



电子商务在 新农村建设中的 应用研究

罗 喆◎著

电子商务在新农村 建设中的应用研究

罗 喆 著

 吉林大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子商务在新农村建设中的应用研究 / 罗喆著. —
长春: 吉林大学出版社, 2017.8
ISBN 978-7-5692-0832-0

I. ①电… II. ①罗… III. ①农村-电子商务-发展
-研究-中国 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第230389号

电子商务在新农村建设中的应用研究

DIANZI SHANGWU ZAI XIN NONGCUN JIANSHE ZHONG DE YINGYONG YANJIU

著 者 罗 喆
策划编辑 朱 进
责任编辑 朱 进
责任校对 高桂芬 黄超
装帧设计 贺 迪
出版发行 吉林大学出版社
社 址 长春市人民大街4059号
邮政编码 130021
发行电话 0431-89580028/29/21
网 址 <http://www.jlup.com.cn>
电子邮箱 jlup@mail.jlu.edu.cn

印 刷 廊坊市海涛印刷有限公司
开 本 787mm × 1092mm 1/16
印 张 14
字 数 206千字
版 次 2018年1月第1版
印 次 2018年1月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5692-0832-0
定 价 50.00元



目 录

第一章 电子商务与新农村建设	1
第一节 电子商务的基础理论	1
一、电子商务的概述	1
二、电子商务的产生与发展	5
三、电子商务对社会经济的影响	7
四、物联网技术在电子商务中的应用	10
五、大数据处理技术对于电子商务的影响	11
第二节 新农村电子商务建设的内涵与外延	13
一、电子商务与新农村建设	13
二、新农村电子商务的探索与实践	19
三、发展农产品电子商务的意义	21
四、新农村电子商务的发展趋势	22
第三节 涉农电子商务发展定量分析	25
一、涉农电子商务网购网销数据分析	25
二、与宏观数据的比较分析	35
第四节 以区域为核心的农村电子商务模式	39
一、发展较好的区域性农村电子商务发展模式	39
二、农村电子商务对区域的影响	40
三、区域环境下农村电子商务应用	42
四、区域为核心的农村电子商务模式发展	44
第五节 电子商务与农村经济社会转型	46

一、经济社会转型视角下的我国农村电子商务	46
二、农村电子商务在农村经济社会转型中的作用	50
第二章 新农村电子商务发展现状	55
第一节 新农村电子商务的现状	55
一、电子商务发展基本状况	55
二、农村互联网络基础条件	56
三、农村电子商务的发展现状	57
四、农业电子商务的应用水平	57
五、农村电子商务的制约因素	59
第二节 新农村电子商务存在的问题	63
一、农村基础设施不完善	63
二、农村电子商务人才匮乏	68
三、农村物流的发展分析	70
四、国家政策支持力度小	77
第三章 新农村电子商务平台系统建设	79
第一节 新农村电子商务系统的信息平台	79
一、新农村电子商务信息平台的内涵	79
二、新农村电子商务信息平台建设的架构	80
三、新农村电子商务信息平台运营管理的基本内容	80
四、产品在新农村电子商务平台上的流通方式	81
第二节 农村电子商务系统发展现状	83
一、农业电商信息平台的功能	83
二、农业电商的主要安全技术	85
三、农村电子商务信息平台存在的问题	88
第三节 新农村电子商务平台的规划方案及建设对策	90
一、如何选择适合自己的农业电商平台	90
二、新农村电子商务平台建设对策	92

三、农业电子商务平台构建方案	95
四、电商平台提供的农业电商服务	96
第四章 加快农村电子商务人才培养	99
第一节 农村电子商务人才的现状	99
第二节 农村电子商务人才队伍建设	102
一、电子商务专业人才培养模式存在的问题	104
二、电子商务人才的缺乏	105
三、人才流失	106
四、农村流通现代化背景下的人才需求分析	106
第三节 农村电子商务人才的培养培养的对策与建议	108
一、人才培养对象与特性	108
二、农村电子商务人才培养素质要求	109
三、高校电商人才培养	111
四、农村电商需要高素质应用型大学生	116
五、电商人才培养新路径	117
第五章 新农村建设中国家对电子商务的政策支持	121
第一节 新农村建设发展的国家现有政策	121
一、社会主义新农村建设	121
二、国家现有政策	131
三、农业电子商务应用的法律法规	143
四、新农村建设发展中国国家政策的不足	147
第二节 农村电子商务发展的政策措施	148
第三节 对于国家支持新农村建设中的电子商务对策及建议	152
一、完善电子商务法规体系	152
二、完善电子商务扶贫体系	153
三、政策建议	154

第六章 新农村建设中电子商务的具体应用	159
第一节 电子商务在新农村建设中的应用手段	159
一、电子商务平台建设	159
二、加强网络营销的应用	160
三、政府引导发展农产品电子商务示范体系	160
四、采取各种措施培养新一代“电农”	161
五、确定电子农务示范点,为全面推进农村信息化提供示范效应	161
六、建立农村市场服务系统	161
第二节 新农村建设中的电子商务——林果花卉产品	162
一、林业企业开展电子商务的对策	162
二、水果产业电子商务	164
三、花卉电子商务发展的途径	167
四、林果花卉网站建设	168
五、斗南:花卉旅游+电商平台	174
第三节 新农村建设中的电子商务——渔业产品	178
一、渔业与电子商务	178
二、水产电子商务的发展前景	184
三、网上渔市电子商务平台应用	186
四、渔业电子商务网站建设	189
五、渔业电子商务成功案例——中国水产网	193
第四节 新农村建设中的电子商务——畜牧业产品	195
一、畜牧业与电子商务	195
二、畜牧业电子商务网站建设	205
三、畜牧业电子商务网站成功案例	212
参考文献	217

第一章 电子商务与新农村建设

第一节 电子商务的基础理论

一、电子商务的概述

(一) 电子商务的概念

电子商务是指各种具有商业活动能力的实体,包括生产企业、商贸企业、金融机构、政府机构、个人消费者等利用计算机网络等先进技术进行的各项商业贸易活动。也即商务活动的各参与方之间以电子方式在互联网上完成产品或服务的销售、购买和电子支付等业务交易的过程。

电子商务的重要技术特征是利用 Web 技术来传输和处理商业信息。其主要功能包括网上的广告、订货、付款、客户服务和货物递交等销售、售前与售后服务,以及市场调查分析、财务核计和生产安排等商业操作过程。电子商务不仅涉及信息技术和商业交易本身,而且涉及诸如金融、税务、教育等社会其他层面。完整的电子商务一般包括商情沟通、资金支付和商品配送 3 个阶段,并分别表现为信息流、资金流和物流的发出、传递和接收。简单地说,电子商务是指在因特网上进行的商务活动。

国际商会于 1997 年在巴黎的世界电子商务会议上提出电子商务是指实现整个贸易活动的电子化。从涵盖范围方面可定义为:交易各方以电子交易方式而不是通过当面交换或直接面谈方式进行的任何形式的商业交易。

从技术方面可定义为:电子商务是一种多技术的集合体,包括交换数据、获得数据以及自动捕获数据等。从其对电子商务定义的实质来看,也可简单地将电子商务理解为买卖双方之间利用互联网(Internet)网络按一定的标准进行的各类商务交易,它是旨在实现物流、资金流与信息流和谐统一的新型贸易方式。

电子商务有广义和狭义之分。狭义的电子商务也称作电子交易,主要是指利用 Web 提供的通信手段在网上进行的交易,企业在网上利用电子数据交换方式代替传统的纸介交易方式,通过网上电子转账系统和税收征管系统进行资金支付、划拨和结算。广义的电子商务包括电子交易在内的利用 Web 进行的全部商业活动,如市场分析、客户联系、物资调配等等,也称作电子商业。这些商务活动可以发生于公司内部、企业之间及企业与客户之间。企业之间通过互联网和互联网相连,实现在跨国、跨地区之间方便、快捷地收集市场信息、宣传产品和树立企业形象,进行商业洽谈。

电子商务通常缩写为 EC(Electronic Commerce),是一种全新的商务活动模式,它充分利用互联网的易用性、广域性和互通性,实现了快速可靠的网络化商务信息交流和业务交易。电子商务与传统的商务活动相比,具有交易环境的虚拟性、交易活动的低成本性、交易活动的高效率性、交易过程的透明性、交易时间地点的无限性、交易的动态联盟性等特征。

(二)电子商务的本质

1. 电子商务的特点

电子商务的特点包括:一是电子商务是各种通过电子方式而不是面对面方式完成的交易,因此,电子商务不是泡沫;二是电子商务是信息技术的高级应用,是现代信息技术与商务的结合,用来增强贸易伙伴之间的商业关系;三是电子商务是一种以信息为基础的商业构想的实现,用来提高贸易过程中的效率;四是电子商务是商业的新模式,其本质是商务,而非技术。是信息技术在商务活动中的应用,电子商务是改良而非革命。五是电子商务是全方位的,既包括前台,也包括后台在内的整个运行体系电子化。不仅是建网站,而且关系企业发展全局。不仅是网上销售产品,网站可以用于企业内部沟通,用于树立企业形象,用于售后服务支持等。

综上所述,各行业的企业都将通过网络连接在一起,使得各种现实与虚拟的合作都成为可能。一个供应链上的所有企业都可以成为一个协调的合作整体,企业的雇员也可以参与到供应商的业务流程中。零售商的销售终端可以自动与供应商连接,不再需要采购部门的人工环节,采购订单会自动被确认并安排发货。企业也可以通过全新的方式向顾客提供更好的服务,这不是只有大企业才能实现的构想。互联网为中小企业提供了一个新的发展机会,任何企业都可能与世界范围内的供应商或顾客建立业务关系。信息的有效利用成为新经济模式中企业增强竞争力的重要手段,电子商务必将成为基本的贸易与通信手段。

2. 电子商务的本质

基于新的商业模式,可以看出,纯粹的电子商务企业是组成全球网络供应链中的一个重要环节,其目标是通过提供交易信息和交易平台(主要是交易订单和交易结算)的公共服务,从而提高交易主体之间的交易效率。

如将 ASP 也列为电子商务企业,则可以将电子商务的本质概括为以下 3 个方面:公共交易信息服务、公共交易平台服务、公共应用系统服务。电子商务企业的收入来源主要提供上述 3 类服务而取得应有的收入,主要包括:按交易额提取少量(一般不到 1%)的交易服务费、广告费、社区会员费、深层次信息服务费、应用系统运行平台租赁费、应用系统租赁费、应用系统实施咨询费等。

(三) 电子商务的功能

1. 电子商务的主要功能

(1) 广告宣传。一是电子商务可凭借企业的 Web 服务器进行浏览,在互联网上发播各类商业信息。二是客户可借助网上的检索工具(Search tools)迅速地找到所需商品信息,而商家可利用网上主页(Home Page)和电子邮件(E-mail)在全球范围内做广告宣传。三是与以往的各类广告相比,网上的广告成本最为低廉,而给顾客的信息量却最为丰富。

(2) 咨询洽谈。一是电子商务可借助非实时的电子邮件,新闻组(Newsgroup)和实时的讨论组(chat)来了解市场和商品信息、洽谈交易事务,如有进一步的需求,还可用网上的白板会议(Whiteboard Conference)来交流即时

的图形信息。二是网上的咨询和洽谈能超越人们面对面洽谈的限制、提供多种方便的异地交谈形式。

(3)网上订购。一是电子商务可借助 Web 中的邮件交互传送网上的订购。网上的订购通常都是在产品介绍的页面上提供十分友好的订购提示信息和订购交互格式框。二是当客户填完订购单后,通常系统会回复确认信息单来保证订购信息的收悉。订购信息也可采用加密的方式使客户和商家的商业信息不会泄漏。

(4)网上支付。一是电子商务要成为一个完整的过程,网上支付是重要的环节。客户和商家之间可采用信用卡账号实施支付。二是在网上直接采用电子支付手段将可省略交易中很多人员的开销。三是网上支付将需要可靠的信息传输安全性控制以防止欺骗、窃听、冒用等非法行为。

(5)电子账户。一是网上的支付必须要有电子金融来支持,即银行或信用卡公司及保险公司等金融单位要为金融服务提供网上操作的服务。而电子账户管理是其基本的组成部分。二是信用卡号或银行账号都是电子账户的一种标志。而其可信度需配以必要技术措施来保证。如数字凭证、数字签名、加密等手段的应用提供了电子账户操作的安全性。

2. 电子商务的优越性

电子商务提供企业虚拟的全球性贸易环境,大大提高了商务活动的水平和服务质量。新型的商务通信通道的优越性是显而易见的,其优点包括:一是大大提高了通信速度,尤其是国际范围内的通信速度;二是节省了潜在开支,如电子邮件节省了通信邮费,而电子数据交换则大大节省了管理和人员环节的开销;三是增加了客户和供货方的联系,如电子商务系统网络站点使得客户和供货方均能了解对方的最新数据,而电子数据交换则意味着企业间的合作得到了加强;四是提高了服务质量,能以一种快捷方便的方式提供企业及其产品的信息和客户所需的服务;五是提供了交互式的销售渠道,使商家能及时得到市场反馈,改进本身的工作;六是提供全天候的服务,即每年 365 天,每天 24 小时的服务;七是电子商务增强了企业的市场竞争力。

总而言之,作为一种商务活动过程,电子商务将带来一场史无前例的革命。其对社会经济的影响会远远超过商务的本身,除了上述这些影响外,它

还将对就业、法律制度以及文化教育等带来巨大的影响。电子商务会将人类真正带入信息社会。

电子商务的发展影响了人类的生活习惯,很多人都加入了电子商务这个行业,电子商务让人们感觉到:广阔的环境,人们不受时间的限制,不受空间的限制,不受传统购物的诸多限制,可以随时随地在网上交易。更广阔的市场:在网上这个世界将会变得很小,一个商家可以面对全球的消费者,而一个消费者可以在全球的任何一家商家购物。更快速地流通和低廉的价格:电子商务减少了商品流通的中间环节,节省了大量的开支,从而也大大降低了商品流通和交易的成本。更符合时代的要求:如今人们越来越追求时尚、讲究个性,注重购物的环境,网上购物,更能体现个性化的购物过程。

二、电子商务的产生与发展

(一) 电子商务产生与发展的条件

电子商务最早产生于 20 世纪 60 年代,发展于 20 世纪 90 年代,其产生和发展的重要条件主要是:

1. 计算机的广泛应用。近 30 年来,计算机的处理速度越来越快,处理能力越来越强,价格越来越低,应用越来越广泛,这为电子商务的应用提供了基础。

2. 网络的普及和成熟。由于互联网逐渐成为全球通信与交易的媒体,全球上网用户呈指数增长趋势,快捷、安全、低成本的特点为电子商务的发展提供了应用条件。

3. 信用卡的普及应用。信用卡以其方便、快捷、安全等优点而成为人们消费支付的重要手段,并由此形成了完善的全球性信用卡计算机网络支付与结算系统,使“一卡在手、走遍全球”成为可能,同时也为电子商务中的网上支付提供了重要的手段。

4. 电子安全交易协议的制定。1997 年 5 月 31 日,由美国 VISA 和 MasterCard 国际组织等联合指定的 SET,即电子安全交易协议的出台(该协议得到大多数厂商的认可和支 持),为在网络上开发电子商务提供了一个关键的安全环境。

5. 政府的支持与推动。自 1997 年欧盟发布了欧洲电子商务协议,美国随后发布“全球电子商务纲要”以后,电子商务受到世界各国政府的重视,许多国家的政府开始尝试“网上采购”,这为电子商务的发展提供了有力的支持。

(二) 电子商务发展的两个阶段

1. 第一阶段(20 世纪 60—90 年代)基于 EDI(Electronic Data Interchange)的电子商务。从技术的角度来看,人类利用电子通信的方式进行贸易活动已有几十年的历史了。早在 20 世纪 60 年代,人们就开始了用电报报文发送商务文件的工作;20 世纪 70 年代人们又普遍采用方便、快捷的传真机来替代电报,但是传真文件是通过纸面打印来传递和管理信息的,不能将信息直接转入到信息系统中,因此人们开始采用电子数据交换作为企业间电子商务的应用技术,这也就是电子商务的雏形。

EDI(Electronic Data Interchange)在 20 世纪 60 年代末期产生于美国,当时的贸易商在使用计算机处理各类商务文件的时候发现,由人工输入到一台计算机中的数据 70% 是来源于另一台计算机输出的文件,由于过多的人为因素,影响了数据的准确性和工作效率的提高,人们开始尝试在贸易伙伴之间的计算机上使数据能够自动交换,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上去的电子传输方法。由于 EDI 大大减少了纸张票据,人们也形象地称之为“无纸贸易”或“无纸交易”。从技术上讲,EDI 包括硬件与软件两大部分。硬件主要是计算机网络,软件包括计算机软件和 EDI 标准。从硬件方面讲,20 世纪 90 年代之前的大多数 EDI 都不通过互联网,而是通过租用的电脑线在专用网络上实现,类专用的网络被称为增值网(VAN),这样主要是考虑到安全问题。但随着安全性的日益提高,互联网作为一个费用更低、覆盖面更广、服务更好的系统,已表现出替代 VAN 而成为 EDI 的硬件载体的趋势,因此有人把通过互联网实现的 EDI 直接叫作 Internet EDI。从软件方面看,EDI 所需要的软件主要是将用户数据库系统中的信息,翻译成 EDI 的标准格式以供传输交换。由于不同行业的企业是根据自己的业务特点来规定数据库的信息格式的,当需要发送 EDI 文件时,从企业专有数据库中提取的信息,必须翻译成 EDI 的标

准格式才能进行传输,这时就需要相关的 EDI 软件来帮忙了。EDI 软件中除了计算机软件外还包括 EDI 标准。美国国家标准局曾制定了一个称为 X12 的标准,用于美国国内。1987 年联合国主持制定了一个有关行政、商业及交通运输的电子数据交换标准,即国际标准——UN/EDI FACT。1997 年,X12 被吸收到 EDI FACT,使国际间用统一的标准进行电子数据交换成为现实。

2. 第二阶段(20 世纪 90 年代至今)基于国际互联网的电子商务。使用 VAN 的费用很高,仅大型企业才会使用,因此限制了基于 EDI 的电子商务应用范围的扩大。20 世纪 90 年代中期后,国际互联网迅速走向普及化,逐步地从入学、科研机构走向企业和百姓家中,其功能也已从信息共享演变成为一种大众化的信息传播工具。从 1991 年起,一直排斥在互联网之外的商业贸易活动正式进入到这个王国,使电子商务成为互联网应用的最大热点。

三、电子商务对社会经济的影响

随着电子商务魅力的日渐显露,虚拟企业、虚拟银行、网络营销、网上购物、网上支付、网络广告等一大批前所未闻的新词汇正在为人们所熟悉和认同,这些词汇同时也从另一个侧面反映了电子商务正在对社会和经济产生的影响。

(一) 电子商务将改变商务活动的方式

传统的商务活动最典型的情景就是“推销员满天飞”,“采购员遍地跑”,“说破了嘴、跑断了腿”,消费者在商场中筋疲力尽地寻找自己所需要的商品。现在,通过互联网只要动动手就可以了,人们可以进入网上商场浏览、采购各类产品,而且还能得到在线服务;商家们可以在网上与客户联系,利用网络进行货款结算服务;政府还可以方便地进行电子招标、政府采购等。

(二) 电子商务将改变人们的消费方式

网上购物的最大特征是消费者的主导性,购物意愿掌握在消费者手中;同时消费者还能以一种轻松自由的自我服务的方式来完成交易,消费者主权可以在网络购物中充分体现出来。

(三) 电子商务将改变企业的生产方式

由于电子商务是一种快捷、方便的购物手段,消费者的个性化、特殊化

需要可以完全通过网络展示在生产厂商面前,为了取悦顾客,突出产品的设计风格,制造业中的许多企业纷纷发展和普及电子商务。

(四) 电子商务将对传统行业带来一场革命

电子商务是在商务活动的全过程中,通过人与电子通信方式的结合,极大地提高商务活动的效率,减少不必要的中间环节,传统的制造业借此进入小批量、多品种的时代,“零库存”成为可能;传统的零售业和批发业开创了“无店铺”“网上营销”的新模式;各种线上服务为传统服务业提供了全新的服务方式。

(五) 电子商务将带来一个全新的金融业

由于在线电子支付是电子商务的关键环节,也是电子商务得以顺利发展的基础条件,随着电子商务在电子交易环节上的突破,网上银行、银行卡支付网络、银行电子支付系统以及电子支票、电子现金等服务,将传统的金融业带入一个全新的领域。

1995年10月,全球第一家网上银行“安全第一网络银行”在美国诞生,这家银行没有建筑物,没有地址,营业厅就是首页画面,员工只有10人,与总资产超过2000亿美元的美国花旗银行相比,“安全第一网络银行”简直是微不足道,但与花旗银行不同的是,该银行所有交易都通过互联网进行。

(六) 电子商务将转变政府的行为

政府承担着大量的社会、经济、文化的管理和服务的功能,尤其作为“看得见的手”在调节市场经济运行、防止市场失灵带来的不足方面有着很大的作用。在电子商务时代,当企业应用电子商务进行生产经营,银行是金融电子化服务,以及消费者实现网上消费的同时将同样对政府管理行为提出新的要求。电子政府或称网上政府,将随着电子商务发展而成为一个重要的社会角色。

总而言之,作为一种商务活动过程,电子商务将带来一场史无前例的革命。其对社会经济的影响会远远超过商务的本身。除了上述这些影响外,它还将对就业、法律制度以及文化教育等带来上:大的影响。电子商务会将人类真正带入信息社会。

(七)电子商务支撑农村经济发展

电子商务目前已经成为国际及国内商品交易的主要手段之一,随着各地区网络的不断普及和深化,电子商务产生的贸易量正以迅猛的态势进行壮大,必将成为今后国际、国内贸易的新引擎。社会主义新农村建设同样离不开电子商务的作用。发展农村电子商务具有全局性、战略性和前瞻性,与国家发展社会主义新农村的战略一致。电子商务作为现阶段最先进的交易方式,它的存在对于农村经济的发展有着强大的推动力。

1. 电子商务活动让农民更加及时的获得市场信息。农民选择生产作物的对象主要依靠自身的经验和往年的销售情况,可以说农民从来没有根据市场行情发展趋势或市场的供求关系进行生产,这就决定了农民生产具有很高的风险性。然而电子商务的开展将会给农民以更多可靠的消息,农民在网上可以了解现阶段市场上对各种农作物的需求情况、价格趋势以及各种原料的相应性质,进而通过可靠的市场动态来决定生产什么、生产多少、如何生产、怎样才能使土地利用效率最大化。电子商务业务为农民提供了强有力的信息支持。

2. 电子商务可以更好地解决了我国农业中出现的“小农户与大市场”的矛盾。单个农民作为生产的主题,不能及时了解市场信息,造成农产品不适应市场需求。分散的独立生产者所生产的大宗农产品要汇集到城市中去,分销给众多的消费者,需要一套有组织的完善的销售网络体系,但农户家庭作为农业生产经营的基本组织单元,并不能支撑起日益庞大的农副产品市场的发展,单个用户和市场之间缺乏有效的连接机制,即中介缺失而非市场缺失。农村电子商务的出现就会很好的解决这方面的问题,将小农户与大市场紧密地联系在一起。

3. 电子商务活动有助于农产品的销售。目前农村最困难的就是“卖难”,农民生产出农产品,但是由于信息不对称,生产的农产品销售不出去,这就给农民造成了严重的损失。而通过电子商务,农民可以在网上公开出售自己的农产品,进而更多的采购商可以从网上获得农产品的信息,采购商和农民可以在网上进行讨价还价,在网上进行交易。

4. 电子商务提高农民的素质和生活质量。电子商务象征着网络和信息

时代的到来,这不单是一种先进的交易方式,也是一种很有效的教育方式。农民可以从网上获得各种各样的信息,从而更好地学习和生产,农民同样可以在网上进行购物,选择自己喜欢的商品,农民同样可以享受电子商务的优越性。

同时电子商务为社会主义新农村建设提供了可靠的支持。建设社会主义新农村是我国的一项基本国策,电子商务的发展有助于农村经济的发展与建设,从根本上解决了农村与城市信息隔绝的现象。

四、物联网技术在电子商务中的应用

物联网是一个由感知层、网络层、应用层社会信息系统工程,在互联网的基础上利用射频识别技术、传感器、全球定位系统等装置和信息技术,实现实时采集,按照协议的约定与互联网结合成为无须人干预的,通过与网络连接使物理世界的物与物、物与人进行交流的智能网络,并可实现快捷准确的识别、管理和控制。物联网的核心技术之一 RFID,即射频识别技术,是 20 世纪 90 年代开始兴起的识别系统与特定目标不进行机械或者光学接触,仅通过无线电信号来对特定目标进行识别和相关数据读写的一种新型技术。物联网就是主要利用 RFID、传感器、二维码等技术手段,实现对物品的全面感知。

新兴电子商务市场在传统零售业基础上发展而来,不可避免具有自动化不强、质量不可控、消费信用保障、支付方式单一以及远程支撑能力弱等天然的劣势。如何规避传统电子商务带来的风险,扩展电子商务发展领域,是整个电子商务行业面临的重要课题。电子商务是信息技术与互联网发展的产物,物联网的产生亦是建立在同样的基础之上,使两种新兴的产业有着内在的必然联系。物联网是互联网的延伸和拓展,是信息技术的升级,这对于具有虚拟化、自动化属性的电子商务,在其运营组织、过程控制以及线下服务等方面给予了强有力的信息支撑,弥补其远程支撑能力、信息采集环节缺失等方面的不足。物联网技术可将互联网商务活动中真实存在的东西视为“物”的对象,通过广泛采集物的各类信息,准确追踪判断物的流通过程,实现物联网技术在电子商务的信息流、资金流、商流以及线下的物流配送等