

发现移动商务价值曲线 PDF转换可能丢失图片或格式，建议  
阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/227/2021\\_2022\\_\\_E5\\_8F\\_91\\_E7\\_8E\\_B0\\_E7\\_A7\\_BB\\_E5\\_c40\\_227148.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/227/2021_2022__E5_8F_91_E7_8E_B0_E7_A7_BB_E5_c40_227148.htm) 移动改变我们的城市，改变我们的生活方式，也改变着我们的商业模式。面对国内正在逼近5亿的手机用户，移动商务应运而生。移动商务的最终价值是丰富而广泛的应用，但在发展初期，占位和投资价值亦有突出表现。移动商务起步时期的占位和投资价值，是由移动互联网的特性决定的。首先，移动互联网是由运营商主导建立的完全商业化平台，有非常完备的收费机制，与“免费为王”的电脑互联网相比有完全不同的商业特性。移动互联网在互联网上提供服务，比如电子邮件，收费是要特别说明的；而在移动网络上，免费才会特别说明。同时，移动互联网运营商建立了严格的准入制度，有很高的准入门槛，与高度开放的互联网有完全不同的市场进入机制。在移动网络上建立强大的移动电子商务应用平台，还要跨越复杂的后台技术和众多终端标准形成的技术门槛。因此，移动互联网在资源表现上有很大的稀缺性。移动商务的价值表现具有阶段性特征。在业务起步阶段，应用收入相对较低，但是机会成本也相对较低，会激发很多有战略眼光的企业和投资者争相进入，进行占位和投资，抢占机会和资源价值，并推动应用进入快速发展阶段。之后，移动商务的应用日益丰富，应用收入逐步占据主导地位；同时，机会和资源优势稀释，占位和投资收入所占的比重相对变低。总体来说，移动商务的实际收入线是应用收入线和占位及投资收入线的叠加，呈现出健康的上升趋势。用友移动商街发现这样三重价值，

并以这一价值曲线为基础进行商业规划，就为企业、商家和投资者参与移动商务、获取3G商机提供了切实可行的路径。在率先进行3G商用的日本，移动商务应用已经较为成熟，移动商务平台如i - m o d e获得了成功。在国内，用友移动与其合作伙伴NTT D o C o M o成立合资公司，开发移动电子商务技术和应用。最新发布的移动商街是国内第一个大型全功能移动商务平台，其发展路径和在商业上的初步成功，都为移动商务的价值曲线提供了很好的印证。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)