

电子商务：摒弃“重产品轻应用服务”的习惯 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/270/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c67_270747.htm

电子商务之所以在前景普遍看好的情况下却大受挫折，就是因为“重产品轻应用服务”这一机器工业时代的惯性思维点住了传统行业通往信息时代的穴道“电子商务目前的‘解穴’之道在于从‘IT产品集成’到‘IT应用服务’的转变”，日前，在主题为“电子商务应用，引领企业发展潮流”的发展战略及IT应用平台新品发布会上，中企动力科技股份有限公司总经理陈丹女士指出了问题的关键。她认为，电子商务之所以在前景普遍看好的情况下却大受挫折，就是因为“重产品轻应用服务”这一机器工业时代的惯性思维点住了传统行业通往信息时代的穴道。负责公司战略发展和销售业务的副总经理俞凡在发布会上指出，从电子商务一波三折的历程来看，“IT应用服务”这一理念的提出，确实是市场逻辑发展的必然。在电子商务刚刚起步的阶段，大家都看到“庞大的计算机网络平台”是其一大基本特点，因此许多企业都为构建这一平台而投资不菲。然而随着电子商务的进一步发展，人们逐渐认识到自己真正所关心的其实并不是基于何种技术和结构原理、具备何种功能的“IT产品”，也不是软件开发、硬件维护、系统集成、网站设计等某种单一类型的“IT服务”，而是经过整合的、可以直接满足其经营管理活动所需要的“商业应用价值”；同时，也不是所有企业都有能力、都有必要去专门组织人员开发项目、购买昂贵的机器设备、聘用一批管理、配置、维护软硬件的技术人员，通过ASP Application Services

Provider方式实现企业信息化显然成本更低、效率更高，也更加安全可靠。因此，在电子商务的“第二波浪潮”即将兴起的时候，对于力图有所作为的运营商而言，就必须依托计算机网络，以按使用收费的方式向客户提供直接满足其IT应用需求的应用服务，即中企动力所说的“IT应用服务”；而有了“IT应用服务”，那些渴望借助电子商务一展身手的企业用户，是选择自己“造船”还是“买船票”，其实一目了然。陈丹认为，电子商务历经坎坷，能够找到“IT应用服务”这一“解穴之道”实属难得，而要将这一前沿性的理念付诸实施则更加不易。因为运营商要提供“IT应用服务”，必须有一个适合中小企业业务和管理需求的信息化应用服务平台，这一平台要涵盖网络基础、网络推广、数字商务、智能管理等目前需求最广泛的应用服务，并且运营商要有能力负责运营并不断升级这一平台。其次就是要真正进入“IT应用服务运营商”的角色，真正从客户根本利益出发，不搞信息垄断，坚持开源策略，为平台用户提供更加丰富的服务。第三，也是最为重要的是运营商应当真正有足够深厚的客户资源积累，必须有能够实现标准化设计、个性化应用，惟有如此才能用最低廉成本为中小企业构建一个真正的“专有化电子商务平台”，使行业不同、规模不同、业务不同的企业都能一圆“网络淘金梦”。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