的要求；在管理层面，企业组织架构和业务流程的重构往往会面临较高的管理复杂度和转型风险；在市场竞争层面，数字化转型使得头部企业优势更加明显，而中小企业面临巨大的竞争压力以及生存风险。为应对这些挑战，企业必须高度重视，既要把握住数字化转型带来的机遇，又要采取一系列策略和措施应对转型所带来的挑战，提

升企业竞争力，为消费者创造更大价值，最终实现数字经济生态的良性循环和可持续发展。

4. 数字化转型对传统零售业的影响

4.1. 传统零售业数字化转型的实践与变革

数字技术的崛起正影响着市场经济的运行与发展。传统零售业作为国民经济的基础性支柱产业，面临着前所未有的机遇和挑战。随着数字化发展，电子商务平台、短视频等新兴势力的迅速崛起，传统零售业的市场竞争力不断受到挤压，成本控制相对于其他新兴竞争对手处于明显的劣势地位，传统商业模式已经无法适应当前的市场和外部环境的需求。^[7]此外，面对消费者线上购物、全渠道需求、个性化服务的消费行为变化，面对国家“十四五”规划鼓励数字经济、企业数字化的政策支持，面对5G、AI、云计算等技术成本的降低，传统零售企业必须结合自身优势，通过数字化工具补齐短板，在数字化转型背景下把握住机遇，才能在迭代飞速的时代发展中屹立不倒。

在数字化转型背景下，传统零售企业发现互联网商业的巨大潜力并利用其潜力实现可持续发展。首先，搭建电子商务平台。传统零售商引入智能POS系统和移动支付技术或搭建在线支付、线上交易平台，促进交易便利化、多元化。同时，传统零售企业通过搭建线上销售平台，突破实体店铺的地域限制，将商品或服务销售的范围扩大到全球，提升品牌知名度。其次，融合全渠道。传统零售业融合全渠道的核心在于打破线上线下边界，通过技术、数据和运营的整合，为消费者提供无缝的消费体验。例如，沃尔玛开发的“扫码购”线上下单+门店自提的小程序，永辉超市借助抖音平台直播带货，线上商城+线下门店协同的模式打通了库存，避免线上线下库存冲突。此外，组织与人才转型是企业成功转型的关键因素。打造内部管理数字化，培养数字人才，线上平台对员工进行数字化考核与培训；与第三方平台合作，重构企业管理流程；建立跨部门的沟通与协作机制，促进信息的共享与流通。永辉超市在2015年成立“永辉云创”子公司，独立运营数字化业务，如超级物种、永辉生活APP，引入腾讯战略投资，组建互联网团队；升级门店岗位，导购升级为“数字化运营专员”，负责社群维护、直播带货；变革考核机制，线上订单占比纳入绩效指标，店员推广小程序可获提成，激发工作积极性，到2022年永辉超市线上销售额占比超20%。传统零售业并非被动接受电商的冲击，二者并非“替代”与“被替代”的关系，而是“竞争与融合”的复杂格局。传统零售业正积极寻求数字化转型，通过技术+业务+组织的全链路重构，实现无缝、个性化的消费者体验，企业实现效率提升与成本优化，推动行业上下游协同升级，形成线上线下协同的全渠道零售模式。然而这一融合的过程充满艰难与挑战。

4.2. 传统零售业的转型困境

移动支付、互联网、大数据、人工智能的应用，新零售业的兴起，跨境电商的快速发展，社交电商与内容电商的崛起以及绿色电商与可持续发展的趋势，不仅推动传统零售业的转型，也提出了新的挑战。^[8]传统零售业在向数字化转型中面临着诸多挑战，长期依赖线下运营模式、经验驱动的决策机制、分散的管理体系，在转型过程中往往会遭遇系统性的阻力。首先，供应链重构。传统零售业依赖区域化仓储，而线上商业模式需要全国甚至全球化的敏捷供应链，线上线下的整合设计系统、物流和库存管理的深度改造。第二，消费者行为的分化。部分品类，如生鲜、奢侈品，仍然依赖线下体验，而标准化商品，如3C、图书，已高度线上化，不同业态需采取不同融合策略。第三，数据孤岛问题。传统零售企业的会员、库存、交易数据分散，而线上模式则需要高度的数据整合，面临着技术与商业模式的壁垒。最后，转型前期高额的投入是许多企业面临的核心障碍之一，现金流紧张，若短期内没有明显的营收成果，可能会面临资金链断裂的风险；再者，试错成本较高，容错率低。大型企业可承担部分数字化转型项目的失败，尤其对于许多中小型企业无疑是一种高风险的投资，转型方案、项目、决策的出错，可能会因调整成本

过高，资源闲置，导致资金短缺而陷入困境。

5. 结论

传统零售业与电子商务表现和互动呈现出复杂且多维的现象，并非简单的对立关系。此外，传统零售业不能被电子商务完全替代，而是随着消费环境和技术变革不断演进的共生关系，二者更多的是融合，传统零售业通过数字化转型仍具有价值；电子商务作为一种颠覆性创新并非总是来自技术的突破，也可能是订阅制、共享经济等商业模式的创新。针对这一转型的分析探讨，需要避免二元对立思维，应关注不同零售业态在数字化进程中的差异化路径，批判性审视技术驱动零售业变革可能带来的负面影响。在未来，零售业走向的是协同而非对立，也不会是“电商取代传统”或“传统反扑电商”，而是基于不同业态特点的多元融合。最终，零售业的健康发展需要的是兼顾效率与公平、创新与包容，在技术变革中找到可持续的平衡点。

不可否认，零售业的数字化转型在提升效率、优化体验的同时，也带来一系列值得警惕的负面影响。首先，转型导致传统岗位萎缩，线下零售的收缩使大量导购、收银等基础岗位消失，数字化转型下的就业环境不具稳定性。电商催生的快递、分拣等岗位大多为临时性岗位，缺乏社会保障，从而导致就业市场结构性失衡。其次，线上平台个性化推送等服务的推算算法是基于历史行为推送商品，商品同质化情况严重，且大数据杀熟已成为行业潜规则，不同消费水平的消费者对不同的商品价格，这种技术所赋能的歧视性定价挑战商业公平。这些负面效应证明，数字化转型是一把双刃剑，应保持批判性审视，寻找二者平衡发展的可能路径，平衡效率追求与社会福祉。零售业的未来，需要的不仅是智能的系统，更需要人文关怀的发展范式。

参考文献

- [1] 中华人民共和国商务部. 商务部电子商务司负责人介绍 2025 年 1~6 月我国电子商务发展情况[EB/OL]. https://jp.mofcom.gov.cn/gzdt/art/2025/art_8dbe3950d9784cc09b7e2bd6fd733529.html, 2025-07-09.
- [2] 董松柯, 刘希章, 李娜. 数字化转型是否降低企业研发操纵? [J]. 数量经济技术经济研究, 2023, 40(4): 28-51.
- [3] 王继龙. 数字化转型开启可计算世界[J]. 中国教育网络, 2025(4): 5.
- [4] 王凯乐. 电子商务对企业经济发展的影响及作用[J]. 市场考察, 2025(4): 55-57.
- [5] 皮晓慧. 数字化转型背景下电子商务企业的市场竞争力构建与创新策略研究[J]. 现代商业研究, 2024(23): 74-76.
- [6] 周晓枫. 电子商务环境下办公业务数字化转型的挑战与对策[J]. 商场现代化, 2025(7): 44-46.
- [7] 袁野. 数字化转型背景下传统零售业的发展策略探讨[J]. 商业观察, 2025, 11(5): 80-82+92.
- [8] 李亚丽, 杨武雄, 胡嘉曦, 胡子莹. 中国电商行业发展趋势及对传统零售业的影响研究[J]. 广东经济, 2024(24): 16-18.