

## 颠覆亚马逊模式 阿里巴巴高调推出全新 B2C

北京时间 5 月 10 日 阿里巴巴集团宣布，依托亚洲领先的网上购物平台淘宝网，正式推出全新 B2C（企业对个人）业务。

“此次阿里巴巴酝酿已久的 B2C 全新模式，将依托阿里巴巴和淘宝网强大的人气、可靠的支付体系及诚信大社区，把电子商务模式真正还原给企业和商人、把利润还给制造商，从而提升企业活力和创造力，最终让更为庞大的消费群体获益。” 淘宝网总经理孙彤宇说。

孙彤宇指出，近 10 年来，旧有 B2C 模式坎坷跌宕，鲜见成效；而同时，中国的制造企业群又普遍陷入了利润渐薄、创新乏力的困境。他表示，淘宝 B2C 新模式迥异于以亚马逊为代表的传统 B2C 模式。“传统 B2C 模式的赢利模式在于压低生产商的价格，进而在采购价与销售价之间赚取差价。而新的 B2C 模式将帮助商家直接充当卖方角色，把商家直接推到与消费者面对面地前台，让生产商获得更多的利润，将更多的资金投入 to 技术和产品创新上，最终让最广大的消费者获益。

“淘宝网全新 B2C 模式的目的是帮助厂商赚钱，帮消费者省钱，最大限度压缩中间环节成本，最终达到厂商和消费者双双受益的结果。” 孙彤宇说。

据悉，目前，已有摩托罗拉、诺基亚、海尔、联想、长城电脑、爱国者、李宁、阿迪达斯、佐丹奴、UT 斯达康、苹果 iPod 等厂商都在淘宝上开设了专门的网上店铺，而华硕电脑、迪斯尼家电、马克华菲等厂商还专门为淘宝的 B2C 平台推出了定制产品。

分析人士指出，传统 B2C 模式的核心仍然是基于传统商务流程，而阿里巴巴的模式在此基础上的极大创新，让电子商务模式直接介入了企业流程，把电子商务的工具真正还给厂商，帮助他们在各个环节上省钱和赚钱。“如果利润空间也不大，很难说服企业进一步深入应用电子商务。” 孙彤宇认为，基于此种构想出台的新 B2C 模式，势必会受到诸多厂商的追捧。

传统 B2C 模式需投入巨资建立仓储、配送中心，中间成本极大，利润则仅可维持在 5%左右，而融合了 B2B 及 C2C 模式的淘宝 B2C 新模式则不存在物流、配送、支付等瓶颈，这使其未来无可限量。阿里巴巴 CEO 马云不大看好传统 B2C，他认为“即使美国有那么好的配送和物流基础，但是亚马逊只有 5%的利润。在中国，B2C 市场已经很成熟，但你看卓越、当当还是活得很辛苦，这说明这个模式有问题。”

事实上，早在几年前，阿里巴巴 CEO 马云就预言，“各种电子商务形态在未来都将融合，结合在一个大平台上运行。连通 B2B 和 C2C 平台之后，一种全新的 B2C 模式将会产生。”，从去年开始，按照马云的设想，阿里巴巴就开始尝试将阿里巴巴的买家和卖家引到淘宝，鼓励淘宝网的卖家去阿里巴巴进货，并把产品批发给下面的消费者，打通了 B2B 和 C2C 的界限。

孙彤宇表示，马云曾经表示，市场、支付、信用和搜索是电子商务的四大基础，如今阿里巴巴已经连续六年被福布斯评为全球最佳 B2B 公司，淘宝网在三年的时间内已经抢占中国市场 70%以上的份额，成为亚洲领先的购物网站；旗下支付宝已普及至 10 余万家网上商店使用，日交易 15 万笔，成为国内应用最广泛最安全的网络支付工具；阿里巴巴和淘宝网自成立以来就致力于诚信社区建设，极大的促进和保障了电子商务的高速发展，而雅虎领先搜索的加入，将使阿里巴巴电子商务版图终致完美。

沃顿商学院认为，“庞大的网络、不断增加的买主和卖主，以及广泛的、极具实用性的物品，都让卖家只需要最少的营销成本。” 淘宝创新的 B2C 模式对企业来说，有助于其提高有效竞争力和利润。阿里巴巴 1000 多万企业会员以及淘宝所拥有的 2000 万个人会员，已经形成了巨大的消费能力，并将为众多客户提供一个广阔的未开辟的市场。通过在阿里巴巴新的 B2C 模式，企业能与消费者直接沟通，便于商家把握市场需求，及时调整思路，而且在线交易可以节省流通、人力等方面的耗费，直接面对中国目前 4000 余万网上购物者，而对于网上购物的人群来讲，他们将能够获得更加丰富和更加可信的商品，从而提高他们的购物体验。

目前淘宝上的主要网民集中于 18-35 岁的人群，他们追求时尚和个性，又有较高的消费能力，仅在去年可统计的消费金额就有 80 亿，今年有望突破 140 亿，相当于 280 个沃尔玛门店。巨大的消费能力，海量的商品信息，高度忠诚的消费群体，诚信

可靠的购物社区，以及安全快捷的支付方式，是其它的网上销售平台无法比拟的。

摩根斯坦利全球副总裁季卫东认为，“在互联网的商业模式中以产业为中心是最高的经营模式，阿里巴巴在 B2B、C2C、搜索及支付领域都有涉足，是以产业为中心的经营模式。”凭借占据国内 80%B2B 市场的阿里巴巴和 70%以上 C2C 市场淘宝网的领先优势和积累经验，阿里巴巴集团无疑是创造这种模式的不二人选，而这也才能真正体现互联网对于商务活动的巨大影响。

易观国际人士评价称，淘宝新 B2C 模式，从其表现来看实质是完全融合了 B 和 C 的 B2B2C 形式，而这也是整个电子商务的走向。整个供应链是一个从创造增值到价值变现的过程，阿里巴巴若能将从生产、分销到终端零售的资源进行全面整合，其必将大大增强服务能力，并获得高增值服务机会。记者获悉，家电行业的格兰仕、摩托车领域的隆鑫都已经在阿里巴巴上进行采购和销售，海尔更是已经在阿里巴巴采购并入驻淘宝。显然一旦机会成熟，所有的厂商完全可以将平台转移到淘宝，直接面向消费者。

2004 年马云表示“未来的电子商务，将没有 B2B 与 B2C 的界限，但是最大的好处是电子商务将像身边的自来水一样方便。”业内人士认为，阿里巴巴全新 B2C 模式推出后，势必刺激国内整体电子商务发展，成为整个行业的发展方向，而这也昭示着马云设想中的电子商务帝国初见规模。