

06年的中国市场电子商务进入高速发展期 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/62/2021\\_2022\\_06\\_E5\\_B9\\_B4\\_E7\\_9A\\_84\\_E4\\_B8\\_c40\\_62761.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022_06_E5_B9_B4_E7_9A_84_E4_B8_c40_62761.htm) 中国电子商务发展到今天已经进入了第6个年头。虽然早在1997年，王峻涛就写出了国内第一个电子商务网页，建立网上软件销售试验站点“软件港”，但我们更习惯将阿里巴巴、8848等中国第一代电子商务网站相继诞生，商业化电子商务平台不断崛起的1999年，算作电子商务概念导入中国市场的起点。这6年当中我们的电子商务有过波折，走过弯路，与短信、网游的高歌猛进相对照，中国在电子商务领域颇为遗憾一直未能与全球同步。但即便如此，人们还是始终对电子商务抱有极大的热忱。当然对于前两年中国的电子商务来说，大家不仅投入了“热忱，而更多的投入是“期盼。回顾过去的几年，人们总是在预言中国电子商务春天的到来，而“春天却总没有如人所愿的按期来到。支付和配送问题，是一直困扰着中国电子商务发展的两大瓶颈，而人们对传统商务模式的习惯更是一大问题。戏剧性的是，真正让电子商务扬眉吐气的却是一场灾难2003年的非典。非典期间，电子商务为抗击病魔做出了自己的贡献。仅在3月份，卓越网的销售额就有1200万元，4月份前20天突破了1500万元；当当网站的浏览量同比净增一倍，销售额增长三成。不仅B2C分支因而成熟了，更培育了人们使用电子商务的商务习惯。到了2004年，电子商务的价值更是空前凸显，以商务而非娱乐为诉求的B2B业务开始触及规模性盈利门楣，吸引了大批蜂拥而至的海内外资金。新浪成立合资C2C公司一拍、美国在线旅游公司InterActiveCorp注资e龙

、日本网络零售商乐天Rakuten入股携程网、携程海外上市、腾讯涉足电子商务、中国搜索收购“缤纷购物”、亚马逊收购卓越网、8848转向购物搜索、中商网购物门户开张、阿里巴巴追加3.5亿元投资淘宝网、搜易得卷土重来……海内外资金抢滩中国，一个个标志性事件，似乎在为电子商务重塑金身。进入2005年在中国的电子商务更是一片欣欣向荣，除了淘宝、易趣、卓越、当当、阿里巴巴等一直活跃在我们眼前的电子商务网站外，一些新新的电子商务平台也粉墨登场，加入了竞争的行列。这些别具特色的新生代的出现，使得本已十分激烈的竞争更加惨烈。比如，全球首家集B2B、B2C、C2C于一体的综合性电子商务平台“金银岛”，在SOHU上刊登广告仅50分钟即被竞争对手封杀。“金银岛”独家推出的“硬信用”机制，将十几家银行的支持作为了支点，在交易时，货款自动冻结，买方确认收到，货款才能解冻。交易货款由中国银行监管，交易纠纷由中国国际经济贸易仲裁委员会仲裁。这种“款到发货、货到付款的“硬信用”全程双向保全机制，开创了“金银岛-金融机构-仲裁机构”三方共同缔造的“金三角”商业新模式，确保了交易双方的货款安全，从根本上杜绝了交易过程风险。此外，金银岛用客户端软件代替了普通网页，让人耳目一新，同时金银岛还横跨B2B、B2C、C2C多分支的业务范围，更显示出了它的大气。难怪这个名为“金银岛”的新生儿，让对手如此紧张。资金的涌入，竞争的加剧，无疑说明了同一个问题，中国的电子商务进入了高速发展期。同时政府出台的一系列法律、法规，不仅为此作了一个很好的注脚，也表明了国家对发展中国电子商务的支持与积极的态度。此外，我们还看到如“金银岛”

这样的新生力量推出诸如“硬信用”的全新电商机制，对于电子商务从机制上进行创新，更是让我们感到鼓舞。我们有理由相信这一回，“春天”真的来赴了与我们的约会。

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)