# 新经济时代传统企业的改造

来源：网络 作者：岁月静好 更新时间：2025-06-10

*【 论文 关键词】新 经济 时代 e化改造 网络 营销 【论文摘要】新经济时代已经到来，传统 企业 面临着巨大的冲击和挑战。传统企业如何在互联网的空间中找到自己的生存和 发展 空间?传统的商务运作模式在 电子 商务大潮中应当有什么样的转变?...*

【 论文 关键词】新 经济 时代 e化改造 网络 营销

【论文摘要】新经济时代已经到来，传统 企业 面临着巨大的冲击和挑战。传统企业如何在互联网的空间中找到自己的生存和 发展 空间?传统的商务运作模式在 电子 商务大潮中应当有什么样的转变?旧有的营销模式如何适应e化时代的发展?这些都将是本文所要探讨和研究的问题。

进人21世纪，随着一系列网络技术的重大突破，互联网呈几何级数增长。从1995年互联网走向大众，互联网空间作为一种新的现实摧毁了人们旧有的观念，经过五年的迅猛发展，互联网改变了注意力的流向，促成资本、人才等资源的全面转移，使得进攻与防守、摧毁与反摧毁的商业模式之战全面爆发，新经济时代已经到来。

新经济是相对于旧经济而言的，所谓.‘新经济时代”，简单的理解就是电子化、网络化、数字化的时代。新经济时代的到来，传统企业的命运会如何?据《 中国 传统产业互联网敏感度指标体系研究报告》显示，互联网将全面改造传统企业，表现为跨地域、跨行业、跨企业结构的一种整体推进方式。

一、传统企业与网络公司的整合

2000年6月上旬在北京举行的国际汽车 工业 展览会，全球有来自美国、日本等20多个国家和地区的世界著名汽车集团和近千家厂商云集，展出各种整车430余辆，展出面积近8万平方米，创下内地规模最大专业展览会的纪录。这也使人们从网络经济的狂热中逐渐冷静下来，再次感受到了“传统产业”的魅力。

美国《财富》杂志最近刊登了斯坦利·宾的一篇文章，他号召人们尽快从虚幻的网络狂想中回归真实世界。他相信，如果网络将成为未来社会的“神经”，传统产业依旧是整个经济的“筋骨”。相对于玄妙而难以把握的新技术来说，那些能满足人的基本需要，并能够触摸和感觉到的产品或服务，实是投资保值和增值的最佳选择。衣、食、住、行等等都可以。这也解释了为什么华尔街的投资家们，曾在“传统企业”和“新经济企业““间不停地摇摆。

在电子商务时代的核心是商务，即通过电子商务平台放大商务运作的效益，最常见的形式为B2B,B2C，这种模式使传统企业的渠道变得扁平化，同时使传统营销受到了网上营销的强力冲击，但我们也应该清楚的意识到:在这场电子商务的革命中，传统企业站在更主动的位置上。中国的分销商价值一直很高，因为没有电子商务工具的时候有很多问题，如进出口、仓储、配送、信用，这些问题都需要由专业的人来解决。以前传统分销商就扮演这个角色。原理上解决这些问题之后供应商可以用电子商务方式与经销商直接联系。可是突破分销商原来解决的那些瓶颈问题需要时间和过程，而这个过程一长，传统企业完成了自己业务流程的改造，如电子化渠道(E一chan}.el )等，对纯‘~公司就不再有利了。因为传统分销商用电子商务工具做分销是非常 自然 的过程，从一开始就会提高效率、降低成本、从电子商务中获得利益。这个过渡很自然。当在电子商务这个工具上传统企业和纯‘~公司都站在一个起跑线上，传统企业拥有的品牌知名度和原来的营销资源就会成为巨大的竞争优势显露出来，就不用急了。

华普信息技术有限公司是国内一家以硬件产品销售为主的传统渠道，按说属于利润越来越来低的那一块，按说电子商务大潮出来就要取代传统渠道，可是当新兴的.~公司还在为物流、电子支付等等电子商务的瓶颈问题大伤脑筋，宣称电子商务赚钱至少要2年以后的时候，华普不仅没有被取代，还通过自己的网站，比.~公司更快的用电子商务实实在在的赚到了钱。20D0年前5个月华普完成了去年1年的销售量，而且订单增加，成本却并没有增加C这肯定不是市场自然增长的结果，但这肯定是.~梦寐以求的结果。

在新经济时代，电子商务的核心价值不是互联网，而是将公司的核心业务与互联网技术结合，重新购建有竞争力的经营模式。核心价值还是业务，通过改造传统的核心业务，才能源源不断的创造新的价值。

传统企业和网络公司竞争，不是为了谁取代谁，而是怎么把核心业务做得更好，随着网络向纵深发展，网站作为一种新的经营模式，在很大程度上依赖于同传统行业进行深层的交叉融合。自时代华纳将它的传统资源转移到美国在线开始，国内这方面的尝试也日渐风行，如嘉德收购网猎，易趣收购5291,e龙收购Io-hoo等，实现了社会资源向网络转移的可能，如厂房、产品、销售和配送体系、客户基础等等。现在出现的各种购并案例，不管是传统企业收购网站，还是网站收购传统企业，都是希望借助传统的盈利模式，结合互联网的技术，以及资金和品牌优势，建立更大的盈利平台。不过，如今这个模式还仅仅停留在概念上面。

互联网行业的规范在建立，传统资源在向有效的方面整合，当我们的传统企业真正的与网络公司实现水乳交融的时候，或许真正的新经济时代就来临了。

二、传统企业商务流程的e化改造

重组传统企业商务流程，包括客户开发、产品推广、销售、营销等环节。从商务运作转向电子商务，成为传统企业e化改造的突出表现。例如电子沟通、网络营销、网络贸易、网络服务等。电子商务可能是当前网络影响传统企业和产业最为敏感的部分。

业界有一个流行的比喻，把纯网络公司比喻成光脚的，而把传统企业比喻成穿鞋的。据说光脚的不怕穿鞋的，造成传统企业一些人的恐慌，因为据说原来这些传统企业穿的都是皮鞋，不是在网络时代跑步的鞋，要脱下皮鞋再跑，肯定慢。 联想刚刚换上了一双新鞋，那就是ERP系统。这套系统联想投资8000万人民币:’? 00(1年1月8日已经在集团投人使用;\"’000年10月8日，联想的地方平台也都将投人使用。

进人e化改造，联想集团的计划是分匹步走。第一步:先做好网上信息、订单管理系统，向e一channel转移。比如现在联想集团有3000家经销商，就先把对这3000家经销商的管理都搬到网上去。第二步:在e一channel基础上营建经销商社区，吸引原来不是联想经销商的新伙伴加人进来。这个社区可能把联想科技的经销商队伍扩展到一万家。第三步:资源重组，把原来销售的功能模块化二包括与银行合作提供网上支付、配送、进出口等等这些功能分离外挂出来。第四步:把厂商容纳进来，平台提供厂商一代理商需要的所有服务，包括支付、配送、进出口、售后服务，如果联想建立的这个平台拥有的数据大于任何一个厂商，那厂商就会加人进来，而不是自己再建立另外的一个二这个平台，将成为所有参与者的新跑鞋。

换上这双新跑鞋，联想集团很顺利的过渡到e化时代的新计划之中。

在传统 企业 商务流程的e化改造过程中的一个重大价值就是令很多事情变得透明、公开，沟通方式更有效，监督方式也更即时，所以改善了原厂商和经销商的关系，以及企业内部的关系。同时，传统企业对客户关系也有了重新的定位:必须生产最便宜、最有创新的产品，通过最快捷的渠道交给适当的客户。在新的商务流程中，主导权发生了改变，但是向客户提供的价值则没有改变，只是提供的方式不同而己。

三、传统企业营销模式的变革

在新 经济 时代，传统企业的营销模式将受到网上营销的强力冲击。据统计，目前94%的网上销售业务是从传统销售领域抢过来的C有人预测,’000年 电子 商务市场规模将达到3000亿美元，也有人预言?00\"?年70%以上的大公司将通过电子商务营销。“要不电子商务，要不无商可务”，已经成为越来越多人的共识。

在我国的传统企业中，比较有代表性的要数家电行业了。家电行业经过’0年的努力，涌现了一批海尔、长虹、美的等产品质量较佳、初具规模、国内市场品牌认知度较高的传统家电企业。但他们目前正处于 发展 的瓶颈阶段;产品利润率大幅下降、国内市场疲软、国际市场开拓乏力。如何借鉴Dell公司的直接营销模式，无疑是最佳选择。因为按照现有的家电营销模式，随着边际成本增加，边际利润效益递减。而 网络 规则不同。电子商务将整个公司业务过程重新进行整合:生产者直接面对消费者，生产的目的是满足每个消费者不同的个性化需求，同时通过网络接收来自世界各地的订单和反馈信息。这样一方面可以卸掉各种费用高昂的中间环节，另一方面节省了大量企业与企业之间的“交换成本”，使社会资源获得极大程度的节约。生产和流通环节的简化，降低了边际成本，从而增加了企业的边际利润。“反中介化，，将会成为未来营销的大趋势。

按以前的传统营销模式，企业对于制造的产品，只能依靠猜测和想象，因此，必须要有大量的库存，这样就会增加成本;如不能及时销出去，很快就会跌价，导致财富“缩水”。如果按电子商务营销模式，可以在需要的时候，按需要的量生产所需的产品，即Just InTime(.}IT)，其核心是追求一种无库存的生产系统，或使库存达到最小的生产系统。

比尔·盖茨在暇未来时速》一书中说:过去企业成功的因素是品质、是企业再造;而展望未来，企业胜出的关键是速度。由摩托罗拉担纲的铱星公司的彻底破产也表明:新经济的经营法则就是“不快则死”。因此，只有顺应时势，快速变革传统企业的营销模式，采用电子商务这一高效快捷的手段，适应新的市场竞争环境，使传统企业获得速度上的优势，才有可能保证传统企业在新经济时代顺利生存。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn