

电子商务讯息：B2B电子商务应用现状 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/492/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c67_492049.htm 中国行业电子商务网站TOP100评选活动吸引了不少业内人士的目光，参选的网站从商业百强到崛起的新秀，经过了近5个月的研究与调查，我们看到了中国行业电子商务网站的迅猛发展，与其形成鲜明对比的是大批中小企业电子商务应用的步履蹒跚。当众多的目光放在如何为中小企业提供ERP等所谓的信息化系统而踌躇时，是否有人真正想过他们到底在目前最需要什么，他们的老板很多是自己打拼出来的，每一分钱是自己的血汗钱，赚钱是他们最关注的，他们的发展与大企业的发展是一种背道而驰。中小企业并不像大企业一样，从最早的财务信息化到管理信息化到供应链等等。他们的初衷是如何赢得更多地订单，曾经与业内一位大企业的经理交谈，他指出：大企业怕突增的订单，而中小企业渴望突增的订单。为什么？大型企业的流程是关系到上下游各个方面，如果出现订单的突增，势必会打乱平稳的发展现状，这并不是好事，他们期望的是一种稳步发展。回头看看中小企业，他们看到每一个订单更多地是收益，而如何让他们赢得更多地订单是他们最迫切的，电子商务正是解决这一症状的最佳良方。然而这被很多媒体所忽略。新浪网CEO汪延曾颇为遗憾地说：“当2001年互联网泡沫破灭的时候，中国的互联网破灭与西方的互联网破灭并不是一个概念。中国的互联网在破灭之前以至到现在都主要和传播领域挂钩，而西方的互联网在与传统行业挂钩，在为国家创造着GDP。”无疑，落后的产业环境、落后的支付和

物流手段以及从业者落后的思维方式都在阻碍着互联网融入中国传统产业的进程。但是，在中国广袤的土地上，仍然有一拨人在奔走相告地传播互联网对传统产业的贡献，在不遗余力地建设着行业内的信息交流平台，在全心全力地为行业内的企业提供量身定制的服务。虽然，目前国内的投资环境并没有青睐于这些希望利用互联网提高行业效率的实干家，但这些人还是凭借对行业深入的了解坚守着自己的位置。他们，应该得到媒体的关注，得到VC的亲睐，他们不是概念，他们是真正的勇士，可现实恰恰相反。《电子商务世界》杂志希望通过“评选”活动，能够为提升行业网站在公众与媒体中的地位创造一个条件，让更多的VC把目光聚集到他们的身上。看过很多关于我国中小企业电子商务应用的报道，媒体对于中小企业的关注程度远远高于对B2B平台的关注。在这记者更看到了媒体眼中的中小企业电子商务应用现状的蓬勃与繁荣。一篇题为“中小企业撑起电子商务半边天”的报道引人注目。我国有1000万中小企业，具有数量多、地区分布广、行业分布跨度大、层次差异大的特点。中小企业理应撑起电子商务半边天，但现实并非如此。如果确实像文章说的那样已经“撑起半边天”，那么行业网站的现状绝对不会是今天这般被人冷落。B2B行业网站与中小企业本应是一种相互扶持的“夫妻”关系，但现状更像是“婆媳”关系，企业抱怨B2B网站的高费用低服务，网站抱怨企业过于传统不勇于创新。如此关在家门内的尴尬相处难怪得不到大众的关注。当然我们不能一概否定，一部分中小企业对于电子商务的应用是走在前沿的，他们通过电子商务得到了定单、赢得了信赖、赚到了大钱，充分利用信息流带动资金流及物流而实现

了全面赢利的大好发展。但是在1000万中小企业中，能做到这样的毕竟是少数，绝大部分企业仍旧没能迈出这一步，我们不能强迫他们去接受新的模式与思路，但求通过一个个成功的案例和充分的交流来正确引导整个产业的“齐步走”。

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