

电子商务外包：企业发展大趋势 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_645759.htm 根据艾瑞咨询最新统计的数据显示，2011年第一季度中国网络经济整体规模达到522.0亿元，环比上涨17.3%，同比上涨69.5%。电子商务在整体网络经济中的占比持续扩大，占比达到43.3%（239亿元），从数据不难看出，电子商务已成为我国互联网经济结构的重要组成部分，无论是政府政策到资金流向，都为电子商务未来的蓬勃发展奠定了基础。几年前，很多人认为电子商务就是淘宝，随着行业的发展，我们对电子商务的概念化理解越来越清晰。时下，京东、当当、卓越、凡客等这些明星企业也都成为了电商行业的主角，井喷式发展也推动着这些巨头的快速成长，从京东的300亿到凡客的20亿，给同行业的传统渠道商们带来了前所未有的压力。与传统企业相比，很多时候电商企业诞与互联网，始于网站建设，品牌来自于网络，不会像传统企业那样因为多年经营的品牌而犹豫不前，在没有额外的负担和压力下，他们大胆前进、不断创新，并且在资本的推动下，最终成为市场的领跑者。不过传统企业也不会无视这种新型的商业模式抢夺他们的市场，看到京东无边际的规模化，苏宁、国美投入重金打造3C家电B2C平台，欲利用自身的供应链和渠道等优势在电子商务市场分一块蛋糕。但是，不是所有的传统企业都会像苏宁、国美那么有胆识，多年建立的品牌和完全陌生的市场让他们顾虑重重、步履维艰。不过，在互联网快速发展的大势下，电子商务也将是他们的必经之路。2010年的融资热和上市潮让原本备

受关注电商市场更加充满了热量，并且在新型模式和传统模式不断融入的情况下，线上线下共同发展成为了企业的渠道标配，传统巨头纷纷发力，全球零售巨头沃尔玛注资1号店，部署其在中国的电子商务战略，富士康旗下B2C平台飞虎乐购上线运营、银泰百货的银泰网悄然走俏。对于很多传统企业来说恐怕没有沃尔玛、苏宁和国美这样的实力，无论是投入巨资自己开拓电商市场，建立自己的电商团队，慢慢培育自己的用户群体和消费习惯等等.又或者像沃尔玛一样战略投资一个成熟的电商企业，直接获得成熟的团队和运营模式。对于这两条路，传统企业或许还是会遇到种种难题，如果选择前者，能坚持的话，到时可能能培育起来自己的团队和市场，但机会也许就随着时间逐渐丧失掉；而第二种，一般的企业又没有那么大的资本。其实除此之外，传统企业还有第三种选择，即将自己的网络渠道外包给专业的电子商务服务商。随着资本的进入和行业的快速发展，电子商务外包已经成为一种新型的商业服务模式，虽然国内发展比较晚，但国外早在1999年就有类似的企业上市，国内最早的电子商务服务商兴长信达 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