

中国电子商务走出被资本遗忘的角落 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/62/2021\\_2022\\_\\_E4\\_B8\\_AD\\_E5\\_9B\\_BD\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_c40\\_62311.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E4_B8_AD_E5_9B_BD_E7_94_B5_E5_c40_62311.htm) 几乎没有任何风险就可以预测：2004年中国IT业热点，除了互联网，还是互联网！但是，没有想到的是，新年伊始，居然是电子商务先声夺人，其中以阿里巴巴8200万美元的巨额融资（与当年三大门户上市融资额相当）最为令人兴奋。与幸运的门户相比，电子商务在中国一直命运不济，留下“资本”严重先天不足的结症。要知道，在90年代那次热潮之中，美国有400多家互联网公司上市，市场价值达到1万多亿美元，投入的风险投资达1000多亿美元。其中，电子商务公司远远超过半壁江山。2000年那场最壮观的互联网泡沫，最大的成份就是B2C。因此，破灭以后跌得最惨重的也是B2C。但在美国，如今eBay、Amazon等电子商务公司依然占据互联网的半壁江山，而且势头强劲。而中国电子商务却没有如此命运。因为滞后于美国市场的中国互联网不得不面对这样的现实：1996年，美国股市上市的明星股是门户Yahoo，而国内三大门户上市已经是泡沫开始破灭的2000年；1997年和1998年，美国股市上市明星股分别是Amazon、eBay，而国内当时的电子商务领导者8848却在临门一脚中失利，错失了通向股市的最后一班车。因此，从1997年起，美国资本市场在电子商务方面的投资额几乎达到门户的十倍以上，而中国电子商务公司获得的投资却不足门户的1/10，形成了严重的投资断层。巨额资金投入是新兴电子商务能够健康发展的基本条件，前期的这些资本根本不足以推动中国电子商务获得突破性的发展。资本投入严重

不足，成为中国电子商务先天发育不足的根本原因。这种发育不良的症状十分明显。比如，真正的电子商务公司中除了易趣、卓越、当当之外，几乎没有像样的第二梯队。包括这几家幸运的“幸存者”，其商业模式也先天不足。eBay、Amazon等成功的电子商务公司最大的优势就是作为全方位的“平台”：除了在市场方面一马当先外，在商品种类以及相关信息方面也几乎“无所不包”。但是，反观国内的电子商务公司，除了市场份额极为分散之外，最大的问题就是商品种类非常有限，主要集中在少数厚利产品上，相关产品的信息也非常有限。目前，eBay和Amazon的活跃用户均在3700万左右，也只占全球网民数量的5%（国内调查的关于网民购物的比例存在严重偏高的失真）。充分利用网络的可扩展性，吸引更大比例的网民是未来最大的增长潜力，而实现这一点主要依靠“平台”上的产品和信息更加无所不包。但是，国内的电子商务公司根本没有达到这样的发展水平，他们达到这个层次的所需资金不仅仅是数千万美元级的，而应该是上亿美元级的“烧钱”。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)