

2007年的B2C不应只是上网摆地摊 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/207/2021\\_2022\\_2007\\_E5\\_B9\\_B4\\_E7\\_9A\\_84\\_c40\\_207079.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/207/2021_2022_2007_E5_B9_B4_E7_9A_84_c40_207079.htm) 根据沃尔玛官方公布的信息，截至目前，沃尔玛在华开设的商场77家，全球开设商场6800家，06年全年在华销售收入为99.3亿人民币。而沃尔玛06年的全球收入约为27105亿元人民币。淘宝06年全年交易额为169亿。需要强调一点的，169亿是平台上的交易额。淘宝是名副其实的C2C.做个比喻来说，淘宝上的商户就是无营业执照的个体户通过向上游厂商或批发商分散采购产品进行零售赚取差价。除此之外，基本上无品牌、无售后、无其他增值服务。如此看来，淘宝作为一个农贸市场，免费为无证经营的淘宝卖家提供地摊场地，能做到169亿的交易额，成绩斐然。无营业执照就是C，C2C名副其实。现在淘宝高调进军B2C了，把自己与沃尔玛放在了同一层次上比较，嚷嚷着还要收费。希望这种模式的调整不只是让大型商家们上来摆个大地摊。2007年的B2C不应只是上网摆地摊。笔者很钦佩在电子商务领域跨出了第一步的传统行业企业：国美网上商城、家乐福网上商城、西单网上商城、百联E城市、流行海岸网上商城。他们是传统行业里“E”化的先行者。笔者坚信他们选择的道路是正确的。艾瑞市场咨询公司所作的2006年中国网络购物研究报告中的数据表明：截止至2006年年底，中国B2C和C2C总体交易额分别为82亿元和230亿元。中国网络购物市场总体用户数达到4310万人。趋势显然。随着支付、物流等问题的解决，网络购物规模不断增大，个人用户的网络购物习惯逐步形成。这个时候我们还能对摆地摊的C2C和B2C模式抱多大

的期望。目前，中国B2C和C2C总体交易额分别为82亿元和230亿元。从商业形态的角度上来讲，B2C应该是超过C2C的，那么是什么导致目前这一现状的呢？经过多年的观察研究，广州博商软件技术有限公司总经理王雷认为：缺乏品牌诚信、缺乏大卖场级的丰富产品品类、没有高效的网点覆盖物流配送和完善的服务是绑住B2C步伐的四大软肋。要解决这个问题根本办法就是传统零售行业与电子商务融合，实实在在的将传统企业的经营理念转化到电子商务平台中。由此可见，真正意义的B2C绝非上网摆地摊那么简单。在这方面沃尔玛经历多年的实践摸索给我们提供了一个很好的榜样。目前沃尔玛在线购物网站在全球范围你有三个站点：墨西哥、美国、英国。如果有一天，沃尔玛“。CN”以后会是怎样一种情况？通过对沃尔玛的研究可以发现，沃尔玛给人们留下印象最深刻的，是它的一整套先进、高效的物流和供应链管理系统。沃尔玛在全球各地的配送中心、连锁店、仓储库房和货物运输车辆，以及合作伙伴（如供应商等），都被这一系统集中、有效地管理和优化，形成了一个灵活、高效的产品生产、配送和销售网络。为此，沃尔玛甚至不惜重金，专门购置了几颗卫星来保证这一网络的信息传递。供应链管理有了，规模采购和高效的供应链管理，能获得高折扣、更有保障的产品；整合调度管理的配送中心、连锁店、仓储网络，实现了高效低成本的物流配送服务；品牌诚信；丰富全面的产品品类。更重要的是通过在线系统掌握的动态顾客数据库。通过数据库沃尔玛能掌握顾客的购物偏好、购买习惯等极具价值的顾客资料，形成一个高效运作，有机成长的顾客数据库管理机制。当每个消费者心里想要什么都被商家

洞察了，还有什么理由不能好好服务顾客，还有什么理由不能从顾客口袋里狠狠地掏钱出来？2007年的B2C不应只是上网摆地摊。B2C不是让传统行业把线下的产品放到网上来卖就任务完成。在这方面，广州博商软件技术有限公司（[www.probiz.cn](http://www.probiz.cn)）成功地把多年电子商务经验与传统零售业的精华加以结合，采用国际领先的技术，帮助传统零售型企业以低于以往多倍的投入来建设专业化的企业级B2C电子商务平台。博商相信，B2C的发展不应只是销售行为上的改变，更是营销战略上的布局的调整。在不远的将来，以电子商务为代表的销售渠道，带来的除了销售额比例上的变化，更多是通过顾客数据库营销体系建立实现完美的直复式营销模式，这将对传统行业的竞争格局产生颠覆性的影响。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](http://www.100test.com)