

代理70家知名品牌eBay易趣今试水B2C市场 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_BB_A3_E7_90_8670_E5_AE_c40_62961.htm “我们希望到明年，这块业务能占到整体交易额的一半”，昨天，eBay易趣宣布，其网站上的“品牌旗舰专区”正式上线，eBay易趣中国区首席执行官吴世雄向记者表示，“我们是国内第一个由品牌商自行经营或直接授权销售的网络专区”。据了解，此次共有70家国内外知名品牌进驻该专区。甩物流包袱 区别传统B2C 由于此前eBay易趣在国外并没有类似业务，因而业界猜测eBay易趣此举就是正式进军B2C市场。对此吴士雄并没有明确表态，他表示eBay虽然一直被称为C2C网站，但实际上早已包括B2C、B2B以及进出口贸易等业务。不过，eBay易趣的经营模式并不完全照搬现有的B2C网站，它并不负责相对成本较高的库存和物流配送业务。入驻易趣的70个品牌代理商或经销商，将自行负责供货、递送、售后服务等。而目前国内经营较好的传统B2C网站当当网，按照其宣称的30万种商品统计，如果每种产品只有一件库存，那么其库存量就将是30万件。另外，据eBay易趣相关负责人介绍，入驻“品牌旗舰专区”的商家都承诺将按照国家相关规定，对所出售产品实行“三包”（包修、包换、包退）。吴世雄还向记者透露，国内的电子商务最大的问题就是诚信，很多高端用户不敢在网上购买商品就是因为害怕买到假货。因此eBay易趣针对中国市场推出“品牌旗舰专区”，可谓是“中国特色”。平衡大小卖家 避免冲突 对于eBay易趣进军B2C，业界有声音称，此举有可能伤害到中小卖家的利益。而此前也传出在“eBay live!”

大会上，有不少中小卖家抗议eBay易趣引入大卖家。不过吴士雄对此认为，“品牌旗舰专区”只是在原来的中小卖家的基础上，为用户增加了新的选择，对价格敏感的用户仍然会选择中小卖家。而此前，淘宝网总经理孙彤宇也表示，用户有多种需求，他们会各取所需，而厂商自己也会去寻找一个平衡。相关链接 此前，国内另一家大型C2C网站淘宝也宣布推出B2C服务。而目前，国内B2C市场发展势头迅猛。据赛迪顾问的数据显示，2005年中国B2C电子商务交易额达472亿元人民币。虽然去年中国B2C市场规模增长很快，但当前B2C电子商务进入了严重的同质化竞争时代，价格竞争成为B2C电子商务的关键因素。曾有专家表示，2006年B2C运营商应逐步将经营的重点放在提高产品和服务质量上，才有望走出价格战，走出长期不盈利的困境，让投资者获得更好的投资回报。而对于两家重量级C2C网站相继投身B2C市场，中科院研究生院管理学院副院长吕本富认为，两大C2C企业先后进入B2C阵营，众多知名品牌蜂拥加盟，这表现出网上购物市场的逐渐成熟，商家所进行的市场调研也证明了B2C的可行

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