

基于实体店铺的B2C几点思考分析电子商务师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E5_9F_BA_E4_BA_8E_E5_AE_9E_E4_c40_645190.htm

一、B2C电子商务概述以及前景展望 B2C电子商务是按交易对象划分的一种电子商务模式，即表示商业企业对消费者的电子商务，具体是指通过信息网络以电子数据信息流通的方式实现企业或商业机构与消费者之间的各种商务活动，是消费者利用互联网直接参与经济活动的形式。这种形式的电子商务一般以网络零售业为主，主要借助于互联网开展在线销售活动。著名的亚马逊就是属于这种站点。毫无疑问，B2C是传统企业切入电子商务的最直接最容易体现效益的方式。PPG、红孩子、京东商城这些成立只有短短几年时间的互联网B2C企业的火爆，不仅引爆了整个B2C领域，更让众多传统商家按耐不住纷纷跟进。2007年的IT圈里，电子商务已经成为了最为关注的话题之一。

二、基于实体店铺的B2C电子商务的可行性 网上购物已风行许久，其模式也颇多，但无论是哪种交易模式，买家和卖家都会有不同程度的担忧，买方会不会收到货迟迟不付款？卖方收到钱不发货？或者发的货不是我期望的品质？商品有问题如何退换货？电子商务的便利性不言而喻，但其存在的安全性,以及退换货物的方便性一直倍受质疑，网络诈骗和钓鱼网站屡见不鲜，网络购物纠纷各执一词，无论B2C还是C2C，诚信安全问题和售后服务问题都是扼制其成长的关键因素。第三方支付和身份认证只能解决部分问题，而对其中一些问题就显得有些勉为其难了，比如商品退换货的运费问题，商品的售后服务，涉及到物流快递公司的三方交易

纠纷，消费者受骗后的赔付问题等等。来自中国互联网信息中心的调查数据显示，我国经历过网上购物的用户中有近60%的比例认为“目前网上交易存在的最大问题”是商品的品质和卖家的诚信，其在B2C电子商务发展的影响因素中位列第一，要远远高于紧跟其后的用户对支付(比例约为10%)和配送的担心(比例约为9%)。由此可以看出国内消费者对网上商家信誉、对商品质量的顾虑仍然是B2C电子商务所面临的一大难题，而难题背后隐藏的是B2C电子商务中的信息不对称所引发的逆向选择和道德风险问题。基于实体店铺的B2C电子商务一定程度的解决了这个问题。因此，B2C未来的发展空间很大。在实际的运作中，很多消费者更喜欢选择有实体店铺的B2C网站，不仅仅是本地消费者认为，异地的消费者也这样认为，他们普遍认为有实体店铺的B2C网站的可信度更高，更值得他们去购买。

三、基于实体店铺的B2C电子商务的具体操作管理

1. 采购商品优势

对于需要采购商品和原料的企业来讲，开展B2C电子商务能够同时从网上和网下采购原料和商品，通过网络，B2C企业总能找到最廉价和快捷的进货渠道，而且由于有实体店铺的支撑，企业在运作上更加得心应手。

2. 销售双管齐下

网络销售给企业增加了新的销售途径，可以使原本单一的销售途径变得更加丰富，许多实体店铺销售比较好的企业在网络的销售情况也同样火爆。在淘宝网，一些拥有实体店铺的手机销售商一个月的网络销售额能达到几十万元之多。通过网络和传统渠道来销售，可以通过网络的宣传给企业的实体店铺带来业务，同时实体店铺也能给网上销售增加可信度，毕竟在实际经营中，通过网络而来的消费者更希望这个网站是基于实体店铺的，他们

在选购商品时，就会更加放心。

3.广告互相影响和支付方式多样化

在广告宣传方面，网络广告和店铺的实体宣传可以互相影响，从而互相印证，增加广告的真实程度。从而让广告的效果更好。网络广告受众面比传统广告窄，但目标顾客多，广告针对性强，价格相对便宜；传统广告受众面宽，但目标顾客有限，广告针对性不强，价格也比较贵。二者结合起来推广企业的产品能达到一个非常好的效果。

在支付方面，基于实体店铺的B2C电子商务比传统的更丰富，可以借助第三方支付，网上银行直接支付、电话支付和手机支付等新的支付手段，当然银行转账汇款，邮局汇款也可以，甚至货到付款、物流代收货款和当面交易也可以。这对习惯于网上寻找商品，网下当面交易的消费者来讲更加让他们乐于进行网上购物。

四、商品配送和售后服务互相支持

基于实体店铺的B2C电子商务在商品配送上，可以把网上销售的商品通过本地的实体店铺来进行配送，这样既加快了订单响应速度，又节省了费用。同时可以把通过网络销售所产生的有质量问题的商品，通过实体店铺这样一个传统渠道来解决，例如在网上卖的不合格的、有质量问题的产品可以通过实体店铺来负责调换，这样就大大便利了消费者。同时在配送这一块，基于实体店铺的B2C电子商务从两个方面解决这个问题：第一，可以通过提供多种配送模式和时间的办法，争取需求量较小，但时间偏好强烈的客户。第二，可以学习国外B2C网站的经验，对不同配送时间要求的顾客收取不同的费用，满足顾客不同层次的需求。此外在货物的物流运作方面、客户服务方面、销售商沟通方面，基于实体店铺的B2C电子商务都很好的结合了传统商务和电子商务二者的优点，节省了费

用，提高了效率。五、对B2C电子商务的建议和看法

1. B2C电子商务优势未被充分发掘出来 B2C电子商务的交易额和我们国家数万亿的消费品零售市场相比的话，几乎可以是忽略不计的。B2C电子商务和传统的商业流通领域相比来说有很多优势，当然B2C电子商务也有劣势。但是B2C电子商务整体市场规模如此小，和我们目前的B2C产业对电子商务的优势没有做充分挖掘是有一定关系的。在服务品质方面，本该是B2C领先于C2C，但现实中这一点也没有体现出来。如果B2C电子商务领域里是由卓越、当当和淘宝担当主要角色，那么无论是品牌、诚信、物流配送、供应链整合、售后服务、区域采购等问题将永远无法解决。中国的B2C乃至整个的网络购物，真正要发展壮大，必须让传统企业大规模进入。

2. 订单响应问题和物流配送影响了网上消费市场的培育

在商业流通完全成熟的市场里面早就有了这样的定论，40%的竞争能力应该在于补货能力。长期以来，我们的B2C产业一直认为自己是互联网企业，其实从本质来讲应该是商业零售企业，他们在订单响应速度上有问题，这在很大程度上扼杀了消费者参与网上购物的热情。同时我国比较落后的物流配送水平也制约了B2C电子商务的发展，绝大部分B2C商家都没有与第三方物流建立完善长期的合作关系，缺乏规模优势，无法利用信息技术来提高物流效率，降低物流成本，本该比起C2C应成为优势的物流效率和物流成本没有体现出来，有时还因为企业自身的问题，变为了劣势。国内快递业主要是EMS，民营快递公司不是覆盖范围有限，就是服务和速度差强人意，而国外物流公司如UPS、FEDEX、DHL、TNT等在国内市场上也暂时无法同EMS抗衡，从而限制了国内B2C电

子商务市场的进一步发展。我们经常听到消费者抱怨收货时间太长，定的货物张冠李戴，更严重的是货物丢失甚至损毁。

3.B2C电子商务信誉问题和支付问题 B2C的信誉问题和支付问题一直困扰着它的发展，本文认为，普及信誉制度的建设和企业诚信的评估，支付方式在多样性和方便性上进一步提高，网络安全技术的推广应用等措施有利于解决这样的问题。比如网络监管部门和工商部门对从事网上交易的企业进行定时的相关核查和备案，其实质是通过考查企业的履约能力和诚信档案以确保交易的安全。在交易双方互不照面的B2C电子商务中，完善的信用评价制度，能使消费者通过查询企业的信用评价，促进信息的对称性，从而规避信用风险。支付方式上大力推广第三方支付，电话支付，手机支付等新的支付方式，当然也可以采用货到付款和物流代收货款的方式。支付方式的多样性和广泛性，让消费者在支付问题上能够恰当的选择适合自己的支付方式。消费者个人也应学习各种网络安全知识，避免病毒木马、网络诈骗、钓鱼网站等给自己带来损失，毕竟网络安全离不开消费者自己对它的重视。

4.B2C电子商务产业与传统产业一定会走向融合和发展之路 实际上现在已经呈现出了这样的发展趋势，有很多传统商业流通企业里面的经营人才，跳到B2C电子商务企业里面，担任重要职务，而B2C电子商务里面有很多互联网IT精英，也跳到了传统商业企业里面，帮他们经营网站。这样对于电子商务在传统企业的普及有推动作用，同时电子商务企业也吸取了不少传统企业的经营方法和理念。从这个角度来看，二者有互相融合的趋势。传统产业和B2C电子商务结合的成功例子很多。PPG服装的成功就很好的说明了这个问题。综上所述

，B2C电子商务前景很光明，尤其是基于实体店铺的B2C电子商务更代表了B2C电子商务未来发展的一个趋势。可以预言，由传统企业延伸过来的电子商务公司和互联网中成长起来的中小网商将会是未来中国电子商务发展的核心力量。

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