

基于价值链的 电子商务盈利模式研究

Research on the Profit Model of E-Business
Based on the Value-chain

刘宏 著



FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press



基于价值链的 电子商务盈利模式研究

Research on the Profit Model of E-Business
Based on the Value-chain

刘宏 著



FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

大连

图书在版编目 (CIP) 数据

基于价值链的电子商务盈利模式研究 / 刘宏著. —大连: 东北财经大学出版社, 2016.1

ISBN 978-7-5654-2145-7

I. 基… II. 刘… III. 电子商务-盈利-商业模式-研究 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 266239 号

东北财经大学出版社出版发行

大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025

教学支持: (0411) 84710309

营 销 部: (0411) 84710711

总 编 室: (0411) 84710523

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连力佳印务有限公司印刷

幅面尺寸: 170mm×240mm 字数: 218 千字 印张: 15 1/4 插页: 1

2016 年 1 月第 1 版 2016 年 1 月第 1 次印刷

责任编辑: 李 彬 王 斌 责任校对: 毛 杰

封面设计: 张智波 版式设计: 钟福建

定价: 40.00 元

版权所有 侵权必究 举报电话: (0411) 84710523

前言

中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《第 35 次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截止到 2014 年 12 月，我国网民规模达 6.49 亿，互联网普及率为 47.9%，我国手机网民规模达 5.57 亿，网民中使用手机上网的人群占 85.8%。另外，艾瑞统计数据显示，2014 年中国电子商务市场交易规模 12.3 万亿元，增长 21.3%，其中网络购物增长 48.7%，社会消费品零售总额年度线上渗透率首次突破 10%。由以上两方面的数据可以看出，电子商务在我国发展非常迅速，尤其是 B2C 电子商务、移动电子商务和 O2O 电子商务。同时由于我国人口基数非常大，网民规模大，而且有巨大的增长空间，更有利于电子商务在我国的扩张。我们相信，在未来，电子商务将会是一种主要的商业模式，和传统商务共同推动社会经济的发展。

本书旨在向读者介绍传统电子商务以及新兴电子商务的盈利模式，不仅希望读者阅读完本书后能够了解电子商务企业的盈利方式，更希望本书能够为电子商务企业带来一些启示和建议，促使电子商务企业思考基于价值链的价值活动，改善本企业价值链，以减少成本，在竞争中获得利润。

本书在编写上具有以下几个特点：第一，本书是以价值链为基础来

研究电子商务的盈利模式，从价值链的角度向读者介绍传统电子商务和新型电子商务如何盈利；第二，内容简洁，结构清晰，便于读者把握重点内容；第三，不仅分析传统电子商务的盈利方式，同时还研究了新型电子商务的盈利方式，能够使读者对新型电子商务有进一步的了解。

全书分为7章，第1章、第2章对电子商务和价值链进行概述，第3章到第6章分别重点介绍了B2B电子商务、B2C电子商务、C2C电子商务和移动电子商务的盈利模式，第7章介绍了新型电子商务盈利模式，本书选取了六种比较具有代表性的新型电子商务类型，包括虚拟社区、BAB商业模式、O2O商业模式、博客模式、网络游戏和海外代购，对其模式做了基本的介绍和盈利模式分析。

本书由辽宁师范大学刘宏著，辽宁师范大学研究生李红梅、艾春梅进行了资料的收集、整理和校对工作。

本书在编写过程中，参考和借鉴了国内外有关电子商务、价值链等方面的著作、相关文献资料及网站资料，吸收了前人的研究成果，在此向相关作者表示诚挚的感谢。由于学识有限、时间紧迫，书中难免存在纰漏或错误之处，欢迎专家和读者批评指正。

作者

2015年9月

目录

第 1 章 电子商务概述 / 1

- 1.1 电子商务的概念 / 1
- 1.2 电子商务的产生与发展 / 8
- 1.3 电子商务的运营模式 / 16
- 1.4 电子商务盈利模式 / 26
- 1.5 电子商务带来的影响 / 28
- 本章小结 / 34

第 2 章 价值链概论 / 36

- 2.1 价值链 / 36
- 2.2 价值链理论的发展 / 38
- 2.3 基于价值链的电子商务盈利模式 / 45
- 本章小结 / 46

第 3 章 B2B 电子商务盈利模式 / 47

- 3.1 B2B 电子商务 / 47
- 3.2 基于价值网的 B2B 电子商务 / 60

3.3 B2B 电子商务盈利模式存在的问题、对策以及发展趋势 / 69

本章小结 / 77

第 4 章 B2C 电子商务盈利模式 / 79

4.1 B2C 电子商务概述 / 79

4.2 B2C 电子商务盈利模式分析 / 91

4.3 B2C 电子商务亏损原因及盈利对策 / 100

4.4 B2C 电子商务案例分析——亚马逊网络书店 / 104

本章小结 / 109

第 5 章 C2C 电子商务盈利模式 / 111

5.1 C2C 电子商务概述 / 111

5.2 国内 C2C 运营模式和技术方法 / 118

5.3 C2C 电子商务盈利模式分析 / 123

5.4 淘宝的核心竞争力模型分析 / 132

5.5 C2C 电子商务存在的问题及解决对策 / 138

5.6 C2C 电子商务的未来发展 / 144

本章小结 / 144

第 6 章 移动电子商务盈利模式 / 146

6.1 移动电子商务概述 / 146

6.2 移动电子商务盈利模式要素 / 163

6.3 以中国移动为例实证分析移动电子商务的盈利模式 / 175

6.4 移动电子商务中存在的问题及对策 / 180

本章小结 / 182

第 7 章 新型电子商务的盈利模式 / 185

7.1 基于虚拟社区的商业模式 / 185

7.2 BAB 商业模式 / 193

7.3 O2O 商业模式 / 200

7.4 博客模式 / 208

7.5 网络游戏 / 214

7.6 海外代购 / 227

本章小结 / 232

主要参考文献 / 234

第1章 电子商务概述

互联网在现实世界中又创造了一个新的世界——虚拟网络世界。在互联网的基础上产生的电子商务技术是 20 世纪最重要的科技成果。在商务活动中，电子商务的兴起和蓬勃发展已经导致流通领域发生了一场革命，它打破了时空界限，改变了贸易形态，改善了物流、资金流、信息流的环境与系统，加快了整个社会的商品流通，有效地降低了企业生产成本，提高了企业竞争力。

1.1 电子商务的概念

自 20 世纪互联网兴起以来，全球化的计算机网络形成了与地域、空间无关的世界一体化市场，一种全新的、基于计算机网络的新型商业机制正在逐步形成，国际化的电子商务时代已经来临。电子商务作为一种新兴的现代商务方式，正显现出巨大的商业价值。

1.1.1 电子商务的定义

电子商务是一种运用现代科学技术进行的商务活动，它能够高效利用有限的资源，加快商业周期循环、节省时间、降低成本，从而提高企

业利润、增强企业竞争力。

1. 国际组织、政府对电子商务的定义

由于消费理念、地域以及文化的差别，从电子商务产生至今，各国国际组织以及各国政府对电子商务的定义也略有不同。

(1) 经济合作与发展组织对电子商务的定义

经济合作与发展组织（Organization for Economic Co-operation and Development, OECD）在有关电子商务的报告中对电子商务的定义是发生在开放网络上的企业之间、企业与消费者之间的商业交易。

(2) 世界贸易组织对电子商务的定义

世界贸易组织（World Trade Organization, WTO）在电子商务专题报告中将电子商务定义为通过电信网络进行的生产、营销、销售和流通活动，它不仅指基于互联网的交易，而且指所有利用电子信息技术来解决问题、降低成本、增加价值和创造商机的商务活动，包括通过网络实现原材料的查询、采购、产品展示、订购产品、储运及电子支付等一系列的贸易活动。

(3) 美国政府对电子商务的定义

美国政府在其《全球电子商务纲要》中比较笼统地指出：电子商务是通过互联网进行的各项商务活动，包括广告、交易、支付、服务等活动，全球电子商务将涉及世界各国。

2. 电子商务的定义归纳

电子商务是一门全新的学科，有各种各样的定义是正常的，相反，如果过早地追求统一的定义，反而限制了人们的思维而不利于电子商务的健康发展。电子商务的定义有广义与狭义之分，这里将业界对电子商务的定义进行归纳，如表 1-1 所示。

3. 本书的定义

本书对电子商务的定义是一个广义层面的定义，既包括基于互联网的以市场交易为中心的商务活动，也包括为实现企业效益目标而通过互联网来实现企业业务流程重组的内部管理活动，同时也包括了通过互联网而进行的所有社会活动。总的来说，本书将电子商务定义为以互联网技术作为基础环境而进行的市场交易、企业管理以及社会活动的

总和。

表 1-1 电子商务的定义归纳

电子商务的定义归纳	广义	利用一切电子工具从事商务活动	
	狭义	通信角度	利用电话线、网络或其他媒介所进行的信息、产品、服务或付款的传送
		企业流程角度	商业交易及工作过程中的一种自动化技术应用
		服务角度	公司、消费者及管理层降低服务成本、提高货物品质、加速服务进程、提高传送速度的一种工具
		在线角度	提供了在互联网和其他在线服务中购买、销售产品的信息的一种工具
		生产力角度	信息技术与商务技术复合型人才系列化、系统化地应用电子工具，从事以交易为中心的经济事务活动

1.1.2 电子商务的特点

电子商务作为一种新型的交易方式，最根本的特点在于它采用了与传统的商务活动不同的商务模式，改变了传统贸易活动的内容和形式。电子商务的特点主要包括商务性、全球性、全天候、虚拟性、便捷性以及低成本等。

1. 商务性

电子商务的核心是“商务”，所以电子商务最基本的特征就是商务性。通过 Web 数据库，客户可以进行产品和服务的查询、比较、下单、付款等过程完成产品的购买；服务器自动记录下客户每次的访问、销售、购买形式和购货动态及客户对产品的偏爱等信息，为企业分析客户购买心理、动机等提供数据资料，从而调整和确定市场划分及营销策略。

2. 全球性

全球性是指由于电子商务是在国际互联网环境下，把整个世界变成了“地球村”，其经济活动可以扩展到全球范围内进行，把空间因素和地理距离的制约降到了最小限度，不再受国家地域的限制。通过 Internet，用户可以很方便地与贸易伙伴传递商业信息和文件，将自己的商品或服务送到全世界。电子商务突破了地理界限，利用 Internet 使

世界各地的商业资源得到有效的利用，塑造了一个真正意义上的全球市场。

3. 全天候

电子商务为客户提供的是 7×24 小时的不间断服务，客户可以在任何时间访问企业的电子商务网站，浏览网站上的各种供求信息以及与自身业务相关联的行业动态等，使交易活动不受时间的限制。

4. 虚拟性

电子商务是在基于 Internet 的虚拟环境中进行的商务活动，活动中产生的电子订单、电子货币以及电子支付等都是数字化与信息化的。电子商务过程中的交易活动是在一个超越时空的虚拟市场中完成的，使过去无法在实体市场中完成的交易活动通过电子商务环境得以实现。

5. 便捷性

电子商务是 Internet 应用的最高层次，从售前服务到售后支持的各个环节均实现电子化、自动化，给当前的商务活动提供了极大的便捷。企业还可以通过网络发布和寻找交易机会，通过电子单证交易、电子商务跟踪货物、电子资金转账等手段完成整个交易过程，给人类经济活动带来了极大的便利。

6. 低成本

电子商务使商品交易环节减少，提高了人力和物力的利用效率，这种全新的商务模式可以使企业的采购成本、销售成本、库存成本和管理成本等运营成本大大降低，事实上，低成本对交易双方都是十分有利的。在具体实践中，尽管电子商务的模式有很多，但最终都体现了低成本这一优势，这也是电子商务被称为先进生产力的理由之一。

1.1.3 电子商务的框架

电子商务框架从宏观角度上可以分为四个层次和两大支柱，电子商务的应用建立在这四个层次和两大支柱之上。四个层次自下而上依次为：硬件平台、网络平台、软件平台、商务服务支持平台。两大支柱分别为：公共政策、法律和隐私；技术标准、技术支持和安全。四个层次之上是特定的电子商务应用，下面的三层和两边的支柱是特定应用的条

件，而第四层的商务服务支持则实现了标准的网上商务活动服务。电子商务的框架如图 1-1 所示。

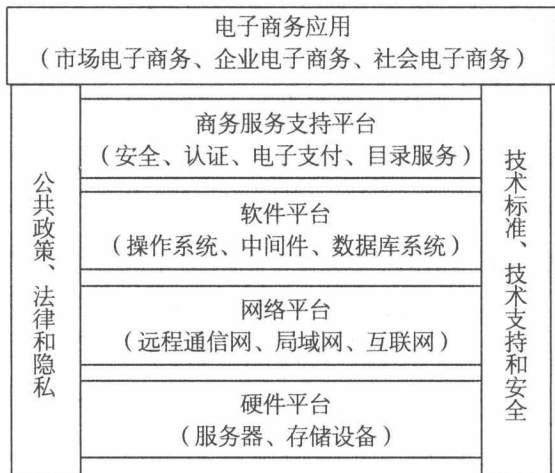


图 1-1 电子商务的框架

1. 电子商务框架结构的支柱

(1) 公共政策、法律和隐私

公共政策是指需要政府制定政策，包括电子商务的税收制度、信息的定价（信息定价是指谁花钱进行信息高速公路建设）、信息访问的收费、信息传输成本、隐私问题等；法律维系着商务活动的正常运作，违规活动必会受到法律制裁，由于网上商务活动的独特性，需要一个成熟的、统一的法律体系对商务活动的参与者进行约束；隐私问题在电子商务框架中极其重要，人们在网上的各种活动和个人信息都不知不觉地被商家记录，这必然使用户对电子商务望而却步，阻碍电子商务的发展，如何保障个人隐私信息的安全，是必须加以重视的。

(2) 技术标准、技术支持和安全

技术标准是信息发布与传递的基础，是网络上信息一致性的保证，主要包括用户接口、传输协议、信息发布标准、安全协议等技术标准；技术支持是电子商务应用与发展的基础，是电子商务顺利进行的保障，主要包括数据库技术、信息安全技术、Web 技术等信息技术；安全问题是电子商务的核心问题，一个安全的电子商务系统，首先必须有一个

安全、可靠的通信网络,以保证交易信息安全、迅速地传递,其次必须保证数据库服务器的绝对安全,防止网络黑客闯入、盗取信息。

2. 电子商务框架结构的层次

(1) 硬件平台

硬件平台主要是指硬件基础设施,包括服务器和存储设备。服务器是在网络环境下,为所有的互联网用户提供信息共享、网站访问等服务的高性能计算机,按照服务器的功能,可分为 Web 服务器、应用服务器和数据库服务器;存储设备主要是指数据存储设备,主要包括内置存储设备、外置存储子系统以及网络存储子系统。

(2) 网络平台

网络平台就是利用网络传输介质和网络连接设备把服务器存储设备等硬件设施连接起来。电子商务的网络环境主要分为互联网(Internet)、企业内部网(Intranet)、企业外部网(Extranet)。网络的传输介质主要有:有线介质,如光纤、双绞线、同轴电缆等;无线介质,如卫星、微波、无线电等。网络的连接设备主要有交换机、路由器、网关、防火墙等。

(3) 软件平台

软件平台主要是指应用软件的操作环境,包括操作系统、中间件、数据库系统。操作系统管理和存储所有计算机系统资源,为使用者提供访问与操作界面,典型的操作系统主要有 Windows、UNIX、Linux 等;中间件在客户机和服务器或者服务器之间传送数据,实现客户机和服务器之间的通信,典型的中间件主要有数据库中间件、远程过程调用中间件、面向消息中间件等;数据库系统由数据库、数据库管理系统、数据库管理员、用户构成,存储和管理企业的数据,典型的数据库主要有 Oracle、DB2、Sybase、SQL Server、MySQL 等。

(4) 商务服务支持平台

商务服务支持平台主要是指为网上交易的所有活动提供服务支持,包括支付网关、认证中心和目录服务。支付网关一方面支持业务单位和商家通过互联网进行安全的网上交易,另一方面又通过安全通道保证与维护金融网络的工作安全;认证中心主要是指 CA 认证中心,它是采用

公开密钥基础架构 (Public Key Infrastructure, PKI) 技术, 专门提供网络身份认证服务, 负责签发和管理数字证书, 且具有权威性和公正性的第三方信任机构; 目录服务是将网上交易活动中的各种资源信息妥善组织, 并集中进行管理, 以方便网络资源的搜索。

3. 电子商务应用

电子商务应用贵在能够全面渗透到各行各业, 应用行业领域极为广泛, 社会生活的各个领域几乎都能涉及, 比如国际旅游和各国旅行服务行业、传统的出版社和电子书刊、计算机、网络、数据通信软件和硬件生产商、各种传统商品生产企业、金融机构、信息公司、咨询顾问公司、教育部门和医疗卫生行业等。与此同时, 传统经济没有的新行业也应运而生, 如内容服务商 (ICP)、网络服务商 (ISP)、数据中心 (IDC)、证书授权中心 (CA) 等。我们可以从市场、企业、社会电子商务的角度来分别认识电子商务的应用。

(1) 市场电子商务

第一个层次是指面向市场的以市场交易为中心的商务活动, 即市场电子商务。它包括促成交易实现的各种商务活动, 如网上展示、网上公关、网上洽谈等活动, 其中网络营销是其中最重要的网上商务活动; 另外还包括实现交易的电子贸易活动, 它主要是利用 EDI、互联网实现交易前的信息沟通、交易中的网上支付和交易后的售后服务等。两者的交融部分就是网上商贸, 它将网上商务活动和电子商贸活动融合在一起, 因此有时将网上商务活动和电子贸易活动统称为电子商贸活动。

(2) 企业电子商务

第二个层次是指如何利用互联网来重组企业内部经营管理活动, 与企业开展的电子商贸活动保持协调一致, 即企业电子商务。最典型的是供应链管理, 它从市场需求出发, 利用网络将企业的销、产、供、研等活动串在一起, 实现企业网络化、数字化管理, 最大限度地适应网络时代市场需求的变化, 也就是企业内部的电子商务实现。

(3) 社会电子商务

第三个层次是指整个社会经济活动都以互联网为基础, 如电子政务是指政府活动的电子化, 它包括政府通过互联网处理政府事务, 利

用互联网进行招投标实现政府采购等,利用互联网收缴税费等。第三个层次是第一个层次和第二个层次电子商务的支撑环境。只有当三个层次电子商务共同协调发展,才可能推动电子商务朝着良性循环方向发展。

1.2 电子商务的产生与发展

电子商务不是传统产业,而是在社会经济与科学技术不断发展、进步的过程中产生的一个新兴行业。电子商务产生至今,已显现出不同于传统商务的强大优势,并成为各国经济与生活中必不可少的一部分,甚至对国家之间的进出口贸易与政治关系都起到非常重要的作用。

1.2.1 电子商务的产生背景

电子商务的产生是必然性与偶然性的结合,同时也是在内在动力与外部支撑的共同推动作用产生的,这里主要介绍电子商务产生的内在动力与外部支撑。电子商务的演变过程如图 1-2 所示。

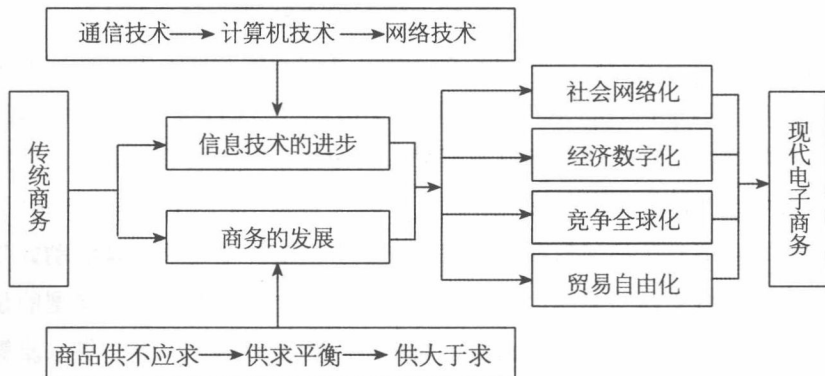


图 1-2 电子商务的演变过程

1. 电子商务产生的内在动力

电子商务是以“商务”为主、以“电子”为辅的新型产业,其产生的内在动力主要是进行“商务”过程中的市场竞争形式与贸易范围的

变化。

(1) 市场竞争加剧

当今时代是一个竞争的时代，从前那种“我能生产什么就能卖什么”的经营理念 and 向客户尽力推销自己产品的时代已经过去。进入 20 世纪八九十年代，由于社会的进步、市场的发展以及技术的突破，特别是信息技术的兴起和传输速度的大幅提高，客户获知企业产品信息的能力大大提高，拓宽了客户挑选的范围。客户不再是被动的产品接受者，而成为企业产品生产的决定者。他们开始追求个性化的消费，企业的大规模生产难以满足他们对不同产品的需求，因此一种根据市场需求来设计和生产的企业运行模式逐渐兴起。

(2) 贸易全球化发展

1960 年，全球外国直接投资的总量只有 680 亿美元，而到 2007 年全球跨国投资总量达到 18 330 亿美元，其中，跨国并购达到 16 370 亿美元，跨国并购数量与跨国投资数量比近 90%。大量的投资不仅能够促进贸易与技术的扩散，还是促进国际经济一体化的主要动力。此外，20 世纪 80 年代后期以来，先后出现了各种国际经济与贸易联盟，如北美自由贸易区、欧洲联盟、亚太地区经济合作组织等各种紧密、半紧密的跨国家、跨地区的经济和贸易集团等。区域经贸联盟的出现与发展加深了各国之间的商贸往来，在这种形势下，原来的只适应国内市场的独立管理的系统模式已经不能适应新形势，建立新的符合时代发展的新模式势在必行。

2. 电子商务产生的外部支撑

电子商务是以电子手段作为支撑而进行的商务活动，其产生的外部支撑指的是保持这种新型商务模式稳健发展的信息通信技术的不断发展。

(1) 计算机网络的信息技术变革

20 世纪 70 年代，计算机还只是一种昂贵的计算工具，而如今随着计算机性能的不提高和价格的不断下降，它已在世界范围内得到推广。在最初的时候，不少企业与组织仅仅只是拥有若干台地理上分散的计算机，为了统一管理这些单独的计算机以达到人们追求资源共享的目