

浅谈有关电子商务认识的几个误区 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/61/2021_2022__E6_B5_85_E8_B0_88_E6_9C_89_E5_c40_61758.htm 曾几何时，由"网站经济"的兴起带动而出的新概念、新名词一个接一个地浮现，令人目不暇给。从眼球经济，到网上生存；从B2C，B2B.....纷飞的泡沫真让人有一夜之间"千树万数梨花开"的感慨。然而，真应了那句老话，其兴也勃然，其亡也忽焉。随着纳斯达克一声"槌"响，网站的倒闭，CEO们及无数的C某O们的开路，投资人的撤出和冷眼相加以及不断跳水的股指，仿佛如一筒冰水兜头浇下，让多少人措手不及，让多少人彷徨无着落。而在这当中受打击最重的莫过于"电子商务"了。一、电子商务就是电子购物吗？究竟什么是电子商务，它的准确含义是什么，在轰轰烈烈的炒作中似乎被忽略了。因此在人们的眼中，电子商务成了网上购物、网上采购等等的代名词。什么B2C、B2B，成了网络公司装点门面的词汇。如果你去问问那些网络公司的人，他们会告诉你，B2C就是个人在网上购物，而B2B就是企业在网上买卖商品。总而言之，只要把商品拿到网上买来卖去，就是电子商务了，甚至认为这是人类社会零售业的一次革命。于是乎，一窝蜂的"电子商务"网站眨眼间出现了，据不完全统计，在1999年下半年，平均每天就会诞生一到两家电子商务网站。这些所谓的电子商务网站大多采用的是网上购物的经营形式。对于这种现象，有人半开玩笑的说，不经意间敲了个网址，竟然就是一个网上购物的网站。那么电子商务在严格意义上的概念到底是什么呢？根据国际商会在世界电子商务会议上的专家和代表对电子商务

的概念所进行的最有权威的阐述，电子商务（Electronic Commerce），是指实现整个贸易过程中各阶段的贸易活动的电子化。从涵盖范围方面可以定义为：交易各方以电子交易方式而不是通过当面交换或直接面谈方式进行的任何形式的商业交易；从技术方面可以定义为：电子商务是一种多技术的集合体，包括交换数据（如电子数据交换、电子邮件）、获得数据（共享数据库、电子公告牌）以及自动捕获数据（条形码）等。电子商务涵盖的业务包括：信息交换、售前售后服务（提供产品和服务的细节、产品使用技术指南、回答顾客意见）、销售、电子支付（使用电子资金转账、信用卡、电子支票、电子现金）、运输（包括商品的发送管理和运输跟踪，以及可以电子化传送的产品的实际发送）、组建虚拟企业（组建一个物理上不存在的企业，集中一批独立的中小公司的权限，提供比任何单独公司多得多的产品和服务）、公司和贸易伙伴可以共同拥有和运营共享的商业方法等。美国学者也在著作中指出，“广义的讲，电子商务是一种现代商业方法。”而欧洲议会给出的电子商务的定义则是：电子商务是通过电子方式进行的商务活动。它通过电子方式处理和传递数据，包括文本、声音和图像。它涉及许多方面的活动，包括货物电子贸易和服务、在线数据传递、电子资金划拨、电子证券交易、电子货运单证、商业拍卖、合作设计和工程、在线资料、公共产品获得。它包括了产品（如消费品、专用设备）和服务（如信息服务、金融和法律服务）、传统活动（如健身、教育）和信心活动（如虚拟购物、虚拟训练）。可见，电子商务绝不仅仅是我们现在看到的电子购物、网上购物、网上采购。这些通过因特网实现的购物，只是电

电子商务概念中很小的一部分。电子商务归根结底是商务的电子化，它是建立在传统商业的基础上，通过先进的网络技术，以实现资源的合理配置和广义上的信息共享，最终目的是为企业提高效率，降低成本，增加收益。如果我们把电子商务这一大的概念形象地加以分解，凡是通过因特网实现网上购买和支付活动的我们称之为电子购物，而涉及整个商业活动中全过程、并借助因特网技术实现的信息流、物流和资金流等服务活动称之为"电子服务"。应该说，在目前我们所应强调更多的是电子服务。事实上，服务本身是能产生效益的。我们通过因特网技术所实现的电子商务服务是绝对能帮助企业通过及时准确的信息获得和相应得出的决策支持，极大地提高经营管理水平，降低企业经营成本以致直接提高销售收益。

二、 电子商务对企业是雪中送炭还是锦上添花？

明白了电子商务的含义，也就不难看出电子商务对于我们的企业发展会起什么样的作用。但是对于电子商务的真正的运用价值，很多企业并没有充分地认识到。因为电子商务要运用互联网技术，对于很多中小企业来说，办公室里连电脑都没有，又怎么谈得上"上网"呢？所以很多企业的管理人员会说，还是等我们业务发展了，赚大钱了，买了电脑了，再考虑搞什么电子商务吧。在他们看来，体现电子商务的那些优越性首先要有一定的资金作后盾。而另一部分人则把搞电子商务写进了他们公司的长远规划，说明他们有决心在公司的未来发展中运用电子商务这一手段，这么写一方面说明他们在互联网的热潮中已经看到电子商务的大势所趋，但是对于电子商务能为他们带来什么实际收益并不清楚，所以这么做其实只是为了装点门面，为了锦上添花"，而现实中，他们会以各

种各样的理由来解释他们现在还没有必要搞电子商务。事实上，在信息高速发达的今天，掌握第一手信息是企业立于不败之地的基本要求。可是第一手信息从何而来呢？怎样才能得到第一手信息呢？运用电子商务手段就可以回答以上两个问题。第一，没有了时间和空间限制的互联网传递着世界上最新的信息，这就是企业获得第一手信息的来源；第二，商务的电子化、网络化可以轻松地解决企业获取第一手信息的问题。很多企业已经认识到这一点，所以SCM、CRM、ERP这些新的概念应运而生。这些信息包括销售、库存、物流配送、客户关系、市场行情等等，而也正是这些信息的获得，直接地帮助企业提高了经营水平和决策支持水平，增加了直接收益。市场研究表明，一个有着几十家销售门店的服装代理商，在应用了一套简单的分销管理电子商务解决方案之后，其销售总额提高了30%以上。对于当前激烈竞争的市场，信息的及时获取对企业来说难道不是"雪中送炭"吗？显然，电子商务是大势所趋，是企业面对竞争、迎接挑战的武器，绝不仅仅是锦上添花，而应该是雪中送炭。在这里还想强调的一点是，一些国际权威机构在评价零售业电子商务的发展中指出，有利于零售业电子商务的开展有以下几个条件：一是企业规模普遍较小；二是地域分散；三是没有大型垄断企业；四是已经拥有一定水平的内部销售系统（即我们所说的MIS/POS系统）。很显然，我国目前的零售业正是具备了以上特点和条件，这从另一个角度说明我们开展零售业电子商务极具现实意义和广阔的前景。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