

物联网信息化与网络营销中电商物流的研究

蒋 昕

陕西服装工程学院经济管理学院, 中国·陕西 咸阳 712046

【摘要】随着时代的快速发展,我国的高科技技术也是相应得到了迅速的进步和发展。如今人们的生活和以前有了很大的不同,并且现在的生活是以人们难以想象的生活画面,人们只需要在自己的手机点一下,就可以把天南海北的商品快递到家。我国国内的网络营销的电商物流如今呈现几何级增加,不过面对年复一年的快递“爆仓”现象,虽然快递依然“快”但是对于时代的发展来说,依然变成了“慢递”,遭到众多网民的投诉。在本篇,笔者主要分析和探究在现在这个新形势下,我国网营电商的快速发展和随之发展而来的物流短腿问题的现象,希望能够通过对其的分析和研究,为该行业做出一定的贡献,以尽绵薄之力。

【关键词】物联网; 网络营销; 电商物流; 分析研究

引言

电子商务的发展得益于时代的信息化发展以及科技技术的巨大发展。同时其作为一项新兴的交易模式,能够把生产企业和供应商以及零售商和政府、消费者等都可以在应用的时候,一起带入到现在这个网络经济高速发展的时代,充分实现现在销售系统的电子信息化以及自动化发展。在它的整个运行中,其系统具体包含有资金流、信息流以及商流和物流,此外对于网络营销来说,物流占据着重要的核心位置,并且也是电子商务得以快速发展的重要要素。同时也是把商品和服务切实传递到顾客手中,并且直接展现其服务的质量与水平,同时其他的资金流以及信息流和商流等等都是依托于网络营销这一平台来有效完成的。只是针对整体来说,物流是商流的后期服务阶段,并且也是有效搭建信息流和商流的重要交通要道,能够充分表现高质量的服务和促进网络营销的电子商务物流的可持续发展。

1 物联网的相关背景概述

物联网的发展一直被人们认为是信息领域发展的重大变革以及重要发展机遇,同时很多发达国家更是不断完善和出台关于物联网高效发展的相关计划,对于该项技术以及该行业的前景发展做出了前瞻性的布局操作,同时我国也是把物联网的发展持续看作为重点发展对象,并且对于这一战略性产业不断给予重视和重点推进发展。

2 网络营销的相关概述

早在上个世纪的九十年代,就已经出现了网络营销,并且一直发展到今天。此外关于网络营销的相关背景,主要含有三个方面,也就是网络信息技术的发展以及消费者价值观的改变和激烈的商业竞争。网络营销是通过互联网作为主要媒体,应用新的手段和方法以及理念来完成一系列的具备魅力的网络营销策划和制度、实施,最大程度推进个人与组织的交易行为可以顺利展开和完成的一种新型营销方式,此外这也是企业整体实施的营销战略的重要构成环节,基于实现和大成企业内部的经营目的,使用互联网作为基本的方式在网上为其营造经营环境的一系列措施行为。

3 物联网信息化和网络营销中对于电商物流的有关研究

在2010年的年底,我国的淘宝就因为举办促销狂潮,使得全国的快递发生“爆仓”现象,并且很多地方的快递发货延迟了两天到三天左右的时间,同时也有店家发布“近期停止发货”的公告等。除了延迟发货时间,还有的便是快递费的价格有了一定的上涨,面对各个地方的“爆仓”情况,快递的服务质量也成为了网友投入的重点内容,在淘宝网上约有三分之一的店铺因为物流出现了诸多的问题。无论是使用第三方物流的商家抑或是建立了1号店、京东商城等自己具备的物流也被迫延迟发货,对于一些大型并且开通了“半日达”的网商也是难以兑现其服务的

承诺,取消了限时达的服务。现在虽然采取了一定的措施进行改善,但是交易额每年也是呈现快速上涨的态势,而且销售额更是成倍增长,每一年的快件量都是远超预期的数量,使得配送环节考验重重。

针对于如何在现在这个物联网大发展的背景下,如何促使我国的物流信息化高速发展,有效解决网络营销下的电商物流所出现的问题,是我们发展的重要讨论话题。分析我国现在阶段的物流信息化发展大致能够将其总结为以下:

中小型物流企业的发展在信息化建设中依然处于一个初始阶段,对于信息技术的应用普及程度并不高。同时我国的信息化建设虽然在这些年的发展取得了较好的进步,不过其发展前景依然很大,需要不断促使上下游的企业之间保证信息的畅通,确保流通成本不会居高不下。除此之外,我们还能够发现对于一部分的中小型物流企业来说,他们的信息化建设更多是聚焦于应用软件的建设初始阶段,难以有效管理其中的供应链。同时还有很多物流企业遵循单一的发展道路,物流服务功能较少,并且信息化的水平和能力依然亟需提升。我国的物流企业的组成也是比较复杂的,每一个区域和每一个区域之间的物流公共平台信息建设较为落后。因此面对这种情况,想要有效解决我国网营电商产生的物流短腿问题,可以主要从以下着手:

①不断完善和改进现有的系统,促使其能够高效满足现在的物联网供应链管理的要求,并且在物流的阶段中,当物品处于运动状态时,需要在物联网的背景下,为其搭配合理的系统资源,支持其对于物品信息的协调管理以及共享、有效采集等行为;

②推进国内的物联网阶段的运输业和仓储业的合作,加强双方的沟通和交流,并且有效推动共享资源。

4 结束语

总而言之,伴随着网络技术的高速发展,我国信息技术也是不断进步,这十分有助于我国的网络营销活动,推进电子商务物流物联网的广泛发展,并且能够在应用的时候,可以帮助企业及时迅速掌握有关的物流数据和相关信息,不断优化和改善其服务的质量,大幅提高物流工作的管理效率,尽可能降低物流的管理成本,并且推动着我国物流企业的可持续发展,让其向着专业化、信息化以及高速化的方向迈进,同时这也是我国未来电子商务物流的重要发展趋势。

参考文献:

[1]彭俊彦,杨坤.基于UDI编码的物联网技术在供应链管理中的实例研究[J].外科研究与新技术2020,9(4),275-279.

[2]李楠.基于“互联网+”的生鲜电商品牌网络营销策略分析[J].品牌研究,2020,000(001):P.27-28.

作者简介:

蒋昕(1998.2-),男,汉,陕西神木人,本科,从事物流规划与设计、物流管理、物流业运作研究。