

电子商务概述

主要内容

介绍电子商务的定义、特点、产生和发展,概述本书主要学习内容。

教学目标

1. 统一电子商务的定义。
2. 了解电子商务的特点和发展状况。
3. 对电子商务概论所要学习的内容有一个总体认识。

重点

电子商务的定义。

难点

电子商务的定义。

开章引例

我国电子商务的发展现状及趋势

艾瑞咨询统计数据显示,2011 年中国电子商务交易总额达到 5.88 万亿元,2012 年中国电子商务市场交易额突破 8 万亿元,2013 年中国电子商务市场交易规模达到 9.9 万亿元,2014 年中国网络购物市场交易规模达到 13.4 万亿元,较 2013 年增长 35.4%,仍然维持在较高的增长水平。根据国家统计局 2014 年全年社会消费品零售总额数据,2014 年网络购物交易额大致相当于社会消费品零售总额的 10.7%,年度线上渗透率首次突破 10%。艾瑞分析认为,随着移动购物市场的飞速发展、典型电商企业向三四线城市甚至农村市场的扩张及国际化战略的布局,未来几年,中国

网络购物市场仍将保持 27% 左右的复合增长率。

艾瑞咨询认为,中国电子商务未来发展有如下三大趋势。

(1) 渠道下沉。随着三四线城市及乡镇地区的居民收入水平的不断提高,购物需求日益旺盛,在一二线城市网购渗透率逐渐饱和的情况下,需求旺盛的农村市场开始成为各电商企业发力的新重点。近两年来,大量电商企业通过刷墙、建立服务点等方式进入农村,物流公司也开始覆盖乡镇等配送范围,未来几年,电商将持续向三四线城市及乡镇地区渗透。

(2) 加速向各行业渗透。随着电子商务进程的加深及网络销售商品品类的不断扩充,除了电商行业内先发品类如服装、3C 家电、化妆品等线上渗透率不断提升外,侧重于服务及体验的产品如商旅、保险、基金等产品的线上发展水平也在不断提升。此外,重视服务的家装电商、医药电商等也开始快速发展。

(3) 跨境电商快速发展。从政策层面看,国家出台了一系列跨境电商促进政策并先后批准上海、宁波、郑州等市开展跨境电商试点,为跨境电商提供政策支持。从市场需求看,除了国外消费者对我国国内物美价廉的商品的巨大需求外,随着社会消费水平的提高,中国消费者对海外优质的品牌商品也有同样旺盛的购买需求。从企业来看,除了既有行业内的大量外贸电商企业外,内贸电商企业也纷纷实施国际化战略,布局跨境电商业务。未来几年,在行业前景明朗、政策利好及市场需求旺盛的共同推动下,未来跨境电商行业将会获得快速发展。

2015 年 11 月 11 日,阿里巴巴“双十一”节日交易额达到 912 亿元,更是让人们看到我国网络零售市场发展的巨大潜力。毫无疑问,电子商务正在成为拉动国民经济保持快速增长可持续发展的重要动力和引擎。

(资料来源:艾瑞咨询. <http://www.iresearch.cn/>)

1.1 电子商务的定义和特点

网络售物、购物及相关商务业务总称电子商务。时至今日,电子商务已是家喻户晓,其重要性也已为大多数企业所认同。但在学界,什么是电子商务依然未有定论,其定义五花八门,十分混乱。

1.1.1 电子商务的定义

刘宏主编的《电子商务概论》指出:狭义的电子商务是指人们利用电子手段进行的以商品交换为中心的各种商务活动,是指公司、厂商、商业企业、工业企业与消费者个人双方或多方通过计算机网络,主要是因特网进行的商务活动;广义的电子商务是指各行各业中各种业务的电子化,又可以称为电子业务,包括电子政务、电子军务、电子教务、电子公务等。

刘业政主编的《电子商务概论》认为：现在所说的电子商务一般就是指基于因特网的电子商务。

美国政府的定义是：电子商务是通过因特网进行的各项商务活动，包括广告、交易、支付、服务等活动。

加拿大电子商务协会的定义是：电子商务是通过数字通信进行商品和服务的买卖以及资金的转账，它还包括公司间和公司内利用 E-mail、EDI、文件传输、传真、电视会议、远程计算机联网所能实现的全部功能。

联合国经济合作与发展组织的定义为：电子商务是发生在开放网络上的包含企业之间、企业和消费者之间的商业交易。

《2010—2015 年中国电子商务市场投资分析及前景预测报告》认为：电子商务通常是指在全球各地广泛的商业贸易活动中，在因特网开放的网络环境下，基于浏览器/服务器应用方式，买卖双方不谋面地进行各种商贸活动，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。

对电子商务的不同定义还有很多，但仅从上面所列的几个定义中已可看出，各种不同的定义都可归类为狭义的或广义的定义。狭义的定义把电子商务和互联网严格地联系起来，限定了与互联网相关的商务活动，才能叫作电子商务，如美国政府的定义、刘业政书中的定义、中国电子商务市场投资分析及前景预测报告的定义等。广义的定义是把一切使用了电子设备而开展的与商务有关甚至是无关（如电子教学、电子政务、电视会议等）的活动都称为电子商务，如加拿大电子商务协会的定义和刘宏的书中的定义等。狭义和广义两种不同的定义可概括如下。

狭义的定义：互联网上与商品或劳务交易有关的一切业务。英文称为 Electronic Commerce(简称 EC)。

广义的定义：通过电子设备与电子相关的方法进行的商业活动，包括通过电话、电视、电传、传真、EDI、内部网、远程网、互联网等所进行的所有与商务相关的一切活动。英文称为 Electronic Business(简称 EB)。

本书主编主张以狭义的定义为电子商务的定义，理由如下。

(1) 电子商务这一名称，只是在互联网上出现商务活动以后才产生的，此前并无这种提法，至少现在知道这一名词的绝大部分人以前都没听说过。

(2) 通过电话、电视、电传、传真等非互联网且连计算机网络也不是的电子设备和手段而进行的商务活动，充其量只能说是电子商务的萌芽或原始、初级阶段形态，与使用互联网进行的现代电子商务有明显的质的区别，因而还不能称为电子商务，恰当的称呼应是利用电子设备进行的商务。正如“管理信息系统”这一概念，虽然从本质和广义上说，计算机出现以前的手工（或说人工）管理的信息系统也是管理信息系统，但管理信息系统的概念是 20 世纪 70 年代当计算机较多地用于信息管理时才出现的，现在教科书上所定义的管理信息系统，都强调了是“以计算机为基础的”用于信息管理和提供管理信息的人机系统。又如现代工业出现以前，也有了生产一些非农业产品的小手工业、手工作坊，它们也只能被称为小手工业、手工业，而没有被称为工业，只有在蒸汽机、电动机出现以后，才