

LOGO

淘宝、EBAY成败分析

小组成员：张航、蓝岚、刘涵瑛、陈鲜

Contents

1

公司介绍

2

竞争优势

3

Ebay失败原因

4

外国企业本土化误区

一、基本介绍：公司概况

❖ Ebay:

全球第一的购物社区

- 口号：世界的网上购物市场(The World's Online Marketplace)
- 1995年9月4日，皮耶欧米迪亚（Pierre Omidyar）创立Auctionweb网站，总部位于美国加利福尼亚圣河西，Auctionweb是eBay的前身。现在发展成为全球范围内最大的在线交易平台。2002年后收购中国易趣。

一、基本介绍：公司概况

❖ 淘宝：

- 口号：淘！我喜欢
- 使命：“没有淘不到的宝贝，没有卖不出的宝贝”。
- 淘宝网是C2C（客户对客户）的个人网上交易平台平台，主要用于商品网上零售，也是国内较大的拍卖网站，由阿里巴巴集团于2003年5月10日投资创办，经营范围主要在中国大陆地区。目前，淘宝网注册会员超1.45亿人，覆盖了中国绝大部分网购人群；2009年交易额超过2000亿元亿元，占中国网购市场80%以上的份额。

一、基本介绍：盈利模式

盈利模式

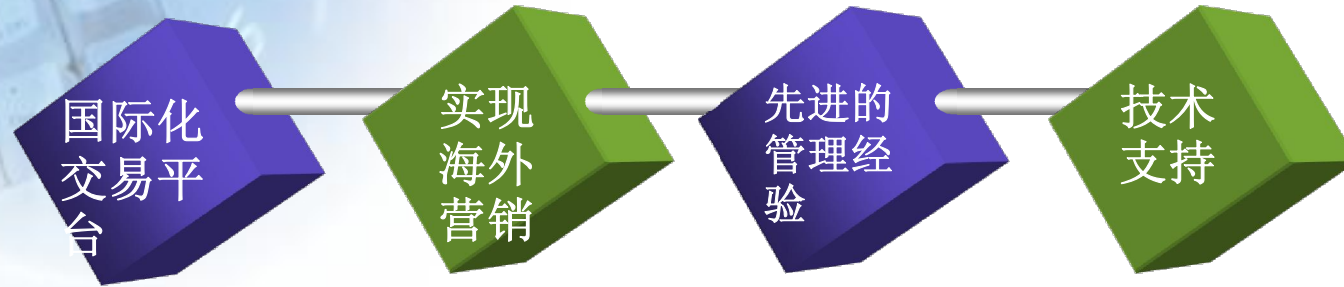
淘宝：

套用流动资金。交易过程中有7天的时间，钱在支付宝里面，现在它里面始终有几个亿，庞大的资金沉淀，为淘宝提供强大的现金流。

Ebay:

1、向每笔拍卖收取刊登费（费用从0.25至80元美金不等）。2、收取成交费（成交价的2~5%不等）。3、PayPal产生的利益。

二、竞争优势：Ebay



拥有遍布全球**150**个国家的近**3**亿用户(绝大部分是买家), 可以推动跨国交易。中国卖家可以直接在**eBay**这个平台上, 与全球**150**多个国家和地区的买家直接进行交易, 通过**PayPal**支付并传送货物

用户在**eBay**上实现的是‘海外营销’, 而非“海外推销”, 实现的是点对点的销售。

作为全球第一家从事电子商务的企业, 拥有先进的管理经验和成熟的管理模式, 能够提供全面的支持, 是消费者放心购物

Ebay提供的网上技术支持, 提供高利润、低风险的外贸渠道

二、竞争优势：淘宝

免费

这是淘宝最为响亮的口号，淘宝三年免费的口号使得其具有的无可比拟的竞争优势

淘宝这个口号加上其他工具支持的技术支持，使得淘宝成为中国电子商务领域的奇葩

三、淘宝VS ebay: 大象与土狼之争

❖ **2006年**，**eBay**易趣的市场份额由**2003年90%**下降到**20%**，**淘宝**上升至**72%**，年底的时候，被**淘宝**逼得步履维艰的**eBay**易趣宣布和**TOM**在线组成合资公司，**TOM**在线占股份**51%**，**eBay**占股份**49%**。至此，**eBay**以一种体面的形式退出市场。

三、淘宝VS Ebay: 七项指标较量

1、交易平台

2、收费

3、通信

4、客户服务

5、安全性

6、消费者权益保护

7、投诉

Ebay败于淘
宝原因

Diagram

平台

淘宝的产品展示平台和结算平台都相当不错。用户最初是受淘宝的广告和业务模式所吸引，但平台练就了他们的忠诚度。但eBay.cn的展示平台和结算系统都不太适合中国用户习惯。此外，网站更新缓慢、收取佣金都造成了网民不愿使用eBay.cn。

收费

淘宝一直贯彻卖家免费政策。在坚持商务模式的同时，占据更大市场份额。如果eBay坚持收费，那么它想重新赢得中国市场份额是令人怀疑。

通信

阿里旺旺要比eBay的Skype更吸引，因为后者的某些服务是收费的。阿里旺旺的视频和荧屏截取功能、手机整合功能要比Skype的视听功能要好，也更方便。

Diagram

客服

淘宝有专门的客服部门，提供**24小时**全年不间断电话和在线服务，以解决卖家和卖家的**问题**，**eBay.cn**没有独立的客服部门

安全

淘宝组建了**50名**员工组成的交易安全团队，以防止网络欺诈，但**eBay**通过安全中心网页来教育网民安全交易。

权益保护

淘宝向通过支付宝购买产品的买家实行赔付，如果买家在**14天**内报告购买产品有问题，淘宝将要求卖家赔付买家。如果卖家拒绝，淘宝将赔付买家。

投诉

在淘宝页面的右上角，有一个网民点击投诉的按钮，但**eBay.cn**依靠电子邮件和电话处理投诉。

三、淘宝VS Ebay: 七项指标较量

1、交易平台

2、收费

3、通信

4、客户服务

5、安全性

6、消费者权益保护

7、投诉

Ebay败于淘
宝原因

四、全球品牌形象的本地化误区：本土化之殇

- eBay在中国犯的另一个重大错误是以为它在美国的领先品牌形象在中国也会所向披靡。
- 中国是个崭新的竞技场。那些在国外财大气粗的品牌在中国不一定能保持光辉形象，而在国外不太知名或者不太受重视的品牌却有可能在这里焕发出青春活力
- eBay试图运用与美国相似的布局和特征来打造它在中国的拍卖门户网站，但中国消费者认为它的网站太过空洞。另外缺乏客户服务电话号码也让中国消费者觉得非常恼火。
- 许多分析师指出，eBay与Tom 在线成立合资企业是为了利用Tom 在线在中国良好的政府关系。从近期来看，这些关系可以帮助突破官僚作风的障碍，但单靠政府关系是否就能获得成功还令人怀疑

谁能与消费者保持联系，解决他们在线购物的需求，谁就将成为胜利者，相反就会一败涂地！！！！

——马云

LOGO

Thank You !

www.themegallery.com