

电子商务的安全边际与模式选择电子商务师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/643/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_643648.htm

经济危机的全球化不仅影响到中国为数众多的外向型企业，也对既有的销售体系和渠道架构形成严峻的考验。百安居中国业务2008年亏损5亿，家得宝、沃尔玛大幅收缩门店数量，美国式的大卖场文化没有像预期那样在中国收获丰硕果实，反而在经济危机的全面冲击下陷入冲冲困境。传统销售领域的卖场化“先进模式”如此遭遇，电子商务领域又会如何呢？虽然马云在5月高调举行网商交易会，强调卖场化电子商务平台的竞争优势。然而市场形式并不象宣传所说的那样“直逼广交会”，反倒是广东政府6月中旬举办“内销版”广交会与传统的外销广交会形成呼应。这说明无论是政府还是企业，都对卖场化电子商务具有的风险始终心存疑虑。实际上，电子商务去渠道化的彻底颠覆方式并没有得到企业界的充分认同。除了C2C涵盖的以个人为主的网商之外，愿意用承担传统渠道损失的代价来换取一个未知将来的企业网商并不多见。是直接跳过渠道上马电子商务，还是折回去上马内销渠道，相当多原本致力于外销的制造企业都在如何决择面前踟躇不前。复星国际主席、国内著名企业投资者在谈到“安全边际”时说：“每一次投资，你只能做你能够承担得起失败的投资”。对于非互联网企业而言，电子商务只是依托于互联网传播平台和网络信息新技术的一个工具而已，它本身并不产生价值和效益。任何一个企业，在考虑上马电子商务的时候，能否优化企业的营运和提升企业的效率，能否拓宽现有渠道的范围、挖掘现有渠

道的能力，实际上是一定会关注的问题。空中楼阁式建立的电子商务对于白手起家的C2C淘宝商户来说也许是有价值的，但对于浸染市场多年的传统企业而言无异于纸上谈兵。幸而电子商务不止阿里大卖场这一个模式。据《21世纪经济报道》：2008年以前电子商务的销售模式集中在淘宝、京东等卖场化平台上。进入09年之后，企业自主电子商务的大潮涌动了，格兰仕、七匹狼、佐丹奴、达芙妮等等传统业务的领军者，纷纷自己组建电子商务部门，开展电子商务业务。据业界关注已久的消息，企业自主电子商务架构的首要开发和服务商ShopEx本月将推出名为“分销王”的B2B产品。在我看来，这对于那些致力于企业自主电子商务业务和即将创建企业电子商务渠道的用户来说无疑是莫大的好消息。他们原本持有的风险担忧将在ShopEx分销王的B2B新产品面前迎刃而解。企业自主电子商务在之前的业务实施中仍然面临一些难题，佐丹奴和达芙妮此前的国内市场电子商务收入虽然已经达到千万元量级，但比起传统渠道贡献的营业额而言，仅为1%左右。对于已经开展自主电子商务业务的企业而言，要迅速提升电子商务业务的业绩贡献。对于尚未开展电子商务业务的企业而言，要在上马电子商务架构的同时，实现与既有渠道的协调而非冲突。这两方面的强烈需求，远远超出卖场式的“传统”电子商务模式能够提供的能力。虽然目前卖场式电子商务的总量不算小，但分摊到具体的商户或者企业来讲，就显得非常寒碜了。我们值得期待的是，这两种需求产生的对一个能够兼顾和协调传统渠道管理和网上新业务创建能力的电子商务架构的强烈呼唤，可以由ShopEx即将推出的面向网络分销的B2B新产品“分销王”来满足。通过ShopEx“分销王

”这样的双模式企业自主电子商务架构，对于厂商而言，有能力快速发展分销商，快速铺货，这实际上可以看作是对传统分销模式的信息化改造。同时，通过ShopEx双模式企业自主电子商务架构，对于下游分销商和终端顾客而言，可以迅速确定和接受产品来源，可以借助电子支付工具实现快速回款，这可以看作在尊重传统渠道既有利益前提下实施的电子商务变革。另外，通过ShopEx双模式企业自主电子商务架构，企业可以在缺乏经验的前提下迅速创建、实施并维护一套功能强大、市场监管能力充沛的自主电子商务系统，比起参与到卖场化的电子商务模式中，这是一项尊重企业自身个性特点、宣扬品牌优势和避免既有竞争优势流失的安全而行之有效的电子商务途径。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