

电子商务等于网络与商业的融合电子商务考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/554/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_554309.htm

不久的将来，电脑将在中国快速普及，如同电视机、固定电话、手机一样。网络没什么了不起，这句话用于2007年的网络业极为贴切，因为人们渐渐失去了对网络的新鲜感，尽管还有无数的闲人们为了打发时间或消除寂寞仍在通宵达旦地玩网络游戏，但更多的人渐渐厌倦了聊天、泡论坛、写博客、看八卦新闻、下载免费的音乐、书籍、影视剧、小软件等，我们都已开始有意地控制上网时间或网上活动，不让网络占用自己太多的时间和精力。对于网络业与商业的融合，个人以为，消费者网络业缺乏一种信任感，另外网络购物也存在不方便、不直接、付款方面可能手续麻烦等问题。理性的网民们对网络的第一需求就是：网络能为我带来什么利益？比如我要买东西，首先是要简单、直接、价廉物美。电子商务的发展，在99年时的上海梅林、8848网站等可算是早期的试验，结果并不太理想，很可能有这方面的因素。考试/大很多人喜欢网络，多数是因为这是一个虚拟世界，很多平时不敢说的、不敢做的都可以在这里发泄，也因此网络上充斥了如此多的负面情绪乃至垃圾。这就更令人对网络业有一种信任危机。信任危机始终是消费业的天敌。一个大型连锁零售商，不管是区域龙头还是全国零售巨头，如果发挥其庞大的网点优势、购销渠道优势、品牌优势，发展电子商务，对网上购物领域进行开拓，应该是大有前途的。以实际的网点物流体系来支撑的电子商务应该是网络商业的一个发展方向。国内的华联、苏宁、国

美乃至象区域商业龙头武汉中百、宝商、百联等等都可能在这方面作为面发展，他们既有一定的品牌知名度与信任感，又有实际快捷的网点物流体系的支撑，就具有了发展电子商务的先天优势。比起最近又沉渣泛起死灰复燃的传销，靠“游说”为渠道的直销，这种实体与网络结合的手段无疑更先进，成本也更低，而且更能得到消费者的信赖。大型连锁零售商的电子商务部门在网络上不应该只是发布产品广告或说明书，更应该包括明确的产品价格、便捷的购买方式和付款方式、完善的售后服务承诺等。千万不要发布模糊的产品信息，考|试/大传统商业中批发商、零售商利用了消费者信息闭塞的缺陷才得以赚取轻松的利润，网络购物时代人们不愿意忍受这种欺诈，否则，你的生意就再做不下去。其实证券业、银行业等部门已经在这方面做出了典范，他们的网上银行、网上证券不都是一种成功的电子商务吗?编辑推荐：电子商务师考试复习方案电子商务师考试 - 电子商务员辅导电子商务师考试模拟试题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