

汽车B2B电子商务





一、**B2B**电子商务概述

二、汽车**B2B**电子商务模式

三、国内最大汽车**B2B**电子商务平台——易车网

第一节 B2B电子商务概述

一、B2B电子商务概念及特征

(一) B2B电子商务概念

B2B是电子商务的一种模式，具体是指企业与企业之间通过专用网络或Internet，以电子化方式在企业间进行的交易。这种交易可能是在企业及其供应链成员间进行的，也可能是在企业和任何其他企业间进行的。这里的企业可以指代任何组织，包括私人或者公共的，营利性的或者非营利性的。

B2B电子商务能降低交易成本、提高效率，扩大企业间电子商务活动的行业范围，为企业特别是中小企业提供高效、快捷的市场平台，成为近年来电子商务最活跃的领域之一。

第一节 B2B电子商务概述

一、B2B电子商务概念及特征

(二) B2B电子商务特征

1. **整合**：线上销售、线下体验，线上线下共同服务客户
2. **快捷**：线上购买方便快捷
3. **方便**：时间地点不受限制
4. **利于追踪**：从选购到交货每一个环节都能追踪查询，让客户放心。

第一节 B2B电子商务概述

一、B2B电子商务概念及特征

(二) B2B电子商务特征

1. **交易对象相对固定**：不像普通消费者发生的交易行为比较随意，企业交易的对象一般比较固定，这种固定体现了企业的专一性，也体现了企业之间交易要求内在的稳定性。
2. **交易过程复杂但规范**：企业之间的交易一般涉及的金额较大，不容有闪失，在交易过程中需要多方的参与和认证，过程十分复杂，严格和规范，同时注重法律有效性。
3. **交易对象广泛**：企业交易的商品有很多不属于普通物品，企业交易的物品几乎可以是任何一种物品。

第一节 B2B电子商务概述

一、B2B电子商务概念及特征

(二) B2B电子商务优势：

- ⌘使买卖双方信息交流低廉、快捷。
- ⌘降低企业间的交易成本。
- ⌘减少企业的库存。
- ⌘缩短企业生产周期。
- ⌘24小时 / 天无间断运作，增加了商机。

第一节 B2B电子商务概述

二、B2B商务模式

(一) 根据交易机制来分

- 1、产品目录式
- 2、拍卖式
- 3、交易所式
- 4、社区式

第一节 B2B电子商务概述

二、B2B商务模式

(一) 根据交易机制来分

1、**产品目录式**：集中大量产品和服务，为卖方提供低成本的销售渠道，为买方提供一站式的采购地点。

第一节 B2B电子商务概述

二、B2B商务模式

(一) 根据交易机制来分

2、**拍卖式**：提供一个销售和购买特殊商品的**场所**，如多余存货，使用过的固定资产、中止生产的产品、可翻新的产品等。通过拍卖式，**卖方**可以吸引更多的竞价者，获取更高的销售价和存货周转速度；**买方**可以找到更便捷的购买特殊产品和服务的方法，获得更多选的余地。

第一节 B2B电子商务概述

二、B2B商务模式

(一) 根据交易机制来分

3、**交易所式**：一般为按产业或行业细分的大宗商品提供的交易市场。采取相对标准的合约与严格的交易管理办法，安全和交易量的问题都能较好解决。

第一节 B2B电子商务概述

二、B2B商务模式

(一) 根据交易机制来分

4、**社区式**：聚集一群买方和卖方的目标用户，为他们提供行业或产业专门信息以及与业内人士相关的社区式服务。通过提供行业新闻、评论、市场信息、工作机会、在线聊天、公告板以及专家服务等方式，吸引特定行业的买卖双方。

第一节 **B2B**电子商务概述

二、B2B商务模式

(二) 根据企业间商务关系

- 1、以交易为中心的B2B电子商务模式
- 2、以供需为中心的B2B电子商务模式
- 3、以协作为中心的B2B电子商务模式

第一节 B2B电子商务概述

二、B2B商务模式

(二) 根据企业间商务关系

1、以交易为中心的B2B电子商务模式：

这种模式以企业之间的**在线交易**为主，关注的重点是商品交易本身，而不是买卖双方的关系。其主要形式为在线产品交易和在线产品信息提供。前者一般以一次性的买卖活动为中心，交易对象为产品、原材料、中间产品或其他生产资料；而后者提供产品的综合信息。

第一节 B2B电子商务概述

二、B2B商务模式

(二) 根据企业间商务关系

2、以供需为中心的B2B电子商务模式：

这种模式以企业之间的**供需关系**为主，关注的重点是生产过程与供应链，而不仅仅是商品交易。其主要形式为制造商和供应商所组成的B2B供应和采购市场。这种模式以制造商和供应商的供需活动为中心，**以企业之间的合作关系为重点**，通过Intenet将合作企业的供应链管理、企业资源计划、产品数据管理和客户关系管理等有机地结合起来，从而实现产品生产过程中企业与企业之间供应链的无缝连接。

第一节 B2B电子商务概述

二、B2B商务模式

(二) 根据企业间商务关系

3、以协作为中心的B2B电子商务模式：

这种模式以企业之间的虚拟协作为主，不仅重视生产过程与供应链，而且更加关注协作企业虚拟组织中价值链的整体优化。

其主要形式是企业协作平台，业务活动涉及围绕协作而形成的虚拟组织内价值链的各个环节，关注产品规划、设计、生产、销售和服务的整个过程，在世界范围内产生相关企业间最佳协作的组合，并且通过企业协作平台对整个产品生命周期中的业务活动提供有效的管理环境。

这种模式集成了并行设计、敏捷制造、精益生产、大量定制等生产技术和SCM、ERP、PDM、CRM等管理方法。

第一节 B2B电子商务概述

二、B2B商务模式

(三) 根据买方和卖方在交易中所处的地位不同

- 1、以卖方为主
- 2、以买方为主
- 3、中立模式

第一节 B2B电子商务概述

二、B2B商务模式

(三) 根据买方和卖方在交易中所处的地位不同

1、以卖方为主：即网上直销型的B2B，在这种模式里，个人消费者和企业买主都处于供应商的市场环境中，卖方发布欲销售的产品信息(产品名称、规格、数量、交货期、价格等)吸引买方前来认购。

这种模式可以加快企业产品销售的过程，实现新产品推广，降低销售成本，扩展卖方渠道(包括数量、区域)等。

这种模式的一个显著特征是比较偏向于为卖方服务，而不会更多兼顾到买家的利益。

第一节 B2B电子商务概述

二、B2B商务模式

(三) 根据买方和卖方在交易中所处的地位不同

2、**以买方为主**：以买方为主导的B2B电子商务也叫网上采购，是一个买家与多个卖家之间的交易模式。买方发布需求信息(产品名称、规格、数量、交货期)召集供应商前来报价、洽谈和交易。

这种模式**为买方提供更好的服务**，汇总了卖方企业及其产品的信息，让买家能够综合比价，绕过分销商和代理商，从而加速买方的业务开展。一般企业自建的服务与本企业的电子采购就是这种模式，以大型企业为主。

这种模式使采购过程公开化、规范化，实现了信息共享，加速了信息流动速度，扩大了询价比价范围，节省了交易费用，强化了监督控制体系，可提高整个运营环节的工作效率。

第一节 B2B电子商务概述

二、B2B商务模式

(三) 根据买方和卖方在交易中所处的地位不同

3、**中立模式**：中立的网上交易市场模式是指由买方、卖方之外的**第三方投资而自行建立**起来的中立的网上交易市场，提供买卖多方参与的竞价撮合模式，是一对多卖方集中和多对一买方集中交易模式的综合。这一模式又包括水平型的B2B模式和垂直型的B2B模式。

- ❖ **水平型的B2B模式**也成为综合电子商务市场或者综合网站；例如：阿里巴巴，慧聪网等。
- ❖ **水平型B2B**是以提供供求信息为主的平台，是商业信息的集散地。它们为买卖双方创建起一个信息和交易的平台，买者和卖者可以在此分享信息、发布广告、竞拍投标、进行交易。水平型网站追求的是“全”，这一模式能够获得收益的机会很多，而且潜在的用户群落也比较大，所以它能够迅速地获得收益。但是其风险主要体现在用户群是不稳定的，被模仿的风险也很大。
- ❖ **垂直型的B2B模式**是将特定行业的上下游企业聚集在一起，让该行业各个层次的企业都能很容易的找到产品的供应商和需求商。比如：中国化工网，中国种子网等。
- ❖ **垂直型B2B**，又称纵向电子商务市场，指提供某一类产品及其相关产品(互补产品)的一系列服务(从网上交流到广告、网上拍卖、网上交易等)的电子商务交易平台。之所以称之为“垂直网站”，是因为这些网站的专业性很强，它们将自己定位在一个特定的专业领域内，如IT、化学、医药、钢铁或农业。

❖ 垂直型B2B通过向客户提供会员资格来收取费用或按每笔交易收费，常以行业联盟网站的形式出现。行业联盟网站是由供应商和其他厂商共同加盟，将行业内相关企业联合组建的B2B电子商务网上交易平台。行业联盟网站是将本行业内的竞争对手联合在一起，实现技术合作和利润共享。行业合作的实现是一件十分困难的事情，联盟的技术实现难度大，内部相互利益协调困难，能够走向联盟的企业必须具有高瞻远瞩的气魄，这样的企业比较少。如果联盟的问题能够较好解决，则行业联盟对促进B2B的电子商务发展将起到巨大的推动作用。

第一节 B2B电子商务概述

三、B2B商务营销模式

- 1、网上广告形式及收费标准
- 2、客户细分和协同发展
- 3、个性化经营和高质量管理。
- 4、合作经营和优势互补。

第一节 B2B电子商务概述

三、B2B商务营销模式

1、网上广告形式及收费标准

一种是义务广告，主要针对签约企业以及合作伙伴等安排在特定的栏目作出特定的信息接收；

一种是非会员式的收费广告。主要针对有专门类别的广告做出的收费标准。

B2B电子商务的网络媒体主要包含网站首页及栏目主页，还有内容主页等。

第一节 B2B电子商务概述

三、B2B商务营销模式

2、客户细分和协同发展

把客户划分为会员（普通会员、VIP会员）、合作卡会员以及公司客户。不同会员获得不同的消费优惠，可起到很好的促销作用。

发放联名卡可有效体现企业对用户的关怀，进而提升客户的忠诚度。

B2B电子商务可通过客户的消费行为做好具体的数据分析，为后期服务做好铺垫。

第一节 B2B电子商务概述

三、B2B商务营销模式

3、个性化经营和高质量管理。

B2B电子商务在实际发展过程中尤其注重网站个性化的发展，不仅能够给用户提供一个能够自我选择以及习性搭配的舞台，网站平台上还有为用户提供的丰富产品以及准确的商品信息。

第一节 B2B电子商务概述

三、B2B商务营销模式

4、合作经营和优势互补。

B2B电子商务尤其注重和多方合作，不断壮大自己的实力，弥补自身的不足，做到和众多企业共同发展。

B2B电子商务和众多企业单位建立长期稳定的合作发展关系，还为用户提供多方面的商务和信息服务，全方位为用户考虑，为用户提供全方位服务。

第二节 汽车B2B电子商务模式

一、符合汽车行业的B2B商务模式特点

汽车工业按照自身的生产与市场的发展规律、其行业的体系结构具有一个基本模式，即汽车工业形成了从原材料供应、汽车零件加工、零部件配套、整车装配到汽车分销乃至售后服务的一整套“供应——制造——销售——服务”供应链体系结构。

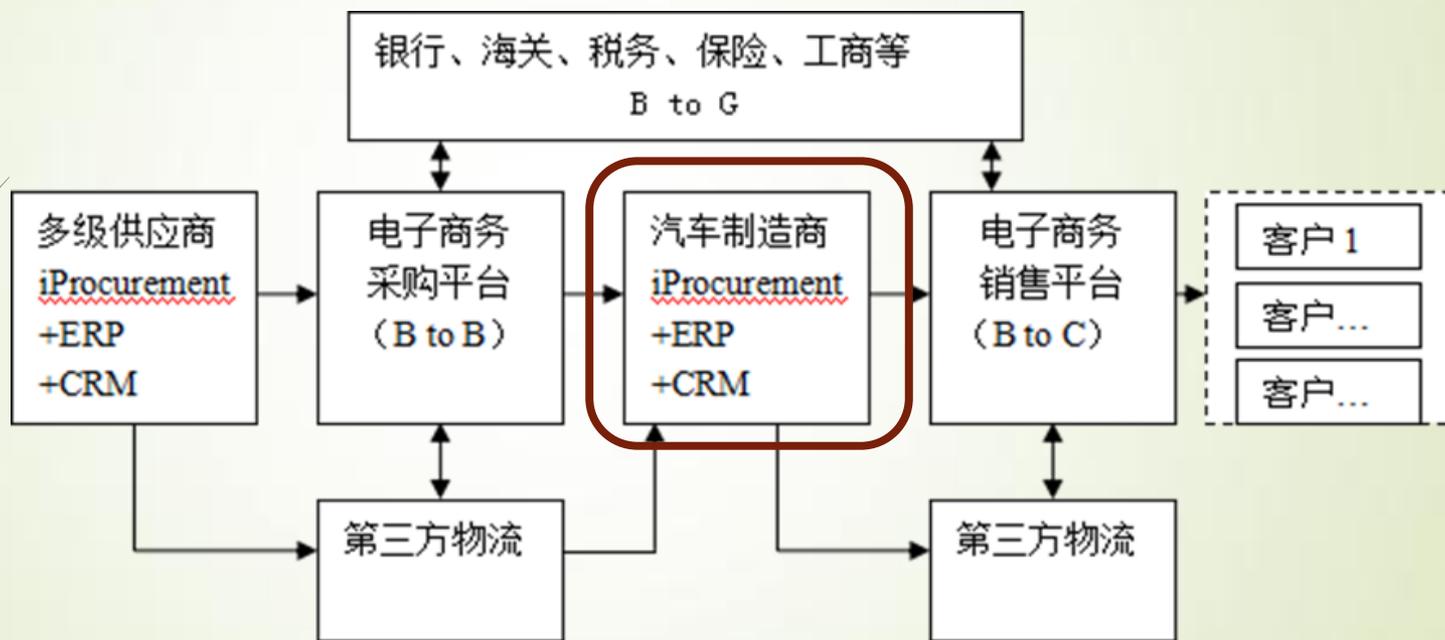
第二节 汽车B2B电子商务模式

一、符合汽车行业的B2B商务模式特点

供应链是围绕核心企业，通过对信息流、物流、资金流的控制，从采购原材料开始，制成中间产品以及最终产品，最后由销售网把产品送到消费者手中，并将供应商、制造商、分销商、零售商、直到最终用户连成一个整体的功能网链结构模式。

供应链包括满足顾客需求所直接或间接涉及的所有环节。

基于供应链的电子商务模式成为汽车行业B2B电子商务发展模式特点如下图：



基于供应链的电子商务模式成为汽车行业B2B电子商务发展模式特点：

- 1、汽车制造商为了实现全球广域网络采购，分离许多零部件生产写作配套厂，使其成为供应商，从而减少低利润企业，精简公司投资，通过电子商务平台，制造商与上游供应商组成上游零部件产品供应链。**制造商致力于汽车设计与研发，组装各级供应商的零部件，然后冠之以自己的品牌。**（福特）
- 2、大批量网络用户个性化需求通过汽车制造商的CRM系统形成批量定制，触动制造企业ERP系统，拉动批量生产。**CRM对产品的整个营销过程进行管理**，包括市场活动、客户管理级售后服务三大环节的管理。
- 3、原材料、零部件、物流配送与主业剥离，**第三方物流配送中心完成汽车产品供应链物流配送功能**。第三方物流配送中心通过先进的管理、技术和信息交流网络，对商品的采购、进货、储存、分拣、加工和配送等业务过程进行科学、统一、规范的管理，使整个过程高效、协调、有序，从而减少损失、节省费用、实现最佳经济效益和社会效益。

基于供应链的电子商务模式成为汽车行业B2B 电子商务发展模式特点：

4、汽车制造商的ERP系统定位于企业内部资金流与物流的全程一体化管理，即实现从原材料采购到产品完成整个过程的各种资源计划与控制，主要目标是以产品生产为导向的成本控制。企业各种资源的计划与控制通过信息系统集成，形成企业内部各业务系统间通畅的信息流，通过广域网络采购与上游供应商连接，通过CRM与下游分销商和客户连接，形成各企业的信息集成，提高整个供应链的效率。**借助iProcurement、ERP与CRM集成一体化运行可帮助企业实现对整个供应链的管理。**

5、网络经济减少低效率和浪费，建立强大和健康的经济体系。随着网络经济的发展和完善，分销商渠道逐步萎缩，**汽车销售功能有电子商务销售平台替代，信息的收集、反馈和处理，由汽车制造商的CRM完成，物流配送功能由专业化的第三方物流公司完成。**

第二节 汽车B2B电子商务模式

二、常见汽车B2B电子商务模式类型：

1、企业B2B电子商务网站

企业B2B网站由企业建立，主要是为了适应互联网时代的变化，创造出一种新的运营方式，为本企业采购、销售、宣传提供平台，为企业客户提供在线服务。

TradeXchange(通用、Commerce One): P78

2、集合式B2B电子商务网站

集合式B2B电子商务网站是一个可以将众多的本行业买方和卖方汇聚在一起的交易所，并使其之间以浮动的价格进行交易，成交价格的形成由交易规则决定。

CONVISINT(科维森特):P79, Covisint(通用、福特、戴姆勒-克莱斯勒)是一家专注于制造业信息化服务的供应商。2000年成立于美国密西根州的底特律市，2005年进入中国。

三、模式比较（P79）

汽车B2B电子商务模式类型选择：

- ❖ 集合式B2B电子商务网站必须由一定数量的买家和卖家，才能获利，都在不具有任何价值；
- ❖ 集合式B2B电子商务网站需要供应商、生产商、互联网服务提供商（ISP）共同投资建设，设计三方利益，协调困难，难以实现。
- ❖ 初期建立企业B2B更具优势：
- ❖ 汽车制造企业在交易中具有明显的收益，又能力和意愿承担相应风险建立企业B2B电子商务网站；
- ❖ 许多零部件生产厂家依附于大型汽车集团生存（大型汽车集团占据绝大部分市场份额），其愿意加入大型汽车集团建立的B2B电子商务网站。
- ❖ 因此，电子商务中心发展的初期阶段，建立企业B2B电子商务网站更具有现实意义，当发展到一定阶段，买卖双方达到一定数量时，可向集合式B2B电子商务网站过渡。

第三节 B2B下的汽车企业信息化—ERP

（企业资源计划）

一、ERP和B2B的整合

电子商务以电子的方式进行交易，侧重与外部交易；而ERP是管理企业内部各部门的工具，侧重于企业内部流程。

电子商务和ERP系统的整合已经成为企业发展的必然趋势。把电子商务和企业资源计划的整合系统引入企业，既是一种技术有效性的需要，也是一项经营管理创新。

第三节 B2B下的汽车企业信息化—ERP

（企业资源计划）

一、ERP和B2B的整合

透过B2B电子商务，企业与供应商、客户之间能实现及时、高效的信息沟通，加快企业与供应商、客户之间的物资流、信息流、资金流的交换，降低交易成本；

通过ERP与电子商务结合，通过生产、物流信息在新的系统运行流程下数据共享、协同，在保障企业物流、信息流、资金流有机统一的同时，保证数据的一致性、完整性、准确性。

整合信息系统使供应商信息、订单信息、产品和服务的反馈信息通过系统的处理分析，及时传递给ERP系统和企业计划部门，使内部ERP系统实现理想的订单生产模式，迅速满足客户个性化需求。

企业ERP系统中的生产进度、库存情况和财务结算信息可及时传递到客户关系管理系统，为客户提供整个交易过程中的全程跟踪服务，最终实现企业高效信息化管理，从而在竞争中获胜。

第三节 B2B下的汽车企业信息化—ERP

（企业资源计划）

一、ERP和B2B的整合

透过B2B电子商务，企业与供应商、客户之间能实现及时、高效的信息沟通，加快企业与供应商、客户之间的物资流、信息流、资金流的交换，降低交易成本；

通过ERP与电子商务结合，实现生产、物流信息在新的系统运行流程下数据共享、协同，在保障企业物流、信息流、资金流有机统一的同时，保证数据的一致性、完整性、准确性。

整合信息系统使供应商信息、订单信息、产品和服务的反馈信息通过系统的处理分析，及时传递给ERP系统和企业计划部门，使内部ERP系统实现理想的订单生产模式，迅速满足客户个性化需求。

企业ERP系统中的生产进度、库存情况和财务结算信息可及时传递到客户关系管理系统，为客户提供整个交易过程中的全程跟踪服务，最终实现企业高效信息化管理，从而在竞争中获胜。

第三节 B2B下的汽车企业信息化—ERP

二、汽车企业ERP需求分析：（企业资源计划）

在B2B电子商务模式下，汽车管理的重点在于快速响应客户的订单需求，准确合理的安排生产计划及精确的成本控制，具体表现在：

1、**采购、库存、生产、财务四个环节紧密衔接、数据信息及时充分共享**，才能最大程度地避免盲目采购、库存成本增加、生产过剩等现象。

2、现代化企业的采购业务的整个过程包括采购计划的编制、采购申请、供应商的选择及考核、采购人员的评价考核、合同的拟定及签订、采购合同的执行等。而采购作为一个企业业务循环总的一个环节，要想更好服务其他环节，需做到：**采购计划的制定要有据可循、供应商的选择体系要完善而合理、采购合同的执行要有絮而不紊、采购资金的占用要有计划而不盲目。**

3、库存管理是汽车制造企业的一个重要环节。要做到：**账物相符、降低库存、减少资金占用、避免物料积压或短缺**，现代化企业的库存业务应具备以下特点（P81）。

第三节 B2B下的汽车企业信息化—ERP

（企业资源计划）

二、汽车企业ERP需求分析：

在B2B电子商务模式下，汽车管理的重点在于快速响应客户的订单需求，准确合理的安排生产计划及精确的成本控制，具体表现在：

4、生产计划环节是汽车制造企业的核心，也是整个企业管理最繁琐和最难管理的环节。生产计划的制定需要适应不同生产模式，特别是能成功处理按订单装配和按订单设计，满足个性化需要。这对于企业的内部管理、设备与控制系统的能力及人员素质都是一个非常大的挑战。

5、营销管理能够建立分布广、效率高、市场信息反馈灵活的汽车销售网络，从而实现整个分销网络的管理，对分销店销售订单汇总以及产品的分销调拨管理，增强企业对汽车销售市场需求的应变能力，尽快缩短新产品开发周期以适应市场灵活多变的需要，做好产品售后服务并对来自用户的质量反馈及时处理。

6、成本核算与控制是汽车制造企业管理的主要核心内容之一，成本分析与成本考核既对前期成本计划执行情况总结，又为之后的成本预测、决策和控制提供数据依据，对各单位成本管理进行责任奖惩。成本控制的重点是修正预测数据，为以后提供更精确的预测。

第三节 B2B下的汽车企业信息化——ERP

三、汽车企业ERP体系架构



B2B下汽车企业ERP体系结构

第四节 国内最大汽车B2B电子商务平台——易车网

一、易车网概况

易车网是中国最大的汽车网络导购平台，通过对媒体平台、产品平台、互动平台的全面整合，形成了独具特色的三位一体运营策略，实现了对汽车消费全过程的覆盖。



易车网网站

第四节 国内最大汽车B2B电子商务平台——易车网

二、易车网业务模式

1、车易通——易车网bitauto.com

车易通是为汽车企业提供的“跨媒体、区域化、互动式”网络销售平台，涵盖了从网站建设、营销推广、商机管理，到决策支持的营销全过程，并为厂商、经销商、集团等多级主题提供了联动的整合营销方案。

车易通产品包括四个系列：网站建设、营销推广、商机管理、决策支持。

2、车商通——易车二手车www.taoche.com

易车二手车是国内最具影响力的专业二手车垂直网站。为二手车买卖双方提供车辆出售、求购信息发布、网上议价交流、车源检查、车源对比、专家在线指导、市场资讯等服务内容和相关功能的网络平台。

3、新意互动

新意互动为汽车厂商提供整合数字营销解决方案，包括网络广告投放、创意、网站建设与维护、网络整合公关、网络互动活动、无线营销及广告代理服务。

三、易车网运营模式

奇瑞汽车电子商务案例分析

1. 公司以ERP为核心、内部网络化为基础，以CRM和SCM为重要手段，提高企业的生产能力和经营效率，降低经营成本，扩大客户，提高客户满意度和忠诚度，降低采购成本，扩大采购范围减少库存等。
2. 车友社区是奇瑞现有商业模式中极具价值的一个部分主要包括:车友论坛、专家技术支持、信息公告等。
3. “现代化集成管理”与“传统分工管理”相结合的模式。

课后作业：

- ❖ 通过登录某知名B2B网站，了解其网站运营模式，并查阅资料了解其发展历程，上交一份纸质材料报告。
- ❖ 企业B2B电子商务和集合式B2B网站模式比较级发展情况介绍。