

综合辅导:电子商务发展新论 PDF转换可能丢失图片或格式，
建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/250/2021_2022__E7_BB_BC_E5_90_88_E8_BE_85_E5_c40_250123.htm 一、电子商务不仅仅是一个商业发展概念 电子商务并不只是一个商业发展概念，它的发展同时存在于国家经济战略的宏观层面和企业发展策略的微观层面。2002年11月，联合国贸发会议和联合国亚太经社委员会在曼谷联合召开的亚太国际会议的主题就是定位于“Ecommerce Strategies for Development”，电子商务在这里被视为经济发展战略之一。大会宣言特别指出：政府和商业机构包括私人商业机构都应当成为推动和应用电子商务发展的伙伴。一个国家的ICT(Information and Communication Technologies)发展和电子商务发展战略应当纳入经济与社会发展的范畴。在这之前，欧盟于2000年推出了“电子欧洲行动计划”(e-Europe Action Plan)；美国提出了改善电子交易措施的指引计划；经济合作与发展组织建议设立观察指标来反映电子商务的发展趋势；亚太经合组织(APEC)2000年文莱会议也提出了类似计划，并成立了eAPEC工作组。2001年APEC的上海会议在文莱会议的成果基础上进一步提出了《eAPEC战略》行动方案。2002年的墨西哥会议提出可持续经济增长应与发展数字经济相结合，并通过了《贸易和数码经济协定》。联合国秘书长安南在为联合国贸发会议发表的“2002年电子商务发展报告”撰写的序言中指出，电子商务在推动经济发展、提高贸易效率、增强企业竞争力方面有显著的效用。它不仅整合国家经济进入全球经济，还能提供就业机会，创造财富。在微观层面，电子商务在欧美发达国家被视为企业

发展策略而备受重视。世界知名的咨询公司Accenture于2001年为欧洲委员会(the European Commission)的“电子欧洲行动计划”所做的一项调查表明，企业对电子商务的认识与实践水平要比以前高得多。调查访问了25个欧美国家(包括日本)超过800个企业的董事长，他们认为电子商务已渗透到企业的组织内部并正在向市场营销、物流和其他企业管理活动方面延伸。在受访的2000个企业行政总裁中过半数的总裁认为，电子商务作为一项商业发展策略已成功地应用于商业活动之中。调查还发现，原来对电子商务不感兴趣的中小企业开始意识到电子商务对企业发展的重要性并纷纷投资于电子商务。对电子商务认识的提升反映了近几年来其应用在宏观与微观两个层面实践发展的现实需求。电子商务的应用已深入日常生活，以网络经济为基础的新经济模式正在改变着经济运行方式，虚拟化、数字化和全球化成为经济发展的趋势。同时，电子商务的应用可以提高企业的竞争力。

二、电子商务的要点发现与创造新的盈利模式

B2B和B2C是近几年国内学界与商界讨论最多的话题，这两种交易模式从根本上说是电子商务功能发现的主要代表作。电子商务的要点是发现与创造新的盈利模式，所以，B2B和B2C都不是电子商务发展的方向，只有P2P(Path to Profitability)，即通过建立在英特网为基础的电子商务来实现企业的利润增长才是电子商务的未来。电子商务经历了三个发展阶段。第一阶段(1994年-1997年)，电子商务出现；第二阶段(1997年-2000年)，电子商务发展的重点是网上交易，也就是学界和商业机构通常讨论的B2B、B2C和C2C；第三阶段(2000年?)，电子商务进入P2P阶段。美国《商业周刊》是这样描述P2P的，“Forget B2B or B2C，Ebusiness

is about P2P bath to profitability ” ，简言之，就是通过eBusiness来实现企业的资源配置，降低成本，密切客户关系，发现新的盈利模式。目前，电子商务在企业中的应用已从过去的eCommerce向eBusiness过渡发展。有的企业通过电子商务实现了企业的供应链系统(SCMSupply Chain Management)与资源计划(ERPEnterprise Resources Planning)系统和客户关系管理系统(CRMCustomer Relationship Management)的整合，最有效地利用资源，降低成本，在满足客户需求的同时实现利润增长。以世界最大的物流巨头UPS(United Parcel Service)为例，每天为全球近800万个客户提供相关服务，从1996年开始建立电子商务团队帮助公司利用英特网技术来管理业务运作，到2001年，5年间UPS净收入(Net Income)的年增长率在22%以上。从电子商务的发展历史来看，eCommerce只是改变了交易模式或者说在传统的交易方法上增加了一种新的模式，但单就其作用来说，由于多种其他的原因诸如网络交易的安全性、诚信度、交易平台等等，它并没有取代传统的交易模式并提高盈利水平，即便是全球最大的网上书店亚马逊书店亦是如此。因此，发展电子商务的目的应着眼于。eBusiness，即通过电子商务来整合企业资源，改善效率，降低成本，提高竞争力。我国最大的n企业联想集团在与全球IT巨头IBM、Compaq和HP竞争国内计算机市场时之所以能成为行业龙头，就是得益于eBusiness。联想以ERP系统为基础，联结自有的eDistribution网络，重点发展B2B，并整合于销售网络之中。联想的电子商务成功范例在联合国贸发会议《2001年电子商务发展报告》案例研究中得到特别推介。

三、电子商务市场发展前景诱人

虽然目前还不能预测电子商务交易模式何时

能成为主流模式，但电子商务的市场发展潜力是无穷的，因为：一方面，潜在消费者的发展速度惊人。据联合国贸发会议《2002年电子商务发展报告》显示，到2002年底，全球英特网用户已达6.5亿之众。在中国，据中国互联网信息中心(CNNIC)最新的调查报告显示，截止2003年6月底，上网用户已达到6800万，比去年同期增长48.5%，而1997年10月首次调查结果只有62万，几年间增长了109.7倍。他们中的一部分已是电子商务的消费者，而更多的则是这个快速发展市场的潜在消费者。另一方面，电子商务交易额快速增长。据国际著名咨询公司Forrester估计，2002年全球电子商务交易额大约为22935亿美元，到2006年将可能达到12.8万亿美元，占全球零售额的18%，年均增长率在30%以上。美国是电子商务应用最为发达的国家之一，其发展趋势对其他国家具有重要的引领作用。2001年，尽管美国的电子商务交易额在全美零售额中的比例仍低于3%，但类似软件、旅游和音乐制品这些商品及服务的网上交易B2C部分已占到这部分交易额的18%左右，世界其他地区也有类似情况出现。据联合国贸发会议《2001年电子商务发展报告》引用Anderson咨询公司的数据显示，到2003年底，我国的电子商务市场B2B和B2C的交易总额将可能达到40亿美元之巨，B2B的年均增速为194%，而B2C的是274%，其增速呈倍数增长。当今世界，除电子商务市场以外，其他任何市场都难有如此高的增长率，因此，其市场前景极为可观。

四、mCommerce未来商机无限

近几年，随着科学技术的发展，上网途径呈现多元化的趋势，通过电视机和移动通讯工具上网也已成为现实，特别是移动通讯工具的发展为mCommerce(mobile Commerce)提供了广阔的发展前景

。联合国贸发会议将mCommerce定义为用无线手持装置(Wireless Handheld Devices)诸如手提电话和PDAs(Personal Data Assistants)进行商品和服务的买卖。国际电讯联盟(ITU International Telecommunication Union)2002年关于互联网发展年报的标题就是突出mCommerce，称之为“移动时代的互联网(INTERNET FOR A MOBILE GENERATION)”，并且强调指出，移动的互联网虽还不能取代传统的互联网但其移动的优势已开始显现。目前，m-Commerce应用已覆盖了短信、手机支付、金融服务、物流服务、信息服务、客户服务和其他服务等项目内容。我国几大门户网站之所以能在近几个季度盈利倍增，重要的一点就是把握住了中国这个全球最多手机用户国度对短信需求的商机。据联合国贸发会议估计，全球2002年mCommerce的收入在500亿美元左右。今后3年，西欧、北美将继续成为mCommerce的火车头。移动通讯工具的发展为mCommerce提供了广阔的增长空间，但关键还是要发现和满足客户的新需求，提供给用户价格可接受的产品与服务，创造新的电子商务盈利模式。

五、电子商务应用的未来发展空间取决于其立法的发展

电子商务交易突破了传统交易在时空上的限制，其隐蔽性、虚拟化和无边界特征衍生出一系列的法律问题，诸如管辖权、电子合同有效性、电子签名真实性、知识产权保护、消费者权益、网上支付与金融、服务提供者的权益与责任、跨国贸易与税收和网上犯罪等等。因此，立法问题成为电子商务发展被关注和迫切需要解决的重点之一。从某种意义上说，电子商务应用的未来发展空间取决于其立法的进展，而全球电子商务立法的发展无疑将推动电子商务的发展。首先，电子商务本质上是全球性的

，理应有相关的国际法规予以支持。联合国国际贸易法律委员会(UNCITRAL United Nations Commission On International Trade Law)专门设立了电子商务工作组开展相关的立法工作，并已通过了两部电子商务方面的法规，即1996年和2001年通过的《电子商务示范法》和《电子签名示范法》。其次，全球还有20多个国家进行了电子商务的立法，诸如韩国的《电子商务基本法》，澳大利亚的《1999年电子交易法例》，新加坡的《电子交易法》等等。特别值得一提的是，美国将近50个州相继制定了有关电子商务的法规。美国国会也于2000年6月30日通过了《电子签名商法》(ESIGNACT the Electronic Signatures in Global and National Commerce Act)，其目的是为电子交易提供法律上的支持，以消除电子商务合同所涉及到的电子签名和电子文件的收集与保存包括其他电子文件的送达和接收等方面的障碍。最后，我国有关电子商务的法规尚属空白，但相关的立法工作一直在进行之中。目前，我国已有计算机方面的政府规章10多部，如《互联网信息服务管理办法》、《互联网站从事登载新闻业务管理暂行规定》、《互联网电子公告服务管理规定》等。目前虽暂无全国性的电子商务法规，但各地在地方立法方面仍有不少建树，诸如2001年海南省的《数字证书认证管理办法》和2002年北京市的《电子商务监督管理暂行办法》。2003年9月，在第七届中国国际电子商务大会上诞生了中国第一部电子商务法律法规建议草案。这个草案在消费者权益保护、知识产权保护、数据签证、网络安全、电子税收以及CA认证等几大方面做了详细的论述。电子商务是一种全新的交易模式，所涉及到的法律问题非常之复杂，目前这些法律尚没有涉及到税收

、知识产权保护、隐私权、网上支付、跨国交易管辖权等难度比较大的问题。至于国际上通行的电子商务法规的出台恐怕还要等若干年，然而这并不会影响到电子商务的应用。相反，目前已有的电子商务的立法及其发展为电子商务更为广泛的应用提供了空间。

六、重视发展电子商务客户关系功能

电子商务的三大主要功能即提高效率、降低交易成本和密切客户关系在跨国公司中的应用已充分显示出了其竞争优势。在这三大功能中，国内企业比较关注的是成本功能，相对而言，其密切客户关系功能往往被忽略。诸不知，商业竞争随着全球化的加剧，客户关系已成为企业制胜之道。电子商务在这一点上具有其他交易模式不可比拟的优势。世界物流巨霸UPS和DHL之所以能有高人一筹的本领就在于他们依托强大的电子商务(eBusiness)功能发现、支持和发展客户关系，满足客户的一般需求和特殊要求。比如商品处理能力、准确无误的投递能力和即时向客户报告商品的跟踪能力等。进一步考察150年来商业发展的历史，不难发现客户关系已成为新世纪商业竞争的中心词。从1950年代起至21世纪初，商业竞争由最初的生产竞争到销售竞争，再到市场营销竞争，其定位经历了一个不断变化的过程。商业竞争的最新阶段是始于新世纪的以客户为中心的发展阶段，它是市场营销阶段的深化与延伸，在这一阶段，客户关系竞争成为第一要务”。虽然这个演变发展过程主要反映西方发达国家商业活动中心定位的变化，但有关理论与实践已经开始影响到国内企业的变革。2001年我国联想集团的企业变革就是按照以客户为中心的理念来整合其内外部资源的。无可置疑，以客户为中心的商业理念通过大公司特别是跨国公司的实践将更多地和潜移默

化地影响其他中小企业的生产经营活动。电子商务以其无地理空间边界的特征和低成本的客户沟通费用，以及强大的客户关系处理功能，为企业定位于客户关系中心提供了无可比拟的技术支持。它不仅能够应对新经济的挑战而且能够改善传统经济在密切客户关系方面的不足。重视电子商务客户关系功能将达到事半功倍的效果。参考文献：

[1]UNCTAD(2002) . Declaration On Electronic Commerce for Development[EB / OL] . [http : / / r0 . unctad . org / ecommerce / eventdocs / bangkok / declaration . pdf](http://r0.unctad.org/ecommerce/eventdocs/bangkok/declaration.pdf) 7803 .

[2]UNCTAD (2001) . E commerce and Development Report 2001[EB / OL] . [http : / / www . unctad . org / ecommerce .](http://www.unctad.org/ecommerce)

[3]亚太经合组织《领导人宣言》附件一《eAPEC战略》(摘要)[EB / OL] . [http : / / finance . sina . com . cn / g / 20011021 / 119677 . html](http://finance.sina.com.cn/g/20011021/119677.html) .

[4]葛相文 . APEC第十次领导人非正式会议发表《领导人宣言》[EB / OL] . [http : / / 202 . 84 . 17 . 73 : 7777 / Detail . wct?RecID=12 amp . ChannelID=4255](http://202.84.17.73:7777/Detail.wct?RecID=12&ChannelID=4255)

amp. Data Sys tems 102 / 2 . 90 . 原载《广东商学院学报》(广州)，2003 . 5 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