

中国移动电子商务现状、问题及对策

广州番禺职业技术学院 王剑峰

摘要: 移动电子商务是近年来电子商务行业发展的热点,纵观中国移动电子商务,在井喷式发展的背后,还存有隐忧。本文深入分析了中国移动电子商务的现状,提出了中国移动电子商务所面临的若干问题,有针对性地提出相应的对策,对中国移动电子商务的发展趋势进行了大胆的展望。

关键词: 移动电子商务 现状 问题 对策

中图分类号: F724

文献标识码: A

文章编号: 1005-5800(2012)02(c)-130-03

1 移动电子商务的定义

移动电子商务,顾名思义指的是上网用户脱离传统网线的限制,采用各种形式的无线技术,包括蓝牙技术,无线局域网技术,移动电话运营商提供的无线上网技术(2.5G或3G),卫星或微波通信技术,借助手机、PDA(个人数字助理)、掌上电脑或平板电脑、带有无线接入功能的手提电脑或车载电脑等移动通信设备与因特网有机结合,进行的电子商务活动,它是无线通信技术和电子商务技术的有机统一。

移动电子商务将因特网、移动通信技术、短距离通信技术及其它信息处理技术完美结合,使电子商务的目标客户脱离了有线网络及笨重的固定终端的限制,使人们可以使用移动通信终端,在任何无线网络支持的地点进行各种电子商务活动,极大地拓展了电子商务应用的空间和时间。

2 移动电子商务应用的现状

据国家工业和信息化部2011年4月发布的报告,2011年第一季度,我国增加了3000万手机用户,手机用户总数已达8.89亿。根据最近的增长率推算,我国的手机用户总数在5月份期间可能将超过9亿。2011年6月11日于天津闭幕的第八届国际手机展览会上,中国通信企业协会副秘书长钱晋群介绍,截至今年4月份,我国手机上网用户达到3.03亿,手机上网用户在全国互联网用户中比重不断提升,占到66.2%。其中,只使用手机上网的用户为4300万,占到全部互联网用户比重接近10%。据有关机构预测,到2013年,手机网民或将超过电脑网民。

中国的电子商务行业之所以在新世纪特别是2003年后得到飞跃发展,宽带网络的普及和网民数量的爆发式增长是坚实的基础。在移动电子商务领域,移动上网用户的迅速增加,以及移动通信技术在信息化领域的应用向纵深发展,是移动电子商务发展的推动力量。随着智能手机的逐步普及、无线上网带宽的加速和资费的逐步降低、无线上网内容包括是WAP网站和手机应用程序的极大丰富,使用移动设备上网的用户数量显著增加,曾经推动电子商务发展的一些网络时代传统的应用开始移植到移动电子商务平台上并焕发新的光彩,如资讯浏览、移动搜索、即时通讯、手机支付、手机购物、手机视频、手机音乐、掌上电子书等;移动上网技术带来的一些与传统上网迥异的特征又产生了一批全新的应用,如二维码扫描、手机导航、LBS地理定位等;以IPAD、IPHONE为代表的多样化的移动终端更是使移动上网用户的上网体验更加精彩。虽然这些应用并不一定都直接导致移动上网用户的采购行为,但在很大程度上吸引并巩固了移动上网用户的黏性,培育并发展了移动电子商务市场的客户群体。据艾瑞咨询发布的《2010-2011年中国移动互联网行业年度监测报告》,2010年中国移动电子商务市场规模达到

199亿元,预计2011年达到400亿元,2014年将突破3000亿元。

3 移动电子商务面临的问题及对策

在欢欣鼓舞于移动电子商务发展的美好前景的同时,我国的移动电子商务也面临着很多问题,这些问题如不解决将极大地制约着移动电子商务未来的发展。

3.1 移动电子商务安全存在隐患

在移动电子商务发展到现在,无论是无线传输中的网络的安全、移动支付过程的安全,还是移动终端的装置安全问题,都有待于进一步改进。简单举例,当手机支付越来越普及的今天,如何解决手机防盗与手机易用性的矛盾就是一大难题。

解决安全问题要从两方面着手,一是技术。要通过研发新技术为移动电子商务提供基本安全保障。如指纹锁、密码、密钥、SIM智能卡、防火墙、无线VPN技术等;二是信用体系的建立。要充分利用手机登记实名制,按照工信部的要求,我国从2010年9月1日起实行手机登记实名制,这使得传统网络的虚拟性在移动互联网中得到很大程度的改善。通过实名制一方面加快建立个人及企业信用数据库,建立并完善第三方的CA认证体系。另一方面也要加强对电信运营商的监管,保护移动上网用户的隐私不受非法侵犯。

3.2 移动电子商务营销模式和盈利模式问题

在传统电子商务领域,电子商务经营者已经发掘出很多独具创意并经过多年实践检验的营销模式和盈利模式。而移动电子商务所面对的客户群体、上网设备、到达客户的无线通道等与传统电子商务都迥然不同。例如在传统电子商务营销模式和盈利模式中已经默认为透明通道的电信运营商、纯提供产品的上网终端生产和销售商在移动电子商务中突然成为了移动电子商务的天然受益者:手机生产商、电信运营商在出售的手机中定制各种手机商务应用程序,苹果公司的IPAD只能在Itunes下载安装应用软件,有实力的大型传统电子商务企业可以在与电信运营商的合作中取得各种优惠措施,而默默无闻的小型电子商务创业者想要在移动电子商务中抢占一席之地成本更高、机会更少、发展更艰难。

在移动电子商务领域,电子商务企业特别是小型、创业型电子商务企业要想有更大的发展空间就必须打造良好的营销模式和盈利模式。好的营销模式和盈利模式来自对移动上网用户的深入研究和需求发掘,在移动电子商务发展的初期,新的营销模式和盈利模式一方面通过对商务模式的创新如新的移动互联网广告模式等,另一方面更依赖于对移动互联网技术和移动上网终端应用系统、应用软件的研究和创新。

3.3 移动电子商务服务内容单一、移动上网终端开发落后

在现阶段,我国移动电子商务市场还不成熟,对移动上网用户的需求尚在摸索阶段,培育用户的兴趣和黏性是当务之急。但在移

论电子商务与企业信息化的关联性

天津外国语学院 段常瑞

摘要:随着互联网的发展以及人们不断增长的信息需求,“电子商务”与“企业信息化”已经成为整个社会关注的焦点。这二者之间究竟应该是怎样的关系,企业该如何利用电子商务和企业信息化有效地提高自身的生产效率和管理水平,更灵活地应对环境的变化,更好地服务客户、满足市场需求,这是一个很值得研究的课题。在这种背景下,本文希望通过对电子商务和企业信息化的研究,帮助企业提高认识,推动电子商务与企业信息化的有机结合,为企业竞争力的提升奠定基础。

关键词: 电子商务 企业信息化 网络经济

中图分类号: F724

文献标识码: A

文章编号: 1005-5800(2012)02(c)-131-03

随着互联网的快速发展,电子商务与企业信息化已经成为各个企业与关注的焦点,企业究竟该如何明确电子商务与企业信息化的关系,如何才能更好的完善自身的信息化建设,从而更好地增强自身的市场竞争能力,从而不断地发展自己并进一步满足消费者的需求。这都要我们客观认识电子商务与企业信息化之间的关系,并很好的处理这种关系。当前对于中国企业来说,还有相当一部分缺乏对信息化的领悟和对信息化价值的认可。对信息化的领悟确实是需要很长时间的逐步积累完成,对信息化价值的认可也需要通过信息化绩效的评价来促进。在信息化方面投入的巨额资金也对管理层施加了压力,如何正确认识电子商务与企业信息化的关系进而使这二者相互促进,这些已经成为企业所日益关注的核心问题。在此背景下,本文希望通过对电子商务和企业信息化进行研究,帮助企业提高认识,推动电子商务与企业信息化的有机结合,相辅相成,协调发展,为企业竞争力的提升奠定基础。

1 研究背景

目前关于电子商务和信息化的问题是世界性的研究热点,国内外已经进行了大量的研究,研究成果颇丰。电子商务成为日益流行的商务模式,被越来越多的企业和个人所认可,随着电子商务的发展,其理论日益成熟,与电子商务有关的信息安全技术,信息法规等也得到了完善。“信息社会”、“信息化”一词首先源于日本。十九世纪六十年代初,梅焯忠夫在其所著《信息产业论》中首先向人们描绘了“信息化社会前景”和“信息革命”。可是他没能对“信息化”的概念给予准确的、完整的阐述。在国际上对信息化进行大量研究的同时,我国对其也进行了大量的研究,并取得了很多的的研究成果。但是,由于“信息化”涉及说的领域比较广。因此不同行业和领域的在研究信息化的问题上,往往都从不同的角度出发,导致信息化概念内涵和内涵阐述的不一样。

国内外对信息化的研究现状,从宏观上对信息化研究的较

动电子商务产业链上用户一直处于最末端,是产品和服务的被动接受者。目前最主要的移动上网终端就是智能手机,而手机屏幕的有限性、功能的限制,使移动电子商务的推广受到了极大的限制。在手机上,资讯浏览的内容主要是从传统网站移植过来的内容,以文本信息为主,无法与以传统固定终端为主流访问终端的传统互联网的精彩内容相提并论。除了音乐内容外,在视频、图片等内容的展示上,手机终端与其他大屏幕终端比较处于全面劣势。在这种情况下就必须发挥移动终端的空间和时间优势、充分利用移动终端有限大小屏幕的方寸之间,创新视频、图片的显示技术,研究开发类似手机模拟三维立体显示的桌面、内容定制和推送技术,以丰富多彩的内容和服务吸引用户。只有丰富的内容才能吸引用户,也只有用户通过对内容的体验,不断提高对移动商务的认知度,才能进一步促进移动商务的发展。

在移动电子商务发展短短的发展历程中,除了3G网络的普及具备里程碑式的地位外,每一次移动电子商务的小进步总是与以智能手机、上网本、平板电脑等移动上网终端的产品进步息息相关。对于移动电子商务来说,只有功能强大、价格便宜的移动终端普及之后,移动商务才能推广开来。对于中国来说这既是挑战也是机会,中国是世界手机生产和消费大国,我们不能满足于做世界工厂,要抓住机会,努力创新,改变在移动终端中总是跟着国外产品后面的落后局面,在用户体验、功能设计、移动系统软件、应用软件开发诸方面创新。

3.4 对企业移动电子商务市场重视不够

在我国目前的移动电子商务市场中,有一个很明显的缺憾就是绝大部分移动电子商务应用都是针对个人用户的,企业移动电

子商务应用相对较弱。回顾传统电子商务的发展历程我们可以发现,以B2B为代表的针对企业的电子商务一直是电子商务的最大市场,根据艾瑞统计数据,2010年中国电子商务继续保持了快速发展,全年交易规模达4.8万亿元,电子商务市场细分行业构成中,针对企业级用户的B2B类电子商务交易额占比88.3%,其中,中小企业B2B电子商务交易规模占比最高,达52.8%。相比较而言,2010年移动电子商务市场199亿的总交易额中,移动增值业务占56.5%,手机游戏、手机购物、手机广告各占12.9%,10.2%,8.8%。在移动电子商务市场数据中我们看不到企业移动电子商务在移动电子商务市场应具备的相应地位。

作为传统电子商务的延伸,企业移动电子商务应当也必然会成为未来最重要的移动电子商务市场,如何利用移动平台建立企业业务应当是移动电子商务未来必须考虑的重点问题。虽然面向企业的移动电子商务市场与面向消费者的移动电子商务市场开发的内容和形式有明显的区别,但应当将企业的移动办公、移动会议、移动客服、在线监控、甚至移动在线交易作为未来移动电子商务市场研究和开发的重点。

4 中国移动电子商务的发展趋势

随着移动互联网技术、移动上网终端的发展进步,随着以80后、90后为代表的随着手机一起成长的年轻一代消费能力越来越强,移动电子商务的正在进入井喷式发展的阶段,其发展前景将会十分诱人。可以预见,在2020年左右,我们有机会看到移动移动互联网进入4G时代,头盔式、眼镜式全景显示的无线上网显示终端(下转136页)

网络扫描技术是基于TCP/IP协议,自动检测远端或本地主机安全的技术。通过查询TCP/IP各种服务端口,并记录目标主机的响应,收集关于某些特定项目的有用信息。通过安全扫描程序可以在很短的时间内查出网络系统存在的安全薄弱点,并将扫描得到的信息以统计方式输出,为网络管理者提供分析和参考。常见的扫描器有端口扫描器,漏洞扫描器,Web应用扫描器等。其中Web应用扫描器主要用于评估网站的安全性,关注的焦点是网站的Web应用,主要检测Web应用数据提交、信息泄露等可能存在的问题。

漏洞扫描还可以确认各种配置的正确性,避免网站和网络遭受不必要的攻击。例如,防火墙软件的配置如果不正确,那么它就根本不起作用。在网站的维护过程中,一方面可以通过各种扫描器及时发现网站存在的安全漏洞,关闭不需要或不安全的服务和端口;另一方面要及时打上各种系统安全补丁程序,提高系统的安全性,这一点对于预防蠕虫病毒尤为重要。

2.3 构建安全的防火墙

防火墙是一种网络隔离控制技术,它是在内部局域网和外部互联网之间起着隔离和信息过滤作用的一种网络安全设备。防火墙可以是一台专用的硬件设备也可以是一套软件。它依照管理者设定的过滤规则,允许或是限制着内外网之间,或计算机与网络之间的数据传递,只有那些被授权的通信才能通过防火墙。

防火墙又分为包过滤型防火墙,双宿网关防火墙,屏蔽主机防火墙,屏蔽子网防火墙等多种类型。其中屏蔽子网防火墙系统用了两个包过滤路由器和一个堡垒主机,采用的结构是Internet→外部过滤路由器→堡垒主机→内部过滤路由器→内部网络。这是一种包含DMZ(非军事区)的防火墙系统,支持网络层和应用层的安全功能。网络管理员将堡垒主机,信息服务器,以及其它公用服务器放在“非军事区”网络中,这样可以同时防止来自外部互联网和内部局域网两方面的安全威胁。

2.4 部署统一的网络防病毒系统

目前常用的防病毒技术主要有反病毒扫描、完整性检查和行为封锁等。针对计算机病毒在网络中传播速度快,影响范围大等特点,网络防病毒工作已不再是简单的单台计算机或服务器病毒的检测及清除。必须建立多层次的、立体的病毒防护体系,实施“层层设防、集中控管、以防为主、防杀结合”的防病毒策略,构建全面统一的防病毒体系,才能有效提高系统的防病毒能力。多层次病毒防护体系是指在相关部门的每台客户端计算机上安装指定的防病毒系统,在服务器上安装指定的基于服务器的防病毒系统,在Internet网关安装基于Internet网关的防病毒系统,并设置集中控制系统以加快对计算机病毒的快速反应能力。整个系统是对从客户端计算机到服务器到网关以至于每台不同业务应用服务器的全面保护,只有这样才能保证整个网络免受计算机病毒的侵害。

2.5 入侵检测

入侵检测技术是主动保护网站免受攻击的一种网络安全技术。防火墙相当于大楼的门卫,主要判断访问者的合法性,而入侵检测系统相当于大楼中的监控系统,是对所有进入系统的用户的操作过程进行监控。入侵检测技术作为一种用于检测在计算机网络系统中是否存在违反安全策略行为的技术,对非法用户入侵和合法用户滥用都会给予限制以保护系统安全。合理布置入侵检测系统,使得当有入侵发生时能及时检测到入侵攻击,并利用报警与防护系统驱逐入侵攻击。在入侵攻击过程中,能减少入侵攻击所造成的损失。在被入侵攻击后,收集入侵攻击的相关信息,作为防范系统的知识,添加到入侵检测软件知识库内,以增强系统的防范能力。

2.6 系统容灾备份技术

对于电子商务网站来说,数据安全是最重要的。要构建一个完整的网络安全体系,只有防范和检测措施是不够的,还必须具有容灾和系统恢复能力。因为任何一种网络安全设施都不可能做到万无一失,漏防漏检,天灾人祸、不可抗力等所导致的安全事故都会对系统数据造成毁灭性的破坏,因此必须有一套数据备份和容灾机制在安全事故发生时可以尽快恢复系统的正常使用。

容灾又可分成数据容灾和应用容灾,数据容灾系统使用两个存储器,并在两者之间建立复制关系,一个在本地,另一个在异地,异地容灾备份存储器实时复制本地备份存储器的关键数据。应用容灾则是在异地建立一套与本地系统相当的备份应用系统,两者之间通过网络心跳包进行交互。在主系统发生灾难后,可自动将应用迅速切换到备用系统,由备用系统承担系统的业务运行。

3 结语

电子商务网站是以互联网为活动平台的电子交易系统,随着互联网的发展与普及,直接带动了电子商务的迅猛发展,与此同时,也为电子商务网站带来了许多来自网络的威胁。只有认真分析影响网站安全的各种因素,并建立一套完整的应对措施,才能防患于未然,保证网站系统本身的安全性和稳定性,为电子商务中的信息安全打好基础,除此之外,还要采用数据加密、身份认证等技术以进一步提高电子交易的安全性。

参考文献

- [1] 田园.网络安全教程[M].北京:人民邮电出版社,2009.
- [2] 陈孟建,徐金华,邹玉金.电子商务网络安全与防火墙技术[M].北京:清华大学出版社,2011.
- [3] 李洪心,杨莉,刘继山.电子商务网站建设[M].北京:机械工业出版社,2009.

(上接131页)

将克服手机屏幕的局限,移动电子商务的服务内容将实现目前所知的绝大部分传统电子商务内容并给电子商务市场带来全新的应用。

由于国内传统电子商务中的领先者和三大电信运营商在移动电子商务发展初期的天然优势,短期内移动电子商务的主要份额必然被这些巨无霸占据。但是以苹果、三星为代表的具有领先开发技术的移动终端生产商已经显露出分食移动电子商务市场的野心,开放的移动电子商务应用软件开发平台也逐渐成为中小电子商务及软件开发企业甚至个人成功的摇篮,移动电子商务的世界将会成为群雄博弈的舞台。

参考文献

- [1] 高盼.中国手机用户数达8.89亿5月将突破9亿大关 [EB/OL]. <http://www.c114.net/news/16/a597634.html> 2011.
- [2] 毛振华,蒋玉鼎.我国手机上网用户突破3亿[EB/OL].新华网 http://www.bj.xinhuanet.com/bjpd_sdcx/2011-06/13/content_22989963.htm.2011.
- [3] 艾瑞咨询集团.2010-2011中国移动互联网行业年度监测报告简版.2011年7月.
- [4] 艾瑞咨询集团.2010-2011年中国网络经济年度监测报告.2011年9月.