

B2B群雄开战“电子商务国家队”单挑民营军 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/63/2021\\_2022\\_B2B\\_E7\\_BE\\_A4\\_E9\\_9B\\_84\\_E5\\_c40\\_63883.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/63/2021_2022_B2B_E7_BE_A4_E9_9B_84_E5_c40_63883.htm) “我们与阿里巴巴不是对手，中国电子商务发展空间无限大，互称对手很可笑。”中国网中国供应商平台总经理段世文表示，9月4日推出的中国供应商平台（[www.china.cn](http://www.china.cn)）酝酿有两年之久，是当前唯一由政府建立国家级外宣网站的“新鲜尝试”。对于使用电子商务运营的企业来说，这无疑是个不错的消息，更何况新平台中还有100万家企业有望得到免费展示的机会。阿里巴巴首次遭遇同名挑战“让天下没有难做的生意”。阿里巴巴领路人马云(马云新闻,马云说吧)多次表示，公司最大的对手就是自己，阿里巴巴要立志发展102年。如今全球B2B老大要开始直面“电子商务国家队”，9月的电子商务市场颇有点“热闹”。似乎无意，中国网此番推出的“中国供应商”平台恰好是阿里巴巴网站的核心品牌，在阿里巴巴网站上，若要真正成为“中国供应商”企业需交年费6万。“我们知道这局面早晚会的来，从产业链角度来看一家独大也说明市场不够健全，但是我们‘中国供应商’品牌是6年苦心经营得来，两者重名，我担心会给用户带来困扰。”阿里巴巴副总裁金建杭坦言。“阿里巴巴的用户有的已经接受了中国网平台的邀请，当然也不排除很多企业会去那注册，中国网这名字很讨巧，企业又多了一个出口。”某中小企业用户透露。据了解，中国网一直具有极深的政府背景，由国家投资、直接由国务院新闻办主管，新近推出的“中国供应商平台”要受商务部市场运行司、国务院新闻办网络局和发改委国际合作中心的联合指导

，建该网站目的就是充分发挥中国网在政府资源方面的优势，对海外提供中国供应商企业的商品信息，并首次将国家权威企业诚信认证商务部CNBCS企业诚信认证体系用于国内电子商务行业。该平台推出一周后，就已经有近500万家企业注册、在线会员已达5000多人。“我们与阿里巴巴并不冲突，这个平台主要是树立中国中小企业在海外的品牌形象，帮助他们把生意拓展到国外，有政府经费上的支持，目前还没有考虑盈利问题。”中国网副主任张克告诉记者，现在就已经有商家来询问如何收费的情况了。“产业环境越成熟，新入局者就越强大，而先行者的优势被抵消的就越多。”业内资深评论家感慨。易观国际研究表明，截止到2005年底，综合B2B 平台服务市场规模已达20.49亿元人民币，在2004年全年的13.22亿元的基础上有大幅增长。其中阿里巴巴所占比重为60.5%，而其余所有厂商加起来也不足40%，阿里巴巴所占的比重之高往往令很多竞争者止步。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)