

企业间电子商务模式分析 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022__E4_BC_81_E4_B8_9A_E9_97_B4_E7_c40_65224.htm

一、企业间电子商务

从参与交易的主体来看，企业对企业的电子商务(B2B)模式代表着电子商务的未来。企业与企业之间的交易规模远大于企业与顾客之间的交易，两者相差一个数量级。企业与企业之间的交易的主体是中间产品，而企业与顾客之间交易的主体是最终产品，前者的交易额显然要比后者大得多。美国市场研究公司Gartner集团宣称，2004年全球B2B市场有望达到7.29万亿美元，比1999年（约1450亿美元）增长50倍以上。企业与企业之间开展电子商务的条件远较企业与顾客之间开展电子商务的条件更为成熟。高胜的分析表明，1998年美国B2B互联网市场相当于390亿美元，预计到2004年增长到约1.5兆美元。到2004年B2B互联网商务将占有整个B2B销售总额（包括网上和网下）的10.9%，与之相比，1999年仅占有1.1%。B2B网站的商业模式可划分为以下几种：横向型(即水平型)网站、纵向型(即垂直型)网站、专业网站和公司网站。下面重点讨论横向型网站和纵向型网站。纵向型网站（又称纵向电子商务市场）：指提供某一类产品及其相关产品（互补产品）的一系列服务(从网上交流到广告、网上拍卖、网上交易等)的网站。该类网站的优势在于产品的互补性（在一个汽车网站不仅可买到汽车，还可以买到汽车零件，甚至汽车保险）和购物的便捷性，顾客在这一类网站中可以实现一步到位的采购，因而顾客的平均滞留时间较长。横向型网站（又称横向电子商务市场）是这样一些Web站点：买卖双方能在网上一起

进行通信，交流，制作广告，在拍卖中叫价，进行交易，以及管理库存和完成贸易。“横向”的含义是指服务于各种不同的行业，或者说是定位于跨行业的横向应用。其不足在于深度和产品配套性的欠缺。由于该类网站充当的是中间商的角色，在产品价格方面处于不利地位。横向型网站的不足在于难以为不同行业客户提供一步到位的服务，需要做大量工作以使其内容、产品以及服务满足各种客户的需求和利益。横向电子商务市场模式是否会成功还有待于观察。总的来说，任一横向市场迎合太多产业就有危险把自己铺展得太薄弱。横向电子市场可能低估了提供满足市场要求的服务所必需专业技能。

二、成功案例横向型网站的成功案例

是VerticalNet.com和TradeOut.com。VerticalNet.com目前为包括能源、油漆、废料、食品业在内的40个行业的厂商提供网上信息中介服务。VerticalNet有自己独特的横向电子商务市场模型。尽管其名称似乎表示又深又窄的集中点，实际上VerticalNet是一个40家纵向电子商务市场的集合体，这些纵向市场包括来自通信设备、环境服务、食品业和医疗保健业这样一些范围广泛的传统行业。VerticalNet最初是一个商业杂志。从开始上网该公司就分派具有专业知识的编辑去维护其各个纵向社团。VerticalNet的观点是，“不断成功的关键在于来自各个领域里的专业人员所搜集的有价值的内容丰富的信息。”该公司力求使每个站点都成为其重要的商务资源。与VerticalNet社团聚合的模式相比，TradeOut.com提供了一种更为一体化的、同样服务于多种行业的电子商务市场模型。TradeOut.com主持对过量库存货品交易的拍卖。不像VerticalNet的模型那样按纵向社团或纵向行业而分别服务

，TradeOut.com根据产品分类提供服务。与VerticalNet.com类似，TradeOut.com也依靠经过培训的有很深专业知识的职员。为了有效的组织拍卖，TradeOut.com需要了解正在出售的物品的特性，以及潜在的买主和卖主。尽管纵向型网站比横向型网站更多，仍然出现了不少比较成功的横向型网站，其中包括Asian Sources Online，B2Bgalaxy，BizBuyer等等。纵向型网站的成功案例有Estee.com、PlasticNet.com、CattleOfferings.com等。Estee.com从事钢铁行业，PlasticNet.com则致力于塑料业厂商的信息中介服务，以提取交易费（5% - 10%）为主要收入来源。目前日参观人数达90,000名，98年其交易额增长了3倍，99则增长了5倍之多。CattleOfferings.com可以说是纵向电子商务市场的一个典范，该网站为农业综合企业提供服务。该网站为包括经济农作物、畜牧、化肥、饲料、干草以及农场等各类商品提供一系列的网上拍卖。此外CattleOfferings.com还出售多种内容的数据库，这些数据库包括牲畜配种、饲料谷物以及不动产的详细内容。CattleOfferings.com相当于创办了一个美国乡镇社团，提供各种每日每周新闻的集市，如母牛新闻（COW. News），牛奶新闻（Dairy News），牛肉新闻（Beef News），USDA（美国农业部）报告和USDA市场新闻。而且该网站向那些最大的农业供应商提供广告业务，如Gemplers，the American Beef Association以及John Deere。

三、横向型与纵向型电子商务市场比较纵向电子商务市场专业性强。如果充分挖掘其商业潜力，需要精通专业知识的高级人才，人力方面的投入很大。典型的纵向电子商务市场创办者都有丰富的行业经验，对所从事的行业非常了解，能够准确地把握市场需

求情况，并作出正确的反应。纵向电子商务市场吸引的是特定的、很小范围的高级客户，也就是说，纵向电子商务市场客户更为集中，他们往往是一个团体，吸引那些忠诚的回头客。因此，纵向电子市场的用户很有价值，他们具有极高的经济潜力，是真正能产生利润的买家和卖家。因此，销售商和广告商为吸引他们的注意力而有所付出是值得的。与之相比，横向电子商务市场是各种行业的集合，这种多样化既是一种优势也是一种潜在的限制。因为他们服务于多种行业，所以通常会得到更多的收益机会。多样化减少了风险，如果商务模式不断改进，就会获得更多的商业机会。然而，如果横向电子市场试图让各种行业都在这里获得一步到位

（one-stop）的服务，就会面临严重的挑战，因为需要做太多的工作以让其内容、产品以及业务满足广大客户的需求和利益；这简直是对着消防水龙头喝水！横向电子商务市场需要面对铺得太开而削弱自己的风险，以及低估了满足用户要求所必须的专业技能的可能。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