

移动电子商务的现状和发展前景分析

文 / 龚秀芳

摘要：移动电子商务是移动信息服务和电子商务融合的产物。随着3G的普及和4G网络的引入，人们的消费理念和商家的传统理念都在不断的转变，移动电子商务已经成为一种新型的商务模式，与人们的生活密切相关，其发展前景广阔，并对我国的经济产生深远的影响。但在移动电子商务的发展过程中，也存在一些问题。本文从我国移动电子商务的现状入手，对移动电子商务面临的问题进行探讨，并对我国移动电子商务的发展前景进行分析。

关键词：移动电子商务；智能终端；移动支付；自动识别技术

引言

随着我国互联网和移动通信的迅猛发展，智能手机市场份额逐步提升，手机上网成为现代人们生活中一种重要的上网方式，人们正逐渐利用手机等移动智能终端设备进行网上支付、个人信息服务、网上银行业务、网络购物、手机订票、娱乐服务等，这种移动数据终端设备参与商业经营的移动电子商务正在迅速崛起。但是这种商务模式的迅速发展也带来了一系列新的难题，如移动网络安全性、移动技术问题等，这些问题仍然值得我们逐步去探索 and 解决。

1、移动电子商务概述

移动电子商务是通过智能手机、便携式电脑、掌上电脑，诸如iPhone、iPad和Android设备移动终端以及无线通信模块所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体。初期的移动电子商务应用以移动支付为主，如电信运营商的“手机钱包”和“手机银行”等业务，用户使用这类业务可以实现手机购票、手机购物和公共事业缴费等。

移动电子商务是对传统电子商务的有益补充，它具有商务活动即时、身份认证便利、信息传递实时、移动支付便捷等特点。随着无线通信技术的发展，智能移动终端性能的提升，移动电子商务应用领域不断的拓展与创新，由最基本的移动支

付，转向商务活动的各个环节。例如，用户可以直接利用移动设备进行网上身份认证、账单查询、网络银行业务、基于位置的服务、互联网电子交易、无线医疗等。

2、移动电子商务的现状分析

截至2012年12月，中国移动电子商务市场交易规模达到965亿元，同比增长135%，快速增长的趋势远远超过了原先的预期水平。手机用户数量和用手机上网用户数量的攀升，智能手机及平板电脑的普及，上网速度的提升，无线宽带资费的下调，传统电子商务的转型，为移动电子商务的发展奠定了良好的基础。

2.1 手机网民的规模不断扩大

截至2012年12月底，我国网民规模达到5.64亿，互联网普及率为42.1%。在普及率达到四成的同时，我国手机网民数量快速增长，2012年我国手机网民数量为4.2亿，年增长率达18.1%，远超网民整体增幅。网民中使用手机上网的比例也继续提升，由69.3%上升至74.5%，手机超过其他终端成为第一大上网方式。网民互联网接入方式的改变，使移动电子商务的应用越来越广泛，移动电子商务的发展出现一个崭新的格局。

2.2 智能终端的性能不断提升

随着智能终端在手持设备领域的快速普及，消费者对于智能终端的选择也已经呈现多样化和个性化，特别是对于智能终端内容的选择已经成为了消费者更为看重的一个关键因素。

目前的智能终端，其屏幕更大，色彩更清晰，而且速度也更快。性能的提升，也吸引了更多的用户去购买使用。近两年的苹果、三星等产品的盛行，就说明了这样的道理。用户需求和发展的相互作用，推动智能终端向着更高速运算、更智能化的方向发展，从而吸引更多的用户使用，并使得移动服务向纵深处发展和延伸。

2.3 移动电子商务的应用不断创新

移动电子商务在当今社会已经被越来越多的人熟知并使用。随着3G的普及，运营商手机上网包月套餐的推出，手机终端功能的提升，以及相关政府部门的

高度重视，促进这一产业的高速发展，移动电子商务业务范围也逐渐扩大，它涵盖了金融、信息、娱乐、旅游和个人信息管理等领域。其主要应用领域包括网上银行业务、网上订票、网络购物、娱乐服务、网络比价、信息推送与分享等。

终端的普及和上网应用的创新是移动电子商务新一轮增长的重要因素。随着智能手机市场份额的逐步提升，智能手机性能的不断增强，移动上网应用出现创新热潮，同时手机价格不断走低，降低了移动智能终端的使用门槛，从而促成了普通手机用户向手机上网用户的转化。目前，消费者已经基本养成了通过移动智能终端上网的习惯，为移动电子商务的进一步发展奠定了良好的基础。

3、移动电子商务存在的问题

相比于传统的电子商务来说，移动电子商务可以随时随地为用户提供所需的信息、应用和服务，同时满足用户及商家安全、社交及自我实现的需求，其优势明显。但是，移动电子商务发展体系并不完善，仍然面临许多问题，如移动网络安全问题，移动支付机制问题，移动电子商务的技术支持问题，移动电子商务法律问题，移动电子商务法律问题和用户与传统商家的观念问题等等。

3.1 移动网络安全问题

安全性是影响移动电子商务发展的关键问题。移动电子商务虽然诞生于电子商务，但是其通过移动终端上网的特性决定了它存在和普通电子商务不同的安全性。由于目前产生移动支付行为是基于移动终端上绑定的银行卡、信用卡与商家之间完成，或者基于手机SIM卡与POS机近距离完成，如果丢失移动终端或者密码破解、信息复制、病毒感染等安全问题都有可能对移动支付造成重大的损失。另外，移动商务平台运营管理漏洞也是造成的移动电子商务安全威胁的一个方面。如今用于上网的移动终端主要有手提电脑、手机、PDA等等，保障这些移动设备本身的安全以及在使用这些设备时遵循安全操作规范进行操作是移动电子商务安全保障的一个前提。

3.2 移动支付机制问题

随着3G网络建设、物联网技术应用、智能终端普及等基础设施的不断完善,移动支付已经成为电子支付方式的主流发展方向和市场竞争焦点,但也存在一些支付机制的问题。在支付公司方面,虽然已经基本解决了传统的支付安全问题、支付费用问题等,但是近年来涌进众多的支付公司,使得部分支付公司的盈利状况下滑,有的支付公司连基本的生存都成问题;在银行方面,飞速发展的互联网彻底颠覆了银行对持卡用户的传统服务思维,使之变得更加电子化、便捷化和个性化。虽然网银打开了银行的电子通道,使得银行的电子渠道能力越来越强,但是这些电子通道的承载能力、安全保障、产品易用性、资费定价方式等需要大幅优化,才能满足用户急速膨胀的消费需求。另外,各大银行的支行为了存款或其他竞争性资源近乎“无底线”地放宽接入限制、调低接入价格,良莠不齐的电商和第三方支付公司产生了相当可观的交易规模,却也透支了这些电子渠道的生命力,特别是安全性得不到可靠的保障。某些公司的技术漏洞可能会影响使用同一类通道的所有同行,因此,移动支付机制问题可能会波及到整个生态环境的安危。优秀的电商、支付公司与银行之间,要一起重新梳理和规划银行电子渠道的接入和使用规范,并划定出合适的成本空间来作为银行升级和创新的动力。

3.3 移动电子商务的技术支持问题

以移动通信技术为基础的移动电子商务,必然受到通信技术发展水平的限制。首先,无线信道资源短缺、质量不稳定,与有线相比,对无线频谱和功率的限制使其带宽成本较高、连接可靠性低,超出覆盖范围,信号就难以接入。其次,移动终端设备性能相对低下。尽管各大厂商一直在大力提升处理器性能、屏幕质量和数据传输速度,但随着移动设备功能的不断强大,移动设备的耗能量也增大,电池供电时间随之缩短,从而降低了移动终端的便携性。虽有“充电宝”等产品的补充,但是还是美中带有不足。再者,TD终端发展不足,支持移动电子商务的TD终端和技术研发仍需加快。以上这些原因都制约着移动电子商务的发展。

3.4 移动电子商务的法律问题

我国已经制定了《电子商务签名法》、《互联网信息服务管理办法》、《网上银行业务管理暂行办法》等一系列的法律规范,有效规范了电子商务的发展,但是国内还没有一部针对移动电子商务的法律法规。通过法律手段解决移

动电子商务交易各方的纠纷成为法律上的一个空白区域。政府应加强移动电子商务法律规范的建设,制定有利于移动电子商务发展的相关政策,建立有效的移动电子商务发展的管理体制,加强互联网环境下的市场监管,规范网络交易行为,保障用户信息与资金安全。只有这样,消费者才能彻底消除安全等方面的疑虑,选择移动电子商务这种快捷、便利的商务模式,并由此推动移动电子商务市场朝着健康的方向发展。

3.5 用户与传统商家的观念问题

目前移动电子商务的市场机制还不规范,缺少必要的法律体系与信用机制的保障,从而影响了用户从事移动电子商务的积极性。另外,部分企业的信用机制还不够完善,人们的消费观念还比较保守,大部分消费者往往“眼见为实”,喜欢到实体的地方进行消费与服务,这在很大程度上阻碍了移动电子商务的发展。不仅用户的消费观念要培养,更要培养传统的线下商家。很多传统商家的年龄群在50岁以上,他们对移动互联网的概念薄弱,因此要培养这些传统的商家融入到移动互联网的浪潮中。仅用团购把他们与互联网联系起来还不够,还需要提高商家的移动互联网意识,如何应用优惠券促销的意识。

4、移动电子商务的发展前景分析

移动电子商务为电子商务的发展注入了新的活力,拓展了电子商务的发展空间,给电子商务带来了新一轮的发展机遇。移动电子商务为用户带来更为方便快捷的网上支付、时尚准确的个性化服务、安全及时的信息化服务和交易体验;为商家提供了高效、优质的信息服务,拉近了商家和用户的距离,减少了交易的成本。移动电子商务应用的发展前景广阔,其发展趋势主要有以下几方面:

4.1 购物与交易模式升级,移动购物已经初步形成规模

移动购物,类似于以前的网络购物,曾经受到终端、网速、安全、社会交易氛围等条件的限制,但是随着Wi-Fi、3G的提速和普及,IPhone、IPad和Android等智能设备的平民化,越来越多的用户选择“边走边购物”的移动购物模式。人们选择移动购物的优点就是可以突破时间和空间的限制,随时随地,方便快捷的进行网上购物。移动智能设备制造商不断改进的设备吸引了人们的眼球,使得未来中国的手机购物和网络交易迎来一个高速增长期,它将成为继网络购物之后,

人们购物模式的又一次升级。

移动购物的隐患在于支付和安全方面,尽管安全是相对的,但是已经初具规模市场,对购物者而言这并不是最大的影响。目前,银联支付、支付宝、易付通、网银在线等支付平台,正在努力把pc平台经受考验的技术、渠道储备纷纷转移到移动平台。

4.2 LBS技术的引入,为产业链中各参与方带来更多的商机

基于位置的服务(Location Based Service, LBS)是通过电信移动运营商的无线电通讯网络或外部定位方式(如GPS)获取移动终端用户的位置信息,在地理信息系统平台的支持下,为用户提供相应服务的一种增值业务。

LBS技术的引入,使移动电子商务运营商可以根据用户的位置信息推出相应的电子商务服务,从而获得收益。例如,向商家提供广告服务,为用户提供周边信息服务,还可以向商家提供流量分析工具服务等。商家也可以与应用提供商合作,利用手机良好的互动性和对用户行为可跟踪的特性,对目标用户进行深入挖掘,锁定目标人群,进行针对性的移动营销,并通过短信、二维码等多种方式向锁定的目标用户群发送广告、代金券、优惠券等信息。LBS技术的引入,也使用户的搜索成本降低,不仅为用户带来了更低的商品折扣,也使用户真切地体验到了移动电子商务带来的实惠。

在不久的将来,随着移动电子商务业务的不断拓展,LBS将在更多的范围内得到广泛应用,为产业链中的各参与方带来更多的商机。

4.3 自动识别技术的应用,提高了搜索的速度

现有移动电子商务的商品搜索,主要是利用文字信息进行搜索。目前在移动终端输入文字已有多种形式,但大量文字的输入依然面临中文、英文、数字等切换的麻烦,很多潜在的用户,就在这一环节里流失。二维码及图像识别技术目前在移动电子商务中的广泛应用,提高了用户利用移动网络对商品信息的搜索速度。

由于目前的移动智能终端都配有摄像头,因此,用户可以轻松利用移动智能终端携带的图像识别技术软件,扫描二维码即可完成搜索功能,快速了解哪里可买到所需的最价廉物美的商品或到达他们所需的网站地址。自动识别技术在移动电子商务中的应用,为用户及商家节约了大量的时间,大大拉近了商户与最终用户的距离,减少了中间的交易环节。

(下转第9页)

只有政府主导平台运行,做好人、财、物的统筹安排,才能最大限度排除平台信息的商业干扰,满足信息的准确性要求。

其次,市场信息平台的信息来源是在外做市场的温商,信息源的身份审核、验证和管理,也只有政府相关部门才能做到。在电子政务日益完善的今天,通过工商、税务、金融以及台办、侨务部门的系统审核,可以确保信息源的真实性和平台的公信力。

第三,经济市场瞬息万变,政府部门要制定准入标准,做好筛选工作,并做到实时更新,信息源身份应该建档并形成数据库。同时,能驾驭市场的温商必然具备一定的实力,有其代表性,这样一个杰出温商的数据库,对于温州招商引资和实体经济发展都有着重要的意义。

3.2 明确管理部门,做好信息监管工作

各地政府层面主导的市场信息平台大部分都基于商品信息,主办单位往往是行业对应的某个管理部门,如绵阳市场信息网,主办单位是绵阳市市场信息协会;江苏文化市场信息网,主办单位是江苏文化市场管理办公室。这些主办单位同时也是平台信息的提供者和发布者,由于人力限制,使得这些网站变成了以政策发布为

主的官方网站,失去了服务的作用,也使平台上的市场信息不具备及时性。市场运作所对应的需求信息,只能由市场经营者提供,政府部门则要做好信息发布后的监管工作,避免市场信息平台出现无关或者非法的信息,信息内容应该紧紧围绕市场运作的人才、资金、项目供需信息。市场信息发布的主体是运作市场的温商,同时在外温商对应的各地温州商会也可以作为主体发挥信息采集作用,成为信息链上的重要一环。

3.3 打造品牌,推广平台应用

市场信息平台是能否在网络经济中取得成功,取决于平台应用的范围和深度,需要做好平台的策划、包装和宣传工作,让做市场的温商熟知这个平台,让国内外做商品市场的商人都关注这个平台。提高平台的知名度,可以通过宣传手段取得成效,而让平台真正得到应用,则要打造平台,使得平台上的信息能及时高效地满足应用群体的需求,而且方便使用,最终使这个平台成为一个温州的品牌和名片,如同淘宝之于杭州。

3.4 整合平台信息,促进温州实体经济发展

市场对应的项目信息,是温州实体

经济不可或缺的资源,利用市场信息平台的主办优势,整合平台上的市场项目信息并及时提供给温州本土经济实体,使温州企业能在高于商品供需的市场架构层面上,及时了解到行业动向,从而达到制造业和商贸业结构调整的目的。

总之,网络经济给中国经济带来了新的动力和增长点,对于地方政府和企业而言,如果不在这一轮以网络和信息为主导的经济发展中有所作为,必然会被边缘化。我国国情复杂,各地经济发展程度和特点均不相同,各地政府只有探索一条适合地方网络经济发展的特色路径,以网络经济促实体经济,才能在这一轮经济发展中立于不败之地。^[P]

参考文献:

- [1]《2012年中国网络购物市场研究报告》中国互联网络信息中心. 2013.4.17
- [2]张铭洪.网络经济学[M].北京:高等教育出版社,2007
- [3]任慧.知识网络传播模式与产业发展的现代转型[J].南昌工程学院学报,2010(5)

作者简介:

谢瑞霞,温州城市大学 副教授,研究方向:计算机应用,电子商务,教育技术等。

(上接第7页)

随着自动识别技术的不断提高,用户可以通过对二维码、RFID等的识别,快速完成商品搜索、信息验证及身份识别,增强了交易环节的安全防范功能。正由于有这样的应用优势,未来的移动电子商务业务中,自动识别技术会广泛地应用于移动电子商务的各个环节,从而最大程度地改善用户在网上的各种体验以及服务。

4.4 微护照验证技术的应用,推动O2O和移动电子商务的发展

微护照(weipass)系统是以移动身份识别技术为核心,基于近场混行通讯技术的专业第三方电子凭证平台。它由用户手机APP软件或HTML5验证页面、后台数据认证中心和前端微印章、微POS机等专用验证设备组成。这一平台支持NFC、BLE和超声波通讯等多种近场通讯技术,可为O2O电子商务、移动电子支付和其它各类的移动应用,提供具有金融等级安全加密机制的电子凭证发放和验证服务。它是联结商家与消费者,确保线上交易权益在线下落地的电子商务基础平台。

作为专业的第三方电子凭证平台,微护照通过不断升级的技术服务,可协助合作伙伴应对复杂的商业应用环境,迅速扩大对商户的覆盖及市场占有率。同时,通

过对接微信、微博等多种社交应用和社会化媒体,合作伙伴的电子凭证可在社会化网络中进行发行、分享、转让,从而快速扩大营销效果,提高用户的使用体验。

如果各应用厂商采用微护照验证技术,将会大规模地推动O2O和移动电子商务的发展。但是,是否能形成移动商务闭环网络,从而在实际生活中造福消费者,关键取决于团购、票务、支付等一大批移动电子商务厂商的态度和行动。

5、结束语

如今在一些主要城市的交通工具上、休闲场所里,放眼望去,看到的都是低头玩手机的人,尤其是在上下班途中。大多数人已经养成“上班看电脑屏幕,路上看手机屏幕,下班看电视屏幕”的习惯,也许在上下班途中的休闲时间才是购物的最佳时间。因此,移动购物的主流是手机购物。有数据表明,使用Android系统的移动支付用户占全部移动支付用户的63%,这个数据随着设备进步和技术普及,会不断的提升。另外,一些电子商务企业基于对移动电子商务前景的分析,开始把PC平台的技术、资本、渠道等转移

到移动电子商务平台,这种转移,也许是互联网的又一次革命。

总之,移动电子商务作为电子商务的一种新型商务模式,它利用了移动无线网络的优点,弥补了传统电子商务的不足。尽管在移动电子商务的发展过程中还存在各方面的安全和技术等问题,但是在技术不断变革与社会大量需求的双重推动下,移动电子商务已成为不可阻挡的发展趋势。随着3G的普及和4G网络的引入,网络资费逐渐的优惠,人们的消费理念和商家的传统理念都在不断的转变,移动电子商务必将成为人们生活不可或缺的东西,并对我国经济产生深远的影响。^[P]

参考文献

- [1]赵学军等.智能终端发展关键技术探讨[J].电信科学,人民邮电出版社,2012.5
- [2]冯莉.浅析我国移动电子商务的发展[J].现代经济信息,2010.11:79-82.
- [3]中国行业研究网.2013年移动支付发展趋势分析探讨[EB/OL].
<http://www.chinainm.com/news/20130301/11065222.html>. 2013.3

作者简介:龚秀芳,副教授,上海师范大学商学院,研究方向:电子商务、经济统计。