



企业商务电子化应用丛书

QIYE SHANGWU DIANZIHUA YINGYONG CONGSHU

企业商务电子化 应用协同集成

► 詹玉宣 徐梅娟 晏雪飞 编著



科学出版社

www.sciencep.com

企业商务电子化应用丛书

企业商务电子化应用

协同集成

詹玉宣 徐梅娟 晏雪飞 编著

科学出版社

北 京

内 容 简 介

协同集成是当前企业信息化发展的特点。本书从企业信息化发展趋势、实施步骤,以及对当前流行的应用系统、最新应用系统等诸多方面的研究得出的结论是:企业信息化需要协同系统的支持,应用协同系统是今后企业信息化发展的必然。本书通过 EAC 系统介绍协同集成平台的背景、优点、具体内容和功能以及具体建设协同集成平台的方法。本书内容丰富、结构完整、系统性强、操作步骤详尽,具有很强的实用性。

本书可供企业领导、企业信息化主管、企业中层管理人员、企业信息中心技术人员作为培训教材和参考书,也可作为大专院校相关专业高年级学生、研究生的参考教材。

图书在版编目(CIP)数据

企业商务电子化应用协同集成/詹玉宣等编著. —北京:科学出版社, 2004

(企业商务电子化应用丛书)

ISBN 7-03-013613-6

I.企... II.詹... III.信息技术-应用-企业管理 IV.F270.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 053777 号

策划编辑:鞠丽娜 / 责任编辑:丁 波

责任印制:吕春珉 / 封面设计:三函设计

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

新蕾印刷厂 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2004年7月第 一 版 开本: B5 (720×1000)

2004年7月第一次印刷 印张: 16 1/2

印数: 1—4 000 字数: 300 000

定价: 24.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈路通〉)

《企业商务电子化应用丛书》编委会

主 任 钱志新

副主任 (按姓氏笔画排序)

宁宣熙 叶继元 向安全 仲伟俊 陈允丰

徐洁磐 黄玉银 谢正义 潘宪生 魏 然

编 委 (按姓氏笔画排序)

王 力 王曰芬 王传松 王树进 王晓平

尤宏兵 方宁生 邓 凯 申俊龙 刘小群

许 超 齐美智 张启祥 张明宝 张建军

张建华 时巨涛 李长华 李晏墅 汪 群

沈固朝 苏新宁 陈次白 陈 昀 单大明

俞立平 姚正林 祝新汉 晏维龙 都国雄

钱旭潮 高功步 盛宇华 傅德胜 谢延森

韩 翔 楼佩煌 詹玉宣 翟玉庆 薛继龙

戴 勇 鞠丽娜

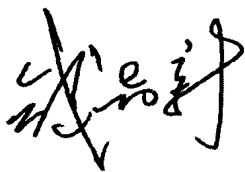
序

2000 年以来,企业信息化进入第一次热潮,这次热潮是以企业上网工程为主要特征,成千上万个企业建立了自己的网站或网页,上网成为了企业的时尚,这是一个历史性的进步。2003 年企业信息化已进入第二次热潮,这次热潮是以企业信息化应用为主要特征,大量企业把信息技术应用到企业商务活动中去,实现商务电子化,这是企业信息化发展的必然趋势。

商务电子与电子商务是既有联系又相区别的两个层面,电子商务是技术层面,主要是企业营销的信息技术,如 B-B, B-C 等,商务电子是应用层面,主要是企业商务活动的电子化;电子商务的主体是 IT 企业,商务电子的主体是应用企业;电子商务是实现手段,商务电子是应用目的。为此要把电子商务和商务电子很好地结合起来,通过电子商务实现企业商务的电子化。

企业信息化的目的是使企业价值链增值,商务电子的本质就是将企业商务活动分解成若干价值链,然后将每项商务活动实现电子化,通过商务电子化提高其价值,促使价值增值,只有这样企业信息才有真正的作用。企业商务电子化的关键在于需求,必须认真研究企业的实际需求,根据需求逐一推进商务活动的电子化,从局部商务电子化到全部商务电子化,最后完成企业价值链的全程电子化,从而实现企业价值的增值,这是企业信息化的生命力所在。

商务电子化是一个新的探索,是企业信息化应用的深化。编写《企业商务电子化应用丛书》是有益的尝试,希望通过商务电子化的推行,把企业信息化提高到一个新的阶段。



2004 年 3 月

《企业商务电子化应用丛书》出版说明

经过 20 多年的发展，特别是互联网的迅速普及，我国企业信息化已进入广泛应用的阶段，企业所有商务活动都要实现数字化、电子化，这已成为普遍的要求和发展趋势。商务活动的电子化不完全是技术问题，更多的是应用层面、管理层面的问题，它的一个重要条件是企业内部各类业务管理人员要熟悉信息化，要把电子化手段、方式应用到业务管理中去。因此，提高企业管理人员的商务电子化应用水平，已成为推动企业信息化发展中的一项重要任务。

为了推动企业信息化的应用与发展，提高企业商务电子化应用水平，在江苏省发展和改革委员会钱志新主任的倡导下，我们组织了高校、科研、企业及有关部门数十位教授、专家编写了一套面向企业中高层管理者的“企业商务电子化应用丛书”（以下简称“丛书”）。“丛书”共二十本，其中有四本书从不同角度综合论述企业商务电子化的总思路、总框架；其余的书则按企业商务流程、管理环节、职能分工分为不同的专题，一个专题一本书。“丛书”涵盖了企业商务电子化各环节、全过程的业务内容。“丛书”突出应用性，实务性，力求切合企业的实际需要，按“协同集成”的思路，为企业商务电子化具体运作提出可操作性的解决方案。“丛书”是国内目前企业信息化应用方面较为全面系统的一套普及性的读物。

“丛书”的主要特点如下：

1. “丛书”总体思路明确，体系完整。即企业所有商务活动都要实现电子化，企业商务电子化要在一个统一的平台上实现，体现流程化、互动化、协同化，按统一规划，分步实施的方式构建企业商务电子化全面的应用体系和解决方案，将多种管理系统功能按协同应用的原则集成在 Web 环境的平台上，构建一个以电子商务为导向、以客户为中心，覆盖企业生产与经营的全部过程和各个层面的应用系统，实现内外部信息资源共享，互连互通互动，以实现智能化决策支持的协同管理。这是一个总纲，一条红线，整套丛书以此构成内在联系，并形成完整的体系。

2. 理论与实践相结合，以实际应用为主。“丛书”从理论角度要解决的就是基本思路和共识性的内容和认识，更主要的是要解决实际应用，企业如何做，如何操作，强调应用性、实务性。“丛书”中所提出的按“协同集成”的方式构建“企业应用协同系统（EAC）”，全面实现商务电子化，则反映了企业信息化发展

的最新要求和趋势。同时,“丛书”中介绍大量的应用案例,案例融入每本书的体系之中,成为书的不可缺少的重要组成部分。

3. 面向培训,同实训软件相配套。“丛书”是配合企业中高层管理者进行商务电子化培训而出版的,旨在提高企业管理人员的商务电子化应用能力和水平;同时可作为高等院校的经济管理、信息管理、计算机等相关专业的选修教材。在培训中,要同实训软件相配套。实训软件是把“企业应用协同系统(EAC)”中商务电子化整个流程的通用性、共性化的功能模块,按“丛书”的整体思路和“协同化”的要求集成为可分可合的,可在局域网环境中进行实训的系统,“丛书”同“实训软件”形成互动。

组织编写“丛书”十分必要,也很适时,这是一件很有意义的大事,它将有力度地推动企业商务电子化的应用。江苏省率先将“丛书”作为专用培训教材,在全省开展“企业商务电子化应用培训工程”,江苏省发展和改革委员会、江苏省人事厅决定,接受培训的人员可获得省人事厅颁发的“企业商务电子化应用培训合格证书”。

在“丛书”编写过程中,得到了诸多方面的大力支持。在此,编委会向所有对“丛书”给予支持的单位和人士表示衷心地感谢。

在“丛书”编委会的领导下,南京商友资讯电子商务应用研究所承担了“丛书”编写的日常组织和管理工作。编写这种大型的应用丛书,对我们来说是第一次,没有经验,肯定存在诸多不足之处,请广大读者批评指正。

《企业商务电子化应用丛书》编委会

2004年5月

前 言

随着互联网和 IT 技术的飞速发展,企业的信息化发展速度在不断加快,应用范围在不断扩大,市场竞争的形式也由单个企业之间的竞争变成企业集团、联盟间的竞争。形势要求为企业服务的信息化系统也要发生根本的变化,这就促使企业信息管理系统由单个系统开发向集成、协同开发方向发展。集成如同修补,把企业在不同时期开发的多个系统利用集成工具、平台进行联通;协同则是在当前互联网的基础上,为广义的企业供应链建立统一平台,统一数据的应用。协同是把企业内部管理(生产、供应、销售、办公、服务)及与其有关的上、下游伙伴(供应商、销售商、分销商、国际贸易客户)纳入一个平台,进行统一管理,建立一个集供、销、产、管、服务于一体的集成、协同、开放、智能并能迅速对市场变化进行反应的企业供应链系统。据 IDC、Gartner 等权威分析机构的统计,2001 年美国协同软件市场份额已经达到 3%~5%。与企业资源计划、客户关系管理等管理软件的缓慢增长相反,协同软件的年增长率高达 15%。一些国际巨头如 IBM、微软、Oracle 等目前都正在进入这一新兴的软件领域。据 IDC 预测,基于中国经济的持续稳健增长,2002~2007 年,中国软件市场仍然有望保持平均 25.8%的增长速度;到 2007 年,中国软件市场有望达到 516.25 亿元的市场容量。中国协同软件市场目前仍是一座尚未开发的金矿,将有望成为中国软件产业发展的一个新机会、新起点。

为了使企业管理者和有关专业学生能学习、了解、掌握当前企业应用协同系统,并能熟练地进行操作、管理,我们应编委会的要求编写了这本书。本书前半部分(第 1~3 章)着重介绍企业商务协同集成系统的产生和发展状况,对现行应用系统进行回顾,并对当前新一代系统做出扫描。后半部分(第 4~10 章)介绍南京商友资讯电子商务应用研究所研发的企业应用协同系统(EAC)的设计及其供、销、产、管、服务各子系统,读者可以利用这个系统进行实际操作。

本书由詹玉宣全面策划,并编写第 1~5 章,第 6~10 章由徐梅娟编写,晏雪飞负责全书文字工作和绘制部分图表。在编写过程中,徐洁磐教授、王传松总经理对全书进行了详细审阅并提出了宝贵意见,冉玲玲、吴娟女士参与了文字、图表录入工作,在此表示感谢。

编 者

2004 年 2 月

目 录

第 1 章 绪论	1
1.1 企业信息化发展的历程	1
1.2 企业信息化建设的步骤	2
1.3 企业信息化建设的发展趋势	5
1.3.1 CIMS、ERP 的应用	6
1.3.2 集成、协同应用系统	7
1.4 敏捷虚拟企业	10
1.4.1 敏捷虚拟企业概念的由来	10
1.4.2 敏捷虚拟企业的内涵	11
1.4.3 敏捷虚拟企业的特点	12
1.4.4 敏捷虚拟企业与相关概念的比较	13
1.5 企业协同商务	17
1.5.1 企业中内外供需的关联	17
1.5.2 企业协同商务	18
1.5.3 外协同管理	20
第 2 章 企业信息系统的述评	22
2.1 电子商务	22
2.1.1 电子商务的特点与优势	22
2.1.2 电子商务的功能	28
2.1.3 网上零售系统	29
2.1.4 B2B 模式	32
2.1.5 企业电子商务与企业信息化	35
2.2 企业资源计划	37
2.2.1 ERP 概述	38
2.2.2 ERP 软件基本功能	45
2.2.3 ERP 实施中的流程管理	49
2.3 CRM	51
2.3.1 CRM 概述	51
2.3.2 CRM 与管理思想	54
2.3.3 CRM 的功能	58

2.3.4	企业的 CRM 应用	60
2.3.5	如何实施 CRM	64
2.3.6	CRM 存在的问题	68
2.4	生产作业管理信息化	69
2.4.1	计算机辅助技术	70
2.4.2	产品数据管理	74
2.4.3	CAD、PDM、ERP 和 CRM 系统集成	78
2.4.4	实施 PDM 要关注的问题	80
2.5	SCM	83
2.5.1	SCM 概述	83
2.5.2	新经济中的 SCM	86
2.5.3	SCM 的基本内容	87
2.5.4	互联网为 SCM 带来的机遇	89
2.5.5	互联网在 SCM 中的应用	90
2.5.6	SCM 模式的 CEO	92
第 3 章	协同、集成技术	95
3.1	业务智能	95
3.1.1	概述	95
3.1.2	BIS	97
3.1.3	OLAP 技术	99
3.1.4	数据挖掘技术	106
3.2	移动电子商务	115
3.2.1	移动电子商务概述	115
3.2.2	移动电子商务实现方式	116
3.2.3	移动电子商务存在的主要问题	118
3.2.4	无线上网技术	119
3.3	协同集成系统	120
3.3.1	EAI	120
3.3.2	EAS	133
3.3.3	Oracle 电子商务套件	137
3.3.4	EAC 系统	139
第 4 章	EAC 系统	141
4.1	EAC 系统产生的背景	141
4.1.1	敏捷虚拟企业的出现	141

4.1.2	企业竞争的需要	141
4.1.3	ERP 等软件的局限性	142
4.1.4	企业管理的需要	143
4.2	EAC 系统的主要特点	144
4.2.1	物流、资金流、信息流三流合一	145
4.2.2	面向电子商务时代	149
4.2.3	面向先进的供应链管理	150
4.2.4	面向灵活的动态工作流	151
4.2.5	面向企业内部资源计划	152
4.2.6	面向智能化的商业决策	153
4.2.7	面向企业个性化的管理需求	154
4.2.8	企业建设 EAC 系统是一种投资行为	155
4.3	EAC 系统的应用前景	155
第 5 章	EAC 的解决方案	158
5.1	EAC 系统的总体框架	158
5.2	EAC 系统的功能划分及逻辑功能	162
5.2.1	EAC 系统的功能划分	162
5.2.2	EAC 系统的逻辑功能	163
5.3	EAC 系统的主要流程	164
5.4	EAC 系统的数据库设计	166
5.4.1	命名规范	166
5.4.2	数据库逻辑模型设计	167
5.4.3	数据库的安全设计	175
5.4.4	数据库的物理设计	176
5.5	EAC 系统的运行环境	176
5.5.1	EAC 系统的硬件运行环境	176
5.5.2	EAC 系统的软件运行环境	176
5.5.3	EAC 系统的网络运行环境	176
5.5.4	关键技术与解决方案	179
5.6	EAC 系统的安全设计	179
5.6.1	EAC 系统的安全目标	179
5.6.2	EAC 系统安全性的技术解决	180
第 6 章	销售系统	182
6.1	电子商务子系统	182

6.1.1	功能说明.....	182
6.1.2	具体功能描述.....	183
6.2	国际贸易子系统.....	186
6.2.1	概述.....	186
6.2.2	国际贸易子系统的特点.....	187
6.2.3	国际贸易子系统的模块组成.....	187
6.2.4	各模块功能说明.....	189
6.3	销售管理子系统.....	192
6.3.1	概述.....	192
6.3.2	销售管理子系统的特点.....	193
6.3.3	销售管理子系统的模块组成.....	193
6.3.4	各模块功能说明.....	196
第 7 章	生产系统.....	201
7.1	生产管理子系统.....	201
7.1.1	概述.....	201
7.1.2	生产管理子系统的特点.....	201
7.1.3	生产管理子系统的组成.....	201
7.1.4	计划管理模块.....	202
7.1.5	车间管理模块.....	204
7.1.6	质量管理模块.....	209
7.2	PDM 子系统.....	209
7.2.1	概述.....	209
7.2.2	PDM 子系统的特点.....	210
7.2.3	PDM 子系统的模块组成.....	210
7.2.4	PDM 子系统的主要功能模块.....	211
7.3	仓库管理子系统.....	212
第 8 章	供应系统.....	214
8.1	采购管理子系统.....	214
8.2	配送管理子系统.....	216
第 9 章	服务系统.....	221
9.1	OA 子系统.....	221
9.2	安全与维护子系统.....	225
9.3	新闻社区子系统.....	226

第 10 章 决策管理系统	228
10.1 CRM 子系统	228
10.2 财务管理子系统	230
10.3 人力资源管理子系统	233
10.4 业务智能子系统	239
后记	245
主要参考文献	246

第1章 绪 论

调查表明,实现企业应用协同集成,消灭“信息孤岛”是广大企业老总和企业的信息主管最关心的事情,也是企业信息化的热门话题。据了解,全世界每年有40%以上的工厂投资于对企业内部各种应用系统的集成协同上。据 WinterGreen 研究机构报道,2004 年全世界应用集成协同市场将超过 150 亿美元。

企业应用协同集成的技术和实施都比较复杂,必须认真对待。本章从一个企业 CIO (首席信息官)上任所碰到的难题入手,介绍企业信息化建设的步骤、发展趋势,并引入虚拟企业、协同商务的概念,然后通过诸多方面的分析、考察,得到一个结论:企业应用协同集成是企业商务电子化发展的必然趋势。

1.1 企业信息化发展的历程

某公司 CIO 三个月前接替前任全面分析了解公司 IT 系统后,发现这个系统存在很大的问题。究竟是什么问题呢?他反复思考找不出解决问题的办法。因此,他陷于苦恼中。

他的前任是一位出色的 CIO,在任期间做了大量实效工作。不仅为企业成功地部署了企业资源计划 (Enterprise Resource Planning, ERP)、客户关系管理 (CRM)、办公自动化 (OA) 等应用系统,还将公司各个分支机构的 IT 系统建设成为分布式网络体系。除此以外,在 Web 和 Mail 上也做了大量关联应用。无论是内地联网还是互联网,公司都拥有先进的应用系统。

但是三个月前,原 CIO 卸任,而他被授命。当时 CEO (首席执行官)语重心长地对他说:“IT 系统是公司的生命线,你一定要继续做好,保持先进水平,使它具有活力与健康!”他感到肩上的千斤重担。前任出色的工作成绩对他构成了莫大压力。他必须要解决好前任遗留的问题,并且超越他。

在他接手实际工作后,细心的他发现公司的 IT 系统存在严重的问题,已危及到了公司业务。

首先,公司的 IT 系统存在严重的异构问题。不同的应用构建于不同的软硬件环境,各分公司的网络也同样存在这些问题(例如,公司的业务系统运行于 AS/400、ERP, Mail 系统运行于 UNIX、Web, CRM 运行于 Windows 2000,还有运行于其他系统的一些应用。数据库也不统一,有的用 SQL Server 2000,有的用

DB2, 有的用 Oracle。这是由于在长期的系统建设中缺乏整体规划和不同时期市场提供的技术及方案的不完整性造成的)。由此引发的问题主要表现在:

① 由于系统分散, 无法对全公司的数据进行真实可靠的统计, 更不能随时随地地掌控全局。

② 不同环境之间的作业无法协同工作, 如强行协同工作需要过多人工操作, 致使错误率上升, 数据标准不一, 无法使用。

③ 不同平台依赖不同的管理人员维护, 系统运行一刻也离不开他们。这使得系统运行成本居高不下, 但安全性却隐患重重。

④ 各地机构的数据传送自动化程度低, 安全性差, 前后处理作业不易配合, 经常处于等待状态。

⑤ 系统作业流程不一致, 调整十分困难, 牵扯到的人员和环节过多。

其次, 即便在相同的软硬件环境下, 也还要面临操作和管理人员水平不一以及人才流动性大的难题。这些原因造成系统的稳定性和安全性没有保障, 同时却使整体成本不断增加。

考虑良久后, 他确信, 问题就是渐进式发展的历史原因积累到一定程度所爆发的危机。不同 IT 公司在不同时间开发的系统业务流、信息流和资金流不统一, 平台不统一, 形成各自独立互不相通的信息孤岛, 无法形成柔性流程管理和企业供应链管理。公司 IT 系统如果要想整体地全程规范化和自动化虚拟供应链管理的理想的 IT 系统, 只有将人的管理向计算机自动管理进行转变。

接下来的问题便是如何去做。最好的办法是将公司流程重新整理并规范化, 然后将不同平台的数据整合到一起, 进行集中化的管理, 然后按照新的流程定制作业系统。本书接下来介绍的 EAC 系统就是解决这一问题的最佳办法。

1.2 企业信息化建设的步骤

根据企业信息化发展实践的总结, 现将企业信息化的步骤归纳如下。

第一阶段: 推行企业的初级信息化工作, 主要涉及企业内部的信息交流与信息共享问题, 此外, 还应包括企业网站对外宣传等初级功能的实现。

第二阶段: 应该着眼于企业内部业务管理的信息化, 包括财务管理信息化、办公业务自动化、进销存自动化等。

第三阶段: 在上述信息化的基础上, 结合企业需求发展 ERP、CRM 等。

第四阶段: 电子商务和协同系统, 这是当前企业信息化发展的高级阶段。

1. 第一阶段：企业的初级信息化

企业的初级信息化的工作重点在于解决企业内部不同部门间信息的共享及信息的交流问题。在此期间，企业应该重视使用电子邮件工具，使其成为内外交流和联络的主要工具。一般来说，企业的商业运作大都能从这种简单、成本低廉和极为普及的技术应用中受益。

其次，应该重视企业的网站建设工作。企业应建立自己的网站，它可以使企业通过互联网增加与外界接触沟通的机会，并及时了解国内外同行业及相关行业的发展状况。企业网站实际上担负着企业发布信息和收集信息的双重功能。企业的网站在不同的阶段有着不同的功能：企业宣传型网站、功能型网站和电子商务型网站。对于处于信息化发展初级阶段的企业，不管当前网上业务是否有条件开展，以极小的代价利用网站为企业做宣传，对于今后进一步发展网站业务，并与国内外大企业电子化运作方式接轨都是极为重要的。

2. 第二阶段：企业内部业务管理的信息化

企业内部业务管理的信息化仍然应该被认为是企业的初级信息化工作，只是比起上述电子邮件、网站建设来说，内部管理信息化工作更加深入到企业实质性的业务运作中。事实上，企业内部各部门业务管理的信息化是每个企业所必需的，它的重点是解决企业内部各部门业务的繁琐及低效率问题。对于企业来说，这将是一个低投入而相对高回报的事情。

目前很多企业已经接受的办公自动化系统、管理信息系统、财务系统、进销存管理以及生产设计领域中的计算机辅助制造等系统都属于这个范畴。此外，企业内部网络的建设也应属于这个阶段的任务。利用内部互联网，可以使企业各个部门的信息系统连成一体，消除企业信息孤岛现象，由此大大提高企业内部的信息共享水平，提高企业的管理效率，企业管理人员也将有更大的作为空间。同时，管理系统金字塔下面的职能人员也有更多的机会针对企业的发展提出自己的建议。

3. 第三阶段：企业的网络化管理

实行企业的网络化管理最重要的功能在于，它对企业各种系统进行集成，由此实现对企业的信息资源进行有效的整合。企业的网络化管理具体是指企业前台资源（客户端）和后台资源（供应商及其内部资源）能够无缝地连接在一个开放的闭环式的网络平台上，从而使企业以最快的速度获得内外部的信息，使企业的生产经营活动处于低成本、高效率的运作状态中，是企业实现电子商务活动而必

须构建的平台。

这个阶段的信息化工作的主要任务是利用企业的内网和外网实现对企业的生产管理、物料管理、质量管理、销售与分销管理、财务管理、资产管理、人力资源管理等众多领域的资源进行整合。这个阶段信息化的过程不仅仅表现为一个系统的建立，而更多的是伴随着一个管理组织、管理体制、业务流程的创新。

对企业来讲，这个阶段信息化的建设相对来说是一个投入大、见效慢的过程。大多数企业考虑到资金的投入以及信息化对现有管理体制的冲击，一般不会立刻全方位地实施管理网络化工程。因此，这个阶段的信息化工作要明确目标、循序渐进、分步实施。企业可以借助专业咨询公司的业务特长，对企业整体规划和方案进行制定。

4. 第四阶段：电子商务与协同商务

这一阶段企业信息化的工作将进入企业电子化商业模式创新阶段。经过以上步骤，企业已经基本完成了从传统的管理模式向现代化管理模式的转换，基本具备了发展电子商务的条件。第四阶段是企业信息化最关键的一步，即采用互联网技术和开放的互联网标准对企业与供应商、经销商、银行等相关企业实现业务数据层的连接，并将把前面各阶段完全融入互联网电子商务的全新模式中。

互联网的电子商务已经包括了大家现在一致认同的3个层次：企业形象上网、供求信息上网及利用互联网平台的业务处理，而这仅仅是满足了目前的经济及管理理论的需求。从长远看，它必将被协同商务所取代。

协同商务是供应链与客户关系管理两者的集大成者。SCM (Supply Chain Management, 供应链管理) 是一种集成的管理思想和方法，它执行供应链中从供应商到最终用户的物流的计划和控制职能。SCM 把供应商、生产厂家、分销商和零售商所组成的链路上的所有环节联系起来，并进行优化，使生产资料以最快的速度通过生产、销售环节变成价值增值的产品送到用户手中。SCM 涉及的具体功能包括订单处理、原材料存储、生产计划安排、库存设计、货物运输和售后服务。客户管理的重点则是利用 80/20 法则对客户等级进行区分以及对客户需求与响应的自动化及潜在的客户资源及价值进行分析挖掘。

但是，供应链与客户关系管理的简单结合并不等同于协同商务。前两者更侧重于流程性与事务性，而后者更侧重于资源的优化，体现的是一种新的产权关系，即可以不必花费大量的成本与资源去获取某些必要资源的所有权，而仅仅具有使用权。这是在经济社会中关于产权问题的又一次革命。

在新的经济条件下，信息交流几乎到了一种无障碍的境界，各种资源可以在全球范围内被优化组合。由于企业不必为生产与业务需求准备所有资源的所有权，