

论电子商务的发展状况与发展方向电子商务考试 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__E8_AE_BA_E7_94_B5_E5_AD_90_E5_c40_516462.htm

摘要：电子商务主要是建构在电子交易系统上，即是将传统的金流和物流数位化，并且发展“资讯流”。目前发达国家的电子商务已逐步涉及到各个领域，我国电子商务还处于起步阶段。本文指出了我国电子商务面临的诸多问题，重点介绍电子商务发展的两种模式B2C和B2B。从趋势看，我国信息化建设加速发展，我国电子商务、计算机应用水平将上一个新台阶。关键词：电子商务 电子商务模式 发展趋势

一、电子商务的定义及其发展

一般而言，电子商务（EC，Electronic Commerce）最常的解释是“藉由电脑网路将购买与销售、产品与服务等商业活动结合在一起，进而调整交易的基础和型态”，但是电子商务并不是只有在网路放上企业的网页而已，他是代表商业和企业的另一种型态。电子商务主要是建构在电子交易系统上，即是将传统的金流和物流数位化，并且发展「资讯流」，这正是电子商务的精髓。“中国互联网络信息中心”的调查表明，自1997年开始，我国因特网用户呈现几何级数增长。到2000年6月，国内共有因特网用户1000万，顶级域名.cn下注册的域名有近6万个之多。因特网的迅速扩展为我国电子商务活动提供了极为广阔的发展空间。2001年开始，我国五大银行在各大中城市联网，消费者可跨行结算。同时增值税发票已在五大省市联网核查。这些已构成我国电子商务发展的基础。

二、我国电子商务面临的问题

1. 目前依然缺乏电子合同法、网上知识产权保护、隐私保护法、网上信息管制等多个法律

法规，国家发展电子商务还缺乏明确的发展战略和有利的技术经济政策。

2. 电子商务法律法规、电子商务标准、规范严重滞后，急需加强。现有的行政法规不适应电子商务发展之处未得到及时修订。研究制定电子商务的相关法律法规较滞缓，对网络犯罪的定罪和处罚尚没有实施细则。

3. 计算机应用水平低，上网企业与上网家庭数量还较少，信息技术在企业与家庭中应用不够普及。

4. 电子商务的发展所需要的市场经济环境、运行环境尚不完善，社会信用体系尚未完全建立，网络带宽、反应速度尚不满足要求，电子支付手段尚不完备，物流配送体系尚不配套。

5. 我国信息产业国产化产品技术水平与市场占有率低，重大电子商务应用工程、应用系统所用的软硬件产品主要依靠国外公司，系统集成、信息服务水平有待提高。计算机应用有关标准、规范既缺乏又不统一，急需加强。与电子商务有关的标准比较滞后，投入明显不足。企业管理体制、机制、管理理念与组织机构尚不能适应市场经济的要求，部分领导对电子商务应用的重要性、紧迫性认识不足。企业采用电子商务等高新技术尚缺少内在的动力、人力、财力与物力。

三、中国电子商务模式的发展方向

参与电子商务的主要角色是企业（Business）和消费者（Customer），因此在企业之间、企业与消费者之间，网上交易构成了B to B（B2B即 Business to Business 企业到企业）、B to C（B2C即 Business to Customer 企业到用户）两种最典型的商务模式。发展较快的是B2C，因为这种形式可以迅速吸引一批注册用户，这对以“注意力经济”为盈利来源的网站来说，是可以最快吸引风险投资者目光的办法。

1. B2C的困境

B2C电子商务向何处去？"东方市场研究有限公司"IT专项研究

小组进行了潜在家庭上网用户的专项调查研究，并与现有网民统计资料进行对比，发现以下特点：（1）Internet网民将更趋年轻化；（2）新Internet网民学历逐步趋低；（3）家庭收入的高低不构成影响上网的主要因素；（4）潜在家庭上网用户其实对网络并不陌生。调查证实：潜在家庭上网用户其实大部分是平民百姓，随着资费和上网终端价格的下降，互联网将逐步走入其家庭。随着"网络平民化"趋势的出现，为了适应目标市场的变化，我国电子商务的运作也应适时地调整战略。网上购物商品应尽量满足平民消费者的以下要求：家庭日用品逐渐增多；家庭易耗但无须仔细挑选的商品增多；标准商品逐渐增多；网络营销中间环节应减少；商品价格水平应降低。当前，网上购物已被消费者提上了议事日程。网上购物是消费者参与电子商务的窗口，而目前我国电子商务网站的整体水平却不高。（1）绝大多数电子商务网站所提供的还不是完全意义的电子商务服务许多电子商务网站虽已实现网上接受定单，并提供网上支付服务，但大多数网民采用的是"在线订购，离线支付"。目前网站与其供货商和配送单位采用的多是传统沟通方式，效率较低。（2）24/7（每周7天、每天24小时）服务在中国尚未实现目前真正能做到24/7的微乎其微。少数网站甚至连定单的确认都要在工作日才能进行。（3）网上商品价格并没有足够竞争力大多数网上销售产品的售价加上运费和传统的商品价格基本持平，一些计算机硬件产品和通讯产品的价格甚至高于传统市场价格。（4）服务水平有待提高调查显示，目前经营者对电子商务中的人工服务重视不够，无法满足网上消费者的需求。在我国参加过网上交易的网民中，仅4成的网民对其网上交易

感到满意，而美国网上购物者的满意程度在9成以上。从调查结果看，中国网上购物还有如下几大难题需要解决：网站设计方面：交易流程不够清晰，对于初次购物的网民是很大的限制因素；商品介绍未能详尽细致，有些缺少图片或者提供的图片无法直观了解商品特性；网站的连接速度太慢，需要对硬件设备升级和扩容。配送环节方面：供应商配货不及时，容易出现缺货情况。应提高配送环节的技术含量，尽量建立网上商店自身的配送体系。支付环节方面：网络安全有待加强；货到付款时出现的找零、发票缺失现象严重。综上所述，中国发展B2C模式的电子商务前景并不乐观。

2. B2B的发展

现在宽带互联网和B2B的热潮正在世界范围内兴起，两者都堪称"革命"。2000年，美国B2B有了很大的发展，1月份，用Ariba平台实现的交易只有2亿美金左右，但到年底，已高达100亿美金，10个月内增长50倍！2001年，这股热潮会在全球蔓延开来。Ariba总裁兼首席运营官穆勒指出："中国有可能会成为B2B最重要的一个基地，我们一定要在这里成功。而唯一成功的机会是向中国的IT基础设施投资，让中国的企业成为这个合资企业的合作伙伴。毫无疑问，B2B已经成为现代企业发展电子商务的方向或"革命"，但这场革命能否在中国成功呢？专业人员指出：B2B的前提是企业内部的基础，各企业信息化运作对Web的考虑也不够，这些都是限制国内B2B市场迅速发展的"瓶颈"。目前我国的B2B电子商务模式尚在探索之中。

四、我国电子商务的发展趋势

十五"期间是我国信息化建设加速发展，我国电子商务、计算机应用水平将上一个新台阶。

1. 电子政务与政府信息化有重大进展。

电子政务与政府信息化有重大进展，政府网上办公将进一步

普及,政府信息资源进一步共享,为广大企业人民群众提供信息服务,政府工作透明度及效率也将进一步提高.2005年12个金字系列重点应用工程基本完成,电子政务与政府信息化普及率、覆盖率将达30 - 40%,2010年电子政务与政府信息化普及率、覆盖率将达70 - 80%。 2. 各类电子商务

(B2B,B2G,B2C,G2C,C2C)在国民经济主要部门,工业、农业、商业、交通运输业、金融、保险、证券业及信息服务业将全面发展,网络营销为重点的电子商务将基本普及,网上支付随环境条件改善,而逐步发展。 3. 主要行业企业电子商务有很大发展。 十.五"期间企业信息化将有很大发展,信息技术在传统产业改造中有显著成效,全国27个省市、46个重点城市和近2000企业开展制造业信息化试点示范工程基本完成。计算机辅助设计,辅助制造,过程控制及辅助管理在各类企业中进一步普及,大中型企业大部分实现初级电子商务,部分大型骨干企业中级电子商务;小部分企业培养成高级电子商务示范企业。大部分中小企业推广单项信息技术,部分中小型骨干企业分期实现初级电子商务,建立若干个中级电子商务示范企业,为今后推广积累经验。具体目标,初级电子商务,中级电子商务,高级电子商务普及率(实现不同水平电子商务的企业在行业地区的企业总数中的所占百分比)来表示企业信息化发展预测: 目标 2006年 2010年 高级电子商务 2-3% 9-10% 中级电子商务 20-25% 61-62% 初级电子商务 60-65% 27-28% 单项IT应用 7-18% 0-3% 高级电子商务 0.5-1% 2-3% 中级电子商务 4-5% 15-20% 初级电子商务 25-30% 50-60% 单项IT应用 64-70% 17-33% 4. 地区、城市、社区电子商务会加速发展。 "十.五"期间,北京,上海,广东等地电子商务试点经验将进一步

推广,将建成若干电子商务示范省市、地区、社区及乡镇,2010年全国各地区、中小城市电子商务将会快速发展。总之,中国作为发展中国家,要顺利开展电子商务活动,还存在许多障碍。随着国家信息化的加强,企业信息化的提高,将会逐步缩短中国与发达国家的差距。应该说中国电子商务的发展困难还不少,但前景非常光明。百考试题编辑整理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