

商贸类企业电子商务的应用特点：应用物流配送 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/62/2021\\_2022\\_\\_E5\\_95\\_86\\_E8\\_B4\\_B8\\_E7\\_B1\\_BB\\_E4\\_c40\\_62570.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E5_95_86_E8_B4_B8_E7_B1_BB_E4_c40_62570.htm)

商贸类企业电子商务的应用特点  
商贸类企业电子商务的应用  
3.物流配送作为电子商务诸多环节中的最后一个环节 物流配送体系一直是电子商务发展的核心问题之一。在美国等发达国家，一批像联邦快递、UPS和DHL这样的专业化的商品配送企业(中心)在电子商务中发挥着越来越重要的作用。商品配送中心的职责是按网上企业的订单进货、临时安排仓储和分发。每一个网上商业企业需要一大批商品配送中心的服务，而每个商品配送中心也将为数十个乃至上百个网上商贸企业服务。配送中心一方面从生产厂家和网上企业那里赚取折扣差价，另一方面获取各网上企业的送货服务费。这样，商品配送中心将一方面扮演类似现有的批发商的角色，另一方面扮演类似联邦快递的角色。商品配送中心的出现将使网上商业企业减少传递实物商品的过程，甚至可以完全不接触实物商品，成为完全靠信息生存的企业。网上商业企业需要做的便是提供内容丰富的商品目录，以能吸引顾客的形式在网上发布，并接受顾客订单，然后将订单要么直接转给生产厂家，要么转给商品配送中心。从长远来看，商品配送的社会化是大势所趋，因为商品配送中心的送货成本比商贸企业自己组织送货的成本要低得多。我国现阶段开展电子商务的最大障碍是缺乏一个高效的社会化商品配送系统。由于商品配送周期长，费用高，严重削弱了网上企业的竞争力，影响了商贸企业实施电子商务的积极性。这种局面正在改观，2000年3月，我国开始实施涵盖

电子商务在内的电子邮政，以从事邮政特快专递EMS业务的中国速递总公司为龙头，发展建设以商品代理和配送为主要特征，信息流、资金流和物流有机结合的社会化物流配送中心。目前该公司已经与8848网站签署了合作协议，正式将其新型的EMS代收货款业务推向国内电子商务领域。这一具有深远意义的协议的签署，使8848网站在一夜之间拥有了在全国450个城市进行上门货物快速配送和货款代收的能力，也证明了电子商务这一新生事物对传统业务巨大的融合和吸纳能力。一个成功的电子商务应用，必须解决的问题是理顺信息流、资金流和物流这三大流程。从我国的现状来看，信息流对于互联网来说是畅通的，但由于各种因素的影响，物流与资金流暂时还无法达到完善的程度，因此许多商贸企业还只是停留在将Internet作为企业信息门户的阶段，即电子商务的初级阶段上。应当指出，资金流尽管受信用消费程度的制约，但目前可以找到一些变通的办法，并逐步向好的方向发展。物流是实施电子商务的关键，其商品的组织和配送与传统商业截然不同，特别是对信息系统的要求更高，也更为迫切，需要对整个物流过程加以精心的组织和严格的管理。

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)