

# 实验一：国内外主流电子商务公司业务模式分析

---

3170102492 夏豪诚 & 3170101249 姜鹤群

## Part1 电子商务公司业务分析

B2B

---

阿里巴巴

### 服务对象

- 实力商家(工厂型与品牌型二选一即可)
  - 工厂型：注册资金50万+800平方以上 厂房+50人以上工人
  - 品牌型：注册资金50万+品牌商标证书（TM大于6个月或者品牌代理）
- 供应商
  - 在阿里巴巴进行登记注册，商品与交易管理，推广引流，在旺铺进行管理。
- 买家
  - 公司与个人皆可

### 商业模式

- 阿里巴巴模式：网上交易，网下配送。
- 属于B2B模式中的综合型，综合型网站，提供综合型服务的第三方电子商务平台，其服务领域基本涵盖了整个行业，在广度上下功夫

## 慧聪网

### 服务对象

- 慧聪的主业以分类商情广告为主，服务对象基本上是企业，十多年的时间也积累了大量的企业客户。

### 商业模式

- 属于B2B模式中的垂直型，属于垂直型网站中的聚合多个细分单一行业
- 在将用户进行行业属性细分的基础之上,实现供求关系的匹配。以产业聚集为导向的模式,更有利于发挥规模效应,以此降低采买成本。
- 盈利模式：慧聪网主要收入来源是其核心电子商务产品“买卖通”会员服务，该产品整合了网络商铺、求购信息匹配、诚信认证、商机搜索排名推广、行业专属推广等 多项专业服务为企业用户提供全方位的网络营销服务。

## 中国化工网

### 服务对象

- 作为小批量专用化学品B2B第三方交易平台，在服务对象上，主要服务于中小型化学研发实验室、精细化工厂、高校和科研院所、品牌试剂商和CRO、CMO公司，因小批量化学品具备多步合成的特点，所以行业价值链呈现网状分布。

### 商业模式

- 属于B2B模式中的垂直型，属于垂直型网站中的细分行业的B2B网站
- 在将用户进行行业属性细分的基础之上,实现供求关系的匹配。以产业聚集为导向的模式,更有利于发挥规模效应,以此降低采买成本。

## B2C

## 天猫商城

### 服务对象

- 服务的主要对象为大型卖家和部分品牌卖家或者授权卖家
- 主要服务对象包含了教育商城、摩托罗拉、耐克、阿迪达斯等世界知名品牌的代理商和经销商

### 商业模式

- 提供B2C平台
- 商城定位：天猫商城旨在依托淘宝网优势资源，整合上万家品牌商、生产商，为商家提供电子商务整体解决方案，为消费者打造网购一站式的服务，力争将以淘宝网为主的消费者平台升级为“无处不在”的供需双赢的消费平台。
- 商城业务系统研究：猫商城构筑店铺展示系统、信用评价体系、商家成长机制、即时沟通工具、商品编码系统、API平台开放系统、正品保障机制、SNS社区和淘江湖系统、支付体系等八大机制体系，构建电子商务网络购物生态圈，为商家提供电子商务整体解决方案，为消费者打造一站式的购物体验平台。

## 京东商城

### 服务对象

- 服务的主要对象为大型卖家和部分品牌卖家或者授权卖家
- 主要服务对象包含了教育商城、摩托罗拉、耐克、阿迪达斯等世界知名品牌的代理商和经销商

### 商业模式

- 提供B2C平台和自主创业
- 业务模式：提供了灵活多样的商品展示空间，消费者查询、购物都将不受时间和地域的限制。依托多年打造的庞大物流体系，消费者充分享受了“足不出户，坐享其成”的便捷。

## C2C

## 易趣网

### 服务对象

- 易趣采用的运作模式是通过为买卖双方搭建拍卖平台，并提供平台方便个人在上面开店铺，以会员制的方式收费。给商家和消费者提供了一个交易平台。易趣不仅提供新品的买卖，更提供成熟的二手货交易平台。易趣秉承帮助几乎任何人在任何地方能实现任何交易的宗旨，不仅为卖家提供了一个网上创业、实现自我价值的舞台，品种繁多、价廉物美的商品资源，也给广大买家带来了全新的购物体验。
- 易趣的服务对象为全球有交易需要的网络用户，注重平台的搭建，采用会员制，向卖家收取商品登录费，以商品最低成交价为计费基数，并在每次交易成功之后，收取相应佣金也就是交易服务费，价格按每件商品在网上成交金额的0.25%到2%收取，如果为实际成交则不收取。
- 海外代购是易趣较为成功的一项服务，提供美国代购、英国代购、EBay代购等众多海外国家的代购服务，汇集来自eBay和海外官网的海量商品，免费代购咨询，完善的代购服务吸引了众多的消费者。

### 商业模式

- 易趣面向的是全球市场，提供的是一个全球商品流通的平台
- 易趣的经营理念是“帮助地球上任何人完成任意商品的买卖交易”

- eBay易趣的首页简洁素雅，具备大型网站的布局特点，色彩的基调使用的是偏中性，感觉适合的人群面较广。
- 易趣强调的是一种全能型，即为全球各地有需要的人提供一个方便的交易平台。

## 淘宝

### 服务对象

- 淘宝网是典型的C2C电子商务模式，实行用户对用户的交易模式。
- 淘宝采取会员管理制度，用户通过虚拟的会员名、e-mail进行注册：填写信息→激活账号→注册成功。为了防止恶意注册设定校验码程序，激活程序有两种方法：email和手机（一个手机号只能激活一个用户账号）。用激活的用户账号登录集买家、卖家管理和交易工具于一体的“我的淘宝”网页，就可以选择购买宝贝了，还可以发布求购信息让卖家找上门来。卖家发布商品，可以根据其信用情况采用“一口价”、单件拍卖、“荷兰拍”等方式。

### 商业模式

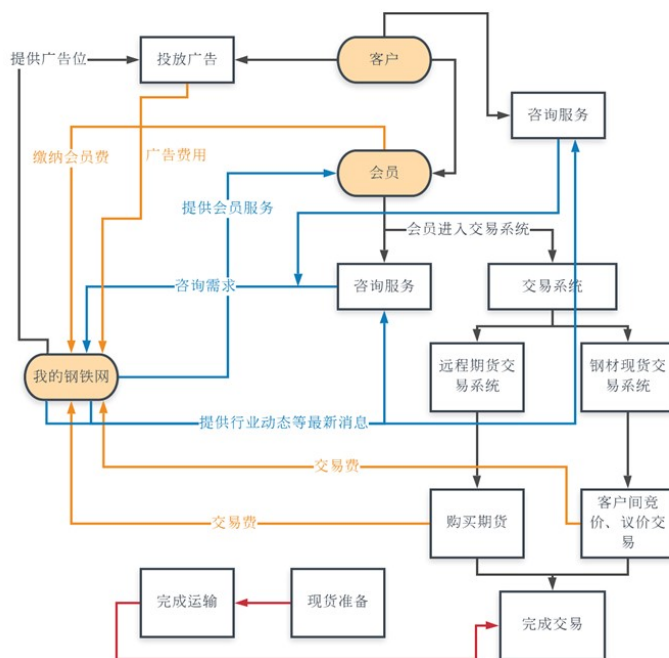
- 淘宝网目前主要针对中国市场，具有明显的中国本土化特点，可以进行“讨价还价”的阿里旺旺就是明显的代表。
- 淘宝的首页则采取了非常具备亲和力的方式来讨好人，多处运用了暖系色彩，eBay易趣的首页简洁素雅，具备大型网站的布局特点，色彩的基调使用的是偏中性，感觉适合的人群面较广。
- 淘宝的经营理念是“淘！我喜欢”，可见淘宝更强调的是一种随意自由性，为卖家和买家提供最大最安全的空间自由买卖，没有很多费用上的要求和限制。
- 淘宝采取了更加人性化的经营策略和管理方式，最初不以盈利为主要目的，而是以“免费”策略吸引用户迅速扩大市场占有率，不断推出便利服务来建立消费者对它的忠诚度。

## Part2 不同模式公司的业务流程图

### 1 我的钢铁网

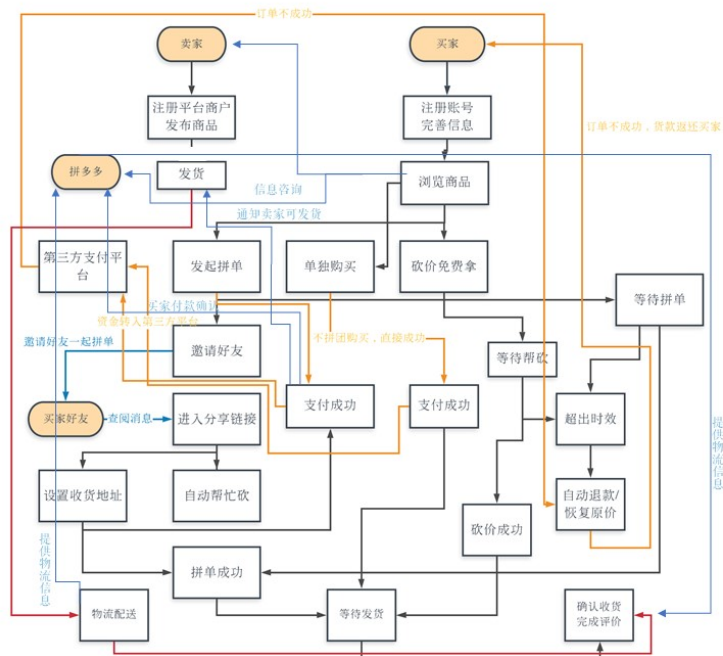
商业模式简述：以钢铁行业数据资讯服务为主的行业电子商务模式

信息流  
资金流  
物资流



商业模式简述：依赖于网络社交模式，以团购低价为主的综合行业电子商务模式

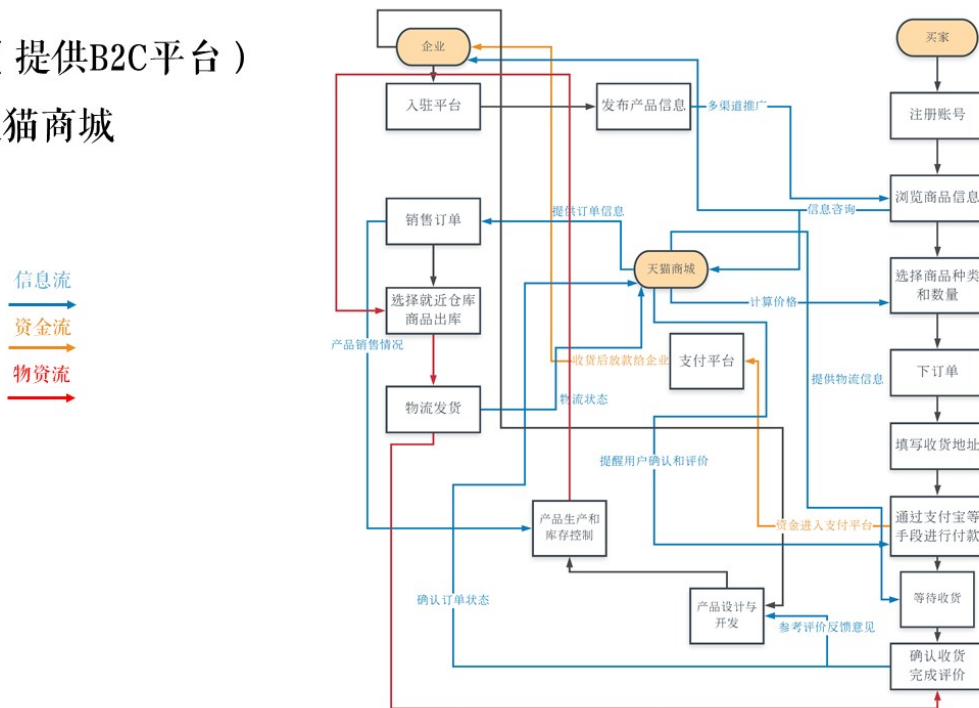
社交电商类  
拼多多



### 3 天猫商城

商业模式简述：直接面向消费者销售产品和服务商业零售模式的整合数千家品牌商、生产商，为商家和消费者之间提供一站式解决方案的B2C电子商务模式

#### B2C类（提供B2C平台） 天猫商城



### 4 滴滴出行

商业模式简述：将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的平台的电子商务模式

(\*打车属于出行服务,并没有实际产品交付,故在流程图中无物资流)



## 小额外贸为主的B2B 贝通网



商业模式简述：搭建基于优质内容收费和CPM的视频分享平台实现盈利的电子商务模式

## 视频类 优酷

