

★我国电子商务发展现状与趋势

梁春晓*

摘要：中国电子商务已经进入大规模发展、应用和运营的阶段，未来 5-10 年将继续高速发展并有望领先世界，电子商务服务业正在成为促进电子商务发展的强大引擎和信息时代的商业基础设施，电子商务的经济社会影响日益广泛和深刻，由此催生的新商业文明正在快速浮现，如何构建与电子商务发展相适应的制度体系，以及如何消除“数字鸿沟”并遏制其与“经济鸿沟”的相互强化，是影响电子商务未来发展的关键因素。

关键词：电子商务 现状 趋势

中国电子商务经过起步、爆发、调整和成长阶段，以 2008 年网上零售的“三个一”¹为标志，进入了大规模发展、应用和运营阶段，正在对基础设施、商业行为、商业组织、社会生活和制度环境等产生广泛和深刻的影响。

1995 年，中国电子商务开始起步。这一年，中国电信向公众开放互联网接入服务；在北方，国家计委立项建设我国第一个计算机网络商品交易系统——中国商品订货系统（CGOS）；在南方，马云创办“中国黄页”，在国内率先将互联网应用于商务。也是在这一年，IBM 提出了电子商务（e-Business）的概念。

经过几年的启蒙和酝酿，我国电子商务和互联网行业在 1998-1999 年开始爆发：阿里巴巴、当当和网盛等一批当下依然活跃的电子商务企业都创立于这个时期，政府主导的中国商品订货系统、中国商品交易中心和中国商品交易市场相继开通，北京市启动“首都电子商务工程”，海尔、联想等开始推进企业电子商务应用。

与全球互联网行业一样，2000 年开始我国电子商务行业也经历了互联网泡沫破灭、寒冬和复苏的调整过程，然后以 2003 年淘宝网创立为标志，步入以立足本土、面向市场、务实创新为特点的延续至今的高速成长阶段。

经过十多年发展，我国电子商务应用大大普及和深化，电子商务服务业异军突起、快速发展，成为我国电子商务发展的中坚和引擎，电子商务的经济社会影响日益广泛和深刻，由此催生新商业文明快速浮现。

中国电子商务的春天已经到来。未来 5-10 年，我国电子商务将继续高速发展，并有望领先世界。与此同时，围绕电子商务发展的制度性调整和适应将成为影响我国电子商务发展的主要矛盾。

*作者简介：梁春晓，经济学硕士，阿里巴巴集团副总裁、高级研究员，中国信息经济学会常务理事，主要研究方向为电子商务、信息化和网络经济。

¹ 即网上零售消费者总数突破 1 亿，交易额突破 1000 亿，占社会消费品零售总额比例突破 1%。

一 发展现状和特征

（一）电子商务进入大规模发展、应用和运营阶段，普及程度大大提高

经过近几年的高速增长，我国电子商务已经步入大规模发展、应用和运营的阶段，主要表现为电子商务交易额快速增长、电子商务用户数量显著增加，并达到相当规模。2008 年，我国电子商务交易额达 3.1 万亿元，同比增长 43%²。其中，全国 423480 个规模以上工业企业电子商务交易额达 11968.5 亿元（其中，电子商务销售额达 14361.8 亿元，电子商务采购额达 9575.2 亿元）。³ 通过因特网寻找过供应商的中小企业达 31%，通过因特网从事营销推广的中小企业达 24%。电子商务正在改变企业经营管理模式和生产组织形态，提升传统产业的资源配置效率、运营管理水平 and 整体创新能力。⁴

2008 年，网络零售实现了三个里程碑式的突破：网络零售消费者突破 1 亿、交易额突破 1000 亿、占社会消费品零售总额比例突破 1%。这一良好发展势头在 2009 年进一步延续：2009 年我国网络零售交易额为 2630 亿元⁵，同比增长 105.2%，网络零售交易额占社会消费品零售总额比例为 2.10%，较 2008 年提高 0.92 个百分点。值得关注的是，2007 年至 2009 年，我国网络零售交易额年均增长速度为 117.0%，是同期社会消费品零售总额年均增长速度的 6.5 倍⁶。2009 年网商规模达到 6300 万⁷，呈现普及化、主流化和社会化的特征。

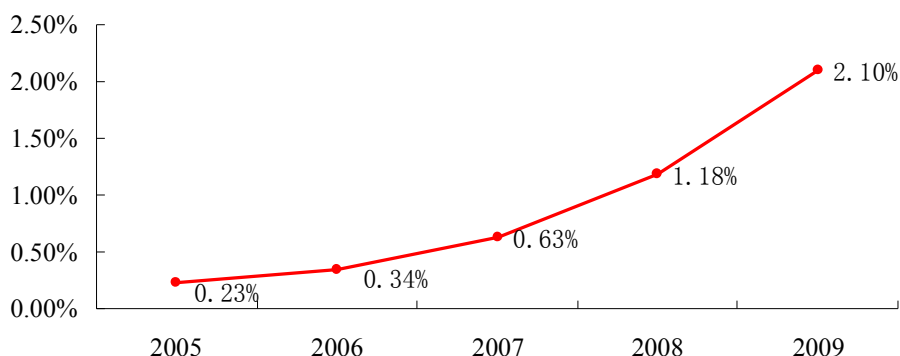


图 1 中国历年网上零售占社会消费品零售总额的比例

资料来源：国家统计局，艾瑞咨询

² 新华社. 商务部:2008 年我国电子商务交易总额突破 3 万亿元.http://www.gov.cn/jrzq/2009-05/03/content_1303144.htm

³ 数据来源：国家统计局。

⁴ 工信部中小企业电子商务研究课题组. 中国中小企业电子商务发展报告（2009）[R/OL] (2009-12-31)[2010-01-20]. 阿里巴巴研究中心: <http://www.aliresearch.com/wp-content/uploads/2009/12/sme.pdf>.

⁵ 艾瑞咨询. 2009-2010 年中国网络购物行业发展报告.2010.03

⁶ 根据国家统计局数据计算结果显示：2007 年至 2009 年我国社会消费品零售总额年均增长速度为 18.0%。

⁷ 阿里巴巴集团研究中心. 2009 年网商发展研究报告.2009.09

我国电子商务服务业快速成长，崛起为一个重要的新兴产生。2009 年，我国电子商务网站总数达 1.56 万家，同比增长 32.34%，其中 B2C 网站数超过了 9400 家。⁸电子商务服务平台数量显著增长，2009 年底达到约 5000 家。

电子商务服务平台的服务水平不断提升,吸引海量电子商务用户和电子商务应用向平台集中。以网络零售为例,2003 年通过电子商务服务平台完成的网络零售占 67%,以后逐年上升,到 2008 年占 93%,电子商务平台已经成为网络零售的主流模式。电子商务平台与用户、合作伙伴之间的商业生态特征日益突出。

电子商务支撑体系日益完善。认证、信用、物流和电子支付等支撑体系的建设、应用日益成熟。以电子支付为例，2008 年我国电子支付业务持续增长，商业银行网上支付、电话支付和移动支付合计 30.75 亿笔、286.30 万亿元，同比分别增长 36.24%和 10.54%⁹。电子支付应用已经从商品交易扩展到公共事业缴费、电子政务、航空、保险和教育等领域，



资料来源：阿里巴巴集团研究中心

电子商务服务业快速发展,面临着重大的历史机遇。回顾历史,从农业文明到工业文明都有最具代表性的商业基础设施,以巨型电子商务平台为核心的电子商务服务体系,正在成为信息时代最具代表性的商业基础设施。

（三）电子商务的溢出效益日益显著

1. 电子商务与传统产业进一步融合，直接带动物流、金融和 IT 等行业发展

⁸ CNZZ 公司. 2009 年电子商务年终盘点[EB/OL] (2010-01-11)[2010-01-20]. CNZZ 网站: http://data.cnzz.com/cms_data/a/xingvefenxi/dianzishangwu/2010/0115/520.html.

⁹ 中国人民银行.中国支付体系发展报告(2008).中国金融出版社,2009.03

以物流为例，电子商务的广泛应用有力地带动了快递业务，2008 年我国由电子商务带动的快递包裹超过 5 亿件，全国 1/3 的快递服务业务量是由电子商务带动的¹⁰。

电子商务促进新兴产业的发展，最直接的表现是电子商务服务业的兴起。随着企业、个人和政府越来越多地应用电子商务，在电子商务交易服务、业务流程外包服务和信息技术外包服务等领域涌现出大量的电子商务服务商，通过提供丰富的产品和服务满足企业、个人和政府的电子商务应用需求。电子商务服务业正在崛起为一个重要的新兴产业。

2. 电子商务促进地方产业升级，带动区域经济效应显现

随着越来越多的企业开始应用电子商务，特别是一些产业集群、专业市场中的中小企业大规模“集体上网”，电子商务为产业集群、专业市场的发展注入了新的活力，有助于促进产业的升级发展，进而带动区域经济的发展。近几年，浙江、广东、江苏、四川等地政府不遗余力发展电子商务，把电子商务作为产业升级、经济结构优化的有力举措，充分体现了电子商务对于促进区域经济发展的价值。

3. 电子商务推动外贸、拉动内需，助力 2009 年经济增长实现“保八”目标

金融危机导致北美、西欧、日韩等成熟市场需求萎缩，外贸企业通过电子商务低成本开拓中东、南美等新兴市场，为发展外贸寻找到新的增长点。同时，随着网络购物成为大众化消费方式，电子商务成为拉动内需的新希望。2008 年以来，不仅北京、上海、广州等一线城市的网络购物蓬勃发展，二、三线城市的网络购物更是异军突起，2008 年我国网络购物交易额中二、三线城市比例已达 50%。

4. 电子商务成为创造就业机会的新动力

一方面，电子商务的发展直接创造就业机会，企业应用电子商务和电子商务服务业的发展，都创造出大量新的就业机会。据不完全统计，2009 年上海市来自电子商务的就业岗位占新增就业岗位近一半，浙江约 1/4，广东近 1/5。另一方面，电子商务通过带动相关产业发展，间接地为社会提供更多的就业机会。例如电子商务带动物流业发展，物流业又带动相关领域就业岗位的增长。2008 年，我国社会物流从业人员约 2000 万人，物流业每成长 1 个百分点，即可新增 10 万个就业岗位。

据测算，在网络零售中平均 1 个直接就业可以带动 2.85 个间接就业，电子商务促进就业的“乘数效应”显著。

（四）电子商务在金融危机、北京奥运和自然灾害等重大情形中发挥积极作用

1. 电子商务在帮助企业应对金融危机方面发挥了重要作用

在金融危机下，电子商务帮助企业特别是中小企业更加有效地开拓市场、塑造品牌和降低成本，提高企业存活率，帮助企业“过冬”。在金融危机中，运用电子商务的中小企业生存状况远好于运用传统商务的中小企业：未运用电子商务的企业陷入困顿的比例达 84.2%，而运用电子商务的企业陷入困顿的比例为 16.8%，相差近 5 倍¹¹。

2. 电子商务成为建设“科技奥运”的坚实基础

¹⁰ 张意轩. 全国快递 1/3 业务量由电子商务牵动完成[EB/OL] (2009-09-12)[2009-12-30]. 人民网: <http://it.people.com.cn/GB/10042558.html>.

¹¹ 聂林海在“第二届电子商务与物流配送论坛”上的发言.http://www.gov.cn/jrzq/2009-05/03/content_1303144.htm

在北京奥运会期间，电子商务广泛地发挥着支持作用，集中体现在奥运移动电子商务应用服务系统、奥运电子商务网站、“数字奥运”信息亭、奥运电子支付应用管理平台和电子物流配送体系服务等。电子商务大大提高了“科技奥运”、“数字北京”的水平。

3. 电子商务在应对南方雪灾、四川地震等自然灾害中发挥了积极作用

中国人民银行通过电子支付系统为受灾地区群众、企业和金融机构提供优质的支付清算服务，为救灾款项的及时划拨开辟了“绿色通道”；支付宝、财付通和易宝支付等第三方电子支付平台成为公众捐款赈灾的重要渠道。

（五）各级政府加大对电子商务的支持力度，促进电子商务发展

近年来，各级各地政府不断加大对电子商务的支持力度，通过资金补贴、专场培训和人才培养等措施，鼓励和促进企业应用电子商务。为帮助中小企业应对金融危机，浙江省率先在全国启动了“万家企业电子商务推进工程”，广东省启动了“广东省中小企业电子商务启航工程”，福建省启动了“福建工业企业电子商务千万工程”，天津、江苏、四川、河北和陕西等省市也以不同形式大力支持企业应用电子商务。2008 年以来，杭州市成为“中国电子商务之都”，广州市成为“国家移动电子商务试点示范城市”，湖南省成为“国家移动电子商务试点示范省”，深圳市成为“国家电子商务示范城市”，区域电子商务形成百舸争流的喜人局面，

各级各地政府大力支持农村电子商务发展。《中共中央国务院关于推进社会主义新农村建设的若干意见》指出：一定要“支持发展农产品直销配送、连锁经营、电子商务交易”。国务院及相关部委、各地政府在发展农村信息化和农村电子商务方面采取了积极行动，农业部推出了中国农业信息网商务版，地方农业厅局网站构建了众多农业电子商务平台，商务部在全国 20 个省进行试点，建成 20 个县级服务平台和 1400 多个基层信息服务点，初步形成以新农村商网平台为核心，依托县级服务平台、基层信息服务点，将信息服务覆盖到试点地区的“农村商务信息服务体系”。

二 日益广泛的经济社会影响

（一）电子商务生态加速优化资源配置

电子商务服务业作为电子商务发展的基础和支撑，已经渗透到几乎各个垂直行业，与生产、流通、消费和资本等相关领域发生深刻融合，成为优化市场资源配置的加速器。

作为电子商务服务业核心的第三方电子商务平台，能够敏锐地感知企业和消费者的动态、细分需求，提供端到端的完整服务，是电子商务应用普及、深化和创新的强大引擎。近年来，以阿里巴巴为代表的第三方电子商务平台，构建了完善的电子商务生态系统，产生了巨大的经济效益和社会效益。2009 年，我国第三方 B2B 电子商务平台交易额达 8326 亿元，约占 B2B 电子商务整体交易额的 40%¹²。

¹² IDC与阿里巴巴集团研究中心合作.为经济复苏赋能：电子商务服务业及阿里巴巴商业生态的经济社会影响. 2010.01

（二）有力拉动物流、支付等相关行业

2009 年，仅淘宝网就给中国物流业带来约 68.4 亿元的直接收入，占国内民用快递行业市场收入近 30%。IDC 预测，2013 年淘宝网提供的订单业务量将占中国民用快递市场近 60%¹³。

以支付宝为代表的第三方电子支付体系，建立了可靠的信用机制，逐渐消除物流行业电子商务化瓶颈，加快资金周转速度，保障和促进了物流企业的发展壮大。

与此同时，电子商务引导和促进传统物流业向网络化、信息化的现代物流业转型。电子商务服务平台通过与物流企业建立合作关系，加强对物流配送流程的监控，提升了物流行业服务质量，带动了物流行业企业管理模式的转变。2008 年，淘宝网为物流企业开通了网上订单结算服务，促进物流企业信息化水平的提升；2009 年，淘宝网先后推出“限时物流”和“货到付款”等物流配送政策，进一步促进了物流企业配套服务制度的完善。

（三）推动企业成长及业务模式创新

电子商务生态系统对于中小企业发展的支持作用表现在两个方面：一是将电子商务融入中小企业成长的各个阶段，满足企业在不同阶段的需求，二是以电子商务推动中小企业战略转型及业务模式突破。

初创型中小企业，多以求“生存”为基本目标，其核心关注是“更多的订单”带来“更多的销量及收入”。为此，阿里巴巴 B2B 为中小企业提供产品展示平台、国内外贸易信息和多功能建站服务，帮助企业获得订单、增加收入。当中小企业达到一定规模后，运营管理及人才培养是“成长”阶段的新课题。此时，阿里软件可为中小企业提供低成本的 IT 解决方案，支持其信息化进程；阿里学院则帮助培养中小企业管理和电子商务人才。资金更是中小企业长期“发展”的命脉，阿里巴巴推出融资服务，建立面向中小企业“网络联保”融资模式，为中小企业注入持续发展的活力。

电子商务还帮助企业实现产品创新、新渠道拓展和资源重新整合，加速中小企业转型。面对金融危机，许多中小企业通过阿里巴巴电子商务服务平台，从外贸转型为内贸，从替知名品牌代工转型为创立自有品牌，从单一品类转型为多元化产品，化风险为机遇。进入后危机时代，电子商务将在“中国制造”升级为“中国创造”的进程中发挥更重要的作用。

（四）创造海量就业机会

第三方电子商务平台在拉动就业方面成效十分显著。阿里巴巴集团创立十年来，不仅从 18 名创始人激增至 18000 多名员工，还通过客户、合作伙伴及更广泛的电子商务生态效应创造了海量就业机会。

这些就业机会包括阿里巴巴 B2B 公司、淘宝网和支付宝等的客户的新增就业机会——特别是基于淘宝网的个人创业，以及带动合作伙伴（如第三方物流、独立软件提供商等）新增加的就业机会。在金融危机中，淘宝网的店铺数仍然快速增长，增加了大量创业和就业岗位。通过阿里巴巴电子商务生态系统，还衍生出“网络经纪人”、“淘宝客推广”等崭新的网络就业方式。2009 年，淘宝网创造的直接就业岗位达 80 万个，通过物流、支付等行业创造的间接就业岗位达 230 万个。

¹³ 同前

（五）创新小企业网络融资模式

融资困难是制约中小企业发展的一大瓶颈。与大企业相比，中小企业多处于成长期，发展不确定性较大，缺乏足量信用资产，与银行的沟通合作也不足，这些都使中小企业往往成为银行信贷的盲区。阿里巴巴面向中小企业推出无抵押的“网络联保”，即3家或3家以上拥有良好网上信用积累的中小企业共同申请贷款，签署联保协议，以降低银行风险。通过中小企业信用数据库，银行可以实时了解企业的资金流向和经营状态，以及过往交易历史和诚信记录，有效控制不良贷款率。阿里巴巴还与银行合作，推出基于阿里巴巴订单申请贷款的“供应链贷款”、凭借信用评价申请贷款的“纯信用贷款”等，以满足不同中小企业差异化融资需求。

通过上述网络融资模式创新，2007年，中小企业共获得贷款2000多万元，2008年激增至10亿多元，到2009年12月底累计发放贷款60亿元，惠及超过2800家中小企业，而不良贷款率仅0.74%。

（六）促进经济增长方式转变和内需增长

金融危机冲击的背后，是中国经济增长方式如何转变的问题，即“出口拉动”如何转向“内需驱动”？“丰盛的中国制造”如何对接“旺盛的国内消费需求”？对此，电子商务服务平台不仅拉动了国内消费，并以“网货交易会”（即中小企业制造商对接网络零售商）等多种形态，促进了“出口转内需”之平滑转变。

金融危机也使消费者变得更加理性，更加注重商品的性价比，以网络购物为代表的经济型消费正在成为更多消费者的选择，从而进一步拉动了内需。

三 基本分析和判断

（一）电子商务服务业：电子商务高速发展的引擎

2003年以来，以交易服务为主、以交易平台为核心的电子商务服务业渐成规模，大大降低了电子商务应用门槛和交易成本，应用电子商务的企业（特别是中小企业）、创业者和消费者大大增加，这反过来又有力地带动了电子商务服务业的崛起——这是最近几年电子商务领域最重大的事件，国家《电子商务发展“十一五”规划》将电子商务服务业作为重中之重，提出到“十一五”末电子商务服务业“成为重要的新兴产业”的战略目标。

专业化电子商务服务业的崛起，及其与电子商务应用相互促进的正反馈机制，是近几年中国电子商务高速发展的重要原因，也是未来几年中国电子商务继续高速发展的保障和引擎。

（二）下一个十年：社会调适期

电子商务是随着以互联网为核心的信息技术的发展而兴起的先进生产力。与一切技术经历过的演进路径一样，电子商务在经历“技术改变商业”的第一个十年后，开始进入“商业改变社会”的第二个十年，即“社会调适期”。如果说在第一个十年，主要矛盾是先进的信

息技术与落后的商业模式之间的矛盾，进而引发互联网行业的泡沫破灭、寒冬和调整；在第二个十年，主要矛盾将表现为先进的商业行为与落后的社会生活形态和制度体系之间的矛盾，表现为先进生产力与落后生产关系之间的不适应，表现为与技术创新、商业创新相适应和制度创新。

这正是近几年（并还将持续若干年）电子商务领域与传统商务、传统制度冲突频发的根本原因。

为此，亟待形成与电子商务相适应的政策、法规和法律等制度体系，而不是简单套用显然过时的制度体系及其条文。事实上，电子商务不是要不要“规范”的问题，而是用什么“规范”以及“规范”从哪里来的问题。正确的做法是，探求信息时代的治理精神和原则，充分借鉴和吸收成功电子商务实践所“内生”的治理规则，逐步形成适应和促进电子商务发展的“新规则”。

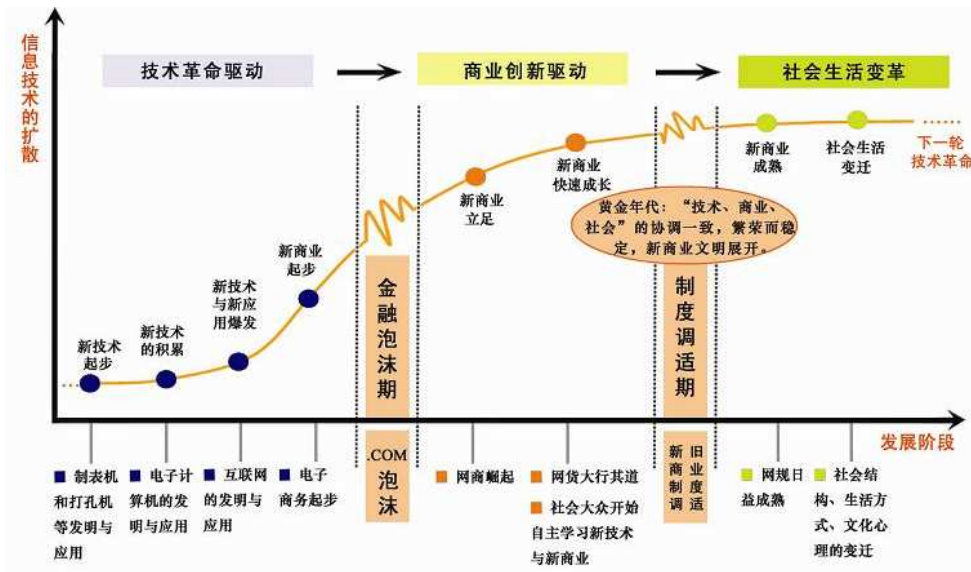


图 3 信息时代的商业文明演进

资料来源：阿里巴巴集团研究中心

（三）“数字鸿沟”与“经济鸿沟”相互强化

我国电子商务发展水平很不平衡，不同地区的信息化指数相差最高达 20 倍以上，在较发达的广东，一半以上的中小企业应用电子商务，而在一些欠发达地区，应用电子商务的中小企业仅 2%。城乡之间、沿海与内地之间的电子商务应用差距不仅很大，且有继续扩大的势头，“数字鸿沟”局面日益严峻。

调查表明，在城市和经济较发达的地区，对电子商务的认识水平、重视程度和投入也较大，电子商务（特别是中小企业电子商务）发展水平与经济水平成正比，更值得警惕的是，城乡之间、不同地区之间的电子商务发展水平的差距甚至大于经济水平的差距。如果不尽快采取强有力的、超常规的政策措施，“经济鸿沟”与“数字鸿沟”势必相互强化，在经济水平与电子商务发展水平之间形成“强者愈强”、“弱者愈弱”，城乡、地区差距越拉越大的危险局面。

如何消除“数字鸿沟”并遏制其与“经济鸿沟”相互强化的势头，是影响电子商务未来

发展的又一关键因素。

（四）电子商务的“巨国效应”

与其他许多行业不同，我国电子商务的领军者均为本土企业，来自海外的电子商务巨头在与本土电子商务企业的竞争中，常常处于下风，中国电子商务行业因此有着其他许多行业所没有的优势和自信。事实上，这也是整个互联网行业存在的“中国现象”。

这种自信来自国人整体自信重建的大背景，来自中国较为独特的政治、经济、历史和文化背景，也来自中国互联网领域的迅猛发展和环境的得天独厚。到 2009 年底，中国网民总数已经高达 3.84 亿，稳居世界第一，为电子商务发展营造了无与伦比的巨大的规模化市场，也为中国电子商务构建了无与伦比的创新基础，这是我国电子商务“巨国效应”的坚实基础。可以预见，基于“巨国效应”的具有市场和竞争优势的中国电子商务服务业，必将进一步国际化，为全世界提供电子商务服务，构建全球化的电子商务服务体系，成为中国在全球重要的优势产业，并进一步带动和提升相关行业的国际竞争水平，成为我国未来国际竞争力的重要基础。

四 未来趋势和展望

我国拥有全球最大规模的互联网用户和手机用户，有着全球最丰富、最前沿、最大规模的电子商务实践。展望未来，我国网民规模将继续快速增长，不足 30% 的电子商务渗透率（美国约 70%）还会极大增长，电子商务应用还会极大普及和深化，电子商务模式还会极大创新，电子商务生态还会极大丰富，在还会极大发展的电子商务服务业引擎的推动下，未来 5-10 年我国电子商务将继续高速发展。

笔者预测，到 2015 年，我国网民总数将从 2009 年的 3.84 亿增长至 7 亿，网上消费者将从 2009 年的 1.5 亿增长至 5 亿，电子商务渗透率将从 2009 年的不足 30% 增长至超过 60%，网上零售交易额将从 2009 年的 2630 亿增长至 20000 亿，占社会消费品零售总额的比例将从 2009 年的 2.1% 增长至 7%。

到 2015 年，我国将形成全球最大规模的电子商务服务体系和最具竞争力的电子商务基础服务企业，电子商务应用规模将位列世界第一，电子商务发展环境将进一步优化，电子商务技术创新、商业创新引发的制度创新将进一步突出，电子商务的经济社会影响将进一步扩展和深化，具有新商业文明特征的基础设施、商业行为、商业组织、社会生活和制度环境将进一步显现。

（一）电子商务服务业快速发展，走向并影响世界，成为全球领先的战略性新兴产业

我国电子商务服务业将持续快速发展，进一步走向国际、影响世界，成为全球领先的战略性新兴产业。

我国网商和电子商务服务商的国际化发展将进一步加快。在金融危机中，针对北美、西欧和日韩等发达国家贸易需求减少的情况，不少网商和电子商务服务商加大了开拓新兴市场

的力度，在巴西、土耳其、俄罗斯和印度等地寻找到新的商业机会。金融危机在客观上提高了他们对电子商务重要性的认识，也强化了他们对新兴市场的重视，通过电子商务低成本拓展海外市场正在成为越来越多企业的共同选择。与此同时，一些国外电子商务服务商进入中国市场的步伐也将加快，中国良好的经济发展势头和巨大的市场空间将吸引更多国外电子商务服务商进入。

（二）电子商务作用更加突出，与经济社会和传统产业进一步融合，电子商务的生态特征和生态关系更加突出

随着越来越多的企业在采购、销售、营销、财务和人力资源管理等环节广泛应用电子商务，电子商务将向企业内部的深层次延伸，与企业内部价值链深度整合。电子商务与传统产业的融合将进一步深化。电子商务将广泛深入地渗透到生产、流通和消费等各个领域，改变企业的经营管理模式和生产组织形态，提升传统产业的资源配置效率、运营管理水平 and 整体创新能力。电子商务也将与搜索引擎、虚拟社区、网络游戏和移动通讯等进一步融合。

随着电子商务应用日益广泛和深入，在与电子商务相关的信用、支付、物流、IT 和金融等领域，将出现大量外围服务商，为电子商务应用提供更加多样化的服务，成为电子商务生态系统不可缺少的组成部分。更进一步，电子商务服务业将成为新的商业基础设施，电子商务服务业将日益成为公共服务，为全社会提供无处不在、按需随取、极其丰富和极低成本电子商务服务。

电子商务的生态特征和生态关系也将更加突出，并进一步凸显电子商务的经济社会影响。

（三）与电子商务相关的技术创新和商业模式创新步伐将进一步加快

新兴技术的广泛渗透与消费结构加速升级相结合，云计算、物联网、虚拟化和自然语言等新兴技术将极大地推动电子商务技术创新和商业模式创新。

作为未来电子商务服务业基础的云计算，将为电子商务服务商提供强大的技术支持，解决计算能力、存储空间和带宽资源等瓶颈问题，帮助电子商务服务商提升面对大规模用户的服务能力，对于摆脱西方巨头垄断、支持信息经济、现代服务业和小企业发展的意义重大。电子商务服务商有望借助云计算帮助中小企业实现按需计算和按需服务，进一步降低中小企业应用电子商务服务的门槛。

物联网将有助于提升电子商务活动中信息获取、储存、处理和传递的效率及智能化水平，将在信息、支付和物流等领域给电子商务带来前所未有的变化，进一步推动电子商务应用创新和服务模式创新。

大规模、个性化的消费需求和持续升级的消费结构，将进一步推动电子商务商业模式创新。微观上，消费者需求日趋个性化和碎片化，从而使电子商务相对于传统商务的优势越发明显。电子商务能够以极低的成本支持个性化服务，满足个性化需求，从而催生出海量的服务商及形式多样的商业模式。宏观上，中国正在经历一个从生活必需品向耐用消费品过渡的阶段，消费升级过程中的巨大市场容量，为电子商务提供了前所未有的发展空间。随着越来越多的商品从传统渠道拓展到网络渠道，特别是基于电子商务的大规模个性化定制的广泛涌现，电子商务商业模式创新的空间将显著扩大，创新步伐将显著加快。

（四）移动电子商务将加速向普及化方向发展

2009 年我国政府正式颁发 3G 牌照,是中国移动电子商务发展的标志性事件。未来几年,在各级政府、电信运营商和互联网服务商的推进下,3G 应用将不断扩展,手机上网将进一步普及,用户将可以通过手机、上网本和 PDA 等移动终端实现随时随地购物,由电视、互联网和手机构成的立体化电子商务体系将逐渐成型,移动电子商务将商务、工作、生活和学习等各个领域加速渗透,日益普及。

数量巨大的移动电话用户,为移动电子商务的在我国的发展和普及提供了坚实的用户基础。到 2009 年底,我国移动电话用户已经达 7.4 亿¹⁴,且仍然拥有较大的扩展空间。电信运营商大力推动移动信息基础设施建设,也将为移动电子商务的发展和普及提供坚实的技术基础。各地各级政府的大力促进也是移动电子商务发展和普及一大推动力。

（五）农村电子商务将大有可为

随着中央关于推进农村改革发展与切实加强农业基础建设进一步促进农业发展农民增收等文件的深入贯彻,农业和农村信息化的发展,数千涉农网站的大力推动,农业、农村和农民电子商务将进入大发展时期。

1. 农村网民将成为网民增长的重要来源

一方面,农村网民的增长速度远高于城镇网民。2007 年至 2009 年,农村网民年均增长 71.6%,远高于城镇网民年均增长 34.6%的速度¹⁵。到 2009 年底,农村网民规模达 1.0681 亿人。另一方面,农村互联网普及率远低于城镇,增长空间巨大。未来几年,农村网民将成为中国网民增长的主要动力,也是中国互联网未来发展的潜力所在。农村市场蕴藏着巨大的电子商务应用需求,调查显示,近年来农村网民使用网络购物和网络支付的比例稳定增长,显示出农村网民对电子商务认可度的提升和实际应用比例的提高。农村拥有丰富的农产品,亟需成本较低、覆盖面较广的市场渠道,而这正是电子商务的优势所在。

2. 政府对农村电子商务高度重视将营造有利的发展环境

信息化和电子商务在商贸流通中发挥着重要促进作用,但广大农村缺乏十分必要的公共商务信息服务,为此,商务部将在现有基础上完善新农村商网平台功能,丰富服务内容和方式,依托基层农村商务信息服务站点、“万村千乡”农家店和“双百”市场,利用全国农村党员远程教育网村级终端站点等各种现有资源,扩大农村公共商务信息服务的覆盖面,惠及更多农民。

（六）新商业文明浮现¹⁶

电子商务悄然改变着中国企业和消费者的商务、工作和生活,既带来巨大的经济社会价值,也改变着人们的行为和文化,在网络化、个性化和全球化的促动下,一个信息时代的商业文明——开放、透明、分享、责任的新商业文明正在浮现,必将成为人类商业史上一次新

¹⁴ 李毅中在 2010 年全国工业和信息化工作会议上的发言。

<http://cq.people.com.cn/news/20091222/20091222105729.htm>

¹⁵ 根据 CNNIC.2007-2009 历年《中国互联网络发展状况统计报告》计算

¹⁶ 阿里巴巴集团研究中心.新商业文明浮现——2009 年网商发展研究报告.2009.09, IDC 与阿里巴巴集团研究中心合作.为经济复苏赋能:电子商务服务业及阿里巴巴商业生态的经济社会影响.2010.01

的跃迁，与此相关的基础设施、商业行为、商业组织、社会生活和制度环境等都将发生根本性变革：

基础设施：提供公用计算服务的巨型商用计算中心，以及集成各类商务服务和海量用户、可提供云计算服务的电子商务服务平台，正在成为信息时代最具代表性的商业基础设施。

商业行为：以柔性化制造、个性化营销和社会化营销为支柱的大规模个性化定制的商业模式将兴起，文化和价值观上将呈现更加开放、分享、责任和全球化的特质。

商业组织：扁平、透明甚至“无组织”的组织将大行其道，商业生态及其战略将成为主流组织形态和战略选择。

社会生活：人将从工业时代被异化的“经济人”向信息时代更完整的“社会人”回归，将从工作与生活相互分离走向相互融合，创业和就业形态也将发生很大变化，如网络创业和就业。

制度环境：信息化、全球化和市场化将导致一个持续的制度变迁过程，企业与企业、企业与员工、企业与消费者、企业与社会、企业与环境，等等，都将发生一系列与信息时代相适应的制度变迁。

展望未来，让我们期待新商业文明的快速浮现和巨大影响。

THE SPRING OF E-COMMERCE

Abstract: China's E-commerce has come to the stage of developing, operating and being used in large scale, which is expected to maintain a speedy growth and likely to lead the world in next five to ten years. E-commerce service is becoming a powerful engine for facilitating the development of E-commerce, as well as the commercial infrastructure in Information era. As the social and economic influence of E-commerce is expanding and deepening, a new business paradigm is emerging quickly. How to build an institutional system that adapts to the development of E-commerce, and how to remove the “digital gap” and curb the inter-strengthening between “digital gap” and “economic gap”, are key factors to shape the future development of E-commerce.

Keywords: development of E-commerce, analysis, outlook