

从电商业态分析看淘宝卖家的迷思和出路 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_8E_E7_94_B5_E5_95_86_E4_c40_645751.htm

一、目前电商界出现的一些现象

- 1、大的B2C平台以前都是做垂直性的平台，像当当专业做书；红孩子做母婴用品；凡客诚品做衬衫和T恤衫为主；京东做数码产品，而目前这些平台都在多元化，原来在自己领域生存的很好的平台，目前短兵相接直接竞争，我相信三五年后，几家独大的局面一定会出现。
- 2、京东商城的400电话以前在页面非常显眼的位置出现，而目前要找这个电话已经非常困难了。说明京东有了一定客户积累和信任后，叫客户自动下单的意愿已经浮现，当当在这方面是走在前面，因为产品的标准化程度比较高，基本不需要询问客户就会自动下单。
- 3、目前像我们这样淘宝商城的卖家，要进京东、凡客V等平台，必须要向这些平台铺货，账期是1个月左右(不同平台账期会有所不同)，货物直接从他们建立的储存中心直接发货。这说明以后我们只需要提供产品即可，公司的仓库人员可大部分可以下岗了；
- 4、进入这些大平台后，产品营销的活动都是平台来组织策划，我们公司的市场策划推广人员也没事可干了，保留一个岗位就是和这些平台保持联系的工作人员即可。而目前的淘宝卖家中，客服、仓管、市场占了公司80%以上的人力，除去这些人员，我们还能剩下什么？

二、电商三五年后业态分析

- 1、B2C平台(淘宝商城、京东商城、麦考林、凡客V等) 趋势一：客户不在线，客户无需咨询直接下单 趋势二：所有的货直接集中到物流中心统一发货，卖家只需要提供性价比高的产品即可 趋势三：无需

卖家做营销和策划，平台会自行安排产品的推广，客户出于对平台的信任，会在平台直接下单购买 趋势四：淘宝的大卖家逐步会演变成产品的提供商，产品研发和品牌会成为重中之重，好产品将会有很好的发展 2、C店会继续存在，但发展的前景有限 一是淘宝的推广资源逐步向B店倾斜，C点的资源将越来越少 二是淘宝的推广成本越来越高，从而降低卖家的毛利润 三是随着电子商务的发展，进入这个领域的同行会越来越多，价格战不可避免，会进一步挤压卖家的利润空间 3、团购(电视购物的网络版) 现在团购网站很多，但最后生存下来的，会形成几家独大的局面 三、淘宝卖家出路 以下三个方面是我个人的一些看法，请大家批评指正：有实力的卖家考虑去开独立的B2C平台，但面对的是像京东、当当、凡客等强大的竞争对手，挑战很大 做一个优质产品的提供商，具有产品研发能力，在产品上有一定的定价权 安心做一个C店，每年有固定的收入，当一个小老板，比一般的上班一族要强。 相关推荐：电子商务物流“军备竞赛”愈演愈烈 电子商务网络营销应对经济危机是必然 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