

DIANZI SHANGWU YINGLI MOSHI YANJIU

电子商务盈利模式研究

杨永亮 著



中国政法大学出版社

DIANZI SHANGWU

电子商务盈利模式研究

杨永亮 著



中国政法大学出版社

- 声 明
1. 版权所有, 侵权必究。
 2. 如有缺页、倒装问题, 由出版社负责退换。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务盈利模式研究/杨永亮著. —北京:中国政法大学出版社, 2015. 1
ISBN 978-7-5620-5852-6

I. ①电… II. ①杨… III. ①电子商务—盈利—商业模式—研究 IV.
①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第017609号

出 版 者 中国政法大学出版社
地 址 北京市海淀区西土城路25号
邮寄地址 北京100088信箱8034分箱 邮编100088
网 址 <http://www.cuplpress.com> (网络实名: 中国政法大学出版社)
电 话 010-58908586(编辑部) 58908334(邮购部)
编辑邮箱 zhengfadch@126.com
承 印 固安华明印业有限公司
开 本 880mm×1230mm 1/32
印 张 4.875
字 数 80千字
版 次 2015年1月第1版
印 次 2015年1月第1次印刷
定 价 22.00元

Preface
前言

20 世纪 90 年代以来，随着计算机和网络通信技术的迅猛发展，互联网技术的应用逐渐向人类的各个活动领域渗透，电子商务就是在互联网技术背景下出现的一种新型商务交易形式。

电子商务是网络化的新型经济活动，正以前所未有的速度迅猛发展，已经成为主要发达国家增强经济竞争实力，赢得全球资源配置优势的有效手段。我国电子商务基础条件日趋成熟，步入快速发展新阶段。“十二五”时期，我国社会主义新农村建设和城镇化发展步伐将进一步加快，城乡居民的生产生活方式将发生巨大变化，人均收入不断增长，消费结构升级加快，年轻一代逐步成为新的消费群体，同时，就业总量压力和结构性矛盾进一步凸显。因此，急需通过加快发展电子商务，促进城乡一体化的便民服务体系发展，更好地满足居民多样化、个性化的消费需求，以及对美好生活的新期待，带动工作方式的转变和相关服务业的发展，优化就业结构，缓解就业压力，促进社会和谐。

电子商务是 IT 技术和商务运行相结合而产生的一种新型的商务交易过程，是 21 世纪市场经济商务运行的主要模式，也是新经济含义下的一种主要经济方式。从某种意义上讲，它是在 21 世纪高科技背景条件下发展建立的新型生产关系过程中所形成的、必然产生的一种新经济模式。

作者一直以来长期关注电子商务盈利模式的研究，特别是对互联网上新出现的商业模式、新颖的盈利模式以及电子商务发展对我国传统企业的影响等方面的研究。本书正是在大量阅读国内外专家对电子商务盈利模式的研究成果的基础上，结合自己的研究思考而完成的。

由于电子商务发展迅速，加之编者水平有限，时间仓促，书中不当之处敬请广大读者给予批评指正。

作 者

2014 年 11 月



Contents 目 录

前 言	1
第一章 电子商务发展概况	1
第一节 全球电子商务发展概况	5
第二节 我国电子商务发展概况	11
第二章 电子商务概述	29
第一节 电子商务概念	31
第二节 电子商务的组成要素	37
第三节 电子商务的分类	40
第四节 电子商务的特点	47
第三章 电子商务主要盈利模式	53
第一节 电子商务的商业模式	55

第二节 B2C 电子商务模式	59
第四章 垂直电子商务盈利模式	75
第一节 垂直 B2B 电子商务概述	77
第二节 垂直 B2B 电子商务盈利特点	82
第三节 垂直电子商务发展中存在的问题	86
第五章 淘宝盈利模式	91
第一节 淘宝网概述	93
第二节 淘宝网的服务及其运作模式	95
第六章 阿里巴巴盈利模式	111
第一节 阿里巴巴概况	113
第二节 阿里巴巴网站及其运营模式	117
第三节 阿里巴巴中国网站的业务分析	128
第四节 阿里巴巴商业模式分析	133
参考文献	144

第一章

电子商务发展概况

CONTENTS

电子商务概念在 1993 年引入中国, 1996 年中国出现了第一笔网上交易, 1998 年以推动国民经济信息化为目标的企业间电子商务示范项目开始启动。1999 年以后, 电子商务在中国开始了由概念向实践的转变。从最初的 B2C 模式扩展到 1999 年的 C2C 网上拍卖以及 1999 年末兴起的 B2B 模式, 电子商务在中国发展良好。2000 年互联网泡沫破灭, 对电子商务发展造成了沉重打击。但 2002 年增值服务的兴起和运营环境的成熟又促进了电子商务的发展。2004 年, 中国电子商务的增长率为 73.7%, 营业额达到 4800 亿元人民币, 约为全球电子商务营业额的 2%。根据艾瑞咨询发布的 2010 年第一季度中国电子商务市场数据显示, 中国电子商务市场整体交易额达到了 10 152.7 亿元, 单季交易额突破万亿规模。电子商务已成为网络经济各行

业当中最受关注的行业。从电子商务市场结构来看，企业间电子商务仍然是电子商务市场的主体。其中，中小企业 B2B 电子商务交易规模占比最高，达到了 52.6%，成为电子商务市场发展最大的推动力。2013 年，中国电子商务市场交易规模达 10.2 万亿，同比增长 29.9%。其中，B2B 电子商务市场交易额达 8.2 万亿元，同比增长 31.2%。当今，电子商务的发展如日中天，巨大的网民数量为电子商务的发展提供了无限广阔的空间。下面笔者将对全球范围和我国的电子商务发展情况作一简单的概述。

第一节 全球电子商务发展概况

电子商务具有全球化、方便快捷、成本低、效率高、选择性强等优点，因此，发展十分迅速。全球电子商务交易额在 1998 年尚不足 350 亿美元，到 2006 年，则超过 12.8 万亿美元，增长速度极为惊人。2008 年，我国电子商务成交额突破 3.1 万亿元人民币，比 2007 年增长 43%，可见发展速度也极为迅猛。目前，电子商务已经成为全球支柱行业之一。在电子商务的几种交易方式中，B2C 和 B2B 所占分量较重，而其中又尤以 B2B 所占比例最大。在全球电子商务销售额中，B2B 业务所占比例高达 80% ~ 90%。

1998 年美国在线购物金额达到 48 亿美元，2000 年上升到 200 亿美元。B2B 的网络贸易从 1998 年的 156 亿美元上升至 2000 年的 1750 亿美元。1998 年日本 B2B 电子商务的规模约为 9 万亿日元，2003 年年底

达到 68 万亿日元，年平均增长达 50%。亚洲电子商务 2000 年达到 84 亿美元，每年以超过 2 倍的速度增长，到 2003 年达到 480 亿美元。欧盟成员中 B2B 互联网交易有望在 2004 年达到 13 000 亿美元，占整个欧盟国民生产总值的 12.9%。韩国电子商务的基础设施在国际社会公认为世界级水平，宽带普及率是世界上最高的。据互联网数据中心（IDC）的一项调查显示，在信息化社会的排名中，韩国居世界第八位，居亚洲首位。韩国的电子商务展示了迅猛的发展态势和持续的增长能力，2003 年，韩国电子商务的规模达 2040 亿美元。

1997 年 4 月，欧盟提出了《欧盟电子商务行动方案》，1997 年 7 月，美国提出了《全球电子商务框架》。韩国在电子商务、电子政务方面的立法比较健全，目前，已经形成了较为完善的电子商务、电子政务法律体系。在美国总统的倡议下，世界贸易组织 132 个成员决定使互联网成为自由贸易区，期限至少为 1 年。我国政府积极支持电子商务活动的开展，先后批准北京、上海、天津等城市作为我国电子商务的试点城市，并开始计划制定一系列相应的政策和法

规等。

近几年，“信息化”的概念已经在全球“炒热”，发达国家的计算机网络建设已日臻完善，应用也相当广泛，已经进入到进一步开放市场、普及民众及推动技术发展的新阶段，从而以电子商务带动经济增长。

电子商务行业缔造了一些大型网络平台，逐步控制了物流网络、信息网络的咽喉要道，成为各国国民经济发展的发动机。例如，亿贝（eBay）网在2008年完成交易额600多亿美元，2008年谷歌（Google）销售额为217.95亿美元，亚马逊为191.66亿美元，其大部分业务均来自美国之外的全球市场。中国的当当网2008年销售收入达12亿元人民币。淘宝网2009年交易额达到2000亿元人民币，相当于全国最大连锁超市集团华润万家2008年全球销售额的3倍多。随着渠道控制能力的增强，中化网、中国制造网、当当网、淘宝网等大型营销平台逐步扶持自主品牌，进入产品定制和技术研发领域，在产业链上游培育出一些大型企业。因此，电子商务已经成为维护本国商业、工业、科技企业命脉的核心产业。随着百度、腾讯等互联网巨头逐步进入电子商务平台服务领域，我国电子商务

行业将迎来新的爆发性增长阶段，将会吸纳数以百万计的优秀科技人才，实现大量商业模式和技术手段的创新。电子商务还推动了相关产业的快速发展。

加拿大和欧盟几年前就成立了电子商务委员会，该委员会是负责电子商务试点、法律构架筹备等事务的协调机构。加拿大甚至还提出要成为世界电子商务的领导者。与美国相似，欧盟在建设覆盖整个欧洲的信息网的同时，为了提高信息的利用率，取得更好的经济效益和社会效益，各成员国政府以及地方政府都投入了大量人力和物力。

当前，亚洲电子商务的重心已由日本转移到中国和印度。亚洲企业家在各个领域纷纷推出电子商务活动，其范围涵盖银行、消费品、旅游等方面。概括起来，全球电子商务的发展可以从以下几个方面体现：

(1) 全球互联网用户数量快速增长。1996 年不足 0.4 亿，到 2008 年 12 月全球互联网用户数目已经达到 15 亿。而 WSIS (World Summit on the Information Society) 所预期的目标是，到 2015 年，人类的一半都是网民。

(2) 电子商务交易额直线攀升，呈指数规律增

长。1994 年全球电子商务销售额仅为 12 亿美元, 1997 年即达到 26 亿美元, 全球电子商务交易额在 1998 年尚不足 350 亿美元, 到 2006 年, 则超过 12.8 万亿美元, 增长速度极为惊人。2008 年, 我国电子商务成交额突破 3.1 万亿元人民币, 比 2007 年增长 43%, 发展速度也极为迅猛。

(3) 全球电子商务的法律环境日益完善。国际社会正在努力打破地区、国家之间的界限, 建立一套国际统一的贸易规范与法律框架, 包括对电子合同的认可、接受电子签名以及其他类似授权程序的规则, 制定争端解决机制, 制定权责明确的根本原则等等。1999 年 2 月, 欧盟提出建立一个旨在协调全球通信, 特别是电子商务的国际宪章的提议; 1999 年 5 月, 美日两国发表联合声明, 双方在关税、税收、隐私权、身份确认等方面确定了共同原则; 1998 年 5 月, 世界贸易组织 132 个成员签署“关于电子商务的宣言”。

(4) 全球电子商务支付成为可能。目前, 网络技术和安全技术的发展和应用已使全球电子支付成为可能。

(5) 国际上基于公开密钥体制 (PKI) 的证书授

权中心（CA）安全认证保障体系，已被普遍认可。多数国家都在建立自己的 CA 安全认证保障体系，但目前还没有国际统一的认证机构。目前许多国家都在为建立一套完整的安全保障制度而努力。

（6）在网上交易税收方面，1997 年 12 月，欧盟与美国发表了有关电子商务的联合宣言，承诺建立“无关税电子空间”。美国依据“全球电子商务政策框架”规定的原则，已经分别与日本、法国、加拿大、荷兰、爱尔兰、澳大利亚、韩国、菲律宾、智利、埃及等国签署了《电子商务联合宣言》。这些方面都充分说明，世界范围内的电子商务得到了飞速发展。这也为我国电子商务的发展提供了良好的外部环境。

随着我国对外开放的进一步扩大，我国经济与各国经济更加紧密地依存，我国经济的高速发展，为电子商务发展提供了良好的经济环境；国外资本的注入，也进一步加快了中国电子商务与国际接轨的进程。