

电子商务综合考试辅导：小谈电子商务 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__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_65268.htm

网络业中普遍有一种共识，即电子商务真正的潜力在于btob业务，而不是btoc业务。关于btob业务成长的可能性，各方面作了大量的数字预测，似乎前景无限光明，但其实它也不过反映了一个现实：在网下交易中，btob业务同btoc业务本来就不在同一个数量级上。网络营销机会均等?这一神话的含义是，小公司可以同大公司在同一起跑线上展开竞争。除了少数几个有名的例外，比如亚马逊，电子商务中的大玩家几乎都是大公司，那些想在网络营销方面取得成功的企业需要市场影响力、品牌认知度和规模经济来帮助它们完成后端的工作，服务于客户。更重要的是，网络营销活动需要大量的资本，这也就是许多小公司互相寻求合并的原因。另外一条道路是，它们被强大的竞争对手所购并。随着互联网的发展，一个事实得到了充分的证明：规模决定一切。规模不仅是指有形资产的大小，而且也包含品牌力量的强弱以及客户信任度的高低。从理论上讲，任何人都可以进入电子商务中的任一市场，但是，网络并没有改变企业赢得可信度的方式和方法。你必须在市场上有良好的表现。机会均等神话的另一个含义是，网络为小企业发放了迅速进入全球市场的通行证。但有通行权是一回事，是否能在市场上占住脚是另一回事。实体世界中的那些大型企业在拓展海外市场方面拥有巨大的优势，无论是波音公司，柯达公司，还是百事可乐公司，如果它们让海外的分支机构充分运用网络营销的手段，小公司很难与其匹敌。不错，从

事电子商务的壁垒并不很高，但如果想要成为客户的首选，壁垒则非常地高。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