

中国移动电子商务发展现状及趋势研究

文/陈宇

摘要：移动互联网技术的快速发展，为移动电子商务的发展奠定了坚实的基础。随着信息技术革命不断发展和加深，移动电子商务正前所未有地改变着社会生产、交换、分配和消费方式，成为转变经济发展方式的重要推动力量和建设创新型国家的战略性新兴产业。本文分析了影响移动电子商务发展的关键因素，探讨了当前移动电子商务的商业模式，并以此对未来移动电子商务的发展趋势作出相应的预测。

关键词：移动电子商务、影响因素、商业模式、发展趋势

一、移动电子商务简介

（一）移动电子商务概念、

移动电子商务就是利用手机、PDA及掌上电脑等无线终端进行的B2B、B2C或C2C的电子商务。它将因特网、移动通信技术、短距离通信技术及其它信息处理技术完美的结合，使人们可以在任何时间、任何地点进行各种商贸活动，实现随时随地、线上线下的购物与交易、在线电子支付以及各种交易活动、商务活动、金融活动和相关的综合服务活动等。

（二）移动电子商务市场规模

据CNNIC发布的第28次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，我国手机网民规模达3.18亿，较2010年底增加1494万人，手机网民在总体网民中的比例为65.5%。加上使用其他移动终端的网民数量，如此庞大的移动用户规模为移动电子商务的发展奠定了坚实的基础。

另据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到2010年12月，中国移动电子商务实物交易规模（实物交易规模包括：家电、日用品、服饰等实体商品的交易总额）达到26亿元，同比增长370%，保持了快速增长的趋势。预计2011年底，交易规模将达到130亿元，2012年更将突破380亿元。

二、影响移动电子商务发展的关键因素

（一）消费者的期望

企业要发展移动电子商务，关键在于要明白用户想通过移动电子商务科技和使用经历中得到什么。随着技术的发展，在移动终端设备上提供简单、易于使用、引人注目的应用软件是基本要求。如何让这些应用软件具有个性化，如何实现独特的定位功能及相关的位置服务，如何最大程度的满足消费者的期望和需求是企业发展移动电子商务所必须考虑的问题。

（二）安全问题

在移动电子商务方面，另一个重要的制约因素是安全问题。如何保障无线网络的安全，如何实现用户真实身份的鉴别，如何保护用户的隐私，这些问题都值得思考。如果不能突破安全问题带来的限制，那么移动用户只能停留在上网查看信息和服务，却依旧不敢随心所欲的享受各种服务，更谈不上使用移动设备进行在线购买、支付、配送等实质性的商业活动了。

（三）技术因素

与有线网络相比，对无线频谱和功率的限制使得无线网络带宽相对较小，连接可靠性较低，超过覆盖区域服务则无法接入。因此，如何优化网络带宽的使用，同时增加网络容量，提供更可靠的服务是服务提供商必须考虑的问题。另外，移动设备本身的尺寸、内存、总存储量、电池寿命、功能等方面的限制都可能影响商务活动的正常进行。因此，能否提供方便可靠且功能强大的移动终端是设备提供商所必须面对的问题。

（四）内容与费用

目前国内移动电子商务的应用更多地集中于获取信息、订票、炒股等个人应用，缺乏具有吸引力的应用，这无疑将制约移动电子商务的发展。此外，自从2009年3G牌照发放以来，3G网络资费普遍偏高，

这就导致多数用户对新一代的移动技术持观望态度。如果资费一直居高不下，势必会对我国移动电子商务的发展造成不小的阻力。

（五）社会环境

目前国内移动电子商务的商业运作环境还不完善，相应的市场机制也不够规范。此外，整个市场缺乏必要的信用保障体系，一些企业的信用基础比较薄弱，人们的消费观念还比较保守，这都会影响人们参与移动电子商务的积极性，进而在一定程度上制约移动电子商务的发展。

三、移动电子商务商业模式

移动电子商务服务的开展能否成功主要取决于四个关键性因素，包括用户基数、服务品牌、商户资源和产业创新。对应这四个发展要素，在中国移动电子商务的市场上可以划分出四种主要的移动电子商务主导方式。这四类移动电子商务的主导方是未来移动电子商务行业发展的关键力量，其业务发展的策略在一定程度上代表了未来移动电子商务发展的基本方向。

（一）电信运营商主导的移动电子商务

电信运营商作为移动电子商务中主要的网络提供者 and 支撑者，主导的是一种“通道+平台”的商业模式。电信运营商在整个产业链中处于信息传递的核心位置，绝大多数的服务都必须经过电信运营商的网络接入才能进行。另外，电信运营商所拥有的规模庞大的用户资源必然成为其开展移动电子商务的潜在用户群。这些无人能及的优势对于电信运营商开展移动电子商务具有极其重要的意义。但是，从另一个方面看，移动电子商务平台建成后，在管理和运营方面都需要高度专业化的团队和丰富的电子商务运营经验。而电信运营商在专业化程度和电子商务的运营经验上都存在不足之处，这些劣势单凭运营商自身很难在短期内解决。

对于移动电子商务的挑战,电信运营商应该充分利用自己的技术及用户优势,与产业链中的应用提供商及商户合作,借助商户的丰富营销经验,并利用应用提供商的运营经验,实现共同发展,互惠共赢。

(二)传统电子商务提供商主导的移动电子商务

传统电子商务提供商主导的是一种“品牌+运营”的商业模式,其积累的良好的运营经验,以及成熟的商品渠道和物流配送体系,使得其很容易将这些优势直接过渡于移动电子商务平台。此外,凭借其在广大用户中树立的品牌形象,传统电子商务提供商原有的服务体系基本不需要做任何变化,仅需将手机等移动设备作为用户接入通道,即可为自身带来源源不断的客户和订单。传统电子商务提供商最大的劣势在于仅把手机做为一个接入渠道,并未充分挖掘及发挥其巨大的潜力。同时,移动电子商务的用户需求相对传统电子商务有较大的差别,这些变化会对其原有的服务理念和运营模式提出新的挑战。

因此,传统电子商务的发展模式不能单纯复制于移动电子商务的发展之中,传统电子商务提供商需要针对用户的个性化需求及电子商务发展的新趋势,利用自身的优势,开辟全新的发展理念和服务模式。

(三)软件提供商主导的移动电子商务

由软件提供商主导的移动电子商务主要是一种“软件+服务”的模式,软件提供商着眼于对移动电子商务商户运营多样性需求的满足。此种模式中,软件提供商所拥有的软件开发团队、配套研发体系和丰富的客户资源都为其开发移动电子商务相关的软件提供了必要的条件。此外,消费者不断变化的个性化服务需求也使得移动电子商务企业和商户不得不依靠软件提供商为他们带来多样的整体解决方案。

品牌效应不足,消费者认可度有限都是此类移动电子商务的劣势。另外,现阶段移动网民对于移动电子商务的应用还主要停留在商品查询及上网购物等基本需求上。而作为软件提供商主导的移动电子商务平台想要真正实现快速发展,仍然需要等待移动电子商务整体市场的进一步成熟。

(四)新兴电子商务提供商主导的移动电子商务

新兴电子商务提供商主导的移动电子商务模式以“专注+创新”为主要特色。此类模式本身具有区别于传统电子商务的特点,能够摆脱传统电子商务发展的即定思路,专注于对移动电子商务专有服务模式的创新。

但作为新兴电子商务提供商,其自身的力量还不够强大,很多应用创新并不能够凭借一己之力完成。因此,新兴电子商务提供商若想在未来的移动电子商务中有所作为,除了不断地进行创新之外,更需要与运营商、设备商等合作伙伴合作,才能推动更多的移动电子商务创新应用发展,达到利益最大化。

四、移动电子商务发展趋势

可以预见,在未来几年内我国移动电子商务将迎来一个快速发展时期,市场推动因素、产业链结构和市场主体服务模式都将发生重要改变,市场发展将呈现不一样的趋势。

(一)企业应用将成为移动电子商务领域的中心和热点

企业作为市场经济的主体,在未来的商务活动中必然转向适应用户移动化、个性化的信息获取需求的移动商务中来。无线客户关系管理、销售管理和其他企业应用将使得企业用户不论在收入和效率方面都受益匪浅。中小企业可以有效利用企业移动应用构建完善的移动互联网应用平台,从而实现从“传统互联网”跨越到“移动互联网”的重要转变。

企业应用的稳定性强、消费力大,这些特点是个人用户无法相比的。企业应用的快速发展,也必将成为推动移动电子商务的最主要力量之一。

(二)移动安全性仍然是一个热点问题

由于移动电子商务依赖于安全性较差的无线通信网络,因此安全性是移动电子商务中需要重点考虑的因素。如何保证电子交易过程的安全,成了大家最为关心的问题。除了技术方面的措施外,有关安全性的标准制定和相应法律的出台也必然成为趋势。


(三)产业发展将主要依赖品牌和服务

在移动电子商务发展初期,对移动电子商务的发展起重要推动作用的是手机终端、网络硬件等技术因素。但随着技术的进步,移动电子商务的应用环境趋于成熟,此时产业的发展趋势将由技术驱动型转变为服务驱动型。这也意味着产业发展将更加依赖品牌和服务效果。通过对服务模式的创新及服务质量的提高,形成广大用户所熟知的移动电子商务品牌,将是保持产业快速稳定发展的重要趋势。

(四)移动电子商务产业链的整合将继续深入

未来我国移动电子商务的发展过程中,移动电子商务产业链整合将不断深入。例如手机支付方面,电信运营商、金融服务商、以及第三方机构之间的合作将更加紧密,类似于中国移动入股浦发银行的合作案例还将会出现,合作形式也将更加多样。从整体上看,移动电子商务产业链整合的形式将突破原来的形式和格局,合作形式将由初期产业链上下游线链形态转化为多产业链主体和多层次协作的网状产业链形态。

(五)移动电子商务主导模式将相互渗透,重新组合

根据对移动电子商务商业模式的分析可以看出,电信运营商、传统电子商务提供商、软件提供商和新兴电子商务提供商虽然分别在用户基数、服务品牌、商户资源和产业创新方面具有无可比拟的优势,但是它们分别主导的移动电子商务模式都存在着一定的不足。寻求合作,共同发展是不可避免的趋势。可以预见,在未来几年内,移动电子商务四大主导模式将相互渗透,四大关键因素重新排列组合所形成的新型商业模式将成为移动电子商务行业发展的最大亮点。

参考文献

- [1] 李庆艳; 金铨; 张文安; 张涛. 移动电子商务发展趋势探讨[J]. 电信科学, 2011(6)
- [2] 曹淑荣; 傅铅生; 米传民. 我国移动电子商务市场发展现状与前景展望[J]. 商业时代, 2008(30)
- [3] 莫日根. 我国移动电子商务的发展研究[J]. 福建电脑, 2010(9)
- [4] 陈海挺. 中国移动电子商务研究现状综述与发展趋势[J]. 硅谷, 2010(16)
- [5] 施烽垠. 浅析 3G 时代的移动电子商务[J]. 科技创新导报, 2010(20)
- [6] 中国电子商务研究中心. 2011 年(上)中国电子商务市场数据监测报告[EB/OL]. (2011-8-1).
- [7] 艾瑞咨询集团. 2010 年中国移动电子商务市场研究报告简版[EB/OL]. (2010-4-13).
- [8] 中国互联网络信息中心. 第 28 次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. (2011-7-19).

作者单位: 福建江夏学院 经济贸易系