

高等院校移动商务管理系列教材

移动商务安全

Mobile Commerce Security

(第二版)

张润彤 田佳丽◎主编



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

高等院

教材

移动商务安全

Mobile Commerce Security

(第二版)

张润彤 田佳丽◎



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

移动商务安全/张润彤, 田佳丽主编. —2 版. —北京: 经济管理出版社, 2017.1
ISBN 978-7-5096-4826-1

I. ①移… II. ①张… ②田… III. ①电子商务—安全管理 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 316254 号

组稿编辑: 勇 生

责任编辑: 杨国强

责任印制: 木 易

责任校对: 超 凡

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 玉田县昊达印刷有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 720mm×1000mm/16

印 张: 16.5

字 数: 296 千字

版 次: 2017 年 4 月第 2 版 2017 年 4 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-4826-1

定 价: 33.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

编委会

主任：张世贤

副主任：杨世伟 勇 生

编委会委员（按照姓氏拼音字母排序）：

陈 颢 高 闯 洪 涛 吕廷杰 柳永坡 刘 丹
秦成德 沈志渔 王 琦 叶蜀君 勇 生 杨国平
杨学成 杨世伟 张世贤 张润彤 张 铎

专家指导委员会

主 任：杨培芳 中国信息经济学会理事长、教授级高级工程师，工业和信息化部电信经济专家委员会秘书长，工业和信息化部电信研究院副总工程师

副主任：杨学成 北京邮电大学经济管理学院副院长、教授

委 员 (按照姓氏拼音字母排序)：

安 新 中国联通学院广东分院院长、培训交流中心主任

蔡亮华 北京邮电大学教授、高级工程师

陈 禹 中国信息经济学会名誉理事长，中国人民大学经济信息管理系主任、教授

陈 颢 致远协同研究院副院长，北京大学信息化与信息管理研究中心研究员

陈国青 清华大学经济管理学院常务副院长、教授、博士生导师

陈力华 上海工程技术大学副校长、教授、博士生导师

陈鹏飞 北京嘉迪正信(北京)管理咨询有限公司总经理

陈玉龙 国家行政学院电子政务研究中心专家委员会专家委员，国家信息化专家咨询委员会委员，国家信息中心研究员

董小英 北京大学光华管理学院管理科学与信息系统系副教授

方美琪 中国人民大学信息学院教授、博士生导师，经济科学实验室副主任

付虹蛟 中国人民大学信息学院副教授

龚炳铮 工业和信息化部电子六所(华北计算机系统工程研究所)研究员，教授级高级工程师

郭东强 华侨大学教授

高步文 中国移动通信集团公司辽宁有限公司总经理

郭英翱 中国移动通信集团公司辽宁有限公司董事、副总经理

何 霞 中国信息经济学会副秘书长，工业和信息化部电信研究院政策与经济研究所副总工程师，教授级高级工程师

洪 涛 北京工商大学经济学院贸易系主任、教授，商务部电子商务咨询专家

移动商务安全

- 姜奇平 中国信息经济学会常务理事, 中国社会科学院信息化研究中心秘书长, 《互联网周刊》主编
- 赖茂生 北京大学教授、博士生导师
- 李琪 西安交通大学电子商务研究所所长、教授、博士生导师
- 李正茂 中国移动通信集团公司副总裁
- 刘丹 北京邮电大学经济管理学院副教授
- 刘腾红 中南财经政法大学信息与安全工程学院院长、教授
- 柳永坡 北京航空航天大学副教授
- 吕廷杰 北京邮电大学经济管理学院院长、教授、博士生导师
- 马费成 武汉大学信息管理学院教授、博士生导师
- 秦成德 西安邮电大学教授
- 乔建葆 中国联通集团公司广东省分公司总经理
- 沈志渔 中国社会科学院工业经济研究所研究员、教授、博士生导师
- 汪涛 武汉大学经济与管理学院教授、博士生导师
- 王琦 北京邮电大学副教授
- 王立新 北京邮电大学经济管理学院 MBA 课程教授, 中国移动通信集团公司、中国电信集团公司高级营销顾问
- 王晓军 北京邮电大学继续教育学院副院长
- 谢华 中国联通集团公司人力资源部人才与培训处经理
- 谢康 中山大学管理学院电子商务与管理工程研究中心主任、教授
- 谢进城 中南财经政法大学继续教育学院院长、教授
- 徐二明 中国人民大学研究生院副院长、教授、博士生导师
- 徐升华 江西财经大学研究生部主任、教授、博士生导师
- 杨国平 上海工程技术大学继续教育学院副院长、教授
- 杨培芳 中国信息经济学会理事长、教授级高级工程师, 工业和信息化部电信经济专家委员会秘书长, 工业和信息化部电信研究院副总工程师
- 杨世伟 中国社会科学院工业经济研究所教授, 中国企业管理研究会副理事长
- 杨学成 北京邮电大学经济管理学院副院长、教授
- 杨学山 工业和信息化部副部长、党组成员
- 叶蜀君 北京交通大学经济管理学院金融系主任、教授、博士生导师
- 张华容 中南财经政法大学工商管理学院副院长、教授、博士生导师
- 张继平 中国电信集团公司副总经理、教授级高级工程师
- 张润彤 北京交通大学经济管理学院信息管理系主任、教授、博士生导师
- 张世贤 中国社会科学院工业经济研究所研究员、教授、博士生导师

前言

随着移动互联网的深入渗透,我们的生活、工作和娱乐的移动化趋势越来越明显,移动商务成为不可阻挡的商业潮流。尤其是“互联网+”战略正在推动数字经济与实体经济的深度融合,“大众创业,万众创新”方兴未艾,我们有理由相信,移动商务终将成为商业活动的“新常态”。

在这样的背景下,有必要组织力量普及移动商务知识,理清移动商务管理的特点,形成移动商务管理的一整套理论体系。从2014年开始,经济管理出版社广泛组织业内专家学者,就移动商务管理领域的重点问题、关键问题进行了多次研讨,并实地调研了用人单位的人才需求,结合移动商务管理的特点,形成了一整套移动商务管理的能力素质模型,进而从人才需求出发,围绕能力素质模型构建了完整的知识树和课程体系,最终以这套丛书的形式展现给广大读者。

本套丛书有三个特点:一是课程知识覆盖全面,本套丛书涵盖了从移动商务技术到管理再到产业的各个方面,覆盖移动商务领域各个岗位能力需求;二是突出实践能力塑造,紧紧围绕相关岗位能力需求构建知识体系,有针对性地进行实践能力培养;三是案例丰富,通过精心挑选的特色案例帮助学员理解相关理论知识并启发学员思考。

希望通过本套丛书的出版,能够为所有对移动商务管理感兴趣的人士提供一份入门级的读物,帮助大家理解移动商务的大趋势,形成全新的思维方式,为迎接移动商务浪潮做好知识储备。

本套丛书还可以作为全国各个大、专院校的教材,尤其是电子商务、工商管理、计算机等专业的本科生和专科生,相信本套丛书将对上述专业的大学生掌握本专业的知识提供非常有利地帮助,并为未来的就业和择业打下坚实的基础。除此之外,我们也期待对移动商务感兴趣的广大实践人士能够阅读本套丛书,相信你们丰富的实践经验必能与本套丛书的知识体系产生共鸣,帮助实践人士更好地总结实践经验并提升自身的实践能力。这是一个全新的时代,希望本套丛书的出版能够为中国的移动商务发展贡献绵薄之力,期待移动商务更加蓬勃的发展!

目 录

第一章 移动商务安全概述	1
第一节 电子商务与移动商务	4
第二节 移动商务概述	9
第三节 移动商务安全的概念与现状	15
第四节 移动商务的安全原则和措施	20
第二章 移动商务的安全基础	27
第一节 移动商务的体系结构与支撑环境	29
第二节 移动商务安全威胁的产生	34
第三节 移动商务支付	38
第四节 主流移动商务安全技术概述	45
第三章 移动商务网络安全机制与应用	57
第一节 移动商务网络简介	60
第二节 移动商务网络安全问题与防范	67
第三节 入侵检测和攻击分析	73
第四节 移动商务应用安全	79
第四章 移动商务安全协议与标准	87
第一节 协议与标准概述	89
第二节 无线网络安全协议与标准	94
第三节 现场移动支付安全标准	102
第四节 影响移动商务安全发展的相关标准	108
第五章 移动商务安全技术	119
第一节 移动商务安全技术概述	121

第二节	移动商务中主要的安全技术介绍	126
第三节	移动商务安全技术综合应用模式	135
第四节	移动商务安全技术的发展趋势	140

第六章	移动支付安全	149
-----	--------------	-----

第一节	移动支付	154
第二节	移动支付模式	159
第三节	移动支付安全	167
第四节	移动支付产业发展问题与策略	175

第七章	移动商务的安全管理	183
-----	-----------------	-----

第一节	移动商务存在的安全管理问题分析	186
第二节	国内外移动商务安全管理现状	188
第三节	信誉与信任模型	194
第四节	移动商务安全管理措施	199

第八章	移动商务安全应用	211
-----	----------------	-----

第一节	移动商务应用安全概述	213
第二节	手机银行应用安全问题	217
第三节	移动游戏应用安全问题	223
第四节	移动政务应用安全问题	228

参考文献		239
------	-------	-----

第一章

移动商务安全概述

学习目的

知识要求 通过本章的学习，掌握：

- 电子商务的概念
- 移动商务的概念
- 移动商务安全的概念及现状
- 移动商务安全的原则与措施

技能要求 通过本章的学习，能够：

- 了解电子商务、移动商务的概念
- 了解移动商务安全的概念
- 理解移动商务安全的现状
- 掌握移动商务安全的原则与措施

学习指导

1. 本章内容包括：电子商务与移动商务；移动商务概述；移动商务安全的概念与现状；移动商务的安全原则和措施。
2. 学习方法：独立思考，抓住重点。了解电子商务、移动商务的相关概念；重点掌握移动商务安全的原则与措施。
3. 建议学时：4 学时。

引导案例

当电子商务遇见手机 购物习惯因网而变

一家你常光顾的咖啡店，它所售的咖啡只满足成本的需要。当你在其中享受咖啡时光时，会无意间接触到很多商品。一只精致的咖啡杯吸引了你的目光，“买下它”是你当时的唯一念头，于是你掏出手机，拍下这只咖啡杯，并一键购买了它。

这并非科幻电影中的虚构场景，按照目前移动电子商务的发展，这样的场景很可能就在不远的将来。

一、“移动”着购物不再遥远

网购这块大“蛋糕”在众多宅男宅女外加潮男潮女的鼎力支持下变得愈发香甜，各方在紧盯着它的同时，不忘磨快自己的小刀，以从中分杯羹尝尝，但切蛋糕的快慢往往取决于手中的工具是否锋利。于是，选择用“手机”切蛋糕的人越来越多，因为它切得更好、更快。移动互联网和电子商务的结合也就应运而生。

根据近期艾瑞咨询发布的数据显示，2011年第一季度，我国移动互联网市场规模达64.4亿元，同比增长43.4%，环比增长23.0%。在市场细分格局中，除了移动增值市场以55.6%的优势保持领先外，手机电子商务表现较为突出，所占比例达到21.6%。

而清科报告的数据也表明，2011年，我国的移动互联网投资将有望刷新历年纪录。2010年全年，移动互联网投资案例23起，总金额约2亿美元；2011年，仅截至3月底的数据，就有6起案例以及1.2亿美元的投资额。

根据艾瑞咨询的数字，2010年，中国电子商务市场规模为4.8万亿元，预计到2014年，将超过20万亿元。按照保守估计，到2016年，移动电子商务的规模将至少达到10万亿元。

可见，疯狂的资本投资背后，并非是电商的一相情愿。业内专家预言：电子商务正在经历一场从“桌面”到“掌上”的变革。

二、从“坐着买”到“走着买”

当传统电子商务还在打着“没人上街不等于没人逛街”的旗号躺在功劳簿上“吃老本”时，移动电子商务却先行一步，蜕变为电子商务2.0版本，以抢占这片手机“蓝海”。

从手机与无线互联网珠联璧合的那一刻开始，它就已不再是传统意义的“电话”，而当与无线互联网“牵手”成功的手机遇上电子商务时，“移动商店”

就在你的口袋里了。

说起移动电子商务的概念,按照网络流行的解释,其实就是利用手机、平板电脑等无线终端进行的电子商务应用。它将互联网、移动通信、短距离通信等技术完美结合起来,使人们可以在任何时间、任何地点进行线上、线下购物与交易、在线电子支付,参与各种商务活动和金融活动等。

传统电子商务实现了大家不出门就能购物的梦想,打破了时间限制,而移动电子商务则可以克服“只能坐在家里的买东西”的限制,有了口袋里的“移动商店”,在任何有手机网络覆盖的地方,都可以轻松选购商品、下单乃至支付,直至完成交易。

三、“智能”为手机带来购物商机

对于网购达人来说,手机购物并不是件新鲜事情。其实,早在2008年,淘宝就开通了手机版淘宝网页,随后当当网、卓越亚马逊等网上商城先后都曾推出手机版。不过,当时受限于手机屏幕小、上网速度慢等原因,手机购物只会带来较差的购物体验,埋单的人并不多。

如今,以iPhone和Android为代表的智能手机的逐渐普及,为移动电子商务带来了新的契机。目前,中国有超过3亿人的手机用户规模,手机支付日趋成熟,这些都让企业信心满满,手机购物正成为各大电商战略布局的重心。

例如,卓越亚马逊推出的Android应用就融入了“心愿单”功能,消费者如果遇到自己心仪的商品,但目前还并不打算购买,那么可以将其放入“心愿单”内,其他朋友如果看见在“心愿单”中的商品,很有可能在你生日或其他重要日子里,将它买下送给你,从而帮你实现心愿。

从淘宝到当当,从麦考林到凡客诚品,从苏宁易购到1号店,它们或推出手机商城,或开发智能手机客户端,都想在移动购物领域分一杯羹。

四、购物比价渐成潮流

由于移动终端的应用,一种称作“靠谱价”的比价功能也应运而生。

小刘是淘宝网双钻买家,称得上是购物达人的她最近总是能以最优惠的价格买到商品,让许多同事眼红,问起原因,小刘告诉记者:“在商场买东西最重要的就是比价,俗语说货比三家不吃亏,在网上也是一样。‘靠谱价’所提供的就是比价功能,使用了这个功能之后,在网上比价轻而易举,买到便宜的商品也是理所当然的。”

据介绍,“靠谱价”就是官方网站根据成交量高、信誉好、人气旺的商家的商品价格得出的平均价格。由于“靠谱价”以TOP卖家实际成交情况作为标准,而成为买家的消费指南,这样一来,不管是线上还是线下,偏离“靠谱价”太多的店家首先会被买家淘汰,依据“靠谱价”,消费者能够更精准地找

到所需商品并快速完成购买。

在消费行为的模式里,比价功能可以带给消费者直接、实际、容易满足的体验,与传统比价方式相比,“靠谱价”的最大优势在于:首先是购物主动性,消费者不再被动接受一个商家的信息,可以从多个商家的信息中选择最理想的价格;其次是价格透明,同样的商品谁的价高、谁的价低,一目了然,物有所值不吃暗亏;最后是快捷方便,通过“靠谱价”获得的价格信息,不仅适用于网络购物,同样也适用于线下实体店购物,消费者不用再为买一件商品而一家家去比价了。

五、拨开浮云才能迎来黄金时代

不过,正当移动电子商务这趟列车全速驶向“成熟”时,2011年3·15央视却频频曝光团购的欺诈与诚信缺失。这不得不警醒大家,当手机购物“热”时,还要抽空“冷”思考一下。

专家指出,各种网络欺诈行为已成为消费者投诉热点,不断增长的各种钓鱼网站欺诈行为,直接威胁到消费者的网购及支付安全。这也揭露了电子商务与移动电子商务的通病:诚信缺失及用户体验不成熟。此外,就目前情况而言,国内物流行业鱼龙混杂,移动电子商务支付手段主要由物流公司代收货款和充值点卡代收等。这种物流企业与商家的结算风险比较大,而且结算周期相对较长,安全、便利性不尽如人意。

虽然国内移动电子商务市场正值黄金时代,但无论是电商还是网购达人,想要真正在其中受益,还需慢慢拨开眼前的浮云,慎步而行。

资料来源:张莹.当电子商务遇见手机 购物习惯因网而变 [N]. 新报, 2011-07-11.

问题:

1. 移动通信网络怎样促进了移动商务的发展?

2. 案例总结了哪些影响移动商务发展的安全问题?你还能总结出哪些其他安全问题?

第一节 电子商务与移动商务

随着计算机通信网络技术快速革新和电子商务活动的日益丰富,固定的电子商务形式再也不能满足人们的需求,越来越多的企业或个人因商务和职业的需要,希望能随时随地地进行商务活动。随着移动通信技术和移动手持设备的迅速成熟、普及,人们越来越多地利用手机或膝上电脑收发电子邮件、查阅新

闻或股市行情、订购各种急需商品；商家进行移动中的咨询洽谈、遥测位置、广告宣传、提供移动娱乐服务、移动教育平台；等等。这些活动就是本书要讨论的移动商务。

一、电子商务

计算机、通信、信息技术的快速发展和 Internet 的普及应用，使得现代商业具有不断增长的供货能力、不断增长的客户需求和不断增长的全球竞争三大特征，电子商务正是为了适应这个以全球为市场的变化而出现和发展起来的。

（一）电子商务的定义

从宏观角度讲，电子商务是计算机网络的第二次革命，是通过电子手段建立一个新的经济次序，它不仅涉及商业交易本身，而且涉及诸如金融、税务、教育等社会其他层面。

从微观角度讲，电子商务是指各种具有商业活动能力的实体（生产企业、商贸企业、金融机构、政府机构、个人消费者等）利用网络和先进的数字化传媒技术进行的各项商务贸易活动。然而，一次完整的商业贸易过程是复杂的，包括交易前了解商情、询价、报价、发送订单、应答订单、发送接收送货通知、取货凭证、支付汇兑过程等，此外还有涉及行政过程的认证等行为。因此，严格来讲，只有上述所有贸易过程都实现了无纸贸易，即全部是非人工介入，均使用各种电子工具完成，才能称为一次完整的电子商务。

电子商务应包含以下五点含义：采用多种电子通信方式，特别是通过 Internet；实现商品交易、服务交易（其中含人力资源、资金、信息服务等）；包含企业间的商务活动，也包含企业内部的商务活动（生产、经营、管理财务等）；涵盖交易的各个环节，如询价、报价、订货、结算及售后服务等；采用电子方式是形式，跨越时空、提高效率、节约成本是主要目的。

综上所述，电子商务是利用计算机技术、网络技术和远程通信技术，实现整个商务（买卖）过程中的电子化、数字化和网络化。

（二）电子商务的发展阶段

电子商务的发展经历了以下五个阶段。

1. 20 世纪 70 年代基于传统 EDI 的电子商务阶段

在“无纸化”贸易需求的推动下，为了克服传统的人工处理单证和文件的困难，贸易商们开始在商务活动中尝试运用计算机处理商务活动中的文件和单据，EDI 应运而生。EDI 是将业务文件按一个公认的标准从一台计算机传输到另一台计算机的电子传输方法。由于 EDI 大大减少了纸质票据，因此，被形象地称为“无纸贸易”或“无纸交易”。从技术上讲，EDI 包括硬件和软件两大

部分,硬件主要指计算机网络,软件包括计算机软件和 EDI 标准。EDI 即电子商务的初级阶段。

2. 20 世纪 90 年代以 Internet 上的 EDI 为核心的电子商务阶段

EDI 的运用大大推动了国际贸易的发展,但是由于 EDI 通信系统的建立需要较大的投资,因此限制了基于 EDI 的电子商务应用范围的扩大。20 世纪 90 年代,Internet 迅速普及,它克服了 EDI 的不足,满足了中小企业对于电子数据交换的需要。Internet 作为一个费用更低、覆盖面更广、服务更好的系统,为所有企业普及电子商务提供了可能。基于 Internet 的 EDI 集 EDI 和 Internet 的优势于一体,因此有人把通过 Internet 实现的 EDI 称为 Internet EDI。

3. 现在的 E 概念电子商务阶段

自 2000 年初以来,人们对于电子商务的认识逐渐扩展到 E 概念的高度。电子信息技术不但可以和商务活动相结合,还可以和医疗、教育、卫生、军事、政府等有关的应用领域相结合,从而形成有关领域的 E 概念。电子信息技术同教育相结合,孵化出电子教务——远程教育;电子信息技术和医疗结合,产生出电子医务——远程医疗;电子信息技术同政务结合,产生出电子政务;电子信息技术和金融结合,产生出在线银行;电子信息技术与企业组织形式结合,形成虚拟企业;等等。随着电子信息技术的发展和社会需要的不断提出,人们会不断地为电子信息技术找到新的应用,必将产生越来越多的 E 概念,进入所谓的 E 概念电子商务阶段。

4. 全程电子商务阶段

随着 SaaS (Software as a Service) 软件服务模式的出现,各种软件纷纷登录互联网,延长了电子商务链条,形成了当下最新的“全程电子商务”概念模式。并且随着无线通信技术的发展和各类移动终端价格的平民化,互联网的接入方式正在悄悄地发生改变,人们除了继续使用台式电脑访问有线网络外,也渐渐开始用这些普及的移动终端设备来接入互联网,从而实现移动互联,于是就产生了移动商务。

5. 智慧电子商务阶段

2011 年,互联网信息碎片化以及云计算技术愈发成熟,主动互联网营销模式出现,i-Commerce (individual Commerce) 顺势而出,即电子商务摆脱传统销售模式生搬上互联网的现状,以主动、互动、用户关怀等多角度与用户进行深层次沟通。

二、移动商务的兴起

当前,随着移动网络的迅速普及和发展,在人们普遍接受网上购物、网上

办公等电子商务模式后,移动上网、移动聊天、移动定位、移动付费等新型的沟通和商务模式也已悄然走进人们的生活。这种新型的商务模式就是移动商务。

最新统计显示,截至2011年6月,中国网民规模达到4.85亿人,其中手机网民占比超过65%,达到3.18亿人,成为我国网民的重要组成部分。移动互联网市场的迅速崛起,预示着移动商务在中国将有极大的发展空间和市场前景。

(一) 移动通信技术的发展

移动数据通信和互联网技术的飞速发展,为移动商务的发展提供了保障。相对于互联网的发展,移动通信领域是当前发展最快、应用最广和最前沿的通信领域之一,它的最终目标是实现任何人可以在任何地点、任何时间与其他任何人进行任何方式的无线电通信。移动通信目前已从20世纪80年代的第一代模拟及频分多址通信技术(简称“1G”),发展到90年代初时分多址的第二代数字移动通信技术(简称“2G”),再到普遍应用的介于2G和3G之间的2.5G,乃至目前的新技术——第三代数字移动通信技术(简称“3G”)。这是促成移动商务飞速发展的主要因素。

(二) 移动设备的发展和运用

随着移动通信和移动互联网的迅速发展和普及,移动通信设备无论功能和种类还是数量和质量都得到了飞速的发展,从概念到实施只经历了很短的时间,而且还在以一种前所未有的速度在全球推进。从第一代的WAP手机到第二代的GPRS手机,再到现在普遍使用的3G手机、初进市场的4G手机,以及各式各样的掌上通信工具,人类通信在互联网技术的推动下创造着一个又一个的应用新境界,而每一次跨越都对人们生活、思维习惯和社会规范产生着深远的影响。移动接入设备的发展为移动商务的运用提供了可能,这类设备具有一定的运算处理能力、网络连接能力和存储能力。由于体积小、携带方便而且集中了计算、编辑、多媒体和网络等多种功能,它不仅可用来管理个人信息、访问网络资源、收发E-mail等,甚至还可以通过无线通信方式与远程计算机进行交互控制。移动设备发展的趋势和潮流就是计算、通信、网络、存储、娱乐、电子商务等多功能的融合。

由于移动设备的便携性及移动通信技术的飞速发展,近年来在电子商务中,作为对台式计算机的补充,大多数人已经开始使用移动设备进行各种各样的贸易,以提高工作效率。移动商务不仅能提供在互联网上的直接购物,还是一种全新的销售与促销渠道,通过移动商务,用户可随时随地用移动电话或PDA查找、选择及购买商品和服务。甚至有人预测,在电子商务发展的第五阶

段,“移动商务”将覆盖传统的“电子商务”。

三、移动商务与电子商务的关系

(一) 电子商务是移动商务的基础

移动商务是由电子商务的概念衍生出来,是电子商务的表现形式之一。现在的电子商务以 PC(个人电脑)为主要界面,是“有线的电子商务”;而移动商务,则是通过手机、PDA 等这些可以装在口袋里的终端来完成商务活动的。几乎所有的无线互联以及有线互联企业都会进入移动商务,只有进入这个领域,才能将无线终端的用户以及有线终端的网民这两个社会群体转变为消费的群体,从而为企业的生产带来实质的利益。

电子商务的发展为移动商务的研究和应用提供了丰富的经验,无论是市场开发还是发展环境都为移动商务的发展提供了一个很好的平台。近几年来,随着计算机与 Internet 的发展,电子商务,无论是作为一种交易方式、传播媒介还是企业组织的进化,都在广度与深度方面取得了前所未有的进展。然而,与此同时,电子商务发展的基础环境问题,尤其是电子商务的法律环境,也越来越引起了人们的关注。在法律环境上,我们需要建立完善的贸易自由化下对国内产业的保障机制,制定完善的反倾销与反补贴法以及货物贸易与服务贸易市场的进口保障机制,增强贸易政策的透明度。要完善技术法规、标准和评定程序,修改知识产权法律法规、加强知识产权执法力度,放宽对外商投资的限制,要与与贸易有关的投资措施协议并轨,建立有效的利用争端解决机制等。在电子商务下的法律环境,仍然适合移动商务对法律的需要,这为移动商务的健康发展提供了法律保障。

移动商务重新建立新的商务模式能够节约很多成本。如 B2B、B2C 等经典的商务模式不但适用于移动商务模式而且还可以加快移动商务的发展。

(二) 移动商务是电子商务的未来

从积极的角度来看,移动商务的企业应用有着广泛的空间。移动商务是传统电子商务的扩展,它能利用最新的移动技术和各种各样的移动设备,派生出很多更有价值的商务模式。当电子商务的概念逐渐普及,企业部署电子商务的基础架构基本完成时,接下来的发展必然是移动商务。在整个互联经济的发展过程中,从最初的基于 Web 的简单应用,到电子交易系统的建立,再到电子商务的完全成型,现在到了全面的移动商务应用。可见,移动商务属于电子商务发展的一个必然延伸。移动商务統合了移动通信的优势,有很大的发展空间。

但目前,由于一些电子商务固有的老问题还没有解决,移动电子商务