

传统有形市场网络化运行模式初探 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__E4_BC_A0_E7_BB_9F_E6_9C_89_E5_c40_65149.htm

一、传统有形市场与网络的结合是中国电子商务发展的新途径 有形商品交易市场是十分具有中国特色的商品交易模式。目前我国的有形市场是在改革开放以后发展起来的，它可以说是我国市场经济的启蒙舞台。在大型商厦、超市、连锁店、零售店等众多的商业业态中，市场地位正在日益提升。市场在实体、法律特征、经营业绩、社会认知程度等方面来看，确已经成为了国内商业的重要成分。1999年我国共有各类有一定规模的有形市场约6万个，1998年商品交易额达2.1亿元，相对于当年社会零售总额的72.3%，国内生产总值的26.5%。市场正在成为某些商品的主要流通场所。如农副产品的绝大多数是通过市场流通的，从产地市场到中转批发市场，到销区批发市场，到零售市场，形成了完整的市场流通体系。家具、建材、汽车等商品从原来的流通渠道转向了大型专业市场。一些中低档的商品如中低档服装、小商品也把市场作为了主要的流通场所。市场对地方经济的推动作用十分显著。如浙江省义乌的中国小商品城批发市场年成交额已经超过200亿。市场的持续繁荣带动了义乌经济的迅猛发展：“八五”期间，义乌全市工业总产值年均增长64%，国内生产总值年均增长36%；围绕市场形成了义乌几大优势产业：衬衫加工、针织袜业、人造首饰、拉链、缎带等都已发展成为全国知名的生产基地。另外如山东寿光，以蔬菜市场为龙头，带动了整个山东省农业产业的全面优化与发展。市场在中国发展和壮大的原因是多方面的

。但根本原因还是它所具有的集约分散物流、人流、资金流、信息流的功能，正与中国目前经济发展水平、经济结构特点以及人们的交易习惯相适应。目前在生产领域，我国的中小企业甚至作坊式企业占据我国企业数量的绝对多数。一些计划经济时代的企业巨人在市场经济的转轨过程中逐步削弱，那些经营机制灵活的中小企业迅速发展起来。农业还是以家庭联产承包为主体的，分散程度很大。这样的企业结构强烈要求一种中介组织对这些企业的产品进行集散，对信息进行收集和发布。在旧有商业业态无法适应市场经济，超市、连锁店等形式不能完全适应中国国情的情况下，这个任务只能由有形市场来完成。但也应该看到有形市场发展到今天，也受到了各种严峻的挑战。尤其是它在整体运作上全凭市场作为导向，缺少宏观的调控，实际上也很难对其进行宏观调控。市场经营者的盲目性、市场信息的分散与误导、商业信誉的削弱甚至丧失和其对社会的消极作用都直接影响着传统有形市场的健康发展。在互联网日益重要、电子商务迅猛发展的今天，传统有形市场又有了新的机遇。IT产业的发展并不排斥传统模式，事实上任何一种电子商务模式都是原有商务模式的网络化而已。其实传统的有形市场具有许多资源：如现实交易平台、商号、商誉、客户群、信息系统、服务系统、配送系统等，都是其进行网络化的良好基础，这种优势是其它企业形式所无法比拟的。事实上有形市场在整合资源上的优势已经被发达国家的电子商务所借鉴。目前在美国的主流电子商务模式E-MARKET PLACE正是借鉴了有形市场的运作模式，它由某行业的若干领先企业在互联网上建立联合营销平台。这样的平台比单个企业设立的交易平台信息量大

，有很强的代表性和信息共享性，吸引大量的相关生产商、销售商、服务商、消费者。在网络平台上将各家的产品、服务、价格等信息汇聚一起，形成了交易规模、服务竞争、产品性能、价格等方面的最大优化，可以成为该行业具有独占性的网上交易平台。有形市场网络化将是一种最适合我国国情的电子商务模式。它可以充分利用有形市场原有的资源优势，在互联网上建立商务平台，极至发挥其集约功能。同时这也利于政府对有形市场的整体宏观调控和信息的收集统计，增加信息的准确性，减少经营者的盲目性，建立健全市场信誉体系，减少市场对社会的消极影响。同时这也是一个政府深层介入网络经济监管的途径。政府要在有形市场网络化进程中发挥重要的作用。有形市场中信用经济基础的建立、市场信息的收集、分析与共享、市场营销成本的降低、价格的引导发布、政府调控掌握商品资源数量等各个方面，都依赖于政府市场主管部门的作用。有形市场的信息化建设必须要有前瞻性，要有提前的考虑和研究。

二、有形市场网络化各种模式的设想和分析

市场上网在沸沸扬扬的"企业上网热"后已经悄然兴起了。浙江省义乌中国小商品城率先在互联网上建立自己的网站，着重介绍了市场的概况、特点，在上面开设了一些大企业或商户的主页，对企业或商品进行宣传，并开始网上交易的尝试。北京市家庭装饰协会也联合北京市的家装市场建立了网站，各会员市场在上面建立了分网站，介绍市场及家装公司的情况。更有一些市场瞄准了网上虚拟市场，开始市场电子商务的探索。北京市的大钟寺农副产品批发市场正在着手电子商务信息系统的建设，设想从市场的内部管理、信息采集处理、网上交易全部实现网络化。据不

完全统计，目前北京市利用建立网站、架设交易平台、在门户网站上开设网页等方式触网的市场超过了100家。更多的市场跃跃欲试，准备在网络经济中获得更大的发展。但目前我们的市场上网的程度和方式与利用有形市场优势开展电子商务的设想还相差甚远。市场只是简单上网，在网络上建立宣传自己的网页，各个市场各自为战，无法形成合力。即使想建立市场交易平台也缺少必备的条件，一些已经建立的平台根本无法运行。有形市场的各种资源优势无法在网络上得到发挥。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