

第三方平台该选哪家?

目前第三方交易平台已经形成了一个产业，未来是电子商务的重要发展方向。第三方交易平台实际上是为电子商务买卖双方提供电子商务交易服务及其他电子商务服务的重要平台，是一个服务商的角色。四大第三方卖家平台适合哪些用户入驻?

淘宝商城 最大的第三方卖家平台

从目前市场份额来看，淘宝网在我国第三方交易平台市场拥有90%以上的市场，主导了第三方交易平台的发展。由于淘宝网坚持开放的平台战略，很多服务商能够在淘宝网上成长，很大程度上也推动了整个产业的发展。

所以，淘宝网的一些经营模式也成为其他几家第三方卖家平台主要参考的对象。对于淘宝网第三方卖家平台来说，其主

要向商家收取的费用是保证金及服务费。服务费，据淘宝方面介绍就是“实时划扣技术服务费”与“技术服务费年费”的总称。据了解，所谓“实时划扣技术服务费”是淘宝方面支付宝成交额(不含邮费)乘以商品对应的技术服务费率得出。

然而，由于淘宝商城起步较早，商家面临残酷的价格战和竞争。一位曾在淘宝开店的店主认为，

能在淘宝商城开店的商户，大多有自己的工厂做“后盾”。“商城都是走量的，如果销量小、买的人少，根本不会赚钱。”

即使如此，依然有不少商家偏爱淘宝商城。由于有先入为主的优势，淘宝商城是目前规模最大、信用体系最完整第三方卖家平台。凭借其他企业无法比拟的用户资源优势，淘宝商城留住了一大批优质商户。

京东商城 模仿中成长

中国社科院财贸所服务经济与餐饮产业研究中心副主任赵京桥表示，从目前来看，京东商城有发展成为优质第三方卖家平台的能力，京东商城的优势在于其物流体系。

从京东商城第三方卖家平台招商条件不难看出，京东商城的收费几乎与淘宝一样，也是包括6000元/年的平台使用费、产品销售扣点和1万元的质量保证金。不过目前京东商城第三方卖家平台仍存在不少不稳定因素。

在网上购物，看重的一大因素是便宜，京东商

城商品价格制定很少考虑同行价格，在商品的采购价上加上5%的毛利即多为京东商城的价格，所以价格会比一些专卖店便宜10%-20%，比厂商零售指导价便宜10%-30%。这一价格优势是否同样能在第三方卖家平台得到体现仍有待市场检验。

与淘宝商城不同的是，京东商城拥有一整套仓储、物流体系，可以让使用第三方平台的商家共享。这一优势也自然成为了吸引商家入驻的主要原因。不过值得注意的是，京东商城曾在产品配送中出现过由于物流配送人员不

管产品安装，因此引起消费者对其配送人员态度的不满，这也同样会成为第三方卖家平台运送过程中一个问题。

对于京东商城来说，拥有较强的第三方卖家平台的竞争条件，却因为此前与最大第三方支付——支付宝停止合作埋下一些隐患。一位消费者就曾向记者表示，其在京东商城买东西时，因为没有支付宝总感觉好像缺少了“第三方仲裁机构”。这会让消费者觉得消费时缺乏保障。一旦购物出现质量问题，退款似乎成为很麻烦的事情。

第三方平台准入、运营标准比较				
名称	准入门槛	保证金	扣点率	平台使用费
淘宝商城	企业资质、品牌资质、服务资质	1万元	0.5%-5%	6000元/年
京东商城	公司注册资金50万元及50万元以上	1万元	略高于淘宝	6000元/年
当当网	开店:企业资质、品牌资质 供货合作:企业资质、品牌资质、品牌审核	3000-1万元 不详	1%-5% 较高扣点	500-1800元/月 不详
卓越亚马逊	资质证明、“零投入”加盟模式	无	普遍较高	无

当当网 模式对平台有利

当当网推出了“开店”和“供货合作”两种招商方式。“开店”商家使用当当网作为销售平台，但从客服到发货、售后都由商家自行管理。而“供货合作”模式则更加“省心”：商家把货物存到当当网的仓储系统中，由当当网代为销售。

这两种方式的收费大为不同。“开店”商家的佣金低，非保底扣点率只有1%-5%不等，甚至有部分品类低于淘宝商城。此外，

商家每季度要固定支付500-1800元的平台使用费。而对于较为成熟的商家，当当网的“保底收费”则更加实惠。如一个数码周边店铺的每月保底销售额达到15万元，则可固定扣款4500元，折合扣点率为3%，低于非保底收费一个百分点。

此外，加盟商还需要交纳3000-1万元的质量保证金，用于当当网购物保障计划的先行赔付，解除合同后全额返还。

而“供货合作”只需要供货商支付一项费用：扣点率。记者以供货商身份致电当当网招商办公室获悉，各品类商品的扣点率不尽相同，如女鞋为25%。

业内人士分析，当当网第三方卖家平台的游戏规则“最大程度上保证了平台的利益”，如平台使用费、保底销售等措施，已吸引不少成熟的大品牌、大商家入驻，但对消费者和中小型商家却显得有些苛刻。

卓越亚马逊 以“零投入”为卖点

最近开放第三方卖家平台的卓越亚马逊，采取了“零投入”加盟模式，即无加入费、无平台使用费。这使卓越亚马逊的准入门槛低、好上手、好操作。但据记者了解，卓越亚马逊的佣金(即扣点)，如手机通讯、大家电类为4%，图书、影视、食品等品类为6%，而小家电、服饰鞋包等则达到7%。

由于卓越亚马逊采取“佣金+物流费用+仓储费用”的收费方式，商户使用卓越亚马逊的物流，要为每一份订单支付物流费用。卓越亚马逊网站显示，每一份订单的物流费用包括2.75-5.5元不等的订单费、每件1-2.5元不等的服务费、1.5元/公斤的首重和1.75元不等的续重四部分。此外，商

家还可以付费使用卓越亚马逊的仓储服务，费用为每立方米155元/月。

一名在其他第三方卖家平台出售小家电的商家认为，这个收费标准可能对卖图书音像或者大件商品的商家比较有优势。资金实力较弱的创业者可以自找仓库和合作快递以便节省费用。

本报记者 崇晓萌 姜子谦



业态创新 永动不竭 ——

燕莎奥莱作为国内奥特莱斯业态的领航者，打造具有国际水平的中国最好的奥特莱斯既是燕莎奥莱不断追求的企业目标，也是燕莎奥莱致力于与国际商业同步发展的企业责任和民族情结。引领都市生活新概念，为广大消费者提供更具品质的购物体验，更是燕莎奥莱回馈消费者，回馈社会的不竭动力。

地址：北京市朝阳区东四环南路九号
A座服务电话：67395678
B座服务电话：67395803
C座服务电话：87386666

创始者 创立于2002年

中国奥特莱斯业态的
燕莎奥特莱斯购物中心
打造具有国际水平的中国最好的奥特莱斯

名品 + 实惠

轻松 + 便捷

品类 + 规模