

对 E 城便利站电子商务盈利模式的评析

叶小卉,田大钢

(上海理工大学 管理学院,上海 200093)

摘 要: 从一个案例出发,在客户价值、范围、收入结构等方面详细探讨了其电子商务的盈利模式,对其存在的问题与对策进行了论述,并简要描述了该模式的发展前景。

关键词: 电子商务; 盈利模式; 客户价值

中图分类号: F713.36

文献标识码: A

文章编号: 1671-8798(2003)04-0246-04

随着计算机技术的飞速发展、因特网的兴起和应用的普及以及一系列相关技术的创新,数据的处理和信息的传递突破了时间和地域的限制,信息化时代的到来成为不可抗拒的潮流。电子商务作为一种崭新的交易模式,已成为现代商务模式发展的趋势。但由于对电子商务缺乏必需的清醒认识和正确判断,如此迅猛发展的商务模式在其具体的实业中并未令经营者取得满意的业绩,大多数经营者在经历了长时期的艰苦创业之后并没有获得相应的报酬,这种状况迫使国内外公众与投资者认识到不可盲目赶潮流、照搬模式,而应该关注是否有利可图,真正做到能够盈利。本文以一个具有自身特色与优势的电子商务公司为案例,从客户价值、收入结构、市场范围等方面详细分析其盈利模式,并对存在问题提出解决措施与建议,试图通过分析,让读者对这种适合中国国情的电子商务模式及其盈利模式有所了解与认识。

1 公司简介

深圳市 E 城电子商务有限公司成立于 2000 年,注册资金 2 000 万元人民币,是由深业控股有限公司、中国(高新)技术产业投资基金有限公司、东欧(集团)有限公司及深圳中域通网络技术有限公司共同投资成立,由 IBM 中国有限公司、深圳市中域通网络技术有限公司共同提供技术支持,以开发生产深圳 E 城便利站产品,建设“E 深圳”的高科技电子商务有限公司,整个项目投资 1.3 亿元人民币。

E 城便利站,又被称为多媒体电子商务便利站(MMS: Multi-Media Station),是深业集团 IBM 公司在总结了日本、台湾、香港等地电子商务发展和信息化建设经验的基础上,经过近一年的研究和筹备而推出的大型电子商务项目。E 城公司在国内首倡“E 城便利站”并在深圳实现了突破。

E 城便利站是一种融公共服务、终端销售、新兴媒体于一身的高科技生活服务项目。它以高速发展的城市宽带网和因特网为基础,高度集成现代先进的计算机网络技术、人机工程技术和金融结算技术,将遍布于商场、写字楼、住宅区、银行、酒店、机场、口岸等公共场所的上千个多媒体终端联结成一个动态的公共信息和电子商务综合服务中心,24 小时不间断地为市民提供求职、买票、购物、投资理财、电子地图、政府办事指南等多项信息服务和便民服务。深圳作为试点城市,已建成“E 深圳”营运中心和在全市分散设置了 300 多台 E 城便利站终端机,并投入了正常运营。计划在认真总结项目前期运营经验的基础上,不断提高系统的技术水平,适当扩大网络规模,调整网点分布和栏目设置,让 E 城便利站变得更实用、更方便、更具盈利能力,初步实现“E 深圳”的目

收稿日期: 2003-01-06

作者简介: 叶小卉(1975—),女,河南信阳人,在读硕士研究生,研究方向为管理科学与工程。

标,构筑深圳市数量最多、分布最广、服务内容最丰富、使用最便捷的电子商务平台和公共信息平台。

2 MMS 盈利模式分析

2.1 客户价值

向客户提供对他们有价值的、竞争者又不能提供的东西,即客户价值^[1]。

2.1.1 向消费者提供价值

(1)享受时间、地点的极大自由度以及一站齐全的便利。便利站24小时不间断地为市民提供天气预报、求职、租房、买票、购物、便民缴费、居家装饰、投资理财、电子地图、政府办事指南(作信息查询)、票务代理、电子购物、网上金融服务等多项便民服务,力争达到“一站给予市民全方位的服务”,给市民们的生活带来前所未有的站式便利。而且所有信息将免费提供,市民不花钱可以找工作、租房、看楼,使用深银联支持的各类银行卡就可现场取得订购的景点门票、球票、彩票、机票,订购的商品也将24小时送货上门。市民们不用花费时间和精力在乘车、排队等待上,在遍布全城的任何一台多媒体终端机上就可以得到需要的信息和服务。

(2)创新形式带来的便利。与其他电子商务形式不同,MMS的交易通过遍布全城的多媒体终端进行。该终端设置有票据打印机、呼叫处理中心、多媒体触摸屏、POS机等设备,在交易和处理过程中,调动了人的视觉、听觉、触觉,让人们在指点之间实现了人机互动,取得了电子商务应用的几大关键性突破和创新。如采用POS机银行卡支付,用消费者比较熟悉信任的支付方式解决了支付瓶颈;当场打印出票的销售方式,解决了电子商务中国际性难题——配送渠道;人际界面良好,触摸式输入方式,只需用手指在相应菜单上轻轻一点,便可进入所需的服务,不需要拨号上网过程,不需要费力敲打键盘,多媒体终端机上还配有亲切悦耳的声音指引客户操作,简便易用,不需要具备任何电脑相关知识便可方便熟练地操作。所有过程简单、轻松、方便。

(3)可靠性。MMS将电子商务中最核心的“电子支付”通过有线方式由现有的金融网络处理,市民使用深银联支持的各类银行卡进行支付,这种比较传统的支付方式足以打消消费者对支付手段安全性的顾虑;其终端设置呼叫处理中心,客户可通过安装于终端机上的电话(拿起便直接拨通E城公司客户服务中心),随时提出疑问或进行投诉,客服人员会尽快给予答复或解决;MMS还向顾客提供了从头到尾的保证,如对于试运营期间可能会出现而未打印出票状况给予及时补票,承诺消费者利益不受损害,使顾客放心消费。

2.1.2 向商家提供价值

(1)MMS的电子商务平台。对小型商家来说,开发一个独立的拥有MMS所提供的各种电子商务能力的在线商店花费太高。加入MMS,既避免在信息技术上的花费,又能享受MMS提供的信息技术设备及运营服务。

(2)遍布全城的分销渠道。商家无须投入庞大的设施成本,即可以低成本拥有自己的大量遍布全城的销售网点,实现规模扩张。

(3)获得MMS的客户信息。可以共享MMS收集和分析的客户信息,以便更好地了解客户的需要,开展更有效的业务活动。

2.2 客户范围

指市场的某一市场领域或地理区域,公司需要决定向哪一范围提供价值服务。MMS具有明确的市场定位,它以便民为出发点,提供多样化、多功能的服务,并因其适合中国国情的特征优势,大大增加了客户范围。

MMS系统可以向广大消费者提供内容丰富的信息查询、多种多样的商品和服务,同时也可以向商家提供他们需要的服务或商品,因此,MMS系统的用户涵盖了商业用户(商家、厂家)和个人用户。MMS的商业用户目标包含了银行、旅游行业、广告行业、保险公司、房地产公司、航空公司、铁路公司、汽车运输公司、超级市场、电影院、体育馆、电话公司、供电局、自来水公司、煤气公司、物业管理公司、各种商品的生产厂商等广泛的商业领域,MMS的个人用户目标则是在深圳工作、生活、旅游的全部消费者以及部分通过访问MMS网站要求提供服务和商品的外地消费者。

在国内,由于受到家庭上网条件、知识水平、思想观念的束缚,目前上网者的类型特征大多为年轻、高学历、具有一定的收入水平的知识层人士,因此,网上消费主要是以追求时尚、趣味性、个性化为目的。而对于一般市民都能够在生活中享受到电子商务的便利与低价消费,则需要消费水平、家庭电脑普及率、市民的知

识文化水平等达到相当程度才有可能得到实现。而 MMS 模式旨在“将便利送到每个市民的身旁”,这不仅表现在它提供了多种多样的便民服务上,而且其遍布全城的多媒体便利站使市民不必拥有自己的电脑就可享受上网的便利,各终端机通过专线 24 小时与 MMS 运作中心相连,使市民不用自己进行上网的连接操作,触摸式的输入方法使市民以手写方式输入而不必懂得电脑键盘操作。另外,通过呼叫中心随时可使市民的疑问得到解答,良好的用户界面、多媒体的互动指引,所有这些使得市民们通过 MMS 系统得到购物与服务的束缚相对于其他方式大大降低,使那些本不具备上网条件或电脑知识以及不是上网主体却是处理家庭事务主体的女性群体得以加入到网上消费中来,从而使 MMS 获得的客户范围大大增加。

MMS 的这种形式符合我国目前经济发展水平、人们消费水平、电脑普及率、社会成员的整体素质等相对于发达国家都处于较低水平的国情,而且该模式高科技含量与实用性兼备,它把听起来高深莫测的电子商务与人们的日常生活紧密相联,对于扩大网上消费群体以及增加国民对电子商务的了解与认识,电子商务的发展与普及起到积极的促进作用。

2.3 收入结构

MMS 有以下几种收入来源,并且经市场调研与预测,均有良好的盈利前景:销售机票、彩票、娱乐及景点门票,商品的代理费或佣金;招聘信息发布、房地产楼房推介以及专业广告公司发布广告的广告费用;商家加盟费,向每个想在 MMS 上提供介绍和建立连接的商家按年或季度收取网上展位费。

2.4 优势分析

MMS 模式(B2B2C 电子商务模式)相对于其他模式(B2B、B2C),具有以下优势。

以 B2B 或 B2C 模式开展电子商务,由于是与传统产业抢分市场,故而会遭遇传统产业的强烈抵触,有时甚至是致命的威胁。而 MMS 模式是建立在促进传统产业发展,整合和优化社会资源这一良好而现实的愿望基础之上的,其基本思路就是优势互补、各司其职、共同发展、共同进入电子商务时代。在这个网上,所有参与者都会获得巨大收获,既得利益都不会受到损害,因此,这种商业模式会受到传统商业模式的双手称赞。

B2C 电子商务公司想跳出传统的制造商—批发商—零售商—消费者的物流方式,直接将商品送达消费者手里,以商家直接面对消费者,抛开中间的经销商,而事实证明,配送问题成为经营的矛盾所在,直接面对消费者的零售特点决定了其配送工作必然负担沉重。B2B2C 模式的最大特点是不建自己的仓储中心和配送渠道,它引进 B2B,把经销商作为销售渠道的下游,一方面极大地减轻了配送的负担,另一方面也能够减缓库存带来的压力,从而大大降低成本。

POS 机刷卡支付,是我国目前可以同时满足客户安全性、方便性要求的支付方式,MMS 以自己的特色解决了电子商务的支付瓶颈。

MMS 模式充分考虑我国国情,采用落地式电子商务形式,可以提供独特的客户价值以及与之适应的客户范围,并且克服了发展电子商务的配送和支付两大瓶颈,成为具有中国特色的电子商务模式。

3 面临的主要问题及采取的措施

首先,E 城公司处于试运营阶段,一些硬件设备或系统软件的细节部分仍存在不完善之处,这些小的缺陷引起不出票、从客户银行卡中划出了钱却未进行相应的交易等大事故。虽然事后得到补救,但若仍旧出现诸如此类的故障,将会导致客户对 MMS 的信任大打折扣,影响其信誉,甚至部分客户将背离而去。所以,E 城公司目前最紧迫的任务是将客户利益放在首位,集中公司的技术力量,以最快的速度完善其技术体系。

其次,E 城公司预测其电子购物业务可能成为 MMS 系统最大的收入来源,同时也是所有项目中经营风险最大的,当然,利润空间也是最大的,因而需要重点关注。但是,该业务存在着国际性的发展制约——物流,而且需要一个庞大的销售、管理、采购、质量监督系统,所以需要较长的时间来尝试和完善各种流程,达到资源的最佳组合利用。因此,建议在 MMS 项目运营的初期,通过与有完善配送、仓储系统的大型连锁超市联合,E 城提供平台、他们提供后台服务的方式,尽快实现初步的商品销售,此类销售模式的优点在于充分发挥 MMS 系统的技术先进性和充分利用现有的商品销售、配送网络,合作双方优势互补、均有收获,对 MMS 项目和合作方是一个双赢的结局。

最后,E城公司利用目前具有政府支持、新型形式吸引大量消费者的大好形势,大力展开各种营销策略以期望使该项目迅速推广并尽快建立品牌。例如,它采用打折低价让利给消费者的策略来吸引并留住更多的客户,它举行母亲节派送鲜花、儿童节“一元电影”活动,周年庆典上举行使用终端机的销售比赛,以扩大该项目的影响力与知名度。但是要在竞争中取胜并保持其优势,不仅需要E城不断在技术与经验上领先,更重要的是需要在经营模式与业务类型上不断创新。E城应保持敏锐的商业眼光,在丰富的技术和管理经验的基础上,在运营过程中挖掘出有盈利前景的新项目,为MMS项目不断注入新鲜血液。

4 前景展望

经市场调研与预测,只要E城公司抓住机遇,在具备符合中国特色的经营模式与正确策略的基础上,把握住时代的新动向,创造、利用并持续拥有竞争优势,MMS将具有良好的盈利前景。如电子彩票业务,其收入来源是在福利、体育彩票的销售中,按约定提取相应比例的佣金。深圳每年的彩票销售额有近6亿元(每注2元,共3亿注),而利用MMS成本、网点、资金结算的优势,非常有希望接获绝大多数的福利彩票销售,预计每年可以完成约1.8亿元的销售额,占彩票销售市场的30%,一般按照5%的比例提取代理费,则一年彩票代理费收入可达900万元。

E城的战略目标是,在全国主要大中城市有计划、有步骤地推广E城便利站,将全国的E城便利站网络连成一个跨城市的公共服务体系,推动全国电子商务应用协作和联盟,实现资源共享。E城便利站是一条一直铺到老百姓家门口的通路,一旦这条路通向全国主要的大中城市,E城便利站在网络资源、技术资源乃至商业资源上的互联互通将产生巨大的能量,其价值将随着网络的铺设、功能的拓展而不断递增。E城便利站在深圳的成功实践,已经吸引了40多个大中城市的眼光。2001年5月,在上海举行的第二届亚太地区城市信息化高级论坛上,该项目赢得与会市长和专家的普遍赞誉。京津沪等10多个城市的代表前来洽谈,表达了要在当地兴建E城便利站的合作意向。2001年10月,E城公司与福州星际网科技发展有限公司就MMS项目签约,MMS项目落户福州,标志着E城便利站向“以深圳为基点,有计划、有步骤地向全国主要大中城市进军,打造一个跨城市的公共服务体系”的目标迈出了关键一步。

电子商务是市场经济高度发达和现代信息技术的产物,网络交易本身有一个从初级形态向成熟形态发展的客观过程,MMS模式适合中国当前发展电子商务的具体现状,并且具有良好的盈利模式与发展前景,希望该成功案例能对业内人士有借鉴之用。

参考文献:

- [1] 阿兰·奥佛尔,克里斯托福·得希.互联网商务模式与战略:理论和案例[M].立志明等译.北京:清华大学出版社,2002.
- [2] 吴叔平.电子商务的价值链与赢利模式[M].上海:上海远东出版社,2000.
- [3] 向欣.电子商务与流通革命:创造全新的商务模式及中外企业电子商务实例[M].北京:中国经济出版社,2000.
- [4] 蒂默斯.六大电子商务发展战略[M].刘祥亚译.北京:机械工业出版社,2001.
- [5] 韩江.我国电子商务发展面临的问题与决策建议[J].郑州工业高等专科学校学报,2002,(6):36-38.
- [6] 于小平.电子商务的发展趋势[J].松辽学刊(自然科学版),2002,(1):78-80.

Analysis on profit pattern of E-Business for E-City multi-media station

YE Xiao-hui, TIAN Da-gang

(Management College, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai 200093, China)

Abstract: In this paper, the E-Business profit pattern of a practical case is studied in terms of custom value, extent and revenue structure. Meanwhile, the existing problems and countermeasures of this case are discussed. Furthermore, the development prospects of this model is described briefly.

Key words: E-Business; profit pattern; custom value