成都理工大学学士学位论文开题报告

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 题目名称：长尾理论对电子商务服务实践的影响研究  （中·英文）The research on the influence of e-commerce services practice from long tail theory | | | 题目类型：理论研究 |
| 题目来源：教师拟定 |
| 学生姓名：XXX | 学生学号：XXXX | 专业名称：电子商务 | |
| 导师姓名：张彦 | 专业职称：副教授 | 指导人数：5人 | |
| 1. 要研究内容、预期成果（鼓励有创新点）：   1.研究内容  [1]论文研究的主要内容：  （1）研究长尾理论的基础理论；  （2）电子商务服务基础内容；  （3）对长尾理论、电子商务二者之间的关系进行文献综述以及理论阐述，提出本论文对长尾理论应用于电子商务服务实践的认识和理论观点；  （4）对我国电子商务发展现状进行详细分析，研究当前影响电子商务服务实践的因素；  （5）长尾理论对电子商务服务实践的意义的整体分析和局部重点分析（分析方法运用经济学模型、数学模型、管理工具），如可选择阿里巴巴集团作为案例分析对象，分析长尾理论在其营运与商务运作方面的应用，提出在商品长尾、广告长尾与消费者长尾的应用；  （6）对比二八理论与长尾理论对电子商务服务实践的意义；  （7）从措施建议的角度，对长尾理论下的中国电子商务企业应对策略进行分析。  [2]目录：  第一章 绪论  1.1 研究背景及问题的提出  1.2 研究目标与意义  1.2.1 研究内容  1.2.2 研究意义  1.3 研究内容  1.4 研究方法  1.5 研究技术路线  第二章 长尾理论及电子商务服务相关文献综述  2.1 国内外研究现状  2.2 深入研究  第三章 长尾理论基础  3.1 理论基础  3.2 商品长尾  3.3 广告长尾  3.4 顾客长尾  第四章 电子商务服务基础  4.1 我国电子商务发展现状  4.2电子商务概述  4.3 电子商务服务概述  4.4 电子商务服务产品与盈利模式  第五章 长尾理论与二八理论对比  5.1 理论基础及模型对比  5.2 长尾理论与二八理论两者关系  5.3 长尾理论与二八理论的实际运用  5.4 长尾理论与二八理论对电子商务模式的影响  第六章 案例分析  6.1 引用“阿里巴巴集团”进行分析  6.2 引用“当当网”进行分析  第七章 长尾理论下电子商务企业的问题诊断及应对措施  7.1 长尾理论对电子商务服务的影响及意义  7.2 长尾理论下电子商务发展的优势  7.3 诊断问题，识别原因  7.4 提出应对措施  第八章 总结  8.1 总结  [3] 论文结构    2.预期成果  （1）.根据研究分析,得出长尾理论与电子商务服务的关系：由二八理论向长尾理论转化的经济新形态下电子商务服务发展的优势，论述长尾理论与电子商务服务的本身特点下相互利用、积极推进协同，实现二者的共同成长；  2.分析总结二八理论和长尾理论对电商服务的影响并提出良性措施；  3.通过研究与模型分析，将形象具体地表现长尾理论对电子商务服务的影响指标。 | | | |
| 1. 采用的研究思路（研究方法、技术路线、可行性论证等）： 2. 研究方法 3. 借助网上查询法、文献法、案例分析法、比较研究法、经验总结法等方法来了解长尾理论在实际活动中的运用情况、电子商务服务的发展现状以及长尾理论对电子商务服务的意义； 4. 运用数学模型、运筹学方法与模型（目标决策法、博弈论）对比二八理论和长尾理论对电子商务服务的具体影响，并制定完整的评价标准和体系。 5. 运用辩证唯物主义方法，抓住主要的矛盾，分析矛盾，寻求解决矛盾的方法；   2.技术路线  相关学者的独立见解  查阅相关文献，了解国内外研究现状  确定研究课题  查阅文献，分类整理  实际考察，归纳总结  制定具体研究计划  理论研究  对比研究  案例研究  总结经验，得出结论，论述长尾理论对电子商务服务的意义  指出问题，提出举措，总结  3.可行性论证  通过在图书馆查阅和知网上浏览关于长尾理论、电子商务服务的相关文献，根据自身的实际经历，考察国内外研究现状，并对文章提出的观点和使用到的数据资料进行客观真实、全面科学的论证。 | | | |
| 1. 有工作基础（毕业实习、资料收集情况及空间设备仪器条件等）： 2. 毕业实习   本人在XXXXX实习，该店已经较为成熟地开展网上服务，在面向广大零散的顾客，正是长尾理论的实际体现，对所写论文有很大实际考察的帮助。  2.资料收集情况  对于本课题的研究实行，首先是浏览网络资料，基本了解长尾理论以及电子商务服务的现状，查找相关于论述长尾理论、电子商务服务以及两者相关关系的国内外文献，完成开题报告中的几项基本内容。  接下来，安排精读计划，开始认真阅读收集到的论文和资料，同时做好笔记，归纳总结关于长尾理论、电子商务服务以及两者相关关系的主要部分。同时，扩大范围查找一切有关于长尾理论对电子商务服务实践的意义的国内外研究，对这些研究进行必要地筛选，找出与课题相关的内容，丰富论文的内容。 | | | |
| ④主要参考文献目录及文献综述：  综述报告正文：  电子商务是指在计算机与通信网络基础上，利用电子工具实现商业交换和商业作业活动的全过程。今天，基于Internet的电子商务，由于在降低开销、开拓市场等多方面的优势而引起了越来越多的人的注意。它从上世纪90年代初期兴起以来，已从网上购物等业务扩展到了银行、证券业的运营等方面，成为一种通过网络技术的应用，快速而有效地进行各种商业行为的最新方法。电子商务不仅引起商业的革命，也为信息产业提供了新的契机，将对全球范围的经济、文化甚至政治产生深刻的影响。  据赛迪顾问发布的数据，2005年电子商务逐渐步入稳定增长期，仅网上商店就有500多家，市场规模达到6800亿元人民币，同比2004年增长了41.7%。2005年确实是电子商务异彩纷呈的一年，雅虎和阿里巴巴的合并、当当腾讯杀人C2C领域、云网全数字电子商务概念的出炉、第三方支付行业的第一次浪潮、国美等传统行业加大电子商务投入等等，构成了我国电子商务发展历程中的一幅多彩的画卷。根据中国电子商务研究中心的监测数据显示，2014年全国电子商务交易额达13万亿元。  透过现象看本质，中国电子商务的发展得益于抓住了长尾市场，充分发挥了商品长尾、广告长尾和顾客长尾的效应。所以说，长尾理论对于电子商务发展的影响是十分巨大的。   1. **研究现状**   国内学者陈力丹、霍 仟（2013）在《互联网传播中的长尾理论与小众传播  》中[1]，运用多种理论和方法，他们认为长尾理论最先起源于经济学领域，在互联网信息传播中同样存在着长尾理论。互联网传播中的长尾理论效应，即大众传播和小众群体传播并存，小众群体传播地位日益上升; 小众群体的传播效应可与大众传播相抗衡，甚至超过大众传播。该文探讨了互联网信息传播中的长尾形成机制，即生产内容的工具导致信息生产的长尾、配销大众化导致信息传播平台的长尾、连接供给与需求的可能导致信息需求的长尾。在此基础上总结出互联网传播中的长尾特征。  周鑫（2012）在《基于长尾理论的我国电子商务顾客价值提升策略研究》中[2]，通过对已有的、理论、假说和思想进行逻辑上的分析，由一种现实的情形出发，根据严格的逻辑分析过程，依靠可靠的理论依据，推导出可能产生的结论。作者以我国电子商务企业的内部视角，通过分析得出顾客价值是电商企业竞争力的源泉，进而结合长尾理论发现我国电商企业发展的现状和存在的问题，在主要部分探讨了基于长尾理论的我国电子商务企业顾客价值提升的策略和路径方法。  秦妍（2011）在《长尾理论在中国电子商务企业中的应用》中[3]，基于中国电子商务企业的发展现状， 以长尾理论作为研究视角， 结合中国电子商务发展现状的调查和分析， 并通过探讨阿罩巴巴集团的长尾案例分析， 提出将长尾理论应用于电子商务企业的细分模式一商品长尾、 广告长尾、 顾客长尾。 进一步地，该文指出满足消费者的海量个性化需求是我国电子商务企业的生存和发展之道。该文采用定性分析与案例研究相结合的方法， 对长尾理论及其要素进行分析， 以阿里巴巴集团案例作为研究载体， 研究如何将长尾理论应用于中国电子商务企业。  国内学者朱健，杨涛（2005）在《电子商务特性分析》中[3]，运用多种理论和方法，研究分析电子商务的而且提出了电子商务的哲理特性，他认为，现有的对电子商务特性的论证大多局限于特定的领域,如经济、金融、企业运营等领域.本文从一般和普遍的角度,提出了电子商务的哲理特性,对已有的电子商务应用特性(技术特性)进行了扩展,分析了两种特性之间的关系.最后,指出电子商务给企业管理活动带来的冲击,并对企业的战略管理、生产管理、人力资源管理、营销管理以及供应链管理等方面在电子商务下表现出来的新特点进行了论述.  **2.本课题深入研究的问题**  虽然很多学者分别从不同方面分析了长尾理论在电子商务实务中的应用，但是却没有系统性地分析长尾理论对于电子商务实践的影响和意义，笔者在广泛阅读相关文献的基础上，通过对本文研究该问题。  本文结合很多学者提供的观点分析长尾理论如何影响电子商务的发展，通过实际分析中国中小企业电子商务发展，探讨长尾理论对于其的影响。  **参考文献：**  [1]陈力丹、霍仟.互联网传播中的长尾理论与小众传播[J].西南民族大学学报( 人文社会科学版)，2013（04）  [2]周鑫.基于长尾理论的我国电子商务顾客价值提升策略研究.2012  [3]秦妍.长尾理论在中国电子商务企业中的应用.2011  [4]朱健，杨涛.电子商务特性分析[J].西安文理学院学报，2005（02）  [5]华尓佳.我国电子商务发展前景[J].商场现代化，2006(19)  [6]马强.我国中小企业电子商务应用的现实分析及政策选择[J].商业经济，2010(05)  [7]黄碧燕.中小企业电子商务的应用与发展[N].广西大学学报，2009-03-11（08）  [8]克里斯·安德森.长尾理论,中信出版社2012(03)  [9] 菅谷义博.长尾经济学,南海出版公司,2008  [10] 叶福成.长尾盈利效应,电子工业出版社  [11] 黎涛，杨路明，季宁.长尾理论及其企业适用性研究.电子商务论文集  [12] 梁春晓.电子商务服务,清华大学出版社  [13] 荆林波.阿里巴巴业务模式分析,经济管理出版社  [14] 汤胤.互联网商业创新—理念与实例,电子科技大学出版社  [15] Chris Anderson “The Long Tail: Why the future of business is selling less of more”, CITIC Publishing House  [16]阿里巴巴集团研究中心 ：http://www.aliresearch.com/ | | | |
| ⑤工作计划：   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | 起止日期 | 主要任务 | 工作地点 | 检查方式 | | 2105年1月16日-5月3日 | 资料整理、撰写论文 | 在家 | 通信检查 | | 2015年5月4日- 5月8日 | 完成初稿 | 学校 | 通信检查 | | 2015年5月4日-5月28日 | 修改、定稿 | 学校 | 现场检查 | | 2015年5月29日-6月6日 | 答辩 | 学校 | 现场检查 | | | | |
| ⑥指导教师或指导小组评价（对题目、工作要点、方法、进度及准备情况）：  指导教师（签名）： 年 月 日 | | | |
| ⑦对学生开题报告的评审意见（是否同意进入毕业论文或毕业设计撰写阶段）：  教学系主任（签字）： 年 月 日 | | | |

填表说明：

1、开题报告可从教务处主页下载，A4纸张打印或手工誊写；

2、题目来源：填“教师科研课题”、“教师拟定”、“学生自拟”、“其它”；题目类型：填“理论研究”、“应用研究”、“技术开发”、“其它”；

3、工作计划要真实具体，各阶段必须明确起止日期、工作地点。检查方式是指：现场或通信检查等；

4、本开题报告中所列主要参考文献目录不少于4篇；

5、开题报告一式三份，所在教学系、指导教师、学生各执一份，备查；

6、本开题报告适合本科生，专科生可参考。