

电子商务综合辅导:中国B2C的发展和机会 PDF转换可能丢失
图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/473/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c67_473291.htm

在电子商务领域，B2B和C2C的发展已经是渐入佳境，发展迅猛并且备受关注。而B2C却一直被视为前景不甚明朗的一个业务。过去几年，几乎没有听到什么B2C的大手笔。B2C没有前途了吗？相信在大多数的IT从业人员中，B2C没有前景（钱景）已经是一个共识。这里存在这一个很有意思的现象，电子商务是因INTERNET发展而带动起来的，但她和以往的任何一次商业变革不一样的地方，是她的推动主体，传统商业变革是因科技发展引起，之后由传统产商推动；而电子商务在中国，同样因科技变革引发，但推动主体却是IT产商。IT产商不仅仅从电子技术层面推动，而且直接介入了商务层面，非常典型的象阿里吧吧，她是一个IT产商，却由她带动外贸企业做出口贸易，难道她比传统外贸企业更懂贸易吗？分析这种现象的本质，我归纳了几点：1、电子商务的某些业务，比如B2B、C2C，因网络化带来的变革冲击太大，大到仅仅提供技术工具就可以迅速提升竞争力，因此，IT产商有推动并且壮大的基础，他们通过提供工具即可主导电子商务，之后通过良好的运作逐步的补充其在商务方面的经验，并最终成为一个标准的电子和商务的综合企业。其特点是精通电子，了解互联网商务。2、传统贸易商对电子（互联网技术或者工具）的认知障碍造成传统贸易商无法操作或者不敢投入电子商务。许多传统贸易商知道网络好，但好到什么程度？怎么作才最好？对其发展战略是否具备重要的意义？等等等等，

其实答案是模糊的，不清晰和明确的。所以网络上才会充斥着为数众多的企业网站，多数内容匮乏，仅仅是张名片。总结这两个要素，我们会发现，因为存在“电子”门槛，目前中国电子商务的主体是IT产商。而在最为适合IT主体推动的电子商务的B2B、C2C领域，已经有大量的风投在介入，同时也产生了类似阿里爸爸这样的大规模电子商务企业。但随着整个产业发展、教育普及，“电子”门槛将在未来逐步消失，而到了那个时候，传统的商贸企业，将大步跨入电子商务领域，成为引导中国电子商务的主力军，这是电子商业发展的必然现象。而象阿里爸爸这种以为“电子”作为切入点的电子商务企业，也将随着企业壮大、商贸经验的累积，而演变的更象一个传统贸易企业（或传统贸易服务企业）。根据现在的发展态势，在传统企业介入电子商务领域时，B2C将是一个最有机会的业务领域。因此，我认为由传统产商主导而非IT公司主导将是B2C在中国崛起的一个重要标志。大量的传统贸易企业将视网上贸易为其战略发展的重要组成，将采用和传统项目相当的投入规模、资源、组织来运作电子商务项目。同时，网络贸易将为这些企业带来丰厚的回报，而具有较大知名度的网上品牌、网上企业也将出现。以上是我对B2C在中国发展的理解，那机会在哪里呢？机会就在现在！在IT产商商务经验积累善未完成、传统贸易企业电子经验累计刚刚开始的时候。由传统贸易企业发起的，整合了专业电子营销人才的、投入规模较大、资源完整、目标明确的B2C项目。将产生巨大的经济效益，而遇见的竞争将十分的微弱。传统贸易企业利用其良好的供应链优势，结合其传统贸易经验，加上专业的网络营销策划和推广。11将等于x

！ 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