



# 什麼是亞馬遜企業購？

## 課程路徑圖及內容

1.1

### 亞馬遜企業購是什麼？

介紹亞馬遜企業購的業務模式和企業買家類型，瞭解如何直通更多優質企業買家。



1.2

### 為什麼要開通亞馬遜企業購？

瞭解 B2B 電子商務市場規模及趨勢、亞馬遜企業購業務為賣家帶來的優勢。

1.3

### 如何開通亞馬遜企業購？

確認是否已開通亞馬遜企業購賣家功能，及其開通步驟。





# 目錄

2. 為什麼要開通亞馬遜企業購？	2
2.1 <b>B2B</b> 電子商務市場趨勢及規模介紹	3
2.2 為什麼要開拓 <b>B2B</b> 電子商務？	5
2.3 企業賣家開啟 <b>B2B</b> 線上銷售的兩種模式	6
2.4 亞馬遜企業購的優勢	7

\* B2B：是 Business-to-Business 的縮寫。它是指進行電子商務交易的供需雙方都是商家(或企業/公司)，通過網路以電子化方式進行交易。

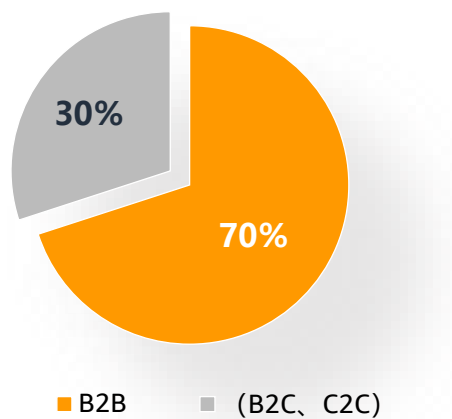
\* B2C：是 Business-to-Consumer 的縮寫。B 是 Business，泛指企業；2是 to 的諧音；C 是 Consumer，即消費者。B2C 是電子商務的一種模式，也就是通常說的直接面向消費者銷售商品和服務的商業零售模式。

## 2.1 B2B 電子商務市場趨勢及規模介紹

### 2.1.1 B2B 電子商務市場趨勢

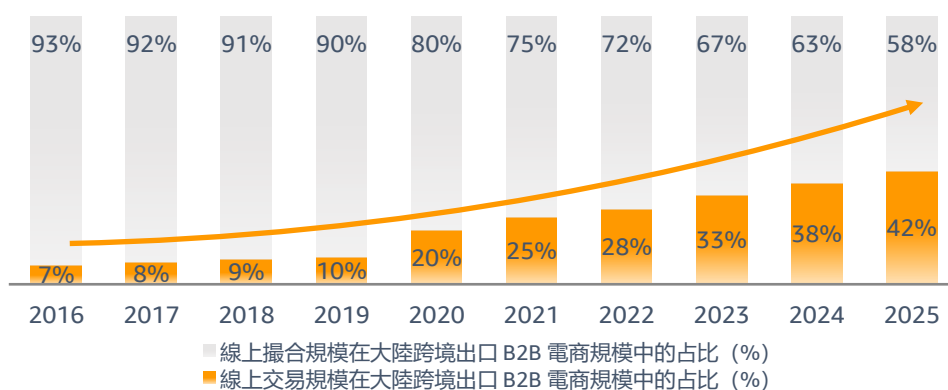
全球 B2B 交易電商化趨勢顯著，線上商業採購潛力巨大。跨境線上 B2B 交易將會成為下一個增長引擎，據預測，2027 年全球 B2B 電商市場規模將高達 209,000 億美金<sup>1</sup>。

跨境電商成為外貿強勁增長點，B2B 是跨境電商主體<sup>2</sup>。



2019-2020 年大陸跨境電商營運模式占比

B2B 線上化交易滲透率逐漸提升：2016-2025 年大陸跨境出口 B2B 電商市場規模結構：線上交易 vs 線上撮合<sup>3</sup>。

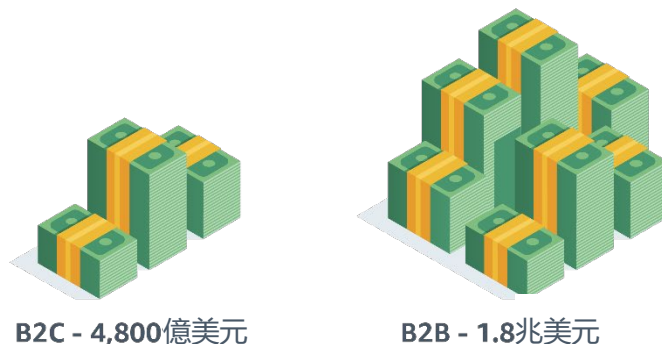


注釋：跨境出口 B2B 電商規模統計包括資訊撮合及線上交易規模，線上交易規模僅包含線上交易，即支付線上化的規模。

1. Episerver, 2020.3
2. 艾媒數據中心 (data.iimedia.cn)
3. 研究及繪製

## 2.1.2 B2B 電子商務市場規模介紹

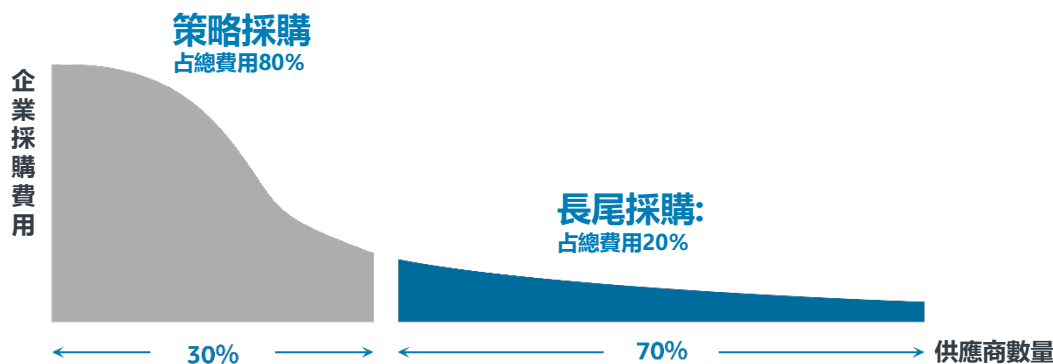
近年來，B2B 電子商務已成為全球貿易市場的一匹黑馬，深受商務採購和銷售雙方的青睞。如今，B2B 線上交易進入了飛速發展的時代，其市場規模已經快速超越了 B2C 零售領域。2019年 Forrester<sup>1</sup> 曾給出預測：“到2024年，全球 B2B 的電子商務交易額將達到1.8萬億美元，而線上 B2C 市場則為4,800億美元。”



\*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%<sup>2</sup>，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**<sup>3</sup>。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2024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”。



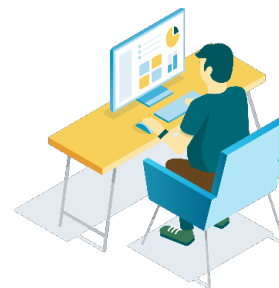
1. Forrester: 即 Forrester Research 公司，它是一家獨立的技术和市場調查公司，針對技術對於業務和客戶所帶來的影響提供務實和具有前瞻性的建議。
2. 該數據來源於 Accenture Research，是一家為客戶提供策略、諮詢、數位、技術和營運服務及解決方案的公司。
3. 該資訊來源於高德納諮詢公司，它是全球最具權威的 IT 研究與顧問諮詢公司。

## 2.2 為什麼要開拓 B2B 電子商務？

在上一節內容中，可以瞭解到 B2B 電子商務的市場規模和前景非常可觀，並已成為企業終端客戶的商業採購首選。接下來就為您進一步講解開拓 B2B 電子商務的緣由。

- **企業採購者年輕化，線上採購需求越來越強**

73%的企業採購者是千禧世代，習慣於使用電商平台進行線上採購<sup>1</sup>。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。90%的企業採購人員希望能將個人消費網購體驗拓展到工作採購中<sup>2</sup>。



- **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**

60%+的企業客戶至少每週進行一次線上採購<sup>3</sup>，如果不能提供豐富的線上體驗，B2B 企業將會流失客戶。



- **B2B 電子商務能為企業賣家帶來創新，並創造巨大的商業新機遇**

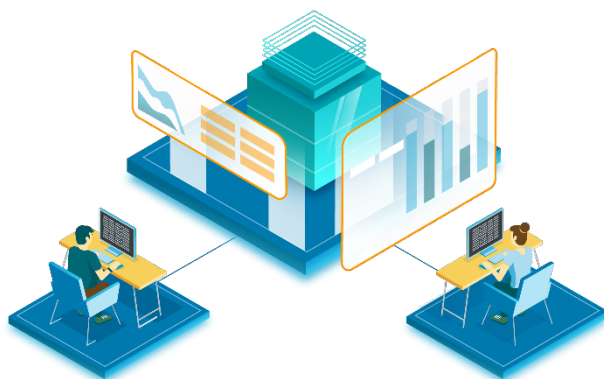
疫情下，95%的企業客戶表示會增加線上採購比例，並在疫情後持續。40%的製造商與41%的分銷商也表示，他們超過60%的收入是通過 B2B 線上通路獲得的。對比之下，開展 B2B 電子商務的企業業務發展更強，其銷售收入增長率是行業平均水平的2.3倍，銷售回報率高出了3-5個百分點，股東總回報率比平均水準高8%<sup>4</sup>。



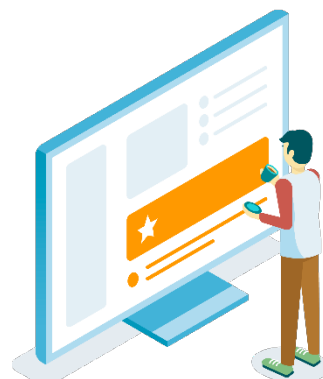
1. Uncovering the Shifting Landscape in B2B Commerce, Acquity Group
2. THE B2B FUTURE SHOPPER REPORT 2021 – Wonderman Thompson
3. B2B E-Commerce Playbook for 2017, Forrester
4. 該數據來源於 Internet World Stats，它是一個國際性的網際網路數據統計網站，提供最新的網路市場調查等數據。

## 2.3 企業賣家開啟 B2B 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**第三方站點**這兩種模式。



(自建平台)



(第三方站點)

- **自建平台**：即自己搭建一個網路銷售平台。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，推廣難度高；
- **第三方站點**：即第三方電子商務平台。儘管第三方站點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，第三方站點流量大，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。亞馬遜企業購作為全球企業直接採購新通路，賣家可輕鬆直擊海量終端企業客戶。

## 2.4 亞馬遜企業購的商業採購優勢

亞馬遜企業購具有下列優勢：

- **滿足全球巨量商業採購需求**

2023年，全球年銷售收入**350億+**美金

全球超過**600萬**優質企業及機構買家

第三方賣家**50%+**銷售額占比

超過**數億件+**產品，兩日內送達至企業及機構客戶



- **數位化智能工具，買賣雙方高效對接**

打通賣家端和買家端，高效連接商業採購供需，輕鬆完成線上交易。



- **2C2B 雙市場盡收囊中**

一個賣家帳戶，同時觸及 C 端消費者和 B 端企業買家。

**企業買家**使用企業帳戶登陸亞馬遜企業端，可在熟悉的亞馬遜界面中瀏覽亞馬遜上的商品，並採購幾乎所有工作所需的用品。

**亞馬遜賣家**使用同一個帳戶銷售商品，商品可同時銷售給個人與企業買家，無需額外建立 Listing，使用相同工具即可促銷和推廣。

數據來源：亞馬遜研究，2022年