

文章编号: 1005—0523(2005)05—0072—04

我国制造业电子商务发展的问题初探

黄文昌, 程 浩

(华东交通大学 经济管理学院, 江西 南昌 330013)

摘要: 在网络经济环境下, 制造业企业面临全球性的市场、资源、技术和人才的竞争. 文章阐述了我国制造业发展电子商务所具备的物质平台、运营平台、产业集聚平台 and 信息技术平台, 分析了下一步发展电子商务所面临的问题和障碍, 并提出了相应的对策和措施.

关 键 词: 制造业; 电子商务; 发展平台; 障碍; 对策

中图分类号: F724.6

文献标识码: A

0 序 言

电子商务作为一种新的商务模式, 已成为网络经济时代最有效率并且安全的交易方式, 在制造业企业中推行和发展电子商务, 其巨大的市场和利润潜力是显而易见的, 通过实施电子商务, 可以实现企业对产品、原材料、非生产性产品、服务类等电子化、网络化的采购, 总公司与下属子公司及各职能部门有组织、有计划的统一管理, 减少流通环节, 降低成本, 提高效率, 使企业在管理上通过电子商务的实施达到更高的水平. 据统计, 电子商务可以节约 10%~15% 的采购成本、降低 20%~25% 的库存管理费、缩短交货时间 20%~50%、提高 20% 左右的生产销售率.

1 我国制造业发展电子商务的平台

面对互联网电子商务网站的兴起, 传统制造业企业也开始转变观念, 开始涉及电子商务, 如海尔集团、春兰集团、康佳集团、TCL 集团等企业部分销售业务已开通网上在线交易. 我国的制造企业在发

展电子商务方面已经具有较为良好的基础和平台.

1.1 物质平台

制造业中电子商务交易的落脚点是物质基础, 这一点不会由于商务活动的电子化而有所改变. 截止到 2003 年 10 月, 我国水泥的年产量达到 7 亿吨; 到 2004 年 2 月为止, 我国钢年产量在全球第一个突破 2 亿吨; 在家电领域, 有 17 家家电企业在大家电单项产品生产量超过百万台; 我国日益发展的制造生产能力可使国内制造企业在较短时间内完成顾客的订货需求, 这为制造业电子商务的发展提供了良好的物质平台.

1.2 运营平台

制造业在长期发展中形成的网络客户关系为我国制造业企业发展电子商务提供了运营平台, 制造业除了生产能力已形成一定的规模, 而且形成了庞大的销售网络, 任何一个商务公司都需要一个强大的地面资源支持, 一般传统企业在全国都有多家分公司、办事处、销售人员、经销商、售后网点和零售卖场, 产品的销售和营销形成了全国性的可延伸到县一级的营销网络体系, 传统产业这样庞大的地面资源优势是其它产业所无法比拟的. 另外, 传统企

收稿日期: 2004—01—18

作者简介: 黄文昌(1969—), 男, 广东兴宁人, 讲师.

业基本形成了以大企业为核心,众多供应商、销售商和服务商相互协作的较为完整的体系,这种体系在电子商务模式中,恰好可以构造为电子商务的配送投递系统。

1.3 产业集聚平台

我国在人力、土地等方面拥有丰厚的条件,发达国家逐渐将计算机制造品等劳动密集和技术含量不太高的环节转移到中国。珠江三角洲地区已成为全球极为重要的制造业基地之一,并且形成了以大企业为中心,大量专业化协作的配套企业、关联企业和下游企业整体进入的形势,带动并发展形成本地一大批生产配套型产业群。供应商网络可通过原材料的提供、运输、储存、加工为制造业企业减少过多不必要的环节,降低初始的成本;销售商通过自身的销售网络,为制造业企业产品的宣传和销售提供服务;服务商依靠自身的核心能力为制造业企业提供各种基础服务。这种产业专业化集聚为实现企业联合提供了方便,提供企业间联合,创造共享平台,增大产业链的吸引力,并且可以在全球范围内把最优秀的供应商、经销商和服务商吸引过来,使用户可在全球范围内投标、竞标,选择最理想的供应商。在资源共享的情形下,使众多企业收益增加并且提高行业的国际竞争力。

1.4 信息技术平台

信息技术的使用进一步优化制造企业的价值链,为发展电子商务建立了平台。对于供应商关系,互联网让制造商可以在全球范围内选择供应商,大大节省进货费用,而电子通信可使采购费用下降,促进实时制造,提高所采购材料和元部件质量;对于产品设计,计算机辅助设计可提高产品质量、缩短设计周期、缩短新产品设计时数;对于分销网络,利用信息技术,使大多数企业处理订单的时间减少1/3以上,从而减少存货量;对于售后服务,智能数据库加上24小时利用互联网,制造商可以为消费者提供更有针对性、更快、更方便的服务;据中国企业家调查系统2003年的调查表明,被调查企业的近70%已实现了“会计电算化”,36%左右的企业采用了“办公自动化(OA)”,近1/3左右的企业建立了自己的网页,近1/4的企业建立了自己较有特色的网站,我国企业的信息化建设已达到一个新的广度和深度。

2 我国制造业发展电子商务面临的问题和障碍

我国制造业企业由于拥有较为根深蒂固的运营环境,并且涉及到各种经济利益关系,很难迅速摆脱传统思想的束缚面对新经济的发展,在现阶段发展电子商务还存在着较多的问题和障碍,表现在以下几个方面:

2.1 整体环境落后

我国整体上数字化建设程度比较低,第二类信息产业落后,第二类信息产业是指所有经济实体中从事与信息产品生产制造或服务有关,并以此作为中间产品进入本部门生产过程的部门,其显著特征是不直接向社会提供信息产品或服务,是第一类信息产业的延续和具体应用,是国家和社会信息化十分重要的组成部分,其发达程度是衡量一个国家信息化水平的重要标志。目前,我国信息产品进入最终消费的比例大,而进入生产领域的比例低,这是导致我国企业信息化建设十分落后的重要原因,直接影响到我国产业结构的升级和传统产业的改造步伐。

2.2 管理体制落后

制造业企业在计划体制的环境下,产品供不应求,市场竞争压力小,工作环境较为松散,设备技术含量不高,工作人员长期处于单一领域,大部分人员仍然是传统商业模式下的思维,市场意识不强。而且传统企业金字塔型的管理体制,使得员工与领导之间信息的传递和反馈缓慢,领导的决策传达到员工的时间较长,市场信息反馈到领导的层次多,这种信息的传播方式与电子商务所要求的实时响应原则差距较大,严重阻碍了企业电子商务的发展。此外,传统企业对于供应商和销售商的选择大多要求现场考察、面对面的交流并且采取地毯式的推销方式,这种传统的生产和销售方式使得企业出现了产量大、销量高、利润低的局面,在新经济的条件下,这种落后的生产运作观念对企业的发展是极为不利的。

2.3 技术落后

近年来,我国企业在信息化建设方面取得了一定成绩,以海尔、联想、春兰等为代表性的企业通过电子商务尝试,优化产业链,降低交易成本,取得了较好的效果。但总的来说,我国制造业企业的信息化水平仍然比较低,对信息化的投资严重不足,信息处理设备落后,与网络和电子商务技术的现代化

形成了巨大反差,已经不适应甚至阻碍了我国企业电子商务的应用与发展.据国资委对全国 474 家国有重点企业的调查显示,70%的企业认为企业对信息化投入不足,而发达国家一家大企业每年的信息化投入一般要占到全年总投入的 10%~30%,在国内这个比例是 1%~2%,甚至更低.

3 我国制造业发展电子商务的对策和措施

电子商务的发展逐渐走向全球化趋势,我国制造业企业要想在未来竞争中占有一席之地,必须利用信息技术尤其是互联网技术来改造公司,将业务从传统的面对面交易状态改变为在线交易,优化价值链,提高我国制造业在全球产业链中的竞争力,创造过多的经济效益和社会效益.

3.1 优化供应链

电子商务的最大特点就是交易环节的缩短和交易完成的敏捷性,对于传统的制造业企业,要发展电子商务,首先要优化自身的业务流程,加强供应链电子化管理.企业供应链管理是企业的一种整合,是本公司和所有关联企业的整合.制造业企业要成为全球竞争者,必须实行全球化供应链管理,进行根本的流程重组;针对公司供应链运作采取整体的策略,建立全球化的认识问题和思考问题的经营观、价值观,采用先进的信息技术,使本公司和相关企业用 Internet 连接起来,使它们共享所有的生产、库存、配送、销售信息,提高各环节的协作效率,将人力资源、业务流程和策略整合一体化考虑,建立一个世界级的供应链管理系统(SCM),能够以网络浏览器为主的应用,提供使用者和网络网络相连的界面,任何事件发生时,能自动产生回应动作,和贸易伙伴间的资讯交流能及时保持互动,同时可以支援有弹性的直接或间接的商业模式的协作机制.同时,必须坚持顾客驱动供应链、供应链活动跨越国界、供应链活动具有反应机制以对多样化顾客需求做出反应三原则,了解全球顾客的不同消费水平以及顾客如何购买和使用产品或服务,进入世界供应链,参与国际竞争.

3.2 完善物流体系

现代物流管理已经逐渐成为企业的“第三利润源泉”和获取市场竞争优势的重要战略.特别是在中国这样有待成熟的市场环境中,解决物流管理的现代化不仅是实现电子商务活动的前提,也是企业摆脱市场需求不足、提高利润率的必然选择.据统计,

我国一般工业品从产品出厂经过装卸、储存、运输等各个物流环节,到消费者手中的流通费用约占商品价格的 50%.流通费用居高不下的一个重要原因就是缺乏科学的物流管理,造成企业资金流转慢、成本高、效益差.根据我国的现状,应推行信息化配送制,发展信息化、自动化、现代化的新型物流配送业,还可采取代理形式的客户定制物流服务的第三方物流模式.我国的物流企业应将主要的成本部门及产品服务部门的大部分工作委托他人处理,注重建立自己的销售队伍和管理网络;实行特许经营制,将协作单位纳入自己的经营轨道;公司经营的核心应定位在综合物流代理业务的销售、采购、协调管理和组织设计,并且注重业务流程创新和组织机制创新,使公司经营不断产生新的增长点.

3.3 多元化进入

对于中国制造业企业发展电子商务,明确以顾客为导向、以流程为中心、以团队为基本单位来构建企业,建立起广泛的业务伙伴网络,以增强企业配置资源的能力.根据我国不同企业规模和业务要求,可采取以下三种途径进行多元化的发展:

1)加入电子商务专业网络.这类网站将生产者和消费者通过网络联系在一起,沟通了产供销之间的信息,减少了中间成本,帮助企业进入网络市场,赢得商机,给交易双方都带来了经济效益.企业只需较少费用甚至不需任何费用就可以进行产品展示、发布供求信息、掌握行业动态和进行产品交易.当企业没有建立网站,但又有信息发布或收集的需要时,在专业电子商务网站上登记注册是个便捷途径.

2)寻找电子商务解决方案合作伙伴.除了提供服务平台的网络公司外,还有一种提供全面电子商务解决方案的网络企业,它们通过 Internet 提供企业所需的各种应用服务,如网站建设管理、主机托管、磁盘空间出租、电子邮件服务、CA 认证、支持平台、专线接入等.获得授权的企业只需通过 Internet 连到服务站点,即可使用各种应用软件和存取各种资源.对于众多的中小企业来说,开展电子商务缺少资金,更重要的是缺乏 IT 建设的专门人才和维护经验,因此实行网站建设应用外包是一种较好的方式.

3)整合所有信息资源,建立 Internet 和 Extranet,将企业经营活动完全建立在网络之上.通过网络不仅进行内部的沟通、与上下游伙伴的合作,还进行包括适时采购、市场推广、在线销售等在内的完整

营销活动,最大程度的消除人工干预,实现内部办公自动化和外部交易电子化.一旦企业建立好与供应商、分销商、客户之间的电子商务联系渠道,必将带动上下游企业,优化供应链系统.

3.4 实施虚拟经营

制造企业要从经营理念上有所变革,必须树立以客户为中心,竞争合作式的双赢经营理念,充分利用电子商务提供的技术手段,实施虚拟经营.在虚拟制造体系之下,企业之间是分工合作的,每个企业将集中发展自己的核心技术,集中进行某个环节的开发和生产,动态联盟的竞争和合作将使产品的技术和质量快速提高,并且使个性化设计、大规模生产成为可能.目前众多制造业企业的电子商务同传统制造业内部还存在界面障碍,没有起到优化业务流程、提高企业综合竞争力的作用.虚拟制造体系的建设将彻底解决这一问题,电子商务和企业虚拟制造体系形成了一个完整的网络系统,顾客的需求可以直接传递给设计部门、生产部门和销售部门,真正实现无界面化生产和管理.

3.5 全面发展信息化

制造业企业发展电子商务不仅需要学会利用现代信息技术,更为重要的是要自觉的对企业的组织机构、业务流程、运营模式进行变革,加强对工艺、生产流程、管理流程的改造,加强企业内部信息化建设,把电子商务纳入到企业的运营体系之中.制造业企业要提高企业的信息化来完成企业的管理变革,从企业内部出发,实现集成化、价值化、智

能化和网络化的管理,用信息技术实现企业管理的集成,用电子商务跨越企业的边界,实现真正意义上的畅通于客户、企业内部与供应商的供应链,对于内部网已经具有一定规模的企业,重心应该转向把管理、生产、市场、服务、研究慨发等工作向内部网的转移,提高产品或服务的质量,降低成本,提高创新能力,从而全面提高企业竞争力.

4 结束语

制造业企业发展电子商务,主要是为了利用电子商务的技术手段,实现生产要素和市场资源的高效配置,提高企业的竞争能力,只有克服体制、管理方式和运营结构上的弊端,就完全有可能实现优势转换.电子商务一旦真正融入传统企业之中,便可成为促进企业优化整合的巨大动力,对行业的结构性调整也将具有极为重要的战略意义,也只有这样,才能保证电子商务真正得到稳定、健康的发展.

参考文献:

[1] 马 洪. 中国市场发展报告[M]. 北京:中国发展出版社, 2003.
[2] 高 媛. 电子商务[M]. 北京:企业管理出版社,1999.
[3] 宋 玲. 电子商务实践[M]. 北京:中国金融出版社, 2000.
[4] 顾永才. 企业电子商务实战[M]. 北京:中华工商联合出版社,2000.

E-commerce Development Case Study and Countermeasure of
Manufacturing Industry of Our Country

HUANG Wen-chang¹, CHENG Hao²

(School of Economics and Management, East China Jiaotong University, Nanchang 330013, China)

Abstract: Under the internet economy environment, the manufacturing faces the competition of the global market, resource, technology and the personnel. The article describes the material basic, operation basic, industry assemble basic and information technology basic. It not only analyzes the problems and blocks in next step to developing the e-business, but also gives the relevant policy and treasures.

Key words: manufacturing; e-business; development basic; block; policy