

我国 C2C 电子商务发展现状

C2C (Customer to Customer) 电子商务是指消费者与消费者之间进行的电子商务, 或个人与个人之间的商务活动。目前, 国内的 C2C 电子商务平台主要呈现以淘宝网、腾讯拍拍、百度有啊、易趣网为主的“四足鼎立”的结构。

1. 发展现状

近年来, 我国电子商务飞速发展, 网络购物市场交易规模持续高速增长, 即将成为 21 世纪的主流商务模式。艾瑞咨询数据显示, 2011 第一季度中国网络购物市场整体交易规模 1700 亿元, 同比增长提速, 达到 100.9%。其中, C2C 市场格局稳定, 交易规模平稳增长。

2. C2C 电子商务平台发展状况

目前, 在网上发展比较成熟的 C2C 电子商务平台主要有淘宝网、腾讯拍拍网、易趣网、百度有啊等, 几个网站各具特色, 为 C2C 电子商务的发展起到了促进作用。

(1) 各 C2C 电子商务平台特色

淘宝网由于起步早, 拥有强大的消费者群体, 也是众多 C2C 平台中效益最好、认知度最高的平台; 腾讯拍拍网虽然起步晚, 但是基于其聊天工具 QQ 的用户群, 发展势头迅猛, 很快成为仅次于淘宝网的第二大 C2C 电子商务平台; 百度有啊基于强大的搜索引擎系统, 将搜索引擎技术同电子商务紧密结合, 优势互补, 自上线以来也收到了不错的效果。

(2) 网络购物工具技术先进

各大 C2C 电子商务平台都开发了适合自己的网上沟通工具以及网上支付平台, 均采用了先进的技术, 并且在逐步的完善。比如淘宝网的阿里旺旺和支付宝、腾讯拍拍网的 QQ 和财付通、易趣网的贝宝以及百度有啊的百付宝等。

3. C2C 电子商务平台竞争现状

截止到 2011 年, 中国 C2C 电子商务市场表现出淘宝网一家独大的局面。2011 年, 淘宝网 C2C 平台交易规模占中国 C2C 整体规模的 90.5%, 稳居市场首位, 远远超过了排名第二的拍拍网 (8.9%) 和排名第三的易趣网 (0.6%)。具体数据如图 3-1 所示:

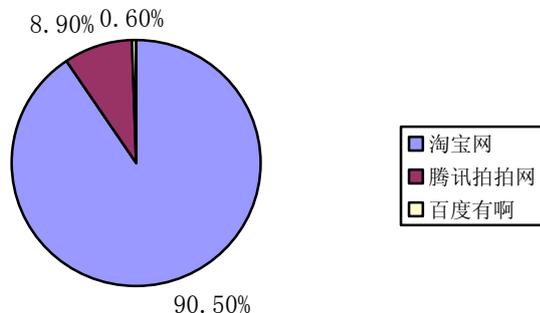


图 3-1 2011 年 C2C 市场交易总额分布比例

由于 C2C 网站投入成本少, 操作简单, 更为个人投资者青睐, 据艾瑞网预测, 未来三至五年内 C2C 模式仍将是网络购物的主流消费。