

21世纪高职高专精品教材·电子商务专业

电子商务基础与实务

Dianzi Shangwu Jichu yu Shiwu

胡振威 主编

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

21世纪高职高专精品教材·电子商务专业

电子商务基础与实务

Dianzi Shangwu Jichu yu Shiwu

胡振威 主 编

陈回花 谢军明 秦李 吕世国 副主编



F1219456



东北财经大学出版社

Dongbei University of Finance & Economics Press

大连

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务基础与实务 / 胡振威主编. —大连: 东北财经大学出版社, 2018.2

(21世纪高职高专精品教材·电子商务专业)

ISBN 978-7-5654-3023-7

I. 电… II. 胡… III. 电子商务-高等职业教育-教材 IV. F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第322169号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街217号 邮政编码 116025)

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连永盛印业有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 185mm×260mm 字数: 352千字 印张: 16.5

2018年2月第1版

2018年2月第1次印刷

责任编辑: 郭海雷 那 欣

责任校对: 贺 莉

封面设计: 张智波

版式设计: 钟福建

定价: 33.00元

教学支持 售后服务 联系电话: (0411) 84710309

版权所有 侵权必究 举报电话: (0411) 84710523

如有印装质量问题, 请联系营销部: (0411) 84710711

前言

商务部、中央网信办和国家发改委制定的《电子商务“十三五”发展规划》指出：“电子商务是网络化的新型经济活动，是推动‘互联网+’发展的重要力量，是新经济的主要组成部分。”随着线上线下深度融合、网络零售提质升级，中国未来的电子商务将承担更重要的职责，成为中国经济转型升级的内驱动力和突破口，电子商务领域的创新发展也将成为业内外关注的焦点。

而要实现经济转型升级，提升电商行业的服务水平，加快中国创造步伐，必然要求从整体上提高劳动者的素质，造就一流的技能人才队伍。为此，我们依照教育部关于全国高职高专教学评估和精品课程建设的有关精神，以教育部提出的“以综合素质培养为基础，以能力培养为主线”为指导思想，结合高等职业教育的教学培养目标完成了本教材的编写。本教材定位于电子商务专业基础课程，共分10章，分别为电子商务概述、电子商务主要模式、网络技术基础、电子商务网站建设、电子商务安全技术、网络营销、电子支付与网络银行、电子商务物流管理、电子商务的法律法规、跨境电子商务。

本教材的特点如下：

(1) 在编写理念上，努力突出高职高专的教材特色，“以就业为导向”“以专业技能体系为主”，以必需、够用为度，突出高职高专的职业教育特色和企业实践应用特色，突出学生动手操作能力的训练和综合职业素质的培养。

(2) 充分考虑高职高专教育的特点和学生的实际需要，使用大量案例、图、表来表达叙述性的内容。为了提高学生的学习兴趣，方便课堂教学，本教材还设计了“课堂讨论”“小资料”“拓展阅读”等栏目，在教学互动过程中激发学生的学习热情。

(3) 通过二维码链接拓展的图文等资源构建教材的新形态，为学生拓展知识和延伸阅读提供了方便。

通过学习本教材，学生既能了解电子商务的基本知识，又能掌握常用的电子商务技能。本教材可作为全国高职高专院校电子商务专业和相关专业的教学用书，也可作为社会各类在职人员的培训用书及自学人员的参考用书。

本教材由湖北财税职业学院胡振威担任主编，湖北生物科技职业学院陈回花和湖北财税职业学院谢军明、秦李、吕世国担任副主编。湖北财税职业学院罗玲、罗世璇和武汉职业技术学院王忠元参加了编写，秦李、陈回花负责教材的整理和统稿工作。具体编写分工如下：胡振威负责第1章，陈回花负责第2章，秦李负责第3章和第4章，吕世国负责第5章和第6章，罗玲负责第7章，谢军明负责第8章，罗世璇负责第

9章,王忠元负责第10章。东北财经大学出版社郭海雷编辑对本教材的编写进行了指导,并提出了富有建设性的修改意见。

本教材凝聚了编者多年的教学实践经验,同时吸收了其他同行的教学成果,在此表示诚挚的谢意!为方便教学,本教材配有教师授课使用的PPT和每章后“基本训练”的习题参考答案,使用本教材的各位教师可登录东北财经大学出版社网站(<http://www.dufep.cn>)自行下载使用。

由于电子商务发展迅速,编者水平有限,加之时间仓促,教材中难免有疏漏或不妥之处,恳请广大专家和读者批评指正,提出宝贵修改意见!

编者

2018年1月

目 录

第1章 电子商务概述 / 1

【学习目标】 / 1

【导入案例】 稳居全球第一！中国电商半年销售再破纪录，你贡献了多少？ / 2

1.1 电子商务的内涵 / 3

1.2 电子商务的产生背景与发展过程 / 4

1.3 电子商务的作用与影响 / 7

1.4 电子商务的发展特点及趋势 / 7

【本章小结】 / 10

【基本训练】 / 10

第2章 电子商务主要模式 / 13

【学习目标】 / 13

【导入案例】 郑州生鲜电商市场大起底 网上卖菜前景到底咋样 / 14

2.1 电子商务的模式分类 / 15

2.2 电子商务的基本框架 / 16

2.3 B2B模式（B to B） / 21

2.4 B2C模式（B to C） / 23

2.5 C2C模式（C to C） / 24

【本章小结】 / 25

【基本训练】 / 25

第3章 网络技术基础 / 28

【学习目标】 / 28

【导入案例】 ofo 启用全球首款“物联网智能锁”，共享单车进入物联网时代 / 29

3.1 Internet概述 / 30

3.2 常用的Internet服务 / 40

3.3 TCP/IP协议 / 48

3.4 域名申请 / 55

【本章小结】 / 65

【基本训练】 / 65

第4章 电子商务网站建设 / 67

【学习目标】 / 67

【导入案例】 解放产品开发人群，Gospel想做Web领域的Photoshop / 68

4.1 电子商务网站的总体设计 / 69

4.2 网站软硬件环境建设 / 72

4.3 网站内容建设 / 81

【本章小结】 / 92

【基本训练】 / 92

第5章 电子商务安全技术 / 93

【学习目标】 / 93

【导入案例】 淘宝“错价门”引发争议 / 94

5.1 电子商务安全概述 / 94

5.2 加密技术 / 99

5.3 认证技术 / 103

5.4 电子商务安全交易协议 / 112

【本章小结】 / 119

【基本训练】 / 120

第6章 网络营销 / 121

【学习目标】 / 121

【导入案例】 ALS冰桶挑战：席卷全球的公益病毒 / 122

6.1 网络营销概述 / 122

6.2 网络营销策略 / 129

6.3 网络营销手段 / 142

【本章小结】 / 149

【基本训练】 / 149

第7章 电子支付与网络银行 / 152

【学习目标】 / 152

【导入案例】 招商银行再次荣获“中国最佳品牌建设案例”大奖 / 153

7.1 传统的支付方式 / 153

7.2 电子商务网上支付系统概述 / 155

7.3 网上支付方式 / 159

7.4 网络银行 / 167

【本章小结】 / 175

【基本训练】 / 175

第8章 电子商务物流管理 / 176

【学习目标】 / 176

【导入案例】京东商城的物流模式 / 177

8.1 物流概述 / 177

8.2 电子商务与物流的关系 / 181

8.3 供应链管理中的物流 / 185

8.4 现代物流技术在电子商务中的应用 / 187

8.5 电子商务物流组织模式 / 194

8.6 电子商务下的物流解决方案 / 199

【本章小结】 / 202

【基本训练】 / 202

第9章 电子商务的法律法规 / 204

【学习目标】 / 204

【导入案例】“专车第一案”：撤销对网约车行政处罚 二审维持原判 / 205

9.1 电子商务法律法规概述 / 205

9.2 国内外电子商务立法概况 / 214

9.3 电子商务中知识产权法律规范 / 222

【本章小结】 / 226

【基本训练】 / 227

第10章 跨境电子商务 / 229

【学习目标】 / 229

【导入案例】跨境电商执行零售进口新税制 / 230

10.1 国际电子商务发展格局 / 230

10.2 跨境电子商务在我国的发展 / 240

10.3 跨境电子商务的商业模式与分析 / 247

【本章小结】 / 253

【基本训练】 / 253

主要参考文献 / 255

第1章

电子商务概述

● 学习目标

● 导入案例

1.1 电子商务的内涵

1.2 电子商务的产生背景与发展过程

1.3 电子商务的作用与影响

1.4 电子商务的发展特点及趋势

● 本章小结

● 基本训练

学习目标

□ 知识目标：1. 掌握电子商务的概念；

2. 理解电子商务的作用；

3. 理解当前电子商务发展阶段；

4. 熟悉电子商务发展特点。

□ 技能目标：能够搜集整理资料，据此分析目前国内外电子商务的现状与前景。



【导入案例】

稳居全球第一！中国电商半年销售再破纪录，你贡献了多少？

无论“6·18”还是“双11”，都是中国电商行业创造出来的购物节，在全民“买买买”的购物狂欢中，电商行业迎来了新一轮销售热潮。

电商行业半年成绩抢眼！

成绩一：电商半年销售再破纪录

2016年12月至2017年5月，中国6个月网络零售总额首次突破3万亿元，超过了2014年全年的总额，创下中国电商零售同期最高纪录。

成绩二：网络零售规模稳居全球第一

2017年第一季度，中国消费者的网购总额是美国的两倍多；从网络零售市场规模来看，我国已经连续多年稳居全球第一；2016年，我国电子商务交易额占到了全球总量的1/3以上。

此外，我国网络零售额在社会零售总额的占比，不仅远高于全球平均水平，还高于欧洲、北美洲，并且在最近三年，这一占比仍然在不断提升。

成绩三：电商产业“力挺”GDP

电商的成绩抢眼，也为中国经济稳增长添上了一抹亮色。2017年第一季度，中国经济继续保持平稳增长，增速达到6.9%；而分产业看：第一产业，也就是农、林、牧、渔业，在GDP中占比4.79%，增加值同比增长3%；第二产业，也就是矿业和制造业等工业活动，占比38.74%，增加值同比增长6.4%；第三产业，即服务业，占比56.47%，增加值同比增长7.7%。由此可见，服务业对中国经济企稳的重要性。

而在促进国内居民消费、拉动经济增长方面，电商起到的作用也不容小视：根据测算，2017年第一季度的电商消费直接带动GDP增长1.3个百分点。

成绩四：电商带动居民消费升级

中国电商行业的发展成就，不仅体现在数量的变化上，更重要的是对中国人生活品质、消费行为的提升和改变。

在2017年上半年，虽然服装、家电这两类产品在网络消费中仍然占据不小的比重，但在所有网购品类当中，增长速度排名前三位的分别是医疗保健、图书音像和运动户外商品，这三类商品的网络销售额，同比增幅都超过了40%。

消费者越来越愿意把钱花在运动、健康和提高知识修养方面，这说明除了传统的衣食住行之外，中国人开始更关心生活质量的提升。尤其值得一提的是，随着图书音像制品网络销售额的增长，我国的国民阅读率也在连年提升：帮助我们更多地拿起书本、放下手机，这或许是电商业发展所带来的一个意外收获。



完整阅读 中国
电商半年销售再
破纪录，你贡献
了多少？

资料来源 央视财经。稳居全球第一！中国电商半年销售再破纪录，你贡献了多少？[EB/OL]. [2017-07-04]. <http://www.toutiao.com/i6432987914073801217/>. 有删减。

电子商务的快速发展给我们的日常生活带来了极大的便利,也为国家产业结构转型升级、拉动经济增长做出了突出的贡献。在本章中,我们将通过学习,初步认知电子商务。

1.1 电子商务的内涵

1.1.1 电子商务的定义

近年来,电子商务的迅猛发展已经引起了人们的普遍关注,但人们对电子商务还没有一个统一规范的认识。不同的专家学者、企业、社会组织以及政府机构对电子商务从不同的角度做出了不尽相同的描述,可以说是众说纷纭,莫衷一是。因此,如果要对电子商务有一个科学的理解,应该对各种不同的说法进行科学的比较、概括。

1.世界电子商务会议关于电子商务的定义

1997年11月,国际商会在巴黎举行了世界电子商务会议,从商业角度提出了电子商务的概念:电子商务是指实现整个贸易活动的自动化和电子化。电子商务涵盖的业务包括:信息交换、售前售后服务(如提供产品和服务的细节、产品使用技术指南、回复顾客意见)、销售、电子支付(如使用电子资金转账、信用卡、电子支票、电子现金等)、运输(包括商品的发送管理和运输跟踪,以及可以电子化传送的产品)、组建网上企业等。

2.加拿大电子商务协会关于电子商务的定义

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,它包括公司内利用电子邮件(E-mail)、数据交换(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(例如:市场营销、金融结算、销售和谈判)。

3.IBM公司对电子商务的定义

IBM公司在1997年首次提出了电子商务的概念,其给电子商务下的定义是:电子商务是在Internet的广阔联系与传统信息技术系统的丰富资源相互结合的背景下,应运而生的一种在Internet上展开的相互关联的动态商务活动,电子商务有广义和狭义之分。狭义的电子商务称作电子交易,主要是利用Web提供的通信手段在网上进行的交易。而广义的电子商务是包括电子交易在内的,利用Web进行的全面的商业活动,如市场调查分析、财务核算、生产计划安排、客户联系、物资管理等,所有这些活动涉及企业的内外业务。

广义的电子商务除电子交易以外,还包含利用网络环境进行的其他商务活动,包括商品管理、客户管理、市场分析、商务决策和组建虚拟企业等各个方面。

首先,电子商务是一种采用最先进的信息技术的商务方式。

其次,电子商务的本质是商务。

最后,广义的电子商务包括的范围很广,既包括电子数据交换,也包括互联网电子商务;既包括网上信息查询、网络营销、网上广告等明显的电子商务活动,也包括企业资源计划、供应链管理、客户关系管理等企业信息化领域的诸多方面。这是以

IBM 公司为代表的主流观点。

狭义的电子商务我们一般也将其称为电子交易,是指通过 Internet 进行的商务活动。在大多数情况下,我们一般所说的电子商务概念就是狭义的电子商务。

美国政府在《全球电子商务纲要》中比较笼统地指出,电子商务是指通过互联网进行的各项商务活动,包括广告、交易、支付和服务等活动,这是狭义的电子商务,类似的还有英特尔公司对电子商务的定义:电子商务=电子市场+电子交易+电子商务。

电子商务包含两个方面:一是商务活动,二是电子化手段。它们之间的关系是:商务活动是核心,电子化手段是工具。电子商务的主要服务功能是真正意义上的完善的电子商务,能够提供整个交易全过程所需的各种服务。其概括起来应具有广告宣传、咨询洽谈、网上订购、网上支付、电子账户、服务传递、意见征询、交易管理等各项功能。

1.1.2 电子商务的特点

1. 交易虚拟化

通过 Internet 为代表的计算机互联网络进行的贸易,贸易双方从贸易磋商、签订合同到支付,无须当面进行,均通过计算机互联网络完成,整个交易完全虚拟化。

2. 交易成本低

(1) 距离越远,网络上进行信息传递的成本相对于信件、电话、传真的成本而言就越低。

(2) 买卖双方通过网络进行商务活动,无须中介者参与,减少了交易的有关环节。

(3) 电子商务实行“无纸贸易”,可减少 90% 的文件处理费用。

(4) 卖方可通过互联网络进行产品介绍、宣传,可以减少相关费用。

3. 交易效率高

电子商务克服了传统贸易方式费用高、易出错、处理速度慢等缺点,极大地缩短了交易时间,使整个交易非常快捷与方便。

4. 交易透明化

买卖双方从交易的洽谈、签约以及货款的支付、交货通知等整个交易过程都在网络上进行。通畅、快捷的信息传输可以保证各种信息之间互相核对,有效防止了伪造信息的流通。

1.2 电子商务的产生背景与发展过程

1.2.1 电子商务的产生背景

电子商务最初起源于计算机的电子数据处理技术,从科学计算向文字处理和商务统计报表处理应用的转变。字处理软件和电子表格软件的出现,为标准格式(或格式

化)商务单证的电子数据交换开发应用提供了强有力的工具。政府或企业的采购,企业商业文件的处理,从手工书面文件的准备和传递转变为电子文件的准备和传递;随着网络技术的发展,电子数据资料的交换,又从磁带、软盘等电子数据资料物理载体的寄送转变为通过专用的增值通信网络的传送,近年来更转移到通过公用的 Internet 进行传送。

银行间的电子资金转账技术与企事业间电子数据交换技术相结合,产生了早期的电子商务或称电子商贸(EC, Electronic Commerce)。信用卡、自动柜员机、零售业销售终端和联机电子资金转账技术的发展,以及相应的网络通信技术和安全技术的发展,使今天网上持卡购物(B to C, Business to Consumer)与企业之间网上交易(B to B, Business to Business)这两种模式的电子商务得到飞速的发展。

1991年,美国政府宣布因特网向社会公众开放,允许在网上开发商业应用系统。1993年,万维网(WWW, World Wide Web)在因特网上出现,这是一种具有处理数据图文声像超文本对象能力的网络技术,使因特网具备了支持多媒体应用的功能。1995年,因特网的商业业务信息量首次超过了科教业务信息量,这既是因特网此后爆炸性发展的标志,也是电子商务从此大规模发展的标志。

小资料

《商贸物流发展“十三五”规划》重点工程之一——电子商务物流工程

依托铁路、公路、水运、航空、邮政、供销合作网络,完善电子商务物流布局,构建连接城乡、覆盖全国、面向国际的电子商务物流体系。加快电子商务物流服务、作业、技术、包装、单据、信息等标准建设,提升揽收、仓储、运输、分拣、配送、投递等环节处理能力,开发专业化、个性化服务,满足差异化需求,提升用户体验。支持探索产品源头的物流包装解决方案,减少二次包装,推广使用可降解的胶带、环保填充物,可再生纸张和环保油墨印刷的封装物品等物料辅料,推进包裹包装箱的可循环技术创新和循环再利用管理模式创新,完善包裹包装回收体系,实现包装减量化、绿色化和可循环利用。支持具备条件的第三方机构开展面向消费者的电子商务物流信用评价。

资料来源 商务部. 商贸物流发展“十三五”规划 [EB/OL]. [2017-03-24].

<http://www.mofcom.gov.cn/article/b/g/201703/20170302540213.shtml>



拓展阅读 商贸物流发展“十三五”规划

1.2.2 电子商务的发展阶段

1. EDI电子商务阶段

电子商务最早产生于20世纪60年代的美国运输业。当时的贸易商在使用计算机处理各类商务文件时发现,人工输入到一台计算机中的数据中,有70%是来源于另一台计算机的输出文件,在输入数据时,由于过多的人为因素,影响了数据的准确性。因此,人们开始尝试在贸易伙伴之间的计算机上进行数据自动交换。

1968年,美国运输业的多家公司联合成立了运输数据协调委员会(简称

TDCC),专门进行电子通信标准的研究开发,并于1975年发布了第一个EDI标准。1978年,美国成立了全国EDI委员会——X12委员会,并于1981年颁布了第一个全国性EDI标准。实际上,实用性的EDI电子商务是在20世纪80年代才得到较快发展的。这一时期的EDI电子商务,主要是通过一个被称为VAN(增值网)的专用网络,交易双方将询价单、报价单、订购单、收货通知单、货物托运单、保险单、转账发票等报文数据,以规定的标准格式,在双方的计算机系统上,进行端对端的数据传送。

EDI电子商务实现了“无纸贸易”,大大提高了工作效率,减少了由于人工失误带来的损失。到了20世纪90年代,EDI技术已十分成熟,在国际贸易、海关业务、金融领域等得到了大量的应用,在外贸业务中甚至提出了“没有EDI就没有订单!”的口号。但是,由于EDI对技术、设备、人员的要求较高,使用价格也极为昂贵,所以,EDI电子商务实际上仅限于在先进国家与地区以及大型企业范围内应用,还有许多国家与地区以及大多数的中小企业难以使用EDI开展电子商务活动。

2. Internet 电子商务阶段

20世纪90年代开始,Internet和计算机网络技术的蓬勃发展,为在Internet上开展电子商务奠定了基础。特别是20世纪90年代中期,Internet迅速普及,逐步从大学、科研机构走向企业和百姓家庭,其功能也从信息共享演化成一种大众化的信息传播工具,加之计算机网络技术也取得了突破性进展,这一切都促使Internet电子商务获得快速发展。

1.2.3 我国电子商务的发展历程

1. 我国首先在外贸系统开展电子商务

1996年2月,外经贸部组建了国际贸易EDI服务中心(即中国国际电子商务中心)。1997年,外经贸部实现了进出口原始统计数据的网上传输。1998年,与海关联网,实现了进出口商品配额执行反馈情况网上查询、进出口许可证网上申领与查询、全国各口岸及中央企业中标配额签证情况网上查询、机电产品与纺织品配额网上招标等。2000年6月,外经贸部实现全国加工贸易联网审批管理。

2. 国内建立了各种电子商务网站,开展了许多电子商务网上交易活动

1997年,国内首家跨省市的大型电子商务中心NI-TC联企促销交易中心在湖南开业。1998年,金贸工程项目“中国商品交易中心”投入使用,这是国家经贸委批准设立的全国性网上商品交易中心。1998年6月,北京启动“首都电子商务工程”。

1997—2000年,国内出现了各类电子商务网站,有网上百货商店、网上超市、网上书店、网上花店、网上旅行社、网上证券公司、网上拍卖行等。一些媒体更是把电子商务炒得火热。

2017年1月22日,中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第39次《中国互联

网络发展状况统计报告》显示：2016年，企业的计算机、互联网使用以及宽带接入已全面普及，分别达到99.0%、95.6%和93.7%，相比去年分别上升3.8、6.6和7.4个百分点。此外，企业在线销售、在线采购的开展比例实现超过10个百分点的增长，分别达到45.3%和45.6%。在传统媒体与新媒体加快融合发展的趋势下，互联网在企业营销体系中扮演的角色愈发重要，互联网营销推广比例达38.7%。此外，六成企业建有信息化系统，相比去年提高13.4个百分点。在供应链升级改造过程中，企业日益重视并充分发挥互联网的作用。

1.3 电子商务的作用与影响

电子商务的作用可以分为直接作用和间接作用两个部分。

电子商务的直接作用有：

第一，节约商务成本，尤其节约商务沟通和非实物交易的成本；

第二，提高商务效率，尤其提高地域广阔、交易规则相同的商务效率；

第三，有利于进行商务（经济）宏观调控、中观调节和微观调整，可以将政府、市场和企业乃至个人连接起来，将“看得见的手”和“看不见的手”连接起来，既可克服“政府失灵”又可克服“市场失灵”，既为政府服务又为企业和个人服务。

电子商务间接作用有：

第一，促进整个国民经济和世界经济高效化、节约化和协调化；

第二，带动一大批新兴产（事）业的发展，例如，信息产业，知识产业和教育事业等；

第三，物尽其用、保护环境，有利于人类社会可持续发展。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，除了上述影响外，它还将对就业、法律制度以及文化教育等方面带来巨大的影响。电子商务将引领人类真正进入信息社会。

课堂讨论

本章导入案例中提及了“双11”和“6·18”，想必大多数同学都有网购的经历，请你举例谈一谈电子商务的出现给你的生活带来了哪些便利。

1.4 电子商务的发展特点及趋势

商务部副部长王炳南在全国人大常委会举办的“电子商务的现状与发展”专题座谈会上指出，2016年，全球电子商务市场规模超过25万亿美元，成为世界经济的亮点和新增长点。

1.4.1 国外电子商务的发展特点

当前,全球电子商务呈现以下几个特点:

1.市场规模不断扩大

根据国际知名调查公司 E-marketer 的数据,2011—2016 年,全球网络零售交易额从 0.86 万亿美元增长至 1.92 万亿美元,年平均增长率达 17.4%。未来五年,随着全球智能手机保有量不断提升、互联网使用率持续提高、新兴市场快速崛起,全球网络零售仍将保持两位数增长。预计到 2020 年,全球网络零售交易额将超过 4 万亿美元,占全球零售总额的比例从 2016 年的 7.4% 增长至 14.6%。

2.地区差距逐渐缩小

欧美地区电子商务起步早、应用广。2016 年,美国网络零售交易额达到 3 710 亿美元,比 2015 年增长 8.5%,占美国零售总额的比例约 8%。目前,80% 的美国制造商拥有自己的网站,60% 的小型企业、80% 的中型企业和 90% 的大型企业已经开展电子商务应用。2015 年,欧盟 28 国电子商务 B2C 交易额为 4 074 亿欧元,增幅为 13.4%。英国、法国、德国、西班牙、意大利五国的市场份额最大,占欧盟电子商务市场总量的 77.5%;英国、丹麦、卢森堡、德国和荷兰五国的网购用户渗透率最高,均超过了 70%。

亚洲地区网络零售交易额已占全球市场的 46%。中国、印度、马来西亚的网络零售年均增速都超过 20%。中国网络零售交易额自 2013 年起已稳居世界第一位。全球十大电商企业,中国占 4 席、日本占 1 席。其中,阿里巴巴以 26.6% 的市场份额排名全球第一,京东商城名列亚马逊、易贝之后,位居第四,小米和苏宁也入围前十。印度电子商务市场过去几年保持约 35% 的高速增长。中、印两国网民人数占到全球网民人数的 28%,每年还将新增约 1 亿人,巨大的网民红利将继续支持亚洲电子商务的发展。

拉丁美洲、中东及北非地区电子商务规模小、潜力大。拉丁美洲是全球 B2C 电子商务发展最快的区域之一,近五年交易额均保持两位数增长,2015 年达到 590 亿美元。网民增长红利、互联网普及度提升、本土技术创新等是拉丁美洲电子商务市场被看好的主要原因。非洲地域广阔,人口分布不均,实体店数量少,居民购物不便,电子商务发展存在刚性需求。

3.企业并购趋于频繁

互联网经济具有天然的规模效应,随着竞争加剧以及投资人的撮合,竞争对手有动力、有条件进行合并,市场集中度不断提高。《福布斯》杂志近日评选最有投资价值的 10 大公司,9 家是互联网企业,其中阿里巴巴位居榜首,脸书和优步分列第二和第三。2012—2016 年,全球私营电子商务企业共获得 467 亿美元投资,其中,美团大众点评获得 33 亿美元投资,位列首位。获得 1 亿美元以上投资的企业主要分布在中国、美国和印度,分别有 25 家、20 家和 10 家。2016 年,中国电子商务领域重大并购达 15 起,涉及资金超过 1 000 亿元人民币。其中包括腾讯以 86 亿美元收购芬兰移动游

戏开发商84.3%的股权,京东以98亿元人民币并购沃尔玛控股的1号店,阿里巴巴以10亿美元收购东南亚知名电商企业来赞达(Lazada)等,每一项市场并购都对行业发展产生重要影响。

4. 共享经济异军突起

共享经济伴随着移动互联网的发展而迅速崛起,共享领域不断拓展。从最初的汽车、房屋共享发展到金融、餐饮、空间、物流、教育、医疗、基础设施等多个领域,并向农业、能源、生产甚至城市建设扩张。共享经济让全球数十亿人既是消费者,也是经营者,最大限度地提升了资源利用效率,带来了就业方式的变革,但同时也带来一些新问题,对监管提出挑战。

1.4.2 我国电子商务的发展特点

当前,我国电子商务发展正在进入密集创新和快速扩张的新阶段,日益成为拉动我国消费需求、促进传统产业升级、发展现代服务业的重要引擎。今天,我国电子商务竞争的关键词已从拼货品、拼价格、拼快递速度转变为拼融合、拼生态、拼创新和拼数据。具体而言,我国电子商务的发展具有以下几个特点:

1. 我国电子商务仍然保持快速增长态势,潜力巨大

我国近年来的电子商务交易额增长率一直保持快速增长势头。2012—2016年,我国网络购物用户人数从2.42亿人增长至4.67亿人,增长近一倍。电子商务交易额从8.1万亿元增长至26.1万亿元,年均增长34%。其中,网络零售交易额从1.31万亿元增长至5.16万亿元,年均增长40%,对社会消费品零售总额增加值的贡献率从17%增长至30%。电子商务发展直接和间接带动的就业人数从1500万人增长至3700万人。2017年,天猫“双11”购物狂欢节仅1天时间最终交易额达1682亿元,更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可持续增长的重要动力和引擎。

2. 企业、行业信息化快速发展,为加快电子商务应用提供坚实基础

近年来,在国家大力推进信息化和工业化融合的环境下,我国服务行业、企业加快信息化建设步伐,电子商务应用需求变得日益强劲。不少传统行业领域在开展电子商务应用方面取得了较好成绩。农村信息化取得了可喜的成绩,创新电子商务应用模式,涌现出一批淘宝店,一些村庄围绕自身的资源、市场优势,开展特色电子商务应用。传统零售企业纷纷进军电子商务。其他行业如邮政、旅游、保险等也都在已有的信息化建设基础之上,着力发展电子商务。

3. 电子商务服务业迅猛发展,初步形成功能完善的业态体系

从电子商务交易情况来看,近年来出现了一些新的发展趋势。一是发展模式不断演变。近年来B2B与B2C加速整合,并由信息平台向交易平台转变。二是零售电子商务平台化趋势日益明显。具体包括3种情况:追求全品类覆盖的综合性平台,专注细分市场的垂直型平台,大型企业自营网站逐渐向第三方平台转变。三是平台之间竞争激烈,市场日益集中。阿里巴巴、京东商城等为第一梯队拉开了与其他