

我国电子商务发展的两个最新动向 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/64/2021\\_2022\\_\\_E6\\_88\\_91\\_E5\\_9B\\_BD\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_c40\\_64009.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/64/2021_2022__E6_88_91_E5_9B_BD_E7_94_B5_E5_c40_64009.htm)

电子商务分司陷入举步维艰的时候作为一名员工的我也在深深的思考：对于互联网电子商务，通常的说法是早进去在扔钱，晚进去赚不了钱。在中国，这个时机已到。为什么这么说呢？我们知道中国电子商务发展存在三大瓶颈，即网上支付、安全和配送系统。对于配送系统，现存的各种配送网络基本成型，如饮用水配送网络、快递网络。地区或全国性的联网、相互结盟以及随后介入电子商务，有望短时间内解决。而网上支付和安全性相对困难些，各地政府支持和银行、软体应用开发公司参与，也将使此问题早晚得以解决。一旦这三个问题全部解决，电子商务的环境变好了，那么对于小公司和个人而言，时机也晚了。这有些像炒股票的味道，散户建仓的最佳时机是未反弹之前，或是说在庄家建仓之前。目前，中国电子商务两个方向值得我们关注与探索，即买方站点和专业数据库。对个人和中小公司，开始提供服务似乎是必然。做特定的数据库是明智的选择。从操作上说，选择数据库类型是关键。为避免弯路，应先考察欧美已做成功的是哪种类型的数据库（美国昨天发生的事，很可能在中国明天或后天再一次发生），再慎重选择适合中国情况和自身特点的数据库类型。

二、专业领域数据库搜索引擎 建立数据库是一个数据量长时间积累的过程。只有当数据库的累积达到一定量的时候，它的商业价值才会体现出来，而且会从当初自己主动收集转变为他人主动加入。当数据库达到相当规模时，其商业价值日益突

出。当建立与其他数据库相互互动互访时，双方数据库的价值会进一步提升。看看互联网新贵雅虎的成长历程，很能说明问题。此外，雅虎能挤垮其他搜索引擎，但挤不垮那些拥有专业性数据库的搜索引擎。我们举个例子来进一步说明问题。美国有人做汽车序列号及相关车子保险信息的数据库。这对二手车的交易颇为重要，因为通过访问这些数据库，他人可以在购买一辆二手车之前，清晰地了解到该车的原始状况，随后出现过事故。访问他的数据库，客户每次得付10美元，但对于将要花几百美元买二手车的客户而言，10美元也确实算不了什么。这人做得很成功。国内许多网站也在做数据库。最为常见的是，以某一领域的平台或门户形式出现，大量采集他人网站有价值信息，归编排队，并做大量的链接。例如一些站点本身不做新闻，但他收罗了国内几乎所有的新闻、杂志、报纸网站，来个群英大荟萃，“一网打尽”。这类数据库的致命缺陷是缺乏专业性。另外，收集来的信息未经过自己的加工，也很难使之体现出另一种商业价值。所以我推荐，某些电子商务公司应重点专注于中国某地域专业领域，做特定数据库，并逐步建立与其他数据库的互动互访。

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)