

内贸电子商务平台要影响力和专业性并重电子商务考试 PDF
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/516/2021_2022__E5_86_85_E8_B4_B8_E7_94_B5_E5_c40_516996.htm

电子商务作为一种方便快捷、性价比高的企业推广方式在近几年发展速度越来越快，2008年这场百年不遇的经济危机又促使国内一大批出口型企业转向内销市场，电子商务成为他们打开国内市场最省钱省力的渠道。在这种背景下，如何选择最有效的平台成为企业进军电子商务的关键所在。电子商务网站按照客户模式可以分为B2B、B2C、C2C即“企业对企业”、“企业对客户”和“客户对客户”三种。而这三种模式目前国内做的最大的都非阿里巴巴集团莫属。于是很多企业在选择平台的时候都首先考虑甚至只考虑阿里巴巴。其实，做电子商务还要充分考虑到行业细分的关系，特别是B2B模式。因为这种模式不像B2B或C2C那样，面对的是不特定的消费者，需要靠接触尽可能多的潜在消费者去“撒大网，捕小鱼”。B2B平台的专业性和影响力同样重要，这一点我们选择一个细分行业来详细举例说明就会非常直观。以“工业品-建材-卫浴”行业为例，该领域最大的垂直门户中洁网的日均IP访问量为27600左右，日均PV浏览量为496,800左右，这一数据在行业网站中处于较高水平，足以显示其业内影响力，而且这些点击几乎全部来自卫浴行业的企业或经销商等人士，网站的粘性也比较高。而阿里巴巴虽然日均IP访问量和日均PV浏览量都很高，但是其涵盖的种类过于庞杂，光大类就包括工业品、消费品、原材料和商业服务，每个大类下面又有十几个二级分类和三级分类，这样算来能具体细分到卫浴产品的流量估计连百分

之一都不到了。百考试题收集整理 由此看来，行业性的垂直网站的优势就不言而喻了。集中程度高、目标客户到达率高、性价比高成为以中洁网为代表的行业B2B网站的最大特点。在制造业集体临冬天的考验的时刻，企业要在寒冬中存活下来，要在惨烈的竞争中立于不败之地，又要尽可能的节约成本，选择兼具影响力和专业性的电子商务平台，是企业轻松制胜的有力武器。F8F8" 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