

电子商务完美模式电子商务师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_645065.htm

全球电子商务发展史上，被称之为“完美商店”的很少，eBay曾经是其一。事实上，在很长时间里，它也可堪称此名。与绝大多数网络公司不同，诞生于1995年的eBay从创立之初就是盈利的，在很长时间里享受着高达85%的毛利率，并保持着每个季度30%的速度增长，这让它到2007年时已经赫然长成76亿美元收入的庞然大物这一成长速度比早期的微软或戴尔电脑更具爆发力。相比之下，很长时间里，亚马逊一直被视为一家只能一个一个行业缓慢扩张的公司。人们倾向于相信eBay的模式更好。eBay不需要像亚马逊一样辛苦地建设庞大的库存、物流、客户服务系统，而且以民主、分权形态运行的它显然比集权的亚马逊拥有更广的销售范围。似乎只要进入良性循环，eBay就可低成本无限扩张：你的用户越多，销售的产品就越多，产品越多，用户就越多……但2006年9月，亚马逊对更大范围的用户开放零售服务（FBA），不仅让普通人可以借由亚马逊的平台进行销售，甚至可以承担其包装、配送等工作，大大提升了中小企业主的服务水准。当亚马逊证明eBay的工作它也能做时，其多年打造的运营平台反而成了竞争优势。eBay似乎不再成为完美商店模式了。eBay原有的完美模式缘何碰壁？从近几年电子商务的趋势，我们也许能窥见分毫。2005年，Web 2.0热潮席卷全球，MySpace和Facebook们冲淡了eBay原有的消遣功能：很多原来每隔几个小时就去eBay上搜索一下有什么新鲜玩意的人们转而去到Facebook上观看

好友的动态变化了，这让eBay的用户被分流。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