

现代服务业中 电子商务发展战略研究

李 琪 彭丽芳 著



科学出版社

现代服务业中电子商务 发展战略研究

李 琪 彭丽芳 著

科 学 出 版 社

北 京

内 容 简 介

本书是国家科技支撑计划“现代服务业接口技术及其符合性测试平台的研发”重大项目课题之子课题“我国现代服务业中电子商务发展研究”(项目编号: 2006BAH02A36-009)的研究成果。内容涉及现代服务业中电子商务的范畴、电子商务相关支撑环境、关键行业电子商务的应用和中国现代服务业中电子商务的发展对策等。

本书可作为现代服务业特别是电子商务行业从业人员的参考用书,也可作为相关专业本科和研究生教材,还可供经济、管理、信息类专业学习电子商务的人员参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

现代服务业中电子商务发展战略研究/李琪, 彭丽芳著. —北京: 科学出版社, 2011

ISBN 978-7-03-030511-4

I. ①现… II. ①李… ②彭… III. ①服务业—电子商务—经济发展战略—研究—中国 IV. ①F719-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 039261 号

责任编辑: 李 娜 王京伟 / 责任校对: 柏连海

责任印制: 吕春珉 / 封面设计: 耕者设计工作室

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

双青印刷厂 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2011年5月第 一 版 开本: B5 (720×1000)

2011年5月第一次印刷 印张: 14 1/4

印数: 1—1 000 字数: 320 000

定价: 42.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换〈双青〉)

销售部门电话 010-62134988 编辑部电话 010-62137374 (BA08)

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-64030229; 010-64034315; 13501151303

前 言

随着科学技术的发展和可持续发展意识的提高,世界产业结构由“工业型经济”逐步向“服务型经济”转型,服务业的发展程度已成为当今世界一个国家或地区经济发展水平的重要标志。在新经济环境下,尽管近几年中国的现代服务业取得了快速的发展,但仍存在着在国民经济中所占比重过低、结构不合理和服务支撑体系不完善等问题。现代服务业已经成为我国重点培育和发展的产业,而电子商务是推动现代服务业发展的关键。因此,对现代服务业中电子商务的研究就显得尤为重要。

从我国现代服务业的发展现状和存在的问题来看,服务业信息化建设步伐缓慢、电子商务应用不够普及和深入是主要原因。电子商务对现代服务业起到推动作用,应该利用电子商务推进现代服务业的发展。

一方面,现代服务业适合发展电子商务。电子商务的本质是“效率、协同、敏捷、快速”,自诞生以来,其应用领域首先就是服务业。从本质上讲,现代服务业就是建立在信息网络基础之上的新型商业活动。因此,电子商务深入到整个服务业中是大势所趋,电子商务成为推进现代服务业发展的重要手段之一,在信息化、信息网络基础上进行的所有服务活动都需要电子商务来推动。

另一方面,电子商务对现代服务业有着巨大的促进作用。具体表现在:①电子商务可以克服时间和空间障碍,扩大业务范围,加快现代服务业的发展;②电子商务可以优化现代服务业的企业业务流程;③电子商务可以降低现代服务业的业务成本,提高服务业的整体效益;④电子商务可以促进现代服务业的业务创新,为客户提供优质服务,提高客户忠诚度;⑤电子商务有利于加强与业务伙伴的合作与联系,密切服务业与客户之间的关系,从而形成规模效应,提高服务业客户关系管理水平。

因此,要加快发展现代服务业,电子商务是关键,这也是本书出版的意义所在。本书主要分为四大部分,共九章。第一部分(第一、二章)是现代服务业中电子商务概述及理论与研究状况。第一章从中国现代服务业谈起,对现代服务业中电子商务的研究内容进行了归纳,分析了服务业中电子商务的发展现状及进行研究的意义;第二章介绍了进行电子商务学科研究的目的和意义,并基于文献的分析把电子商务学科研究分为理论研究和应用研究两种,而基于问题导向的研究则从电子商务理论、电子商务应用和电子商务教育三个方面展开。第二部分(第三至五章)是关于现代服务业中电子商务相关支撑环境的研究。第三章描述了国内外电子商务信用体系发展现状,指出国内电子商务信用发展存在的问题,对电子商务信用评价体系现状进行了分析并提出了若干建议,总结了电子商务信用体

系的四维模型，在此思维模型的基础上构建电子商务信用体系；第四章描述了中国电子支付发展的现状，并指出所面临的问题，结合中国现代支付的发展趋势给出了中国现代支付的发展对策与建议；第五章指明了电子商务与现代物流间的关系，分析了支撑电子商务的现代物流服务发展现状，研究并指出了现代物流发展存在的问题，由此提出了现代物流发展战略研究。第三部分（第六至八章）是关键行业中电子商务应用研究。第六章描述了中国农业电子商务现状，通过比较分析后指出问题所在，提出了中国农业电子商务发展策略；第七章描述了国内外贸易电子商务发展现状，并指出存在的问题，分析了贸易电子商务发展存在的差距及其原因，结合中国贸易电子商务发展趋势，提出了中国贸易电子商务发展的对策和措施；第八章对旅游电子商务进行概述，描述了国内外现代旅游电子商务发展现状，分析了中国旅游电子商务与发达国家的差距及原因，指明了中国旅游电子商务未来的发展趋势及重点，并提出了发展的对策和建议。第四部分（第九章）基于以上的分析，提出了中国现代服务业中电子商务的发展对策，对中国电子商务的发展具有积极的意义。

本书的编写工作安排如下：李琪（西安交通大学）、彭丽芳（厦门大学）负责总体内容的策划、大纲结构的确定；彭丽芳负责详细设计和全书统稿；李囡囡（厦门大学）、杨旭（厦门大学）负责全书数据核对；李琪、彭丽芳、李洪心（东北财经大学）共同负责第一章的编写；周宏山（西安交通大学）负责第二章的编写；彭丽芳负责第三章的编写；李洪心负责第四章的编写；石榴红（西安交通大学）负责第五章的编写；王烨（西安交通大学）负责第六章的编写；彭晖（西安交通大学）负责第七章的编写；曾小春（西安交通大学）负责第八章的编写；李琪、彭丽芳负责第九章的编写。

本书的编写还得到了科技部、中国标准化研究院、科学出版社等部门领导和同行的大力支持，在此向他们表示衷心的感谢！

由于时间仓促和编写人员水平有限，书中不足之处在所难免，敬请广大读者批评指正。

目 录

第一章 现代服务业中的电子商务	1
第一节 现代服务业概述	1
一、现代服务业的含义	1
二、国外现代服务业的发展现状	3
三、中国现代服务业的发展现状	4
四、中国现代服务业的发展战略	5
第二节 现代服务业中的电子商务发展研究内容	6
一、电子商务研究体系	6
二、电子商务信用体系	6
三、现代支付服务	7
四、现代物流服务	7
五、现代农业服务	7
六、贸易服务体系	7
七、现代旅游服务	8
第三节 中国电子商务的发展现状	8
一、政府从不同角度对电子商务进行鼓励和支持	8
二、有关部门重视电子商务市场的规范	9
三、中国网络交易发展迅速	10
四、中国电子商务监管加强	12
五、中国企业电子商务应用情况	13
六、电子商务的研究和教育受到高度重视	15
第四节 现代服务业中研究电子商务的重要意义	15
一、利于深入研究现代服务业	15
二、利于以信息化带动工业化的战略实施	16
三、利于现代服务业发展	16
第二章 电子商务理论与应用研究	17
第一节 研究的目的和意义	17
第二节 基于文献的分析（2000~2007 年）	17
一、研究方法	17
二、分类	18
第三节 基于问题的思考与研究题目	19
一、电子商务理论研究	19

二、电子商务应用研究	20
三、电子商务教育研究	23
第三章 电子商务信用体系研究	25
第一节 国内外电子商务信用发展现状	25
一、国外电子商务信用发展现状	25
二、国内电子商务信用发展现状	26
第二节 国内电子商务信用发展存在的问题	28
第三节 电子商务信用评价体系现状及分析	29
一、电子商务信用评价体系现状	29
二、电子商务信用评价体系存在的问题	31
第四节 电子商务信用评价体系的若干建议	33
一、B2B 电子商务信用评价体系的建议	33
二、B2C 电子商务信用评价体系的建议	34
三、C2C 电子商务信用评价体系的建议	35
第五节 电子商务信用体系的四维模型	35
一、电子商务信用体系——技术体系应用	35
二、电子商务信用体系——教育体系应用	38
三、电子商务信用体系——法律法规体系应用	41
四、电子商务信用体系——激励体系应用	45
第六节 构建中国电子商务信用体系	47
一、构建健全的电子商务信用技术机制	47
二、构建电子商务信用教育体系	48
三、构建完善的电子商务信用法律机制	49
四、构建电子商务信用激励机制	50
第七节 中国电子商务信用体系发展新趋势	50
一、借鉴国外的成功模式和经验	50
二、中国的电子商务信用发展模式	50
三、中国的电子商务信用发展前景广阔	52
第四章 中国电子支付发展研究	53
第一节 中国电子支付的发展现状	53
一、中国电子支付渐成规模	53
二、网络银行业务的推出	54
三、支付渠道的多样化	55
四、国内外电子支付的监管概况	56
五、中国电子支付与清算服务现状	57

第二节 中国电子支付面临的问题	59
一、中国金融法制建设存在的问题	59
二、金融服务全球开放后对中国银行业的影响	60
三、移动支付存在的问题	62
四、中国第三方支付存在的问题	65
五、中国支付与清算体系存在的问题	69
第三节 中国电子支付的发展趋势	70
一、中国移动支付的发展趋势	70
二、中国第三方支付发展趋势	71
第四节 中国电子支付的发展对策与建议	72
一、电子支付法律政策及标准制定建议	72
二、加强中国电子支付的管理	73
三、电子支付安全技术发展战略	74
四、对移动支付发展的建议	74
五、建设中国第三方支付企业的建议	76
六、中国支付与清算体系发展战略	78
第五章 支撑电子商务的现代物流服务研究	79
第一节 电子商务与现代物流关系研究	79
一、电子商务与现代物流的相互关系	79
二、物流对电子商务发展的支撑	79
三、电子商务对物流的要求	80
第二节 支撑电子商务的现代物流服务发展现状研究	82
一、物流基础设施状况	83
二、物流规模与结构	86
三、物流产业的从业状况	88
四、物流信息化发展现状	88
五、物流标准化发展现状	89
第三节 支撑电子商务的现代物流服务发展存在的问题	90
一、对现代物流服务认识观念滞后	90
二、物流基础设施落后且效率较低	91
三、物流技术水平不高	94
四、物流社会化和专业化的程度较低	95
五、物流标准化发展滞后	95
六、物流信息化程度较低	95
七、缺乏统一且有效的物流管理体系	96
八、物流管理人才缺乏	97

第四节 支撑电子商务的现代物流发展战略研究	97
一、更新观念	97
二、加强物流基础设施建设	97
三、物流技术的再构造及推广应用	98
四、鼓励物流企业加强合作和积极培育大型物流企业	98
五、积极促进支撑电子商务的现代物流标准化建设	99
六、加快物流柔性化发展	100
七、重视优化电子商务网络下的逆向物流体系建设	100
八、实现电子商务物流管理的再构造	101
九、加强支撑电子商务的物流人才培养	101
第六章 现代农业服务中的电子商务研究	102
第一节 中国农业电子商务与物流现状	102
一、中国农业电子商务现状	102
二、中国农产品物流的现状	105
第二节 中国农业电子商务的比较分析	106
一、与国外电子商务的比较	106
二、国内不同地区之比较	108
第三节 中国农业电子商务与物流存在的问题	110
一、中国农业电子商务存在的问题	110
二、中国农产品物流存在的问题	114
第四节 中国农业电子商务发展策略	116
一、发展目标及重点	116
二、发展路径选择	116
三、具体的对策和措施	117
第七章 中国贸易电子商务发展	120
第一节 国内外贸易电子商务发展现状	120
一、国外贸易电子商务发展状况	120
二、国内贸易电子商务发展现状	125
第二节 中国贸易电子商务发展存在的问题	127
第三节 中国贸易电子商务发展存在的差距及其原因分析	127
一、与发达国家存在的差距及其原因	127
二、中国电子商务发展存在的区域差距及原因	131
第四节 中国贸易电子商务发展趋势	136
一、中国发展贸易电子商务的优势	136
二、中国贸易电子商务发展的原则、目标和重点	138

三、中国贸易电子商务的发展趋势	140
第五节 中国贸易电子商务发展的对策和措施	142
一、促进政府电子政务的开展	142
二、完善贸易电子商务发展的环境与支持平台	142
三、加强贸易电子商务的宣传	145
四、构建电子商务的投融资体系	146
五、引导创新的发展机制	146
六、为国际贸易电子商务创建平台	147
七、加强对贸易电子商务人才的培养	147
第八章 旅游电子商务发展战略研究	148
第一节 旅游电子商务概述	148
第二节 国内外现代旅游电子商务发展现状	148
一、国外现代旅游电子商务发展现状	148
二、中国现代旅游电子商务发展现状	151
第三节 中国旅游电子商务与发达国家的差距及原因	158
一、与发达国家的差距	158
二、存在差距的原因	159
第四节 中国旅游电子商务未来的发展趋势及重点	161
一、中国旅游电子商务未来发展趋势	161
二、中国旅游电子商务未来发展重点	162
第五节 中国旅游电子商务发展的对策建议	162
一、建立和完善相应的政策、法律、法规	162
二、加快和完善旅游电子商务的平台建设	164
三、促进旅游电子商务的模式创新	169
第九章 中国电子商务的发展对策	171
第一节 加强对电子商务发展的宏观规划和指导	171
第二节 鼓励试点,积极引导,推动企业参与电子商务	171
第三节 进一步加快网络基础设施的建设	172
第四节 加强安全技术的研究和电子商务标准的制定	173
第五节 构造适合电子商务发展的法制环境	173
第六节 大规模开展电子商务应用人才培养	174
一、电子商务专业人才培养目标	174
二、电子商务专业人才培养措施	175
第七节 积极开展电子商务生态发展研究	176
一、商务生态系统	176

二、电子商务生态系统	176
三、基于商务生态系统视角的中国电子商务发展对策	178
第八节 政产学研用合作推进电子商务	179
第九节 加强国际交流	179
附录 电子商务理论文献	180
参考文献	213
结语	215

第一章 现代服务业中的电子商务

国家竞争力主要通过产业的综合竞争力来实现。当前,服务业已成为决定各国国际竞争力的重要因素,服务业发展水平已经成为衡量一个国家生产社会化程度和市场经济发达程度的重要标志。服务业发展相对滞后已成为影响我国未来经济可持续发展的一种结构性隐患。

服务业的判断标准一直是个存有争议的问题,服务业早期被称为第三产业,是英国经济学家、新西兰奥塔哥大学教授费希尔(Allan G.B.Fisher)于20世纪30年代首先提出的。最早定义的“第三产业”是指与物质生产完全无关的产业部门。

第一节 现代服务业概述

服务业区别于农业、制造业的最大不同在于其产品的无形性。现代服务业提供的是基于知识的服务,它基于信息化,具有知识密集、人才素质高和专业化程度高的特点。

一、现代服务业的含义

我国2004年中长期科技发展战略研究第7专题组提出^①:“现代服务业是在工业化比较发达的阶段产生的、主要依托信息技术和现代管理理念发展起来的、知识和技术相对密集的服务业。”因此,可以从以下几点来理解现代服务业。

1) 现代服务业是工业,特别是制造业发展到一定阶段产生的,它是因工业发展后专业化分工和国民收入提高引发的需求而产生的。

2) 现代服务业有很大一部分是传统服务业创新的产物,包括技术创新,特别是现代信息技术和网络技术的应用,以及管理制度的创新。可以说,所有传统服务业经过创新都可以成为现代服务业的一部分。

3) 现代服务业中也有很大一部分是完全新兴的产业,如移动通信服务、第三方支付服务、基于互联网络的数字内容服务等。

4) 知识和技术密集型服务业是现代服务业的主要部分,也是服务业未来的发展方向,是知识经济的主要体现。

国际上关于现代服务业的概念也没有明确的说法,在20世纪90年代,经济合作与发展组织(Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD)曾将信息服务业(包括通信)、金融服务业、教育服务业、专业技术服务业、健康保健服务业五大类列为知识密集型服务业,又称战略性服务业,以将其与传统的

^① 高新民. 2007. 现代服务业的特殊性、关联性及如何进一步研究发展战略. 现代服务业战略研究. 7. http://www.efirsta.com/uploadfile/info/pub/attach/news/20090420_144504.595.html.

服务业区分开来。

可以看出，现代服务业涵盖范围很广，涉及行业众多。互联网经济的兴起和电子商务的发展又为现代服务业发展的多样化注入了新的活力和内容，并为现代服务业服务内容的深化和服务手段的现代化提供了更加强有力的技术支持和面向大众的优质服务。

从现代服务业产生的背景和发展条件角度来看，本研究比较赞成广义的现代服务业的概念，并采用国家科技中长期规划的定义，即现代服务业是在工业化比较发达的阶段产生的，主要依托信息技术和现代管理而发展起来的知识相对密集的服务业。现代服务业既包括新兴服务业，也包括对传统服务业的技术改造和升级；既包括生产性服务业，也包括消费性服务业。其本质是实现服务业的现代化。

现代服务业的发展依赖于信息技术，信息技术对传统服务业进行改造、创新，现代服务业不同生产运营环节对信息技术的依赖程度也不相同，如表 1.1～表 1.3 所示。

表 1.1 不同现代服务业对 3 类信息技术载体的依赖程度

项目	网络基础设施	服务自动化设施	管理信息化工具
电信服务	*****	****	*****
基于互联网服务业	*****	*****	*****
物流	***	****	*****
金融	*****	****	*****
电子商务	****	****	*****
软件与外包	***	*****	*****
医疗	***	***	*****
数字内容	***	*****	*****
旅游	***	***	***

注：*表示依赖性程度，下同。

表 1.2 信息技术对传统服务业的改造和创新

行业领域	改造环节			
	生产工具数字化	交易支付自助化	运营管理网络化	经营网点虚拟化
金融	点钞机、ATM 机、灾难备份中心、银行卡、在线录音监听系统、银行数据仓库系统	POS 机、自动取款机、移动取款终端、电子支付	CRM、后台支持和管理系统、客户呼叫中心、金融信息交换平台	电话银行、网上银行、手机银行、移动炒股
物流	电子数据交换技术、物流公共信息平台、电子口岸统一身份认证系统	电子支付	SCM 系统、ERP 系统、QR 系统、仓储管理系统、快件通关系系统	电子订货系统 EOS、网上订单
商贸	商务网站	电子支付	ERP 系统、有效客户反应 ECR 系统	网上商场、电子商务
交通	信号控制、交通一卡通、GPS、电子地图	网上订票、交罚单、停车收费	管理信息系统 TMIS、智能交通系统 ITS	网上审批、电子缴税
旅游	网络营销、短信平台、呼叫中心、旅游信息港	网上预订、网上查询	前台管理系统 PMS、收益管理系统、分销系统 GDS	网络虚拟连锁经营、网络游记、旅游视频
医疗	声讯咨询、数字化医疗器械	网上预约	数字医院	远程会诊
教育	数字化期刊、多媒体教学	网上报考、网上查分	数字图书馆、数字校园	远程教育

表 1.3 现代服务业不同生产运营环节对信息技术的依赖程度

项目	采购	服务创新	服务生产	服务销售	内部管理
电信服务	***	*****	*****	*****	*****
基于互联网服务业	*****	*****	*****	*****	*****
物流	*****	***	***	*****	*****
金融	***	*****	*****	*****	***
电子商务	*****	*****	*****	*****	***
软件与外包	*****	*****	*****	*****	***
医疗	***	***	***	***	*****
数字内容	*****	*****	*****	*****	*****
旅游	***	***	***	*****	***

二、国外现代服务业的发展现状

进入 21 世纪以来,服务业的全球化进入了一个新的快速发展时期。发达国家的经济发展已经逐步进入后工业化阶段,服务业特别是现代服务业具有良好的发展基础,大多数发达国家服务业产值占 GDP 的比重达到 65%~75%。2005 年全球《财富》500 强共涉及 51 个行业,其中 28 个属于服务行业,从事服务业的跨国公司 281 家。

据美国权威研究机构——供应管理研究所公布的报告显示,截至 2007 年 5 月份,美国的服务业已经连续 50 个月保持扩张状态,服务业约占美国经济总量的 80%,而此阶段美国净增就业岗位的 90%集中在服务业。因此,服务业的快速增长对美国经济增长和就业具有举足轻重的作用。在美国的服务业中,知识密集型服务业的产值超过全部服务业比重的 50%。作为电子商务发源地的美国,无疑从 1995 年电子商务的兴起开始,就毫无争议地成为全球电子商务发展的领头羊。美国电子商务的发展毋庸置疑地促进了现代服务业的繁荣。

德国政府近年来高度重视和扶持本国现代服务业的发展,并采取了多项措施促进其发展。例如,一方面,限制服务贸易进口、增加服务业出口;另一方面,通过财政、税收和金融政策等经济杠杆,促进和支持具有本土特色的服务业的发展,尤其在金融、保险、贸易、会展和旅游等行业发展最快。在 2008 年的国民生产总值中,服务业产值所占比重已超过 69%,成为德国国民经济的核心产业。而德国的虚拟银行和北欧电子银行的大范围普及,则使银行业电子商务成为现代金融服务发展的原动力。

据日本经济新闻社的预测和分析,虽然计算机硬件设备的价格一直在下降,但全球范围内各行业对软件服务的需求却处于增长趋势。与此同时,日本国内的三大计算机制造商——NEC、富士通和日立公司却在 2007 年均面临软件服务业不景气的局面。其实,传统软件服务业的转型不仅是日本软件产业面临的严峻问题,如何使软件服务更好地适应互联网络应用的特点和满足电子商务发展的需求,以顺应现代服务业的发展趋势,也是摆在全球各大软件服务提供商面前的实际问题。

三、中国现代服务业的发展现状

20 世纪 90 年代以来,中国服务业得到了较快发展,但是发展水平仍然比较落后。

从总量来看,中国服务业在国内生产总值中所占的比重很低。2003 年,巴西、法国、英国、墨西哥、意大利、德国、新加坡、俄罗斯和韩国的服务业在国内生产总值中的比重都已经超过了 60%;而中国 2008 年服务业在国内生产总值中的比重还只有 39.8%。考虑到统计口径不同,中国的服务业增加值有可能被低估,即使考虑低估的因素,再加上约 10 个百分点,仍低于世界平均水平。

从速度来看,2007~2008 年中国国内生产总值的年均增长速度为 16.81%,同期服务业的年均增长速度为 15.99%,服务业增长速度略低于国内生产总值增长速度。观察第二产业高速增长状态和第一产业低速增长状态可知,中国国内生产总值的增长主要来源于第二产业飞速发展的推动。中国的服务业发展速度仍然比较滞后。

从内部结构来看,2008 年中国服务业的增加值中,交通运输、仓储和邮政、批发、零售业和餐饮等传统服务业比重占 38.5%;社会管理和社会组织业、卫生社会保障和社会福利业,以及居民服务业的比重也占了 38.6%;而真正代表现代服务业的金融、信息传输、计算机服务、房地产业及科学研究等技术密集型、知识密集型服务业的增加量相对比较小,比重为 22.9%,仅为服务业增加值的 1/3。代表现代经济发展方向的现代服务业的发展相当滞后,在一定程度上制约了服务产业结构的优化和升级。

中共中央、国务院十分重视现代服务业的发展,把加快发展现代服务业作为国家发展的战略重点之一,陆续出台了现代服务业的发展战略和发展规划。2006 年,《国家中长期科学和技术发展规划纲要(2006~2020 年)》把现代服务业与信息产业并重。《国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》明确指出,要大力发展现代服务业,要运用现代经营方式和信息技术改造提升传统服务业,提高服务业的比重和水平。国务院 2007 年 3 月印发的《关于加快发展服务业的若干意见》首次提出,要尽快使服务业成为国民经济的主导产业。2007 年,中共十七大报告也明确指出:“要发展现代服务业,提高服务业比重和水平。”为此,我国各级政府立项投入巨资发展各地区、各领域和各类别的现代服务业。

目前,全球服务业增加值占国内生产总值比重达到 60%以上,主要发达国家达到 70%以上,即使是中低收入国家也达到了 40%以上的平均水平。与世界上人均收入和中国相近的国家相比,中国的服务业发展水平明显偏低。目前,中国服务业的发展仍低于第二产业的发展速度。这种状况,一方面,说明中国目前经济发展水平远低于国际平均标准,中国的现代产业结构处于失衡状态;另一方面,说明中国发展现代服务业充满了机遇。

四、中国现代服务业的发展战略

1. 现代服务业发展共性技术与示范工程

中国政府在 21 世纪初开始了对发展现代服务业的战略研究，2002 年成立了中国经济中长期战略发展研讨组，探讨中长期发展中现代服务业发展的问题。2005 年 11 月，科技发展十一五规划提纲起草，其中包括了现代服务业发展共性技术与示范工程专项。

2005 年 10 月 11 日，中国共产党第十六届中央委员会第五次全体会议通过《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十一个五年规划的建议》。该建议提出，“十一五”期间要大力发展现代服务业，要运用现代经营方式和信息技术改造提升传统服务业，提高服务业的比重和水平。

国务院 2006 年 2 月 9 日发布《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006～2020 年）》，提出现代服务业与信息产业并重的发展方向，设立了信息产业与现代服务业领域，并把“现代服务业信息支撑技术及大型软件”作为优先主题。该纲要还把“加快服务业信息化”作为我国信息化发展的战略重点，指出“优化政策法规环境，依托信息网络改造和提升传统服务业；加快发展网络增值服务、电子金融、现代物流、连锁经营、专业信息服务、咨询中介等新型服务业；要大力发展电子商务，降低物流成本和交易成本”。

2. 中国现代服务业发展目标

现代服务业的战略研究目标是重点开展现代服务业总体发展战略、区域发展战略、行业发展模式和技术支撑体系等方面的研究。

2006 年夏天，科技部正式宣布“十一五”科技支撑计划现代服务战略研究科技项目立项。

根据国家“十一五”现代服务发展目标，此项目主要归纳为“三横八纵”。“三横”是指现代服务业的共性研究，包括基础通信、共性技术和共享信息。其中，共性技术以系统的服务对象划分可以分为面向业务、面向主体和面向系统三层，如图 1.1 所示。八纵是指研究的领域，包括电子商务、电子政务、网络教育、网络医疗、数字媒体、数字社区、现代物流和农业信息。

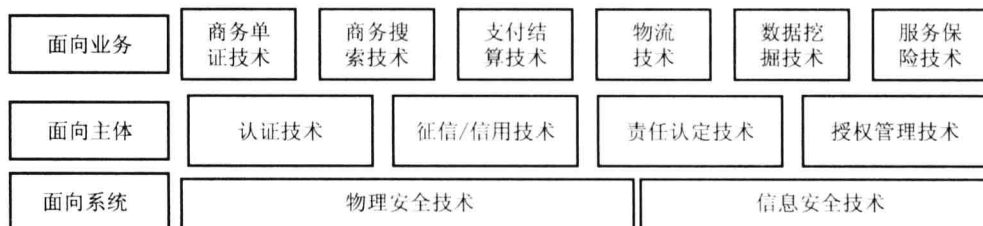


图 1.1 国家“十一五”现代服务发展共性技术的服务对象

按照国家“十一五”规划纲要，我国现代服务业发展的重点领域有 7 个，主要体现在以下三个方面。

1) “一高”，即附加价值高的行业，包括数字媒体服务业和电子政务。

2) “二大”，即产值大、就业比重大的行业，包括金融服务业、电子商务和数字旅游服务业。

3) “一好”，即生活品质好的行业，包括数字医疗和数字教育。

为了达到“十一五”规划的建设目标，要以信息化为基础，着重发展电子商务、公共服务、信息技术服务、数字内容服务和网络技术服务五大类现代服务业。这些行业具有“三高”（技术含量高、人力资本含量高、附加值高）和“三新”（新技术、新业态、新方式）的特点，所包含的内容如图 1.2 所示。

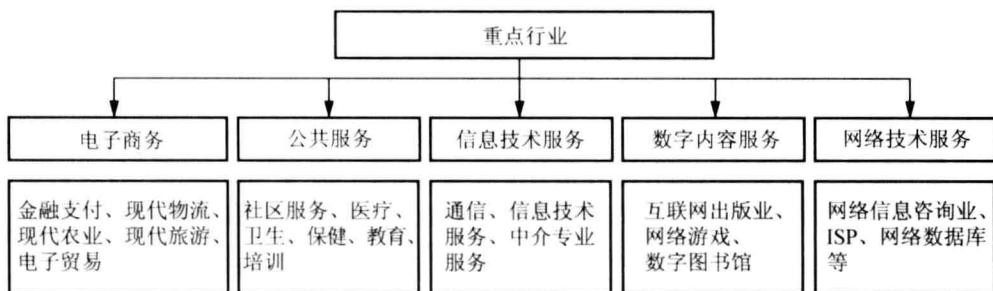


图 1.2 “十一五”规划建设的重点行业

现代服务业中电子商务发展研究课题的提出源于中国电子商务的快速发展。

第二节 现代服务业中的电子商务发展研究内容

现代服务业中的电子商务发展研究内容从以下七个方面考虑，后面将会对这七个方面进行具体的研究。

一、电子商务研究体系

电子商务体系按三个面向（理论、应用和教育）、多个领域和多个题目来构建研究的框架和内容，以利于业界和爱好者能有所参考，以利于在电子商务的重大理论、应用和教育问题上集中力量进行研究，以利于尽快为电子商务的发展奠定较好的研究基础。

二、电子商务信用体系

解决信用流问题是中国电子商务发展的关键要素，要构建电子商务信用体系的四维模型，具体如下。

1) 电子商务信用体系的技术框架。