

基于大数据分析的电子商务发展策略

邱子茵

(广东东软学院, 广东 佛山 528200)

【摘要】目前, 由于大规模的数据分析和市场环境和政策环境的变化, 电子商务迎来了变化和发展的黄金时期。电子商务是长期以来刺激消费的重要支点, 对促进电子商务的健康发展具有重大意义。本文主要以结合物流相关信息, 指出电子商务的发展应结合大数据和物流制定有效的策略, 促进电子商务的健康发展。

【关键词】大数据; 电子商务; 物流发展

电子商务是互联网迅速发展的产物, 具有典型的网络基因。作为目前电子信息技术中最重要的技术之一, 大数据技术具有非常重要的网络基因。因此, 大数据与电子商务有着密切的关系。大数据给电子商务的发展带来了很大的机遇。当然, 机会背后是挑战。电子商务平台作为推动电子商务发展的精密营销工具, 获得了很大的数据。电子商务的数据增长是快速发展的, 这些数据是电子商务最有价值的资源。在目前的环境下, 大数据也成为各种产业变革和高度化的重要工具。为了电子商务, 大数据不仅是电子商务平台的精密营销工具, 也是帮助电子商务发展的重要工具。

一、大数据

大数据并不是现在社会的新概念, 而是在过去的10年里实际运用的。大数据可以用来理解人们的习惯和行为模式, 也可以用来开发自己的非结构化数据。大数据一直是改善网络经验的关键。网上的大热数据随处可见。大量数据的积累形成了大数据, 是大数据分析的基础。大数据是大规模数据的收集, 用人力资源来计算是不现实的。只有计算机强大的计算输出才能满足大数据分析的要求。通过有效的计算和分析, 可以预测未来的趋势, 这是大数据的最大值。当企业在激烈的竞争中处于领先地位时, 在大数据上下文中, 他们可以通过大数据分析来预测市场。大数据分析可以从网上客户的足迹中挖掘出行为习惯、消费习惯、购买广告数据等。通过这些分析, 企业可以帮助确定在特定时期可以支配市场的产品。

二、大数据分析下的电子商务发展

(一) 大数据在电子商务中应用的模式

随着互联网信息的爆炸式增长, 越来越多的电子商务平台和消费者很难在短时间内选择自己想要

的产品。电子商务平台通过大规模的数据分析对大量的产品信息进行整合和分类, 利用用于数据挖掘和分析的联想规则算法, 也可称为购物篮来实现商品分类的细化。实现了消费者快速搜索的目的与商品的快速匹配。消费者购物行为的历史记录, 使得电子商务平台能够快速获得消费者的喜好。消费者在寻找或购买某种商品时, 平台会推荐相同商品或类似商品。

(二) 大数据为电子商务的发展带来机遇

在大数据时代, 数据竞争是电子商务平台竞争的关键。在大数据时代, 消费者根据数据分成多组。每个小组和每个人都可以以用户肖像为目标提供目标服务。用户画像的增加为准确把握电子商务平台的用户群体和个人消费行为提供了基础。电子商务公司可以通过更大的数据应用来提高用户的凝聚力, 通过更大的平台进行准确的广告发布和宣传, 找到更好的方法来开发新产品, 优化服务。电子商务瓶颈的到来是新零售业发展电子商务的重要方向。几乎所有的电子商务平台都在探索新的零售模式。新零售对于从事数据驱动的电子商务企业来说, 所有的内部链接都需要用数据进行分析、评估和管理。数据成为电子商务企业的重要资产。今后的竞争情况将是规模、活动的竞争情况。数据的经济优势使许多数据库业务倍受关注。数据的存在不仅仅是以互联网为工具, 还有财政价值。数据已经有使用价值, 但没有真正的价值。电子商务的数据的上升, 电子商务平台的商品也多种多样。对消费者来说, 这是信息太多了。由于信息过载, 消费者很难选择, 但是大数据应用程序很容易解决选择的困难。根据消费者浏览记录, 根据消费者浏览记录预测消费者取向, 根据消费者取向推荐商品, 加强销售。由于淘宝、拼多多、京东等电子商务平台基本上占

据了国内市场，新的电子商务平台增长非常困难。但在大数据时代，通过大数据分析，我们可以有效地分割垂直领域，精炼、强化和强化新的电子商务平台，这是获得市场立足点的重要领域。另外，垂直拆分领域的电子商务平台规模较小，成本相对较低。数据挖掘是大数据分析的一个非常重要的部分。机器学习算法作为决策算法、关联规则算法和核心，可以快速预测未来市场趋势，进行精度营销、产品优化、管理优化等。

（三）大数据为电子商务发展带来的挑战

电子商务大数据对于电子商务平台来说很方便。无论是自助模式还是匹配模式，都很容易找到黄金客户。但是大数据在带来便利性的同时也带来了问题。一般都会做大数据。大数据的成熟成为社会关注的焦点，随着 2018 年部分网民公开网上酒店预订平台的不合理价格，电子商务平台的成熟成为社会热点。大数据便于平台销售，电子商务的发展带来了便利。在电子商务发展之前，实体企业的产品价格也有差别化的模式，但这是不准确的，会导致收入下降。电子商务的时代不同。平台企业可以利用大数据技术轻松获得用户的隐私信息，并利用计算机实现差别化定价。在国外的研究中，利用传统的人口统计数据设定差别化价格，企业可以增加 0.3% 的利润。根据用户数据分析设定个性化价格，利润增长 13.55%。当然，利润的增加牺牲了公平交易的权利和知情权等使用者的权利。过去有关电子商务的法令是不完善的。电子商务法明确禁止大数据的杀熟，但处罚不高，违法费用不高，很难起到一定的作用。因此，大数据的杀熟对电子商务的发展有着重要的影响。但是，随着违反价格的行政处分和相关规定的公布，今后将加强电子商务监督，在电子商务监督中也将应用大数据技术。因此，电子商务必须从以往的快速增长转向更加注重质量的增长。

三、基于大数据分析的电子商务发展的思考

（一）对物流进行完善升级

改善物流基础，平衡行业利益。随着物流行业的发展，电子商务可以进一步发展。如果物流开发不好，电子商务就必须陷入瓶颈。现在是发展电子商务的黄金句号。城市电子商务模式非常完善。现在提供了搞活农村的好机会。但是，由于农村基础和城市之间存在着很大的差异，农村电子商务的发展很困难。此外，物流产业的快速扶持覆盖农村地区，支持农业、农村和农民的理想发展方向。大数据可以用来分析电子商务和物流行业之间的链接和调整。通过物流基础设施的建设，为降低物流成本，可以提供存储设备和

人才支持等多层次的物流支持。

（二）根据大数据强化信息共享

改善物流基础，平衡行业利益。随着物流行业的发展，电子商务可以进一步发展。如果物流开发不好，电子商务就必须陷入瓶颈。现在是发展电子商务的黄金句号。城市电子商务模式非常完善。现在提供了搞活农村的好机会。但是，由于农村基础和城市之间存在着很大的差异，农村电子商务的发展很困难。此外，物流产业的快速扶持覆盖农村地区，支持农业、农村和农民的理想发展方向。大数据可以用来分析电子商务和物流行业之间的链接和调整。通过物流基础设施的建设，为降低物流成本，可以提供存储设备和人才支持等多层次的物流支持。

（三）加大开发核心业务

进一步开发核心业务，促进互补优势。现在人力资源的成本在增加。电子商务平台企业和物流企业要根据企业、产业和市场的实际情况，积极开展核心业务，有效应对市场竞争。电子商务的核心业务是向用户提供产品信息的采购，物流的核心是为客户提供安全快捷的产品。因此，我们有必要优化大数据分析，改善用户的隐私保护，提高营销的精度和科学性，开发社会电子商务和现场电子商务等新模式，适当降低市场成本，并开始积极适应消费习惯的变化。

（四）加大对电子商务的监管力度

加强管理，规范电子商务的发展。电子商务的发展很粗糙。当规模增长陷入瓶颈时，重要的是向核心质量的开发模式转变。从对违反电子商务法、价格及其他法令的行政处罚规定的角度来看，电子商务的国家监督正在逐步加强。加强外部监管，电子商务行业自律也必须加强。在大数据技术的应用中，应用数据脱敏等技术手段，可以加强信息安全，确保信息安全。但在电子商务平台上，用户的肖像数据大到可以直接转换到数据公司。因此，要避免偷窃，制定有效的对策，合理使用自己的数据资源。

（五）强化企业间的相互合作

在当前的大数据时代，我国中小企业要实现电子商务的最大化发展，必须提高与其他企业的合作能力，加强合作。一方面，电子商务企业为了建立与对等运营商相对应的合作机制，签订相应的合同，保证电子商务企业的合作数量，使企业自身最大限度地获取行业相关信息，实现企业资源的共享。在保证企业合作的基础上形成良性战略合作，削减电子商务企业的营销资本。电子商务企业建立企业和企业，对于实现企业的经济性和效率，改善电子商

务企业的综合营销战略具有战略意义。另一方面,企业必须在互利共赢的情况下,不断加强企业间的相互合作,使企业的营销模式能够为企业整体提供快速的数据参考。在大数据时代背景下,企业为了改善顾客的整体数量,最大限度地减少企业电子商务营销的投资成本。

(六) 培养引进高素质电子商务人才

电子商务企业目前的竞争是人才的竞争。同时,由于电子商务在市场战略和实际业务公式化中的重要性,企业必须在不断培养电子商务企业人才,有效利用当前大数据的背景下,使企业员工掌握先进的、前卫的电子商务行业相关知识和技能,从而使电子商务企业的营销灵活运用战略,优化电子商务企业的营销策略。企业要定期培养员工,培养独立的创新意识和水平。企业应加强与各高校的合作,不断制定与企业人才管理相关的体系,介绍电子商务人才和企业营销人才。为企业的电子商务营销团队注入新的血液,为企业带来更高的电子商务技能和知识。通过培养和吸引优秀人才,企业可以确保企业的人才保护能力。

(七) 加强培养对大数据的分析与预测能力

电子商务企业目前的竞争是人才的竞争。同时,由于电子商务在市场战略和实际业务公式化中的重要性,企业必须在不断培养电子商务企业人才,有效利用当前大数据的背景下,使企业员工掌握先进的、前卫的电子商务行业相关知识和技能,从而使电子商务企业的营销灵活运用战略,优化电子商务企业的营销策略第二,企业要定期培养员工,培养独立的创新意识和水平。另一方面,企业应加强与各高校的合作,不断制定与企业人才管理相关的体系,介绍电子商务人才和企业营销人才。为企业的电子商务营销团队注入新的血液,为企业带来更高的电子商务技能和知识。通过培养和吸引优秀人才,企业可以确保企业的人才保护能力。

(八) 加强农业与互联网的联系

农业电子商务要发展,改变观念要摆在第一位。农业电商的发展的难点不是技术,不是资金,而是思想观念的转变和管理理念的更新。在我国,与农业相关的政府负责人与企业领导普遍缺乏对网络信息技术和电子商务等方面的知识,导致企业和政府投入较少,从而制约了农业电子商务的发展。只有让农民以及相关政府主管部门的管理者转变观念,才能更好推动农业电子商务的进一步发展。

由于农村中信息相对闭塞,因此在发展农村电子商务的过程中,要加大有关电子商务宣传力度。

可先培养农村中商务意识较强、接受新知识较快的农户,提升他们使用电子商务平台的积极性。当他们了解怎样运用电子商务平台并从中受益后,就可以带动身边的农户一起学习参与,共同发展。在不断加强宣传推广的同时,进行分批发展,让先行者带动后进者,先富带动后富,让双方在政府的帮助、企业的协助和自身的努力下,完善农村电子商务。

(九) 建设农业电子商务的发展品牌

我国现在正处于以机械化生产为主的农业生产第二阶段到以现代化生产建设为主的农业生产第三阶段的过渡阶段,农产品品牌的打造也是不可忽视的一部分。在农产品电商平台日益发展的今天,农产品商户仍然在组织上存在问题,缺乏相关农业组织领导,缺乏品牌意识。农户或农业组织应结合当地文化背景,深度探索挖掘产品的品牌文化内涵,打造完善符合当地的特色的品牌故事,在互联网发达的今天,紧跟时事热点为自身产品提高知名度,既满足了消费者的需要,又能为农产品电商创收。政府相关部门也当为农业组织提供一定的资金帮助,并根据当地特色打造相关文化旅游项目,比如开办度假山庄等,在游客游览时适时介绍当地农产品品牌,潜移默化地进行品牌宣传,为当地农产品品牌打开知名度。

结束语:

综上所述,大数据为电子商务的发展带来了机遇,当然也带来了一些挑战,大数据分析的应用使得电子商务的营销更加精准可靠。然而物流业的发展将影响电子商务的发展,大数据的应用提高了电子商务平台的销量,但如果物流达不到要求,将严重限制电子商务的销售,所以要将电子商务和物流联合起来进行分析,进而促使二者协同发展。为此要以大数据为基础,通过信息共享、信息安全、大数据分析等来明确电子商务发展当中的瓶颈未来发展趋势,进而制定科学的策略,促进其健康发展。

参考文献:

- [1] 熊政力. 基于大数据背景下兰州市电子商务发展策略研究 [J]. 社科纵横, 2019, 34(4):38-41.
- [2] 刘嘉熹. 基于大数据的跨境电子商务运营策略研究 [J]. 产业与科技论坛, 2020, 19(2):38-39.
- [3] 侯春俊. 基于大数据视角的电子商务产业发展研究 [J]. 价值工程, 2020, 39(11):231-232.

作者简介: 邝子茵 (2001.1—), 女, 本科在读, 电子商务前沿。