

高等学校电子商务专业系列教材

# 电子商务 案例分析

(第二版)

DIANZI SHANGWU  
ANLI FENXI

主 编 冯文辉 刘炯艳  
副主编 孙永道 邵兵家  
主 审 袁建新



重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>



高等学校电子商务专业系列教材

# 电子商务案例分析

(第二版)

主 编 冯文辉 刘炯艳  
副主编 孙永道 邵兵家  
主 审 袁建新

重庆大学出版社

# 第一版前言

本教材是在 2002 年第 1 版的基础上加以修改补充而成的。第 1 版全书只有 3 个部分: B to B 网站、B to C 网站及服务性网站,且数据已经过时,已不能全面反映当今电子商务的发展,因此我们在修订了第 1 版的 3 类电子商务案例的基础上,新增了 8 类电子商务案例,即 C to C 电子商务、复合模式类、金融类、教育类、信息类、物流类、电子政务类及环境类。修订后全书共有 11 章,精选了 29 个在电子商务的建设与发展中较为突出的典型案例,通过对这些案例的分析,对它们在电子商务的网站建设及发展中的成功与不足之处提供一些参考性意见。

本教材在编写过程中,我们借鉴了国内外大量的出版物和网上资料,由于编写体例的限制没有在文中一一注明,只有在最后的参考文献中列出。在此,谨向各位学者表示由衷的敬意和感谢,如果感觉存在版权问题,请直接与我们联系。在本教材的出版及编写的过程中,得到了重庆大学出版社的指导 and 帮助,在此表示衷心的感谢。

本教材由冯文辉、刘炯艳担任主编,袁建新担任主审,孙永道、邵兵家担任副主编。马果、龙高、张毅、曾文涛、何俊辉等参加编写。其具体分工如下:

由刘炯艳、邵兵家、冯文辉承担全书统稿任务;第 1 章由龙高编写;第 2 章由孙永道编写;第 3 章由张毅编写;第 4 章、第 5 章、第 6 章、第 10 章由邵兵家、刘炯艳编写;第 7

章由冯文辉编写;第8章、第11章由刘炯艳、曾文涛、何俊辉编写;第9章由邵兵家、马果、孙永道编写。

由于国际、国内的电子商务的快速发展,许许多多的新问题及新情况在不断的出现,这对电子商务的案例分折带来一定的难度,加之时间紧,书中难免有错误之处,恳请各方人士给予赐教。

主编 冯文辉 刘炯艳

2004年7月30日

E-mail:冯文辉 fwhgz@china.com

E-mail:刘炯艳 liujiongyan@126.com

# 目 录

1	第1章 B to B 电子商务
1	1.1 概述
2	1.2 电子商务的奠基人——IBM
10	1.3 阿里巴巴的网上市场
17	思考题
18	第2章 B to C 电子商务
18	2.1 概述
19	2.2 传奇式的亚马逊公司
20	2.3 当当网上图书音像城
33	2.4 梅林正广和的电子商务之路
42	思考题
43	第3章 C to C 电子商务
43	3.1 概述
44	3.2 易趣网
54	3.3 大中华拍卖网
64	思考题
65	第4章 复合模式类电子商务
65	4.1 概述
65	4.2 海尔的全面电子商务

76	4.3 联想的电子商务实践
83	4.4 Dell公司的电子商务
94	4.5 8848的电子商务模式转型
103	思考题
<b>106</b>	<b>第5章 金融类电子商务</b>
106	5.1 概述
108	5.2 招商银行的网上支付
113	5.3 中国人民保险公司的网上保险
121	5.4 E*Trade的在线证券交易
129	5.5 国泰君安网上证券交易
133	思考题
<b>136</b>	<b>第6章 教育类电子商务</b>
136	6.1 概述
138	6.2 101远程教育网
141	6.3 网上读人大
147	思考题
<b>148</b>	<b>第7章 信息类电子商务</b>
148	7.1 概述
149	7.2 搜狐
163	思考题
<b>164</b>	<b>第8章 物流类电子商务</b>
164	8.1 概述
164	8.2 UPS——联合包裹服务公司
182	8.3 中国第三方物流的璀璨之星——宝供物流企业集团
192	8.4 中国物流电子商务网
196	思考题

187	<b>第9章 服务类电子商务</b>
187	9.1 概述
188	9.2 网上旅行社——青旅在线
200	9.3 中国万网服务电子商务
218	9.4 美国航空的网络营销
224	9.5 中国高校毕业生就业服务信息网
229	思考题
230	<b>第10章 电子政务类</b>
230	10.1 概述
232	10.2 中国国际电子商务中心
238	10.3 网上工商行政管理
242	思考题
242	<b>第11章 电子商务环境类</b>
242	11.1 概述
242	11.2 上海亿通国际
252	11.3 上海市电子商务安全认证管理中心
252	思考题
262	<b>参考文献</b>

# 第 1 章

## B to B 电子商务

### 1.1 概 述

B to B 电子商务是指企业与企业之间,通过因特网或专用网方式进行的商务活动。这里企业通常包括制造、流通(商业)和服务企业等。B to B 电子商务的形式又可以分为 2 种类型,即特定企业间的电子商务和非特定企业间的电子商务。特定企业间的电子商务是指在过去一直有交易关系的或者在进行一定交易后要继续进行交易的企业,为了相同的经济利益,而利用信息网络来进行设计、开发市场及库存管理。传统企业在供销链上,通过现代计算机网络手段来进行的商务活动即属此类。非特定企业间的电子商务是指在开放的网络中对每笔交易寻找最佳伙伴,并与伙伴进行全部的交易行业。其最大的特点是:交易双方不以永久、持续交易为前提。

从国际电子商务发展的实践和潮流看,B to B 业务占据绝对主导地位,在全球电子商务销售额中所占比例高达 80% ~ 90%。当今国际上企业间的交易网络业务主要有 2 类,即企业自建网与中介服务网。前者多为产业链条长、业务伙伴多或自身专业性较强的大企业、跨国公司,主要用于公司自身的业务和对供应商、销售商的服务;后者则由中介机构建网,主要面向中小企业提供产品的采购、信息和销售等方面的服务。

我国正处在电子商务的起步阶段,无论从国际发展趋势,还是从我国现实需要出发,发展我国电子商务都要以推进 B to B 业务为重点。

由于 B to B 业务可以分阶段改造,线上线下结合便于操作,比较适合我国目



前的消费水平、网络基础设施和社会配套环境。应主要从4个方面入手加以推动和引导:

(1)要使企业成为发展和应用电子商务的主体。为此,要以大企业为龙头,通过供应链管理的电子化,采用“一对多”的规模,将上游供应商与下游销售商通过因特网联为一体,建立上下游客户的网上采购系统,加快市场反应速度,降低成本,提高效益。

(2)以专业网为切入点,选择电子、医药、建材、汽车、航天等重点行业,以建立专业性较强的信息服务和交易网率先起步。粮食、棉花、食糖、有色金属等大宗商品可以通过现有的批发市场组织建立专业网络系统,从发布信息入手,继而着手网上营销,进行网上交易。

(3)利用电子商务手段,积极鼓励生产和外贸企业上网,建立网站,开展国际贸易的网上交易,把电子商务作为企业开拓国际市场的一种重要手段和途径,逐步实现全球采购、全球分销。

(4)积极引导面向中小企业的中介商务网的建立,以信息服务起步,吸引企业上网开展广告宣传、咨询服务,逐步向网上交易、结算服务等深层业务拓展。通过电子商务的应用,使企业真正感受到降低经营成本、提高流通效益、增强企业竞争力的好处,并进一步转化为发展电子商务的内在动力。

(5)国家要从宏观上加强对电子商务的协调和指导,创造适合于电子商务发展的有利条件,重点推动生产流通企业电子商务的应用。

本部分选取3个企业的电子商务案例介绍B to B的运作模式。

案例1:1.2 电子商务的奠基人——IBM

案例2:1.3 阿里巴巴的网上市场

## 1.2 电子商务的奠基人——IBM

### 1.2.1 概述

国际商业机器公司(即IBM),1949年创建于美国,是当今世界上最大的信息产业跨国公司之一,目前拥有4万多种产品,在全球范围内拥有雇员20多万人,其业务遍及全球的150多个国家及地区。长期以来,IBM始终坚持以一流的技术开发新产品,将新产品以最快速度打入市场的发展方针。“商业机器”是IBM在20世纪对人类文明做出的巨大贡献。特别是在20世纪下半叶,IBM取得的每一个进步都对社会的各个方面产生了巨大的影响,对IBM来说,“商业”

不仅仅是通常的工商企业,它包括了现代社会各个方面的组织。在已经过去的几十年里,虽然世界经济在不断地快速增长,现代科学技术日新月异,IBM 始终以超前的技术、杰出的管理及独特的产品领导着信息产业的发展,保证了世界范围内几乎所有行业用户对信息处理的全方位需求。如今 IBM 拥有先进技术与机构相结合的全系列产品,包括主机和 PC 产品,选配件、软件及网络产品。

现今,在 IBM 提供的系统中存储了全球不少于 2/3 的商业信息,全球不少于 3/4 的商业信息可以由 IBM 公司的数据库来管理控制,IBM 提供的交易软件每天可以处理 200 多亿笔重要的业务交易。IBM 在复杂的网络管理、密集型事物处理、系统集成、系统管理、强大的伸缩服务器、庞大数据库、营销网络等方面有着明显的优势。IBM 实施全面解决方案的 3 大基石是:强大的技术优势,享誉全球的服务体系及灵敏度较高的反应机制。在进入电子商务的今天,IT 的应用领域日益广泛,技术更加复杂,在此基础上 IBM 电子商务全面解决方案就是包括软件、硬件、行业知识、技术开发及服务支持的立体概念。它对用户承诺帮助他们解决所有技术问题,使用户将更宝贵的时间和精力集中在如何提高业务上,深受广大用户的欢迎,成功案例之多,在同行业中无人可及。

IBM 的全面解决方案的基础建设包括:数据库软件,应用开发工具,Web 开发平台,电子交易基础建设,系统管理和安全系统等。搭建在这个平台上的是 IBM 与众多的独立软件开发商及业务软件联合开发的应用解决方案,包括基础设施(轻松联网,内联网建立,网站建立,网络管理,防火墙等);行业应用(办公自动化解决方案,财务信息管理系统,国税/地税电子税务管理信息系统,校园卡工程,社保信息管理系统,网上银行,网际商城),IBM 的解决方案涵盖了政治、经济、文化、生活等几乎所有领域——政府、教育、证券、工业、财经、医疗保障、社会机构、家庭及中小企业办公等。在行业领域,IBM 的解决方案同样包括了化工、金属及采矿业、石油、制造业、加工业、纺织业、保险业、电信业、网络链接供应服务业、媒体及娱乐业、批发零售、旅游及运输业、公共工业等各个方面。IBM 公司提出的电子商务解决方案对解决企业及企业在网上进行电子交易,建立企业及企业间,企业及用户间的信息交流和进行电子交易方面具有重大战略意义。1997 年 3 月,IBM 公司正式在美国和加拿大推出一项服务,在它自己的电子商城(NET.COM MERCE)上开始建立虚拟商务楼,为那些想利用 IBM 宝地做生意的商家提供方便。这个项目以比较理想的电子商务方案为大中型企业服务,IBM 公司每月收取固定费用,帮助商家建立虚拟铺面,来进行商家对商家或商家对消费者的网上交易。同时,IBM 公司将自己的产品上网销售。IBM 公司认为,由于意识及消费者的购买方式有所变化,上网销售是公司改善业务的一种销售

方式。由于 IBM 产品的特点主要是面对组织而非个人,因此这其中 B to B 占有重要地位,但 B to C 也不容忽视。

### 1.2.2 网络科技研究、电子商务策略

IBM 一直都是一家并非仅提供技术的公司,其核心优势就在于对各个行业的独特需求和商务实践都有着深刻的理解和丰富的经验。迄今为止,IBM 已有为全球超过两万个用户提供电子商务服务的宝贵经验,这个数目在电子商务 e 代还会有更大的增长。当利益成为电子商务的追求目标,当商业竞争越来越全球化,IBM 能够给所有的企业,包括传统企业和传统业务的所有商家,一个实施电子商务的最重要的理由——赢取竞争优势。为此,IBM 可以帮助企业:

#### 1) 建立强大的电子商务基础设施

不论是构建局域网、内联网、还是做 ISP/ICP;也不论是运行客户服务,供应链管理还是将来的无线应用,IBM 都能为企业快速部署适合企业发展的电子商务基础设施,并以良好的安全性、可靠性、可扩展性、开放性、可操作性,以及天衣无缝的整合,为企业的电子商务建设提供全方位的保证。同时,IBM 拥有一支超过 18 万电子商务专家的服务团队,帮助测试、监察基础设施的整合性和安全性,一年 365 天,一天 24 小时,保证企业的电子商务奔腾不息。

下面我们简单来看看 IBM 电子商务基础设施的构成:

(1) IBM 服务器 IBM 的服务器产品线非常齐全,从入门级服务器到大型服务器,一应俱全。因为产品非常之多,所以产品系列的分类标准也是多种多样,IBM eServer 家庭目前总体来说是拥有 4 条产品线:i 系列(iSeries)、p 系列(pSeries)、x 系列(xSeries)和 z 系列(zSeries)。这 4 个系列中基本都包括了从入门级到企业级各种档次的服务器产品,在结构上也基本上全面包括了塔式、机架式、刀片和机柜式。

在国家网络服务器的 11 项评分标准中,IBM 最新发布的服务器的支持电子交易、ERP 等 10 个方面名列榜首。而 IBM 的服务可靠性高达 99.999%,是电子商务基础设施的强有力的引擎。

(2) IBM 软件——4 大品牌打造电子商务基础架构中间件 在构建整个电子商务框架过程中,软件的集成架构是成功的基础。电子商务集成架构软件能够灵活快速地为客户提供服务,能够容易实现传统应用与新应用的集成。在 IBM 的整个软件集成架构中包括四个系列:

#### 第一系列:DB2 通用数据库

开放的 DB2 拥有先进的数据库技术,专为按需应变的统一信息平台而设

计,它能够使您摆脱现有信息系统的禁锢,全面支持您按需应变的业务发展。我们简单地从几个方面就能看出 DB2 的优越性。从开放性来看:DB2 全面采用业界标准,支持各种开发语言和访问接口,令系统集成更加顺畅;从安全性来看:DB2 具有良好的数据安全性和优异的稳定性,能够令您的应用 24 \* 7 全天运行。DB2 V8.2 的高可用性设备(HADR)技术,可以在极短的时间内使关键应用得到恢复。从扩展性来看:DB2 可以支持多达 1 000 台服务器组成的庞大数据库群集,为构建企业级数据仓库提供坚实的技术基础。

从 DB2 的整个系统集成来说,DB2 几乎可以管理和利用所有形式的信息。

### 第二系列:Lotus 软件

据统计 Lotus Sametime 被全球《财富》100 强中 60% 的公司所采用。全球 10 大商业银行中的 8 家、全球 10 大汽车制造企业中的 6 家、全球 5 大多元化金融机构中的 4 家以及美国 10 大制药公司中的 5 家也在采用 Lotus Sametime。

Lotus 软件可以利用整个企业(包括供应商、客户和合作伙伴)的所有知识资产,并能使组织内部的所有人员更有效地进行协作。被业界称为“世界上最好的工作流和协作软件”。

### 第三系列:Tivoli 软件

Tivoli 管理软件系统能实现对所有的系统、应用程序、网络和因特网资源的管理,就如同在某个单一地点管理一个不断扩展的企业,从而为企业电子商务提供一个安全和可扩展的环境。

### 第四系列:WebSphere

WebSphere 软件平台能够帮助客户在 Web 上创建自己的业务或将自己的业务扩展到 Web 上,为客户提供一个可靠、可扩展、跨平台的解决方案。作为 IBM 电子商务应用框架的一个关键组成部分,WebSphere 软件平台为客户提供了一个使其能够充分利用因特网的集成解决方案。

WebSphere 软件平台提供了一整套全面的集成电子商务软件解决方案。作为一种基于行业标准的平台,它拥有足够的灵活性,能够适应市场的波动和商业目标的变化。它能够创建、部署、管理、扩展出强大、可移植、与众不同的电子商务应用,所有这些内容在必要时都可以与现有的传统应用实现集成。以这一稳固的平台为基础,客户可以将不同的 IT 环境集成在一起,从而能够最大限度地利用现有的投资。

(3)IBM 的存储系统 IBM 是存储系统、软件、服务和技术领域的世界领袖,以存储技术方面的突出贡献而获得美国 2000 年度国家技术奖。2001 年,IBM 再度以 136 项存储专利而领先于其他公司。IBM 的开放存储解决方案为真

正的电子商务协作而设计。这种协作利用新一代开放存储理念,将磁盘、磁带、存储网络及光学存储介质、功能强大的处理器和丰富的软件等模块化技术集成于一体。

(4)IBM 服务 IBM 把全球服务分成 5 大模块:业务咨询服务、电子商务随需应变、电子商务运维服务、电子商务基础设施服务、培训服务。而就全球服务部(大中华区)来看,由超过 2 000 人的业内专家组成,拥有丰富的行业经验,可以提供电子商务基础设施的集成服务、系统安全、网络安全和物流管理服务。

## 2)提供睿智的个性化的解决方案

IBM 相信,每个用户都是不同的。不同的行业,不同规模的企业,需要不同的电子商务解决方案,来满足自身的独特需要。IBM 的电子商务解决方案覆盖企业经营的各个过程,从供应链管理(SCM)到企业资源规划(ERP),从客户关系管理(CRM)到电子交易市场(e-Marketplace),总能为企业提供恰到好处的支持。令企业从内到外加速信息流、物流、资金流的循环,全面降低经营成本,开拓全新的市场机会。

在拥有超过 2 万个电子商务解决方案的客户的基础上,IBM 将凭借自身广泛的行业知识、丰富的实践经验,帮助企业理清思路,找到最适合自己的电子商务实施方案。大浪淘沙、物竞天择,抢先一步即意味着领先千里,企业胜利进军电子商务新 e 代,IBM 责无旁贷。

### 1.2.3 电子商务解决方案重要元素

#### 1)IBM NET. COMMERCE 电子商城

IBM NET . COMMERCE 软件是 COMMERCE POINT 的产品,它具有企业对企业及企业对客户电子商务所需要的灵活性及可扩充性,功能强大,随时可应用于全球,使 NET. COMMERCE 成为企业制定其短期与长期的因特网运营策略的基础。IBM NET. COMMERCE 是一个帮助消费者在因特网上快速建立虚拟商店的工具。消费者进入由其建置的电子商场后,能随时浏览设计精美且有互助交谈式的目录,而且只需通过鼠标的操作就可将所购商品放在“购物手推车”上,直到完成所有订购程序。NET. COMMERCE 还能为消费者提供完整的安全交易付款,让客户能简单,安全,即时及轻松地购物。

#### 2)COMMERCE POINT ETILL 电子收款机

COMMERCE POINT ETILL 电子收款机,它不仅是因特网上的收款机,同时也是因特网交易解决方案的关键,属于 SET 的产品。由 VISA 与 MASTER CARD

共同开发的 SET 是保护电子交易的产业标准,它是一种开放的多功能协定,为了保护利用因特网的信用卡汇款,SET 提供了信息的完整性,所有金融资料的认证及信息的加密。要成功地建制 SET 环境,包含消费者的浏览器,商家的电子商务服务器以及收单银行的处理器,都必须拥有 SET 模块。COMMERCE POINT ETILL 就是这样的一组产品,它提供消费者,商家与银行进行安全电子交易的能力。其最大的优点在于 ETILL 结构能在因特网发展出新的付款方式时,及时采用新方法。

### 3) COMMERCE POINT WALLET 电子钱包

COMMERCE POINT WALLET 电子钱包,是一种付款处理应用模式,提供购买人用卡的全面保护。为人们用卡处理器提供协定转换及安排交易途径,并为顾客提供信用卡的储存,管理及购物所需的证明;它检验商家,而且提供安全的交易(因为除了付款银行之外,任何人都无法知道信用卡号码);COMMERCE POINT WALLET 还允许商家确认付款核准的情况,安全地执行交易处理。

### 4) COMMERCE POINT GATE WAY 付款网关

COMMERCE POINT GATE WAY 付款网关是采用 SET 标准付款材料应用程序,可让材料器上交易系统安全地由因特网存取 SET 的交易。让商家可以确定顾客的同意及付款材料流程均已采用安全的方式执行,与此同时,顾客也能受到相应的保护。COMMERCE POINT GATE WAY 免除了接受信息与相关协定的依赖关系,并且把接收到的信息传到适当的应用程序,因此能够支持多个来源采用的多种协定。

### 5) IBM REGISTRY FOR SET 认证中心

IBM REGISTRY FOR SET 认证中心,网络交易的安全性是当今发展电子商务的关键,IBM REGISTRY FOR SET 的及时问世,为信用卡持卡人,厂商及收单银行提供了凭证管理的基本环境,辅助因特网上使用 SET 协定的交易安全。允许发卡银行对其信用卡持卡人发出凭证,收款机构对商家发出凭证,在 SET 结构内建立其身份确认。

## 1.2.4 网站浏览

IBM 中国分公司的网站如下:<http://www.ibm.com/cn>

进入如图 1.1 所示的 IBM 主页之后,其精美的页面设计给人一种国际知名企业品牌的视觉冲击力。

其页面中央是 IBM 公司最近在中国发展的一些新闻。如果了解 IBM 公

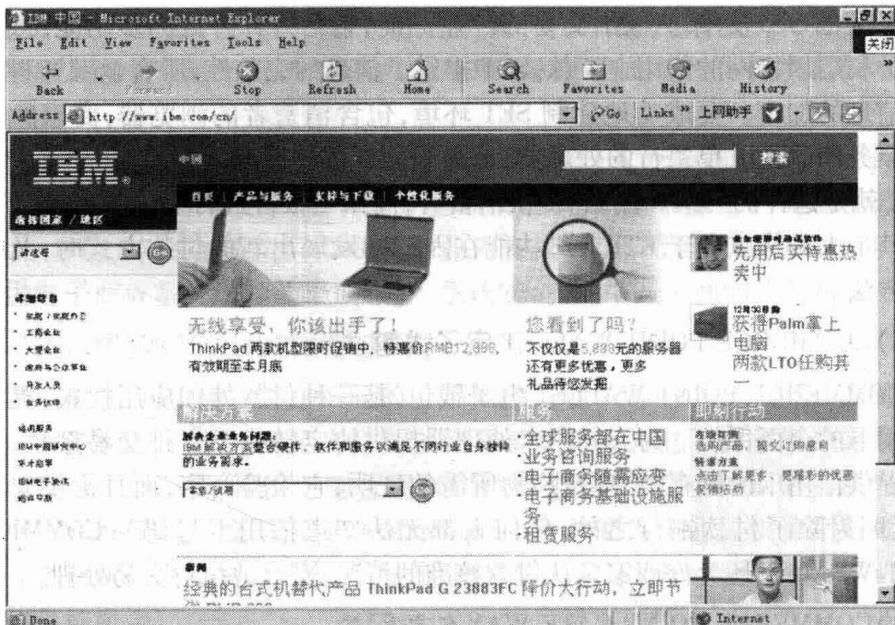


图 1.1 IBM 中国分公司的网站

司是如何推销自己产品的, 点击“产品与服务”, 从而进入如图 1.2 所示的页面。



图 1.2 产品与服务

该页面重点介绍 IBM 的笔记本电脑类新产品——ThinkPad 系列笔记本电脑。主要介绍该系列电脑的主要配置: CPU, 操作系统, 以及主要特点和功能。



如果点击文字或者笔记本电脑型图案,能够链接到另一网页上,如图 1.3 所示。



图 1.3 ThinkPad 笔记本电脑

这里对 ThinkPad 系列电脑做了更进一步的说明,包括结构图、要点、技术性能、服务,并且还提供在线订购、优惠方案等服务。

### 1.2.5 案例分析

在目前全球的情况来看。要想建设电子商务系统都必将是一个长期的过程,需要分步骤实施。在系统选型时首先要考虑系统是否符合行业标准,是否具有有良好的可扩展性,以使充分保护前期投入。尤其要求系统软件能具有良好的跨平台性,开发工具要能支持企业级系统开发的需要。如果系统的最终建设目标是企业级的,那么即使在系统的起步阶段也应该采用企业级的软件工具:而不是先采用仅适合于小规模系统开发的工具、到将来再更换为企业级的软件工具。只有这样,才能适应未来系统规模的迅速扩张。而 IBM 公司的 WebSphere Studio 正是这样的工具。当然,WebSphere Studio 也很适合于中小规模系统的开发。

IBM 软件的基本发展战略是开发基于行业标准的,具有良好开放性的,能够运行于所有主流平台的软件。DB2 通用数据库和 WebSphere 电子商务平台都能够运行在 S/390、AS/400、Sun Solaris、AIX、HPUX、Linux、NUMA-U、Windows NT、Windows 2000、OS/2 等 23 种通用平台上,并能够支持从移动的便携设备到拥有



数千兆数据和数千个用户的并行系统。WebSphere 与 Oracle、SYBASE 等数据库也可以很好地连接,保证了对原有资源的充分利用,为系统下一步的开发打下了良好的基础。

并且 IBM DB2 数据库对大量数据的管理十分出色。作为世界上最快的数据库,它可以在一天内完成 9 000 多万次文本搜索,且每次的响应时间都小于半秒,完全可以满足最大的网站的通信量需求,使电子交易的速度提高了十倍以上。

同时 IBM WebSphere 电子商务平台是目前业界集成度最高的中间件软件包。它包含了大量的相关电子商务应用系统、网络开发和管理服务,能够满足不同类型、规模的企业实施电子商务的各个阶段的需要。

此外,IBM 公司的产品性价比很高。不论是数据库还是中间件,与同类产品相比,它的性能最好,价格却相对便宜。

从以上这些优势可以看出 IBM 在企业级的电子商务系统建设上已经形成了一整套的方案,但 IBM 在进入全球化电子商务建设的同时也会碰到一些考验。在电子商务蓬勃发展的今天,IBM 如何能在异军突起的 IT 业界中保持行业领头羊的地位,如何能够在不同文化、不同市场的大环境下实现全球化与本地化的结合,如何能够给我们带来更加个性化的电子商务服务成为我们拭目以待的事情。

在未来的日子里,IBM 必将在基础设施、安全系统、环境策划等多方面提供更加完备的电子商务解决方案,并且能以更加个性化、人性化的方式为大众服务,我们期待着“蓝色巨人”在电子商务的浪潮中能有更大的作为。

## 1.3 阿里巴巴的网上市场

### 1.3.1 概述

1999 年 3 月,我国建起全球首屈一指的网上贸易市场——阿里巴巴网站。阿里巴巴 Alibaba.com 是国际贸易领域最大的网上社区之一,目前,阿里巴巴网站全球会员数目达 350 万名,分别来自 220 多个国家,每天登记成为阿里巴巴的商人会员超过 4 000 名。网站实时互动地为全球厂商提供 30 多个行业 700 多项产品的分类信息,以及有关采购、销售及商业合作机会的最新资料。阿里巴巴是国际贸易领域最大最活跃在网上市场,库存买卖类商业机会信息达 190 万条,每天新增买卖信息超过 1 万条。阿里巴巴是中国人建的站点中,外国人看得最多的,它要把全球的买家和卖家联结起来。