

电子商务：等待雪崩式发展 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\\_94\\_B5\\_E5\\_AD\\_90\\_E5\\_95\\_86\\_E5\\_c40\\_250427.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/250/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_250427.htm) 跨学科专业 企业需求

量大 在校的本科生有七万多名，专科生已经达到20万左右的数字。2001年还是2002年我国人力资源专家预测，未来四年中国电子商务人才缺口也在二百万左右。阿里巴巴的马云(马云新闻,马云说吧)谈到，阿里巴巴上的中小企业规模达到一千三百多万。现在运营商开始意识到，用手机也好，用互联网也好，用固定电话也好，要更多提供一些行业解决方案、企业解决方案，一些商务应用，也就是专业化的垂直应用。结果他们很需要这些学生。对外经贸大学信息学院陈进教授（右二），北京邮电大学经济管理学院吕廷杰教授（右一），西安交通大学经济与金融学院李琪教授（左二），浙江大学计算机科学与技术学院陈德人教授（左三）做客老虎专访问主持人：各位网友大家好，欢迎光临搜狐嘉宾聊天室。今天的嘉宾是从国内著名的大学请过来的教授：对外经贸大学信息学院陈进教授，北京邮电大学经济管理学院吕廷杰(吕廷杰博客,吕廷杰新闻,吕廷杰说吧)教授，西安交通大学经济与金融学院李琪教授，浙江大学计算机科学与技术学院陈德人教授，今天谈的主题是电子商务发展和电子商务教育，主要从教育学的角度和IT业发展的角度谈这门专业的建设和人才的培养。李琪：电子商务这个专业在我们国家来讲，设置最早是自学考试，在1999年设电子商务这个专科。2000年的时候教育部对所属的高等院校考虑电子商务本科的设置，2000年底到2001年初教育部批准了13所学校，通常把它称为2001年

的13所院校作为首批教育部批准的普通高校电子商务专业培养点。2001年6月在南京市召开了第一次全国高校本科电子商务专业建设工作会议，从那以来2002年到2005年每年都有一批新的高校被批准作为电子商务本科专业。到05年底达到280所普通高校本科批准这个专业。2003年的时候教育部又同意在一些重点院校可以自主设立电子商务的研究生专业，在教育部备案，又有一些学校设立了电子商务研究生专业，比如在西安交大在应用经济学一级学科和管理科学与工程一级学科下面分别设立了电子商务硕士和博士专业，从专业设置来讲基本上有这么一个情况。在校的本科按今年在天津会议第五届全国电子商务专业联席会议上的介绍，在校的本科生有七万多名，专科生已经达到20万左右的数字。主持人：现在有七万多的本科生，就业供需情况怎么样？陈德人教授了解的情况怎么样？浙江那边中小企业比较发达。陈德人：浙江的电子商务环境应该说是比较好的，民营企业非常发达，从1999年到2001年那段时间开始，电子商务在浙江开始有比较大的需求，1999年浙大的普通本科里面设置了电子商务的第二专业和第二学位，前后有1200名学生先后拿到第二专业的证书。这些人一部分在浙江，一部分走向全国，在电子商务应用这块起到比较好的作用。浙江省中小企业就超过六百多万家，大量的中小企业都面临着原有的制造业面临自身的进一步发展，一些新兴的中小型企业也必须更多采用互联网的应用模式，特别是一些贸易型企业。中国外贸型企业也是非常多的，如果我们假设一下，100多万家中小企业如果按十分之一算，就超过十万家。这十万家的企业，如果每家企业有一个能够从事网上贸易的又能够网上网下互动的电子

商务人才的话，从目前的人才培养角度来说还是大量需要的。现在全国的电子商务专业四年加起来只有不到七万名，我刚刚是以浙江省的需求为例。电子商务应用型人才、开发型人才不仅仅局限于这些企业，还有很多其它类型电子商务应用型人才，包括在电子政务方面，在其他的应用领域。

主持人：陈进教授，您觉得在贸易方面是否更需要电子商务的人才？

陈进：我们学校培养的电子商务人才不太一样，针对的产业链是不一样的，有的是针对管理，有的是针对生产，有的是针对贸易，我们属于网络营销这一块，通过新的技术手段，做一些营销，更多培养这样的人。从近年来的就业来看，电子商务的需求比较大，贯穿到每一个贸易的产业当中去。我们分析人才究竟就业在什么地方，我认为各个环节都有，不是单独的，电子商务不能作为单独的环节存在，贸易当中把电子商务拿出来肯定不行，肯定要融合到这个环境当中去。我们人才的需求比较广泛，随着改革开放以后，贸易企业原来是专门的进出口企业来做，现在所有权下放了，只要企业申请就可以做外贸，需求已经拉得很大。目前就是这么一个状况。

主持人：吕教授是跨IT和商务两个学科，您这边的电子商务毕业生就业情况怎么样？

吕廷杰：我们学校电子商务专业今年第一次有毕业生，昨天我们开办公会，办公室告诉我说，今年北邮经管学院就业率99%，去年我们是97.8%，可见我们的电子商务专业的就业率肯定是达到这个水平的，就业是相当好的。目前电子商务这个专业的培养，由于各个学校侧重点不同，有的学校偏于做电子商务解决方案，包括网站的设计，甚至包括软件的设计，这样偏工科的应用。还有刚刚像陈教授讲的，把网络作为一个渠道培养特殊的营

销人员，很多院校的模式都不太一样。本身这个专业就是一个很值得探索的专业，在全世界也是很新的。我们培养的学生要求他熟悉IT技术，但是又熟悉经济管理，这些人主要的就业渠道并不像我们初期想象的会上一些电子商务的网站类的公司，比如到电信运营商。我们学校本身跟电信运营商关系密切，电信运营商原来提供的业务比如说彩铃、彩信、语音都是面向最终客户的，我们叫做水平市场的应用。现在运营商开始意识到，用手机也好，用互联网也好，用固定电话也好，要更多提供一些行业解决方案、企业解决方案，一些商务应用，也就是专业化的垂直应用。结果他们很需要这些学生，换句话说，中国电子商务的培养，每个学校都应该有自己的特色，同时要找到很好的定位的话，那么我相信我们的人才会有很好的市场前景。主持人：这样跨学科的优势就发挥出来。李琪：据美国IDC公司在20世纪初，2000年和2001年，如果全球电子商务达到几万亿的营业额，电子商务职业岗位人才的需求将达到两千万，大概也是2001年还是2002年我们国家的人力资源专家预测，未来四年中国电子商务人才缺口也在二百万左右。阿里巴巴的马云谈到，他们现在在阿里巴巴上的中小企业规模达到一千三百多万，如果一个企业需要一个学电子商务的人去做网络营销、网络管理的话，这个数字确实很大。主持人：除了阿里巴巴之外，一些新的网站比如慧聪也起来，这块的力量也加强起来。李琪：相对而言垂直的，各行各业的商务如果通俗的说法，商务要电子化要信息化，那确实从采购到中间的管理到最后的销售，整个过程是商务过程的电子化、信息化，如果达到一定的程度、一定的水平、一定的高度，可以称之为电子商务，我们曾经

举例机械化部队和部队机械化，步兵通过机械化实行机械化部队，商务通过电子化实现电子商务，这样是一个很大的需求。企业、组织都需要搞这个工作。主持人：从学生和对专业的理解，现在的现实情况是怎么样的？大家是不是想去报这个专业？企业是不是觉得这个专业对他们有用？吕廷杰：我们学校的这个专业比较好，招生相对很稳定，至少有四年的办学经验，这之前我们有过一些试办的过程，企业管理专业、市场营销专业，加载了很多这方面的课程。这个专业一直处于比较好的专业，报名热度还是比较好的。我估计别的学校也都是比较好的，但全国的情况参差不齐，这个专业上很快，上的也很多，那差异就很大了。李琪：去年四月份教育部高教司组织了一个调查，对在校主要针对教育部所属的不同高校电子商务人才培养现状调查，发了三种问卷，一个是对学校的卷；一个是教师卷，十个教师填；学生卷，每个学校三十个学生填。从问卷的调查分析来看，招生来讲，招生的平均水平是高于一般专业招生水平的，分数线在平均和平均以上的占了大部分，也就是说这是社会的一种认知。教师的反映来看，由于这个专业是一个新专业，从教师背景来看有学IT的，搞信息的，搞管理的，搞经济的，但是他们本身自己原来的专业是多种专业，但是现在在进行调查当中电子商务的教师自己的研究方向大部分都是电子商务，不管从哪个背景出来，当他从事了电子商务专业教学的时候，他的研究方向都朝这个方向。教师们对电子商务的未来前景以及人才培养绝大部分是非常认可的。主持人：陈进教授，这边也可以形成交叉学科，贸易学、商品学，在经贸大那边情况怎么样？陈进：从学科来说，我们是叫信息学院，我们的学

科是几块，现在定位多学科。按照教育部的划分属于管理学工科和经济学，现在我们拿学位是管理学，但基层是信息计算机这块，经济和管理都要学，老师来源差不多有计算机一部分，管理学一部分，还有个别学经济，定位是交叉学科。现在已经有两届毕业生，每届学生的就业率都达到95%，个别考研还有其它一些事情。从报考的情况来看，在我们学校处于中等，就业也属于中等偏上。我们学校有四个学科，经济类的、管理类的、法学类的、语言类的，都是属于热门学科。第一届报考是最好的，升研是最好的一届，01年招生，后来两年落到低潮招生不太好，这两年又恢复了，招生报考跟电子商务本身这个行业有关系。主持人：浙大所处的环境应该比较好，一直有阿里巴巴在浙江经营。陈德人：浙大是面向全国，从电子商务的角度来说，情况也是这样。浙大的电子商务学生进来的分数一般说是中上层次，他的出口大概也有三分之一的人上研究生，基本上和浙大其它学科大概的比例差不多，可能会略好一点。总体上说，我觉得电子商务从教育的角度来说，它实际涉及到一个定位问题，从99年开始高等教育逐步把电子商务作为一个专业来看待以后，无论从社会上，从学校，从政府部门，从企业，大家都对这个有非常高的热情，大家都认可必须要有专业教育的人才培养。但是每个学校在做这些事情的时候，用人单位在看这批学生的時候，其实每个人的定位都是不一样的。从高校来说，我们整体上觉得就像全国的一千多所高校本身分成三四个层次一样，对电子商务的教育其实也分成了不同的层次，有偏重于技术型，偏重解决方案的电子商务的教育，有偏重应用电子商务的教育，根据每个学校自己的特色，特点不一样。

一部分学校，有电子商务专业的学校，像西安交大其它几个学校一样，都是属于研究型大学，更注重更高层次电子商务人才的培养，或者综合性人才培养。还有相当一大部分学校属于教学型的大学，或者属于教学型的本科学校，这些学校最主要从事的是应用型、普及型电子商务高层次的人才培养。因此从高等学校电子商务专业教学指导委员会的角度来说，从专业的指导性要求也是把普通高校电子商务本科专业人才分成不同的要求，几个不同的层次，这样的话每个学校可以根据自己学校的特色、本地区的需求以及他们对电子商务的理解，每个学校的师资队伍组成也不一样，学科构成也不一样，一部分学校以管理学为主，一部分学校以经济学双学位为主，还有一部分学校以IT院系像计算机学院、信息学院这些为主。学科不一样，制订的电子商务教学大纲计划也有所侧重，我们从教职委的角度也分成若干个模块，每个学校根据自己的特长设定自己的专业重点。电子商务如何成为一门清晰的学科分成基础类、专业类和前沿类三个层次的课程，一共加起来有15、16门。主要的部分起码有三分之二的课程要学，是这个专业共性的部分。电子商务专业让学生出去掌握有用的知识，因为营销的工具变了，流程变了，方法也变了，必须又要懂信息技术，又要懂营销，但是在此基础上基于新型的劳动工具要有所创新。首先这个学科很前沿，课堂上教学的内容有时候赶不上实用。其次这个专业涉及面很宽，既要讲网络，还要讲营销，还要把两个结合起来，这两个本身都是各自的专业，这个结合点在哪儿？主持人：李教授，现在电子商务的教学在全国不是用统一的教材，从各个学科吸取了一些元素进来。其次，要在全国推广这个学科的

话，是不是要设定一个统一的教材？李琪：这个专业教育部确定以后，从2001年开始，每年有一次大的会议，都是关于专业建设。这个专业建设由于涉及到经济管理、计算机、信息技术等多方面，曾经归纳为原有专业的三个半大类的集成，经济类、管理类、工学计算机类、法学，知识要从方方面面来，但是毕竟是一个专业，也不能说完全都各不一样的。我们首先进行了教学大纲的探讨，2001年初步讨论了教学大纲，确定了十门核心课程，我们定义这十门核心课程原则上各个学校如果要开这个专业，这十门课程不说全部的话，至少一大半要开，十门课程里面至少要开七八门课程。其它根据学校的特色，有很多学校有行业背景，有电信的，可以开一些电信的课程，农业大学可以开设农业的，行业的特色可以进来。这是分类。另外还有层次，研究型的大学在高年级的时候把一些分析策划，研究生要学的一些课程可以放到高年级进行学习，项目策划放到高年级来学。一般的教学型的学校可能更强调实用性、操作性，比如国家的一些证书培训也和学校的教学做一些结合，供学生进行选择。这就是所谓的分类、分层体现特色，但是有共性的，我们相对集中十来门的核心课程。到今年我们的教职委成员开了好几年会，教职委把这个课程分了三个层次，专业的课程算核心课程，第一个是专业基础课，然后是专业课包括必要的网站建设、安全技术，电子商务必要的物流、网站、安全、支付技术，还有电子商务的管理、电子商务的经济，网络营销、客户关系管理等等专业课。还有一块称之为前沿，根据实际电子商务的发展在动态中跟随前进的，不断反映社会发展的需要，有一块前沿的课程。我们现在的前沿类课程就有国家在积极倡

导的现代服务学、电子服务、现代服务、电子政务、项目策划，我们都放到前沿类。分成三个层次的课程，基础类、专业类和前沿类，一共加起来有15、16门。不是说每个学校全部要学，但是推荐给大家，主要的部分起码有三分之二的课程要学，这样才能说得上是这个专业共性的部分。大纲确定之后，再进行课程建设，这一块我们有一定的分工，课程建设还是让陈老师来具体抓一抓，每门课要搞教学大纲。

主持人：吕教授，从教育的角度看，怎么保证课程在学校里面的清晰性？向学生解释的时候，这是一个很新的专业，跟营销学是不一样的，跟其它学科是不一样的？在实践当中怎么分开？

吕廷杰：很多对电子商务专业不是很理解的一些人也是经常提出这样的问题，因为这个专业有两个特点，第一个就是它的课程组织起来有两个可以说比较困难的地方。一个是这个学科很前沿，课堂上教学的内容有时候赶不上实用，随便举一个例子，美国的黑莓公司推的手机邮箱业务和基于手机邮箱进行企业内部资源的整合、ERP系统的联网，这些东西在国外应用得非常多。即使在国外很多电子商务的教程当中，有的还没有融进去。换句话说，电子商务这个专业由于跟市场紧密结合，跟技术紧密结合，企业都在用的时候，课堂上还没有讲，有时候会造成脱节。

第二个，社会上很多人认为这个专业主要的知识点是什么？好像涉及的面很宽，从纵向来讲能不能跟得很快，第二个是范围能不能聚焦，面很宽，既要讲网络，还要讲营销，还要把两个结合起来，这两个本身都是各自的专业，这个结合点在哪儿，这个也是课程组织当中的一大难点。教育部成立教职委也是很有远见的，正因为如此，需要牵头的一批人，从事这方面教学的院校，

整个关系理顺。我们分析一下，过去人们形容，历史上的一些科学家上知天文下知地理，很多数学家、物理学家又是哲学家，又是历史学家，什么都知道，是一个通才。现代科学技术的发展使得专业越来越细分，我们真正意义上所谓的博士反而变得越窄了，博士就钻到牛角尖里面钻研那一点。电子商务这一类学科的发展给我们一个反思，好像历史在轮回，从信息技术出现以后，在国外出现一种研究机构，很多大学都有，我留学的京都大学就有，把人文的、环境的、数学的综合到一起，搞一个综合人文研究院，多学科在往一块儿融，就很窄融合一点东西，很可能你出去的知识没用。电子商务专业让学生出去掌握有用的知识，营销的工具变了，流程变了，方法也变了，必须又要懂信息技术，又要懂营销，但是在此基础上基于新型的劳动工具要有所创新。我们在定位教学体系、核心课程知识点上，给教授提到一个很高的高度。在座的老师做了大量的工作，也在促进专业的协调、整合、课程的规范化，主要知识点，这面做大量工作。这个可以通过研究，通过教育学的方法，通过规律性的东西找到这一点。时间怎么跟上？短信网址用得很好，问电子商务的学生，他们都不知道。加强校企合作，这是我们委员会一直抓的工作，加强学生到企业的实践环节，加强企业跟电子商务师资的合作。比如科研，企业把这些问题给你了，你帮我研究短信网址怎么做商务。GOOGLE、百度叫信息搜索，中国电信推的号码百事通叫语音搜索，现在可以做短信搜索，不同的网络平台，它的商务功能却是近似的。企业油需求委托教师做科研，我们学校的学生走出去到企业去实习，包括陈老师浙大跟阿里巴巴有很多合作，这种合作其实解决了刚才

那个问题，尽量使得教学的内容跟实践的内容紧密结合。这几个方面抓好了的话，这个学科应该能够建设好。主持人：我在90年代初学新闻学的时候，国家立项引进一个大众传播学，刚开始立项在我们学校做这个项目，一开始的时候学生觉得很奇怪，为什么有这么一个学科，后来知道国外把电信传播也列入到传播学领域。电子商务出来其实跟电信科技的发展又是紧密不可分的，十年的跨度来看，技术推动着很多学科的进步，有点像十年前03年左右国家立项做大众传播学一样，我觉得可能也需要十年的时间。吕廷杰：可能电子商务不需要那么长的时间。但是传播学刚进来的时候有很多争议，现在发展得很好，成了很火的专业。产业需要哪个环节的人才在企业整个商务过程中都需要复合型的人才进行管理营销。电子商务更适合于前端，跟用户打交道，跟市场直接打交道的人才更稀缺。互联网经济是一种体验式经济，会产生雪崩式的效应。如果大部分的企业进行电子商务活动，你不用就淘汰了，因为劳动工具发生了变化。电子商务专业的学生不一定非得上电子商务公司，所有的公司可能都需要懂电子商务的人才。主持人：各位从专家的角度去看的话，从电子商务这个行业来说，最急需是哪个环节上的人才？刚才说过产业链很长。李琪：以我的课题为背景做了一些调查，我们多年从事电子商务应用领域的合作或者是顾问，一般企业而言，首先采购，不管是生产企业还是流通企业都要有采购，采购就相当于企业的商务活动的开始，当然采购之前还有计划，计划现在可以通过网络来做，实际从原材料的采购开始进入内部企业，有的制造业用加工，有的是流通业是简单的物流过程。然后是管理，再到销售营销，这个过程当中

，我们把最常用的几个系统叫供应链管理、ERP、CRM，后面再是BI（商务智能），串起来基本是一个企业的商务流程。这个商务流程当中各个环节都需要掌握，不是说电子商务是一个固定的单位，而是在企业整个商务过程中，从计划到原材料采购一直到最后销售出去乃至它的售后服务，整个商务过程中都需要复合型的人才进行管理营销。如果从这个角度来讲，企业对于电子商务的需求，简单说可以抓两头待中间。两头就是一个进一个出，大企业比较明确，采购的网络化、电子化可以降低成本，另一头就是销售。中间是管理，或者内部流程的过程。我们认为电子商务培养的人对于企业来讲除了典型的生产环节制造而外，其它过程中都需要，它应该是适应面比较宽，在各种岗位都可以发挥他们的复合型知识和技能作用的专业。采购相当于企业商务活动的开始

主持人：我同意李教授整个的观点，我补充一下，电子商务是一个大环境，我们国家国务院05年2月份专门发了一个关于加快我国电子商务发展的若干意见，简称2号文件，这个文件非常重要，给下面整个国家的电子商务从行业、产业、教育、研究等等整个链条形成国家新一轮电子商务发展的指导性方向。这个文件发布以后，各个部委、各个行业基本上都跟电子商务有关系，各自也制订了这几年来针对这个行业这个部门电子商务应该怎么做。新的政策制订我感到，第一，电子商务是一个综合性的、复合型的环境需求，对于从事电子商务行业的人来说，实际上也应该有宽视野、复合型的知识力，现在高校电子商务人才的培养基本围绕这个思路去做。当然每个人各有所长，可能张三在这个方面强一点，但是这个方面特别强并不表示他其它方面相关的知识就不知道，就

像刚才吕教授提到，现代社会上的人才实际就需要具备多方位、多学科的知识，但是当然有他主打的拳头的能够吃饭的东西，能够拿得出来的家伙。另外，电子商务更加强调的还是一种创新性的培养模式。因为电子商务现在发展非常快，刚才吕教授提到手机网址搜索等等，都是最近几年发展起来的。像搜狐也就是这几年发展起来，走一步都是创新的思路。在网络化的应用大环境里面就需要不断有创新的理念，对于电子商务专业来说，它的专业建设、它的知识点不断更新，实际上也都围绕着一种创新的需求。我们理解电子商务需要的人更多的是集中在复合型的人才，每个行业，每个应用也好，创新也好，层次可能不一样，有的是应用型的创新，有的完全是一种经典的创新，我认为这些创新都是不同层次不同模式的创新。IT这个大环境里面，技术发展得这么快，技术的应用一般来说首先应用在跟经济有关的领域里面，电子商务所涉及到的内容恰好就是IT技术最先使用，最先试点，大量是常规的，当然也有一些新的IT产品失败，但是总体的趋势因为有了IT技术，现代管理理念使得电子商务最近这些年我们认为一定会非常快速发展。这快速发展就需要我们的教育，需要我们的人才培养非常及时能够跟上去。陈进：我们分析产业链可以看到，当初我们计算机出来带动了信息技术的有关专业发展，互联网出来带动电子商务的发展，很多企业都在互联网上成长起来，占了国民生产总值的比重越来越大，最近到无线手机这块。从当初互联网这块可以代替现实当中的交易和活动，现在人类社会已经开放，互联网的开放和从事业务活动，现在转入到简洁上，手机就可以操作。新兴产业带动的这样的专业，本科培养的是通才，复合型

的人才，到了研究生、博士可能是专才。现在培养最需要什么样的人才？按照互联网还有手机无线信息产业，最典型的像搜狐这样的，像E龙或者搞信息服务这样的企业需要的人才很多。对于传统企业来说有一部分转型到互联网上，这种人才正是电子商务所需求的一类人才。到了企业里面分前端后端，电子商务更适合于前端，跟用户打交道，跟市场直接打交道的人才更稀缺，后台传统的专业很多。如果分层次的话，高层决策层，中间管理层，电子商务就是上层和下层，上层有一些规划有一些想法，要从互联网从手机上面开展活动，中层是下游阶段人才的培养，如果这样分的话，当前最需要的人才是这样的。

主持人：吕教授刚才说不需要十年就发展起来，电子商务的这个土壤是不是整体上成熟了？前几年大家还在争论，电子商务的信用问题等等，您为什么这么乐观？

吕廷杰：这个也是我们可以探讨的问题，我们一般认为信息技术所带来的这一轮经济现象从营销学的角度有两个特点，一个就是会产生一种体验的感觉，什么叫体验经济？理论上讲一大套，但是跟互联网相关的，举个相关的例子，网络电话业务、邮箱业务，初期都不要钱。为什么不要钱？绝不会永远不要钱，那就没有商业立足点。培养你的消费习惯，一旦用上它了，有一天发现离不开邮箱了，每天通过它跟别人沟通，这时候它收费了，你不可能不用。这是第一个特点。第二，正因为这种体验，产生病毒式扩散，一个手机全世界就我有手机，这个手机对我而言是没有用的。我用手机的效益价值取决于是不是别人都在用，这个叫做外部性。互联网经济是一种体验式经济，会产生雪崩式的效应，如果大部分的企业进行电子商务活动，你不用就淘汰了，因为劳动

工具发生了变化。我们比较乐观，我们从来不担心网络技术，包括当时网络经济出现泡沫的时候，我们从来不担心，我们认为是很正常的发展过程，当年的泡沫是因为资本市场运作上违背经济规律的投资现象，反过来讲，经济就是啤酒，啤酒没有泡沫就不新鲜了。我们想喝啤酒，不想喝泡沫怎么办？注意倒啤酒的速度，有一个协调发展的速度。倒的速度太快了所以带来问题，长远来讲不是一个机制的问题，而是运行上的问题。这个行业的特征告诉我们，互联网经济也好，电子商务也好，肯定是要大发展的。现在有很多的技术要素注入进来，使得有发展的潜力。现在CNNIC统计中国的网民数突破一亿，中国手机数量拥有数超过四个亿，再把小灵通用户，成为客户源逐步转为移动电话的用户，实际上小灵通今年也说突破一个亿了，移动电话的用户有五个亿。任何一个商务活动移植到这上面来做，促使移动电子商务雪崩式的增长，这里面的例子非常多。移动邮箱、短信网址这样的业务，企业信息化尤其中小企业信息化最大的问题在哪儿？需要买电脑花很多钱，还要买软件，有了电脑有了软件还不行，还得联网，还要培养职工去会用。他的职工想要搞信息化，必须回到办公室里，回到家里，这样的话有人提出能不能把互联网带在身边？大家是否想过为什么移动商务那么火？因为移动商务做支付，移动商务卖音乐这个也对，但是企业信息化用移动商务变得很简捷，黑莓公司相当于把一个木马植入到企业的中间件里面，打通通道。世界90%的计算机没有做计算，而是在处理图形、上网，你的手机没有计算机的功能，但是其它功能都能做。如果做一个解决方案，不需要卖终端了，所有职工手里都买了终端，你只要买一个解决

方案怎么用，拿手机查库存，用手机传送文件，信息化变得异常简单，异常便宜。我仅仅是讲发展的一个方向。越来越多的国内外的经验告诉我们，随着技术的发展，随着大家逐步接受，电子商务肯定会带来雪崩式的发展。电子商务专业的学生不一定非得上电子商务公司，所有的公司可能都需要懂电子商务的人才，在四年前沃尔玛公司成立巨大的IT部门进行供应链管理，每天供货过去很麻烦，在美国有成百上千的连锁商店，每个柜台上什么货出了多少要补多少货成了大问题，现在每个柜台都有人看着，这两个服务员管这一排柜台，要求十分钟发一条短信告诉出了什么货，瞬间统计，所有的配送整个供应链管理围绕这个来做，效率非常高，他用了大量搞电子商务的人才，得有人懂这些东西。不要把电子商务简单认为就是在网上买卖东西，那就窄了。电子商务还是会促进企业信息化，这是一个很宽的范围，企业需求量就会很大。

主持人：从教育的角度来看，和国外有哪些可以接轨的地方？

李琪：从我们国家电子商务教育的科研情况来看，通过我们的调研反映出来看，首先是我们的师资，加入对电子商务的理论研究，师资水平要提高起来，把师资的专业水平和国际交流的背景以及与实践相结合的背景抓起来，形成一支优秀的教师队伍。对于学生，要让学生和实践结合得更紧密，让学生的发展除了共性以外，还能够个性化发展，这样面对社会需求的时候，找到自己合适的位置。同时还要做企业的工作，让企业对电子商务的认识更进一步加深，在方方面面都需要这样的人去做这些事情。企业对电子商务的认识进一步到位，对电子商务人才的需求才有潜在的显性，我这儿没有一个做电子商务的岗位，但是需要有一个电子商

务的人才给我做内部采购、内部管理，我学的是这个专业，但是很多位置都可以去做，真正把人才培养和社会的需求有机结合起来。在这些方面国外有很多经验，我们可以借鉴。我们在教学和研究方面也和很多国外这方面的组织和学者有联系，中美电子商务高级研讨会已经办了四次，几乎每年都有这样的互动活动，而且最近美国、加拿大、欧洲都和我们的教职委进行联系，我们这样做的话，能够使我们的教育与国际尽可能接轨，对我们国家电子商务的发展起到很好的推动作用。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)