

电子商务第三方分销平台优劣分析电子商务师考试 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_645099.htm

一、前言：在电子商务领域，分销概念在建立网店时就已经确立。由于电子商务在信息流传播方面的便利性，使网络分销可以以最简单的方式获得实现。实际上“分销”的概念在传统商业领域一直是存在的，只是传统的分销即代理有存货风险，销售的地域也被严格限制。地域限制一方面局限了销售拓展，但另外一方面在一定程度保护了代理商的本地利益。而电子商务分销由于没有存货和地域限制，反而在一定程度促成了更低的准入门槛和更激烈的竞争态势。庄帅Zileo认为，虽然电子商务的“分销模式”存在着一些不可逾越的劣势，但作为网下代理模式网络化的一种尝试，对于商品销售起到了不可或缺的提升作用。如果能够有更专业化的管理和发展，这个模式非常有可能在未来电子商务中成为主流的销售模式，即B2B2C模式。

二、概念：

- 1、加盟商或分销商：通过第三方分销平台获得商品的图片和说明、价格信息，将这些信息通过开店平台进行“铺货”，通过各种推广方式将商品销售给最终客户的个人或团体；
- 2、供货商：提供商品图片、说明、价格信息以及商品发货、售后服务的个人或团体；
- 3、开店平台：这些平台包括淘宝网、拍拍网、百度有啊、易趣网等。
- 4、代理价：给加盟商和分销商的价格优惠，使其在销售过程中可以获得利差。

三、第三方分销平台类型：（一）中介服务型：这种平台类型以中介服务为主，本身没有仓库、也不涉及商品实物管理和发货业务，通过宣传来吸引更多的供货商入

驻和加盟商/分销商来分销商品。盈利方式则是收取供货商保证金和占用供货商货款、提供开店培训、淘宝直通车代理、百度竞价广告代理的增值服务等；来源：www.examda.com

(二)供货商型：这种分销平台是建立在供货商网站基础上的，其本身通过现金批量采购获得优势货源，建立了进销存流程和仓库管理，同时还拥有自己的直营网店，在销售推广、商品管理、采购等方面具有非常专业的经验。但受制于本身规模扩张及获得更多收益的局限，在发展的过程中逐步引入第三方供应商的自我管理模式，最终发展成为第三方分销平台；同时也可在收取供货商保证金及货款占用获得新的盈利机会。

(三)开店平台型：该类型由于拥有众多的供应商和个人C店资源，第三方分销开始做为一种促进供应商获得更多铺货量和销售的增值服务推出。

四、第三方分销平台的优劣分析：

(一)中介服务型：代表网站：第一分销网：A、优势分析：1、平台运营成本低：由于不涉及到具体的商品管理和物流配送，这类分销平台的内部运营成本相对较低，盈利压力小；2、增值、培训服务多：在不断吸引更多优质供货商入驻的基础上，为加盟商/分销商的销售提升提供更多的增值、培训服务；3、对供货商支持力度大：平台本身没有库存压力和商品销售压力，对供货商的支持力度就会加大，才能从供货商那获得更多收益；B、劣势分析：1、商品管理专业性不足：由于缺乏商品管理经验，在商品管理的专业性上略显不足，这种情况会导致与商品相关问题不能很好地处理，增加供销矛盾；2、加盟商/分销商服务成本增加：由于平台本身商品管理专业性不足，那么更多的商品咨询和服务将直接由供货商承担，无形中会增加服务成本；来源

: www.100test.com (二)供货商型：代表网站：A、优势分析：
：1、商品管理经验丰富：该类型的平台前身通常是经营实物商品的网站发展起来，对于商品管理各个环节的经验非常丰富，可以为供货商提供更多商品管理方面的专业性建议和网络分销方案；2、加盟商/分销商众多且专业：这类平台一直以自采的商品在发展供应商，商品销售利润占据的盈利比重较大，对于加盟商/分销商的专业化发展投入了相当的精力，从而促进了加盟商/分销商的成长；B、劣势分析：1、对供货商支持不足：平台本身就是最大的供货商，有库存压力，对其入驻的供货商支持力度就会变弱，多数情况下入驻供货商仅作为商品补充而非盈利重点而存在；2、运营成本高：其自身作为平台上最大的供货商，需要有人管理仓库、发货和售后服务管理、培训加盟/分销商、服务入驻供货商，导致运营成本的增加，盈利压力较大。(三)开店平台型：代表网站：
：A、优势分析：1、知名度高：淘宝网目前是中国最大的C2C电子商务网站；2、个人网店资源多：虽然这些店有一部分是自己管理商品，但由于数量众多，一部分个人网店很容易发展成为加盟商/分销商；B、劣势分析：1、非主营业务：分销仅作为此类平台的一种增值服务，目前放在“活动专区”；2、没有商品管理经验：开店平台仅作为基础应用平台存在，对商品及各管理环节没有经验，这种情况会导致与商品相关问题不能很好地处理，增加供销矛盾；3、专业性及供货商支持不足：由于是增值服务，不可能以主营业务的方式运营，在专业性及供货商的支持上明显不足。总结：这三类平台由于业务模式不同，各有优劣势。其中前两类平台是专业分销方向发展，对于加盟商/分销商的管理和培训都在加强

，包括商品管理方面的专业性也在不断加强。这种发展态势一方面可以提高加盟商/分销商的服务质量；另一方面则可以吸引和留住更多供货商。作为B2C中的子类：B2B2C的分销模式，共同的劣势在于商品管理的问题，包括库存准确率、发货速度、售后服务。在这样的劣势下，我们作为供货商的优势就会得到最佳体现，也可以通过这一点增强这类平台对我们的依赖度，从而获得他们的更多营销支持。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