

数字证书体系是中国电子商务的基石 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\\_\\_E6\\_95\\_B0\\_E5\\_AD\\_97\\_E8\\_AF\\_81\\_E4\\_c40\\_65228.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022__E6_95_B0_E5_AD_97_E8_AF_81_E4_c40_65228.htm)

我国"入世"以后，互联网增值业务将迅速地国际化，这对于我国刚刚起步的电子商务产业，不得不面对境外商业机构的先进管理经验和技术的挑战。如何把严峻的挑战转化成为发展的机遇，成为中国电子商务产业化进程中亟待解决的重要问题。否则我们将在全球化新经济浪潮的激烈竞争中，丧失已有优势和退出已有的市场。

一、我国电子商务面临的不足与大多数国家一样，中国电子商务随着互联网用户的增长而发展，虽然我国的互联网用户每年都在大幅度增长，基于网络的电子交易也取得了可喜的进步，但仍面临着许多不足：1.电子商务实际交易额不大 中国是世界上拥有互联网用户数量最多的国家之一，但我国互联网的绝大多数用户，目前基本上还处在浏览免费信息的初级阶段。以网络作为工具平台使用的电子交易活动则是刚刚起步，网络交易中的运营规则、服务方法尚不规范，服务的覆盖范围分布不均，基本上局限在大、中城市和周边区域，与传统商业方式的贸易额覆盖面相比，电子商务的比例甚小。换言之，中国电子商务的产值在国民经济总值中所占比例不大，能够形成大产值和高利润的电子商务形式，即商家之间的电子贸易数量还很少，距离国际公认的"商业之间的网络交易，（B to B方式）"应占电子商务总交易量80%以上的经济指标，相差甚远。2.网上交易环境不完善 国际化电子商务环境的特征，以银行卡结算为前提，以网络数字证书安全认证体系为交易信任基础，以全程物流配送为用户服务支

撑，讲究和突出个性化的服务形式，充分体现出社会资源的共享性和协作性。我国目前的电子商务特征是，个人小金额消费、现金支付结算是当前电子商务交易行为的主流，经营电子商务的公司数量虽不少，基本上没有脱离信息流较发达，银行结算资金流渠道不畅，现代物流服务脱节的营业状态，属初级阶段电子商务发展阶段。加上国内各地域经济环境的制约，难以发挥出网上交易超越时间和空间障碍的优势，发展速度和实际收效并不像人们预期的那样好。析其原因，一方面，政府对推动电子商务发展的政策支持力度尚不足，我国尚无形成完善的电子交易服务体系，没有形成规范化、有影响力的电子商务综合服务平台作为发展电子商务的支撑环境，国民的消费习惯还没有普遍认可电子商务的氛围。另一方面，我国电子商务的神经中枢-电子商务数字证书应用机制和安全认证服务体系还没有在统一的规划下建立起来。在网络交易中没有建立完善的安全可信身份识别体系，则无从谈到与国际信任体系的接轨。这是在网络交易中，造成商家和消费者心理上同时缺乏信任感和安全感，电子商务普及化进程不快的最主要原因。

### 3.服务规范有待建立

在电子交易过程中，参与各方之间的利益如何保障，经营职责如何划分，无论是网络的差错还是人为的因素，都可能引发争执甚至法律诉讼。当遇到法律裁决时，各方的职责义务和应有的权益，同样由于欠缺网络数字证书（网络身份证）和安全认证体系，无法明确法律上的界定。也导致了一些投机者甚至利用我国这一暂时的缺陷，制造出多种“网络陷阱”事件，伤害消费者权益，谋取非法利益，引发出了一系列的网络信任危机，这也说明我国当前电子商务服务规章和立法的工作亟待健

全，制度建设滞后于电子商务产业化发展的局面亟待改变。

4.服务功能单一，引导客户消费的能力不足 当前我国电子商务的经营者，多以网络科技公司为主，这些企业一般比较年轻，具有科技敏感性强，主动出击性能力强，拥有较好的技术手段等优势。例如，网络公司能够迅速地制作出非常漂亮的网站页面吸引住网民的视线，也能快速地征集到部分低价位的小商品，提供商业风险不大的用户销售服务。但网络科技公司的突出劣势是缺乏对中国特色商业服务企业的全面质量管理的经验，缺乏对客户提供个性化商业服务的综合能力，容易忽视对销售产品的质量管理，提供社会化服务的资源共享能力较差。网络科技公司擅长的“圈钱炒作”、“装饰门面”现象还普遍存在。换言之，当前在中国电子商务应用与服务前线拼杀的仅是以网络科技公司为主体的“科技生力军”，而真正的综合型电子商务“服务实力军”还尚未到达前线阵地。

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)