

什么是亚马逊企业购？

课程路径图及内容

1.1 亚马逊企业购是什么？

介绍亚马逊企业购的业务模式和企业买家类型，了解如何直通更多优质企业买家。



1.2 为什么要开通亚马逊企业购？

了解 B2B 电子商务市场规模及趋势、亚马逊企业购业务为卖家带来的优势。

1.3 如何开通亚马逊企业购？

确认是否已开通亚马逊企业购卖家功能，及其开通步骤。



目录

2. 为什么要开通亚马逊企业购？	2
2.1 B2B 电子商务市场趋势及规模介绍	3
2.2 为什么要开拓 B2B 电子商务？	5
2.3 企业卖家开启 B2B 在线销售的两种模式	6
2.4 <u>亚马逊企业购的优势</u>	7

* B2B：是 Business-to-Business 的缩写。它是指进行电子商务交易的供需双方都是商家(或企业/公司)，通过网络以电子化方式进行交易。

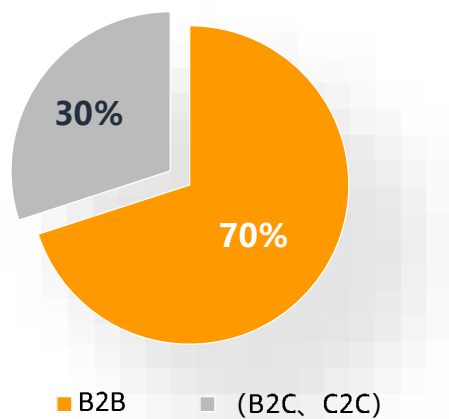
* B2C：是 Business-to-Consumer 的缩写。B 是 Business，泛指企业；2是 to 的谐音；C 是 Consumer，即消费者。B2C 是电子商务的一种模式，也就是通常说的直接面向消费者销售商品和服务的商业零售模式。

2.1 B2B 电子商务市场趋势及规模介绍

2.1.1 B2B 电子商务市场趋势

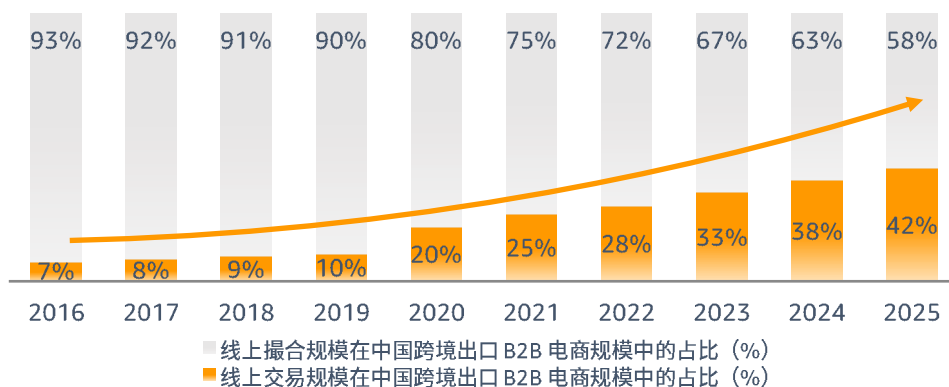
全球 B2B 交易电商化趋势显著，在线商业采购潜力巨大。跨境线上 B2B 交易将会成为下一个增长引擎，据预测，2027年全球 B2B 电商市场规模将高达209,000亿美金¹。

跨境电商成为中国外贸强劲增长点，B2B 是跨境电商主体²。



2019-2020年中国跨境电商运营模式占比

B2B 线上化交易渗透率逐渐提升：2016-2025年中国跨境出口 B2B 电商市场规模结构：线上交易 vs 线上撮合³。

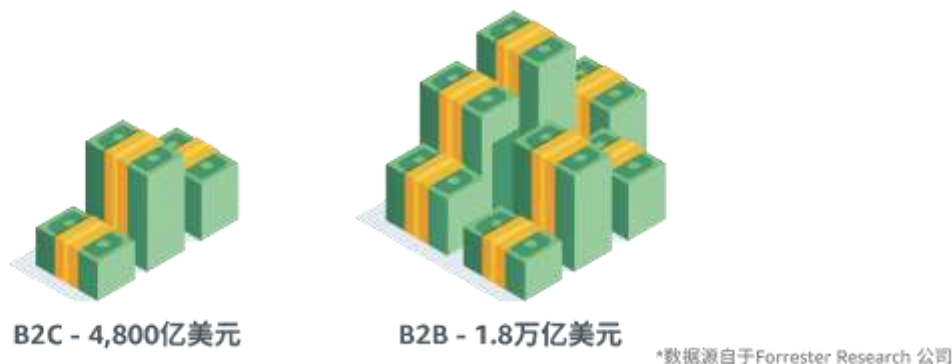


注释：跨境出口 B2B 电商规模统计口径包括信息撮合及线上交易规模，线上交易规模仅包含线上交易，即支付线上化的规模。

1. Episerver, 2020.3
 2. 艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)
 3. 研究及绘制

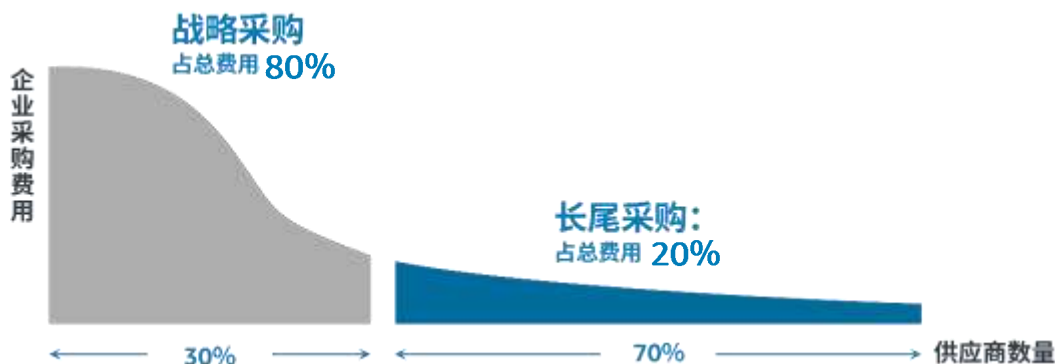
2.1.2 B2B 电子商务市场规模介绍

近年来，B2B 电子商务已成为全球贸易市场的一匹黑马，深受商务采购和销售双方的青睐。如今，B2B 在线交易进入了飞速发展的时代，其市场规模已经快速超越了 B2C 零售领域。2019年 Forrester¹ 曾给出预测：“到2024年，全球 B2B 的电子商务交易额将达到1.8万亿美元，而在线 B2C 市场则为4,800亿美元。”



B2B 的采购模式一般分为合约采购和**长尾采购**。

- 合约采购：即由买方承诺向卖方采购一定数量的物品，并订立合约让双方信守的采购方式；
- 长尾采购：指企业非核心战略采购的部分，往往只占企业采购费用的10%-15%²，但是其供应商数量却占总数的70%以上。由于涉及的供应商数量庞大，且供应商的更新频率非常高，目前**企业长尾采购已率先成为企业在线采购的最大交易类型**³。转至线上做长尾采购，不仅能整合长尾采购供应商，还能降低整体采购成本。2017年高德纳咨询公司曾预计：“到2024年，75%的 B2B 长尾商品将以像亚马逊企业购这样的在线交易方式完成采购”。



1. Forrester：即 Forrester Research 公司，它是一家独立的技术和市场调研公司，针对技术给业务和客户所带来的影响提供务实和具有前瞻性的建议。
2. 该数据来源于 Accenture Research，是一家为客户提供战略、咨询、数字、技术和运营服务及解决方案的公司。
3. 该信息来源于高德纳咨询公司，它是全球最具权威的 IT 研究与顾问咨询公司。

2.2 为什么要开拓 B2B 电子商务？

在上一节内容中，可以了解到 B2B 电子商务的市场规模和前景非常可观，并已成为企业终端客户的商采首选。接下来就为您进一步讲解开拓 B2B 电子商务的缘由。

- **企业采购者年轻化，在线采购需求越来越强**

73%的企业采购者是千禧一代，习惯于使用电商平台进行在线采购¹。高效便捷的 B2B 线上采购模式更符合他们的采购习惯。



- **长尾采购问题多，优化需求呼声响**

长尾采购涉及的供应商数量庞大，且更新频率高。企业若转至线上做长尾采购，不仅可以高效整合供应商，还能降低整体采购成本。90%的企业采购人员希望能将个人消费网购体验拓展到工作采购中²。



- **B2B 电子商务能为企业买家提供更高的效率、更好的客户服务，并能降低采购成本**

60%+的企业客户至少每周进行一次线上采购³，如果不能提供丰富的线上体验，B2B 企业将会流失客户。



- **B2B 电子商务能为企业卖家带来创新，并创造巨大的商业新机遇**

40%的制造商与41%的分销商表示，他们超过60%的收入是通过 B2B 线上渠道获得的。对比之下，开展 B2B 电子商务的企业业务发展更强，其销售收入增长率是行业平均水平的2.3倍，销售回报率高出了3-5个百分点，股东总回报率比平均水平高8%⁴。



1. Uncovering the Shifting Landscape in B2B Commerce, Acquity Group
2. THE B2B FUTURE SHOPPER REPORT 2021 - Wonderman Thompson
3. B2B E-Commerce Playbook for 2017, Forrester
4. 该数据来源于 Internet World Stats，它是一个国际性的互联网数据统计网站，提供最新的互联网市场调研等数据。

2.3 企业卖家开启 B2B 在线销售的两种模式

企业卖家在线销售主要有**自建平台**和**第三方站点**这两种模式。



(自建平台)



(第三方站点)

- **自建平台**：即自己搭建一个网络销售平台。自建平台的延展性强，但需要专业的技术和维护团队、独立的服务器等基础设施，投入成本较高。并且自建平台初期的信誉度较低，推广难度大；
- **第三方站点**：即第三方电子商务平台。尽管第三方站点需要额外支付一定的佣金，但是完善的购物流程和信用体系会大大提升用户的购物体验。不仅如此，第三方站点流量大，可以直接利用现成的用户资源，迅速帮助企业打开市场，提升企业的销售额。亚马逊企业购作为全球企业直采新通路，卖家可轻松直击海量终端企业客户。

2.4 亚马逊企业购的商采优势

亚马逊企业购具有下列优势：

- **满足全球巨量商采需求**

2023年，全球年销售收入**350亿+**美金

全球超过**600万**优质企业及机构买家

第三方卖家**50%+**销售额占比

超过**数亿件+**产品，两日内送达至企业及机构客户



- **数字化智能工具，买卖双方高效对接**

打通卖家端和买家端，高效互链商采供需，轻松完成在线交易。



- **2C2B 双市场尽收囊中**

一个卖家账户，同时对接 C 端消费者和 B 端企业买家。

企业买家使用企业账户登陆亚马逊企业端，可在熟悉的亚马逊界面中浏览亚马逊上的商品，并采购几乎所有工作所需的用品。

亚马逊卖家使用同一个账户销售商品，商品可同时销售给个人与企业买家，无需额外创建 Listing，使用相同工具即可促销和推广。

数据来源：亚马逊研究，2022年

恭喜您完成本课程的学习

接下来有更多学习内容等着您

课程路径图

1.1 亚马逊企业购是什么？

1.2 为什么要开通亚马逊企业购？

1.3 如何开通亚马逊企业购？



动动手指，一键点亮页面右下角的“👍”
让我们为您带来更多实用的学习资料！



请扫二维码填写课程反馈
让我们持续优化您的体验

延伸学习课程



亚马逊企业购

- 什么是亚马逊企业购？
- 将亚马逊企业购添加到卖家账户
- 通过亚马逊企业购基础功能帮助提高销售额
- 通过亚马逊企业购高阶功能及项目获得专属选品推荐
- 企业买家热购品类

除了本章的什么是亚马逊企业购，亚马逊企业购系列中还有更多内容等着您，别忘了持续学习更多…



亚马逊官方讲堂

由官方金牌讲师授课，为有意向开店及已开店的中国卖家，量身打造线上及线下精品付费培训。



扫码了解更多