

网络营销知识：网络营销渠道策略（3）PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/170/2021_2022__E7_BD_91_E7_BB_9C_E8_90_A5_E9_c40_170430.htm

三）网络时代的新型中间商 1．电子中间商类型 由于网络的信息资源丰富、信息处理速度快，基于网络的服务可以便于搜索产品，但在产品（信息、软件产品除外）实体分销方面却难以胜任。目前出现许多基于网络（现阶段为Internet）的提供信息服务中介功能的新型中间商，可称之为电子中间商（Cybermediaries）。

下面分类介绍这种以信息服务为核心的电子中间商。（1）

（1）目录服务。利用Internet上的目录化的Web站点提供菜单驱动进行搜索，现在这种服务是免费的，将来可能收取一定的费用。现在有三种目录服务，一种是通用目录（如Yahoo!），可以对各种不同站点进行检索，所包含的站点分类按层次组织在一起；另一种是商业目录（如Internet商店目录），提供各种商业Web站点的索引，类似于印刷出版的工业指南手册；最后一种是专业目录，针对某个领域或主题建立Web站点。目录服务的收入主要来源于为客户提供Internet广告服务。

（2）搜索服务。与目录不同，搜索站点（如Lycos、Infoseek）为用户提供基于关键词的检索服务，站点利用大型数据库分类存储各种站点介绍和页面内容。搜索站点不允许用户直接浏览数据库，但允许用户向数据库添加条目。

（3）虚拟商业街。虚拟商业街（Virtual Malls）是指在一个站点内连接两个或以上的商业站点。虚拟商业街与目录服务的区别是，虚拟商业街定位某一地理位置和某一特定类型的生产者和零售商，在虚拟商业街销售各种商品、提供不同服

务。站点的主要收入来源依靠其它商业站点对其的租用。如我国的新浪网Sina.com开设的电子商务服务中，就提供网上专卖店店面出租。（4）网上出版。由于网络信息传输及时而且具有交互性，网络出版Web站点可以提供大量有趣和有用的信息给消费者，目前出现的联机报纸、联机杂志属于此类型。由于内容丰富而且基本上免费，此类站点访问量特别大，因此出版商利用站点做Internet广告或提供产品目录，并以广告访问次数进行收费。如ICP属于此类型。（5）虚拟零售店（网上商店）。虚拟零售店不同于虚拟商业街，虚拟零售店拥有自己货物清单和直接销售产品给消费者。通常这些虚拟零售店是专业性的，定位于某类产品，它们直接从生产者进货，然后折扣销售给消费者（如Amazon网上书店）。目前网上商店主要有三种类型：第一种是电子零售型（e-Tailers），这种网上商店它直接在网上设立网站，网站中提供一类或几类产品的信息供选择购买；第二种是电子拍卖型（e-Auction），这种网上商店提供商品信息，但不确定商品的价格，商品价格通过拍卖形式由会员在网上相互叫价确定，价高者就可以购买该商品；第三种，电子直销型（e-Sale），这类站点是由生产型企业开通的网上直销站点，它绕过传统的中间商环节，直接让最终消费者从网上选择购买（6）站点评估。消费者在访问生产者站点时，由于内容繁多站点庞杂，往往显得束手无策不知该访问哪一个站点。提供站点评估的站点，可以帮助消费者根据以往数据和评估等级，选择合适站点访问。通常一些目录和搜索站点也提供一些站点评估服务。（7）电子支付。电子商务要求能在网络上交易同时，能实现买方和卖方之间的授权支付。现在授权支付系

统主要是信用卡如Visa、Mastercard，电子等价物如填写的支票，现金支付如数字现金，或通过安全电子邮件授权支付。这些电子支付手段，通常对每笔交易收取一定佣金以减少现金流动风险和维持运转。目前，我国的商业银行也纷纷上网提供电子支付服务。（8）虚拟市场和交换网络。虚拟市场提供一虚拟场所，任何只要符合条件的产品可以在虚拟市场站点内进行展示和销售，消费者可以在站点中任意选择和购买，站点主持者收取一定的管理费用。如我国对外贸易与经济合作部主持的网上市场站点 中国商品交易市场就属于此类型。当人们交换产品或服务时，实行等价交换而不用现金，交换网络就可以提供此以货易货的虚拟市场。（9）智能代理。随着Internet的飞速发展，用户在纷繁复杂的Internet站点中难以选择。智能代理是这样一种软件，它根据消费者偏好和要求预先为用户自动进行初次搜索，软件在搜索时还可以根据用户自己的喜好和别人的搜索经验自动学习优化搜索标准。用户可以根据自己的需要选择合适的智能代理站点为自己提供服务，同时支付一定的费用。

2. 电子中间商功能与传统中间商一样，电子中间商起着连接生产者和消费者的桥梁作用，同样帮助消费者进行购买决策和满足需求，帮助生产者掌握产品销售状况，降低生产者为达成与消费者交易的成本费用。但电子中间商与传统的中间商存在着很大区别：

- 1) 存在前提不同。传统中间商是因为生产者和消费者直接达成交易成本较高；而电子中间商是对传统直销的替代，是中间商职能和功效在新的领域的发展和延伸。
- 2) 交易主体不同。传统中间商是要直接参加生产者和消费者交易活动的，而且是交易的轴心和驱动力；而电子中间商作为一个独立主

体存在，它不直接参与生产者和消费者的交易活动，但它提供一个媒体和场所，同时为消费者提供大量的产品和服务信息，为生产者传递产品服务信息和需求购买信息，高效促成生产者和消费者的具体交易实现。3) 交易内容不同。传统中间商参与交易活动，需要承担物质、信息、资金等交换活动，而且这些交换活动是伴随交易同时发生的；而电子中间商作为交易的一种媒体，它主要提供的是信息交换场所，具体的物质、资金交换等实体交易活动则由生产者和消费者直接进行，因此交易中间的信息交换与实体交换是分离的。4) 交易方式不同，传统中间商承担的是具体实体交换包括实物、资金等；而电子中间商主要是进行信息交换，属于虚拟交换，它可以代替部分不必要的实体交换。5) 交易效率不同，通过传统中间商达成生产者和消费者之间的交易需要两次，而中间的信息交换特别不畅通，造成生产者和消费者之间缺乏直接沟通；而电子中间商提供信息交换可以帮助消除生产者和消费者之间的信息不对称，在有交易意愿的前提下才实现具体实体交换，可以极大减少中间因信息不对称造成无效交换和破坏性交换，最大限度降低交易成本提高交易效率和质量。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com