

电子商务员基础知识第二章:网络商品直销的流转程式 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/274/2021\\_2022\\_\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_AD\\_90\\_E5\\_95\\_86\\_E5\\_c67\\_274031.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/274/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c67_274031.htm)

网络商品直销，是指消费者和生产者或者需求方和供应方，直接利用网络形式所开展的买卖活动，B2C电子商务基本属于网络商品直销的范畴。这种交易的最大特点是供需直接见面，环节少，速度快，费用低。其流转程式可以用图1-2-3加以说明。图1-2-3网络商品直销的流转程序由图1-2-3可以看出，网络商品直销过程可以分为以下六个步骤：消费者进入因特网，查看在线商店或企业的主页；消费者通过购物对话框填写姓名、地址、商品品种、规格、数量、价格；消费者选择支付方式，如信用卡，也可选用借记卡、电子货币或电子支票等；在线商店或企业的客户服务器检查支付方服务器，确认汇款额是否认可；在线商店或企业的客户服务器确认消费者付款后，通知销售部门送货上门；消费者的开户银行将支付款项传递到消费者的信用卡公司，信用卡公司负责发给消费者收费清单。为保证交易过程中的安全，需要有一个认证机构对在因特网上交易的买卖双方进行认证，以确认他们的真实身份。这时，图1-2-3演变为图1-2-4。图3-2-11上述过程应当在SET协议下进行。在安全电子交易的四个环节中，即从消费者、商家、支付网关到认证中心，IBM、Microsoft、Netscape、SUN、Oracle均有相应的解决方案。网络商品直销的诱人之处，在于它能够有效地减少交易环节，大幅度地降低交易成本，从而降低消费者所得到的商品的最终价格。在传统的商业模式中，企业和商家不得不拿出很大一部分资金用于开

拓分销渠道。分销渠道的扩展，虽然扩大了企业的分销范围，加大了商品的销售量，但同时也意味着更多分销商的参与。无疑，企业不得不出让很大一部分的利润给分销商，用户也不得不承担高昂的最终价格，这是生产者和消费者都不愿看到的。电子商务的网络直销可以很好地解决这个问题：消费者只需输入厂家的域名，访问厂家的主页，即可清楚地了解所需商品的品种、规格、价格等情况，而且主页上的价格既是出厂价，同时也是消费者所接受的最终价。这样就达到了完全竞争市场条件下出厂价格和最终价格的统一，从而使厂家的销售利润大幅度提高，竞争能力不断增强。从另一方面讲，网络商品直销还能够有效地减少售后服务的技术支持费用。许多使用中经常出现的问题，消费者都可以通过查阅从厂家的主页中找到答案，或者通过电子邮件（E-mail）与厂家技术人员直接交流。这样，厂家可以大大减少技术服务人员的数量，减少技术服务人员出差的次数，从而降低了企业的经营成本。网络商品直销的不足之处主要表现在两个方面：第一，购买者只能从网络广告上判断商品的型号、性能、样式和质量，对实物没有直接的感知，在很多情况下可能产生错误的判断，而某些生产者也可能利用网络广告对自己的产品进行不实的宣传，甚至可能打出虚假广告欺骗顾客；第二，购买者利用信用卡进行网络交易，不可避免地要将自己的密码输入计算机，由于新技术的不断涌现，犯罪分子可能利用各种高新科技的作案手段窃取密码，进而盗窃用户的钱款，这种情况不论是在国外还是在国内，均有发生。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](http://www.100test.com)