

电商网站案例：中国XX物流网 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/63/2021_2022__E7_94_B5_E5_95_86_E7_BD_91_E7_c40_63804.htm

最后一个电商网站案例是关于电子商务中的一个重要环节“物流”的。先来看垃圾文本 尊敬的客户，您好！金风送爽，收获的季节悄然来临 - - 首先让我们，中国 XX 物流（www.xxxxxx.com）预祝您在美丽的充满希望的新千年里生意兴隆，商运亨通！伴着科技的汹涌狂潮，互联网正以其独特的魅力渗透到我们身边的每一个角落。您也一定正享受着它给您带来的无限便捷和不尽的商机！中国 XX 物流网（www.xxxxxx.com）是一个搭建在代表着先进生产力的互联网基础上的网站，致力于物流货运与网络信息的完美结合！“网上车场”、“网上货场”、“供求信息” - - 总有一款功能适合您！只要您注册成为我们的会员，就能得到我们最贴心的服务。无须付出（因为对于货主客户，我们是全方面免费的！），您即可体验到我们带给您的“运筹帷幄之中，决胜千里之外”的超强感受！欢迎加盟中国 XX 物流网，“信誉至上、简捷便利、服务热情”是我们给您作出的庄严承诺！欢迎做客中国 XX 物流网（www.xxxxxxx.com）！期盼您的回音！谢谢！中国 XX 物流网 client@xxxxxx.com

通篇下来，不痛不痒、似是而非的废话占一大半。第一、二段，第三段开始一句都是废话。从“欢迎加盟……”到“谢谢！”也都是废话，就像改革早期的广告总有“实行三包，代办托运”的念叨一样。掐头去尾，有意义的信息只有一小半，也就是第 3 段中间的若干句子。从“网上车场”开始进入正题，直到“总有一款适合您！”，憨憨厚厚地亮出了自

己“痴人说梦”的本色。不知道这个“物流网”考虑过没有：自己的服务对象是谁？“网上车场”、“网上货场”、“供求信息”是给谁看的？从当头一个“尊敬的客户”看，它是把网上所有拥有 Email 地址的网民（亦即垃圾邮件的受害者）都当作自己的“客户”了。实际上，作为一个“物流”的信息平台，它姆窳韵笥 檬恰拔铍敞骱汀傲鳌狈竦奶岬 撸簿褪腔蹕骱统抵鳌 C 夥盐蹕鞣痲俏苏莆栈跟葱畔 匣跟葱畔缓笏俳庀 铈履枙蝗闯鄢抵鳌 K 挠占泐 崩醋杂谖飧赜獭?nbsp. 也就是说，它的“客户”至多包含了“货主”和“车主”这么两个群体，“网上车场”给货主看，“网上货场”给车主看，“供求信息”给双方看。那么问题就来了：货主上网的有多少？车主上网的又有多少？这个“物流网”了解过网民特征的数据吗？漫天撒网，对牛弹琴这也叫“商业经营”。另外，这个“物流网”肯定没考虑过竞争因素还以为自己是龙头老大呢。早在“阿奇营销”里，我就介绍过一个全国性物流信息网络的先驱“阿智”。拥有丰富商业经验的阿智，其“物流网”早已实现了盈亏平衡。它虽然也用互联网、也建了一个网站，但网上推广从来就不是它的重点，更不会漫无目标地发垃圾邮件，见人就叫“尊敬的客户”。它倒印了大量精美的纸质宣传品，供在登门联系货主时使用，再就是找到那些货车司机、发给他们。阿智非常清楚，货主、车主上网的比例很低，在网上找他们无异于大海捞针，哪里比得上直接找上门？但这并不是说互联网对阿智的“物流网”不重要，相反，极为重要。因为它的整个业务网络全国性的业务网络就是在互联网上搭建的。通过互联网，它的触角伸到了全国各地并连通为一体。实际上，它几十家分公司的基本

职能之一，就是替当地的货主、车主上网，因为他们中的大部分还没有上网。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