

连锁经营解决电子商务B2C物流难题电子商务考试 PDF转换  
可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/516/2021\\_2022\\_\\_E8\\_BF\\_9E\\_E9\\_94\\_81\\_E7\\_BB\\_8F\\_E8\\_c40\\_516152.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/516/2021_2022__E8_BF_9E_E9_94_81_E7_BB_8F_E8_c40_516152.htm) 随着电子商务的发展，物流配送已成为制约B2C电子商务发展的主要瓶颈。连锁经营由于拥有营销网络等优势，将成为B2C（商家对个人）物流配送的主力军，在我国加速发展连锁经营对于摆脱电子商务目前的困境大有好处。连锁经营：解决B2C物流难题目前，一种新兴的B2C物流方式正在发达国家悄然流行，即通过连锁便利店为B2C电子商务提供物流配送。在日本，连锁商店成为电子商务必争之地。先是索尼等7家大公司与日本规模最大的连锁商店“7-11”宣布成立电子商务交易新公司，之后各个连锁商店纷纷效仿。不少日本业界人士提出，谁能尽早掌握有效销售渠道，谁就能在未来称霸电子商务交易市场。这种说法是有道理的，主要是因为连锁店所具有的诸多优势使它成为担当B2C物流配送的主力军。首先，由于连锁店一般全天候营业，它可以满足网上消费者的要求提供24小时服务，在一天中任何时候为顾客送货；又由于连锁店贴近居民区，可以缩短取货时间。这样有效地解决了B2C中送货时间长、成本高的问题。其次，地域分布广阔的商业网络、优越的电子信息技术以及高效的物流系统使连锁经营店能够为网上虚拟商场提供实际意义的支持，可以说是连锁店使电子商务生了根，让电子商务落了地。B2C网站一旦与连锁经营店相结合，即可真正享受到连锁店巨大的商业网络和电子信息技术给它带来的好处。人们通过上网订购商品，来到附近的连锁店取货或由连锁店人员送货上门，就可十分

便利省时地完成购物活动。另一方面，连锁经营店遍布全国的配送中心又为电子商务提供了有形的舞台，形成了电子网络对信息流进行“交检”、连锁经营店对物流进行“配送”的协作关系。此外，连锁经营店如果与B2C网站实现对接，可为网站运营商在节省费用的情况下带来大量忠实顾客。对于所有零售商而言，用于扩大顾客群的花费是一笔不小的开支。据波士顿顾问公司公布的研究报告，单纯的B2C网站运营商在这方面投入的平均成本由1998年每增加一位顾客支出42美元增加至82美元，而在同一时间段，能实现电子商务与连锁零售店结合的销售商则将这笔费用从22美元减少至12美元。另一方面，电子商务通过特约连锁经营店，更能充分扩大参与网上购物的消费群体，同时也为更多消费者进行网上购物提供更大的便利。

百考试题提供 连锁经营与电子商务尚存鸿沟 近年来我国的连锁经营有所发展，但要担当起B2C物流配送的主力军还存在着相当的差距，主要表现在：连锁化程度低，未形成一个有效的连锁网络。连锁店为B2C担当物流配送，是通过其遍布大街小巷的连锁门点来实现的。而我国连锁经营店一般规模不大且分布不广，远未延伸到广泛的居民区。据统计，全国平均每家连锁企业拥有门店仅14家，名列广东省2000年连锁企业销售额第一的深圳“万佳”门店数量只有5家，而发达国家一般的连锁企业也有数百家门店，著名企业有上千家以至有上万家门店，销售多达百亿美元，而且国内多数连锁经营企业网点不仅规模小，而且只有“店”不见“网”，分散经营，成本高，效益低，流量有限，根本无规模效益可言。这种状况要为B2C作为配送中转站显然是难以适应的。物流系统程度低。为B2C承担物流配送，

要求连锁经营店本身的物流通畅，拥有一个高效运作的物流体系。而我国连锁经营店目前尚缺乏高效成熟的物流系统，商品信息传递慢，配送速度慢，致使店铺经常出现缺货、断档的现象，商品管理水平低下；同时物流成本高。而在发达国家大型连锁经营企业的背后，都有一整套强大的物流支撑系统。这种物流支撑系统，要么由连锁经营企业自己拥有，要么由专业化的第三方物流企业向连锁企业提供。前者以沃尔玛特公司最为典型。该公司自己拥有一套全球定位系统，5000多辆货车，200多个配送中心，几千家店铺。信息化程度低。发达的连锁商业是以先进的信息技术作为支撑的，而我国多数连锁企业的经营门点目前只是采用了电子收款机，商品实时管理系统还未建立；大部分连锁经营企业没有真正建立与其经营相适应，保证其高效运转的配送中心；即使部分企业已有配送中心，但自动化水平很低，在和供货商直接联网方面，基本处于空白。有资料表明，发达国家连锁企业的网络配送比例一般为80% - 90%，而我国仅为30% - 40%。

让连锁经营与电子商务有效对接 要使连锁经营与电子商务实现有效对接，最重要的是要解决好连锁经营自身存在的诸多问题，改善连锁经营的现状，以使连锁经营店具有对接电子商务的基本条件。为此，必须大力发展连锁经营业，扩大有效的规模和网络（盲目的无规模效益的连锁越大越糟），并在连锁经营信息化上下功夫。在国外，连锁经营是被看作信息产业来看待的，其信息化程度可见一斑。连锁经营店只有拥有了发达的信息系统后才能使物流配送更有效率，也才可能与电子商务B2C实现顺利对接。当然，作为电子商务企业来说，提高B2C的支付速度和安全性也是实现两者顺利对

接的保证。在此基础上，则要充分加大电子商务与连锁经营的合作力度、拓宽合作领域，使电子商务企业和连锁经营企业达到“双赢”。连锁经营与电子商务虽然属于两个不同的领域，但是两者的结合却散发着无穷的魅力。以全球最大的房产连锁品牌21世纪不动产为例。21世纪不动产在全球拥有6300家加盟店，平均每一分钟有一个房地产交易发生于其系统上，去年的累计销售额已达到10000亿美元。21世纪不动产在美国在线AOL创立之初，即与之成立了战略联盟，AOL上有21世纪不动产的虚拟专用网，所有的加盟商与经纪人可以从该网上看到系统内的关于培训、管理及经营的最新信息。通过现代科技与管理的组合，21世纪不动产成功地将近8000家在美的加盟店通过合并重组的方式，整合为现在的4400家较大规模的加盟店，使经济效益大大的提高。在日本，“7-11”便利店利用其营销网络优势和信息技术优势，已经成为部分B2C电子商务公司的交货地点，消费者在网上轻点鼠标后，就可以就近选择一家“7-11”便利店取走货物。中国无论是连锁经营企业还是电子商务企业均缺乏合作的经验，成功实现对接的事例乏善可陈，因而在两者合作过程中可能会出现各种各样的问题，双方还需要不断摸索，积累经验，彼此协作，才能达到共同发展。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](http://www.100test.com)