

电子商务改变中国电子商务师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/644/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_644936.htm

中国人的生活方式变革和消费新景观 1999年9月3日，是一个我们都应该记住的日子。那是一个记忆中并不遥远的年份，那时候粮票才刚刚取消六年，中国人还依靠别在腰带上的BP机和固定电话相互联系。就在微软实验室著名的“网络生存测试”结束之后的第二年，中国也举办了“72小时网络生存测试”。那是一次特殊的测试活动，它测验的不只是生存，而是完全的网络化生存。经过网民投票，从5000多报名者中选出的12位自愿者，在被关进北京、广州、上海三地完全封闭的宾馆客房里，只能以互联网作为对外联络的途径。这12位网民，依靠屋内的一台电脑和主办者发给他们的信用卡、1500元现金，在完全封闭的72小时内，扛住了网上生存考验。然而，测试的结果令人尴尬。人们依靠火腿和方便面打发了三天的肚子；大部分人在网上找不到被子卖，不得已只好睡光板床，或摘下窗帘当被子盖；有的测试者甚至跑了几家网上商店，连条毛巾也没有买到，洗完澡只好晾干了再出来。来上海参加测试的北京网友梁于阳在接受记者采访时说：“如果是一个正在过普通生活的人进行像我这样的购物，简直就是一场噩梦！”这个活动，成为那个时代电子商务的真实写照。对于当时210万普通网民而言，电子商务还是一个飘忽在媒体上的抽象概念。完全的网络化生存对于很多人来说是一场令人尴尬的噩梦。很多人对电子商务将信将疑，并不相信能通过电脑和网络买东西。即便有大胆吃螃蟹者，最后得到的也是令人不快

的结果，不是订了东西迟迟到不了货，就是付了款根本拿不到货。那个时候，电子商务市场的喧嚣、资本的冲动与网民体验到的现实恍若冰火两重天。然而，10年之后，电子商务已经完全改变了我们的生活。网络化生存已经不再是一种有待测试的可能，而是人们已然身处其中的现实。假如我们再做一次同样的“72小时网络生存测试”，假如还是10年前参加测试的那批人，他们可能会有完全不同的感受。即使完全封闭起来，他们买到的也绝不仅仅只有扫描仪、打印机、鲜花、火腿、方便面。2003年非典时期的网络化生存，是电子商务改变中国网民消费习惯的转折点。到今天，事实上，我们发现构成现代生活的所有物质产品和精神产品都可以在网上买到。10年来，电子商务的梦想和行动，已经掀起中国人的消费革命，改变了中国人的生活方式。网络购物已经成为中国网民消费生活的习惯，广泛渗透至中国人日常生活和工作当中，逐渐成为一件习以为常的事情，成为人们日常消费的重要消费渠道。中国人的消费方式从未这么自由、广泛、随心所欲。只要你能想到的东西，足不出户，在网上都可以找到，只要鼠标轻轻一点，就会送货上门。不仅节省了消费者在实体店逛街的时间、距离成本，而且享受了性价比更高的服务；各种电子商务网站为消费者提供了品种繁多、价廉物美的商品资源，使消费者选择更加多样、购物范围也空前广泛，不仅是中国制造的服装、鞋子、数码产品、手机，而且很多国外的品牌化妆品和名贵首饰也可以通过网络代购买到；购物搜索引擎不仅能帮助消费者找到理想商品，还能够比价购物，使消费更加理性；甚至专门出现了一批谙熟网购的代购群体和淘客们，帮助你买到性价比超值的网货。电子

商务使中国人的消费超越了地域和时间的限制，所需要的只是你的注意力和时间。除此之外，更关键的是电子商务网站不仅在提供购物交易服务，还集成了大量的资讯和人脉，成为消费者了解最新消费理念、时尚等信息的重要阵地。某些购物平台的社区互动还充分满足了用户的交友沟通需求，成为网络新生代的所爱。反过来，汇聚河流的网民消费新理念正在推动着制造业的革新。如今，网上购物已日益成为年轻一代主流的购物方式，根据第三方调研机构的统计，目前2.1亿中国网民中，活跃网络购物活跃用户达2013万，参加过网上购物的网民个人半年网上购物累计金额平均达466元，购物金额在1000元以上的比例占到19.1%。预计2009年中国网络购物交易规模将达到2236亿元，到2011年有望达到5690亿元。

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