

中国电子商务难和免费说再见 PDF转换可能丢失图片或格式  
，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/61/2021\\_2022\\_\\_E4\\_B8\\_AD\\_E5\\_9B\\_BD\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_c40\\_61398.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/61/2021_2022__E4_B8_AD_E5_9B_BD_E7_94_B5_E5_c40_61398.htm) 说起电子商务，最通俗的，首先就让人想起淘宝、eBay易趣以及正在风生水起的腾讯拍拍。一直以C2C（即是指Consumer to Consumer，消费者对消费者）为主要业务的诸电子商务网站也一直激战正酣，较劲得不亦乐乎。5月份，中国互联网络信息中心对外发布了《2006年中国C2C网上购物调查报告》，报告称，截至2006年3月，我国北京、上海和广州三城市共有C2C网上购物消费者200万人，在网民中的渗透率达到16.2%%。而通过对C2C购物网站在这三城市的用户市场份额进行计算之后，中国互联网络信息中心得出“淘宝网占据67.3%%，eBay易趣占据29.1%%，拍拍网为2.2%%，一拍网为1.4%%”的结果。来源：[www.examda.com](http://www.examda.com) 中国电子商务最大风波？2003年诞生的淘宝网，近年来的市场份额一直大幅度增长，稳步地蚕食2002年高调进入中国电子商务市场的eBay易趣，这很大程度上归功于免费政策。中国互联网络信息中心高级研究顾问、著名互联网分析师吕伯望认为，“淘宝与eBay易趣竞争地位已经发生了转变”，他还指出，“收费策略”、“缺少即时通讯工具”以及“网站登录速度过慢”是用户们对eBay易趣网站最为不满的三个因素，再加上eBay易趣用户群的中坚力量较薄弱等原因，阻碍了eBay易趣的进一步发展。但淘宝笑得太早，又或者太急功近利。近期闹得风风火火的“罢市”事件将淘宝推上了风口浪尖，还顺带把腾讯拍拍也搅和了进来，有人号称此为中国电子商务迄今为止最大的风波。 5

月份，淘宝推出了淘宝网推出了一项名为“招财进宝”的新服务。这是一项有偿增值服务，向网站支付一定的“推荐费”，该店主的商品就将在同类商品的页面上排在较靠前或醒目的位置，容易被浏览者看到。推荐费的上限为100元。一些淘宝的卖家认为这就是变相的收费，有悖之前淘宝承诺的“三年免费”，“如果不支付所谓的‘推荐费’，排名甚至会到百位之后，根本不可能被买家看到，交易额肯定会大幅下降。”于是，“招财进宝”直接导致了“罢市”事件。暂且不讨论淘宝卖家计划的六一“罢市”是否成功，也不论网上、坊间所传言的“罢市”的背后策划者是腾讯拍拍还是根本是无中生有，但可以肯定的是，淘宝还是怕了。淘宝先是修改了“招财进宝”的相关规则，宣布将推荐费的上限由100元调低到50元，低于50元则最高为商品价格的5%。之后阿里巴巴CEO马云亲自出来“公关”，在淘宝首页的公告栏，他以“风清杨”的名字发了一篇《马云：谈谈拥抱变化》的帖子，对近段时间来淘宝网在“招财进宝”方面与部分卖家的沟通出现问题表示“深深的歉意”，更宣布：“自6月1日14：00时开始，到6月10日12：00时，凡是在2006年4月30日之前注册的淘宝会员，将在淘宝网上对招财进宝产品进行公开投票。每个淘宝人的庄重的一票，将最终决定招财进宝产品是继续改进，还是取消；是大力推进还是暂缓执行，我们将尊重2000万淘宝人做出的最终投票结果。”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)