

综合辅导:电子商务模式研究 PDF转换可能丢失图片或格式 ,
建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/250/2021_2022__E7_BB_BC_E5_90_88_E8_BE_85_E5_c40_250104.htm 摘要：电子商务模式是网络企业生存和发展的核心, 本文在对商务模式和电子商务模式的概念进行综述的基础上, 分析和评价了国内外关于电子商务模式的七种分类方法, 指出基于价值链的分类是企业进行电子商务模式选择和创新的较好依据, 并给出了利用这种方法进行模式选择和创新的—般性思路。 关键词：电子商务模式 价值链 模式分类 模式选择 【论文“电子商务模式研究”分三个部分】：一、商务模式与电子商务模式 至今为止, 无论是商务模式, 还是电子商务模式, 都没有一个统一的定义, 不同的专家、学者和企业有不同的看法。下面给出几种常用的观点。

1. Paul Timmers 的观点。欧洲学者Paul Timmers 认为, 商务模式是一种关于企业产品流(服务流)、资金流、信息流及其价值创造过程的运作机制, 它包括三个要素: (1) 商务参与者的状态及其作用. (2)企业在商务运作中获得的利益和收入来源. (3) 企业在商务模式中创造和体现的价值。电子商务模式则是通过电子市场反映产品流、服务流、信息流及其价值创造过程的运作机制。

2. Michael Rappa 的观点。北卡州立大学杰出教授Michael Rappa 认为, 商务模式就其最基本的意义而言, 是指做生意的方法, 是一个公司赖以生存的模式—种能够为企业带来收益的模式。商务模式规定了公司在价值链中的位置, 并指导其如何赚钱。

3. Peter Weill 的观点。MIT 信息系统研究中心主任Peter Weil 认为, 商务模式是对一个公司的消费者、顾客、结盟公司与供应商之间关系角色的叙述, 这种叙述能够辨

认主要产品、信息和金钱的流向,以及参与者能获得的主要利益。

4. Allan Afuah 和 Christopher LTucci 的观点。美国学者 Allan Afuah 和 Christopher LTucci 博士认为,商务模式具体体现了公司现在如何获利,以及在未来长时间内的计划。它可以归结概括为一个系统,这个系统包括价值、规模、收入来源、定价、关联活动、整合运作、各种能力、持久性等部分以及各部分之间的连接环节和系统的“动力机制”。电子商务模式也是一个系统,它也包括了上面所说到的各个部分,而且在电子商务模式中更为突出的一点是它利用了互联网的特性来获利。虽然以上观点有所不同,但都揭示了商务模式的一个本质,即企业获取利润的方式。电子商务模式则是关于企业如何利用网络来获取利润的问题。另外,以上观点都不同程度地指出了商务模式和价值链之间的联系。

二、电子商务模式的分类

1. 基于价值链的分类。

Paul Timmers 提出的分类体系是基于价值链的整合,同时也考虑到了商务模式创新程度的高低和功能整合能力的多寡。按照这种体系电子商务模式可以分为电子商店、电子采购、电子商城、电子拍卖、虚拟社区、协作平台、第三方市场、价值链整合商、价值链服务供应商、信息中介、信用服务和其他服务等11类。

2. 混合分类

。Michael Rappa 将电子商务模式分为经纪商、广告商、信息中介商、销售商、制造商、合作附属商务模式、社区服务提供商、内容订阅服务提供商、效用服务提供商等九大类。其中经济商又可以分为买/卖配送、市场交易、商业贸易社区、购买者集合、经销商、虚拟商城、后中介商、拍卖经纪人、反向拍卖经纪商、分类广告、搜索代理等11种。广告商又可以分为个性化门户网站、专门化门户网站、注意力/刺激性营销

、免费模式、廉价商店等5种。中国学者吕本富和张鹏将电子商务模式分为B2B、网上金融、网上销售、网上拍卖/买、网络软服务、网络硬服务、数字商品提供者、技术创新、内容服务、网络门户、网上社区、旁观者等12种。其中BtoB模式根据职能又划分为采购、销售、物流、售后服务等类型。网上金融模式根据金融领域又划分为网络证券、网络银行、网上保险、个人理财、风险资本等类型。

3. 基于原模式的分类。Peter Weill认为,电子商务的模式从本质上来说都是属于原模式的一种或者是这些原模式的组合。而他所认为的原模式有以下八种:内容提供者、直接与顾客交易、全面服务提供者、中间商、共享基础设施、价值网整合商、虚拟社区、企业/政府一体化。

4. 基于新旧模式差异的分类。Paul Bambury从新的商务模式与旧商务模式的差异角度出发,将电子商务模式分为两大类:移植模式和禀赋模式。移植模式是指那些在真实世界当中存在的、并被移植到网络环境中的商务模式。禀赋模式则是在网络环境中特有的、与生俱来的商务模式。

5. 基于控制方的分类。麦肯锡管理咨询公司认为存在三种新兴的电子商务模式,即卖方控制模式、买方控制模式和第三方控制模式。这种分类在一定程度上反映了卖方、买方以及第三方中介在市场交易过程中的相对主导地位,体现了各方对交易的控制程度。

6. 基于Internet商务功用的分类。Crystal Dreisbach和Staff Writer按照Internet的商务功用,将电子商务模式划分为三类:基于产品销售的商务模式、基于服务销售的商务模式和基于信息交付的商务模式。

7. 基于B2B和B2C的分类。中国社科院财贸所课题组基于B2B和B2C模式进行了进一步的分类。按照为消费者提供的服务内容不同将B2C模式分为电子

经纪、电子直销、电子零售、远程教育、网上预定、网上发行、网上金融等7类。将B2B模式分为名录模式、B2B和B2C兼营模式、政府采购和公司采购、供应链模式、中介服务模式、拍卖模式、交换模式等7类。其中中介服务模式又可以细分为信息中介模式、CA中介服务、网络服务模式、银行中介服务等4种。表1对以上各种电子商务模式分类方法的优缺点进行了比较。

三、电子商务模式选择与创新 企业在实施电子商务时,商务模式的选择是关键问题。从不同角度提出的电子商务模式分类框架为商务模式的选择提供了参考依据。在以上分析的各种分类方法中,分类比较细致、对企业实施电子商务有现实指导意义的分类方法包括:基于价值链的分类、基于原模式的分类、混合分类、基于B2B和B2C的分类。另外,电子商务模式需要不断创新,模仿照搬会迅速挤干原有商务模式的利润。在以上各种分类方法中,基于价值链的分类和基于原模式的分类为电子商务模式的创新提供了一般性思路。在基于原模式的分类中,采用不同的组合方式将多种原型集成在一起,就可以创造出新的商务模式。但在这种分类方法中,原模式的识别是一个难点,如果原模式划分不清,会直接影响到电子商务模式的选择和创新。因此,我们倾向于采用基于价值链的分类方法来进行模式选择和创新。典型商务模式的构建一般需要识别企业价值链中的要素,同时考虑到技术的最新发展。企业的价值链要素主要包括采购物流、采购、生产、销售物流、营销、人力资源管理、研发等等。这些要素中哪一个或哪几个对企业利润取得和价值创造的影响最为重要,那么企业在构建电子商务模式时,就应该针对这些环节来进行。例如对一个制造企业来说,原材料的采购是影响企业获利的最重

要因素之一,那么该企业可以针对该环节,根据信息技术和网络技术的发展,采取电子采购的方式。Paul Timmers 将其11种模式放到功能整合程度和创新程度组成的矩阵中,如图1所示,电子商店仅包含营销职能,且创新程度最低(是传统模式在Internet上的翻版),因此处在左下角.而价值链整合商的职能整合和创新程度最高(通过创新方法增值),因而处在右上角。图中存在很多空白,企业可以尝试填补矩阵中的空白,挖掘新的商务模式,但要注意现实中的可行性。图1:基于价值链的电子商务模式矩阵

参考文献: [1] Paul Timmers. 六大电子商务发展战略[M]. 北京:机械工业出版社, 2001. [2] Peter Weill, Michael Rvital. 企业e化八原型[M]. 台湾:蓝鲸出版有限公司, 2001. [3] Allan Afuah, Christopher LTucci. 互联网商务模式与战略[M]. 北京:清华大学出版社, 2002. [4] Paul Bambury, A taxonomy of Internet commerce [J]. First Monday, 1998, (10).

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