

电子商务：在裁员与扩张中前进 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_645888.htm 从去年下半年开始，电商行业裁员消息频传，从最开始的团购网站蔓延至B2C企业，仿佛一夜之间，电子商务的冬天已经到来。苏宁易购执行副总裁李斌则预言，电子商务要回归理性，从投资驱动向经营驱动转型，只有回归零售的本质，才是电商的出路。于是，业内人士纷纷为如何度过“电商冬天”支招，例如裁去非必要岗位的人员、收缩品类线、提高免运费门槛等等，而大部分企业也正在实践着。京东、当当及亚马逊中国相继提高了免运费的标准，而凡客也撤掉一些边缘的品类，在资本的热情逐渐冷却的时候，各大电商纷纷进行内部调整予以“自救”。无疑，在这个“冬天”里，电商企业会逐步抛开资本的趋动力，更加关注商业的本质。一次次的潮起潮落，在摸索与尝试中，使得中国的电子商务更加成熟、向前发展。而在苏宁易购，我们看到完全不同的景象，其网站依然打着“全场免运费”的标示；2月底高调抛出千人招聘计划，并在苏宁内部通过高管调动，迅速扩充团队。当记者采访李斌时，他笑称，“苏宁易购的招聘部门将是今年最忙的部门”。据了解，苏宁易购目前团队规模已经超过1600人，2012年将达到4000人规模。而在千人招聘计划抛出之后，“光简历我们已经收到超过3万份，仅高管以上职位就收到300多份”，李斌说，“对于有着零售本质的苏宁来讲，这是发展的春天。”据了解，苏宁易购2012年目标是冲刺300亿。专家表示，苏宁易购在加速扩张，无论是市场推广还是品类拓展都进行

了诸多大胆的尝试。网友反映，近日北京、上海、深圳等地的地铁、办公楼均出现了苏宁易购的宣传广告，这与其上线前两年只专注于网络广告的做法，大相径庭。“这一点我们想的很清楚，既然我们发力晚，那现在的步子就要迈得大一些，对于后台支撑我们有信心”，李斌如此解释。说到苏宁易购的后台，不得不提到苏宁电器(002024,股吧)，这个在家电行业呼风唤雨的巨头，在其发展的20多年里，一直专注于信息技术和服务的建设。“我们只做了两件事信息和服务”，李斌说。而这，也是苏宁易购敢于与电商巨头们赛跑的原因。据了解，苏宁目前在全国拥有1700多家门店、94个物流配送中心、4000多个售后服务网点，这为苏宁易购搭建了一个立体化的服务网络。“虚拟购物的实体化，这是苏宁易购为网民所呈现的，苏宁实实在在的品牌形象和服务，也为网民解决了后顾之忧”，李斌说。一边是谈虎色变的电商裁员，一边是大张旗鼓的千人招聘，这可能是2012年电商行业的一个缩影。回归零售本质，将是各大电商潜移默化的转变。

添加电子商务师考试应用： 资讯订阅，提供最新考试信息
章节习题 海量套题全免费体验！！ 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