

借力电子商务新模式，淘宝走出“烧钱时代” 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__E5_80_9F_E5_8A_9B_E7_94_B5_E5_c40_62955.htm

2006年5月10日下午，淘宝网终于在首页上揭开了近来一直炒作的“大事件”谜底淘宝网“双响炮”。善于市场炒作的淘宝网这次又是调足了大家的胃口。何为“双响炮”？其一，淘宝网正式进军B2C业务；其二，利用搜索技术在淘宝引入商品竞价搜索推广机制。“双响炮”的确是大事件，无论对于阿里巴巴、淘宝，对于马云、孙正义，对于中国电子商务来说，都可谓是座里程碑。整合雅虎中国的搜索资源之后，终于为淘宝网指明了一条赢利之路。之前，淘宝同ebay竞争的重要策略就是打免费牌。但是免费可不是商业模式，对于淘宝如何赢利业界众说纷纭。一方面，效仿过去的ebay向卖家收取商品登陆服务费，从竞争策略来看短期不可行；另一方面，限于目前市场环境，靠收取支付宝服务费也不现实。近年来，搜索竞价排名的不断发展，这种商业模式已经被众多中小企业和网民认同，而且取得了不凡的成绩，更造就了互联网世界里一批搜索引擎巨头。如今，利用这种成熟的商业模式，淘宝网终于有望结束“入不敷出”的尴尬境遇。电子商务B2C大一统局面形成。业内一直以来有着电子商务终将形成大一统B2C模式的预言。不久之前，当当网开始涉足拍卖业务，现在淘宝网又开始进军网络零售产业这个预言终于得以实现。国内互联网产业复苏以来，电子商务，这个被业界提得最多，受关注度最高的行业，却表现平平让人大跌眼镜。甚至于在Nasdaq和香港上市的各路互联网企业中，电子商务企业屈指可数。

淘宝网这一举措很可能带动电子商务产业进入一个高速发展阶段。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