

DIANZI SHANGWU HUANJINGXIA DE
QIYE TONGJI GAIGE YANJIU

电子商务环境下的 企业统计改革研究

路万忠 / 著

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

电子商务环境下的企业 统计改革研究

路万忠 著

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务环境下的企业统计改革研究/路万忠著. —北京: 经济科学出版社, 2018. 6

ISBN 978-7-5141-9451-7

I. ①电… II. ①路… III. ①电子商务-影响-企业统计-改革-研究-中国
IV. ①F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 124458 号

责任编辑: 顾瑞兰

责任校对: 杨 海

责任印制: 邱 天

电子商务环境下的企业统计改革研究

路万忠 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 010-88191217 发行部电话: 010-88191522

网址: www.esp.com.cn

电子邮件: esp@esp.com.cn

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: <http://jjkxcbs.tmall.com>

北京财经印刷厂印装

880 × 1230 32 开 5.625 印张

2018 年 6 月第 1 版 2018 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5141-9451-7 定价: 29.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010-88191502)

(版权所有 翻印必究 举报电话: 010-88191586)

电子邮箱: dbts@esp.com.cn



作者简介 | About the Author

路万忠，男，1961 年 12 月生，湖北钟祥人，经济学博士，2002 年至今，在上海财经大学统计与管理学院工作。主要著作有《上市公司盈利生命周期研究》《人类行为管理研究——非数值型变量的筛选及综合评估》《上海经济发展的月度和季度波动研究》等。

前 言

本书倾注了恩师董逢谷教授大量的心血，是在恩师董逢谷教授精心指导下完成的，特以此书献给恩师并借以表达学生无尽感激之情。感谢董逢谷教授，董教授是国内著名企业统计学学者，也是作者的引路人，他对企业统计学的经久热忱、诲人不倦的师德激励作者在企业统计学领域奋勇向前。在书籍撰写过程中，董教授在企业统计学分析应用上的耳提面授、挑灯修改给著者以无限的激励与帮助。

电子商务，一个既熟悉又陌生的名字，业已成为人们所关注的话题。它带来的不仅仅是电子与商务的简单结合，更因其融合而引发了商业经营理念的革新，这种革新同时也冲击着其他经济领域。作为统计人，也应感受到电子商务因其高效的信息处理、传输能力对统计领域所带来的巨大冲击，特别是在企业统计领域。就电子商务对企业统计的诸多影响进行分析，找到对未来企业统计改革的某种启示，已经成为统计工作者以及企业界广为关心的问题。

一直以来，企业统计并不受到企业的重视，大多数企业把企业统计报表等统计工作当作一种任务在完成，统计的统计信息、统计咨询、统计监督三大职能的发挥很大程度上受到了限制。从某种意义上说，企业统计是在为宏观管理服务，而不是真正地为

企业自身服务。作为统计人员，我们深感企业统计改革的必要性和紧迫性。

这些年来，统计改革确实是我国经济活动及理论工作中的一个话题，无论是政府、企业还是教育工作者，都进行了大量的多方面的探索。但从文献结果可以看出，专家学者及政府组织所发表或主持的关于统计改革的论题，多半偏重于政府统计。宏观多、微观少。而有关企业统计改革的相关研讨，则多半限于企业实际工作者，且文字搬家多，真知灼见者少。企业统计与政府统计虽同属统计范畴却不能等同，企业统计改革只是统计改革的一个组成部分。到目前为止，若说我国统计改革已取得较大成就的话，不如说是政府统计改革较为成功，而统计改革中的企业统计改革却步履维艰，鲜有成功。

随着网络经济的到来、电子商务的广泛应用，我国企业统计显示出了越来越多的不适应，具体表现在以下几个方面：（1）统计指标体系不合理；（2）企业统计数字失真现象较为严重；（3）企业统计制度与网络经济时代的统计方法不适应；（4）企业统计人员不能适应网络经济时代的需要。

综上所述，在电子商务到来的网络经济时代，数字化、信息化、网络化对企业统计产生了较大的影响。一方面，企业和社会各界对统计信息的需求量剧增，无论是宏观管理还是微观经济活动，对统计信息的依赖程度愈来愈大，要求愈来愈高。企业统计不仅要提供为企业管理服务的企业内部统计信息，而且还要提供为企业经营决策服务的各种市场统计信息。另一方面，在网络经济时代，统计的内容、对象、渠道发生了重大变化，并对统计信息的质量要求也日益提高。因此，当前网络经济时代下的企业统

计改革迫在眉睫。

本书共分为七章：第一章，绪论；第二章，企业电子商务综述；第三章，电子商务与企业统计；第四章，电子商务环境下企业微观环境统计；第五章，电子商务环境下金融业统计指标体系；第六章，电子商务对制造业企业的影响及相关指标体系；第七章，电子商务环境下物流行业的企业指标体系设计。

与所有创新成果一样，这要求著者具有较强的学科功底与整合能力，更何况本书是一本跨界创新思想下的著作！在著书过程中，作者深刻感觉“学无止境”与“力有不逮”的压力，应该说，没有各位亲朋、老师的帮助，本书不可能付梓，在此一并致谢。

最后，感谢本书得以付梓的幕后英雄——经济科学出版社的顾瑞兰等老师们，你们在封面设计、文字校对、文稿润色、出版安排等方面的工作给作者带来巨大的帮助与启发。谢谢你们！

路万忠

2018年5月

目 录

第一章 绪论	1
第一节 问题的提出	1
第二节 电子商务环境下企业统计指标体系的 设置原则	10
第二章 企业电子商务综述	12
第一节 电子商务（网络经济）发展的阶段	12
第二节 电子商务的定义	13
第三节 中国电子商务的发展历程	17
第四节 电子商务与传统商务的区别	20
第五节 企业电子商务的方式和类型	23
第六节 企业电子商务的功能和意义	27
第三章 电子商务与企业统计	31
第一节 传统商务与电子商务的比较	31
第二节 电子商务环境下企业统计改革的必要性	34
第三节 企业统计指标体系设置原则	35
第四章 电子商务环境下企业微观环境统计	44
第一节 客户市场营销活动统计	44

第二节 供应商市场统计	68
第三节 竞争对手市场统计	69
第五章 电子商务环境下金融业统计指标体系	74
第一节 电子商务对金融业的冲击	74
第二节 电子商务环境下的银行客户关系管理	80
第三节 银行业务	91
第四节 电子商务环境下衡量银行业采用新服务 手段的指标体系	99
第六章 电子商务对制造业企业的影响 及相关指标体系	115
第一节 制造业与电子商务	115
第二节 电子商务对制造业企业的影响	118
第三节 指标体系	138
第七章 电子商务环境下物流行业的企业 指标体系设计	140
第一节 物流概念的由来及定义	140
第二节 我国物流的发展历程及现状	142
第三节 现代物流的发展趋势	145
第四节 电子商务环境下物流业的特点	147
第五节 电子商务环境下物流企业的指标体系设计	151
参考文献	165

第一章 绪 论

第一节 问题的提出

电子商务，这个既熟悉又陌生的名字，已经成为人们所关注的话题。电子商务带来的不仅仅是电子与商务的简单结合，更在于其融合而引发的商业经营理念的革新，这种革新也冲击着其他经济领域。作为统计工作者，深刻感受到电子商务高效的信息处理以及传输能力对传统统计领域带来的巨大冲击，尤其是在企业统计领域。就电子商务对企业统计诸多影响进行分析，进而找到对未来企业统计改革的某种启示，已经成为统计工作者以及企业界广为关心的问题。

电子商务经历了从兴起（20 世纪 80 年代末至 90 年代初）到出现网络泡沫进而出现低谷（以 2000 年 4 月美国纳斯达克证券交易所科技股市场崩盘为导火索）再到复苏重新繁荣的过程。笔者于 2000 年 3 月开始关注电子商务市场，之后便遭遇电子商务走入低谷，客观上要求本书延期，以使用更多的时间进行观察，研究企业统计改革的方向，以适应企业由传统商务向电子商务的转变。现在，电子商务已走出低谷，趋于成熟，本书的研究条件已经成熟。

一、国际电子商务大趋势

“人们高估两年后电子商务的发展，却低估电子商务十年后的发展。”——比尔·盖茨

“五年后将没有网络公司，因为所有公司都将是网络公司。”——英特尔：葛洛夫

“网际网络事实上是没有国界的。交易轻易地就能跨越边界，网络将转型成自由贸易区。”——克林顿

“每个行业的竞争者都在改变，而且不知道这些竞争者从何而来。”——麦肯锡公司资深经理：赫斯特

“后 PC 时代来临，移动网络将逐步取代个人电脑，成为数码时代的新主流。”——日本富士通董事长：关泽义

二、电子商务号称第二次工业革命

“网络带来‘社会整体改造’（the re-engineering of whole society）的革命，这件事不是一天两天，而可能是十五年、二十年。最近的网络产业动态，新的一波网络改造，其实是传统企业的 E 化，所有的企业都将是网络企业，如果你想参加世纪性网络大行动，你连跳槽都没有必要，这种革命马上就会找上你。”——詹宏志

“因为电子商务市场的产品、参与者、过程等越来越虚拟化，市场行为模式的改变，进而对交易的方式、产品的选择、定价策略、市场竞争、企业组织，甚至智慧财产权等，都产生革新性的影响。”——石滋宜

“网络世界里各种特殊团体吸引兴趣各异的人们上网，这片虚

拟社群的快速成长透露出经济力量正由制造商逐渐转移到消费者手中的微妙现象。与其对抗时势所趋，聪明的企业会把精力放在架构网络社群之上，并利用网络的力量接触广大的潜在客户。”——麦肯锡国际管理顾问公司分析师：海格及阿姆斯特壮

三、中国港澳台地区的电子商务状况

香港紧紧抓住互联网技术不断发展和广泛应用这一重大机遇，政府大力支持和扶持，大财团积极参与，以电子商务为核心的资讯服务业迅猛发展，在最新一轮世界经济转型浪潮中又一次抢得先机。在电子商务发展环境方面，香港立法会通过了《电子交易条例》，规定电子记录和电子签署与书面记录和书面签署一样具有同等的法律地位。香港邮政署正式向公众提供以轮基技术为基础的电子认证服务。在电子商务基础设施、宽频上网服务、网络经营、网上支付等方面，香港的大财团、大银行全面介入。如盈科数码动力兴建“数码港”推出宽频上网服务，和记黄埔推出超级入门网站，新鸿基推出入门网站。长江实业、和记黄埔与汇丰银行、恒生银行宣布，共同组成合营公司汇网集团，协作发展互联网电子商务。盈科数码通过收购香港电讯，以进一步拓展互联网发展和服务业务。与此同时，香港市民、香港企业的资讯科技意识迅速增强，网民和用户迅速增长。香港绝大部分公司采用了电子商务。

澳门也成立了电子商务协会，其会员大部分来自澳门的资讯科技界和商界，协会的宗旨是联合澳门的资讯科技界人士，帮助社会各界加强对资讯科技和电子商务的认识，增进与外地资讯科技界的交流，配合澳门特区政府，创造具有本地特色的资讯科技

产业。澳门立法会通过了《电子文件及电子签名》法案。法案为电子文件和电子签名制定了明确的规则，并为拟发出合格证书的“认证实体”经营认证业务和认可条件订定相关规定。法案除对应电子交易外，也是为了配合电子政府的发展而设。

台湾的电子商务有很大的进步，目前，可以看到有下面几个重要趋势：B2C 电子商务的发展，包括零售百货、图书、消费性电子、农渔产品等多个行业，均已积极投入网站建置及线上购物的发展。此外，也有多家业者投入提供网络开店服务，包括如台湾固网、超网络科技以及便利达康等公司。已导入 B2C 电子商务应用的业者，也朝向虚实整合的应用发展，包括如柯达公司进行数字通路转型，提供数字冲洗 DIY 等多项服务，台湾卡西欧进行顾客关系管理应用，提供顾客忠诚服务。B2B 趋向供应链进阶应用。商业整体导入网络应用家数比例高达 54%，许多行业均已进行订单、库存查询等作业。以食品日用品业为例，通过电子化作业（e-mail、专属网络、Internet）向上游厂商传送的订单约占总营业额比例为 37.93%；接受下游客户的订单约占总营业额比例为 28.05%。另外，许多业者也受到大型连锁通路的要求，采取通过泛宇电商、关贸网络等 HUB 或 ASP 平台业者，进行讯息及作业整合，致使上下游整合成为普遍现象。

四、我国企业统计改革的现状

一直以来，企业并不重视企业统计，多数企业把类似于企业统计报表等相关统计工作当作一种任务在完成，统计的统计信息、统计咨询、统计监督三大职能的发挥很大程度上受到了限制。从某种意义上说，企业统计是在为宏观管理服务，而不是真正地为

企业自身服务。作为统计人员，我们深感企业统计改革的必要性和紧迫性。

这些年来，统计改革一直是我国经济活动和理论工作的一个话题，政府、企业以及教育工作者都进行了大量和多方面的探索。但从得到的文献结果可以看出，专家学者和政府组织发表或主持的统计改革的论题，大多偏重于政府统计，宏观多、微观少。企业统计改革的有关研讨，多半限于来自企业的实际工作者。而且文字搬家的多，真知灼见的少。企业统计和政府统计同属统计范畴但却不能等同，企业统计的改革仅是统计改革的组成部分。到现在为止，若说我国的统计改革取得了较大成就的话，不如说是政府的统计改革较为成功，但统计改革中企业统计改革依旧步履维艰，鲜有成功。

五、电子商务环境下我国企业统计的不适应性表征

随着网络经济的到来，电子商务的广泛应用，我国企业统计显示出了越来越多的不适应，具体表现在以下几个方面。

（一）统计指标体系的不合理

现行企业统计指标体系是国家发放的报表中的指标体系以及行业统计部门为了考核企业经营成果、效益而制定出来的统计指标体系，主要目的是为满足宏观经济管理的需要服务的。然而，实行现代企业制度的改革后，企业已不再是政府或其机构部门的附庸，是独立自主的、自负盈亏的法人，所以企业统计应该适时改变，不再只为政府或其机构部门服务，而要以企业生产经营管理以及现在和未来的发展为中心。要根据企业自身需要设立相应

指标体系，要使企业收集到所需信息，更要改变过去企业决策者需要的信息没有、不需要的信息很多的局面。尤其是在电子商务环境下，指标的完善、增设和删减是统计改革的一大任务。

（二）企业统计失真现象严重

当前，搞准统计数据难度很大，有统计失实的潜在危险。其主要原因，首先是人为干扰，统计数据与企业或者个人利益相关，从而难免受到有关人员干扰；其次是数出多门，存在着谎报、虚报以及假报的情况；再次是基础较差，部分基层单位没有统计原始记录以及统计台账，当然更没有统计核算，统计数据报送随意性很大，从而缺乏连续性、延续性；最后是素质不高，一部分统计人员的思想和业务素质不高，基层的统计力量薄弱，基础的工作不实，谬误太多，“源头”的数字失准。

（三）企业统计制度与网络经济时代统计方法不适应

很多企业统计仍是以手工统计为主，较少采用先进计算机技术以及网络技术。网络经济时代，电子商务被广泛应用，经济活动向着多元化、多样化以及复杂化方向发展，统计对象、统计指标和调查方法、报送渠道以及工作方式都会发生深刻变化，因此，依靠传统统计制度和办法已无法准确地、及时地、全面地、方便地获取各个方面所需的统计信息。

（四）企业统计人员不能适应当前网络经济时代的需要

大多数企业都是按照统计报表的任务要求配置统计人员，学历不高，且缺乏统计专业知识。领导、骨干的培训、岗位专业知

识的培训、上岗前培训、继续教育、外语培训力度不够，且很多培训都流于形式，更不要说网络经济、电子商务知识的培训。统计人员素质不高，对网络经济时代的企业内外部环境变化敏感度自然就低，从而也就不能及时为企业经营决策者提供所需的各种正确可靠的信息。

综上所述，当前在电子商务来临的网络经济的时代，数字化、信息化以及网络化对企业统计已然产生了较大影响。一方面，企业、社会各界对统计信息需求量剧增，无论宏观管理还是微观经济活动，都对统计信息依赖程度愈来愈大，且要求愈来愈高。我们的企业统计既要提供服务企业管理的企业内部的统计信息，也要提供服务企业经营决策的各种市场的统计信息。另一方面，当前在网络经济时代，统计内容、对象以及渠道发生了重大的变化，并对统计信息质量要求也在日益提高。因此，在当前网络经济时代下，企业统计改革已然迫在眉睫。

六、电子商务环境的企业统计改革方向

这些年来，虽然企业统计做了一些改革，也取得了一定的成效，但是指导思想却没有从根本上发生转变，还是以满足向国家（上级）上报报表为目的，而不是以满足自己企业的实际需要为出发点，因此，改革的首要方向如下。

（一）正确树立企业统计主要为企业自身服务的观点

计划经济时代下的那种企业统计完全为国家、为上级服务的思想应该得到纠正，在社会主义市场经济体制下，企业是市场的主体，企业统计应该从各方面进行改革以适应市场经济的要求，

尤其是在当今电子商务成为一种趋势的大环境下，企业统计的改革应为企业竞争提供强大信息支持，发挥企业统计特色。

企业统计改革一个本质性改革就是统计指标与统计指标体系的改革。在电子商务环境下，企业原来老一套的指标难以满足企业经营决策需要，譬如，受电子商务影响较大的反映企业外部微观环境变化的指标没有得到体现，投入产出、经营效果以及企业发展潜力等指标不能很好地反映出电子商务的影响因素。因此，指标和指标体系的改革迫在眉睫，但是建立科学、完整、切实可行以及便于操作的企业统计指标体系，不是随便地在现有的指标的基础上，增加、减少几个指标那么简单，也绝非是一朝一夕就能做好的事，但是不管怎样，任何改革的努力都必须有鲜明的方向，才有取得成功的可能。

（二）拓宽指标涉及范围

企业统计的指标体系设计应从企业信息需求结构以及管理要求出发，根据现实的需求，既保留统计指标的共性，也要实现企业统计指标的个性化。考虑到电子商务环境的影响，本书认为，拓宽指标涉及的范围可以从以下六个方面着手：

（1）增设反映企业外部微观环境的统计指标。这一点对于企业来说非常重要，是最能体现统计改革新的指导思想的一个环节，原来为了完成统计报表而设置的指标体系几乎是不涉及这个方面的。在外部微观环境的组成中，又以企业的客户、供应商、竞争者等为重点，因此，要着重增设对这几个对象的统计指标，使企业不仅能知己，还能知彼。

（2）增设电子商务投入统计指标。由于本书研究的是电子商