

2009中国B2B电子商务市场发展趋势电子商务师考试 PDF转换
可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/644/2021_2022_2009_E4_B8_AD_E5_9B_BD_c40_644941.htm B2B电子商务市场 2009规模：
中国B2B电子商务市场交易规模，显著下滑。由于受金融危机的影响，国外消费需求降低，出口外贸订单的缩减，预计2009年中国B2B电子商务市场交易规模增幅将减缓，增长率将下降至18.3%，交易规模将达到22350亿人民币。(2008年中国B2B电子商务交易规模为18900亿人民币，较2007年增长达51.2%。) 趋向1：B2B电子商务将面临洗牌，进一步调整格局。金融危机让传统的B2B外贸交易平台大大受挫，中小企业纷纷创立自身电子商务交易平台，B2C电子商务市场投资吸引力的增强，网络分销管理系统的出现，这一切都将加快B2B电子商务市场洗牌步伐。 趋向2：B2B市场收费方式趋多元化，会员免费向交易收费成重要新模式。B2B市场原来主要盈利方式是向企业会员即卖家收费，而突破此模式的会员免费向交易收费模式成为市场的新驱动力。该模式即买卖双方免费注册、发布产品信息，交易的一切环节包括付款都在网站上进行，网站则主要依靠对买卖双方交易收取不同比例服务费，如敦煌网的模式则是根据此来运营，该模式将成为市场创新的新动力。 趋向3：行业B2B联盟发展迅速，成为垂直B2B平台发展的重要趋向。行业B2B网站联盟策略将持续，为克服垂直行业B2B网站的规模限制，该类网站之间将进一步表现出联盟趋向以获得规模效应和协同效应，联盟形式包括：相互推广、共享信息资源、共享广告资源等。此类模式与网络招聘网站的分行业、跨行业联盟高度类似。 趋向4：B2B电子商

务网站将大力发展商务SNS，提高网站用户粘性。近年来，SNS发展火热，阿里巴巴、网盛生意宝、淘宝等也纷纷涉足商务SNS领域，欲将众多的会员资源转化为会员间的人脉网络，以此提高网站用户粘性。趋向5：继续完善产品交易规则是B2B交易平台始终不渝的前进方向。尤其诚信交易规则的建设，如何让交易对象放心大胆的使用，如何规避“机会主义”，如何继续降低交易成本，成为B2B交易平台思考的方向，也是成功的关键。趋向6：可定制、个性化的B2B电子商务平台将更受传统企业亲睐。个性化电子商务平台既有成熟的技术，流程，品牌效应，又有针对企业的微件技术，可更好的实现传统企业与电子商务的无缝连接而受到传统企业亲睐。趋向7：B2B电子商务平台间不断创新交易模式，开展差异化竞争。尤其是新加入的B2B电子商务网站从收费模式到评价模式等都另辟蹊径，以区隔于目前领先的B2B电子商务网站。趋向8：B2B电子商务平台从信息提供向服务提供平台转变。目前中国B2B电子商务平台的模式还比较简单，仅满足企业寻找和获取商机的需求。但是，当网络信息的信息扩充、B2B电子商务搜索的完善，获取商机不再成为难题时，现有的B2B电子商务平台的模式便不再能满足人们的需求。同时，随着中国的贸易渠道得多样化，贸易客户对中国电子商务渠道的依赖性有可能减弱。因此，无论从客户要求的提高还是其他渠道的冲击来看，B2B电子商务平台都将加快平台服务的功能，由资讯提供向交易服务转变，帮助企业有效获取

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