



专家和高管就能做成的，因为没有零售基因和鲜明的品牌识别度，失败的风险很大。因此，想要加入零售大，快递公司必须先做好排布阵，理性分析快递与零售间的关系，找到实现两者协调相融的方式，以保万无一失。在这一过程中，快递企业需要攻克的难题还有很多。们知道，快递公司一般都缺乏网上商城搭建的经验，也缺少整体商城系统的解决方案，以及货品管理、消费者社群运营的经验，这些都是快递企业不得不克服的难题。