

2009下半年中国电子商务C2C市场预测电子商务师考试 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_8B_E5_8D_8A_c40_644980.htm

2009年刚刚过去半年，金融危机正在对各行各业产生不同程度的影响，电子商务企业表现如何？走向如何？以下通过C2C电子商务市场的预测，对市场发展状态进行展开。2009规模：中国C2C电子商务市场交易规模，逆势而行。中国经济虽受金融危机影响，但C2C电子商务却逆经济而上行，增长率高达97.9%，交易规模达到812.3亿元，可见在金融危机环境下，个人更倾向于选择线上购物。预计2009仍将保持高速增长，交易规模将达到1256.8亿元。趋向1：C2C海外代购模式仍为市场补缺模式。TOM易趣推出的海外代购模式仍为市场补缺模式，难以通过此模式在短时间内改变市场竞争格局，但是不失为一种差异化的竞争手段。目前来看，网民海外的需求仍较小，而且主要集中在某些类型的产品上，尤其是化妆品；另外，该模式对于消费者也有相当风险，尤其是在商家信用、产品质量、投诉退货等环节。而对于“海外代购人”和代购网站来说，可能也不得不面对涉嫌逃税的法律风险。如果涉及到有的产品没有《卫生许可证》，一旦所购的产品遇到涉及商品卫生安全的问题，代购者要承担的压力和风险就会比较大。趋向2：纯粹C2C电子商务网站发展增长趋缓，C2C和B2C模式渐融合。C2C平台存在较多仿冒和非正规渠道商品，目前的监管困境将随着我国相关法律法规的逐步完善和知识产权保护体系的建立而逐步解决，必然导致纯粹C2C平台增速放缓。对此，淘宝网等C2C厂商已经意识到了这点危机，也早早准备开设

了B2C的“ 淘宝商城 ”平台，开始酝酿转型，留好退路。此外，C2C逐步融合B2C，C2C运营商开始纷纷向B2C等其他模式寻求发展的可能和空间，模式融合不仅能实现互补，而且能为C2C提供新的盈利模式。

趋向3：寡头博弈，C2C平台玩家有限，进入门槛高，市场格局稳定。现阶段C2C平台的免费策略需要大量的资金投入来维持，市场的进入者除了大量的资金外还需要有超强的人气和实力，目前来看只有百度有此能力。C2C平台的参与者有限，彼此之间会相互影响，一举一动都需要考虑全面。百度有啊的加入在短期内不会引起市场竞争格局的剧变，各平台皆在苦练内功，谨慎中求发展。

趋向4：充分利用自身资源，开展差异化竞争。C2C平台间的竞争是人气、信息流、物流、资金流的竞争，如何结合既有自身资源，是C2C平台取得领先优势的关键。易趣被TOM收购后可以考虑利用增值业务、国外代购等服务来提高吸引力，拍拍则可以发挥腾讯即时通讯等整体平台优势，百度最强大的当然是搜索能力、广告竞价系统和人气。

趋向5：C2C平台盈利模式逐步清晰，网络营销相关盈利模式探索初步获得成功。C2C平台的盈利问题一直摆在参与者面前，中国C2C网站目前仍没有在发展和盈利中找到好的平衡方式，而随着C2C电子商务交易规模和用户规模的扩大，C2C购物网站除了承载交易功能外，还直面消费终端、掌握海量用户购买路径和习惯数据、加上覆盖群体广泛等特征，其蕴含的巨大媒体价值被逐步释放和认可，网络营销等相关盈利模式探索也初步获得成功。

趋向6：C2C电子商务平台趋向于为用户提供更加完整的解决方案。从平台自身来看，C2C平台将为用户提供更加完整的购物解决方案。目的是

最大限度的降低交易成本，包括降低弥补有限理性的成本和避免机会主义得逞的成本。即时通讯、社区资源、搜索以及物流等都是降低交易成本的关键环节，以上诸多领域会逐步融入。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