

2006新闻企业间电子商务市场何以越做越大 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_2006_E6_96_B0_E9_97_BB_c40_63930.htm 北京有个慧聪网。网站的CEO郭凡生在创建慧聪网之前，就是国内市场上为买卖双方提供信息服务的专家了。随着互联网的兴起，借助电子商务这一功能强大的信息平台，慧聪网能实时提供国内30个行业的商情信息，是国内知名的B2B网站。今年5月，慧聪网宣布与专做中国出口市场的美国环球资源网结成国内最大的B2B联盟。联合之后，双方共同占有中国B2B市场43%的份额，超过阿里巴巴跃为业界第一。采访中，这位慧聪网CEO更想探讨深入的话题探讨B2B为什么会在中国率先获得成功？电子商务的三种主要模式B2B(企业与企业之间)、B2C(企业与消费者之间)和C2C(消费者与消费者之间)都是在美国开创的，若干年后的今天，B2C和C2C已蔚然成风，惟独B2B风光不再。反观中国，因为独特的天时、地利、人和因素，B2B却是“风景这边独好”。这是为什么？它又会给中国企业带来什么影响？记者：慧聪网是专为企业买家和卖家提供供求信息 and 做网上交易平台的B2B网站，注册会员达到300万，你认为这些企业最急需的服务是什么？或者说作为B2B网站最主要的功能是什么？郭凡生：是解决信息阻滞。这在中国尤其重要，因为中国的商情资讯业一直都不很发达。慧聪网首先要做的是让买方会员迅速找到卖方会员，让行情信息公开化，这是市场经济最重要的原则，我认为这也是中国互联网首先要解决的问题。比如你要买一件商品，有人要价1.2万元，也有人要1.5万元，因为有信息阻滞，你就不知道还有卖1.2万元的，于是就买

了1.5万元的。而互联网的优势在于，能够针对某一件或某一类商品快速披露众多的商家信息，这不仅方便买卖双方发现彼此，还能在网上通过竞价迅速找到一个最合理的影子价格来完成交易。

电子商务主力军 记者：现在像阿里巴巴既做B2B又做B2C和C2C的模式很受推崇，觉得三者之间的资源可以互动和共享，你认为这三种模式会最终合一吗？

郭凡生：我的看法是不会。不仅不会，还会分别越来越大。我先来讲一个3种模式中的主次关系。我们都知道，电子商务的3种主要模式，包括B2B、B2C和C2C，都是美国人发明的。当时，美国互联网界主流的看法是B2B的市场规模将是B2C和C2C两者相加之和的两倍，这也可以根据经济学理论推算出来。比如一件衬衣的价值是一美元，而要完成这件衬衣的制作，对它的生产设备和原料采购等相关产业的带动就是两美元。而衬衣背后的产业链就属于B2B的范畴。所以当时的美国就提出三七开的说法，B2B占七成，B2C和C2C共占三成。如果把B2C和C2C比做是电子商务先头部队的话，B2B才应该是主力军。

线上加线下模式 记者：看来是国情的不同，使美国和中国在发展电子商务过程中所走的路径也不同了？你为什么说B2B在中国成功了呢？

郭凡生：全球50%以上家电、服装、玩具都在中国生产。第二产业的生产需要大量采购，大量采购就天然地形成了中国巨大的B2B市场。为什么B2C和C2C首先在美国发展，是因为美国有巨大消费品市场，信用支付也很成熟。为什么B2B会在中国兴起？第一是中国有巨大的市场，第二，只有制造大国，才有可能产生物质意义上的B2B。第三，中国传统上的商情资讯不发达，通过网站来解决信息不对称是非常好的方式。至于如何普及B2B，我们发明了渠道。

而美国的电子商务没有渠道的概念，用户只要在网上注册之后，一切的程序全都在网上进行了。但在中国，从3721到慧聪都走渠道这条路，每个渠道都会有几十人上百人在网下帮助卖B2B产品，还负责教育用户，手把手教他怎么上网，怎么连线，这样做事实上帮助了众多不懂网络的中小企业最终使用电子商务。渠道的运用，可以说是中国对B2B电子商务的贡献。另外，中国的B2B是网上和网下相结合的。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