

综合辅导：交易类电子商务网站存在的若干问题电子商务考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/517/2021_2022__E7_BB_BC_E5_90_88_E8_BE_85_E5_c40_517341.htm

互联网进入商业性应用以后，电子商务这一全新的经济运作模式对人们的商业活动和日常生活产生了前所未有的巨大影响，人们对电子商务充满了无限的期望。迄今为止，对电子商务的定义是仁者见仁，智者见智，不同研究者，不同组织从各自的角度提出了自己对电子商务的认识。但是无论给电子商务下多少个定义，其核心本质都是一个，即电子商务是运用现代计算机通信技术尤其是网络技术进行的一种社会生产经营形态，根本目的是通过提高企业生产效率，降低经营成本，优化资源配置，从而实现社会财富的最大化。从此意义上说，电子商务要求的是整个生产经营方式价值链的改变，是利用信息技术实现商业模式的创新与变革。但一个时期以来，关于电子商务的“坏消息”接连不断，不少网站经营困难，甚至倒闭，还在运营的网站也有许多“苦不堪言”，不少网络业界创业者接连“下岗”。纳斯达克股市一路下跌，投资者的信心不断下滑，两年前还对电子商务趋之若鹜的风险投资商现在对网站和电子商务谈虎色变，避之不及。这种情形反过来加剧了靠风险投资或者希望引入风险投资的网站和电子商务服务商的困难，使很多业界人士情绪十分低落。为了把握中国交易类电子商务市场的发展现状，探讨这一市场存在的问题与机遇，在此对中国交易类电子商务市场的客观环境与发展条件进行分析与研究。

一、交易类电子商务网站的概况

1. 各类商务模式的概况

目前，中国从事交易类电子商务的网站

约1100家，其中购物类网站近800家，拍卖类网站有100家左右，服务类网站中远程教育网站180家，远程医疗网站20家。在购物网站中，其中近1/3有传统零售业务，2/3则为纯粹的网上商店，这一情况正好与国外相反。在欧洲，在线商店里2/3有传统的零售业务，这显示了中国的传统零售业对于利用互联网开拓业务还不积极，目前从事电子商务的以新兴企业居多。

2. 目前电子商务网站的整体水平

(1) 目前绝大多数电子商务网站还不是完全意义上的电子商务。虽然目前中国绝大多数电子商务网站都已实现网上接受订单，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。并且，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)在中国尚未实现。目前真正能做到24/7的微乎其微。

(3) 网上的商品价格并没有足够竞争力，大多数产品加上运费后和传统的价格基本持平，一些计算机硬件产品和通讯产品的价格还高于传统市场价格。

(4) 服务水平亟待提高。调查显示，购物无效现象存在。比较而言，北京的网上商店购物环境最好。北京网上购物的成功率在90%左右，上海网上购物的成功率为89%。网上商店在本地和外地的服务有较大差异。调查显示，这种差异比传统的商业大得多。有的网站北京网民1天就可以收到所订购的商品，而同时下订单的河南、湖南、广东、河北的网民在测试活动结束后都没有收到货品。据中国互联网络信息中心2001年底的调查报告显示，13.9%的用户经历过“已经订了货并付了款后，而未收到货物”的情形。

二、网民对交易类电子商务的态度及行为习惯

1. 网民对待网上交易的态度

调查显示，网民对网上交易的安全性担心，主要体现在对

网上经营者的商誉和付款的安全性方面，很多网民认为网上交易退换货没有保障和付款的安全性无法保证。但经验丰富的网上交易者对交易安全性的担忧有所缓解，对网上交易的优势有更多感受。现在网民参与网上交易主要是处于尝试和体验阶段，中国互联网络信息中心2001年底调查报告显示，21.9%的网民经常浏览电子商务网站，49.8%的网民有时浏览，25.8%的网民很少浏览，2.5%的网民从来不浏览。其中，31.6%的用户在过去一年中曾通过网络商店购买过商品或服务，6.9%的用户在过去一年中成功地在拍卖/竞标网站上购买过他人的商品。最新调查表明，到2001年12月底，我国网民总数为3370万人，广大网民对在中国实现大规模电子商务充满信心，有54.5%的网民认为网上购物是将来最有希望的网上事业。

2. 网民选择交易类网站考虑的主要因素

中国消费类电子商务尚处在发展初期，消费者在选择网站时，首先要求网站能否满足基本的交易需求：遵守对消费者的承诺，便利的操作(如浏览速度快，检索方便等等)。网上交易者同时对网站的客户服务有很高的要求。而增值服务(如推荐消费者关心的产品，提供新闻和免费软件下载等服务)，目前尚不是网民最主要的考虑因素。目前国内的网民数量在急剧增长，但与发达国家的网民相比还有不小的差距，网络速度一直困扰着我们。目前在中国虽有ISDN，ADSL等速度较快的上网方式，但因租金较高而多数网民无缘驶上“高速公路”。在网上购买商品时，网速慢，网页无法打开，对中国网民来说屡见不鲜。网速低，会使网民浏览商品信息时失去信心，浏览商品信息都困难，更不用说有耐心去选购了。

来源于百考试题 另外我国实际网费和实际收入相比，所占

比例之高在世界名列前茅。由于网费的原因，使得很多网民在上网时紧张地看着表，又怎么可能去各个网站里仔细的查看与挑选商品呢？

3. 网民选择的主要付款方式

网民对网上交易安全性的担心在付款方式上有明显的体现，货到付款是目前最主要的支付方式，高于在线支付。到2001年底42.8%的网民采用货到付款的方式，28.1%的网民采用网上支付，28.9%的网民采用邮局汇款和银行汇款。对于高额“超过1000元的产品”，73.3%的网民采用货到付款的方式，15.6%的网民采用网上支付，10.7%的网民采用邮局汇款和银行汇款。美国和加拿大的网上信用卡付款的比例已达到75%。国外最流行的网上支付方式是信用卡支付，它有方便、快捷、安全、可靠的优点。很多网站都是利用自动的电子转帐来管理信用卡支付。还有一种方式是通过银行的转帐支票进行支付，它是随着银行业的发展与联合而逐渐形成的一种比较成熟的方式。从目前国内购物网站的现状来看，存在着多种支付方式并存的现象，包括信用卡支付、银行转帐、银行汇票、邮局汇票、货到付款等多种方式。这些支付方式都是暂时应用的措施，最佳的方法还有待于全社会来帮助和解决。只有从银行对信用卡的管理，到人们头脑中对电子支付的认识逐步改善和提高，才能得到一个最适合中国网上支付的方法。

4. 网民选择的主要送货方式

中国互联网络信息中心2001年调查显示48.3%的用户为了节省时间进行网上购物。那么如何把商品及时、快速地送到消费者手里，就成为需要商家解决的一个首要问题。我国快递业务才兴起两年，快递速度不快。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。配送跟不上，就制约了电子商务的发展。

很多国外的商务网站都与著名的联邦快递和UPS等大型快递公司存在合作关系，为他们的商品进行物流的运送工作。由于网上购物网站所销售的产品大多以小巧精致为主，最适合通过快递的方式进行运输，所以也得到了广大顾客的认同。另一种方式是通过邮递，但产品要受到一定的限制。同城快递，是目前国内网站的主要送货方式，这是因为，目前只有同城快递才能实现货到付款，而货到付款又是最主要的支付方式。

三、几点综合认识 电子商务有三大流：信息流、商流和物流。电子商务的运作过程也就是这三大流的流动过程。

1. 金融信托电子商务必不可少的基础 电子商务所需要的关键一环金融信托系统是开展电子商务必不可少的基础。没有它，电子商务就是空中楼阁，镜花水月。纵观中国的金融系统现状，令人堪忧。(1)我国商业信用支付体系不完善。我国目前缺乏满足电子商务所要求的完善的交易费用支付和结算手段，银行的电子化水平不高，银行网之间相对封闭，尚未进入能承担支付网络电子交易费用的角色。没有能真正方便快捷的通存通兑的IC卡和信用卡全国通行，目前的牡丹、长城卡等只是在较大规模的城市有服务点，而且有吃卡、不认卡等诸多毛病，这就阻碍了电子商务的发展，看不到想像中的21世纪科技的影子。完善的网络金融系统一定要解决通存通兑问题，使交易双方能方便快捷安全的完成提交信息、核实信息、正式划帐等，这是电子商务发展的必经步骤；而且基础的工作越快开展越能在以后的竞争里占据先机。(2)银行本身缺乏竞争也是很重要的原因之一。由于中国银行业的垄断地位，就算用户对银行真的不满意，可选择的余地也很少。单位、机关等大型的客户投诉还可能被认真受理，个人用

户的声音就显得苍白了。如果不解决这个问题，对电子商务的开展是一大障碍，因为网络商务是以个人消费者为主体的商务，非常强调个性化、独立化和便利性，否则还不如用传统的方法交易省心和保险。一句话，电子商务必须为消费者的方便快捷和实际利益服务。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