

# 我国电子商务的发展趋势

张虹

(淮北矿业股份有限公司物资分公司 235000)

**摘要:**十年来,电子商务发展迅猛,世界主要国家和地区的电子商务市场保持了高速增长态势,已成为国民经济重要增长点。本文分析了我国电子商务发展现状,以及未来电子商务的发展环境,深入探讨了未来电子商务的发展形态,对企业参与市场竞争有参考价值。

**关键词:**电子商务;发展现状;发展环境;发展形态

近年来,在全球经济保持平稳增长和互联网宽带技术迅速普及的背景下,世界主要国家和地区的电子商务市场保持了高速增长态势。中国等发展中国家电子商务异军突起,电子商务交易额快速增长,几成电子商务大国,成为国际电子商务市场的重要力量。

## 一、我国电子商务发展现状

### 1. 电子商务进入规模发展阶段

近年来,我国电子商务进入规模发展时期。从2009年至2014年间,中国电子商务市场交易规模从3.7万亿元猛增至13.4万亿元,2015年是16.4万亿元,2016年超20万亿元。网购零售市场交易更是高速增长。2007年是560亿元,2008年达到1300亿元,占到社会消费品零售总额的132.14%。此后虽有波动,但2012年底交易规模突破1万亿元大关,达13205亿元,占社会消费品零售总额的64.67%。2015年达20184亿元,2016年达到44726亿元。发展速度呈井喷之势。

### 2. 移动终端网络购物爆发性增长

随着智能手机在中国的日渐普及,移动电子商务在中国将进入快速发展期。2011年1季度国内移动网购交易额10.8

亿元,占互联网购物比例的0.7%;2012年1季度国内移动网购交易额就达到76.1亿元,占互联网购物比例的2.90%;2013年1季度,移动网购交易额再创新高,达到266.6亿元,同比增长250.3%,占互联网购物比例提升至7.60%,两年时间提升10倍。2015年发展更快,2.1万亿元,同比增长123.8%。2016年达7834.4亿元,同比增长75.9%,其爆发性的增长催生出的市场空间持续加大。

### 3. 跨境电子交易获得快速发展

我国中小外贸企业跨境电子商务逆势而上,多年保持30%的年均增速。出现了一站式推广、平台化运营、网络购物业务与会展相结合等模式,有力推动了跨境电子商务纵深发展。全社会电子商务应用意识不断增强,应用技能得到有效提高。相关部门协同推进电子商务发展的工作机制初步建立,围绕电子认证、网络购物等主题,出台了一系列政策、规章和标准规范,电子商务发展环境日益良好。

### 4. 催生电子商务服务业的兴起

我国电子商务快速增长,初步形成了功能完善的业态体系。电子商务的不断普及将直接带动物流、金融和IT等服务

加强实施,可综合运用微博以及微信社交软件,加强电子商务平台的宣传力度,加强对大数据技术的应用,深度挖掘有价值的信息,提高电子商务模式应用质量。

第四,注重新的客源挖掘开发。网络经济中电子商务模式的创新发展,需要从新客源的开掘层面着手实施,网络的出现方便了信息的流转,诸多企业都在开发网络市场。网络环境下的客户资源也比较多,挖掘和开发更多的客户资源才能迅速地占据市场发展主导地位,要充分认识到网络自身的优越性。互联网能够提供信息收集以及传播的功能,为电子商务的客源开发提供了方便。对此就要建立新型价格体系,对产品的再包装充分重视,为价格优化创造有利的发展条件。

第五,注重整合新的技术资源。4G时代的到来为电子商务的发展创造了机遇,对此,电子商务的模式创新就要利用新的技术,移动终端产品和互联网服务的趋势更加显著,加强电子商务的模式创新要注重信息化服务,将销售终端服务和物流管理能与移动电子商务发展有机的结合,保障用户和企业对物流信息的流动查询的便捷性,及时掌握物流信息。网络经济中的电子商务模式创新发展要充分重视价值链创新,注重客户关系的管理和用户体验,只有如此才能有助于网络经济的繁荣。

### 2.2 网络经济中电子商务模式发展趋势

未来的电子商务模式发展将会向着移动化方向转变,而在当前的电子商务模式中已经实现了移动化目标。移动的电子商务模式是通过智能手机等开展的模式,这一电子商务发展模式就和通信以及互联网等多种技术进行了有机结合,能够方便人们随时随地进行商贸活动,大大提高了电子商务工作的效率,不受时间地域的限制。而当前移动用户的数量比

较庞大,这正是电子商务模式发展的一个机遇。移动化的电子商务模式加快了产业转型的效率,和实体经济的联系更加紧密。

## 结语

总之,电子商务的模式创新发展,要以市场需求为导向,在网络经济的大环境下,注重技术的创新和理念的创新,积极应对发展中的问题,重新审视电子商务的业务开展,和网络经济的发展需求相结合。通过从理论上分析研究电子商务模式的创新发展,希望能促进实际的电子商务模式的创新目标实现。

### 参考文献:

- [1]王祖良.电子商务模式的多维分类体系研究[J].网络安全技术与应用,2014(05)
- [2]谭晓林,谢伟,李培馨.电子商务模式的分类、应用及其创新[J].技术经济,2016(10)
- [3]王娟,方遼.长沙卷烟厂的电子商务模式分析[J].电子商务,2016(01)
- [4]王感文,刘莹,肖静.电子商务对财会人员素质与教育分析[J].电子商务,2016(10)
- [5]赵瑞筠.分析电子商务案例模型的应用[J].电子商务,2015(08)
- [6]杨晓光,林波,鲁艳霞.电子商务案例分析模型的改进探讨[J].中国市场,2016(10)
- [7]廖列法,詹晓晖.动态电子商务的构架分析与模式创新研究[J].江西科学,2015(06)

### 作者简介:

尹明(1972- ),男,本科,副教授,研究方向:电子商务专业教学和研究。

类型的行业发展,带动与之配套的第三方支付、电子认证、网络信息安全、网络保险等电商生态圈中各子业态的发展。大量的电子商务服务商,带动物流供应链上各节点的发展。辅助性电子商务服务派生出一些新的服务行业,企业供应链电子商务、国际电子商务的发展将带动电子商务服务业的发展。全国广大农村涌现出一批淘宝店,一些村庄围绕自身的资源、市场优势,开展特色电子商务应用。传统零售企业纷纷进军电子商务。企业、行业信息化的快速发展为加快电子商务应用提供坚实基础。

## 二、未来电子商务的发展环境

“十二五”以来,我国电子商务发展正在进入密集创新和快速扩张的新阶段,日益成为拉动我国消费需求、促进传统产业升级、发展现代服务业的重要引擎。

### 1.运营日趋规范化

2012年两会后,商务部逐步启动出台系列网络交易规章,从市场准入、信用体系建设、消费维权、案件管辖、网上知识产权保护、新兴业态、跨境交易、网络不正当行为、秒杀等网络新兴行为九大方面对电子商务进行监管。电子商务将被广泛应用于生产、流通、消费等各领域和社会生活的各个层面。这将促使全社会电子商务的应用意识不断增强,电子商务发展的政策法律环境将不断完善。同时,也促使物流、信用、电子支付等电子商务支撑体系建设更全面地展开,使电子商务发展的内在动力持续增强。

### 2.更多的跨界合作和与产业发展的深度融合

目前,大多数传统企业纷纷触网,或是自主独立经营,或是与电商企业合作,或是交由电商代理公司经营,或纷纷开设电子商务渠道,涉及包括3C、百货、化妆品、服装、母婴用品等多个行业。在综合性电子商务网站已经占据综合类B2B领域绝大部分市场的情况下,越来越多的行业电子商务网站已经在综合网站市场之外寻求专业化细分领域的发展。电子商务正在与传统产业进行深入的融合。未来电子商务将与传统商务一起成为社会商业活动的一部分。

### 3.应用将达到新的广度和深度

在区域发展方面,长三角、珠三角和环渤海等电子商务在继续高速增长的同时,辐射力也逐渐提高,将促进东部和中西部地区之间的协调发展;在企业应用方面,将促进企业由非支付型电子商务向支付型电子商务发展、协同电子商务的发展。越来越多的企业和个人将参与进来,电子商务参与环节会越来越多,适用人群更普及。不久的将来,在参与电子商务年轻人的带动下,越来越多的中年人甚至老年少年都会参与体验电子商务的便利。我国作为世界第二大经济体,电子商务能为我国企业拓展国外市场发挥重要作用。

### 4.金融与商贸流通将成为C系电子商务的主要载体

未来政府将大力推动电子商务在经济工作中的应用程度,B2C、C2C等面向个体消费者的C系电子商务应用将成为重中之重。C系电子商务需要行业载体作为依托,金融与商贸流通业将成为未来中国电子商务应用发展最快的两大行业。近几年网上银行、网上证券、保险电子商务的发展,已经具备了一定的电子商务发展基础和条件,培育更理性的电子商务消费群体符合国家以点带面发展电子商务的要求。商贸流通业电子商务应用的自发性更强,涉及细分行业与领域更多。

## 三、未来电子商务的发展形态

随着政府参与规范与扶持力度的加大,中国电子商务的发展更具针对性与方向性,形态会更加扩张、集约和高效。未来中国电子商务发展将重点聚焦以下几方面:

### 1.移动购物

随着3G网络的普及,智能手机等移动智能终端的发展,未来移动电子商务将进入快速发展时期。今后移动购物的频次

会越来越高,更零碎。淘宝、京东、腾讯网、凡客诚品等都在通过客户端布局开展移动电子商务。人们会充分利用移动设备扫描、图像、语音识别、感应、地理化、GPS等特征,将移动购买带到千家万户。

### 2.向三四五线城市辐射

一二线城市电子商务的发展已相对稳定,再往后三四五线城市将成为电商企业开拓发展的新领域。阿里已开始发展菜鸟物流,京东IPO也在大幅度融资(金额在15亿美元到19亿美元之间)用于电商基础设施建设,都将重点放在了三四线城市,发展空间更大。

### 3.平台化和物联网

现在,大的电商都开始建设自己的平台,充分利用自己的流量、商品和服务;他们利用全社会的资源弥补和增加自己商品的丰富度,增加服务和地理覆盖。将来可穿戴设备和RFID的发展与普及,如芯片可以植入在皮肤里或衣服里或任何的物品里。如把牛奶放进冰箱,通过自动扫描,就知道保质期,动态知道用量,用完的时候可以自动下订单。那个订单会触发生产、零售、物流等一条龙自动完成。

### 4.云服务和大数据的应用

目前,大数据正逐渐被发掘并发挥其精准营销功能。京东商城投入40亿元兴建南北两大云计算数据中心,阿里尝试向电商企业输出云计算、云储备,亚马逊也开展云服务等。电子商务将不断积累了规模化数据,形成了大量的电子商务顾客行为数据,这个数据可以产生价值,成为电子商务盈利的最高层次。

### 5.电子支付业务向银行转移

现在,电子商务线上交易金额不断扩大,从事金融服务的银行必将走向前台,逐步提高在电子商务交易中的服务比例。趋势是网上银行业务会逐步效仿第三方支付平台模式,建立资金中转机制;另外,银行、银联、发卡服务商、收单服务商、系统集成服务商、第三方卡业务运营商将在电子支付体系重建中发挥巨大作用。

### 6.互联网金融

未来的互联网金融平台有保险、基金、小贷,有各种各样的服务,服务主体是银行、金融机构、保险公司等,服务对象是所有的大宗顾客,还有商家、供应商、合作伙伴。这个平台甚至为所有的大众服务。

### 7.终端服务更深入

如沃尔玛在中远两湾城建立社区服务点,负责集货、仓储、零发顾客。还可以作为营销点,展示商品,或为社区的居民团购,或帮助他们上网和使用手机购物。从某种意义上说传统零售在往线上走,电子商务往线下走,最后一定是O2O的融合,为顾客提供多渠道、更大的便利。

### 8.精准化营销、个性化服务与社交购物

将来的营销会由大众化营销向窄众营销发展,每个人都希望最大效率地应用这个营销的渠道和营销的工具,都希望自己的个性化需求能够得到满足。希望得到亲人、朋友和领袖的建议,都希望社交网络能为大家提供更加精准、更个性化的服务。

### 参考文献:

- [1]李洪心.电子商务概论[M].东北财经大学出版社,2011第3版2页.
- [2]鲁培康.凌雁.阿里巴巴与中国电子商务的未来趋势[J].销售与市场,2009(02):70.
- [3]叶佳.中国电子商务发展现状及其面临的问题[J].商业经济,2010(07):37.