

电子商务系统的内部运作模式 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\\_\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_AD\\_90\\_E5\\_95\\_86\\_E5\\_c40\\_61844.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/61/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_61844.htm) 电子商务带给企业的决不只是外部交易方式的变化，也不仅仅意味着无边界市场的拓展、网络营销和网上支付，它给传统的企业商务运作模式带来冲击，导致企业业务流程的再造，并通过互联网技术实现企业价值链系统的整合。具体表现以下方面：网络营销。企业通过网络进行市场调查，获取市场信息，并接受客户在线订购或定制。客户订单直接发送到企业相关制造部门或服务部门，甚至是企业的协作厂商或者OEM(Original Equipment Manufacturing)伙伴。相关部门接到订单后，将有关信息进行分解，将原料需求送抵内部的供应部门甚至外部的供应商，将技术要求送抵研发部门，将批量生产信息送抵制造车间。在制造产品或提供服务的过程中，各种财务、统计数据通过企业ERP进行整合，为有关部门提供决策信息。企业内部各部门通过内部网进行协作和资源共享。通过网络支付款项，将支付信息整合到企业ERP中。企业通过内部的物流部门或第三方物流将产品或服务转移至客户。企业通过网络，对客户的售后支持请求传达到企业的售后服务部门，该部门通过网络进行远程服务或支持 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)