

企业电子商务竞争战略分析：稳定与供应商关系 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/64/2021\\_2022\\_\\_E4\\_BC\\_81\\_E4\\_B8\\_9A\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_c40\\_64200.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/64/2021_2022__E4_BC_81_E4_B8_9A_E7_94_B5_E5_c40_64200.htm) 稳定与供应商关系 供应商是向公司及其竞争者提供产品和服务的公司或个人。公司在选择供应商时，一方面考虑生产的需要，另一方面考虑时间上需要，即计划供应量要能依据市场需求，将满足要求的供应品在恰当时机送到指定地点进行生产，最大限度的节约成本和控制质量。公司如果实行电子商务，就可以对市场销售进行预测，确定合理的计划供应量，确保满足公司的目标市场需求；另一方面，公司可以了解竞争者的供应量，制定合理的采购计划，在供应紧缺时能预先订购，确保竞争优势。如美国的大型零售商Wall-Mart公司通过其电子商务系统根据零售店的销售情况,制订其商品补充和采购计划，通过网络并将采购计划立即送给供应商，供应商必须适时送货到指定零售店；供应商既不能送货过早，因为公司实行零库存管理，没有仓库进行库存，同时不能过晚，否则影响零售店的五常销售；在零售业竞争日益白热化的情况下，公司凭借其其与供应商稳定协调的关系，使其库存成本降到最低；供应商也因公司的稳定增长获益匪浅，因此都愿意与Wall-Mart公司建立稳定的紧密合作关系。 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)