

# 电子商务与人、企业和社会的相互影响趋势分析

马楠 魏金岭 (浙江杭州浙江大学城市学院 310015)

**摘要:**2007 年电子商务将继续保持高质素的发展态势,其中个人和企业用户数量的增加和需求拉动成为电子商务发展的核心动力。随着一系列法律法规的出台,政府对电子商务的监管职能得以体现和加强,电子商务活动将向着更为健康的方向发展,其文化内涵也将更加丰富。此外,电子商务平台运营商之间的资源整合已成大势所趋,这对中国电子商务参与国际化竞争、优化资源配置和扩大电子商务应用领域(如移动电子商务)意义重大。

**关键词:**电子商务 企业管理 信息化 发展趋势

中国电子商务市场近年来发展迅速,据新华网报道,2007 年中国电子商务市场总体规模将达到 17000 亿元<sup>[1]</sup>。另据中国权威调查机构赛迪顾问发布的数据,中国电子商务交易额在 2006 年已突破 1 万亿元(1.1 万亿元),同比 2005 年增长 48.6%,达到 2003 年的 3.6 倍。过去两年来,中国电子商务交易额保持了 50% - 60% 的增长速度,未来几年内仍将以较快的速度发展<sup>[2]</sup>。

信息时代带来的是一场变革,首当其冲的是人的思想、观念和工作、生活方式的变革,其后是由人的主体性引发的科学技术的变革、企业生产经营方式的变革以及社会组织及活动方式的变革等等,电子商务活动就是这场变革中非常活跃的一部分,也是这场变革演进中形成的一种新的生产方式和先进的社会文化,电子商务活动的飞速发展正体现出了这场变革的巨大魅力和发展趋势。

## 1 电子商务之于人——和谐共荣,创意改变未来

随着网络的普及,中国网民数量激增,总人数已达 13700 万人,同时中国网民上网接入费用不断降低,显示中国互联网的发展逐渐平民化,这将更加有利于中国互联网的普及,有利于更多的人接触到互联网并成为互联网大军中的一员<sup>[3]</sup>。另据赛迪顾问调查显示,2006 年,有超过 80% 的网民已经尝试或者愿意尝试网上购物,只有 16.8% 的网民认为网上购物会缺乏实地购物感受,同时会存在商品质量不能保证、交易过程比较复杂等问题而表示不打算尝试网上购物。由此可

见,用户数量的增加和需求拉动是电子商务发展的重要力量。

一方面,人的参与推动了电子商务市场的发展与繁荣,另一方面,电子商务也改变了参与者的工作和生活方式。在电子商务市场的兴盛中,以淘宝、EBay 易趣、拍拍、当当等电子商务平台为代表的一大批 B2C、C2C 平台为大量的终端用户带来了实实在在的实惠与便利,也带来了生活质素的大大提高,简单的说,“只要有一台电脑、一根网线,轻轻点击鼠标,逛街、购物、付款,通过网络就轻松搞定。您只需静待商品上门,足不出户便可买到称心如意的商品”。以淘宝网为例,仅 2006 年全年交易额就突破 169 亿元,超过易初莲花(100 亿元)、沃尔玛(99.3 亿元)等国外大型超市在华的全年营业额;淘宝网目前每天的有效访问用户数为 600 万,这一数字相当于 200 家大卖场全天的客流量总和<sup>[4]</sup>。可见,人与电子商务之间,在一种和谐的环境中不断的共同发展,未来也在这种和谐发展中不断改变。

## 2 电子商务之于企业——既遇良缘,无需坐而论道

孙子兵法有云:“兵者国之大事,死生之地,存亡之道,不可不察也”。这一原理应用于企业就揭示了企业战略是一个公司的大事,切不可忽视。互联网和电子商务把全世界的企业都放在了相同的平台进行角逐,对企业来说,既提供了前所未有的机遇,也带来了极为严峻的挑战<sup>[5]</sup>。电子商务对现代企业管理的影响是极为深远的,也是不可逆转的。据艾瑞市场咨询机构预

测,2007 年企业电子商务(B2B)市场规模预计将达到 16900 亿元人民币。另外,作为中国电子商务平台运营商领军人物的阿里巴巴在 2007 年初传出消息要“给电子商务发展提速”和“为企业提供更好的服务”。阿里巴巴将在未来几个月内,与优秀的行业网站展开全面深入的合作,共同整合高质专业的商业资讯。这一举措蕴含着两层含义,一是国内电子商务市场将呈现高速增长发展,这对全球经济对中国的高匹配需求一致;二是对于中国企业更全面、更方便的介入电子商务,提供了最佳软环境。

电子商务缩短了企业与供应商之间、企业与用户需求之间的距离,同时也大大减少了各种经济资源的消耗,这对于市场经济下的企业竞争意义深远,也预示着传统的市场性质发生新的变化。这主要表现在三个方面:第一,电子商务的发展将带来新的竞争格局,供应链的重组在所难免,生产厂商之间可直接借助因特网实现从原材料采购到商品销售全过程的联系,大大提高了企业运作的效率,降低了经营成本<sup>[6]</sup>;第二,市场细分将随电子商务的发展而日渐彻底化,消费者通过因特网直接与生产企业发生联系,使企业针对单个消费者的营销活动(微营销)得以实现;第三,交易方式的无纸化和支付手段的电子化将成为主要形式。

在此种情况下,企业面对电子商务不能仅局限于观望、研究和试探,而是应该积极参与,而且这种积极参与也不只限于新兴科技企业的,传统企业应用电子商务同样具有优势:第一是发挥产品优势,在具备相同的技术和产品的情况下,传统企业更能有效利用和发挥电子商务平台;第二是创新营销模式,可以缩短营销链,从传统的垂直化的结构变成扁平化的结构,降低营销成本;第三是利用一种虚拟组织来增强企业的竞争能力,利用电子商务实现技术、资源高度的整合,更快地适应市场的需要。

### 3 电子商务之于社会——科技搭台,更要文化唱戏

从硬件环境来讲,支撑着电子商务活动开展的是不断进步的信息化技术,既包含了计算机及其他电子通信设备的快速发展,也包含了数据库、软件开发等各类技术的不断更新。尤其是最近几年,这些设备的改进和技术的更新速度非常迅速,涵盖了信息化相关的

十大技术领域:①网络技术;②信息终端;③信息与网络安全技术;④高性能计算技术;⑤海量信息存取与查找技术;⑥语音和视频等多媒体技术;⑦虚拟现实技术;⑧数字图书馆;⑨自然语言理解与翻译技术;⑩软件技术。这些技术的发展为电子商务的发展打下了坚实基础。

从软环境来讲,电子商务的社会影响更要靠文化的内涵来保障方向。任何事物缺少了正确的文化影响就容易犯错误,电子商务活动也是一样,在其衍生和发展的过程中,就出现了一部分人利用其技术和管理上的漏洞而从事违法犯罪的行为,如利用网络电子商务实施诈骗、恶意透支、洗钱、偷漏税等,这样的行为如果缺乏监管和处罚,就会成为电子商务发展和社会进步的障碍,长此以往还会形成一种不良文化,可以称之为亚文化。虽然这些问题不可能完全解决,但决不能让亚文化成为主流,这就需要社会倡导正确的电子商务文化,并灌以其丰富的内涵,包括新型道德观念和诚信品质的树立、人类生活品质的改进、企业经营管理的改革、信息的丰富与对称、市场经济的繁荣、社会生活的和谐等等,让电子商务文化融入人类文明及社会文化发展的主流之中。

### 4 电子商务的未来——资源整合,前景更为广阔

#### 4.1 行业内的资源整合,行业间的优势互补

计世网 2007 年 3 月 21 日消息称阿里巴巴作为最大的电子商务平台,将与优秀的行业网站展开全面深入的合作,共同整合高质专业的商业资讯,通过阿里巴巴平台,为广大企业提供海量信息和专业内容,同时也让各合作网站共享阿里巴巴巨大的商业流量。这是一个电子商务未来发展方向的讯号,代表着电子商务行业内将会进行资源整合,有电子商务分析人士对此予以肯定,认为“这将实现多方共赢”<sup>[7]</sup>。

从趋势上看,这一发展将出现三个方向:第一,同行兼并,也就是由少数优秀的电子商务运营企业把持主流的电子商务平台资源;第二,优势互补,即与自己行业密切相关的行业开展合作,这些行业提供的产品或服务与自己行业的产品或服务能形成很好的互补作用。例如网上商城的相关行业有银行业、大型门户网站、电信集团等等;第三,与传统行业合作。传统企业

的优势在于业务,它拥有自己的业务流程拥有自己的客户群,拥有自己的品牌和高质量的业务处理能力,这些也是电子商务企业梦寐以求的东西。近些年来,多数电子商务企业通过合作战略获得了网上竞争优势,又吸收了传统企业的竞争优势,逐渐摆脱了经营初期亏损的局面<sup>[8]</sup>。

另外,这种合作还包括电子商务平台与其他大型综合性网络平台开展合作,行业性电子商务平台间的联盟性合作,电子商务平台与移动运营商联合开展移动商务合作等等。不管是哪一种形式和方向,电子商务中的资源整合是大势所趋,整合后的电子商务平台将更为专业、更为安全、更为便利和更具竞争性。

#### 4.2 中小企业积极参与,电子商务全面融入企业运营与管理

数据显示,中国中小企业电子商务比例仍然较低,只有约3%的企业真正实现了电子商务<sup>[2]</sup>。这一数据表明当前电子商务市场中17000亿元的市场份额由少数大型企业所占据,中小企业在电子商务活动中获利甚微。

中小企业并非不愿参与电子商务,而是苦于电子商务投资不菲,投资回报周期又具有不确定性,效果也不确定等多方面的原因。随着优秀电子商务平台的不断涌现,中小企业开展电子商务可以跳出自主投入的圈子,而是借助专业平台来实现。按照此种模式,电子商务将成为重要内容融入到所有企业生产、运营和管理的全过程。

#### 4.3 政府加强监管,行业发展更为健康

在电子商务的发展中,当前存在着国家的立法不完善、职能部门的监管不到位、民众的信息安全意识缺乏等问题,只有通过科学的引导、健全的立法、有效的监管才能共同保证电子商务活动的持续、和谐发展。

正是在这样的情况下,《中华人民共和国电子签名法》、《互联网信息服务管理办法》等等法律法规相继出台,酝酿了二十余年的《电信法》也有望近期面世,可见政府对电子商务市场的高度重视,市场监管力度

将不断加强,电子商务行业发展将更为健康。

#### 4.4 移动电子商务发展迅速,成为下一代电子商务发展的主流方向之一

移动电子商务是指通过手机、个人数字助理(PDA)和掌上电脑等手持移动终端进行的商务活动。与传统通过电脑(台式PC、笔记本电脑)平台开展的电子商务相比,拥有更为广泛的用户基础,因此具有更为广阔的市场前景。

据信息产业部统计信息显示,中国手机用户在2006年已达到4.26亿,这一数字是中国互联网用户的3倍多。另外,移动电子商务的与移动数据业务联系紧密,大量的服务靠数据业务来实现,使得中国移动数据业务收入比上年同期增长45.8%<sup>[9]</sup>,可见因特网、移动通信技术和其它技术的完善组合创造了移动电子商务,而电子商务将有可能成为下一代电子商务的主流方向。

#### 参考文献

- 1 上海证券报,2007年电子商务市场总体规模将达到17000亿,2007.3.
- 2 赛迪顾问,2006-2007年中国电子商务市场研究年度报告,2007.1.
- 3 CNNIC,第19次中国互联网络发展状况统计报告,2007.1.
- 4 京华时报,淘宝网去年交易总额169亿,2007.1.
- 5 蒋元涛、郭炜,企业动态战略互动模式的优势、竞争与能力,经营与管理,2007.1.
- 6 陈玉梅、毛筠,新时期企业竞争态势分析及战略思考,商业研究,2006[23].
- 7 计世网,阿里巴巴携手行业网站 电子商务打破界限门槛,2007.3.
- 8 张涛,电子商务企业的战略选择,商场现代化,2007.1.
- 9 信息产业部,2006年上半年通信行业统计报告,2006.8.