

中国电子商务2006年的初夏变局 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/64/2021_2022__E4_B8_AD_E5_9B_BD_E7_94_B5_E5_c40_64117.htm 中国电子商务今夏注定潮起云涌。不断创造奇迹的马云宣称，阿里巴巴正在整合供应链，要打造“线上沃尔玛”。擅于造势的阿里近来频频放出风声：“马云6月将出重拳，其影响力必将超越收购雅虎中国！”与此同时，失意的eBay也传言将在今年重演去年雅虎联姻阿里巴巴的一幕。和eBay联系在一起的，是腾讯。来自大洋彼岸的分析称，不希望被“晾在一边”的eBay试图通过一个本土合作伙伴来扭转颓势。马云一家独大的局面是否会改变？这有待时间来验证。eBay的联姻一成，势必在个人交易领域抢回不少失地。回顾淘宝的历史，马云一直是冲着eBay来的。但是仅仅过了四年，马云已经宣称竞争结束。事实上，正如马云当年所言，eBay是海里的鲨鱼，淘宝是江里的鳄鱼，在淡水里，鲨鱼斗不过鳄鱼。仅仅是一个免费策略，深谙中国人心态的淘宝就占尽上网，最终将eBay也拖成了免费。联手腾讯，eBay的传言对于业界是一个震动性消息。去年9月西湖论剑，马云与马化腾这“二马”在台上还是一副惺惺相惜状，但是腾讯的拍拍网已经准备就绪，马云可以不看重拍拍，但绝对不会不在乎QQ的威力。正如彼岸的评论所言，腾讯庞大的用户群体和产品线可以同eBay形成有效的互补。依托强大的“QQ”品牌和技术平台，腾讯几乎已经成为全球每一家媒体公司都希望开展合作的对象。和eBay的自救相比，马云的破局更为轰动。“马云的重拳将挥向何方？”这可能将影响整个中国电子商务的进程。“线上沃尔玛”

的设想眼下虽然看起来理想化色彩浓厚，但是谁也不会小看那个小个子男人的野心。马云的野心不仅预示着阿里系将进军B2C（企业对个人）领域，而且大有一种打造商业巨人的气势。通过去年联手雅虎，阿里系眼下有实力。马云有生产平台，通过阿里巴巴可完成产品和原材料的采购；马云有销售平台，通过淘宝平台完成网上商店的构建和实现在线销售；马云还有营销体系，通过雅虎搜索竞价、3721网络实名帮助中小企业进行低成本网络营销；此外，马云还通过支付宝实现诚信支付，更通过最近发布的在线客户管理软件完成内部管理标准建设。用互联网分析人士的话来说，阿里巴巴正试图成为供应链资源的整合者。甚至有人看来，马云的动鹑

峩瓜叻碌墓蓝几惶芴窖沽 4 用教宓谋 览纯矗壳昂 6 燃业
缙笠狄炎急冈讪 钺桶蛻峡辵暇拐饨谗 嗟笨晒鄣姆延谩！
吧坛】椿跬下虻ア保庵至畚诚劭只诺木置媪 鞘强昭捶纭 1
渚志馱诮衿摹 V 泄繵由涛癯读诒?/P> 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