

透视我国电子商务发展新趋势电子商务考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/515/2021\\_2022\\_\\_E9\\_80\\_8F\\_E8\\_A7\\_86\\_E6\\_88\\_91\\_E5\\_c40\\_515908.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/515/2021_2022__E9_80_8F_E8_A7_86_E6_88_91_E5_c40_515908.htm) 目前，我国电子商务已经迎来新一轮的黄金发展期，我国网民总数今年2月已达到2.21亿，超过美国，居全球第一位。IResearch艾瑞咨询推出的《2007~2008中国网络购物发展报告》数据显示，2007年中国网络购物市场规模为561亿元，同比增长117.4%，但是，与发达国家、地区相比，以2007年为例，中国网购人数在互联网用户中的比重只有26%，而美国已经达到94%，最高的韩国，更是高达99%。又比如网络购物在整个零售市场的比重，中国也远远落后于发达国家、地区。仍以2007年为例，中国网络购物在整个零售市场的比重，只有.63%，而美国已经超过3.72%，是中国的5.9倍；韩国更是高达8.65%，是中国的13.7倍。进入2008年后，我国电子商务呈现出明显的变化，其中C2C将依旧是市场的一个绝对主流，将在以后几年引领网络购物的发展。而B2C电子商务在2008年已经进入一个高速发展年，并将在2011年占据10%以上的网络购物市场份额。目前来看，我国电子商务主要的发展趋势有以下的8个方面：一、电子商务正在从大城市、沿海城市向中小城市、内地城市扩张 我国电子商务过去仅仅是区域性地集中在几个大城市如北京、上海和广州等地，它所形成的是一个沿海的区域性的市场，而内地中小城市、甚至内地大城市的电子商务发展一直比较缓慢。这种地区的差异性造成的我国电子商务发展缓慢的障碍目前正在被消除。越来越多的中西部中小企业认识到利用电子商务拓展市场的更大价值，广大中西部地区的中

小企业利用电子商务这个平台就可以和东部的企业站在同一个起跑线上。随着电子商务的发展，西部地区在网上做生意的“网商”数量增长很快，仅阿里巴巴、淘宝网上的重庆“网商”就近40万，据全球最大的企业间电子商务网站阿里巴巴预测，西部地区电子商务产业每年将以不低于100%速度增长。

二、个人电子商务蓬勃兴起据2008年1月《NetGuide2008中国互联网调查报告》，2008年C2C电子商务网站交易规模将达到678亿元人民币，增长率为62.5%。面对如此巨大的市场前景，除开资金雄厚的大型公司，许多个人和企业也试图突破传统网络交易平台营销的模式，建立个人购物网站，推广独立品牌，以图吸引更多规模的客户群体。但是，国内B2C与C2C交易平台已是群雄割据，而且竞争异常激烈，要想从平台中数以百万计的网店中脱颖而出难上加难。以个性域名为特色，打造品牌网店是一个非常不错的选择。个人电子商务的蓬勃发展，得益于互联网的全面普及和网络技术应用的不断成熟。注册域名、租主机、网站推广已成为目前包括个人、中小企业和零售业在内的网商建立站点的新方向。通过建设自己的电子商务网站，可以拥有一种全新的经营模式和更为直接的销售渠道，直接面向更为广大的网络消费群体，品牌越响，收益就越大，被称为“滚雪球效应”，小成本即可实现高利润。

三、“整合零售”、“单品牌”、“大量定制”涌入视野“整合零售”是纯粹的网上企业与传统企业形成的策略联盟。网上企业通过市场营销的手段吸引大量的网络用户，而这些网络用户需要购买商品时可以有选择地在网上或者零售店里购买。这样，网上企业把大量的客户转化成了零售店里潜在的用户，从而增加了销售额。传统的零

售业并没有因为网络零售业的兴起而衰退，相反，网上企业还给他们带来了不少潜在的客户。随着网络购物市场规模的进一步扩大，“单品牌”短产品线的电子商务也就成为众多企业和商家关注的焦点。相对于综合型的B2C网上商城，单品牌、短产品线B2C电子商务经营最突出的优势是单品利润率高、供应链管理及库存管理压力相对小、质量控制难度较低、流动资金压力较小、经营难度较低，是中小型企业或大型企业初次切入B2C电子商务的最佳经营选型模式。传统的B2C模式是零售渠道销售的互联网化，而大规模定制化的B2C模式则能够使商品制造商利用B2C模式实现销售的互联网化。后者在电子商务市场上是一个空白区域，具有更大的增长潜力。这个判断是来自于市场的变化趋势。首先，消费者的分化推动了市场的细分。其次，消费者的收入水平和价值判断出现差别，这两个因素导致不同行业不同阶层的消费者对于产品的需求出现了差异。差异就是个性。在集中、批量化生产方式下，消费者只能被动选择，你生产什么我买什么；在分散、个性化生产方式下，消费者变被动为主动，我需要什么，你就得提供什么。在这样一种背景下，商家没有理由不在个性化上满足各类消费者的需求。

#### 四、移动电子商务前景广阔

目前中国有接近6亿手机用户，是网民人数的4倍。2007年6月，国家发改委、国务院信息化工作办公室联合公布的《电子商务发展“十一五”规划》，明确将移动商务列为“六大”重点引导工程之一。《规划》强调，“重点是发展包括有关新技术、新应用、新模式的移动电子商务，进一步增强电子商务应用的渗透性”。我国今年4月1日3G的正式商用，给了广大中小企业一个非常强烈的信号移动电子商务

即将成为市场热点。对于信息化基础尚且薄弱的中小企业来说，他们对于移动电子商务有着非常迫切的需求。移动电子商务的普及推广将会有效地提升中小企业的营销能力以及走向国际市场的整体竞争实力。淘宝网今年2月27日也正式宣布推出手机版淘宝购物平台(WAP.TAOBAO.COM)，该平台支持用手机支付买东西。这是国内首次将手机与网上交易相结合的尝试，即使在身边没有电脑的情况下，也能方便地在淘宝网上买东西。凡开通了GPRS并能支持浏览网页的手机，都可以进入到淘宝网的WAP版。该页面和PC版操作一样，所有淘宝注册用户均可登陆。只要用手机绑定支付宝手机短信支付功能，就能实现用手机直接支付。虽然移动电子商务给人们的生活带来了方便，提高了效率，但目前移动电子商务仍然存在以下几个问题。其一，是电信与金融的融合仍然是悬而未决的问题，这直接影响到移动电子商务的发展；其二，中国的信用制度仍然不够健全，手机实名制至今未能全面普及；其三，相关法规的缺失，让市场秩序难以得到规范。

### 五、电子商务捆绑搜索引擎

根据艾瑞咨询统计，2007年中国搜索引擎市场规模达到29亿，相比2006年13.9亿市场规模增长了106%。艾瑞咨询预计，到2010年，这一市场规模将突破100亿人民币。并且，伴随着搜索引擎的市场规模上升引起搜索广告占网络广告比重的大幅提高，在伴随着网络精准营销理念的提高后，搜索引擎将发挥更大的能量。

考 & 试 & 大 & 编  
辑整理 2008年6月18日，百度网络交易平台正式在北京启动其在全国范围的巡回招商活动。同时，百度在前程无忧网站上买下显著位置，着力招兵买马，招聘人员从区域市场主管到研发工程师，再到前台秘书，不一而足。无论其他的搜索引

擎厂商们如何努力改进，在强大的百度和谷歌面前都显得苍白无力，寻找第二个市场突破口才是更合适的办法。早在2007年，垂直搜索开始成为互联网领域一个新的热点词语，先是酷讯推出生活服务搜索，并大力发展分站。接着，258商业搜索下半年扔出重磅炸弹，不但启动双重域名战略，而且宣布，258商业搜索已经拥有了10亿的内容和几百家渠道合作。在其他领域如票务、人才、餐饮等领域也不断有新的搜索服务推出。这些新兴垂直搜索的兴起，反映出更多的搜索引擎厂商开始寻求互联网服务里的新蓝海。

### 六、双网店模式

日益流行随着电子商务巨头的日益强大，“寄人篱下”，依托网络交易平台“吃饭”的网商，面临着不小的压力。对于任何一个真正把电子商务当作事业来做的网商来讲，在选择交易平台安家落户时都是很慎重的。平台能否吸引消费者，同行商家竞争程度有多激烈，能够发展多远，平台提供商的信誉和实力等等，这些因素都是要考虑的，没有谁愿意自己一手打造起来的网上店铺某一朝付之东流。不少有忧患意识的网商已经开始为自己的未来谋划出路，而解决方式却是惊人地一致：建立独立网店，并实现网络店铺和独立网店的同时运营。与以往开设独立网店所需要的大量资金和技术支持相比，如今独立开店已是更加容易、方便，成本也更为低廉。像上海威博网络推出的单用户网上商城系统能够满足网商们的独立开店需求，即使是不会任何技术的网商通过威博系统也能建立起界面美观、性能稳定、功能人性化的独立域名网站。目前已有4万余家网商通过威博建立起自己的独立网店，每天有180家购物商城在威博诞生。

### 七、个性化定制服务

加速个性化定制服务在网上早已不算是新鲜事，从住宅装修到

生日蛋糕，从服装到玩具，从一般装饰品到特殊礼品，个性化定制服务应有尽有。为了满足消费者的需求，有的网站“一对一”地提供产品；有的网站把设计师所用的软件放在网页上，顾客只需要简单操作，即可完成一件产品的设计，让用户充分发挥个人的创意和激情，网站再按其设计提供个性化产品。卡当网、中国秀客网、艺酷、秀酷等一批个性化定制网站日益活跃。其中中国秀客网的设计引擎是国家863软件开发计划的民用项目，可以实现图片和产品的无缝连接，给用户真实的线上设计体验。用户的个性化需求推动了商家的个性化创新；反过来，商家的个性化创新又拉动了市场的个性化需求，如此良性循环，互联网行业新的增长点将不断涌现。

八、实体店铺与网店并存实体店铺与网店并存也是一种新兴的模式，“店搜网”作为中国电子商务协会、中国零售业协会“店铺上网工程”唯一运营商，是全球第一个中文实体店铺联盟。采用实体店铺与网店并存的形式，店搜网既解决了实体店铺在时间和空间上的限制，同时改变了人们传统观念中网店的虚幻和不实际的印象，在各大网站频频走在线贸易的时候，它提出了“实体上网，线下交易”的理念，开创了中国电子商务的先河。相对于传统的电子商务，店搜网的一个显著特点，也是时代的特点，就是团销团购。在当今社会，团购几乎已成潮流。一些地方甚至出现了专门组织团购的中介服务机构，而在电子商务网站上，这还是一片蓝海，有很大的盈利空间。F8F8" 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)