

电子商务指导:闷声发大财的垂直行业网站(中) 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\\_\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_AD\\_90\\_E5\\_95\\_86\\_E5\\_c40\\_61658.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/61/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_61658.htm) 将丰富的行业信息放在网上, 让行业内的供求双方在平台上获取信息, 实现交易这是目前国内B2B平台普遍采取的一种模式。但也有人不愿走这条别人走过的路, 而是自己另辟蹊径。与马云、孙德良同在杭州的蒋伟华远远没有这两位同乡有名, 但他首创的电子商务模式却非常引人注目。在整个交易的流程中, 蒋伟华创立的中香化学并不是脱离交易的第三方平台, 而是充当了交易流程中的重要一环。由于中香化学投资40多万元购买了美国在线、雅虎、Google等全球著名搜索引擎的香料关键词, 使得全球采购商都可以很方便地查找到中香化学的信息。同时, 中香化学会在网站上列出各种香料的名称。一旦采购商选中自己需要的香料, 中香化学就会在世界范围内寻找最适合生产这种香料的生产厂家并将样品寄给采购商, 当采购商首肯后中香化学会向生产商下单, 之后香料将被货运到中香化学, 由中香化学贴牌后将货发给采购商。也就是说, 中香化学赚取的并不是平台类电子商务网站中常见的会员费、信息费和广告费, 而是整个交易过程中的差价。从这个角度来说, 中香化学扮演了更多的商务角色。蒋伟华骄傲地说: 尽管这种交易流程需要支付两次物流成本, 但除去物流成本, 中香化学仍然可以赚取30%~100%的利润, 而这个利润在传统的流程中是200%~1000%不等, 因此采购商拿到的价格仍然是非常低廉的。即使是美国的生产商把香料运到中国, 贴上中香化学的牌子以后再被卖到美国, 价格仍然会比传统的多环节

流程便宜很多。在这种独特的模式运作下，中香化学在仅创办7个月后销售额就达到180万元，并实现盈利，此后，中香化学的利润以每年翻一番的势头增长。据说，阿里巴巴CEO马云曾对蒋伟华发出过合作的邀请，而慧聪网CEO郭凡生也曾想以1000万股约1亿元进行股权置换，但都被蒋伟华拒绝了。曾有人预测中国的行业电子商务网站在未来面临最大的挑战就是阿里巴巴、慧聪这类综合行业电子商务网站的并购，而中香化学的成功不能不说是给这些垂直行业网站的从业者长了一口气。将行业内的产业链打造完整，已经成为目前垂直B2B网站面临的首要问题。全球五金网的余德光最近正在潜心研究B2B行业垂直类电子商务网站的产业链问题。前几天，他以“故乡的云”为笔名在博客上发表了一篇题为“断了的生物链，行业垂直类B2B网站永远的痛”的帖子，引来了很多同行的关注。余德光认为，在行业垂直类B2B的客户生物链中：生产商或商业零售商可以与上游的供应商之间形成供货关系；可以与下游的经销商形成销货关系。只不过这种关系在很大程度上被弱化了。余德光以某缝纫机行业平台举例说明：缝纫机行业平台的客户群主要是缝纫机行业内的生产商、原材料提供商、缝纫机消费厂商等。可以肯定的是，缝纫机行业的生产、贸易商在此平台上注册并成为正式会员的可能性非常大。但是，此行业的上游客户和下游客户就未必会选择来这个平台。比如医疗器械公司经常会需要一些缝纫设备（用于生产口罩等），但他们却不会选择在缝纫机行业平台上进行采购。而对于缝纫机行业的原材料提供商（比如生产缝纫机要用到螺丝），他们最有可能去的行业网站是紧固件网而不是缝纫机行业平台。即使他们来到这个缝纫机网

络平台，在这个平台上进行贸易的可能性也非常低。可见，缝纫机行业的生产、贸易厂商和他们的上游、下游客户的联系在此平台上并没有形成一条成熟的链条，更多的还是要通过其它的传统方式得以维系。这个问题是否在B2B网站中普遍存在呢？根据记者的广泛调查，行业划分越细的行业网站越存在生物链断裂的问题，曾有个螺丝网的会员无奈地抱怨：“螺丝网上除了卖螺丝的还是卖螺丝的，我都卖给谁啊！”面对这种反馈，行业网站显然是需要反省的。毕竟，一个网站的成功首先得益于精准的定位，而并不是一味地将行业信息堆砌到网上。另一方面，在化工、服装、钢铁、五金等大行业网站中，生物链断裂的问题虽然目前并没有影响到平台的业务运行，但从长远的发展来说，必然会影响到客户采购的效率。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)