

电子商务综合辅导：个性化定制时代的企业电子商务 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/264/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_264025.htm

现在，企业经营管理领域正酝酿着一场全新变革。这场变革的起因在于，计算机网络和通信技术的飞速进步使得人们之间相互沟通的方式发生了重大变化，人们获取必要的信息变得更加容易。所以，消费者越来越希望得到完全个性化的产品和服务，而商家则“被迫”提供这种个性化定制的产品或服务。真正以客户为中心的电子商务时代正在向我们走来。一直以来，企业家、管理学者都在不断地探索，试图通过越来越现代化的技术手段，结合适当的管理理念或方法，改进企业运营，提高整体的效率。尤其是计算机被应用到商业管理领域，企业管理系统得到了很好的发展。比如，业界领先的企业通过使用产品数据管理系统(PDM)优化产品的设计和生产；通过使用企业资源计划系统(ERP)降低内部成本；通过使用供应链管理系统(SCM)提高上下游整个供应网络的效率；通过使用客户关系管理系统(CRM)拓展市场并巩固客户忠诚度；等等。那么，下一步该怎么走？企业已经应用的很多计算机系统片断产生的“信息孤岛”问题如何解决？来自客户的快速变化的多样化需求又如何满足呢？由于市场竞争的日趋激烈，从原材料、中间件、制成品到销售、服务全部自己做的大而全、小而全的企业几乎绝迹，所有的企业都Focus(专注)于自己的核心能力上，哪怕它只生产一些小小的螺丝钉。所以，如今任何的产品或服务的提供，往往都需要很多企业携起手来、彼此通力合作才能顺利实现。显然，厂商与客户之间、相互协

作的厂商之间、每个企业内部的员工之间、部门之间，都需要进行沟通，需要交流信息，只有这样，客户的需求才能传达，协作的步伐才能加快，企业内部的效率也才能提高。这也就是说，必须做到让相关的各方都能够非常方便地在统一的平台上进行实时的交互。而Internet恰恰提供了这样的平台，推动了沟通方式的最重大的革命。Gartner集团、Aberdeen集团和CIMdata等行业分析家一直在观察和分析最近的商业动态，他们一致认为，的确有一种全新的商业软件市场在崛起。在已经到来的互联网时代，在“只为你生产”的个性化定制时代，企业的经营管理呼唤一种基于Web协作的电子商务方案。全球第六大软件供应商PTC公司认为，20世纪90年代后期出现的一类全新的企业管理方案产品协同商务(Collaborative Product Commerce，简称CPC)正是人们所追求的。据PTC公司北亚区副总裁苏玉龙先生介绍，CPC是Aberdeen、Gartner等国际知名的IT咨询顾问公司提出的概念，是指一些基于Web的解决方案，它们利用Internet，让员工、客户和供应商能在整个产品生命周期中，协同开发、生产和管理产品。苏玉龙说：“随着世界进入Internet时代，PTC公司对自己的产品和市场战略进行了重新定位。如今的PTC将全面提供B2B(企业间)产品协同商务解决方案。哈佛商学院教授、著名的竞争力大师迈克尔波特先生是PTC公司的董事，他为我们规划了很好的产品。”苏玉龙认为，应用CPC带来的好处在于，把产品提升为企业的一种财富，充分利用整个生命周期中的产品信息，促进经营创新；通过建立一种环境，让产品信息跨企业共享和交换，允许跨企业的协作；CPC管理整个产品生命周期，使企业一直在不失时机

地调整他与客户、合作伙伴之间的关系，能够更加灵活地应对市场变革。对于我们每个人来讲，这样的商业经营无疑会更好满足我们各具特色的需求，从而改进生活的质量。“根据美国信息分析公司Forrester的估计，全球的CPC市场规模大约为400亿美元，PTC将力争在这块巨大的市场上保持领先地位。”苏玉龙如是说。全世界已经有很多企业采用CPC来进行产品协作。比如本文开头列举的齐齐哈尔铁路机车车辆有限(集团)公司的例子中，具体的做法就是，客户的需求一发生变化，马上通过Internet通知所有涉及到的各方。客户、零件供应商以及产品设计生产方实时地在网上进行协商，确认产品改进方案，修改各种合同，掌握产品实施进程，从而确保产品按时、保质、保量地交货。PTC公司认为，CPC通过重点解决企业与企业之间的业务流和信息流，为企业B2B电子商务提供了推动力，成为企业电子商务的有机组成部分。根据Aberdeen集团的调查报告，CPC将与ERP、SCM以及CRM等系统共同构成制造业的电子商务解决方案。而国家CIMS工程研究中心总工程师熊光楞教授则认为，CPC将在一个更高的层次上整合PDM、ERP、SCM以及CRM等原有的系统。而SDRC公司中国区市场经理赵敏先生却并不完全认同以上的观点，他认为，CPC(赵敏更习惯于译为“协同产品商务”)其实只是产品数据管理PDM的一个发展方向。从产品整个生命周期概念、创新设计、分析/仿真、试制、投产、组装、发货/库存、市场/销售、维护、报废、设计再循环来看，在每一个阶段都已经有了分立的计算机系统。以前，很多系统都是在企业内部使用的，很少有企业之间的交互。但是，互联网的出现为企业之间、企业与客户之间的交互提供了可

能，而电子商务的发展也要求更多的交互。于是，PDM逐步向两个方向发展：在企业内部深化应用方面，发展为PKM(Product Knowledge Management，产品知识管理)，主要作用在于提升企业产品创新能力；而在企业与外协厂商、客户关于产品协作方面，发展为CPC，侧重于提升企业的生产力，是PDM在广度上的发展。“外协厂商很多时，如何跨企业、跨系统去获取信息，这就是CPC。”赵敏非常赞同Intel公司高级副总裁欧德宁先生关于‘第三代电子商务’的论述。他认为，应该从电子商务的角度来考察企业的信息化进程。企业电子商务的第一代应用主要是展示功能，只是把企业的信息发布到主页上让网民看，没有互动功能，从产品生命周期分析，第一代电子商务基本上只涉及市场/销售到维护阶段；第二代电子商务增加了网上订购的功能，但是，消费者只能购买制成品，这是以企业为中心的，产品生命周期向前可以拓展到组装的阶段；而第三代电子商务则允许消费者定制产品，甚至直接参与产品的设计，消费者完全可以买到“独一无二”的东西，这才是真正的按需生产，真正的以客户为中心，第三代电子商务贯穿了产品生命周期的全过程。“Internet带来的全新沟通方式，使得企业与客户、企业与协作企业之间的互动可以上溯到产品概念设计阶段。而企业现有的基于Web的各种应用，如CAX、PDM、CPC、ERP等，都将成为企业第三代电子商务的有机组成部分。”赵敏说，“将来，说不准还会产生‘归一化’的企业信息化方案，显然，这种方案是要建筑在Internet之上的。”无论是PTC公司所支持的产品协同商务，还是SDRC公司赵敏先生所设想的“归一化”方案，显然，在个性化定制的时代，企业必须

要很好地把握住Internet带来的巨大商机，通过开展基于Web的协作，开展与客户、与合作伙伴之间的互动，满足客户的各种需求，从而获得持续的竞争力。对于某一种产品，哪怕客户只要一件，你也得照单生产！100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com