

• 电子商务基础与应用（入门篇） •

电子商务发展历程案例（亚马逊）



目录

CONTENTS

1

案例简介

2

案例分析



亚马逊案例简介





Jeff Bezos (杰夫·贝索斯)

1995年

贝索斯创立了Amazon.com

1996年

通过网络折价出售书籍

电子商务的先驱

它的许多网络购物功能如今也被其他电商沿用

▶ 一键式购物

▶ 图书预览

▶ 用户评论

▶ 个性化愿意清单





1999年

推出了Amazon Marketplace，为小型零售商和个人提供在亚马逊出售商品(不限于书籍)

2000年

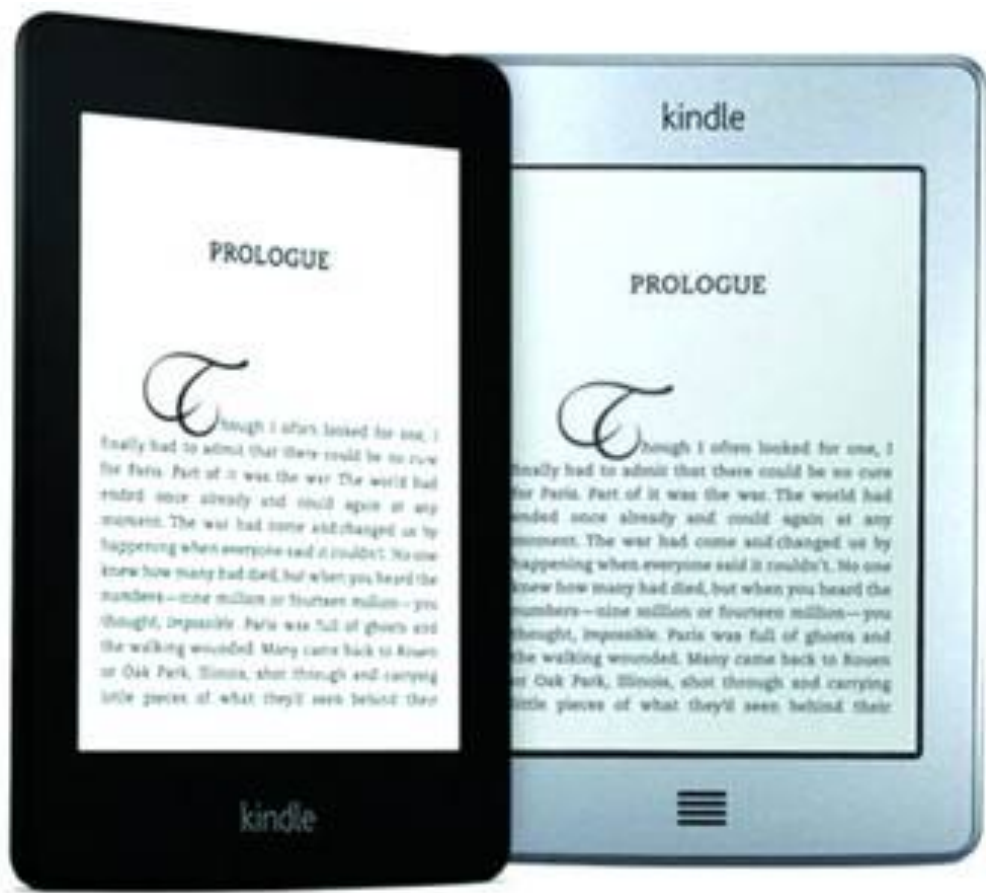
允许第三方零售商和卖家使用其电子商务平台

数以百万计的小企业和个体零售商选择亚马逊的Selling on Amazon、Fulfillment by Amazon等平台，希望借此获得亚马逊的庞大客户群



亚马逊推出**AWS云服务**，
利用规模庞大的数据中心开
拓了利润丰厚的云存储业务，
进而成为该领域的领军企业。

2006



2007年

- 凭借Kindle电子阅读器进军硬件市场，还出售电子书籍以及阅读器

2011年

- 推出廉价Kindle Fire，希望挑战苹果在平板电脑市场中的主导地位

2012年

- Kindle Fire HD版开售
- 发布Fire TV和Fire Phone，开发了应用商店和MP3音乐商店
- 定制视频服务Amazon Instant Video



02

Part Two

亚马逊案例分析





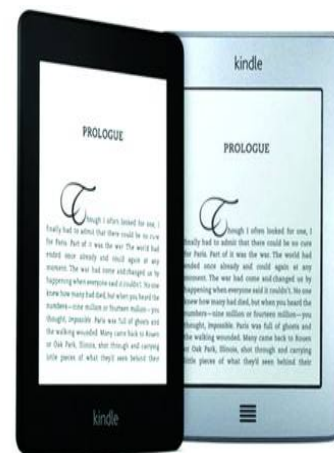
图书



电商巨无霸



提供技术服务



Kindle阅读器



物流体系



A

掠夺式布局资讯内容

- 电子书产业
- 深度渗透（音乐、视频、影视和娱乐）
- 2015年亚马逊投资的电影公司获得了金球奖



亚马逊策略分析

B

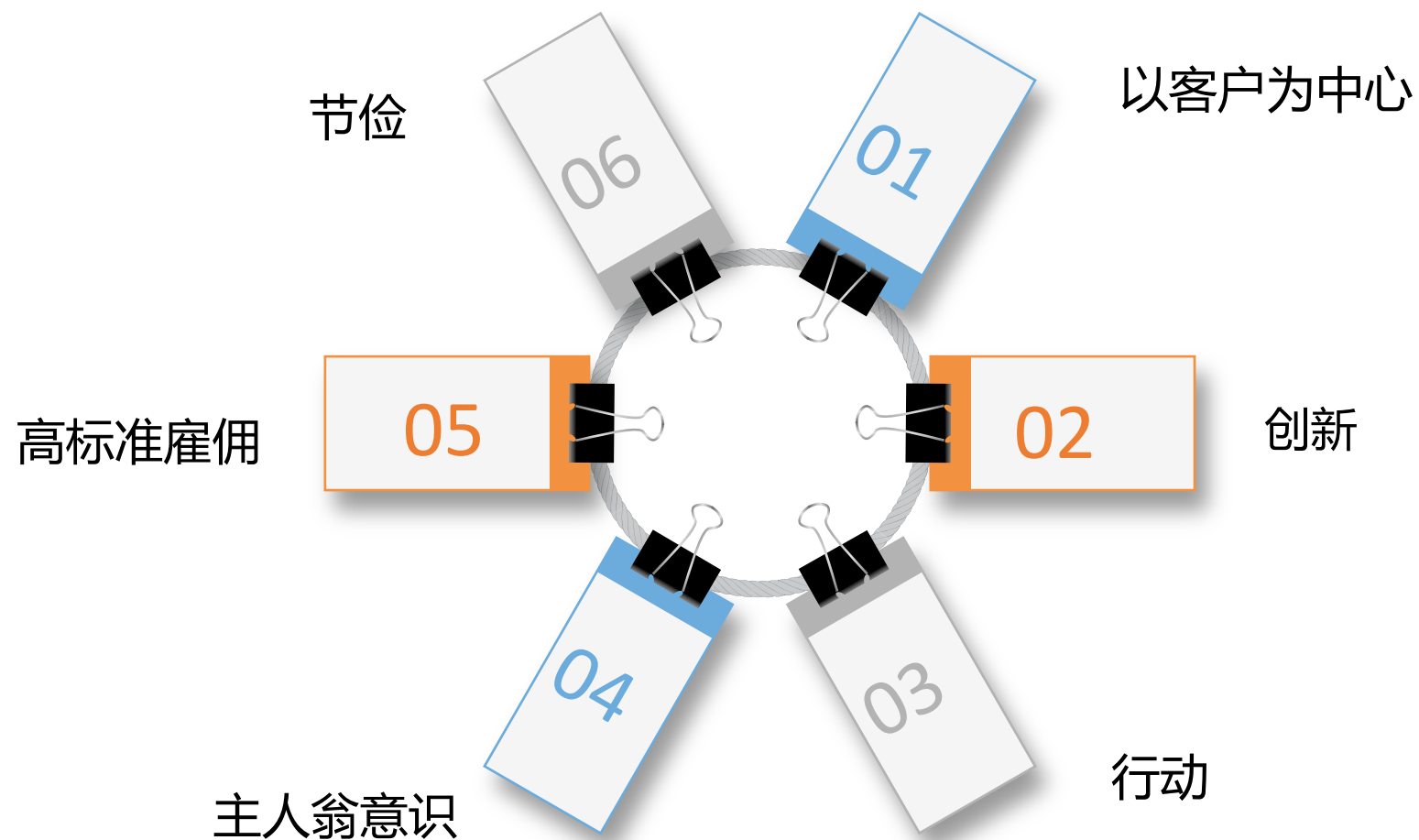
竞争性消费电子布局

- 囊括了所有苹果的产品线
- 和itunes一样，亚马逊的硬件也和内容进行深度关联---硬件系统都是依托于电商能力强大的支撑

C

共生性生态系统布局

- 提供平台、仓储物流服务、吸引第三方加入
- 推出的物流配送的多个“第一”
- 最核心的一个战略优势是对于AWS数据云服务的长期坚定投资



感谢观看