

我国电子商务发展的进化策略电子商务师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/645/2021\\_2022\\_\\_E6\\_88\\_91\\_E5\\_9B\\_BD\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_c40\\_645160.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E6_88_91_E5_9B_BD_E7_94_B5_E5_c40_645160.htm)

电子商务是网络化的新型经济活动，近年来发展迅猛，已经成为主要发达国家增强经济竞争实力，赢得全球资源配置优势的有效手段。中国的电子商务也是一样，电子商务服务业已成为重要的新兴产业，据国家统计局统计，2006年我国电子商务交易总额超过1.5万亿元。然而，与发达国家相比，我国电子商务尚处在成长阶段，信息化和网络化程度还不高，为规范和促进我国电子商务的健康快速发展，文中从生态系统学的角度揭示我国电子商务进化中存在的诸多问题，明确电子商务生态系统所处的技术、经济与社会环境，探讨电子商务的进化策略。

一、电子商务生态系统 经济全球化进程的加快，企业面临着越来越复杂的环境，获取资源的手段与范围不断增多与扩大，竞争压力使得企业之间合作意识不断增强，其整个商业活动就如一个完整的生态系统。因而可以借鉴其复杂而又成熟的生态系统理论来分析电子商务系统，找寻一种与其环境和谐相处的方式，一种双赢的价值取向。

1.电子商务的生态主体 商业生态系统是由个体、组织和子系统组成，以组织和个体的相互作用为基础的经济联合体。商业生态系统概念的提出，为管理企业、领悟周围世界提供了一种新颖的、非常有效的方法或行动指南进化系统动态发展思想。电子商务生态系统中的物种是指信息主体，也就是从事电子商务的企业或个人(主要是指从事电子商务经济活动的企业)，根据它们在网络生态系统中的作用可划分为网络信息的生产者、网络信

息的消费者、网络信息的分解者，电子商务企业其实是这三类角色的结合体。

## 2. 电子商务的生态系统结构

电子商务作为商业生态系统中的后起之秀，是商业生态系统中的一个重要子系统。电子商务生态系统的结构是该系统主体之间的关系和与其外部联系的总和。系统主体之间的内部关系首先是要要求各个电子商务企业必须在其生态系统中确立自身的位置，犹如生态系统中生物的生态位；其次是主体之间的相互作用与联系-即它们之间的生态关系；最后是电子商务系统与其环境的相互作用。

(1) 电子商务企业的生态位 生态位指的是在自然生态系统中，一个种群在时间、空间上的位置及其与相关种群间的功能关系。电子商务企业的生态位是在网络技术领域和商业经济中寻找一个综合空间，利用日新月异的计算机网络技术，通信技术和Internet技术来不断补偿传统贸易在时空上的缺陷，同时在发展迅速的信息时代寻找网络上的商机，使得Internet上纷繁众多的信息成为经济利润的来源。

(2) 电子商务企业的生态关系 总的来说生态系统中物种间的相互关系可归纳为两类：一是负的相互作用，包括竞争、捕食等；二是正的相互作用，包括偏利共生和互利共生。现实电子商务系统中的企业关系非常复杂，企业之间可能同时存在各种关系，不同阶段具有不同的关系。捕食和竞争是生态系统中不稳定的关系，这也是推动目前电子商务发展的主要原因。随着电子商务企业间的不断磨合、适应和进化，企业之间的负相互作用不断退化，正相互作用不断进化。

(3) 电子商务生态系统的环境 电子商务的发展不仅受到商业生态环境的影响，同时也是在不断的影晌周边的商业环境。电子商务的发展使得其生存环境的变迁速度越来越快，比如IT技术引发的时

空观念的变化，市场信息传播模式的变化，市场性质和消费者行为的变化。下面从技术、经济和社会环境三方面来解释电子商务的生态环境。

**技术环境：**电子商务以信息和网络科技为依托，技术发展是电子商务发展的基础，而信息和网络基础设施既是网络技术发展的结果。

**经济环境：**是指将商务活动建立在以信息和网络科技为支撑的技术平台上的经济条件，包括信息网络的基础设施、企业信息化和金融电子化等内容。

**社会环境：**发展电子商务，不仅涉及许多复杂的技术难题，更涉及到整个社会环境，这个环境的生成要比单纯的技术生成慢得多，我国自身的社会环境还与电子商务的要求相差甚远。我国在政策和法规、网络消费习惯、信用体系等社会环境、电子商务人才、管理、国民的知识素质、网络消费意识和企业、个人、社会信用等方面存在诸多制约因素。

## 二、电子商务的生态环境问题

达尔文进化论认为：一个物种能在进化过程中存活下来，并不是因为它更强大或更机智，而是因为它更适应变化的环境。这就要求电子商务企业一定要在发展中找准并充分发挥自己的生态优势，适应不断变化的竞争法则。下面着重分析我国电子商务企业生态环境所存在的主要问题：

1. 电子商务生态系统中的技术环境问题

**电子商务的技术标准问题：**各国的国情不同，电子商务的交易方式和手段当然也存在某些差异，电子商务发展的国际化需要在电子商务交易活动中建立相关的、统一的国际性标准，而我国电子商务目前是用语和信息技术标准都不很规范。

**电子商务的安全技术问题：**电子商务越是发展成熟，就越是要求高度安全、可控、可管理的网络。主要包括：支撑电子商务的网络系统正常工作的网络安全技术，如虚拟专用网

技术，防火墙技术；保证数据完整、保密；交易的文件不可否认等的电子商务安全交易体系安全认证技术。

2. 电子商务生态系统中的经济环境问题 我国电子商务的经济环境也不够成熟，特别是与电子商务密切相关的物流企业的基础设施尚不完善，不能提供完整的供应链服务，无法满足客户在时间性和服务质量方面的要求；电子商务最终完成需要支付和结算，因此应有高品质、高效的金融电子化服务配合，需要有银行的信用卡、电子货币等各种电子支付方式的支持和保证。而目前我国各大专业银行选用的网络通信平台不统一，网上支付效率低下，银行确认支付时间长、收费高、限制多，制约了电子商务的发展。

3. 电子商务生态系统中的社会环境问题 法制体系不健全：电子商务是一个全球范围内运作的极其复杂的国际社会系统工程，它牵涉到诸多的法律问题。如电子合同的法律效力问题，知识产权的保护问题，网上隐私权的保护问题，电子商务安全的法律问题等。如何保证电子商务活动中合同的有效性、电子印章和电子签名的有效性，是保证电子商务正常发展的重要因素之一。

信用体系建设问题：电子商务是一种全新的营销方式，电子商务具有虚拟性，缺少可以被具体控制的实物，人们往往无法确知对方的真实身份，甚至无法预期交易的真实性、有效性、合法性。所以，成功而有效的电子商务完全仰仗交易双方互相信任。

人员观念、素质和技能问题：电子商务是新生事物，它的知识亟需普及。尽管中国因特网上的商业用户和家庭用户急剧增加，但对我国来说，特别需要提高商务人员的业务素质和网络技能，保障从业人员的有效供给。

三、电子商务生态进化策略 基于我国电子商务发展存在的上述问题，可知网上支付、

信用体制和物流网络仍是制约中国电子商务发展的三大瓶颈，应采取有效策略改变电子商务发展的现状。

1. 占据优势生态位，巩固核心竞争力 从生物界中可知：强者只能在自己的生态位上是强者，弱者也只能在自己的生态位上才能自由生存。这就要求电子商务企业必须要在发展中找准、培育并充分发挥自己的生态优势，从而最大限度地获得自身生态优势带来的好处，为自身赢得更广阔的生存和发展空间。企业核心竞争力表现为在市场竞争中，一种能够使企业长期持续发展，获取超额垄断利润并能为顾客带来更多独特价值的核心能力，企业的核心竞争能力其实就是其在生态位上的生存能力，电子商务改变了传统企业业务运作模式，提升了企业间的合作关系，电子商务企业间的不断磨合与适应，加速了企业间共生关系的进化，从而强化自身的核心竞争力，共同推动电子商务的健康发展。

2. 完善电子商务的生态环境 要想发展电子商务，首先要为其提供一个良好的生态环境。主要表现在以下各个方面：

(1) 加强网络安全建设。一方面要加强信息法规和安全管理机制的建设；另一方面采取一些必要的安全技术，如防火墙技术、数据加密技术、认证技术、虚拟私有网技术(VPN)等，确保电子商务的安全。

(2) 建立健全电子商务法律体系。电子商务法律法规是市场经济条件下电子商务活动顺利进行的根本保障。由于电子商务的飞速发展，所遇到的法律问题随着信息技术的发展而不断呈现，要不断的建立健全电子商务相关法律法规，达到规范交易程序和行为、保障交易公平和安全、清晰界定责任的法律功效。

(3) 建立诚信长效机制。要全面提升商业信用，积极建立诚信长效机制。一是通过宣传教育、社会舆论、借鉴国外经验等各种措施全面

强化信用观念，为电子商务的发展构建起码的信用基础。二是发挥政府的组织和示范作用。政府是有序市场经济的设计者、缔造者、维护者，为电子商务的运行建立公平的交易平台。三是建立覆盖全社会的信用网络系统。完善信用认证的信用保险制度。四是建立交易主体，即诚信主体的诚信档案。

(4)加速金融电子化进程。企业信息化是电子商务发展的基础，而金融电子化是电子商务发展的保证。金融电子化工作要配合国家对金融机构的监管和金融体制的改革，服务于提高资金的使用效率，以适应信息时代的要求，使企业和个人能够通过信息化手段，随时随地地享受到高质量的金融服务。

(5)建立快捷完善的物流系统。要搞好各种运输方式的联运，努力降低成本，缩短运输时间，完成大宗物品的配送任务。

(6)转变电子商务人才的培养方式。应加强学校专业教育与企业职业培训两方面的融合互动，缩短高校学生毕业后适应工作岗位的时间等。

(7)建立公平快捷的网络消费争端解决机制。瞬息万变的电子商务市场要求公平高效的网络争端解决机制，增加对电子商务企业的监管，保护消费者的弱势地位，减少消费争端的解决成本。

(8)加快企业信息化进程。电子商务与企业信息化之间的关系是极为密切的。企业信息化是全社会范围内电子商务发展的重要基础，是电子商务得以发挥其作用的基本保障。

### 3.促进电子商务生态系统与环境的协同进化

生态系统的进化是生物种群的协同进化。在自然生态系统中，存在着因子补偿效应，它是指生物物种间通过相互调节来共同适应环境的变化。电子商务生态系统能够不断的与其环境发生物质、能量、信息的交换，亦即同环境不断地协同进化。这里着重论述电子商务与物流业、社会环境之间

的协同进化。(1)电子商务系统与物流系统之间的协同进化: 电子商务的推行离不开物流服务的发展, 需要物流体系强有力的支持; 同时电子商务又给物流业提供了难得的发展机遇, 加快产品流转速度, 将使电子商务与物流共同发展, 协同进化。(2)电子商务系统与社会信用之间的协同进化: 市场经济是信用经济, 对于非接触经济, 提倡诚实守信更为迫切, 只有在规范的、有法律保障的市场经济条件和良好的社会诚信体系下, 电子商务才能更好地发挥其功效, 实现电子商务发展与社会环境的和谐统一发展。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)