

综合辅导之电子商务影响力超出互联网电子商务考试 PDF 转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/541/2021\\_2022\\_\\_E7\\_BB\\_BC\\_E5\\_90\\_88\\_E8\\_BE\\_85\\_E5\\_c40\\_541612.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/541/2021_2022__E7_BB_BC_E5_90_88_E8_BE_85_E5_c40_541612.htm) 对于中国电子商务产业来说，2008年是飞速发展、持续深化的一年，也是社会经济影响力迅速扩大的一年。同时，中国电子商务产业也已经在多个领域实现了全球领先。回顾2008年中国电子商务的发展，大致可以从以下三个方面来概括：一、电子商务平台化快速发展 近年来，随着电子商务市场规模的扩大、技术及应用的深入、以及电子商务应用模式的创新，电子商务产业的专业化分工日益深化，其突出表现就是电子商务服务业的迅速崛起。而在电子商务服务业中，核心则是以阿里巴巴为代表的电子商务平台这也是目前中国电子商务应用的主流形态。2008年，阿里巴巴、淘宝网等电子商务平台，通过自身平台的服务以及它所集成的服务体系，/百考试题/向海量的电子商务用户以及生态合作伙伴提供了“水电煤”等基础服务，从而极大地拉动了整个产业的发展。在这一过程中，电子商务平台自身的主流化趋势也日益显著。以网上购物为例，数年来市场迅速向电子商务平台集中，从2003年的67%上升到了2008年的94%；同时，中小企业第三方电子商务平台应用也实现了快速发展。研究表明，历次技术革命都极大地促进了商业基础设施的改进或更新，而商业基础设施的完善，也将进一步带动技术的扩散。电子商务平台及其集成的服务体系，必将成为未来商务的基础设施2008年，这一论断已经成为业界共识。二、“大规模、巨系统”的特性日益显著 随着电子商务应用的展开，电子商务服务商正在呈现出“大规模和

巨系统”的显著特质。就规模来看，以淘宝网为例，仅仅经过五年多的发展，2008年淘宝网就以999.6亿元的年交易额、约占全国社会消费品零售总额1%的百分比，成为了中国最大的综合卖场。目前它拥有着超过8000万的海量用户、数百万卖家以及数亿件商品。/百考试题/而且这一趋势仍在快速发展：自2008年9月以来，淘宝网每个月新开店铺近20万家，每天超过5000人成为新店主。另据有关统计，2008年中国网商数量也已经超过了5000万人，他们无疑是这种大规模应用的主体。此外，随着用户和信息的猛增，电子商务平台也正在演变为一个“复杂巨系统”。其特点是：不仅规模巨大，而且交互关系非常紧密和复杂。比如出现了大规模的网商自组织和社会网络现象，基于网络的信用体系在迅速生长，生态化的学习社区（虚拟硅谷）也蓬勃发展。显然，在这种复杂巨系统中，与个体交易（行为）相比，系统状态和群体交易（行为）更值得深入观察。

### 三、电子商务的社会经济影响力迅速扩大

由于具备与传统经济体系深度关联的特性，电子商务的影响力也早已超出了互联网产业。2008年，电子商务的这种带动效应日益显著。IDC研究发现，2008年，淘宝网创造直接就业机会达43.7万；同时，2008年，淘宝网也为中国物流企业带来了30.66亿元的经济收入。还有两个现象值得高度关注：/百考试题/其一，在经济寒冬的环境下，电子商务成为了全球中小企业的“过冬棉衣”；其二，截至2008年12月初，基于中小企业的网络诚信度，阿里巴巴帮助近600家中小企业从银行获得贷款金额达10.4亿元，更帮助银行业实现了重大的制度创新。凡此种种，都说明电子商务发展所带来的社会经济效益日益显著。展望2009年，我们有理由相信，中国电

子商务的前景将越发可观，这个生机勃勃的产业也将继续展现出它强大的生命力。特别是，对于中小企业“过冬”和发展内贸、拉动消费、创造就业，它的价值也将更加凸显。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)