

电子商务：移动商务悄然复苏 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/465/2021\\_2022\\_\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_AD\\_90\\_E5\\_95\\_86\\_E5\\_c67\\_465917.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/465/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c67_465917.htm) 早在2000年，移动商务一度成为热点，人人看好。一项全球性的调查表明，有61%的被调查者都满怀希望地说，不久的将来，他们就可以将无线装置当成普通的支付工具，从事这一调查的分析家预测，2003年全球移动商务市场可达1000亿美元。现在看来，这种预测有点太乐观，甚至有点令人失望，从而有人感到怀疑：移动商务是否走了或睡着了？尽管分析家没有正确的把握市场，致使对未来市场估计过高，但移动商务并没有胎死腹中，而是悄然向我们走来，只是走得不如我们想像的快，成熟的时间没有我们预想的早。不识庐山真面目 我们都听说过无线钱包或移动办公什么的，但真正尝体验过的人却寥寥无几。人们在种种文章的渲染下，感受的只是一阵风，或者一阵雨，凭着虚无缥缈的想像，只能是“不识庐山真面目”。移动商务到底是什么？大家心中没底。于是，有些人就这样认为，移动商务是一个特大的失败；有些业内人士也认为，它是一个沉睡的巨人，醒来的时间还没到嘞。是的，这一市场的确还没有真正形成，要回答它会不会成功还为时过早。从事移动商务的行家大多只是在考虑阶段，具体实施的人为数不多。静观其变的公司可能要等上几年才会着手移动商务计划。随着时间的推移，人们对移动商务的理解层出不穷，各有不同。曾经，有人认为移动商务就是消费者通过无线装置从自动售货机里买上一瓶饮料什么的，或者从当当网上订购书本。还有人把移动商务看成是手机下载票据什

么的，甚至还有人认为是悠闲的消费者去上一回星巴克，品上一杯“今日咖啡”就是移动商务。其实，移动商务的内涵很多，涉及到许多方面，包括无线银行、上网冲浪和路途中查看信息资料，等等。尽管移动商务有着一层高雅而神秘的面纱，不过，现在大多数消费者形象地管它叫无线钱包。从这一点来说，移动商务就是消费者通过他们的手机和PDA发送求购信号，经过确认后，他们就能从自动售货机或自动服务公司那里购买到所需的产品或服务，而不需要使用支票、信用卡和现金。但是，无线钱包真正派上用场还有待技术的革新和消费者行为的改变，这可能会需要很长一段时间。尽管移动商务发展之路漫长，但还是无法阻挡它前进的步伐。

春来发几枝 沐浴春光，我们没有看到“千树万树梨花开”的盛况，却目睹了移动商务领域中绽开的几朵奇葩。据悉，中国移动现在已为行业和企业提供了多种移动商务平台，如移动会议通（随时召开电话会议）、移动办公助理（迷你的企业、个人移动办公系统）、随e行（无线上网办公）、空中光纤LMDS（宽带无线接入，速率可达155Mbps）等，行业和企业客户可以根据各自的特点、需要和成本预算采用适当的平台和相应的接入方案。中国移动还整合其丰富多彩的移动数据和语音业务，为客户打造出各不相同的解决方案，如移动数据业务方面的WAP、手机支付、彩信、百宝箱（无线Java）、随e行等业务。而天津可以通过手机从自动售货机中“打”出可乐、雪碧，真正体验着这种“打”出的快乐。对此，一些业内人士认为，此举意味着智能手机支付正式进入商用，“移动商务”悄然来临。这些在移动商务绽开的奇葩又一次激发出人们对移动商务的热情。移动支付的大团结，智能

手机的兴起，移动梦网的缔结，为移动商务的发展铺平了道路。据Yankee集团分析师扎威尔分析，无线钱包的普及要经过三个阶段：通信阶段、内容阶段和商务阶段。他认为，我们现在正处于通信的第一阶段，如今有50%以上的美国人正在使用手机进行通话和收发短信。中国手机用户更是占世界前列，目前的普及率提高到了20.1%。我们正在进入的阶段是内容的第二阶段。在这一阶段，人们购买信息内容，并通过无线装置来接受。这些内容有图片、游戏、体育比赛成绩和铃声。扎威尔预计今年美国人将会花费5000万美元来购买铃声。作为“产业”，移动商务已经上升到了“经济复苏的关键”，日本更是率先定制了更加便利的移动电话结算系统，主导移动商务潮流。不过，他指出移动商务内容提供商会面临着与其它每一个互联网内容提供商一样激烈的市场竞争。作为消费者，多少年养成了享用在线免费午餐的习惯，可内容提供商为的就是要为用户提供内容而收费，不论是新闻网站还是体育网站。那么，这些网站会在起步的几年内提供免费的内容吗？或者他们的这种耐心早就在以前的网络生涯中消失殆尽？这些还待时间来回答。

**挑战传统商业模式 移动商务不会停留在以上两个吃喝玩乐的初级阶段，大腕们窥视的自然是最后的金光闪闪的商务阶段，移动商务市场的形成将是不可避免的。在移动商务世界里，消费者可以通过无线装置购买现实世界中真正的商品，这种非虚拟的现实商品用不着发送到消费者的无线装置中，而是直接送到消费者的手中。当移动商务技术完全过关了，一套完整的移动商务模式呈现在消费者面前时，消费者不会在乎你的技术如何如何先进，而只会在乎对他有没有用。也许，有人会坚持说，我用信用**

卡已经很习惯了，不想有什么变化。也许有人会问，移动商务能给我带来什么额外的好处？因此，扎威尔认为，在移动商务形成的早期，必将受到传统商业模式的挑战。商家首先要做的就是说服消费者放弃使用他们的信用卡，取而代之地采用他们的手机来进行商品采购。而要让消费者相信你的前提，就是要让消费者明白移动商务能给他带来什么样的好处，会怎样改善他的生活质量。为了让消费者能确信移动商务真实可靠又好处多多，企业将会采取一些激励手段，比如用无线装置购买商品会较用信用卡或现金更加的方便快捷、价廉物美，真正做到无处不能，无所不在。我想这样的工作还要做很多，才能慢慢地改变人们的传统消费模式。面对传统商业模式的挑战，分析家认为，我们必须具备以下几个因素才会使移动商务与电子钱包真正发挥作用。第一，消费者必须有方便随身携带的无线装置，这样就可以随时随地用上一把，就可以完全摆脱对传统商业模式的依赖，真正完全地实现移动商务过渡。同时，终端设备必须切实可行，比如，商店销售程序自动化要跟上，自动售货机要方便使用。这两类装置是确保交易成功的必要构件。目前，这两类装置发展很快，不久的将来就可以如愿以偿。第二，拥有无线装置的消费者和终端设备都要达到较大的规模，而且这些消费者还要热衷于移动商务，这样才能形成规模趋势。第三，必须有一个全世界移动商务的统一标准，做到全球联网。尽管移动商务发展之路阻力重重，艰难曲折，但它终将会迎来胜利的曙光，前途无量。据预计，到2006年，整个移动商务的收入是300亿美元，包括PDA、硬件和软件在内。随着基础设施的不断完善，移动商务之火必将燎原。当无线钱包真正派上了

用场，移动商务就是企业未来投资的热点，小到如票务与内容提供这样的中间服务商，大到如诺基亚这样的手机巨头，都将会把移动商务放在他们公司重大计划的首位。到那时，我们就能真正体验到无线钱包的无比威力，想聊就聊，想吃就吃，想玩就玩，想干什么就干什么，这样，我们就真正走进了移动生活的新时代。新时代必然会带来新奇与刺激，自由但决不免费，我们在体验新时代生活必然会花掉大把的银子，商家在制造新生活时必将赚得一桶桶金。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)