

国外电子商务产业发展的研究与借鉴

□广西生态工程职业技术学院 国政 庞正轰 陈帅嘉

□柳州城市职业技术学院 谢名洋

□首都师范大学 国锦华

□内蒙古师范大学 弓晓光

【摘要】本文阐述美国、德国、日本等国外电子商务产业的发展状况,总结国外电子商务产业的主要特征,提出柳州市电子商务产业的发展模式与策略。

【关键词】国外 电子商务产业 发展模式 借鉴

【中图分类号】G **【文献标识码】**A

【文章编号】0450-9889 (2016) 12C-0027-04

计算机技术和信息技术的快速发展,催生了电子商务产业,使得全球的商业活动发生了巨大变革,传统的经济运行模式正在发生重大改变。目前,全球电子商务产业发展势头强劲,占经济总量的比重不断提高,一些国家的电子商务市场已经连续多年实现两位数字的增长,许多国家和地区电子商务发展逐步成熟。在我国,电子商务产业属于“技术推动型”,即电子商务的概念先于电子商务应用出现,由网络和电子商务技术发展而不断带动企业的电子商务的发展,企业的电子商务的发展又推动了我国的电子商务产业,电子商务产业进而又拉动了我国经济的发展。

伴随着我国电子商务的快速发展,不仅工业、制造业、商贸、流通业与电子商务结合紧密,而且现代农业、服务业也与电子商务加速融合发展,助推了经济结构转型升级,成为经济发展的新动力。既创造了新的消费需求,又开辟了就业增收新渠道。柳州市作为工业城市,过去以高耗能、高污染为代价寻求发展的方式已不能适应当前的经济环境,而发展电子商务产业为柳州的传统产业与信

息技术的结合实现产业结构升级提供了一个新方向。调整产业结构、发展电子商务产业具有重大的现实意义,也是柳州市经济发展的一个突破口。但是,柳州发展电子商务产业又面临着现实的困境,主要体现为:一是各级政府领导和相关行业企业,对电子商务产业的运作模式和未来发展态势不够了解;二是柳州市目前未出台加快电子商务产业发展的规划与扶持政策,企业进入电子商务的道路面临许多困难;三是柳州市电子商务产业的资金投入不足,缺乏配套设施,电子商务产业起步难;四是电子商务专业人才严重缺乏。因此,研究并借鉴发达国家电子商务产业的发展模式,发展柳州市电子商务产业,就显得意义非常重大。

一、国外电子商务发展模式

(一)美国电子商务发展概况。在过去的十几年里,美国的电子商务产业领跑全球。美国也是北美地区电子商务发展的典型。

1.美国电子商务的发展基础。美国的电子商务产业属“商务推动型”,也就是企业的商务需求推动了电子商务的发展。先进发达的电子商务基础又抓住了美国网络时代带来的大好机遇。这不仅体现在制造商拥有自己的网站、采购商大多在网上交易,还体现在美国拥有充足的消费群体、良好的信用体系、完善的金融支付系统和高效快捷的物流系统,保证了安全支付和及时收、付货。而且,电子商务零售市场庞大,交易额年均增幅高达14%。特别是在经济增长的贡献中,电子商务产业的贡献率达25%,超过过去一直以来占据统治地位的汽车和

航天两大工业,成为拉动美国经济复苏、优化经济结构的引擎。

2.美国电子商务的主要模式及规模。美国的电子商务经历了从B2C到B2B两个发展路径。据统计,1998年包括通用、福特在内的大型制造企业进入电子商务领域,美国电子商务的主流是B2B,其交易额占整个电子商务交易额的70%。目前,以B2B为主体、B2C为新方向的趋势,B2C成为今后世界商业贸易的主流趋势。美国电子商务凭借后发优势,快速拉动了经济发展,以美国最大的电商亚马逊为例,仅用短短的十年时间,其产品已全面覆盖美国人日常生活的方方面面,电商规模已超过实体商户。就全球来讲,美国B2C电子商务交易规模位居世界第一,销售额占据全球份额的四分之一,美国电子商务交易额从总量上看保持着较高的增长,美国电子商务交易额在2000年达到400亿美元,到了2010年将达到3160亿美元。移动电商在电子商务产业中也起着举足轻重的地位,2013年美国仅移动电子商务交易额就高达388.4亿美元,相较2012年的248.1亿美元增长56.5%,预计到2017年移动电子商务交易额将高达1085.6亿美元。美国电子商务公司包括沃尔玛超市、雅虎、戴尔电脑、IBM等所产生的营业额已高达商务总额的三分之一以上,在各自的领域取得巨额利润。

3.美国电子商务产业的特点。美国发展电子商务产业的主要特点有:一是宽松的市场环境,美国政府鼓励电商产业自我规范,减少政府对市场的干预;二是完善的基础设施,美国拥有先进的

电信基础设施和完美发达的物流配送网络；三是适宜的法律政策，美国政府制定了关于电子支付、电信技术标准、电商税收、信息安全、个人隐私、知识产权保护等法律法规。

(二)德国电子商务发展概况。德国是欧洲地区电子商务产业发展的典型代表，电子商务发展势头强劲。

1.德国电子商务发展基础。先进的信息通信技术、因特网的广泛建立、家用电脑的普及、越来越多的企业和个人热衷于进行网上交易是德国电子商务发展的基础。德国联邦统计局公布数据显示：在1999年，德国只有9%的企业在网络上进行交易；到了2015年，德国90%以上的商家达成电子商务交易。电子商务产业已经成为德国仅次于汽车、机械等部门的第四大产业，信息技术领域其增长速度比其他产业都快。

2.德国电子商务发展模式及规模。B2C是德国电子商务产业发展的主流。据Statista分析预测，2012年，德国B2C电子商务销售额为495.2亿美元，从2013年开始，德国B2C电子商务销售额会以每年40亿美元的速度增加，2013年增长到540亿美元，预计2017年德国B2C电子商务交易额将会达到700亿美元。据全球调查公司eMarketer的数据显示，德国网上交易贸易额仅次于英国市场，其增长率远远超过全球平均水平，进入欧洲市场前5名。据估计，德国的电子商务交易额在未来一段时间内仍将快速增长，在总贸易额中比重也将逐年提高。

3.德国电子商务产业发展特点。德国电子商务发展能够领先于欧洲，一是基础设施好，互联网普及率高。二是电子商务的独特的优势为供应商、消费群体等各类客户提供了方便服务。三是政府大力支持，政府不仅在政策上支持，而且政府采购电子商务化，促进了中小企业的发展。四是法律体系完备健全。德国是欧洲大陆法系的代表国家，在规范电子商务的法律方面营造了良好的环境。

(三)日本电子商务发展概况。日本电子商务起步晚，但发展较快，是亚洲地区电子商务产业发展的领先者。

1.日本电子商务发展基础。日本电子

商务的发展得益于完善的基础设施和企业间相互纽带关系。日本不仅具有发达的网络通信基础，而且拥有众多的电商便利店，这是日本电商发展的前提；而日本中小企业群围绕核心大企业的共生体系是电商发展的基础，日本大企业如NEC、丰田、新日铁等凭借雄厚的资本和技术积极推进电子商务时，就会同时带动大批的相关中小企业参与电子商务，进而整体推进了电子商务产业的发展。

2.日本电子商务的发展模式及规模。日本电子商务的发展模式以B2B为主、B2C为辅，主要得益于网络通信基础环境的迅速发展及众多的实体便利店。据emarketer的报告显示，2000年日本电子商务市场规模为478万亿日元，2012年，B2C的电子商务市场规模是9兆5130亿日元；2000年，B2B交易的市场规模为21.6万亿日元（约为1860亿美元），B2C市场规模为8240亿日元（约70亿美元），B2B的交易是B2C的27倍，2012年，B2B的电子市场规模是262兆540亿日元，B2B的交易是B2C的33倍。可以看出，日本电子商务产业呈现出高速增长的态势。

3.日本电子商务产业主要特点。日本电子商务产业发展特点主要有：一是政府大力支持，日本在对比研究了美国和欧盟做法的基础上，推出一系列适合国情的电子商务促进计划，特别是早在2006年推出《数字化日本之发端行动纲领》，对电商的发展趋势、构筑认证系统、推进跨国电商等问题进行详细论述，为日本电商发展提供了方向；二是技术和设备完善，日本引领着国际上先进的技术标准，日本不仅建立高度可信赖的电子商务平台，而且加大了在移动通信、图像网络等关键技术领域方面的投资；三是日本的产业链紧密合作，既有庞大的配送体系，还有遍布全国的实体便利店为支点，实现了就近配送，形成高度配合的实体经济、电子商务、支付系统和物流体系为一体的电子商务系统，并不断完善以提高效率。

二、国外电子商务发展的主要特点

从以上几个典型国家电子商务产业的发展模式和发展过程来看，主要呈现出以下几个特点：电子商务市场环境宽

松、政府大力支持、基础设施完善、产业结合紧密、法律法规健全。

(一)市场环境宽松。市场环境宽松是上述几个电子商务产业发展较快的国家共同特征，自由进入和退出市场壁垒是决定电子商务产业快速发展的一个重要因素。美国政府强调市场化原则，鼓励电商产业建立自律性规范，发挥企业在电子商务中的主导作用，减少政府对电商市场的干预。同时，美国拥有适宜的社会环境、竞争环境、服务环境和管理环境等。德国、日本政府采取微观经济政策规范电商产业，从产业市场竞争、企业合同履行等方面完全执行行业标准，增强了市场透明度，促进了商业贸易，有效地防止了伪劣假冒。

(二)政府大力支持。上述几个国家，政府大力支持是电子商务产业能够快速发展的先决条件。美国政府将互联网发展提升为国家战略，制订并有效地实施了“信息高速公路”计划；而后从基础设施、税收政策引导、市场环境等方面大力加以推进，同时，美国政府通过互联网开辟了国际贸易自由区和免税区，积极推进电子商务的全球自由贸易。日本政府在电子商务发展上，早在2006年就推出《数字化日本之发端行动纲领》，从日本国家战略的高度上提出了发展电子商务产业的方向，建立高度可信赖的电子商务网络商业平台，推动电子商务的发展。德国政府对电子商务的发展高度重视，从上世纪90年代开始，将电子商务产业当作重点扶持对象，不仅出台了多个有利于电子商务发展的纲要性文件，还从多个方面大力支持电子商务产业的发展。

(三)基础设施完善。完善的基础设施是电子商务产业发展的必要条件。美国、德国、日本都拥有先进的电信基础设施，家用电脑及互联网的普及程度高，企业和民众的电子商务意识强，大多企业和个人喜欢进行网上交易。为上述三国创造了良好的电子商务发展环境。据统计，美、德、日三国在2014年，移动互联网用户数同比激增43%，近50%—60%的10岁以上网民使用移动设备上网。

(四)产业结合紧密。产业链紧密合

作是国外电子商务快速发展的一个重要条件。电子商务产业链从信息角度出发,电子商务信息包括制造者、传递者、消费者、分解者,信息之间有明确的角色界限,相互之间可以寄生、共生和转化。美国、德国、日本电子商务产业链紧密合作,尤其在物流配送方面。美国拥有先进的电信基础设施,美国企业在电子商务物资流通领域吸收了军队后勤保障体系的运作模式,在各地设立了好多物流配送网络。日本的电商运作模式,不是简单地模仿美国,而是利用早已形成的大量便利商店的优势,形成完善独特的物流配送体系,实行就近配送,以保证配送产品的及时、质量、准确。

(五)法律法规健全。健全的法律法规是国外电子商务产业快速发展的保证。上述几个国家,都建立了统一、完整、相互协调的电子商务法律体系,这为电子商务平台正常运转的提供了最基本保障。在法律保障上,美国政府不仅完善电子商务方面的法律法规,制定了电信技术标准,还规范了电子支付系统,而且在税收政策、信息安全、知识产权保护、个人隐私、等方面营造了良好的制度环境,为美国电子商务的发展扫清了前进的障碍。德国政府先后颁发实施了德国《民法典》《电子商务指令》《远程销售法》《电信媒体法》等都成为规范欧盟和德国电子商务产业的主要法律框架。日本制定和实施的《信息技术21世纪计划》《e-Japan重点计划》《数字化日本之发端行动纲领》等,规范电子商务的法律环境。

对于电子商务正在快速发展的中国以及正在谋求电商快速发的柳州市而言,研究和借鉴各国电子商务发展模式的一般特征,并将其与柳州市的实际相结合,设计和实践适合柳州市电子商务发展的模式,显然具有十分重要的现实意义。

三、柳州市电子商务发展的思考

广西属老少边穷地区,经济发展相对滞后,电子商务起步晚。但是,广西地理位置优越,是进出东盟的重要门户,具有独特的区域优势。而柳州市位于广西中部,是西南地区重要的工业城市,也是

广西经济发展的排头兵,当前制约柳州市电子商务产业发展的因素,主要表现在:一是思想陈旧、观念落后、地方保护主义思想明显;二是专业人才短缺,引人用人留人机制落后;三是基础设施薄弱,电商发展资金投入少,电商环境还需逐步形成;四是产业结合不紧密,产业结构需要优化;五是政府服务意识差,没有形成规范的完善的宏观政策支持体系来提升电商市场竞争力。我们应借鉴国外电商发展的经验,快速发展柳州市的电商产业。

(一)解放思想,更新观念。电商产业已经引领了经济的发展,柳州市电商产业发展面临的最大问题是领导干部思想陈旧、观念保守,阻碍了柳州电商产业的发展。要解决这个问题,关键是用发展理念武装干部思想,全面开展大学习、大讨论,大胆使用一批思想解放、开拓进取的优秀干部,转变干部群众的思想观念,分析制约经济发展的突出问题,制定发展思路,领导干部转变作风,具有发展意识、责任意识、服务意识、创新意识。

(二)出台政策,优化电商发展环境。电子商务的发展,需要适宜的社会环境、管理环境和服务环境、自由竞争的市场环境。政府要出台政策规范电子商务在市场的运行规则,诚实守信、依法经营,提倡公平竞争,维护行业 and 企业的合法权益,尽量减少政府对电子商务发展的干预,还要取消不合理的地方保护主义政策。各级政府要针对柳州市的实际情况,在引进人才、招商引资、税费政策、企业用地等方面出台扶持与优惠政策。

(三)筑巢引凤,完善基础设施。电商产业的发展需要完善的基础设施。柳州市电商产业发展,既需要先进的网络基础设施,也需要掌握并利用网络技术进行网上交易的网民、企业,还要有赖以支撑电商产业发展的十分庞大的物流配送体系,“无物流、不电商”,建立丰富发达的物流配送网络,也必须有进行网络交易服务的金融市场,如支付宝等网上银行。

有了完善的基础设施,更要有专业的电商人才。通过制定人才发展战略,出台鼓励人才引进的政策,大力引进优秀人才,同时还要把培养电商人才列入

政府、高校等相关职能部门的重要工作,产、学、研结合,高校教师、学生实践要与企业合作,电商专业要与电商产业结合。通过良好的引人、留人、育人环境,大力提高行业人才队伍素质,从面推进柳州电商产业的快速发展。

(四)未雨绸缪,及时调整产业结构。

随着电子商务产业的发展,电商产业在现代经济中越来越重要,正成为我国经济发展的重要产业和经济增长点。柳州市政府要未雨绸缪,及时调整产业结构,将电商产业的发展作为头等大事来抓,大力扶持市内的各类互联网企业,营造良好的电子商务发展的环境,在资金、技术、市场、人才、法律、培训、政府关系等方面提供服务,有效地推动柳州市电子商务产业的健康、快速发展。

(五)审时度势,把握电商发展趋势。

目前,电子商务产业发展形势较快,出现了许多新的变化。一是在发展模式上,C2B向上游模式发展成为常态,O2O线下零售业态模式将整体走向成熟。二是在发展渠道上,国内电商从一、二线城市向三、四线城市倾斜,而且也刺激了农村电商的发展,跨境电商成为新增长点,网络的全球化发展会对拓展国际市场起到一定积极作用,实现多方共赢。三是在产业结合上,形成更趋完善的电商物流体系,以电商产业发展为支撑,通过物流延伸出来的供应链、服务、营销等增值服务和以金融业为主的服务将发展迅速,并形成强大的电子商务产业集群。针对上述发展趋势,柳州市要审时度势,及时调整产业结构,制定电商发展战略,把握电商发展趋势,顺应经济发展潮流,推动经济又好又快发展。

【参考文献】

- [1] 陈生萍.国外农业电子商务的发展以及对中国的启示[J].农业图书情报学刊,2008(9)
- [2] 李京文.中国电子商务的发展现状与未来趋势[J].河北学刊,2016(1)
- [3] 赛洁,耿博伟,陈宏.基于内容分析法的网络经济违法监管模式研究[J].科技管理研究,2011(24)

(下转第52页)

感知。

(二) 尊重学生个性发展。学生存在个体差异, 思想政治学习也是一样, 因为平时学习习惯、学习效率、学习悟性都存在一定差异, 其课堂学习表现也不会完全一样。教师要尊重学生个性表现, 并给出针对性教学设计, 让更多学生都能够得到同样的进步和成长。高职院校学生学习基础参差不齐, 教师在课堂教学设计时要引入分层教学意识, 对不同学生展开不同教学, 其操作难度很大, 教师要注意优化教法, 以提升教学有效性。

例如对于穿戴问题, 每一个学生都有自己的审美观, 教师在进行思想政治教育时, 不能用大一统式教育方式, 要求学生都能够接受教师的审美观念。在具体施教时, 教师要用更为专业的视角, 和学生展开互动讨论, 给学生更多规劝、建议, 而不是行政命令, 学生接受起来比较温和, 教学效果也会更显著一些。

三、拓展训练, 升级思想政治理论课生活化评价体系

课堂训练设计时, 教师要注意引入学生生活认知, 设置多种训练内容, 丰富训练形式, 还要介入多元课堂评价方式, 激励学生主动参与课堂训练活动, 促进思想的改造和成长。

(一) 设置多样训练内容。思想政治课堂训练设计时, 教师可以借鉴网络相关信息材料, 但需要充分考虑学生生活

实际感知情况。如果能够让学生展开生活调查、实地观察、演绎活动、报告展示等实践训练, 学生一定会表现出更大热情, 确保课堂训练能够维系在较高维度之上。学生生活认知丰富多彩, 教师要注意多元接轨, 从学生生活实践角度展开教学训练设计, 学生主动性被激活, 其学习动力强劲, 学习操作效果当然会更显著。

例如生活调查训练, 教师让学生走访调查不同学生群体, 对就业、创业的规划情况, 学生会快速行动起来, 并对相关群体展开深入细致的调查, 对相关信息材料进行分析比对, 形成最终调查结论。学生对这些内容具有较强敏感性, 介入热情高涨, 操作效果也会更突出。

(二) 引入多元评价方式。课堂教学评价有诸多形式和方法, 教师要注意学生生活认知水平, 注意多种评价方式的综合运用, 给学生带来更多学习认知体验。自评、互评、教师点评, 是比较常见的评价方式, 在具体操作时, 教师要引导学生从生活实践角度展开, 从生活审美视觉发动, 学生会放下有色眼镜展开评价活动, 切实发挥评价的激励作用。

例如教师课堂评价, 当学生获得优异成绩, 或者有突出表现时, 教师可以给出具体的点评, 也可以用一个小手势、一个眼神、一个动作, 给出评价。甚至可以借助网络表情符号展开评价, 学生会

感觉特别亲切, 其激励效果不容小觑。

基于生活化的高职思想政治课堂教学设计, 需要观照学生生活现实和思想现实, 针对学生生活认知展开教学设计, 可以极大地提升课堂教学效率, 给学生带来更为丰富学习感知。高职院校思想政治课堂教学要摆脱传统说教意识, 从不同角度展开教学改革, 教师需要转变教学观念, 学生也需要改变学习习惯, 切入更多生活经历认知, 让思想政治课堂贴近学生生活, 从而为学生健康成长带来重要助力。

【参考文献】

- [1] 潘虹. 高等职业院校思想政治教育生活化取向教学设计研究[J]. 机电产品开发与创新, 2014(1)
- [2] 李艳. 基于生活化思维的高职思想政治理论课教学模式的研究[J]. 辽宁高职学报, 2016(5)
- [3] 苑秀芹. 高职思想政治理论课生活化教学模式的构建[J]. 陕西广播电视大学学报, 2014(2)

【作者简介】黄华燕(1982—), 女, 湖南涟源人, 广西机电职业技术学院计算机与信息工程系讲师, 硕士, 研究方向: 大学生思想政治教育和高等职业教育研究。

(上接第29页)

[4] 田雨晴. 社会化电子商务研究综述[J]. 北京邮电大学学报(社会科学版), 2013(4)

[5] 宗乾进. 国外社会化电子商务研究[J]. 情报杂志, 2013(10)

[6] 钟宇平. 浅析计算机技术在电子商务中的应用[J]. 科技论坛, 2015(4)

[7] Amblee N, Bui T. Harnessing The Influence of Social Proof in Online Shopping: The Effect of Electronic Word of Mouth on Sales of Digital Microproducts[J]. International Journal of Electronic Commerce, 2011(2)

[8] Ickler H, Baumol U. Adding Value with Collective Intelligence—A Reference Framework for Business Models for User-Generated Content[J]. Advances in Intelligent and Computing, 2012(113)

[9] Sarkar A. Impact Of Utilitarian and Hedonic Shopping Values on Individual's Perceived Benefits and Risks in Online Shopping[J]. International Management Review, 2011(1)

[10] Wang C, Zhang P. The Evolution of Social Commerce: An Examination From the People, Business, Technology, and Information Perspective[J].

Communications of the Association for Information Systems, 2012(5)

【基金项目】柳州市博士联谊会软科学研究项目; 广西教育科学规划项目(2014JD302); 广西高校科学技术研究项目(2013YB325)

【作者简介】国政(1971—), 男, 内蒙古呼和浩特人, 广西生态工程职业技术学院副教授, 博士研究生, 研究方向: 生态经济/林业经济管理。

(责编 黎原)