

大仓储物流：电子商务的“骨骼和脊梁” 物流师资格考试

PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/510/2021_2022__E5_A4_A7_E4_BB_93_E5_82_A8_E7_c31_510036.htm

在新兴的商业市场中，经常发生主角配角企业的角色相互转变的情况，这样的事情在PC产业发生过，在互联网产业也发生过，在电子商务产业可能也会发生。首先：我们先对现有的几种电子商务模式进行一下简单分析：一、模式：主要代表是EBay，该模式主要是为个人(后来也扩展到中小企业)建立一个可以实现相互买卖的网上市场。其特点是：它间接介入销售过程，即不参与买卖双方的具体交易，但对每一笔成交收取固定比例的佣金。二、B2B模式：主要代表是阿里巴巴，该模式是一种企业之间的贸易交流平台，也是一个超级信息中介。其特点是：完全不介入企业之间的交易过程，只向企业收取每年固定的会员费。三、B2C模式：主要代表企业是亚马逊，该模式是把一个传统的实体百货公司，搬到互联网上，为客户提供了一种新的、方便的网上购物服务。它是直接介入到销售过程中，自己采购，自己定价，自己销售。未来电子商务的走向，或是各种B或C的模式相互融合，那么究竟什么模式可能占据主流地位呢？下一站，谁主沉浮？要预测什么模式会是未来电子商务的主流模式，归根结底要看哪一种模式能对当前在传统市场上占统治地位的，以沃尔玛为代表的传统商业模式构成实质的威胁，甚至取沃尔玛们而代之。以C2C的EBay为例，其服务的主要是独立的个体或小商人形成的卖方，这是沃尔玛做不了，也不做的，所以它的模式与沃尔玛没有直接冲突，是另一细分市场，因而也可以享有比沃尔玛

更高的利润率。但是它的模式从整体商业市场的全局上看依然面向细分市场，而非主流市场；以B2B的阿里巴巴为例，是主要服务于商人对商人的市场，也与沃尔玛没有直接冲突，是另一细分市场，也有比沃尔玛更高的利润率。但是它的模式同样从整体商业市场的全局看也是面向细分市场，而非主流市场；以B2C的亚马逊为例，它是网上商城的模式，其采购的对象和销售的对象都与沃尔玛相似，甚至是把一个小沃尔玛直接搬到了网上，是与沃尔玛直接竞争的模式。从形式上看，它倒是像主流模式，但是实际上亚马逊模式不能实质地威胁和战胜沃尔玛的模式，也不会是未来的整个商业市场的主流模式。最根本原因是：其成本与价格无法对沃尔玛形成明显的优势。一则其采购成本上没有优势，二则其运营上虽然省去店铺的成本，但是增加仓储与配送的成本，一消一涨，综合起来难以对沃尔玛形成明显的低价竞争优势；反过来，其销售价格还要受制于沃尔玛的产品价格。因而只是网上购物，送货上门，更方便，多占领了一个细分市场，但是它的模式从完整商业市场的全局上也是支流模式。那么什么样的电子商务模式才能超越沃尔玛，成为未来主流呢？归根结底，主流的模式一定要能够提供更加低廉的价格。这是沃尔玛之所以成功的原因，也将是被超越的原因。沃尔玛可能很难被某个企业超越的，但是它却很容易被新的商业趋势所超越。什么模式才能卖东西，卖得比沃尔玛更便宜呢？可能的答案是：多B2C的模式，是区别于亚马逊的B2C，是有大批量制造商直接参与的网络直销模式。这种模式不是零售商在传统领域靠对传统企业进行大规模采购时创造，而是制造商主动地在全流程上采用互联网的相应技术和相应模式，包括

但不仅限于互联网式制造和互联网式营销，从而降低产品成本后创造的，简而言之，是制造商从产品的设计制造的源头开始，就是以完全互联网直销为销售手段的，专门用于互联网的特供产品的特供低价。这种互联网特供低价，与当前制造商或贸易商把本来在传统渠道销售的商品直接搬到网上销售截然不同，后者只是把网上销售作为一种辅助手段，其价格必将受制于传统渠道的价格。这种没有中间销售商的，由大量互联网直销制造商直接销售的，多B2C的模式很可能是未来电子商务的主流模式。当然，新的多B2C模式的完全确立还需要一系列的配套产业发展：其中极其重要的一个产业就是仓储物流，而且“大仓储物流”，必将成为未来的电子商务之王。什么是不可或缺的？什么样的模式才是未来的大仓储物流模式？未来的大仓储物流具有什么样的特点呢？第一个特点，它的规模更大，管理也更复杂，它将在各个地区建立起更大的仓储系统和物流系统，未来制造商的商品不再是存放在各个零售商的本地仓库里，而是统一地存放在仓储物流公司的本地仓库里，商品在网上完成销售后，直接由仓储物流公司就地提货配送到消费者手中，仓储物流公司相对取代了店铺零售商的作用。第二个特点，它是面向所有制造商开放的。第三个特点，仓储物流公司不决定商品的价格，它只根据不同的服务标准，向制造商收取固定的服务费用。对于当前的各类电子商务网站，一方面，新的多B2C的电子商务模式，其实质是大规模的制造商网络直销模式，那么作为商业中介的各种B或C网站来说，其在产业链中作用就相对降低了；另一方面，技术的变化太快，电子商务的各种具体技术和形式变换不定，未来某一项新技术或模式的出现，可能

会迅速改变格局，这种未知和不确定的因素太多。这样的话，当前领先的技术和企业未必能一直保持领先。然而，如果透过纷繁的表象看本质，则可以不理睬各种具体技术和形式，而只需看到只要是电子商务，最终就一定需要通过仓储物流，把商品配送到消费者手中，所以仓储物流是电子商务的必经环节，而且是在整个电子商务的产业链中，起到关键作用的，不可缺少的核心环节，不仅重要，商业价值大，而且一旦建成，其竞争门槛还很高。如果未来每销售一件商品都要流经这个产业之手，这将是怎样的一个产业呢？这将是取代传统零售业的产业，这将是一个可能造就“世界首富”的产业。（沃尔玛的创始人山姆沃尔顿就曾是“世界首富”在今天的电子商务实践中，因为实践的需要，许多人认识到了仓储物流的重要性，然而我们可能需要更进一步地认识：在未来电子商务的产业链中，大仓储物流比电子商务网站本身还重要，大仓储物流才是真正的电子商务之王。在面向未来的新兴商业市场中，由于不同的认识，主配角企业的位置常常会发生颠倒。在PC产业兴起时，当IBM专心于电脑硬件，将不起眼的软件操作系统外包给了比尔盖茨的时候，最终主配角位置颠倒，造就了比自己还强大的微软公司。在互联网兴起时，当主流网站专心于媒体与门户，将不起眼的搜索业务外包给Google公司的时候，最终主配角位置颠倒，造就了比自己还强大的Google公司。同样，在电子商务兴起时，当主流企业专心于B或C的网站，或外包或轻视辅助配套的仓储物流公司的时候，最终可能也会主配角位置颠倒，造就了比自己还强大的“大仓储物流”公司。最后说一下，当前国内许多B或C的电子商务网站还没有盈利，有的都做了许多年了，

但是那些配套的仓储物流公司却早就盈利，这也能从一个侧面说明问题。放眼未来，电子商务的每一步发展，无论网络技术和网站模式怎么变，都“万变不离其宗”，仓储物流都会一步不落地随着电子商务的发展而发展，随着电子商务的壮大而壮大！结语：猜想洛克菲勒来做电子商务……石油大王洛克菲勒，当年并没有进入高收益而又高风险的石油开采业，打出一口油井就一夜暴富，反之可能血本无归，而是直接进入稳定而不起眼的炼油业，尽管开始还不被人理解，但是他知道原油只有经过提炼才能使用，所以炼油业是产业的价值链上的必经环节，关键环节、炼油业稳定而有利润，谁只要掌握了炼油业，谁就掌握了整个石油工业。做一下假设，假如洛克菲勒来做电子商务，猜想他同样会选择大仓储物流行业，稳定有利润，也是产业价值链上的关键环节，接着就是不断地拓展，购并，拓展，购并，并逐步构建一个覆盖全地区、全国，甚至是全世界的，甚至是近乎垄断的仓储物流网络，通过掌握仓储物流，掌握其配送网络和服务定价，也最终掌握了整个电子商务产业，成为真正的电子商务之王。面向未来，如果说石油是工业革命的“血液”的话，那么大仓储物流就是电子商务的“骨骼和脊梁”。百考试题收集整理 "#F8F8F8" 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