

论电子商务在我国经济中的地位 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022__E8_AE_BA_E7_94_B5_E5_AD_90_E5_c40_65147.htm 摘要：回顾2000年3月以来电子商务在国内的经历，应明确电子商务在我国当前和未来经济活动中的位置，是电子商务是否得到发展的前提。推动中国电子商务发展的真正动力是企业的商务活动需求，强调电子商务重在商务。当前，企业应作好进入电子商务大环境的准备，从加强企业内部信息化建设起步，走出中国式电子商务的新路。随着纳斯达克指数的跌落，不断传来外国IT企业纷纷裁员的消息。与网络经济密切相关的电子商务从浪峰到谷底，致使借国外风险资金潇洒一度的网络公司纷纷调整经营方向，炒作者各奔东西，CEO们另谋出路，各种媒体几乎不约而同地说，电子商务的肥皂泡破灭了。2000年的电子商务热使“电子商务”成为当年重复频率最高的名词之一。弄清电子商务当前和未来在我国经济活动中的位置至关重要。

1. 电子商务是什么?电子商务能作什么?对电子商务的定义、概念，国内外至今尚无统一公认的定义。笔者认为，如果以电子商务问世的背景定义，可以说电子商务就是互联网商务。电子商务的本质是知识经济。电子商务作为一个专用名词是1997年下半年才面市的，在INTERNET普及之前，EDI已经用于商务，这是众所周知的，没有人把EDI叫做电子商务。现在，人们认识到，EDI和电子商务的问世、发展、架构关联密切，是一种对EDI的再认识。电子商务是高科技的产物，它的问世、存在和信息社会、网络世界密不可分。人们置身于现代社会，现代社会是一个环境，电子商务也在这个环

境中，它能做什么取决于那里的人们需要他做什么，而不是网络公司或者销售电子商务软件的公司给它的宣传和定义。2000年，电子商务在我国的大起大落说明网络公司无法根据他们的主观愿望把这种现代商务工具交给商家和顾客，而应该先了解一下电子商务的本来面目是什么。笔者认为，电子商务使用因特网环境和技术支持商家之间的业务往来，它得以发展的前提是有商可务，并且通过因特网，商家可以得到比传统商务更多的便利和实惠。当前，我国电子商务大环境建设还需要相当一段时间，不但需要硬件环境，还需要电子商务运行的社会环境，如法律、法规及税收制度等等传统商务已较为成熟的大环境。也就是说，供商家体验电子商务优越性的条件还不完善。我国的电子商务将在与国际接轨的同时，走适合国情的路。如同POS系统进入商店一样，电子商务的问世标志商务自动化达到一个新的阶段，电子商务将以一种新的购物方式逐步进入寻常百姓家。

2. 需求牵引和概念牵引

电子商务在发达国家得到政府的特别重视和青睐，事出有因。美国总统克林顿创造100个月经济持续增长的奇迹得益于高科技，1997年1月，美国政府宣布：自97年1月起联邦政府各部门采购全面采用电子商务方式。回顾全球的电子商务

有人说，对网络经济和电子商务而言，我国与发达国家站在同一起跑线上。仅从概念而言，发达国家接触到的新技术，在我国几乎是同时问世。这种现象正是发达国家把先进技术转化为生产力的速度。但是，发达国家的技术输出是有选择、有步骤的，是以获得最大利润为前提的。回顾我国推进电子商务的历程与发达国家应用

电子技术从事商务活动的历史，有着十分鲜明的反差，一个是需求牵引，一个是技术推动。早在电子商务问世之前，20世纪60年代，电子数据交换技术(EDI)已广泛应用在美国的大企业之间。EDI技术与电子商务的主要区别，仅仅是使用增值网(VAN)还是使用INTERNET。为适应EDI的使用，发达国家的企业内部进行了几十年的信息化建设，而这种建设是使用电子商务的基本条件。因特网技术来源于以美国为代表的发达国家，当今被人们称作第四媒体，它能同时传播数字化的文字、图象、声音，具有其他媒体的复合功能。它又有其他媒体遥不可及的访问方式和手段，一个点击，就能到达数字地球的任何一个角落，在知识的海洋遨游。可以说，WWW是对人类通信史的重大贡献。借助因特网技术从事商务活动，可以看作是一种在商业领域试图使用先进工具的尝试。在人们的生活和生产活动中，在购物方式上多一种选择，一点坏处都没有。但是，并不会因为仅仅换一种销售方式就在中国的市场上突然出现美国的购买力和消费水平。不可否认，由于国情不同，在美国，电子商务的实践早于电子商务名词的出现，在中国，电子商务的名词概念先于电子商务市场的发展。这种差别的实质，在美国是市场寻求技术，而在我国是技术寻找市场。由此我们可以反思电子商务在我国的发展状况，当电子商务市场未形成规模的时候，力气应花在培育市场上，既不应简单的说电子商务是泡沫，又不可急功近利，急于求成。

3. 电子商务是一种使用互联网技术的商务活动 传统商业经营方式既有BTOB，又有BTOC。传统商业既有信息流，又有物资流、资金流、供应链。以上提到的名词、术语其实不是电子商务的专用名词。无数成功的国内外巨富

、企业家在商海游刃有余的时候，未必听说过电子商务。倒是“要么无商可务，要么电子商务”的热心宣传者今天要深刻认识电子商务的出路在哪里。推动中国电子商务发展的真正动力是什么，是企业的商务活动需求。在企业不了解电子商务是什么的时候，介绍电子商务的概念十分必要。IT公司第二步、第三步就应把力气使在“在商务活动中使用电子商务”，这时“电子商务”已经不是一种概念，而是类似计算器这样一件工具，它是一种使用因特网技术的商务活动。这样说，不是要把电子商务这样一个系统工程庸俗化，仅仅是为了强调电子商务重在商务。我们欣喜地看到，一些国内IT公司，在电子商务陷入低谷的时候，从打基础开始，学习传统商业企业的经营管理方法，开始推出网上MIS。从这里起步，走出中国式电子商务的新路。

4. 与全球经济接轨需要使用电子商务

既然国情不同，为什么我国也对电子商务表示了足够的重视和热情呢？实际上，我国政府一贯在对外贸易中采用积极开放的政策，包括学习引进先进的贸易技术和方法，随时保持与国际接轨的能力。从电子商务的概念进入中国高科技领域以来，在IT企业经历从BTOC到BTOB的艰难探索过程中，在政府支持下，外贸系统不断推进电子商务的应用。早在1996年，外经贸部正式组建了国际贸易EDI服务中心，即中国国际电子商务中心。1998年10月，外经贸部通过中国国际电子商务网实现纺织品配额电子招标，使参与招标的企业节省了大量时间和差旅费用，直接效益达1700多万元。2000年6月，外经贸部通过中国国际电子商务网，实现了全国加工贸易联网审批管理，有效打击了利用加工贸易名义走私和逃套汇等不法行为。以上两例说明，在外贸系统应用电子商务技

术取得了初步效果。随着我国加入WTO，随着经济全球化步伐的加快，实施电子商务的意义将在更多的领域显现出来。

5. 在需要使用电子商务的地方使用电子商务 电子商务这个主题不再是热点新闻，各位名家不再“我来说两句”。但是，电子商务并不因无人喝采而退出市场，正如不会因有人炒作而替代传统商务。电子商务是商业活动的一种模式，对不同的商品商家会通过实践选择相应的模式。电子商务也有适宜的营销商品和消费者。EDI问世是面对企业之间交易过程中涉及大量文件数据交换的业务，通过计算机的互联，达到快捷、准确的完成交易的目的。笔者认为，电子商务将在EDI的应用领域得到重视，将首先在BTOB领域取得突破。人们十分关注BTOC的出路，现在，不论IT厂商还是从事电子商务研究的专家对网上经营提出一些积极的建议。试图引导人们早日见到电子商务的春天。他们指出：1)对网上个体消费者定位 计算机用户 有尝试网上购物热情的人 中等以上收入的人 学历较高的人 不愿逛商场的人 SOHO族 2)网上适宜销售的产品定位 计算机有关的产品 不需亲自体验、品尝的产品 性能简单，不需推敲的产品 质量容易验证的产品 品牌知名、大众认可的产品 既不太贵，也不太便宜的产品 有国际化需求的产品 有全球配送体系的产品

6. 企业应作好进入电子商务大环境的准备 就在IT企业纷纷离开电子商务另谋出路的时候，国内各行各业积极开办商务网站，尤其一些家电企业如海尔、春兰的加入为电子商务又揭开新的一幕。传统企业进军电子商务标志着商务为主的电子商务在成长，我们期望这些传统企业在新经济的大潮中再创辉煌。今天，网络世界、信息社会、经济全球化、数字地球等等有关高科技的流行词汇随处可见，

信息技术以他无所不在的优势正在创造一个又一个奇迹。以手机为例，曾几何时，还是有钱人的标志，转瞬之间，我国手机用户早已过亿，形成每十个中国人就有一人使用手机的规模。中国的市场太大了，发展电子商务只要顺应中国国情，牢记为人民服务的宗旨就会走出低谷。现在，人们对电子商务从概念转向务实。尤其是企业，运作电子商务需要投入的不仅仅是资金、人员，更举足轻重的是企业赢利的时机，机不可失，时不再来。那么，企业要不要电子商务，企业选择什么时刻开办电子商务？笔者认为，电子商务是一个系统工程，是一个大环境。不是一个企业个体行为，而是一个社会行为。电子商务强调在商务活动中信息的位置和价值，而信息的位置和价值对传统商业同样重要。任何一位企业老总都不会轻易放弃一次使企业腾飞的机遇，而电子商务可能就是这样一个机遇。机遇垂青有准备的企业，在我国，电子商务目前处于打造基础的阶段。有条件的企业不妨在关注电子商务发展动态的同时，用电子商务相关的现代供应链的理念打造企业的框架，比如是否考虑逐步建立企业内部网INTRANET。开展网上业务，决不是申请一个网站那么简单。尽管网上购物暂时未成气候，当网上购物市场形成规模的时刻，企业内部信息化建设的水平将是企业成败的筹码。

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