

电子商务盈利模式分析与研究

文 / 周作涛

近年来,我国电子商务发展迅猛。据 iResearch 预测,至 2007 年,内地电子商务市场规模将由 2005 年的 5300 亿元人民币,骤增为 17000 亿元人民币,其中 B2B 电子商务市场规模将达 16900 亿元人民币。而随着电子商务的发展,影响电子商务企业生存与发展的盈利问题,变得越来越突出。

一、概述

1、电子商务盈利模式定义

电子商务盈利模式,就是基于电子商务知识、技术及其周边信息的特定的独特的能够使电子商务活动有盈利前景的一套模式,是非传统的盈利模式,是未定型的、创新的盈利模式。

2、电子商务与盈利模式关系

电子商务与盈利模式是相辅相成的关系,电子商务要健康、持续发展,必须走出一条具有独特盈利模式的道路,否则无法电子商务无法如预期的那样快速发展;而盈利模式的探索是基于电子商务的,电子商务是电子商务盈利模式的载体,只有处理好二者之间的相互关系,才能更好的促进电子商务的发展与进步。

3、电子商务模式

电子商务基本模式有 B2B、B2C 和 C2C 等基本模式。

目前蓬勃发展的是 B2B 模式,其表现为一条产业链中上下游企业之间供应、采购活动的网络化。这种模式都为传统生产型企业所采用,其网站核心竞争能力表现在如何利用网络为企业更多地降低库存、采购成本和管理成本,从而获取更大的盈利空间。

B2C 模式是网上零售为主的电子商务模式,虽然成交额比例远远不如 B2B 模式,但目前也有很好的发展。随着传统企业商务模式的网上迁移,去掉了“迂回经济”的非经济性,使企业进入了“直接经济”时代,生产直达消费。和传统商务模式相比,B2C 商务模式可以实现 24 小时在线服务,可以为企业降低销售成本和内部管理成

本,从而为企业带来更大的盈利空间。

C2C 主要提供以拍卖为主要方式的个人到个人间的商务。

二、电子商务的价值

电子商务的出现,使得交易成本降低,直销、销售渠道的扁平化,都将使得交易成本下降。而这种交易成本的降低,不仅可使厂商获益,而且也使消费者受益,实现了“双盈”。按照经常学观点,凡是有助于降低交易成本的任何手段、方法都是有经济价值的。

电子商务为信息的获取提供了更迅捷的渠道,也使得信息搜寻的成本大大降低。同时,电子商务的出现,也有效地消除了信息的不对称性。显然,任何能够实现信息搜寻成本降低,消除信息不对称的方式与方法都是有价值的。

更为重要的是,电子商务的出现与发展,提供了不同于传统的沟通方式,包括人与人、人与企业、企业与企业间信息的沟通方式,这些新的沟通方式,是电子商务出现的原因,发展的动力,也是寻求电子商务盈利模式的入口。

三、电子商务盈利模式存在的原因

电子商务的利润增长点,存在于寻求网络经济与传统经济的沟通结合点的过程中。电子商务盈利模式存在的本质原因在于,电子商务改变了实体间的沟通方式。

1、电子商务改变传统状态下的人与人(C2C)的沟通方式

网络平台的不同催生不同的沟通关系,而不同的沟通关系意味着不同的利润增长点。腾讯 QQ、淘宝、同学录(CHINAREN)、网易的同城约会、彩信杂志、MTV 音乐、在线互动游戏其实都是利用网络构建出一种不同于传统的人与人沟通的方式。

淘宝实际是在运营人与人的拍卖沟通关系,这种关系的基点在于改造传统意义上的商品拍卖关系。围绕这种独特的盈利价值链,淘宝的成功在于整合了信用中介、物流、沟通目录、

支付等环节,构建了一个整合的平台。与传统的拍卖模式相比,该平台提供了一种多对多的拍卖环境,而参与拍卖和双方均可能获益。

网易的在线互动游戏提供了人与人远程互相游戏的沟通关系而获得价值,网络沟通平台的性质取决于沟通关系的挖掘与界定。这种“挖掘”出来的关系其实本身是不用挖掘的,因为它一直存在你的身边,人与人的沟通实际上是永远存在的,只不过网络将这种关系消除了时间与空间上限制,网络运营企业的唯一的任务是围绕这种关系构建必要的关键竞争优势而获得新的利润增长点。

2、电子商务改变传统意义上的人与企业(B2C)之间的沟通关系

种种的沟通关系其实一直存在于我们身边,只不过沟通的方式因网络技术发生变化,利润获取点也会根据不同的沟通关系而有所不同:

(1) 通过服务、商品的直接提供而产生利润

淘宝、当当网站、携程旅行网、网上咨询服务收费、网上广告收益属于此类,但利润的收取来源可能来自顾客,也可能来自满足顾客需求的企业或在网上做广告的企业。

(2) 通过基于整体网站价值链的利润移动而获得核心业务的利润

网易的新闻板块因提供免费的浏览服务,而吸引更多的眼球来消费有偿在线游戏、同城约会点数积分、短信传递、铃声下载等盈利利润项目。搜狐的电子邮箱实行免费策略但却锁定了大量用户以获得广告收益以及短信传递收益。

(3) 通过建立服务的竞争优势而获得全面的系统利润,如任天堂的在线咨询游戏服务、售后服务网上投诉、微软的在线软件帮助、UPS 全球快递的在线运输状态查询。

3、改变传统意义上的企业与企业(B2B)沟通的方式

集团经济研究 2007·9 月下旬刊(总第 243 期)

主要分为两种,一是不同企业的沟通关系,这种沟通关系催生了阿里巴巴、美商网、环球资源的盈利模式,主要运营企业供应与采购之间的沟通关系,该类网络企业存在的价值,是提供了连接供应链两端的沟通平台,其成功取决于盈利战略执行效果,即围绕这种关系,企业需要致力于构筑在产品目录数据库、全球品牌宣传、基于跨国采购的技术与经营咨询、帮助客户成功而不仅仅卖产品、价值链两端客户的培训、平台运营策略的各个环节的竞争优势,而这些环节是基于沟通关系的性质来决定的。

第二种沟通关系是基于企业内部的沟通,这种沟通方式则催生了SAP、金碟、用友,思科网络、ORACLE的盈利模式,形成一个基于企业内部运营的庞大的网络连接体系,并逐渐开始外延至外部市场或供应链的整合,未来的盈利模式的机会将会出现在企业内部沟通与企业外部的沟通的整合过程中。

四、影响电子商务赢利的因素

影响电子商务赢利的因素主要涉及三个方面:即成本收益、敏感性和风险。

1、成本收益

成本收益是企业建设电子商务网站所产生的成本和收益,成本主要包括设备投资所需费用、通讯成本及维护费用。

收益指电子商务的实施而得到的可大致进行定量分析的开销节约。主要包括降低库存成本所获收益,电子商务处理单证的费用降低,管理成本的减少与差旅费的节约,采购成本的节省,使用互联网做广告媒体进行网上促销活动而带来的销量增加与销售成本降低,以及使用电子商务之后企业业务管理改善及更有效的客户服务所获得的间接收益。

2、敏感性因素

影响电子商务盈利的敏感性因素主要有技术、资金和管理。

电子商务所需的技术分为前期的网站建设技术和运营后随技术发展而进行的技术革新与追加。绝大多数电子商务企业只是对成熟技术的引进利用而并不进行技术开发,这就使电子商务集团经济研究 2007·9 月下旬刊(总第 243 期)

技术具有普及性和趋同性的特点。这种技术的普及性及趋同性,使得技术对电子商务企业的盈利敏感度不大。

投资于电子商务的资金包括先期开发资金和后期维护所需资金。电子商务企业先期投入的固定成本比较大,后期维护的费用比较小。电子商务硬件建成之后,固定成本对于其运营来讲是无关成本,只有后期的维护费用对企业的顺利运营有影响,由于这部分资金较小,电子商务企业一般都能及时支付,故资金对于电子商务企业的盈利影响也不大。

企业实行电子商务后,后期的运作是包括产、供、销、资金支付等所有方面的系统工程。盈利与否、盈利大小都与管理有直接关系。同样的基础设施与技术,同样的起点,有的企业稳健发展,有的企业却连连亏损。这里,管理是决定电子商务企业兴衰成败的决定因素。

3、风险

电子商务的收益一般只能通过主观分析比较得到,不可能计算的很清楚。因此电子商务的收益只能在电子商务项目建成之后从其运作过程中所能节省的成本中体现出来。正因如此,增加了电子商务企业收益的风险性。同时,由于网络经济的快速发展,新技术变革日新月异,使电子商务企业要获得生存发展必须在信息和技术两个方面跟上整个行业的发展,稍微落后即遭淘汰,这更增加了电子商务企业的风险性。

五、电子商务盈利模式

如前所述,电子商务沟通的类型决定了电子商务企业将采取的核心盈利模式,某些电子商务企业在确定其核心盈利模式的同时,开始考虑运用其它的沟通类型来扩展企业商务活动范围;在充分考虑影响电子商务盈利因素的前提下,通过整合或细分不同的沟通类型来增强盈利能力。

腾讯在有效建立个人对个人沟通方式核心业务与盈利模式的情况下,正在进入企业级的QQ即时沟通细分市场。而环球资源通过出版专业的信息加工分析期刊、传播先进的管理技术以及举办企业出口运营培训来运用

其它沟通方式帮助客户成功而获得持续的价值。

一些门户网站正在逐步整合优化其旗下的子品牌频道组合不同的沟通方式,或者通过并购其它具有核心沟通方式的网站,获得全面的盈利增长。

1、电子商务盈利的一般模式

首先,最重要的是制定一个清晰的基于沟通方式组合的业务发展战略,确定企业的核心盈利模式。

其次,确定支撑网络持续盈利的主要驱动因素,分析未来的发展趋势,研究政策法律的发展趋势、客户的偏好变化以及竞争格局的变化,提前整合资源以培植新的核心支撑因素来获得未来的业绩持续增长。

第三,确定沟通的类型及采用的沟通方式,审视有必要增强的特定环节是否有利于增强沟通关系导向的客户价值。

第四,充分考虑影响电子商务盈利因素,及时运用新的技术,通过改进管理,运用特定的沟通方式,实现盈利。

2、企业电子商务盈利模式

企业电子商务收益策略的最佳途径是建立稳定的企业网B2B电子商务,其次是选择基于因特网的B2B电子商务,然后依次是基于企业自身商务网的B2C电子商务和基于因特网的B2C电子商务。

3、银行电子商务盈利模式

银行参与电子商务的基础是具有完善的电子支付平台,支持在线转账等电子结算方式。电子商务盈利应当首先选择参与企业网的B2B电子商务,然后依次是基于因特网的B2B电子商务、基于企业自身商务网的B2C电子商务和基于因特网的B2C电子商务,以及C2C电子商务。

4、电子商务门户盈利模式

第三方电子商务平台的产生是商务活动手段的一次革命,也是商务电子化发展的结果,同时对商务电子化的发展起着巨大的促进作用。第三方电子商务平台的收益策略首先是面向因特网的B2B电子商务,其次是面向B2C电子商务,最后是加快对C2C电子商务的整合(作者单位:陕西理工学院管理工程系)