



什麼是 亞馬遜企業購？ 第一章

亞馬遜企業購是亞馬遜面向企業和機構買家的一站式商業採購網站，主要為企業長尾採購提供一站式解決方案，可讓您在接觸個人消費者的同時，供貨給優質的企業及機構買家。自2015年上線僅一年時間，亞馬遜企業購便達成超過10億美金的銷售額，2018年全球年銷售收入超過了100億美金。截至目前*，亞馬遜企業購服務全球逾500萬家企業及機構客戶，全球年銷售額預計達250億美金，其中第三方賣家銷售額占比超過50%。立即開通亞馬遜企業購，向全球優質企業及機構客戶銷售吧！

* 以上資料來源於亞馬遜企業購 Blog

1. B2B 電商市場概覽

隨著企業買家的年輕化，線上採購需求越來越強，B2B 電商市場隨之崛起。電子商務的迅速發展，不僅發生在面向個人消費者的零售模式（即 B2C¹），同樣也發生在企業與企業之間所進行的商務交易（即 B2B²）。

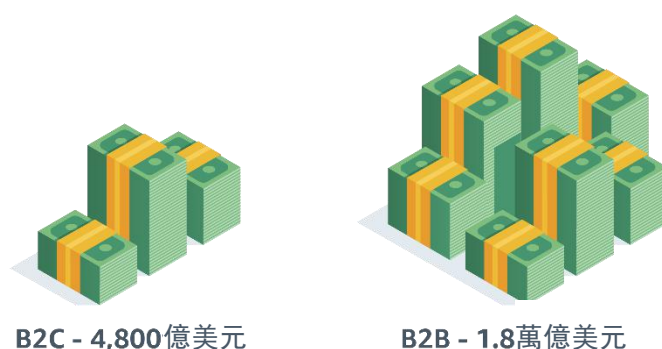
1.1 B2B 電子商務市場規模介紹	3
1.2 為什麼要開拓 B2B 電子商務?	4
1.3 企業賣家線上銷售的兩種模式	5

本學習資料共有三個章節的內容。如需學習其他章節，請參考[相關閱讀頁](#)的查詢指南，查詢您想學習的內容。

-
1. B2C: 是 Business-to-Consumer 的縮寫。B 是 Business，泛指企業；2是 to 的諧音；C 是Consumer，即消費者。B2C 是企業直接面向消費者銷售商品和服務的商業零售模式。
 2. B2B: 是 Business-to-Business的縮寫。B2B 指供需雙方都是商家(或企業/公司)，透過網路以電子化方式進行交易。

1.1 B2B 電子商務市場規模介紹

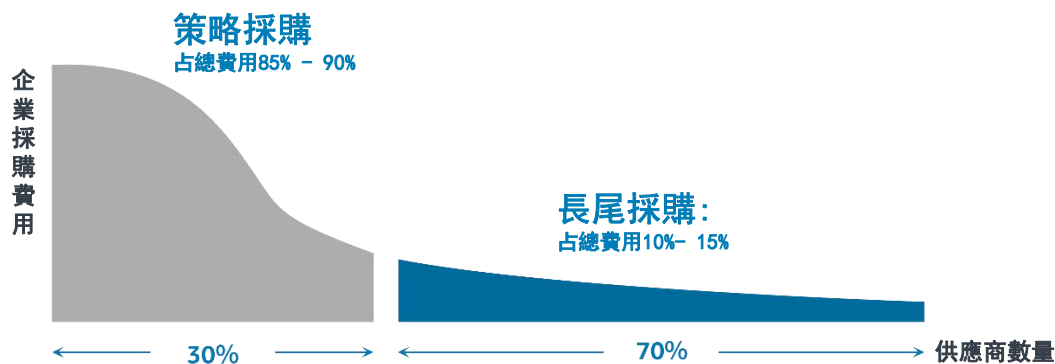
近年來，B2B 電子商務已成為全球貿易市場的一匹黑馬，深受商務採購和銷售雙方的青睞。如今，B2B 線上交易進入了飛速發展的時代，其市場規模已經快速超越了 B2C 零售領域。2019年 Forrester¹ 曾經預測：「到2023年，全球 B2B 的電子商務交易額將達到1.8萬億美元，而線上 B2C 市場則為4,800億美元。」



*數據源自於Forrester Research公司

B2B 的採購模式一般分為合約採購和**長尾採購**。

- 合約採購：即由買方承諾向賣方採購一定數量的物品，並簽立合約讓雙方信守的採購方式；
- 長尾採購：指企業非核心策略採購的部分，往往只占企業採購費用的10%~15%²，但是其供應商數量卻占總數的70%以上。由於涉及的供應商數量龐大，且供應商的更新頻率非常高，目前**企業長尾採購已率先成為企業線上採購的最大交易類型**³。轉至線上做長尾採購，不僅能整合長尾採購供應商，還能降低整體採購成本。2017年高德納諮詢公司曾預計：「到2022年，75%的 B2B 長尾商品將以像亞馬遜企業購這樣的線上交易方式完成採購」。

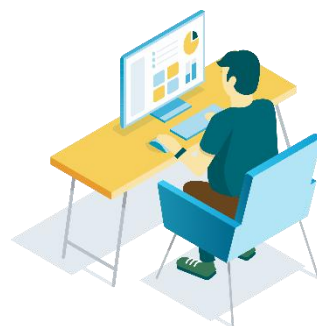


1. Forrester：即 Forrester Research 公司，是一家獨立的技術和市場調查公司，針對各種技術對於業務和客戶所帶來的影響，提供務實和具有前瞻性的建議。
2. 該資料來源於 Accenture Research，是一家為客戶提供策略、諮詢、數位、技術和營運服務及解決方案的公司。
3. 該資訊來源於高德納諮詢公司，它是全球最具權威的 IT 研究與顧問諮詢公司。

1.2 為什麼要開拓 B2B 電子商務？

在上一節內容中，我們已經瞭解到 B2B 電子商務的市場規模和前景非常可觀，並已成為企業客戶的商采首選。接下來就為您進一步講解開拓 B2B 電子商務的緣由。

- **商業採購者年輕化，線上採購需求越來越強**
年輕人正逐漸成為全球勞動力市場的主流。高效便捷的 B2B 線上採購模式更符合他們的採購習慣。



- **長尾採購問題多，優化需求呼聲高**
長尾採購涉及的供應商數量龐大，且更新頻率高。企業若轉至線上做長尾採購，不僅可以高效整合供應商，還能降低整體採購成本。



- **B2B 電子商務能為企業買家提供更高的效率、更好的客戶服務，並能降低採購成本**
越來越多的企業選擇線上採購，如果不能提供豐富的線上體驗，B2B 企業將會流失客戶。



- **B2B 電子商務能為企業帶來創新，並創造巨大的商業新機遇**
透過 B2B 進行銷售的企業，比還未展開 B2B 電子商務的企業業務而言發展更好，其銷售收入增長率是行業平均水準的2.3倍，銷售回報率高出了3~5個百分點，股東總回報率比平均水準高8%¹。



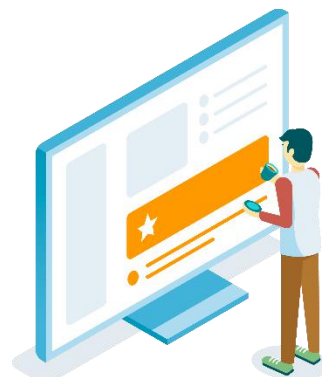
1. 該資料來源於 Internet World Stats，它是一個國際性的網路資料統計網站，提供最新的網路市場調查等資料。

1.3 企業賣家線上銷售的兩種模式

企業賣家線上銷售主要有**自建平台**和**第三方廠商網站**這兩種模式。



(自建平台)



(第三方廠商網站)

- **自建平台**：即自己建立一個網路銷售平台。自建平台的延展性強，但需要專業的技術和維護團隊、獨立的伺服器等基礎設施，投入成本較高。並且自建平台初期的信譽度較低，推廣難度大；
- **第三方廠商網站**：即第三方廠商電子商務平台。儘管第三方廠商網站需要額外支付一定的佣金，但是完善的購物流程和信用體系會大大提升用戶的購物體驗。不僅如此，第三方廠商網站流量大，可以直接利用現成的用戶資源，迅速幫助企業打開市場，提升企業的銷售額。

相關閱讀

什麼是亞馬遜企業購？

- B2B 電商市場概覽
- 亞馬遜企業購是什麼？
- 為什麼要開通亞馬遜企業購？

查詢路徑：亞馬遜賣家平台 > 績效 > 賣家大學 > 搜尋學習資料名稱

快速連結：亞馬遜賣家大學 [北美網站](#)、[歐洲網站](#)、[日本網站](#)



學習更多亞馬遜企業購相關內容：

- 想要成為亞馬遜企業購賣家？搜尋「開通企業端方式」
- 如何提升企業端銷售額？搜尋「企業端基礎功能」
- 需要加速獲得更多批量訂單？搜尋「企業端高階功能」
- 哪些屬於企業熱購品類？搜尋「五大商用選品」

延伸學習

您可以[點擊這裡](#)，查看亞馬遜所有的**官方培訓**或掃描下方的QR Code，關注“亞馬遜全球開店”的官方網站與官方培訓之課程頁面，即時了解相關資訊。



學習反饋

如果您覺得相關內容對您有幫助，請點亮頁面右下角的「✓」向我們提供反饋，謝謝！

The image shows a screenshot of the Amazon Seller University website. The main content area features a large orange banner with the text "什麼是亞馬遜企業購？第一章" (What is Amazon Business? Chapter 1). Below the banner is a "檢視於:" (View in:) section with "English" and "中文" (Chinese) options. A "詳細了解亞馬遜業務 >" (Learn more about Amazon Business >) button is also visible. On the left side, there is a navigation menu with various topics, and the "亞洲全球賣家的基本模組" (Basic modules for Asian global sellers) is highlighted with an orange box. In the bottom right corner, there are two callout boxes. The larger one asks "這有用嗎？" (Was this helpful?) and shows a green checkmark being selected over a grey 'X'. A smaller callout box below it also asks "這有用嗎？" and shows a green checkmark being selected over a grey 'X'.

