

移动商务中国电子商务增长的新动力 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/294/2021_2022__E7_A7_BB_E5_8A_A8_E5_95_86_E5_c67_294024.htm 时至今日，中国的互联网用户超过了1亿；在巨大的市场空间，庞大的潜在用户需求面前；移动商务，这一由因特网、移动通信技术和移动终端共同组成的商务模式正在迅速吸引各界的关注，逐渐成为各方关注的焦点。在过去的一年里，移动商务已经成为一种新的产业代表；截至2005年底，企业短信、短信实名、短信网址、短信黄页等一大批创新业务涌现在市场上；中国手机用户已达3.88亿，手机短信发送量近3000亿条，将创造300亿元左右的市场收入。彩铃、WAP手机上网等业务蓬勃发展，手机音乐初显潜力，并逐步成为移动通信收入增长的重要部分，移动商务领域也随之迅速发展。当前，由于中国移动等运营商的大力推广，在电信平台上开发出更多的应用服务，数以亿计的消费者对GPRS、彩信、短信等的依赖，3G的即将到来，都使整个市场开始进入高速成长期。目前，利用企业短信来做促销信息预告、收集客户信息等，都是成本较低、很有效率的移动商务方式之一，移动商务的概念也逐渐深入人心。有预计表明，2006年移动电子商务市值将达到250亿美元，2008年中国移动商务市场规模将达到306.5亿元，年复合增长率达40.7%；自2006年开始，移动商务市场将面临更加激烈的竞争，深度运营成为行业的主流。那么什么是移动商务呢？大家从不同的角度来看，会有不同的内涵。

一、理解移动商务的概念 移动商务从字面意义上来理解，就是“移动商务”这么简单，可以这么说是移动中的商务或者是商务中的

移动，移动是手段，商务是目的。从用户角度来看，个体消费者去购买一些娱乐信息内容，包括图片、铃声、游戏、赛事成绩等等，目前移动商务主要是在娱乐或是短信群发的层面等商务活动，人们可以使用手机等移动通讯设备，随时随地上网，查询信息，购买产品，预定服务，既方便快捷，又节省时间。移动商务是指通过连接公共和专用网络，使用移动终端来实现各种活动，包括经营、管理、交易、娱乐等。按照最终用户的类型，移动商务又分为企业移动商务和个人移动商务，移动商务就是给消费更多方便的商业体验。对于企业用户来说，移动商务可以为他们提供快速、便捷的信息服务，应用于内部办公、外部服务、信息发布及定向宣传等。从技术角度来看，移动商务不仅是技术的创新，也是一种企业管理模式的创新。手机、传呼机、个人数字助理（PDA）和笔记本电脑等移动通讯设备与企业后台连接，通过无线通讯技术进行网上商务活动，使移动通信网和因特网有机结合，突破了互联网的局限，更加高效、直接的进行信息互动，扩张电子商务的领域，节省人力成本，使企业及时把握市场动态和动向。移动商务充分运用其移动性消除了时间和地域的限制，为电子商务活动提供便捷，使随时随地的信息传输和商业交易成为可能。因此移动商务是利用各种移动设备和移动通讯技术，随时随地存储、传输和交流各种商业信息，进行商业活动的创新业务模式。从商务角度来看，移动商务是指对通过移动通讯网络进行数据传输，并且利用手机、PDA等移动终端开展各种商业经营活动的一种新电子商务模式。移动商务是与商务活动参与主体最贴近的一类电子商务模式，其商务活动中以应用移动通讯技术使用移动终端为

特性。由于用户与移动终端的对应关系，通过与移动终端的通讯可以在第一时间准确地与对象进行沟通，使用户更多脱离设备网络环境的束缚最大限度地驰骋于自由的商务空间。移动商务从本质上归属于电子商务和信息商务的类别，是由技术发展与市场变化而出现的新商务模式。由于移动商务与电信服务的关联性特征，因此它在业务模式、商业收益点等许多方面不同于无线商务。移动商务将随着移动通讯的不断普及和发展成为未来5年中国电子商务增长的新领域和创富运动的新行业。

二、移动商务的特点

移动商务是传统互联网电子商务在移动领域的延伸和发展。虽然移动商务和电子商务在很多特征上非常相似，但是简单地把移动商务看作电子商务的延伸是片面的，因为两者的服务对象和服务方式（包括终端设备方面）以及技术特征都有很大的不同，其中最主要的是业务特点的区分，主要体现为以下四点：

- 服务对象的“移动性”。需要移动商务提供服务的人一般都处于移动之中。仅仅把移动商务理解为移动的电子商务是片面的，因为移动的不仅仅是移动终端，而更应该看到的是人和服务的移动。
- 服务要求的“即时性”。移动商务的客户一般要求马上得到所需信息。
- 服务终端的“私人性”。由于移动终端一般都属于个人使用，不会是公用的，为移动商务带来了独特的优势，因此发展与私人身份认证相结合的业务是一个很有前途的方向。
- 服务方式的“方便性”。由于移动终端，尤其是手机按键的限制，移动商务的服务要求操作简便，响应时间短。

与传统电子商务相比较，移动商务具备以下优势：移动商务创造更高效、更准确的信息互动，以直接面向用户为特征的随身通讯和实时沟通让信息传递突破了互联网局限和在

线效率。移动商务以更广泛地消费者覆盖为基础，将传统电子商务的疆界成倍扩张。在以客户为中心的现代商业社会，将面向互联网用户的关注更多转向数倍人口的移动通讯消费者是更加务实更具商业价值的转变。移动商务开拓更大自由尺度的商务环境，任何人（Anyone）在任何地点（Anywhere）任何时间（Anytime）都有条件保持信息沟通，减少传统电子商务对设备条件与网络环境的要求，降低用户端参与的门槛。移动商务在给予消费者更多使用便利的同时，也为企业创造了更多商业机会。移动商务以贴近用户的沟通实现更紧密的用户对位关系，使信息沟通的有效性和商业价值得以提升。手机号码与消费者及其消费能力之间存在着对映关系，由于移动通讯的随身性特点使每个手机号码都代表着一个确定的消费者和相应的消费能力，移动通讯终端的号码在事实上成为了消费者及其消费能力的商业符号，这是以往任何通讯方式都不具备一种更紧密的对位关系，更体现了固网电话和电子邮件都未达到的商业资源价值。

三、移动商务的应用模式

移动商务的应用模式根据与商业活动相关的通信主体进行分类包括BTOM（Business to Mobile user）、MTOM（Machine to Machine）两大类。前者强调企业等商业组织与手机用户消费者之间的沟通及其在商业活动中的应用，是人与组织或人与人之间的通讯。后者强调在商业活动中通过移动通讯技术和设备的应用变革既有商务模式或创造出的新商务模式，是机器设备间的自动通讯。B2M商务模式是在移动商务中以移动终端用户（手机用户、具通讯功能的PDA用户等）为商务参与者，通过移动通讯解决方案实现企业与最终用户以及企业内部人员之间的实时信息沟通，进

而提高效率降低成本的新商务模式。B2M以最终消费者为中心，将消费者中的手机用户细分为营销和服务的主要目标，以适时、随地的沟通创造没有疆界不停顿的商务机会。B2M目前已有着广泛的应用，如移动营销（M-marketing）、移动客户服务（M-customer service）、移动办公自动化（M-OA）、移动客户关系管理（M-CRM）等。M2M商务模式是通过移动通讯对设备进行有效控制，从而将商务的边界大幅度扩展或创造出较传统方式更高效率的经营方式亦或创造出完全不同于传统方式的全新服务。M2M以设备通讯控制为核心，将原来低效率或甚至不可能的信息传输应用于商业中以获得更强的竞争力。M2M的商务模式目前应用方兴未艾，主要有移动物流管理（M-logistic management）、移动支付（M-POS）、移动监控（M-monitoring）等。正是移动商务的技术领先性与市场适应性使其创造出明显优于传统电子商务的竞争实力。更个性化的移动客户服务、更精确的移动营销方法、更高效的移动办公系统、更快速的移动信息采集与管理以及更安全方便的移动支付手段以及更丰富的行业应用将为企业创造更高的商业效率。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