文献综述

随着互联网的普及与应用，传统的线下商品交易已经不能完全适应市场发展的要求，电子商务[1]要想实现新经济形式下的可持续发展前景，就必须适应新形势下的市场经济发展要求，更新商品交易模式理念，加强商品交易渠道研究，探索新的商品交易战略，制定适应当前发展的分销策略。在信息时代这种传统的分销方式必然被网络为基础的分销管理所取代。通过程序搭建的网络分销平台，促进供应商与分销商的合作，帮助供应商管理商品信息，分销商合作、订单处理，帮助分销商获取商品资源的平台。本课题对网络分销的长远发展有很重要的实际意义。

1. 研究现状

在传统分销渠道[2]的结构中，代理商、批发商、零售商、经纪人等中间商居于重要的地位，是渠道的主要组成部分。随着网络的发展，出现了一些隶属于制造商、分销商自己的网络平台，如制造商网上商店、经销商网上零售店、新兴网上零售商和新兴网络中间商，并通过互联网络形成了一个服务于消费者的网状分销渠道。在进入市场经济的初期[5]，旧的分销渠道运作规范失去了作用，而新的尚未建立，导致制度真空后出现混乱的情况。经过不断的探索，国内市场初步建立起了一套运作规范，从整体上说，对当前的我国经济发展有推动作用。

网络分销的概念实现方式一般有两种，一种是通过自己的批发商城展示产品，待批发、代销会员浏览并下单，以批发价格购买其产品，然后销售或者直接取用其产品图片，顾客在批发代销商处下单后，批发代销商再去供应商下单，最后供应商发货。另外一种是通过网络分销系统，分销系统软件去实现。这种方式也需要用具备批发功能的商场展示产品，然后通过分销系统软件，把用户的商城与批发代销商的网店直接连接起来，可以直接控制批发或代销商网店商品的上下架，顾客在批发或代销商处下单直接反馈到用户网络分销系统，用户直接出单，省去了批发代销商二次下单的麻烦。相比较而言，第一种方式比较繁琐，并且不方便统计，费时费力。而第二种方式，把供应商和分销商的网店打通，信息流直接同步，销售信息直接统计，分销商管理也便得轻而易举，相对简单和易操作，节省人力物力和时间。

(2) 研究成果

网络分销[7]是企业营销实践与现代信息通讯技术、计算机网络技术相结合的产物，是指企业以电子信息技术为基础，以计算机网络为媒介和手段而进行各种分销活动的总称。网络分销根据其实现的方式有广义和狭义之分。在信息化时代传统的分销模式必然会被以网络为基础的分销平台所取代。通过Java程序搭建的网络分销平台，能够帮助供应商构建以及管理其网络销售渠道，并帮助分销商获取商品资源。

在传统渠道中，分销是厂商或品牌商拓展渠道的重要手段，但当这种传统的分销理念与电子商务结合，就会焕发出颠覆性的变革力量。传统渠道[3]分销成本高，地域性强，需要投入巨大的人力、物力、财力，但在电子商务领域，这一切都变了，网络分销以更低的成本、更高的效率、不受地域限制的优势，成为意欲拓展网络销售的企业力推的全新渠道模式。

天猫分销平台有效的方便了供应商，分销商的商品交易，实现了登录、基本资料设置、批量导入新产品、单件发布新产品、铺货、邀请分销商合作以及采购单发货的功能。它是基于Java语言、SSH框架[6]等技术，结合SQL Server 2008数据库设计开发。天猫分销平台充分利用网络的优势以及分销理论，在网上建立商品的分销渠道，运用网络把商品分销到其他地方。消费者在购买商品之后需要的是商家发货速率以及商品品质的保障，商家需要在自身利益得到保障的前提下以最短的时间最便捷的方式将商品传递给消费者。因此，越来越多的商家选择用网络分销的方式来快速的展示产品，吸纳更多的分销商，加盟者和经销商。

(3) 发展趋势

国内电商市场不断扩大，互联网正在引发一场消费时代的变革，B2B的网上分销将成电商发展新趋势。对于网络分销商来说，只需要从分销平台上下载供应商提供的产品信息，就能实现自己店铺的快速铺货。当供应商编辑产品时，分销商店铺中对应的商品信息会同时更新，比如库存数量、零售价格等等。这就相当于供应商与分销商共享了同一个产品库，避免了订货、销售、库存等数据和信息反馈不及时，以及商品缺货情况。传统的分销模式[4]，企业在自己的分销渠道铺货的周期一般都需要最少15天，而在网上进行分销，铺货周期可以大大缩短。同时网上分销的信息是透明和共享的，渠道管理更容易监控，管理成本也更低；对于网络分销商而言还省去了店面费、库存费等成本。事实上，对于品牌商而言，在网上发展分销商[7]，除了可以搭建更宽泛的销售渠道，更重要的是通过这个平台可以关注到整个分销的销售全过程，及时掌握网民的消费数据和消费行为，为企业的后继设计、生产和渠道提供准确的参考数据。

尽管互联网发展的历程并不久远，但网络分销的效果优势却不容小觑，这不仅仅因为网络分销依托互联网为载体，拥有不少传统分销无法匹敌的优势，更重要的是，这几年电子商务的发展催生了一些比较好的分销平台。

基于以上因素，网络分销已在很多行业开展起来，无论是钢铁、纺织、建材，还是食品、汽车、服装都在通过网络分销去拓展各自的市场。总体上说，在金融危机的辐射之下，网络分销确实是企业逆境中求发展的绝佳选择，这不仅仅是因为网络分销在多方面具有无可比拟的优势，更是互联网时代企业的必由之路，它必然会成为企业下一轮角逐的竞争热点。

[1] 吴晓松. 新经济时代中国电子商务的现状及发展前景[J]. 思想战线, 2001, 27(4):33-35.

[2] 杨赋立. 网络分销渠道的构成与结构分析[J]. 商业时代, 2004(11):55-56.

[3] 王攀科. 基于网络分销平台的中小型出版社多渠道协同分销模式研究[D]. 兰州大学, 2011.

[4] 沈祖德. 网络时代的分销[J]. 中国商贸, 2001(13):64-65.

[5] 陈慧军. 分销渠道现状及其发展趋势浅析[D]. 上海交通大学, 2003.

[6] 温立辉. SSH框架在软件工程J2EE三层架构体系中的应用[J].科技资讯,2009, 208(31):79-81.

[7] 李凤媛. 分销渠道现状与发展趋势研究[D]. 广东工业大学, 2000.