

电子商务系统结构

实验一

蒋仕彪3170102587

叶梓成3160103785

September 21, 2019

1 探究问题

1. 了解国内外主流电子商务公司的业务模式，分析并比较同类公司的运营业务差异（服务对象、商业模式）。
2. 画出不同模式公司的业务流程图（信息流、资金流、物流……）（每人至少3家公司）。

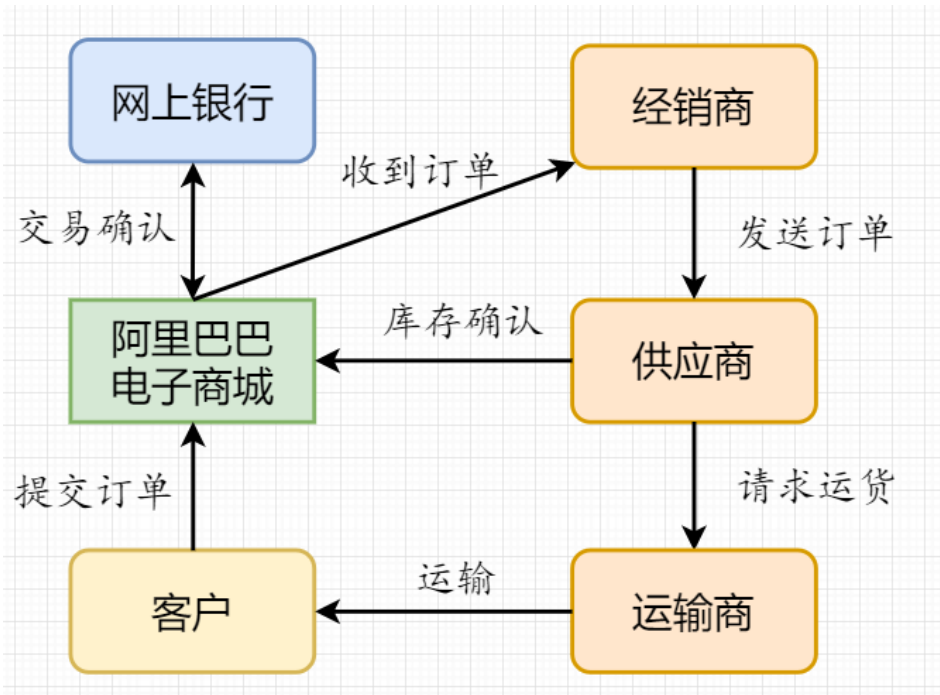
2 阿里巴巴和淘宝

2.1 阿里巴巴业务模式分析

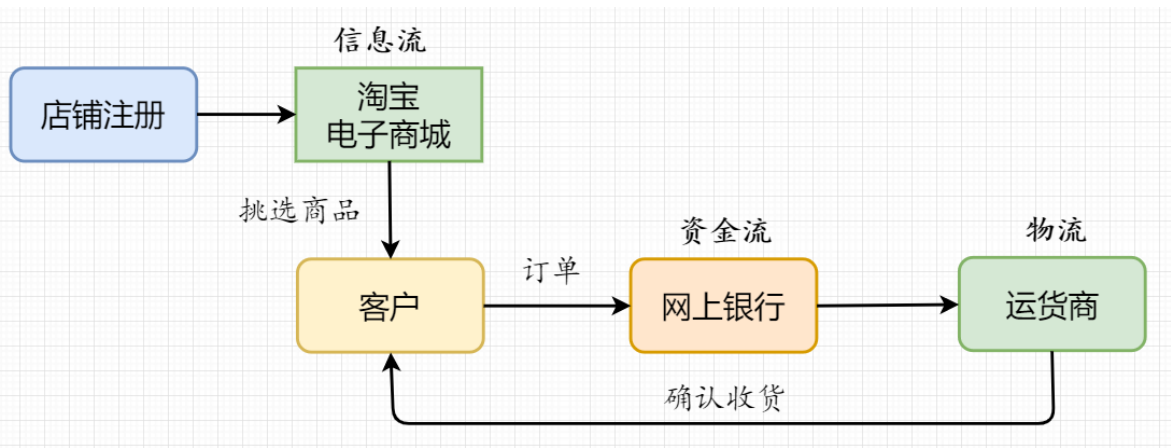
阿里巴巴其已经形成了一个通过自有电商平台沉积以及UC、高德地图、企业微博等端口导流，围绕电商核心业务及支撑电商体系的金融业务，以及配套的本地生活服务、健康医疗等，囊括游戏、视频、音乐等泛娱乐业务和智能终端业务的完整商业生态圈。这一商业生态圈的核心是数据及流量共享，基础是营销服务及云服务，有效数据的整合抓手是支付宝。阿里巴巴的电商主要分为两块：

- 阿里巴巴(1688.com)批发网。这是全球企业间(B2B)电子商务的著名品牌，主要面向生产环节的资源交易和生产商-销售商环节的交易，为天下网商提供海量商机信息和便捷安全的在线交易市场。
- 淘宝网和天猫网。淘宝网主要是面向销售商和消费者的交易，或者生产者自己承担销售的角色与消费者进行的交易(B(C)2C)。值得注意的是，为了提高销售商的质量水平，阿里后来又专门成立了一个天猫商城，入驻的大多是品牌旗舰店而非个体用户。

2.2 阿里巴巴（BtoB）业务模式图



2.3 淘宝（B2C,C2C）业务模式图



2.4 淘宝和京东的横向比较

淘宝和京东是中国最大的两家B(C)2C公司，但是它们的业务模式也有微小的差别。

- 先从商业模式来看，京东是价值链整合模式，淘宝是开放平台模式。价值链整合模式以产品流管理为战略核心，以现金流管理为系统支持，以信息流管理为资源的整合方法，形成纵向一体化的在线零售业态，具有业务闭环、平台开放

和长期边际收益递增的特点。而开放平台模式是以向买卖双方提供在线交易机会和条件为目标，以在线交易平台规模化收益管理为战略核心的在线零售业态，其特征可以概括为搭建平台、招商引资、扩大规模并形成商业壁垒。总的来说，淘宝在信息流和现金流方面先行一步，而在产品流方面，不论从商品品质、价格保障、配送速度和售后服务方面，京东的优势都比较明显，尤其是在高客单价的3C类产品领域。

- 再从**盈利模式**来看，除去广告和服务费，京东自营电商，自买自卖，赚取差价，以低价甚至牺牲毛利率的方式来获得大规模销量，从而获得利润和更为重要的现金流。而淘宝本身并不参与商品的销售和服务，商品的销售、配送和售后服务均由卖家自己负责，从而大大降低了商城的配送和售后服务成本，再加上有同为阿里系的支付宝作为支付结算工具，淘宝的盈利能力和对资金流的把控能力显然更为出色。
- 物流体系在电商业务体系中占据非常重要的地位，从**物流配送**来看，京东和淘宝采取完全不同的物流配送模式。京东是完全自己建立仓储、物流配送系统，采取分布式库存管理，提前把各供应商库存汇集到各区域，订单产生后快速配送。淘宝是完全依赖于第三方物流配送，采取集约式库存管理，订单产生后由快递完成各商家在各区域汇集，然后配送。前者模式较重，花费高但用户体验好，后者模式轻，花费低但用户体验无法掌控。针对各自的缺陷，京东采取了开放自建物流的方式来摊薄成本；阿里则通过菜鸟网络实现对第三方物流的资源整合，卖家使用菜鸟分布在全国各地的仓库，统一发货，统仓统配，节省了物流时间，提升了物流效率。

从上面的分析可以看出，淘宝和京东各自采取了差异化的发展策略，可以说差别是多方面的，而这也帮助二者通过确立自身特有优势建立了商业壁垒，实现了长足发展。

3 ebay

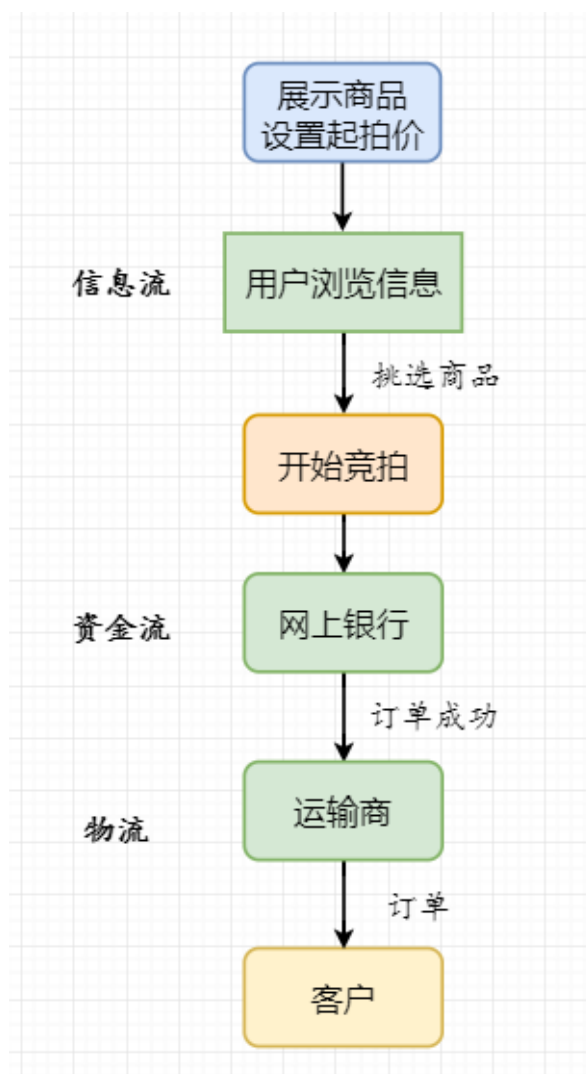
3.1 ebay业务模式分析

eBayEBAY，中文电子湾、亿贝、易贝）是一个管理可让全球民众上网买卖物品的线上拍卖及购物网站。

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。

3.2 ebay业务模式图



3.3 ebay和淘宝的比较

- 面向对象。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；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。
- 对外包装。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。虽然总体布局上两者相差不甚远，但是淘宝的感觉是：亲切、贴心。

- 经营理念与经营策略。淘宝的经营理念是“淘！我喜欢”，而易趣的则是“帮助地球上任何人完成任意商品的买卖交易”，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。而易趣强调的是一种全能型，即为全球各地有需要的人。
- 物流方式。与淘宝合作的主要为国内的物流公司，由于中国的物流业发展远不如美国成熟，淘宝物流的准确性，安全性，及时性方面，相较于eBay都比较弱，消费者的不满意反馈也主要集中在对快递的不满意方面。而易趣选择的第三方物流一般是国际知名的物流公司，其网络覆盖面广，服务质量好，送货速度快，因此易趣给卖家提供的物流服务效率更高，服务更专业化。

4 亚马逊

4.1 亚马逊业务模式简介

亚马逊经常被誉为世界上最大的在线零售商，凭的是其的多元化，以多种形式的商业模式运营。公司不仅直接销售商品。通过亚马逊的网上店面向买家提供了一小部分产品，并将库存存放在公司大型仓库中。大多数消费者访问该公司的网站，其产品较便宜，随时可购买和运输。除此之外，亚马逊还为其他零售商提供了向买家销售产品的平台。通过亚马逊的合作伙伴零售商销售的产品通常是较不常见的商品或采购价格较高的产品，从而允许亚马逊拥有避免削减自身利润的可能性。虽然亚马逊不会对其零售商合作伙伴列出要出售物品的费用进行评估，但该公司确实保留了部分销售价格作为佣金。

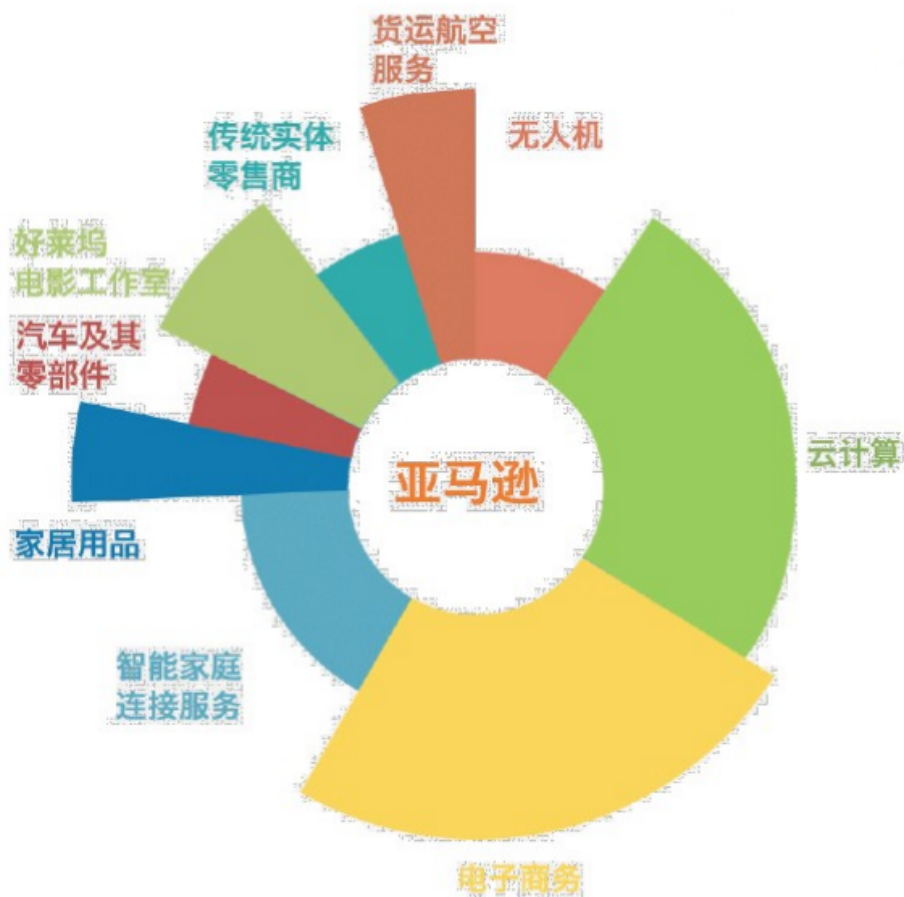
4.2 亚马逊和淘宝、京东的比较

开京东店铺前期需要交不菲的保证金，京东的保证金是根据具体的类目来定的，一般有3万元，5万元，6万元，和10万元，这几种额度，比如服装类一般就是3万，水果蔬菜，营养保健类一般就是5万，数码配件类一般就是6万，数码相机，钟表，白酒类，一般就是10万保证金，类目不同需要缴纳的保证金金额不同。

淘宝发展至今，各方面都已经完善，无论是规则体系还是市场饱和度，其优势相对于拼多多来说只是平台更大，更老。并且淘宝上也存在刷单或者是不法商家的现象。所以如果你有足够的资金，还不如去做京东店群，但是一家京东店铺五万，十家就是五十万，对于普通人来说不是一笔小数目。

同样作为B2C模式，同样是为产品和消费者直接牵线搭桥，亚马逊和淘宝、京东相似，同样为商家提供出租店铺、卖流量、租赁仓库、物流、资金支付等服务。亚

亚马逊是一个以产品运营和买家体验为核心的平台，对于产品的质量要求十分严格，相对于淘宝、拼多多购物更加的安全；其次，亚马逊店铺前期不需要自己推广引流，没有客服的存在，成本就会相对减少很多；亚马逊店群不需要囤货、备货，避免季节性原因或是其他原因引起的库存积压的问题，适合新手入驻。



值得注意的是，电子商务只是亚马逊的业务之一。别的业务整合，也会对电子商务起到一定的促进作用。