

《电子商务概论》案例分析及问题答五 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__E3_80_8A_E7_94_B5_E5_AD_90_E5_c40_61545.htm 案例13据估计，美国13~18岁的青少年中有68%的在上网，其中约50%的每周花8小时上网。他们在网上主要是收发电子邮件，还包括搜索信息、玩游戏、聊天、下载音乐或录像等，但他们不会购物。他们不在网上购物的理由很多，但其中最重要的理由是在网上购物时，需要使用的是信用卡。而青少年他们即便有足够的现金购物，但由于还没拥有自己的信用卡，所以也不得不使用父母的信用卡。这种青少年消费者不能独立购物的现实给网上商店带来了挑战，但也给发明创新新的支付方式，使青少年购物不再依赖信用卡的公司创造了机会。InternetCash就抓住了这个机会。InternetCash提供预付费储值卡，供零售的面值为10美元、20美元、50美元和100美元。和预付费电话卡一样，必须先激活它们才能使用。这包括两个步骤。首先商家在一台特殊的POS机上刷卡，然后用户登录InternetCash网站，输入卡背面的20位密码，接着建立一个个人认证码(PIN)。这使得他们能在带有InternetCash标记的网上商店里购物。货款被自动从卡上扣除。当卡上的钱用完后，顾客可以把卡丢掉，也可以把没用完的钱转到另一张卡上。和使用现金一样，使用InternetCash的交易是匿名的。InternetCash面临着大量障碍。第一个障碍就是“鸡和蛋”的难题。首先，它必须找到零售商销售储值卡。InterneCash的目标是建立3万个代理点。吸引零售商的地方在于他们不必为卖卡付出代价，而且能得到销售金额的6%。直到最近，代理商的数量仍屈指可数

。2000年10月，它与PaySmart America签订了合作协议，后者将在11个州的5000多个PaySmart销售点代售InternetCash卡。PaySmart属于美国最大的电话预付费卡独立销售商TSI通信公司。第二个障碍是它要说服商家接受该卡进行在线购物。这是一个更艰巨的任务，因为InternetCash要收取销售额2.25%~10%的佣金，根据最近的统计，InternetCash已与150家商店签订了协议，其中大部分是小公司。在2001年7月，它与JustWebit.com公司(一家小企业电子商务软件开发商)建立了联盟。根据协议，JustWebit.com将使其客户的网上商店接受InternetCash卡购物。结果喜忧参半，因为JustWebit.com在联盟建立后经济状况低迷。InternetCash和其他电子现金产品还会面临一些严重的法律问题。现在它们正处在由个别州管辖的灰色地带。美联储正在考虑将这些公司视为银行，并使其遵守一系列银行和储蓄机构监管条例。案例问题：(1) InternetCash为取得成功，要克服的最大障碍是什么？(2) InternetCash正在用什么办法来吸引青少年使用其储值卡？它还可以采用哪些措施来推广该卡？(3) InternetCash与小企业签约的战略是否有可能吸引青少年使用它的卡？(4) 是否还有其他人群可能会使用储值卡进行网上购物？答：(1) InternetCash为取得成功，要克服的最大障碍是：第一个障碍就是“鸡和蛋”的难题。首先，它必须找到零售商销售储值卡。第二个障碍是它要说服商家接受该卡进行在线购物。(2) InternetCash提供了一种预付费储值卡，供零售的面值为10美元、20美元、50美元和100美元。这使青少年消费者不再依赖于父母的信用卡，而可以独立购物。它还可以采用可充值方式以及奖励充值等方式，使该储值卡应用更灵活和更有吸

引力。（3）InternetCash与小企业签约的战略有可能吸引青少年使用它的卡。因为这样会使它的卡应用领域更加广泛，青少年消费者不但能用该进行网上娱乐，还可以购买礼品、学习用具等。（4）可能性极大。因为这种卡用起来比较安全，它和用户的帐户等敏感信息无关，而且便于用于小额度支付。

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