

移动电子商务难撼代互联网电子商务主导地位电子商务考试
PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/516/2021_2022__E7_A7_BB_E5_8A_A8_E7_94_B5_E5_c40_516039.htm 虽然移动电子商务的发展具有良好的外部环境，但分析人士指出，由于手机本身存在“硬伤”，难以积聚人气，加之盈利模式不明晰，移动电子商务很难在短期内取代互联网电子商务主导地位。据计世咨询预测，2008年国内企业移动商务市场规模将达到306.5亿元，年复合增长率达40.7%。另据艾瑞咨询数据显示，2008年移动电子商务用户规模将达到770万人，比2007年增长120%，业界普遍认为移动商务将成为3G时代市场潜力最大的“金矿”。从事移动电子商务的资深人士万流洋向世华财讯表示，包括中国手机用户突破6亿用户、电信业重组尘埃落定、3G牌照发放指日可待、3G数据业务的试商用、经历移动服务科技奥运的产业宏观发展兴奋点等一系列利好，为移动电子商务的发展创造了良好外部环境。加上手机本身与互联网相比，具有可移动性和用户群体大的明显优势，移动电子商务的发展潜力十分可观。但由于手机本身存在的“硬伤”和移动电子商务的盈利模式尚未明确，将限制其人气的积聚，即使发展前景乐观，短期内也只能是互联网电子商务的配角，无法取代其主导地位。手机设备终端相对互联网有待机时间短、屏幕小、信息量小、输入不方便、信号不稳定、网络带宽小等缺点，严重阻碍移动电子商务互动的连续性和流畅性。目前，移动电子商务主要用于简单的下载铃声、图片和电子书等，手机“硬伤”将削减移动电子商务业务的人气积累，只有解决终端“硬伤”，才能构造移动商务长远发展的

必要环境。万流洋补充，互联网电子商务不能简单移植到手机上，手机的这些缺点也不是几年内就能解决的，电脑的进化况且要60多年，何况手机才十几年。在手机应用于移动电子商务短期未明显改进的情况下，移动电子商务可以发展对手机扬长避短的新模式，如手机电子书等，尽量减少“硬伤”对业务的影响。据百考试题了解，阿里巴巴旗下两大子公司淘宝网和支付宝目前联合宣布进军无线互联网市场，启动移动商务战略，手机版淘宝网已上线公测，支付宝则推出手机支付业务。世华财讯分析师认为，虽各界均十分看好移动商务未来，但短期看，在没有人气积累的移动商务业务上，开发商很难获得清晰的盈利模式。近期市场人士对移动电子商务业务进行调查后获悉，移动电子商务的发展主要采取两种方式。其一，是采用与运营商分成的模式。但该模式会丧失主动权并受到运营商的盘剥。其次，是采取开发移动商务平台，吸引商家注册入会的方式，但该模式在平台流量少的前提下根本不会有长久的业务支撑。天相投顾康志毅分析师提出，中国可以多借鉴韩国和日本的3G平移，以提高ARPU值(一个时间段内运营商从每个用户所得到的利润)。所谓移动电子商务，是指可为用户随时随地提供所需的服务、应用、信息和娱乐，并利用手机终端便捷地选择及购买商品和服务，满足了用户及商家从众、安全、社交及自我实现的需求。另外，支付手段的移动化和电子化也是不可避免的趋势。不久的将来，消费者可用具有支付、认证功能的手机来购买车票、电影票、充当会员卡等，既实现移动通信与金融服务的结合又实现有线通信和无线通信的结合，让消费者能享受到方便、安全的金融生活服务。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