

阿里巴巴盈利模式分析 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\\_\\_E9\\_98\\_BF\\_E9\\_87\\_8C\\_E5\\_B7\\_B4\\_E5\\_c40\\_645823.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E9_98_BF_E9_87_8C_E5_B7_B4_E5_c40_645823.htm) 阿里巴巴作为中国电子商务界的一个神话，从98年创业之初就开始了它的传奇发展。它在短短几年时间里累积300万的企业会员，并且每天以6000多新用户的速度增加。不仅仅是搭上了其创始人马云的传奇神话，它的成功更是得力于其准确的市场定位，以及前瞻性的远见。阿里巴巴在电子商务萌芽阶段就商业化地切入，并且踏实的做着自己能力能够做到的事情。自己诚实守信并且在实际行动中致力于规范网上电子商务贸易。这一切在中国二十一世纪的前几年，这个中国电子商务迅速发展的阶段，成就了阿里巴巴今天的业绩。一个错误就可以造成一个失败，但一个成功必然是很多个正确的原因带来的，下面我们就来简单分析一下阿里巴巴网站的运营模式、盈利点、成功之处以及目前和以后的发展战略。阿里巴巴网站的目标是建立全球最大最活跃的网上贸易市场，它不同于早期互联网公司以技术为驱动的网络服务模式，它从一开始就有明确的商业模式。阿里巴巴具有明确的市场定位，在发展初期专做信息流，绕开物流，前瞻性的观望资金流并在恰当的时候介入支付环节。它的运营模式是遵循循序渐进的过程，依据中国电子商务界的发展状况来准确定位网站。首先抓基础的，然后在事实过程中不断捕捉新的收入机会。从最基础的替企业架设站点，到随之而来的网站推广以及对在线贸易资信的辅助服务，交易本身的订单管理，不断延伸。其出色的赢利模式符合：赢利的强有力，可持续，可拓展的特点。具

体谈阿里巴巴网站的运营模式主要有以下几个特点：首先，专做信息流，汇聚大量的市场供求信息。马云曾在05年阿里巴巴在广交会期间主办的电子商务研讨会，阐述了以下观点，即中国电子商务将经历三个阶段，信息流、资金流和物流阶段。目前还停留在信息流阶段。交易平台在技术上虽然不难，但没有人使用，企业对在线交易基本上还没有需求，因此做在线交易意义不大。这是阿里巴巴最大的特点，就是做今天能做到的事，循序渐进发展电子商务。功能上，阿里巴巴在充分调研企业需求的基础上，将企业登录汇聚的信息整合分类，形成网站独具特色的栏目，使企业用户获得有效的信息和服务。阿里巴巴主要信息服务栏目包括：商业机会，有27个行业700多个产品分类的商业机会供查阅，通常提供大约50万供求信息 产品展示：按产品分类陈列展示阿里巴巴会员的各类图文并茂的产品信息库 公司全库：公司网站大全，目前已经汇聚4万多家公司网页。用户可以通过搜索寻找贸易伙伴，了解公司详细资讯。会员也可以免费申请自己的公司加入到阿里巴巴“公司全库”中，并链接到公司全库的相关类目中方便会员有机会了解公司全貌。 行业资讯：按各类行业分类发布最新动态信息，会员还可以分类订阅最新信息，直接通过电子邮件接受。 价格行情：按行业提供企业最新报价和市场价格动态信息 以商会友：商人俱乐部。在这里会员交流行业见解，谈天说地。其中咖啡时间为会员每天提供新话题，为会员分析如何做网上营销等话题。 商业服务：航运、外币转换、信用调查、保险、税务、贸易代理等咨询和服务。这些栏目为用户提供了充满现代商业气息，丰富实用的信息，构成了网上交易市场的主体。 第二，

阿里巴巴采用本土化的网站建设方式，针对不同国家采用当地的语言，简易可读，这种便利性和亲和力将各国市场有机地融为一体。阿里巴巴已经建立运作四个相互关联的网站：英文的国际网站(<http://www.alibaba.com>)面向全球商人提供专业服务.简体中文的中国网站(<http://china.aliaba.com>)主要为中国大陆市场服务.全球性的繁体中文网站(<http://chinese.alibaba.com>)则为台湾、香港、东南亚及遍及全球的华商服务.韩文的韩国网站(<http://kr.alibaba.com>)针对韩文用户服务(目前不可用)，日文的日本网站(<http://japan.alibaba.com>)。而且即将推出针对当地市场的欧洲语言和南美网站。这些网站相互链接，内容相互交融，为会员提供一个整合一体的国际贸易平台，汇集全球178个国家(地区)的商业信息和个性化的商人社区。第三，在起步阶段，网站放低会员准入门槛，以免费会员制吸引企业登录平台注册用户，从而汇聚商流，活跃市场，会员在浏览信息的同时也带来了源源不断的信息流和创造无限商机。截至2001年7月，阿里巴巴会员数目已达73万，分别来自202个国家和地区，每天登记成为阿里巴巴的商人会员超过1500名。阿里巴巴会员多数为中小企业，免费会员制是吸引中小企业的最主要因素。在市场竞争将日趋复杂激烈的情况下，中小企业当然不肯错过这个成本低廉的机遇，利用网上市场来抓住企业商机。大大小小的企业活跃于网上市场，反过来为阿里巴巴带来了各类供需，壮大了网上交易平台。阿里巴巴每月页面浏览量超过4500万，信息库存买卖类商业机会信息达50万条，每天新增买卖信息超过3000条，每月有超过30万个询盘，平均每条买卖信息会得到四个反馈。第四，阿里巴巴通过

增值服务为会员提供了优越的市场服务，增值服务一方面加强了网上交易市场的服务项目功能，另一方面又使网站能有多种方式实现直接赢利。尽管目前阿里巴巴不向会员收费，但据马云介绍，阿里巴巴网站目前是赢利的。阿里巴巴的赢利栏目主要是：中国供应商、委托设计公司网站、网上推广项目和诚信通。中国供应商是通过ALIBABA的交易信息平台，给中国的商家提供来自各国国际买家的特别询盘。客户可以委托阿里巴巴作一次性的投资建设公司网站，这个项目主要是alibaba帮助企业建立拥有独立域名网站，并且与alibaba链接。网上推广项目，是由邮件广告、旗帜广告、文字链接和模块广告组成。邮件广告由网站每天向商人发送的最新商情特快邮件插播商家的广告。文字链接将广告置于文字链接中。新推出的诚信通项目能帮助用户了解潜在客户的资信状况，找到真正的网上贸易伙伴。进行权威资信机构的认证，确认会员公司的合法性和联络人的业务身份。展现公司的证书和荣誉，用业务伙伴的好评成为公司实力的最好证明。

第五，适度但比较成功的市场运作，比如福布斯评选，提升了阿里巴巴的品牌价值和融资能力。阿里巴巴与日本互联网投资公司软库(Softbank)结盟，请软库公司首席执行官、亚洲首富孙正义担任阿里巴巴的首席顾问，请世界贸易组织前任总干事、现任高盛国际集团主席兼总裁彼得 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)