

# 基于移动端 O2O 电子商务模式在高校中的应用研究

Application Research Based on Mobile O2O E-commerce Model in Colleges and Universities

范露元

Luyuan Fan

常州大学怀德学院

中国·江苏 泰州 214500

Huaide College Changzhou University,  
Taizhou, Jiangsu, 214500, China

**【摘要】**随着第五次科技革命，电子和信息技术的革命，互联网技术的普及带来了移动互联网的快速发展。为紧随时代潮流，走到发展前沿，中国大力提倡“科教兴国，人才强国”战略，紧抓机遇和挑战，实现民族复兴。技术革命带来的新型电子信息技术已在中国得到广泛应用。作为最受欢迎的电子商务运营模式，O2O 电子商务模式已在中国高校中得到发展。论文通过研究和探讨 O2O 电子商务模式，对其在高校中的发展现状进行调查，并对其进行深刻剖析。

**【Abstract】** With the fifth revolution in science and technology, the revolution in electronics and information technology, the popularity of Internet technology has brought about the rapid development of mobile Internet. In order to keep up with the trend of the times and to the forefront of development, the state vigorously advocates the strategy of “rejuvenating the country through science and education and strengthening the country through talents”, to grasp opportunities and challenges, and realizing national rejuvenation. The new electronic information technology brought about by the technological revolution has been widely used in China. As the most popular e-commerce operation model, the O2O e-commerce model has been developed in Chinese universities. Through researching and discussing the O2O e-commerce model, the thesis investigates its development status in colleges and universities and analyzes it deeply.

**【关键词】** O2O 电子商务模式；高校校园；发展现状；主要问题

**【Keywords】** O2O e-commerce model; campus of colleges and universities; development status; main problems

**【DOI】** <https://doi.org/10.26549/cjygl.v3i1.1038>

## 1 引言

近年来，科学技术的不断发展为人们的生活带来了效率和速度，极大地改变了人们的消费观念和生活方式。各种电子商务运营平台如雨后春笋般涌现，运营模式不断创新。电子商务在高校中得到了快速发展和广泛应用，作为时代发展的新生力量，大学生对于新事物更易接受，且掌握较快。每个电子商务平台都侧重于大学生校园 O2O 电子商务模式的开发和应用。

## 2 O2O 电子商务的基本信息阐述

### 2.1 基本概念

"O2O" 是 "Online To Office" 的简写，它将离线商业机会与互联网相结合，使互联网成为一个离线交易平台。它涉及在线和离线两种商务模式，将在线业务模式扩展到离线实体经济，或将线下资源推向在线用户。2013 年中国进入高速发展阶段，其核心技术是“在线支付”。

## 2.2 模式概述

### 2.2.1 O2O 电子商务模式的五大要素

O2O 电子商务模式需具备五大要素：独立网店、国家权威行业值得信赖的网站认证、在线网络广告营销推广、全面的社交媒体与客户在线、线上和线下的综合会员营销系统互动。

### 2.2.2 模式分类

网站团购模式：他们中的大多数采用“电子市场+店内消费”模式，引入在线产品，并完成互联网支付。

二维码模式：将线下引入线上。

线上线下同步模式：企业在互联网电子商务模式中将商品和服务的形式扩展到实体经济，开放实体店等，实现在线和离线的同步发展。

营销推广模式：利用互联网进行传统线下实体经济形式的在线营销和推广，通过线上线下互动实现营销推广。

### 2.2.3 模式特征

本地化服务，社会化和普及化，同时更注重服务质量。其发展特征是技术驱动，资源在分散和集中化之间不断变化。新技术将个人化转变为工业化，但它们与社会化密不可分。

### 2.2.4 发展概况

(1) 1.0 阶段：O2O 线上线下初步对接，利用线上推广集中相关用户，将线上流量转到线下。中国的主要代表是美团线上团购和促销等。该阶段的特点是单向性和低粘度，以交易完成为终点，减少交互。

(2) 2.0 阶段：O2O 基本具备了该模式所需求的各种要素。该阶段主要是升级服务性电商模式，如商品服务、下单、支付等，使其更加生活化。在这个阶段，由于移动终端的成熟，微信支付，数据算法，以及时间的成熟，用户的使用频率逐渐增加，O2O 已经成为人们生活的一部分。如滴滴打车等<sup>[1]</sup>。

(3) 3.0 阶段：O2O 模式开始出现了明显的分化，一方面是垂直细分领域的一些公司开始凸显出来，如专注于快递物流的“速递易”。另一方面，垂直分割领域中基于平台模型的开发已经开始从原始分割领域水平扩展，并最终覆盖整个行业。如“饿了么”等。

### 2.2.5 发展条件

首先，电子商务的品牌化；其次，社会化电子商务的发展空间广阔；第三，信息流、物流和资金流动的三大瓶颈的突破；最后，电子商务法律法规的不断完善。

### 2.2.6 优劣势

优势：

(1) 用户获取信息更加便捷，可以直接在网上了解商品情况，可通过线上渠道向商家在线咨询以及预定购买商品或服务。整个购买流程更顺利，用户得到了全新的体验。

(2) 对于商家来说，O2O 的发展为商家提供了更多的推广模式，成本低且效果好，获得了更多的商业机会。

(3) 对于平台型企业来说，O2O 的发展起到了强大的推广作用，用户、商家与企业相互依赖发展，形成良性循环<sup>[2]</sup>。

劣势：

(1) 由于其盈利模式简单，且门槛较低，竞争激烈。

(2) 尚未建立一个值得信赖的有机商业环境和有序商业秩序。

(3) 由于其发展太快，导致了一系列问题的出现，如管理问题、流程问题等。

(4) 法律法规尚未完善。

## 2.3 O2O 模式的闭环

"O2O"闭环指的是 O 与 O 之间的对接与循环。也就是说，在线营销和推广之后，用户线下进行消费体验，并在交易实现后，意见和反馈提交至线上，以实现闭环。

## 3 移动 O2O 电子商务模式优于传统电子商务模式的优势

### 3.1 移动电子商务系统没有时间限制和场景限制

移动电子商务基于用户的位置提供服务，而移动通信网络能够获取移动终端的位置信息。随时随地的个性化功能弥补了传统电子商务的不便，前者不受时间和空间的限制。可使用户随时随地购物消费，更加方便快捷。

### 3.2 移动电子商务系统的个性化支付方法

随着科学技术的迅速发展和科学技术手段的多样化，移动终端出现了指纹识别、人脸识别、语音识别等识别方法。各式各样的体感设备让移动支付的手段与方式变得多元化与定制化，安全高效的支付手段让整个支付过程变得更加方便，提高了用户的体验度。

### 3.3 移动 O2O 电子商务模式成为未来

移动 O2O 电子商务模式的发展尚未完全成熟，它为电子商务带来的机遇是前所未有的。移动 O2O 电子商务模式不同于传统的电子商务，其结合了线上与线下，使得该模式平台的服务人员与线下商家组成了相互监督、相互牵制的关系，可以很好地避免电子商务运行的不足，不断提高用户体验。

此外，移动 O2O 电子商务模式可以跟踪商家的服务行

为、产品细节、服务效果等，可以及时发现问题并纠正，不断完善服务环节。并且，移动 O2O 电子商务模式还可以准确的分析用户的消费行为，提升用户满意度，提高平台与商家竞争力。

## 4 基于移动端 O2O 电子商务模式在高校中的应用

### 4.1 发展前景

如今，中国的大学生大部分是 90 后和 00 后。以零点校园为代表的 O2O 经济与共享经济快速崛起，市场前景庞大。校园 O2O 模式可帮助在校大学生积累经验，完成校园到社会的过渡。未来的校园 O2O 将有望实现商业信息化和数字化，发展前景不可限量<sup>[3]</sup>。

### 4.2 中国高校移动 O2O 电子商务模式涉及的领域

目前高校所涵盖的移动 O2O 电子商务模式包括：便利商店、餐饮外卖、物流配送、生活服务、互联网金融和兼职服务等方面。

### 4.3 中国高校移动 O2O 电子商务模式存在的问题

#### 4.3.1 规范化管理问题

O2O 发展较快，门槛较低，商家数量多而繁杂，各种花样层出不穷，不同的网络平台对商家的监管和运行标准不一，容易混入不良商家，从而引发诚信危机、服务质量和产品质量不足的问题，其纠纷机制也未完善，消费者的合法权

益得不到保障。

#### 4.3.2 经营业务问题

由于校园 O2O 电子商务平台的激烈竞争，很容易引发恶性竞争，制约行业的健康发展。因此，高校校园 O2O 平台走特色化发展道路十分必要。

#### 4.3.3 虚拟化平台容易引发的问题

由于 O2O 主要是网上交易，而大学生尚未进入社会，却有一定的财务自主权利，是犯罪者最容易瞄准的对象，且犯罪者的犯罪技巧高超，大学生容易上当受骗。大学生的权利保护意识相对薄弱，而且网络维权相对困难。这些因素对高校校园内 O2O 电子商务的发展更加不利。

## 5 结语

作为新兴的电子商务运营模式，O2O 其发展势头迅猛，可创造性强，其在校园内发展也十分迅猛。校园 O2O 的发展，不仅可以帮助大学生提高生活质量，还可以促进大学生的创造力提升。通过鼓励大学生自主创业，提高大学生就业率，促进 O2O 的改革创新。

### 参考文献

- [1] 阿呆 .O2O 移动发展的未来 [J]. 通讯世界 ,2016(5):58-59.
- [2] 姜奇平 .O2O 商业模式剖析 [J]. 互联网周刊 ,2016(19).
- [3] 吕延杰 . 移动电子商务 [M]. 电子工业出版社 ,2017.