

# 菲律宾双清到门

产品名称	菲律宾双清到门
公司名称	一三玖跨境物流供应链（深圳）有限公司
价格	600.00/立方米
规格参数	品牌:双清包税 型号:单独报关 产地:一般贸易
公司地址	宝安区沙井街道马鞍山鞍胜路35号
联系电话	16675547693

## 产品详情

随着互联网商务应用的不断拓展和近年来电子商务的破冰式发展，越来越多的消费者开始关注网络购物市场，使用网络购物交易方式。特别是以淘宝网为主的网络购物平台对消费者消费行为的培养，各类综合式或垂直式B2C网站在基因、诚信基因、产业链配套、售后服务等方面的优势构架，让中国电子商务零售市场呈现百花争艳的局面。各类VC也纷纷进入B2C行业，提前布局，抢占市场。

### 1、B2C 电子商务市场整体发展情况

B2C 电子商务，简单来说就是电子化零售，即企业通过网络向消费者直接销售产品或服务。B2C 模式是我国早产生的电子商务模式，以王峻涛一手创办的My8848 正式运营为标志。虽然My8848终因为资金严重短缺、企业管理不完善、物流配送不到位等方面的原因于2

2002年年底宣告失败[1]。但中国B2C电子商务模式却在11年的时间里，从当时雾里看花、遥不可及的状态，变成了当今异常火爆、适合上班族等年轻消费群体的一种购物方式。

### 1.1 B2C 的崛起与高速发展期

2007年是中国B2C历史上的一个转折时期。这一年，淘宝的交易额达到了433亿元，用户数达到5300万，服装、手机、化妆品、家居日用、家用电器等品类成为淘宝上排名前几名的类目，这个交易平台培育了消费者对这些品类的在线消费习惯，催生出网购的大环境[2]。同时，PPG、凡客诚品、京东商城等独立B2C网站也获得高速发展。其中主营母婴产品的红孩子网站也因为获得KPCB风投(凯鹏华盈)2500万美元第三轮融资，而成功地站到了中国受欢迎的投资企业前列。

2008年4月，淘宝商城正式上线，标志着阿里集团的业务线从B2B市场和C2C市场开始扩展到B2C市场；此外，传统企业，如海尔、苏宁电器、神州数码等有实力的企业也纷纷开设网上商城。

### 1.2 B2C 的转型与升级期

2009年5月底，当当网宣布实现盈利[3]。2010年，中国电子商务B2C市场更是风生水起，特别是在资本市场上得到了前所未有的高速发展。年初京东商城的1.5亿美金融资就预示了这个行业的光明前景，年底京东商城董事局主席刘强东再次宣称京东的C轮融资已完成，总金额超过5亿美元，显示了京东商城在国内B2C

领域的影响力[4]。

11月份，淘宝商城正式以域名tmall.com正式上线，加之年底的两家独立B2C网站（麦考林、当当）在美国上市、凡客诚品的巨额融资，更令行业集体升温。

2011年，在B2C、二梯队网站集体“不差钱”的情况下，许多风险投资家把目光投向了第三梯队甚至“淘品牌”。如2011年1月18日，

国内会员制品网站佳品网完成第三轮千万美元级融资。2011年1

月初，淘品牌“绿盒子”获轮融资2000

万后相隔一月，又获来自世界的风险投资机构DCM的又投资1

亿元资金，总计1.2亿元风险投资资金。此外1

月份还有乐淘网、北京九合尚品科技有限公司也分别宣称获得C轮及B

轮投资等[5]。随着VC（Venture Capital，

风险投资）全面进入中国网络零售市场，2011年B2C企业竞争将全面升级。

## 2、国内网上零售企业竞争状况

### 2.1 电子商务企业规模

2010年我国国内B2C、C2C与其它电商模式企业数已达15800

家，较去年增幅达58.6%，预计2011

年将有望突破2万家。另外，国内电子商务服务企业已达25000

家，网络团购企业数量达1880家[6]。

在2011年，随着传统制造商、品牌商、服务商、渠道商、零售商等多种角色的涉足，外资零售巨头纷纷瞄准网上零售市场，C2C平台的卖家们渐成规模，由“大”C向“小B”转变，形成一股不可小觑的网商群体。我国网上零售企业规模将呈现稳步上升的势态。

## 2.2 网上零售企业市场交易规模占有率

2010年国内网上零售企业为迅速抢占市场占有率，行业纷争不断。整体市场占有率通过一年的争夺，有了一定程度的变化。

对于C2C购物平台而言，百度乐酷天、银泰网等新平台的上线，淘宝商城域名、运营的独立和“无名良品”上线、腾讯拍拍商城开放平台等一系列行业重大性事件，都预示着平台类购物网站们的一场围绕商户资源而展开的争夺战已爆发。淘宝网仍占的份额85.4%，其次是拍拍网、易趣网，而乐酷天则依托百度的巨大流量优势、品牌优势，以及日本乐天的运营经验，已有较好的市场表现。

对于独立B2C购物网站而言，京东商城仍以32.5%市场占有率位居；随着卓越亚马逊9大运营中心的建立，超过150万类产品的提供，百货化进程速度远超当当网，在2010年末已显成效，以9.2%的份额较当当网8.9%

份额位列第二，而凡客诚品、麦网、红孩子、苏宁易购、新蛋网、易迅等紧随其后[7]。

### 2.3 网民对网购经历的满意程度

根据CNNIC发布的《2009年中国网络购物市场研究报告》数据显示，我国网购人群中有近八成的用户对网购经历表示满意，整体满意度较高。数据同时显示，虽然使用独立B2C网站进行购物的网民数量小于在C2C平台网站进行购物的网民数量，但由于独立B2C购物网站在商品种类选择、产品品质、商品价格、退换货保证和服务质量上都相对于C2C平台网站，用户对B2C购物网站的满意度高于C2C购物网站。

### 2.4 制约网络购物的因素

2010年，我国网购用户规模达到1.61亿，虽然数量庞大，但相比于我国4.57亿的网民数量，应用率还不是特别高[8]。那是什么原因制约着网民进行网购呢？CNNIC调查数据显示，在过去半年里，超过八成的网民有网购想法，并在网上查询过商品信息，但是因为各种制约因素，只有26%的网民真正实现了网络购物。妨碍网民进行网络购物的主要原因有“交易方式不习惯”、“缺乏网银等支付工具”、“缺乏对应的网购知识”。对应的比例分别是45.3%、18%（针对独立B2C网站）、18.5%（针对C2C网站）。这也从侧面说明了我国存在着庞大的潜在网购用户群体。

## 3、中国电子商务B2C行业未来发展特征趋势

近年来，随着政策法规的出台，网络零售商竞争格局的动荡，传统商家的线上布局，风投

的频频投资，用户的高网购频率??体现了网络零售业已步入“快车道”，成为经济发展体系中一股重要力量。我国网上零售业规模呈现稳步上升势态。笔者认为国内B2C行业未来发展有如下四个特征趋势。

### 3.1 B2C 受VC 追捧，资本主导市场主力军

随着网络零售行业竞争的全面加剧，资金链断裂、商业模式不清晰、厂商的压迫式竞争，以及外部政策风险影响（实名制、牌照、关税）等都会让缺乏竞争力的厂商将面临淘汰。

B2C 电子商务模式对于资金的需求较高。近3年，风投在我国B2C

行业的助推作用明显。2006-2009年中国电子商务B2C 行业及相关领域共发生投资事件95

笔，涉及企业44个，投资金额达到6.04亿美元。2010

年中国电子商务领域已披露的投融资共42起，合计金额超过9.4

亿美元，其中涉及B2C行业的风险投资、并购、IPO 累计共26家。B2C 企业为占据市场地位，

通过不断融资或上市来推动其自身的发展，“烧钱”已是行业司空见惯之事。

因此，未来几年将是网上零售商们“资本火拼年”，更是“市场火拼年”，在这片看似“蓝海”的网上零售市场，通过2010

年的市场孕育期，竞争将进一步升级，市场主力军仍将由“资本”主导。

### 3.2 B2C 网站加速百货化

目前我国垂直领域市场容量不够大、不足以喂饱数量众多的B2C 网站，有些品类的平价毛

利率如图书、电子类产品甚至低于5%。而百货化一则可以B2C网站应对多元的网民需求，增加对用户的黏度，二则为B2C网站获取更多的生存空间提供了可能，开辟更多新利基，获取新战略支点[9]。早在两三年前，国内网络图书零售巨头当当网与卓越亚马逊就嗅到多元化的广阔商味和规模效用，率先开始了转型的步伐，先后走上了百货化之路，后有京东商城、红孩子紧随其上，加入百货化进程中，加速了国内传统垂直B2C商城开始向综合性商城全面转变。更有许多不的中小B2C企业也号称要挺进“网上百货商城”。B2C网站的百货化趋势正在加速。

### 3.3 价格战竞争将加剧

市场份额依旧是市场追逐的要素。价格战在未来几年将仍然是B2C

市场的常态。成本导向是绝大多数B2C

网站一贯的风格。在电子商务市场发展前半阶段，B2C网站在打价格战的时候，更多的动机是在于快速的圈地，去抢占市场份额，所以在这个阶段选择价格战这种竞争方式是可以理解的。但是在中后期，很多厂商会逐步的淡化价格战在它竞争的核心，会逐渐的注重服务还有其他方面的竞争。物流行业作为与网上零售业结合紧密的行业之一也将迎来快速发展。今年的1月19日，阿里巴巴集团与金融合作伙伴就承诺投资200-300亿元人民币，逐步在全国建立立体式的仓储网络体系及物流公司[10]。

### 3.4 B2C 将替代C2C 成网购主流

C2C

平台购物方式对国内网络购物市场的培育贡献巨大，但随着网购市场的逐步完善，B2C在商品质量、服务保障方面的优势愈加凸显，网民对B2C网购的认可程度相对更高，导致B2C转化率缓步趋高。对比C2C，B2C购物方式同样有着购物便捷的优势，但又具备比较好的物流及退换货制度。更由于消费者面对的是商家，因此有着比C2C较高的安全支付保障。所以在未来几年，B2C必将代替C2C成为网购主流。