

顛覆亞馬遜模式 阿里巴巴高調推出全新 B2C

北京時間 5 月 10 日 阿里巴巴集團宣佈，依托亞洲領先的網上購物平台淘寶網，正式推出全新 B2C（企業對個人）業務。

「此次阿里巴巴醞釀已久的 B2C 全新模式，將依托阿里巴巴和淘寶網強大的人氣、可靠的支付體系及誠信大社區，把電子商務模式真正還原給企業和商人、把利潤還給製造商，從而提升企業活力和創造力，最終讓更為龐大的消費群體獲益。」淘寶網總經理孫彤宇說。

孫彤宇指出，近 10 年來，舊有 B2C 模式坎坷跌宕，鮮見成效；而同時，中國的製造企業群又普遍陷入了利潤漸薄、創新乏力的困境。他表示，淘寶 B2C 新模式迥異於以亞馬遜為代表的傳統 B2C 模式。「傳統 B2C 模式的贏利模式在於壓低生產商的價格，進而在採購價與銷售價之間賺取差價。而新的 B2C 模式將幫助商家直接充當賣方角色，把商家直接推到與消費者面對面地前台，讓生產商獲得更多的利潤，將更多的資金投入到技術和產品創新上，最終讓最廣大的消費者獲益。

「淘寶網全新 B2C 模式的目的就是幫助廠商賺錢，幫消費者省錢，最大限度壓縮中間環節成本，最終達到廠商和消費者雙雙受益的結果。」孫彤宇說。

據悉，目前，已有摩托羅拉、諾基亞、海爾、聯想、長城電腦、愛國者、李寧、阿迪達斯、佐丹奴、UT 斯達康、蘋果 iPod 等廠商都在淘寶上開設了專門的網上店鋪，而華碩電腦、迪斯尼家電、馬克華菲等廠商還專門為淘寶的 B2C 平台推出了定制產品。

分析人士指出，傳統 B2C 模式的核心仍然是基於傳統商務流程，而阿里巴巴的模式在此基礎上的極大創新，讓電子商務模式直接介入了企業流程，把電子商務的工具真正還給廠商，幫助他們在各個環節上省錢和賺錢。「如果利潤空間也不大，很難說服企業進一步深入應用電子商務。」孫彤宇認為，基於此種構想出台的新 B2C 模式，勢必會受到諸多廠商的追捧。

傳統 B2C 模式需投入巨資建立倉儲、配送中心，中間成本極大，利潤則僅可維持在 5% 左右，而融合了 B2B 及 C2C 模式的淘寶 B2C 新模式則不存在物流、配送、支付等瓶頸，這使其未來無可限量。阿里巴巴 CEO 馬雲不大看好傳統 B2C，他認為「即使美國有那麼好的配送和物流基礎，但是亞馬遜只有 5% 的利潤。在中國，B2C 市場已經很成熟，但你看卓越、當當還是活得很辛苦，這說明這個模式有問題。」

事實上，早在幾年前，阿里巴巴 CEO 馬雲就預言，「各種電子商務形態在未來都將融合，結合在一個大平台上運行。連通 B2B 和 C2C 平台之後，一種全新的 B2C 模式將會產生。」，從去年開始，按照馬雲的設想，阿里巴巴就開始嘗試將阿里巴巴的買家和賣家引到淘寶，鼓勵淘寶網的賣家去阿里巴巴進貨，並把產品批發給下面的消費者，打通了 B2B 和 C2C 的界限。

孫彤宇表示，馬雲曾經表示，市場、支付、信用和搜索是電子商務的四大基礎，如今阿里巴巴已經連續六年被福布斯評為全球最佳 B2B 公司，淘寶網在三年的時間內已經搶佔中國市場 70% 以上的份額，成為亞洲領先的購物網站；旗下支付寶已普及至 10 余萬家網上商店使用，日交易 15 萬筆，成為國內應用最廣泛最安全的網絡支付工具；阿里巴巴和淘寶網自成立以來就致力於誠信社區建設，極大的促進和保障了電子商務的高速發展，而雅虎領先搜索的加入，將使阿里巴巴電子商務版圖終致完美。

沃頓商學院認為，「龐大的網絡、不斷增加的買主和賣主，以及廣泛的、極具實用性的物品，都讓賣家只需要最少的營銷成本。」淘寶創新的 B2C 模式對企業來說，有助於其提高有效競爭力和利潤。阿里巴巴 1000 多萬企業會員以及淘寶所擁有的 2000 萬個人會員，已經形成了巨大的消費能力，並將為眾多客戶提供一個廣闊的未開闢的市場。通過在阿里巴巴新的 B2C 模式，企業能與消費者直接溝通，便於商家把握市場需求，及時調整思路，而且在線交易可以節省流通、人力等方面的耗費，直接面對中國目前 4000 余萬網上購物者，而對於網上購物的人群來講，他們將能夠獲得更加豐富和更加可信的商品，從而提高他們的購物體驗。

目前淘寶上的主要網民集中於 18-35 歲的人群，他們追求時尚和個性，又有較高的消費能力，僅在去年可統計的消費金額就有 80 億，今年有望突破 140 億，相當於 280 個沃爾瑪門店。巨大的消費能力，海量的商品信息，高度忠誠的消費群體，誠信

可靠的購物社區，以及安全快捷的支付方式，是其它的網上銷售平台無法比擬的。

摩根士丹利全球副總裁季衛東認為，「在互聯網的商業模式中以產業為中心是最高的經營模式，阿里巴巴在 B2B、C2C、搜索及支付領域都有涉足，是以產業為中心的經營模式。」憑借佔據國內 80%B2B 市場的阿里巴巴和 70%以上 C2C 市場淘寶網的領先優勢和積累經驗，阿里巴巴集團無疑是創造這種模式的不二人選，而這也才能真正體現互聯網對於商務活動的巨大影響。

易觀國際人士評價稱，淘寶新 B2C 模式，從其表現來看實質是完全融合了 B 和 C 的 B2B2C 形式，而這也是整個電子商務的走向。整個供應鏈是一個從創造增值到價值變現的過程，阿里巴巴若能將從生產、分銷到終端零售的資源進行全面整合，其必將大大增強服務能力，並獲得高增值服務機會。記者獲悉，家電行業的格蘭仕、摩托車領域的隆鑫都已經在阿里巴巴上進行採購和銷售，海爾更是已經在阿里巴巴採購併入駐淘寶。顯然一旦機會成熟，所有的廠商完全可以將平台轉移到淘寶，直接面向消費者。

2004 年馬雲表示「未來的電子商務，將沒有 B2B 與 B2C 的界限，但是最大的好處是電子商務將像身邊的自來水一樣方便。」業內人士認為，阿里巴巴全新 B2C 模式推出後，勢必刺激國內整體電子商務發展，成為整個行業的發展方向，而這也昭示著馬雲設想中的電子商務帝國初見規模。