

# 电子商务:理念、误区与未来

吴清烈

(东南大学 电子商务系, 江苏南京 210096)

**摘要:**电子商务是互联网时代的新型商务方式和新兴学科领域。正确的电子商务理念是企业电子商务应用和学校电子商务教育的基础。在讨论如何正确理解电子商务内涵和本质的基础上,结合目前中国电子商务应用和电子商务教育中所存在的问题,分析和讨论在电子商务基本理念方面的主要误区,并进一步从电子商务应用和电子商务教育两个方面思考电子商务的未来发展趋势。

**关键词:**电子商务;电子商务应用;电子商务教育

**中图分类号:**F713.36

**文献标识码:**A

**文章编号:**1673-5420(2010)02-0055-09

## 一、引言

互联网的发明被称之为人类历史上迄今为止最伟大的发明。互联网对人类社会的影响是革命性的,所产生的影响不是仅在技术层面也体现在社会的方方面面。互联网的发展从根本上改变了人类的生活方式、商业模式和思维方式。随着互联网技术的迅速发展和广泛应用,电子商务已经成为颇为人们关注的新型商务方式和新兴学科领域<sup>[1]</sup>。

应该说,中国互联网和电子商务应用与美国等发达国家差不多是同时起步的。1993年,美国白宫和联合国总部接入 Internet;1994年,中国国家计算机与网络设施正式接入 Internet;1994年,第一家网上银行 First Virtual 开始营业;1994年,美国硅谷 20 家大 IT 公司共同建立 Commerce Net 公司;1995年, Yahoo! 公司创立;1995年, Amazon.com 公司和 eBay.com 公司创立;1995年,美国“安全第一网络银行”(SFNB)正式营业;1996年,联合国国际贸易法委员会通过《电子商务示范法》。1996年中国国际电子商务中心正式成立,并于1997年创建中国国际电子商务网;1999年,马云在杭州市创办了阿里巴巴网站,为中小型制造商提供销售产品的贸易平台;1998年全球

最大的华人门户网站新浪网站开通;1999年全球最大的中文网上书店当当网开通;2003年阿里巴巴集团投资成立淘宝网<sup>[1]</sup>。截至2010年3月底,中国网民人数达到4.04亿,互联网普及率达到30.2%,超过世界平均水平。中国互联网和电子商务应用有着很好的发展前景。

但是,中国目前互联网和电子商务应用的发展远没有美国等发达国家成熟或发达。2009年12月,韩国、日本和美国互联网普及率分别达到77.3%、75.5%和74.1%,而中国互联网普及率仅为28.9%。B2B和B2C电子商务应用在美国已非常普遍,美国网上零售业在顾客服务、用户个人信息保护、消费者行为分析,以及网站访问统计分析等方面都具有明显的领先优势。目前中国电子商务应用总体上还处于初级阶段。中国电子商务应用的落后,主要体现在两个方面:一是网络信息化基础落后,二是电子商务应用理念的落后。尽管大多数中国企业和消费者对电子商务已不陌生,但对电子商务的认识似乎并不是很清楚。对电子商务理论和实践认识上的误区,严重影响到企业电子商务应用实践和学校电子商务人才培养。

不可否认,我们已进入了电子商务时代。对如今的企业来说,不是要不要电子商务,也不是

如何看待电子商务,而是如何应用电子商务。正确的电子商务理念是企业电子商务应用和学校电子商务教育的基础。为了企业能正确地应用电子商务以及学校能培养电子商务应用所需要的人才,非常有必要充分认识目前中国电子商务应用和电子商务教育在电子商务基本理念方面存在的主要误区。本文在讨论电子商务内涵和本质的基础上,结合目前中国电子商务应用和电子商务教育中所存在的问题,分析和讨论在电子商务理念方面的主要误区,并从电子商务应用和电子商务教育两个方面思考电子商务的未来发展。

## 二、电子商务的内涵与创新本质

电子商务既是驱动商务创新的商业理念,又是商务综合创新的商务技术。在全球范围内,越来越多的企业把电子商务应用看作是提升经营业绩、获取核心竞争力和超越竞争对手的重要战略机会。电子商务发展进程充分证明:只有正确理解电子商务才能发展电子商务。现在的电子商务不是什么新鲜事物,但要真正理解、接受和运用它却又而不是一件容易的事。

由于人们对电子商务认识模糊通常源于没有很好理解电子商务的内涵,所以有必要从概念上对电子商务做一界定。电子商务的英文是 Electronic Commerce, 简记 E-Commerce 或 EC。在概念上,电子商务有广义与狭义之分。广义的电子商务,就是运用电子化信息技术手段开展的商务活动方式。狭义的电子商务,一般是指是通过互联网来实现商品、服务和/或信息的购买、销售与交换。

需要说明的是,国内学者有的也把 E-Business 翻译为电子商务,在一定程度上混淆 E-Business 和 E-Commerce 两个概念的区别。因为 E-Business 与 E-Commerce 在英文中是有区别的。在一些国际学术会议中,E-Business 与 E-Commerce 通常是作为两个不同的研究方向列出的。

国外学者对 E-Business 与 E-Commerce 关系的认识也不尽一致,如大卫·范胡斯(David Vanhoose)认为,区分 E-Business 与 E-Commerce 很重要;E-Business 是“指在一个组织的内部对电子网络的使用”;E-Commerce 是指“通过以计算机为媒体的电子网络在市场的交易各方之间进行的

产品和服务的交换”;E-Commerce 可能会伴随 E-Business 发生但不同于 E-Business<sup>[2]</sup>。詹姆斯·奥布赖恩(James A. O'Brien)和乔治·马拉卡斯(George M. Marakas)认为,E-Business 是应用互联网及其他网络和信息技术支持 E-Commerce、企业通信与协作和 Web 方式下的企业内部业务流程以及企业与客户、业务伙伴间的业务流程;E-Commerce 通过各种各样的计算机网络,实现产品、服务和信息的买卖、营销与服务<sup>[3]</sup>。拉维·卡拉科塔(Ravi Kalakota)与玛西亚·鲁宾逊(Marcia Robinson)认为,E-Business 是(运用电子信息技术)使各个商业流程、各种应用程序、各个商业系统实行全商业范围的集成<sup>[4]</sup>。朱迪·斯特劳斯(Judy Strauss)与雷蒙德·弗罗斯特(Raymond Frost)给出了如下关于电子业务(E-Business)和电子商务(E-Commerce)的公式: $EB = EC + BI + CRM + SCM + ERP$ <sup>[5]</sup>;其中,BI—商业智能,CRM—客户关系管理,SCM—供应链管理,ERP—企业资源规划。

事实上,E-Business 和 E-Commerce 看问题的角度有所不同。E-Business 强调电子化信息技术对企业主体商业活动的支持,是指企业如何运用电子信息技术工具来支持自身以及与外部主体间的业务活动。而 E-Commerce 强调电子化信息技术对商业活动主体参与交易过程的支持,一般意义的 E-Commerce 是指企业在外部与客户或者供应商进行交易、服务、交流和协作。E-Commerce 的角度可以是一个交易主体之外的角度,E-Commerce 是一个相对宏观视野下的商务行为(方式)。所以,政府一般对 E-Commerce 提得比较多,而企业通常会对 E-Business 提得比较多。

一个企业的 E-Business 可以不仅是 E-Commerce 活动,也未必就是 E-Commerce 活动。但企业要参与 E-Commerce,就必须考虑 E-Business——如何运用电子信息技术工具来支持自身以及与外部主体间的业务活动。在 E-Commerce 时代,E-Commerce 事实上形成了企业的无可选择的商务环境。企业不可能用完全传统的商业活动和商业模式参与 E-Commerce。所以,一个企业考虑 E-Commerce 应用实际上就在考虑 E-Business 应用,尽管 E-Business 应用有可能是局部范围的<sup>[1]</sup>。

如果把客户等交易主体的概念内部化,E-Commerce 的概念有时也可以泛指运用电子化信

息技术支持企业与内部员工间的信息交流与服务互动;这时,企业 E-Commerce 概念的范围就很接近 E-Business;但这两个概念的角度还是不一样的。E-Business 和 E-Commerce 的概念也可应用到非商业性机构和组织,这时“商务”活动中的企业或公司就可用一般意义上的“组织”来代替。对非商业性的机构和组织,E-Business 译为“电子业务”比较合适。

对电子商务的很多定义,虽然具体表达有所差异,但有一点是共同的,是对电子商务过程和内容的描述。虽然,很多学者强调电子商务核心是商务,但很难深层次理解电子商务的内在本质。Commerce Net 公司对电子商务下的定义与众不同:“电子商务即是用互相连接的计算机网络去创造和变革商业关系。”它进一步解释:“其最普遍的用途是通过互联网将买卖信息、产品和服务连接起来,但它也在机构内部通过内部网传输和共享信息,从而改善决策过程和消除重复的劳动。电子商务的新范例并非仅建立在交易上,还与建立、维护和改善现存和潜在的关系休戚相关。”上述定义强调商业关系的创造和变革。

电子商务不是简单地将传统商务电子化或搬到互联网上。电子商务应用的重点是建立起与传统商务不一样的商业关系,新的商业关系可能是从无到有的创造,也可能是传统基础上的变革。新的商业关系在技术基础和商业理念上已发生很大的变化。Commerce Net 公司对电子商务下的定义指出了电子商务的真实本质:运用电子化技术创造、变革和再设计商业关系。这种创新的商业关系,无论对客户还是对企业,都会创造新的价值。所以,我们可以从更一般意义上定义电子商务:电子商务是运用电子化技术为不同商业活动主体创造价值而创新商业关系的商务活动方式<sup>[1]</sup>。电子商务活动,除交易活动外,还包括服务、交流和协作等。

电子商务本质上是创造性运用电子化技术建立新的商业关系。首先,必须形成商业关系创新的理念。应该如何创造和变革企业与客户(或合作伙伴)间商业关系?商业关系建立的基础是什么?客户体验和客户感知价值的变化对建立新的商业关系有什么影响?其次,用什么商业模式支持创新的商业关系。电子商务应用总离不开商业模式的设计,简单地把传统商业模式搬到互联网上,企业电子商务很难成功,电子商业模

式的正确选择对电子商务成功十分重要。第三,用什么商务技术支持商业关系创新的理念和模式。商务技术是基于 IT 的商务支持技术,在线商务需要与离线商务不一样的商务支持技术。比如业务流程优化带来的效率对电子商务成功是至关重要的。从技术层面我们可以说,电子商务是商业领域的高科技,因为电子商务的成功总离不开创新的商务技术。但我们不能简单把电子商务理解为一般的信息技术。

成功的电子商务应用本身就意味着一种服务创新。企业对电子商务的应用,一般没有固定的模式,必须根据业务需要和技术条件不断进行创新。电子商务创新是在企业战略驱动下基于电子商务应用的不断创新过程。电子商务创新的动力来自业务发展和市场竞争的需要。但电子商务创新本身又受到电子商务理念创新、电子商务技术创新、电子商务知识创新的影响,这三方面的创新都与人员有关。尤其是对企业高层管理者来说,电子商务理念创新至关重要,它直接决定企业如何应用电子商务创造业务竞争优势。企业对电子商务的应用,一般没有固定的模式,必须根据业务需要和技术条件不断进行创新。电子商务应用实践催生新的电子商务技术,电子商务技术创新又可支持企业的电子商务创新应用实践<sup>[1]</sup>。

上述对电子商务内涵与创新本质的理解,有助于分析目前中国电子商务应用和电子商务教育中所存在的问题。事实上,E-Business 和 E-Commerce 概念的混淆以及电子商务本质认识的缺乏导致了人们在电子商务应用和电子商务教育中的很多理念误区。

### 三、电子商务应用中的理念误区

随着互联网技术的不断发展,电子商务应用不断得到发展和普及。目前互联网在世界范围内发展极为迅速。截至 2010 年 3 月底,中国网民人数达到 4.04 亿,互联网普及率达到 30.2%,超过世界平均水平。中国电子商务应用应该有着很好的发展。然而,中国电子商务应用总体上还处于初级阶段。电子商务应用的落后,固然有信息化和管理基础落后的原因,但主要原因是对电子商务应用缺乏正确的理解,人们头脑中电子商务相关理念的缺乏严重制约了电子商务应用

的发展。许多企业没有很好应用电子商务,在一定程度上,也与电子商务应用存在一些理念误区有关。

目前中国企业电子商务应用存在如下九大理念误区:

### 1. “电子商务” = “电子 + 商务”

从字面上说,电子商务,就是运用电子化信息技术手段开展商务活动,“电子商务” = “电子 + 商务”似乎没错。但是,如果电子商务给企业创造了前所未有的商机,绝不是简单的“电子 + 商务”的结果。电子商务应用,在给一些企业带来许多新商机的同时,也会给一些企业构成新威胁。电子商务的应用不仅仅是电子化信息技术的应用,更重要的是要有如何创造电子化信息技术商业价值的商业理念。电子商务应用本质上是创造技术商业价值的创新活动。人们对电子商务本质的理解和对电子商务理念的认识,对于企业电子商务应用至关重要。

关于电子商务,人们还有一个“电子 + 商务”还是“商务 + 电子”的争论,也就是电子商务是“先有技术后有商务”还是“先有商务后有技术”?其实,对电子商务来说,技术与商务间也不是简单的先后关系,而是在一定商业理念下的共生关系。网络时代是“重新思考和再造一切”的时代。在电子商务中的“技术”和“商务”已经不再是原来的“技术”和“商务”了。原先的“技术”已变成一定商业理念下的商务技术,原先的“商务”已变成一定商业理念下的创新商务。商业理念创新是电子商务内在的技术和商务创新动力。如图1所示:

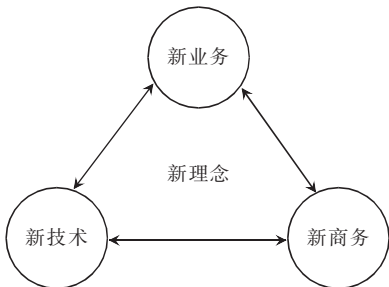


图1 电子商务内在创新机制

### 2. “电子商务” = “企业信息化”

电子商务的技术基础是网络信息技术。很多人理所当然将“电子商务”理解成“企业信息化”,视电子商务为企业信息化管理的一部分。

电子商务是在网络信息空间开展商务活动,伴随信息管理活动,但电子商务远不是对商务信息的管理,而是运用网络信息空间支持业务的运营。电子商务既是驱动商务创新的商业理念,又是商务综合创新的商务技术,并形成新的商务方式,建立新的业务优势。可以这么认为,企业信息化的目的是打好“信息战”,而电子商务的目的是打赢“高科技商战”。

将“电子商务”理解成“企业信息化”,多为计算机专业人员或信息系统专业人员,并与 E-Business 概念有一定关系。E-Business 是(运用电子信息技术)使各个商业流程、各种应用程序、各个商业系统实行全商业范围的集成。E-Business 概念中包含企业信息化管理。但也应该指出,对电子商务(E-Commerce)来说,企业信息化是电子商务应用的基础,同时,信息管理也是电子商务管理非常重要的内容。

简单地把“电子商务”理解成“企业信息化”,不利于企业管理人员基于电子商务应用业务创新的战略思考和企业电子商务应用方案的创新设计。

### 3. “电子商务营销” = “网络营销”

网络营销是电子商务的基础,是电子商务的重要环节。从实践上看,企业开展电子商务活动几乎是从网上营销开始的。电子商务营销是企业跟电子商务相关的营销活动,或者是企业在电子商务市场环境下的市场营销活动。但是,电子商务营销不能完全等同于“网络营销”。电子商务除了采用网络营销方式,也可能采用传统的非网络营销方式。很多的电子商务服务商,如阿里巴巴、中国制造网等,在发展会员、开拓电子商务产品市场时的营销方式并不是完全采用网络营销方式。

电子商务就是商务,同样电子商务营销就是营销。这是所有企业在电子商务应用和市场营销中需要牢记的至理名言。把“电子商务营销”理解成“网络营销”,多为一些电子商务专业人员。但也应该指出,对电子商务(E-Commerce)来说,网络营销也是非常重要的内容。网络营销应该成为电子商务专业人员的核心技能。

网络营销是企业电子商务的一部分,是企业基于互联网实施营销手段,不是一个完整的商务过程。简单地把“电子商务营销”理解成“网络营销”,也不利于企业管理人员基于电子商务营销的战略思考和企业电子商务营销方案的创新设计。

#### 4. “电子商务运营” = “网站运营”

网站运营是电子商务运营的基础,但本身不一定是电子商务运营。很多企业都建有门户网站,但并没有开展真正意义的电子商务,甚至并没有从商业角度考虑网络平台的设计,网站只是一个信息平台,并没有成为商务平台。网站运营是电子商务运营的一个方面。电子商务运营,除了网站运营外,还有平台服务运营以及电子商务业务运营。

简单地把“电子商务运营”理解成“网站运营”,也不利于企业管理人员基于电子商务应用业务创新的战略思考和企业电子商务应用方案的创新设计。

#### 5. “电子商务支付” = “电子支付”

在电子商务应用中,电子支付是一类重要的支付方式,电子支付服务属于电子商务。但是,“电子商务支付”不能完全等同于“电子支付”。

在电子商务中,尽管网络支付是在线交易的买卖双方最方便的支付方式,但对客户来说可能未必是最理想的支付方式。这里的主要原因也许是网络信息安全问题,但可能并不完全是网络信息安全问题。有人认为这是电子商务发展的瓶颈问题。实际的电子商务发展并没有因此受到限制,而是为客户提供多种可选择的支付方式。例如:卓越亚马逊公司可以采用的付款方式包括银行电汇、支票付款、邮局汇款、银行卡支付、虚拟账户支付、支付宝支付、礼品卡支付、货到付款等。这些支付方式有的是在线网络支付的,有的是离线在网下支付的。

把“电子商务支付”理解成“电子支付”,或者认为只有运用“电子支付”才算电子商务,不利于企业管理人员基于电子商务应用业务创新的战略思考和企业电子商务支付方案的创新设计。事实上,网络和电子商务应用的特点和优势就是多选择性,电子商务应用应该带给客户多种选择的自由。

#### 6. “电子商务” = “网上开店”

“网上开店”是电子商务的一种典型形式,尤其是随着淘宝网等免费开店平台业务发展,越来越被人们熟悉。但是,电子商务不能完全等同于“网上开店”。很多的电子商务应用可能并不是“网上开店”形式。

在电子商务中,网上店面是一个重要的商务平台,但不是电子商务平台的唯一形式。在网络

环境下,企业与客户以及合作伙伴也可以有其他的商务平台形式。电子商务平台,既可以是可视化的网络平台,像网上店面,但也可以是非可视化的网络平台。

把“电子商务”理解成“网上开店”,不利于企业管理人员基于电子商务应用业务创新的战略思考和企业电子商务网络平台方案的创新设计。淘宝网等免费开店平台对中国电子商务应用发展起到很好的积极推动作用。但是,在某种程度上,也使一部分人认为电子商务就是开淘宝店,这就起负面作用了。

#### 7. “电子商务” = “全球化商务”

由于互联网的开放性,在电子商务环境下,厂家运用网络渠道可把自己的产品销售给全球任何能有互联网连接的客户。对于中小企业,有了电子商务平台,就可以做国际贸易。中国的阿里巴巴和中国制造网使得无数中小企业能与许多大企业一样参与全球竞争。但是,认为“电子商务”等同于“全球化商务”,就不一定正确。企业的电子商务应用,可以是“全球化商务”,也可以是国内商务,甚至是基于局域网的小区商务。

把“电子商务”理解成“全球化商务”,也不利于企业管理人员基于电子商务应用业务创新的战略思考和企业电子商务应用方案的创新设计。从理论上,也许任何企业的电子商务应用都可面向全球客户,但在实际电子商务应用中,必须考虑具体业务运营的有效性。

#### 8. “电子商务物流” = “电子物流”

电子商务发展不能没有物流的支持。许多电子商务应用企业把主要精力用于基于网络平台的业务运作,常把电子商务相关的物流服务对外分包给专业物流服务商。电子商务的出现和迅速发展为我国物流服务业提供了发展机会。另一方面,电子商务也为物流服务创新发展创造了条件。电子商务物流是电子商务应用业务运营中的物流,在很多方面有别于传统商务物流<sup>[1]</sup>。

“电子商务物流”不完全等同于“电子物流”。电子物流就是利用电子化的手段,尤其是利用互联网技术来完成物流全过程的协调、控制和管理,实现从网络前端到最终客户端的所有中间过程服务,最显著的特点是各种软件技术与物流服务的融合应用。“电子商务物流”不一定是“电子物流”,尤其是在电子商务发展初期,“电

子商务物流”也可能是很传统的物流服务。

把“电子商务物流”理解成“电子物流”,在一定程度上,人为提高了电子商务应用的进入要求,也不利于企业管理人员基于电子商务应用的战略思考和企业电子商务物流方案的创新设计。当然,“电子物流”无疑也是“电子商务物流”服务的发展方向。

#### 9.“电子商务管理”=“电子商务+企业管理”

电子商务管理是指为实现企业战略目标对电子商务应用中技术和商业及其创新活动进行规划、组织、协调和控制的过程。电子商务管理本质上是企业电子商务应用能力的管理,有着丰富的内容<sup>[1]</sup>。

企业电子商务管理与电子商务企业管理在概念上有着根本的区别。后者是对如何经营电子商务企业的管理。电子商务企业的管理需要电子商务管理,电子商务企业的管理也需要其他方面的管理。简单地把“电子商务管理”理解成“电子商务+企业管理”,对企业“电子商务管理”工作的开展十分不利,很难明确和理解电子商务管理的基本任务。电子商务管理的基本任务是:从建立业务竞争优势出发,通过技术和商业两方面的创新,设计和实施电子商务应用的模式和战略,提供必要的基础设施与支持服务,协同、规范和控制电子商务活动过程,不断提高企业基于电子商务应用的竞争能力。

上述电子商务应用的九大理念误区对中国企业电子商务发展只能产生负面的影响,并且在一些教材中有所反映,对学校电子商务教育也产生负面的影响,不利于中国电子商务应用人才的培养,也更加剧了对中国企业电子商务应用的负面影响。

### 四、电子商务教育中的理念误区

电子商务是一个刚刚出现而又在不断发展的新领域。随着中国电子商务发展,企业中电子商务人才非常缺乏。然而,目前电子商务专业毕业生就业却不是乐观。各类学校培养的电子商务专业人才似乎不是社会需要的电子商务专业人才。互联网上曾经流传一个数字,称中国电子商务专业毕业生初次就业率只有20%。尽管这20%的初次就业率也许未必准确,但很多学校电子商务专业毕业生不知道毕业后做什么工作,

确实很普遍。

目前已有许多学者开始分析讨论我国电子商务教育中的人才培养问题,如:学校电子商务师资缺乏、专业实习与实训等实践环节不够等;甚至有人怀疑电子商务专业设置的必要性和可行性,在期刊《电子商务》上发表文章提出停办电子商务专业<sup>[6]</sup>;也有很多论文讨论中职、高职及本科等各类电子商务专业培养体系和课程设置等问题。如何培养和造就一大批适应电子商务发展需要的电子商务专业人才,是我国高等院校和各类职业技术学校亟待解决的重要课题。尽管很多教师不断讨论电子商务专业教育课程体系设置和培养方向问题,但对企业中电子商务专业人才职业定位方面的讨论似乎很少。对电子商务专业人才职业定位模糊是我国许多学校电子商务专业学生不符合企业人才培养需求的重要原因。同时电子商务专业学生缺乏核心专业能力是电子商务专业人才职业定位模糊的结果,更是导致许多学校电子商务专业学生就业迷茫的根本原因。上述电子商务人才培养问题的出现,在一定程度上,也与电子商务教育中存在一些理念误区有关。

目前中国电子商务教育至少存在如下的三大理念误区:

#### 1.“电子商务”=“电子+商务”

目前中国设立电子商务专业的本科院校已有339所,设立电子商务专业的职业院校近1000所。现在各类学校的电子商务专业课程设置很杂也差别很大,电子商务专业的专业性不强。很多人认为“电子商务”专业就是“电子+商务”专业,甚至有人认为“1电子+9商务”与“9电子+1商务”都是电子商务专业,似乎并不强调电子商务专业要有明确的核心专业能力。一个专业没有明确的核心专业能力显然是有问题的。

“电子商务”=“电子+商务”还反映在电子商务复合型人才培养上。复合型人才培养定位本身没问题。但是,应该如何理解复合型的电子商务专业人才?“电子+商务”复合型的课程设计无助于电子商务专业化人才培养。许多学校在电子商务人才培养方面,脱离“专业化”能力要求而大谈“培养跨世纪的复合型人才”。

#### 2.“电子商务专业岗位”=“电子商务应用岗位”

企业电子商务应用一般都离不开电子商务平台的支持以及相关在线服务和离线服务的支持,并且还需要相关基础设施、管理和监管,见图



2. 所以,电子商务应用通常涉及到方方面面的工作岗位,如网站维护、网络营销、网上交易、采购、配送、客户服务等。这些岗位可以称为“电子商务应用岗位”,但是,有的“电子商务应用岗位”,如采购、配送,甚至网上交易操作,并不是“电子商务专业岗位”,不一定需要很多电子商务专业技能,甚至其他专业人员比电子商务专业人员更胜任。事实上,现在很多非电子商务专业也开设电子商务应用相关课程。

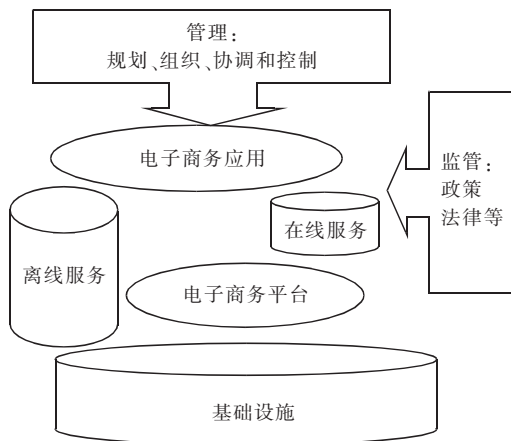


图2 电子商务应用概念框架

“电子商务专业岗位”应该是具有电子商务专业核心能力才能胜任的岗位。“电子商务专业岗位”一定是“电子商务应用岗位”,但并不是所有的“电子商务应用岗位”都是“电子商务专业岗位”。到底哪些岗位是“电子商务专业岗位”?电子商务专业到底要不要培养“非电子商务专业岗位”人才?这些是目前不同层次电子商务专业教育需要思考的。

企业电子商务应用,需要“电子商务专业岗位”,也需要一些“非电子商务专业岗位”。但是,“非电子商务专业岗位”并不是对电子商务应用不重要的岗位,如:电子商务物流对电子商务运营非常重要,但仓储和配送等具体物流运作显然就不是典型的“电子商务专业岗位”,而是典型的“物流专业岗位”。

### 3. “电子商务专业人才”=“电子商务应用全才”

企业电子商务应用需要方方面面的知识和技能。目前电子商务专业的专业性不强,一个重要原因就是电子商务专业开设了与电子商务应用相关的很多商务类和技术类课程,而又没有明确的专业方向。“电子商务专业人才”到底是否

应该是“电子商务应用全才”?有的电子商务专业简单区分商务类和技术类,又导致商务类电子商务专业不重视技术和技术类电子商务专业不重视商务。

物流类专业有物流管理和物流工程之分。电子商务专业人才是否也可按电子商务类专业培养?电子商务专业是否可分为电子商务管理和电子商务工程两类,甚至更多类?电子商务领域其实比物流领域要宽得多,并且电子商务还可与一些具体领域结合,如:旅游电子商务。有一个问题也需要考虑:旅游电子商务是算旅游类专业还是电子商务类专业?旅游电子商务专门人才似乎不能算“电子商务专业人才”,而算作旅游领域“电子商务应用人才”似乎更合适,是一种交叉学科培养的“电子商务应用人才”。

上述电子商务教育中的三大理念误区是中国各类学校电子商务专业人才职业定位模糊的重要原因,同时也导致了各个层次电子商务人才培养中的其他很多问题。当然,电子商务应用的一些理念误区也对电子商务专业人才培养产生负面影响,如:一些学校明确电子商务专业特色是培养某方面信息化人才,就是受“电子商务”=“企业信息化”理念误区的影响。

## 五、未来电子商务应用发展趋势

当前,电子商务已成为各个国家和各大公司争夺的焦点。现在各国都在积极发展电子商务。所以,把电子商务作为迎接经济全球化的关键手段并不为过。在今天,人们对电子商务应用的发展前景已是毋庸置疑的。我们可以想象,正如目前的任何企业不可以离开电话开展商务活动一样,所有企业的商务活动还会越来越离不开互联网和电子商务应用。在不久的将来,任何企业都会拥有自己的门户网站,并且绝大多数业务在电子商务平台上进行。

尽管中国电子商务应用远没有美国等发达国家成熟或发达,但是,从2009年我国互联网和电子商务应用的发展,可以看到,中国电子商务应用已经步入比较快速发展的轨道。中国电子商务市场至少还需要5年才可能进入成熟期。未来几年,网上购物将是发展最快的产业,也会带来越来越多传统企业进军电子商务。电子商务将成为人类生活中一个最重要组成部分。正

如阿里巴巴副总裁梁春晓所说,中国电子商务已进入大规模发展与运营阶段。而随着电子商务大规模发展,电子商务的平台化、个性化和生态化特征越来越明显<sup>[7]</sup>。

在中国,未来电子商务应用的总体发展趋势主要体现在如下五个方面:

(1)电子商务应用规模化发展。越来越多的传统企业开展电子商务应用,电子商务应用的规模越来越大;B2C应用的趋势是大而全的超级卖场;C2C应用的趋势是基于买卖的超级社区。

(2)电子商务应用专业化发展。由于专一化网站的不可替代性,及较稳定的网民基础,个性特点很强的专一化网站将会大量增加;面向电子商务应用的专业化服务平台越来越受到个人和企业的关注;电子商务服务业迅速发展,将催生新行当——电子商务应用服务商。有了第三方电子商务应用服务,将为中小企业电子商务应用提供更大的便利,中小企业只要专注于做好自己的产品和服务便可。

(3)电子商务应用智能化发展。智能化技术在电子商务应用中的运用将成为发展趋势。智能化电子商务的出现成为中国电子商务发展的最新亮点,特别是智能型电子商务应用平台以“交易门户网站+智能导购机器人”的产品孵化模式,颠覆了传统的电子商务运用理念和运作模式,在未来网络云级海量数据资源里,以智能导购机器人的主动运作模式,将代替人工不可为的工作方式。

(4)电子商务应用个性化发展。随着电子商务的发展,个性化的产品、个性化的服务逐渐成为电子商务的发展趋势之一。提供个性化产品和服务是电子商务应用的最高境界。马云认为C2B模式一定会成为电子商务产业升级的未来,就是以消费者为导向,把消费者融入到产品研发、产品创新的过程中,定制化生产个性化产品,满足不同消费者的不同需求,同时网络销售的商品让生产厂家的利润提高,价格战减少、中间渠道消失。反过来,卖家的信用更加具有透明度,更受消费者尊重。

(5)电子商务应用生态化发展。走向生态化是一个产业逐步走向成熟的标志之一,如今的电子商务服务产业就正在经历这一过程。事实上,经过十多年的发展,中国电子商务服务产业环境和产业内部,已经初步形成了近乎全过程和多层次的商业生态环境。电子商务平台内部、平台与

用户之间以及用户群体内部,都出现了大规模协作现象,同时用户的自我服务体系也逐步走向了产业化。

## 六、未来电子商务教育发展趋势

仔细思考,可以发现,正在发展着的电子商务专业具有如下三个显著特点:(1)电子商务专业是一门正处于迅速发展中并具有远大前景的新兴专业。(2)电子商务专业是一门多学科交叉培养复合型现代商务人才的应用型专业。(3)电子商务专业是一门与其关联学科专业最多并最具创新能力的前沿性专业。

随着我国企业电子商务应用不断深入发展,企业电子商务专业人员职业定位将会越来越明确,学校对企业电子商务专业人才培养需求也会越来越清楚。电子商务专业教师的电子商务专业水平也会不断提高,对电子商务专业人才培养定位的把握也会越来越准确。目前在电子商务专业发展中存在的问题将会全部解决。未来电子商务专业,将会更加注重强化电子商务专业基本技能训练,在人才培养方面与企业合作,在努力培养企业一线电子商务应用人才的同时,不断增强电子商务专业人才核心竞争优势。

未来电子商务教育发展的总体趋势体现在如下三个方面:

(1)电子商务应用基础教育将会受到广泛重视。如同计算机应用,电子商务应用将会成为大部分专业的基础课程,尤其是经济管理类专业,会重视电子商务应用基础教育。

(2)跨学科培养特定领域“电子商务应用人才”将会受到职业教育的广泛重视。“旅游电子商务”、“金融电子商务”等培养具体领域“电子商务应用人才”的专业,将成为职业教育的热门专业。

(3)电子商务专业教育将会受到高度重视。各类学校电子商务专业教育将有明确的培养方向,不同层次电子商务专业人才将具有明确的核心专业能力定位。硕士研究生层次电子商务专业教育将成为培养复合型电子商务专业人才的重要形式。

## 七、结束语

电子商务是正处于迅速发展中并具有远大



前景的新领域。电子商务在企业的应用也越来越广泛,对经济的影响越来越大,同时对电子商务人才需求也越来越旺。只有理解电子商务才能发展电子商务。希望本文的讨论能有助于中国电子商务应用和电子商务教育更好发展。

### 参考文献:

- [1] 吴清烈. 电子商务管理[M]. 北京:机械工业出版社,2009.  
[2] 大卫·范胡斯. 电子商务经济学[M]. 北京:机械工业出版社,

社,2003.

- [3] 詹姆斯·奥布赖恩,乔治·马拉卡斯. 管理信息系统[M]. 北京:人民邮电出版社,2007.  
[4] Ravi Kalakota, Marcia Robinson. 电子商业(E-Business)——通往成功之路[M]. 北京:人民邮电出版社,2000.  
[5] 朱迪·斯特劳斯,雷蒙德·弗罗斯特. 电子营销[M]. 北京:社会科学文献出版社,2003.  
[6] 李伍荣,林航. 取消电子商务专业——关于目前高校电商人才培养的反思[J]. 电子商务,2007(3):1-6.  
[7] 梁春晓. 电子商务大规模发展与运营的特征和趋势[J]. 信息系统学报,2009,3(1):107-108.

## Electronic Commerce: Concepts, Mistakes and the Future

WU Qing-lie

(Department of Electronic Business and Commerce, Southeast University, Nanjing 210096, China)

**Abstract:** Electronic Commerce is a new commerce model and a new branch of learning. Correct concepts of electronic commerce are the basis of e-commerce application and e-commerce education. In this paper, how to understand the meaning and inbeing of electronic commerce is first discussed. On the basis of this, some main mistakes in the basic concept of electronic commerce are analyzed, combined with the discussion of some problems in e-commerce application and e-commerce education in China. Then the future of electronic commerce is considered from the aspect of e-commerce application and e-commerce education.

**Key words:** electronic commerce; e-commerce application; e-commerce education

(责任编辑:刘云)

(上接第35页)

## To Promote the Development of Economy and Society of Yangtze River Delta in the New Historical Phase

GE Yang, JIA Chun-mei

(School of Economics, Nanjing University, Nanjing 210093, China)

**Abstract:** In May 24, 2010, the State Council approved the Planning of Yangtze River Delta Area, which is the important opportunity for a new round of development in the area. Through the vigorous propelling and effective coordination of the government, Yangtze River Delta Area will give full play to the role of market in distributing resources, develop innovative economy, upgrade the industrial structure, change the mode of economic development, and take the road of integrating urban and rural areas, aiming to take the lead in building a well-off society in an around way, realizing modernization, and becoming a world-class metropolitan group with great competitiveness.

**Key words:** Planning of Yangtze River Delta; integration; sustained and overall development

(责任编辑:刘云)