

The eBay logo is displayed in a stylized, lowercase font. The letters are colored as follows: 'e' is red, 'b' is blue, 'a' is yellow, and 'y' is green. The logo is centered on a dark gray background. To the right of the logo, there is a vertical orange-red bar that spans the height of the logo.

4A355022 劉偉馳
4A355023 趙于磊
4A355077 劉子寬
4A355027 陳熾羽
4A355057 盧潔吟
4A355103 梁 瑜

大綱

- ★關於ebay
- ★市場定位、起源
- ★電子商務模式
- ★與競爭對手比較
- ★結語

關於ebay

- ebay於1995年9月創立
- ebay是全球最大的網路交易市集，在網路上提供國際化的交易平台和各種服務。
- ebay橫跨全球27個國家、註冊會員人物已達1億人，物品種類已達27000種、從電器到電腦、家居用品、各種收藏品
- ebay提供專門的交易平台、將物品分門別類、幫助會員有系統地尋找物品
- ebay也提供各種交易工具和服務

各類商品



關於ebay-歷史

- 1995 創立
- 1998 ebay的股票上市發行
- 1999 進入歐洲市場
- 2001 線上商店誕生、大受歡迎
- 2002 收購paypal
- 2005 收購skype

市場定位、起源

ebay的模式是從賣家手邊現有的二手商品開始上架販售，所以所有想像得到的商品，例如飾品、鞋包、私人收藏等在ebay上都可以搜尋到。

而ebay最早的時候是被定位成C2C的拍賣模式，任何人都能透過競標獲利及成交的模式交易，把自己想賣出的東西放到交易平台上，隨著ebay的普遍性增高，使用者增多，平台上漸漸出現許多專業的商家，讓ebay逐漸變成B2C的商業模式，然後ebay在藉由平台交易的總額中抽取傭金，所以在跨國企業的領域中，ebay早就跳脫一般「拍賣」的定位，除了可接觸到零售的賣家之外，更是一個國際行銷的舞台。

電子商務模式

ebay自己並沒有存貨，而是以中介者之姿促進點對點的交易，這個策略使電子ebay商務變得越來越分散，大部分的商業活動持續透過中小型零售商進行，ebay之所以賺錢，是藉由ebay.com向多方發送的交易流量，GSI和Magent收取費用，以及PayPal交易手續費。

而電子商務最重要項目則如下：

1. 平台費用： ebay會收取刊登費加上10%的成交費，但如果商品在刊登時間內沒有賣掉，刊登費是拿不回來的。
2. 物流： ebay近來也在提倡與第3方物流廠商配合出貨。
3. 金流： ebay的賣家必須提供自己的金流出口，其中最常使用的就是PayPal。

與競爭對手比較-網路拍賣金流保障

- ebay：擁有自家Paypal金流服務公司
- Yahoo：推出交易保障方案，若拍賣一方在平台上受到損失，Yahoo將補償受損方一定金額。
- Amazon：擁有自家Pay with Amazon第三方支付系統。
- 淘寶：有自家營運的支付寶

與競爭對手比較-收費制度

- ebay：一定交易金額下免費，若刊登廣告則須另外收費。
- Yahoo：需刊登費，另在拍賣使用底價設定需另外收費。
- Amazon：要求使用者一開始先付1美元(但只有開始的部分)，若想繼續觀看需再追加付款
- 淘寶：開店需先加入消費者保障服務並付款，一般1000元，視行業決定。

與競爭對手比較-會員身分認證

- ebay：以前沒有特殊認證方式。現在則需信用卡認證。
- Yahoo：以前需信用卡認證，現在則要求會員須通過手機認證。
- Amazon：一般email認證與電話認證
- 淘寶：採實名制度

結語

透過上述的介紹，就拿Amazon跟ebay做個簡單的比較。

Amazon簡單來說，就像是一個大賣場一樣，裡面賣的就是各個廠牌所生產的東西，讓你不用在分別到每個廠牌的專門店，在一個地方就能夠輕鬆的搞定而且對商品的品牌也有一定的信心。相較之下，ebay就像是市集一樣了，對於買方跟賣方來說，對彼此都不熟悉，因此會先聯繫雙方建立一定的信任以後才會交易，但成交的價格也不一定是預期的數目，以上種種因數也降低了交易的成功率。而近來的消費者也趨向於品牌導向，對於品牌的認同度越來越高，也因此帶動Amazon這類電子商務的成長。

報告到此結束