

O2O概念起源于美国，为什么会在中国火爆了呢？

产品名称	O2O概念起源于美国，为什么会在中国火爆了呢？
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋301室
联系电话	14776427336 14776427336

产品详情

O2O模式融合了线上线下业务，线上买单预约，线下消费，让消费者购物更便利，企业更方便管理。现在很多企业都开始悄悄布局o2o业务，互联网的发展更是为o2o模式插上了翅膀。那么O2O概念起源于美国，为什么会在中国火爆了呢？

O2O概念起源于美国，为什么会在中国火爆了呢？

美国O2O模式主导者是实体零售商，中国则主要是BAT这种大的电商平台。对于实践者来说，O2O是一剂慢作用的营销中药，实体企业想通过转型O2O模式优化企业，还需要找对门路。

O2O的产生具有必然性，当互联网技术与服务业经营管理结合到一起，必然产生这种线上与线下相结合的营销模式和业务模式。但为什么O2O这两年会在中国这样火爆？实体企业大有不提O2O则跟不上形势之感？

1、内外环境变化。

这几年实体零售业(包括餐饮等服务业)处于内外交困之际，内部人工、房租等成本高企，利润明显下滑;外部消费者消费习惯变化，电商分流严重。实体企业正纠结于怎么与电商竞争和要不要直接投入电商业务。而O2O所宣称的：“既可以分享线上流量，也可以提高顾客体验”，对一些实体企业来说，如同救命稻草，在某些方面正契合了零售企业的需要。

还有一些企业，对于自己的“传统企业”标签，似乎有自惭形秽之感，传统意味着落后、跟不上潮流，需要穿上一件“时尚”的外衣。电子商务看起来很美，但投入大、见效低，不敢轻易试水。O2O总是沾上了边，上了O2O，正如同阿Q说：“我也革命了”一样。

2、线上带头O2O。

中国的几大电商企业，在前期大量烧钱投入和苦心经营的基础上，达到了较大的销售规模，占有较高的市场份额。据有关数据统计，2013年我国的网络零售额增幅为43%达到1.9万亿元，占社会消费品零售总额的8%，中国已成为全球最大的网络零售市场。更重要的是，电商似乎占领了心理高地，在某些方面可以引领行业甚至整个社会。

在由快速扩张向理性发展的转变过程中，电商企业们意识到，单纯的网络模式，可能无法支撑网络零售业务的长远发展，短时间内将无法带来实际利润。于是线上转向线下成为必然。O2O由美国提出，在中国由几大电商积极推动，一时间风生水起，得到了发扬光大。