

B2C电子商务模式分析与策略建议 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022_B2C_E7_94_B5_E5_AD_90_E5_c40_65200.htm 摘要：从企业与消费者买卖关系和交易客体两个侧面对B2C 电子商务模式进行了分析,提出企业应在战略定位、市场渠道、信息发布、交易定价等方面加强管理,加快零售行业信息化步伐,加速网上电子化交易市场建设。 关键词：B2C 电子商务 商务模式 模式分

析B2C(Business to Customer) 电子商务是以Internet 为主要手段,由商家或企业通过网站向消费者提供商品和服务的一种商务模式。目前,在Internet 上遍布了各种类型的B2C 网站,提供从鲜花、书籍到计算机、汽车等各种消费品和服务。由于各种因素的制约,目前以及未来比较长的一段时间内,这种模式的电子商务还只能占比较小的比重。但是,从长远来看,企业对消费者的电子商务将取得快速发展,并将最终在电子商务领域占据重要地位。

1、 B2C电子商务模式分析可以从不同角度对B2C的商务模式进行分类和探析。

1.1 从企业和消费者买卖关系的角度分析 B2C 的商务模式主要分为卖方企业买方个人的电子商务及买方企业卖方个人的电子商务两种模式。

1.1.1 卖方企业买方个人模式。这是商家出售商品和服务给消费者个人的电子商务模式。在这种模式中,商家首先在网站上开设网上商店,公布商品的品种、规格、价格、性能等,或者提供服务种类、价格和方式,由消费者个人选购,下定单,在线或离线付款,商家负责送货上门。这种网上购物方式可以使消费者获得更多的商品信息,虽足不出户却可货比千家,买到价格较低的商品,节省购物的时间。当然这种电子商务模式的发展需要高效率

和低成本的物流体系的配合。这种方式中比较典型的代表就是全球知名的亚马逊网上书店(<http://www.amazon.com>)。1.1.2 买方企业卖方个人的电子商务。这是企业在网上向个人求购商品或服务的一种电子商务模式。这种模式应用最多的就是企业用于网上招聘人才。如许多企业在深圳人才市场网(<http://www.szhr.com.cn>) 招聘各类人才。在这种模式中,企业首先在网上发布需求信息,后由个人上网洽谈。这种方式在当今人才流动量大的社会中极为流行,因为它建立起了企业与个人之间的联系平台,使得人力资源得以充分利用。

1.2 根据交易的客体分析 可把B2C 电子商务分为无形商品和服务的电子商务模式以及有形商品和服务的电子商务模式。前者可以完整地通过网络进行,而后者则不能完全在网上实现,要借助传统手段的配合才能完成。

1.2.1 无形商品和服务的电子商务模式。

计算机网络本身具有信息传输和信息处理功能,无形商品和服务(如电子信息、计算机软件、数字化视听娱乐产品等)一般可以通过网络直接提供给消费者。无形商品和服务的电子商务模式主要有网上订购模式、广告支持模式和网上赠予模式。

a. 网上订阅模式。

消费者通过网络订阅企业提供的无形商品和服务,并在网上直接浏览或消费。这种模式主要被一些商业在线企业用来销售报刊杂志、有线电视节目等。网上订阅模式主要有以下几种:在线出版(Online Publications)。出版商通过Internet 向消费者提供除传统印刷出版物之外的电子刊物。在线出版一般不提供Internet 的接入服务,只在网上发布电子刊物,消费者通过订阅可下载有关的刊物。这种模式并不是一种理想的信息销售模式。在当今信息大爆炸的时代,普通用户获取信息的渠道很多,因而对本来已很廉价的收费信息服务

敬而远之。因此,有些在线出版商采用免费赠送和收费订阅相结合的双轨制,从而吸引了一定数量的消费者,并保持了一定的营业收入。在线服务(Online Services)。在线服务商通过每月收取固定的费用而向消费者提供各种形式的在线信息服务。在线服务商一般都有自己特定的客户群体。如美国在线(AOL)的主要客户群体是家庭用户,而微软网络(Microsoft Network)的主要客户群体是Windows的使用者,订阅者每月支付固定的费用,从而享受多种信息服务。在线服务一般是针对一定的社会群体提供的,以培养消费者的忠诚度。在美国,几乎每台出售的电脑都预装了免费试用软件。在线服务商的强大营销攻势,使他们的用户数量稳步上升。在线娱乐(Online Entertainment)。在线娱乐商通过网站向消费者提供在线游戏,并收取一定的订阅费,这是无形商品和服务在线销售中令人关注的一个领域,也取得了一定的成功。当前,网络游戏已成为网络会战的焦点之一,Microsoft、Excite、Infoseek等纷纷在网络游戏方面强势出击。事实上,网络经营者们已将眼光放得更远,通过一些免费或价格低廉的网上娱乐换取消费者的访问率和忠诚度。

b. 广告支持模式。在线服务商免费向消费者提供在线信息服务,其营业收入完全靠网站上的广告来获得。这种模式虽然不直接向消费者收费,但却是目前最成功的电子商务模式之一。Yahoo等在线搜索服务网站就是依靠广告收入来维持经营活动的。对于上网者来说,信息搜索是其在Internet的信息海洋中寻找所需信息最基础的服务。因此,企业也最愿意在信息搜索网站上设置广告,通过点击广告可直接到达该企业的网站。采用广告支持模式的在线服务商能否成功的关键是其网页能否吸引大量的广告,能否吸引广大消费者的注意。

c. 网

上赠予模式。这种模式经常被软件公司用来赠送软件产品,以扩大其知名度和市场份额。一些软件公司将测试版软件通过Internet向用户免费发送,用户自行下载试用,也可以将意见或建议反馈给软件公司。用户对测试软件试用一段时间后,如果满意,则有可能购买正式版本的软件。采用这种模式,软件公司不仅可以降低成本,还可以扩大测试群体,改善测试效果,提高市场占有率。美国的网景公司(Netscape)在其浏览器最初推广阶段采用的就是这种方法,从而使其浏览器软件迅速占领市场,效果十分明显。

1.2.2 有形商品和服务的电子商务模式。

有形商品是指传统的实物商品,采用这种模式,有形商品和服务的查询、订购、付款等活动在网上进行,但最终的交付不能通过网络实现,还是用传统的方法完成。这种电子商务模式也叫在线销售。目前,企业实现在线销售主要有两种方式:一种是在网上开设独立的虚拟商店,另一种是参与并成为网上购物中心的一部分。有形商品和服务的在线销售使企业扩大了销售渠道,增加了市场机会。与传统的店铺销售相比,即使企业的规模很小,网上销售也可将业务伸展到世界的各个角落。网上商店不需要象一般的实物商店那样保持很多的库存,如果是纯粹的虚拟商店,则可以直接向厂家或批发商订货,省去了商品存储的阶段,从而大大节省了库存成本。对于发展我国B2C电子商务,很多学者在电子商务瓶颈(如电子支付、网络安全、物流体系、法律保障等)方面提出了自己的策略建议,而本文主要在企业

管理、零售行业、网上市场等方面提出某些设想。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