

电子商务知识普及：电子商务的实质 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/452/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_452764.htm 尽管今天无论是B2C也好、B2B也好，无论是传统企业e化也好，新型互联网企业诞生也好，都已经不是什么新鲜事了；股市要求大家讲的故事也好，模式也好，都已经几乎没有缝隙地占满了人们全部的想象空间，但能够就此说我们已经进入了电子商务的世纪或社会了吗？不能！因为即使是我们今天不少打着电子商务旗号的公司，甚至也还没有理解电子商务的全部和真正的内涵，当然更谈不上去完完全全地实现它们。有一个测验题：我开了一个卖花的网站，用户能从网上订花，我会给用户送货上门，所以我就是一个电子商务的企业了，对吗？如果对！那你就可能会遇到下面这段录象的情景了。好，笑完之后我们前面的命题应该也有结论了。很显然，仅仅只有一个网站的企业，无法实现电子商务提高效率、降低成本、提升客户满意度的目的。没有一定的管理基础，包括确定的组织结构、工作流程、工作规范的企业不是电子商务企业；有管理但没有信息化的企业不是电子商务企业。只有网站而没有管理和信息化的所谓电子商务，是高速公路连着了小胡同，没有不塞车的。其实，并不是只有在今天的新兴互联网企业才会看到前面的情景，它同样是那些信息化程度不高的我们的传统企业所面临的挑战。而这样的挑战对于长期在计划经济氛围下经营的中国企业来说又尤为严峻，因为长期以来我们就是依照年初上面下达的计划采购，依计划生产、看库存销售这样的反向经营模式，缺乏依市场而变、高速反应的弹性机

制和意识，因此如何使传统企业电子商务化同样是一个严峻的话题。那反过来问什么样的企业才能算是电子商务企业呢？那当然利用互联网、WEB网站实现业务是基本的特征，但更为核心的是企业内部必须运营在一个基于完善的管理思想和工作流程的“企业资源计划系统（ERP）”之上。这个资源计划系统是企业开展业务的基础平台，用户的订单在经过公司商务部门的过滤之后进入这个系统，成为系统最主要的输入，系统另外的输入是当前库存的实际情况（包括材料、成品、在产品的数量和地域分布），运输资源和周期、采购资源和周期、生产产能和周期等，系统在固定的时间运行一次（联想是每二小时），每次运行得到的输出结果是：一份用户订单的确认情况表、一份采购计划、一份生产计划、一份配送计划。其中用户订单确认结果将直接反馈到每一个定单用户，告诉他能不能供货、能供货的确切时间、供货地点、运输方式等信息，这些信息是系统根据企业制定的明确的供货优先次序模型和一定的边界条件计算出来的。比如说前面买花的例子，如果库房有，那么供货的时间就只是配送所需的时间（依照地理位置不同）；如果没有，那么还要加上采购周期；如果一个订单含多种产品，那么供货时间就要选择最后齐套的时间了，等等，这些都是由系统自动控制的，减少了人为控制的难度和差异性，用户的满意度一定会因此而改善。而企业所有的采购、生产、配送系统也都不是机械的、被动的工作，缺货了再去买，看成品库去生产，备齐了就（才）去送，而是完全依系统计划指令、依信息行事，有条不紊。完全可以在大多数情况下避免录象中所出现的场景，这样不仅是用户满意的保障，也是企业降低成本，提高盈

利的保障。系统在一定的时间运行一次，而不是在每个订单进来后都运行一次，原因也是为了使得企业内资源相对能够更优化地被利用。比如说采购可能是批量更经济，也更体现人工作的效率，生产亦然，而且生产过程本身也还有个信息化的问题。下面就请再看一段录象，这个录象基本是以联想自身为背景录制的，反映一个真正的电子商务企业是怎样在运行的。看完这段录象，我们可以总结一下：真正电子商务的实质其实是企业经营各个环节的信息化过程，并且不是简单地将过去的工作流程和规范信息化，而是依新的手段和条件面对旧有的流程进行变革的过程。下面就是我们根据联想的经验所总结出的、中国较大型企业的电子商务可以怎样来走的一个模式，当然不可能都能照搬照抄，但希望给大家有所启发。作为自己的业务的重要组成部分，联想今后也会针对不同企业的具体情况，提供我们有针对性的咨询、建议、甚至于实施方案。 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