

服装行业电子商务寒冬绽放电子商务考试 PDF转换可能丢失
图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/515/2021_2022__E6_9C_8D_E8_A3_85_E8_A1_8C_E4_c40_515911.htm 在刚刚结束的“第二届中国国际电子商务应用博览会”新闻发布会上，商务部副部长蒋耀平表示，金融危机向实体经济蔓延兆头已经显现，国内企业应该寻求发展机遇的新途径，电子商务将成为企业走出困境最为可靠的手段之一。而在艾瑞咨询推出的《2008年中国服装电子商务行业发展报告》中调查数据显示，受C2C网购平台的带动和众多垂直类B2C网站加盟的驱动，2008年中国服装电子商务市场正以127.6%的速度快速增长，预计08年交易额将达到171.6亿元。数据进一步显示，服装鞋帽类商品07年开始超过手机、笔记本等数码类商品，成为网购交易量最大的商品品类。服装电子商务俨然成为电子商务领域最强劲的一支生力军。虽面临全球经济整体发展放缓态势，中国大部分企业严阵以待“寒冬”，但仍未能压制服装电子商务强劲的发展势头。中国的服装电子商务俨然傲雪绽放，甚是娇艳。一方面，全球经济环境不景气迫使传统服装行业寻求新出路，纷纷探寻新型经营模式。金融危机使得企业生存吃紧，很多外贸企业都已经开始转向内贸；另一方面，PPG、VANCL等男装品牌的异军突起、迅速成功，为后来者提供了一种可供借鉴和效仿的网络营销新模式；而风险投资者对此种商业模式的关注和热情也在一定程度上鼓励了服装电子商务的发展风潮。前不久，PPG在媒体一片质疑声中再次获得1亿美元的风险投资。据艾瑞咨询统计，中国目前大大小小的服装电子商务平台总计达几千家。目前做服装电

子商务的企业，大体可分为以下两种：一是传统服装企业推出自己的网上商城，在原有开直营店、进百货商场两个销售渠道之外，打造全新的网络购物平台。如报喜鸟的BONO；二是看中了服装行业的高利润，进行服装代加工，利用商品目录网络广告电话呼叫中心等全套营销模式迅速扩张，如PPG和凡客。不管何种模式，为的都是在产品同质化竞争激烈、仿冒现象严重的服装行业，依靠便捷和人性化的服务，提高产品销量，获得用户肯定。呼叫中心恰恰扮演着客户咨询、客户服务和客户管理的重要角色，帮助企业建立“以客户为中心”的经营理念，通过客户互动，挖掘客户价值。前不久，国内知名的羊绒服装生产企业荣仕雅宣传进军电子商务领域，并在沪上举行了隆重的上线庆典活动。商城采取“电子商务呼叫中心”的全新模式，是个集呼叫中心、物流配送系统、财务系统、供应链管理系统、在线营销系统等强大功能的一体化销售平台，由国内知名的SaaS厂商北京讯鸟软件有限公司和金算盘软件有限公司携手共同打造。百考试题获悉，这也是国内首家羊绒服装企业建立自己的网上商城，具有一定的代表意义。“电子商务呼叫中心”的标准模式，为迷茫中的中小企业指明了道路。目前，国内SaaS厂商提供了多种产品可供选择。除金算盘提供全程电子商务解决方案之外，还有阿里的“e”网打进、金蝶友商网的在线会计、用友伟库网的客户营销和网上进销存、shopex等企业。而呼叫中心领域，讯鸟的启通宝呼叫产品因具备功能稳定、部署灵活、平滑扩容等特性而受到企业青睐，目前企业用户已达到300多家。同时，服务阿里巴巴、艺龙等企业的成功经验，也为讯鸟赢得了更多的企业信赖。F8F8" 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