

价值结构对电子商务模式的影响评价电子商务师考试 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\\_\\_E4\\_BB\\_B7\\_E5\\_80\\_BC\\_E7\\_BB\\_93\\_E6\\_c40\\_645528.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E4_BB_B7_E5_80_BC_E7_BB_93_E6_c40_645528.htm) 电子商务与商务模式

随着Internet的流行，企业利用Internet进行商务或交易活动变得日益重要，从而促进了电子商务的发展。而企业要实施电子商务战略，构建合适的商务模式是关键，商务模式对电子商务的成功有决定性作用，因为商务模式决定了收入来源、顾客与合作伙伴、实现过程等各方面。实际上，电子商务运作的基本内容包含了如下所示的三个层次。由下图可以看出商务模式在电子商务实施中的重要性。在目前电子商务日益兴起、人们想利用电子商务创业或给传统企业带来竞争优势的时候，而同时又有众多网络神话破灭的时候，重新深入认识电子商务模式的重要性，审视电子商务带来的价值以及如何利用它构建合适的商务模式无疑是很有必要的。人们普遍将电子商务分为B-B、B-C、C-C等模式，但这实际上只是形式上的分类而未抓住电子商务模式的实质。我们首先要明确商务模式的含义。在管理课程中定义商务模式是公司做业务的方法，通过它公司创造收入维持生存。商务模式是通过明确公司在价值链上的位置而阐明公司如何赚钱。Joan Magretta认为商务模式应该解决以下问题：谁是客户？客户的价值是什么？如何在这种商务中赚钱？将这种价值以合适的成本交付给客户的根本经济逻辑是什么？只有回答了以上问题的商务模式才是好的商务模式。任何企业都需要一个好的商务模式才可以生存下去。Rainer ALT和Hans-Dieter Zimmermann给出了商务模式的6个因素：使命、结构、过程、收入、法律问

题和技术。使命是商务模式最为关键的因素，是对整个远景、战略目标和价值主张的高水平的理解；结构决定了哪些角色和代理商组成一个特殊的商务社区，也决定了关于行业、客户和产品的重点；过程提供了商务模式的使命和结构的更详细的观点，表明了价值创造过程的因素；收入是商务模式的底线，收入来源和所需投资必须从短期和中期作仔细的分析；法律问题是商务模式必须考虑的因素；对基于IT技术的商务模式，技术既是驱动力也是约束。商务模式是由多个维度组成的，不存在单一的商务模式。这6个因素是建立可行的商务模式的一种广泛的框架。Henry Chesbrough和Richard S. Rosenbloom认为商务模式是协调技术开发和经济价值创造的媒介。为了从公司的技术投资中捕捉价值从而使技术商业化，公司必须理解商务模式的作用。他们认为商务模式的功能包括：明确价值主张；确定市场分割；定义价值链结构；估计成本结构和利润潜力；描述其在价值网络中的位置；阐明竞争战略。商务模式是调和价值创造过程的构造，商务模式将技术转化到社会范围，即选择合适的技术，并将其包装成特别的配置提供给市场。Allan Afuah和Christopher L. Tucci认为商务模式由顾客价值、范围、定价、收入来源、关联活动、实现、能力、持久性组成。他们认为商务模式必须明确向顾客提供什么样的价值，向哪些客户提供价值，如何为提供的价值定价，如何提供价值以及在提供的价值中保持优势。从以上我们知道商务模式的实质就是如何抓住客户价值赚钱。自从因特网出现以来，涌现了许多新的电子商务模式。构建电子商务模式的关键应该是分析电子商务方式能给顾客或用户带来什么样的价值，然后采

取相应的战略来实现这些价值并长期获利。决定电子商务模式的因素 上面我们讨论了商务模式的组成和功能，构建电子商务模式是一个复杂的过程，既需要创新的思维，又需要专门的知识、技术和能力。这里，我们试图探讨决定电子商务模式的因素。我们知道找到顾客价值是构建一种商务模式的基础，构成顾客价值的结构可能是不同的，那么基于不同价值结构的商务模式必然有所不同。挪威的学者把价值创造结构分为三种基本类型：价值链、价值商店和价值网络。价值链是Michael E. Porter提出的将企业经营活动分析框架，它将企业的经营活动分为基本活动和辅助活动。基本活动是涉及产品的物质创造及其销售、转交给买方、售后服务等各种活动；而辅助活动是通过提供采购、技术、人力资源及其他职能来辅助基本活动。电子商务方式给这种类型企业(生产型)带来的根本变化就在于它使信息数据的采集更容易、处理内容更广泛更快速、传输更方便快捷，可以使价值链中的许多经营活动提高效率，降低成本，在此基础上产生了价值来源。价值链更多地与过程有关，所以通过一种过程的创新，即以—种更好的制造、或销售、或分销方式来处理已有的产品或服务可以构建出电子商务模式。例如DELL公司的商务模式就属于基于价值链结构的电子商务模式。价值链适用于以生产产品为主的商务模式，但对服务提供商并不适用。服务提供商根据需求实时地提供新的解决方案，这种价值创造方式就是价值商店。价值商店的主要活动是发现需求，然后为此提供解决方案，找到合适的解决方案后实施该方案。电子商务方式可以使价值商店类型的公司更快更有效地发现需求，并能通过网络获取低成本、高容量的信息并使合作更为方便，

从而提高服务能力和质量。价值网络指中介或经纪公司的价值结构，他们帮助两个或多个想要交易的客户取得联系，促成交易的完成，从而获利。可以说电子商务方式对基于价值网络的公司影响最大，因为互联网打破了时间和空间的障碍，扩大了网络覆盖的地域。并且由于网络外部性特点，价值网络的规模变得特别重要，一方面公司的固定成本可以分摊给数量庞大的用户从而使用户的边际成本减小，更重要的是当网络规模达到一定程度时引发正反馈使网络规模迅速增长，从大量用户身上获利。所以对基于价值网络的企业，其最重要的活动是推广网络，积极与客户接触，争取并保留有价值的客户，然后向客户提供服务获得收入。从对以上三种不同的价值结构的分析可以看到，依托于互联网的电子商务都可以找到新的顾客价值来源，从而在此基础上构建相应的电子商务模式。从前面叙述知道基于三种价值结构的收入来源、盈利方式、商务活动内容大不相同，实现目标、所需能力、竞争策略也必将不同。所以构建商务模式的关键是要让商务模式的各方面与其价值结构相适应。因此我们可以说价值结构的不同决定了商务模式的根本不同，价值结构是决定商务模式的基础。影响电子商务模式成功因素 通过电子商务方式可以创造新的顾客价值来源，在此基础上构建电子商务模式。但是一种电子商务模式的成功，不仅与价值来源与构成形式有关，还受到其他许多方面的影响。商务模式赢利逻辑的可行性 PricelineWebhouseClub就是一个赢利逻辑不可行的例子。Webhouse的赢利逻辑是：他们让消费者通过网页告知他们希望支付的价格，然后代表成千上万的个人消费者与消费品公司围绕折扣讨价还价，将节省的钱交给消费者

, Webhouse仅从中收取一笔费用。但问题出在像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](http://www.100test.com)