

“互联网+”背景下电子商务发展问题及对策研究

许峰

(中共台州市委党校 基础理论教研室,浙江 台州 318000)

摘要:“互联网+”背景下,电商以成本低、效率高、交易双方信息较为对称等优势逐渐显现,中国电商的增长势头十分强劲,特别是“互联网+农村”的经济模式使得众多“淘宝村”纷纷兴起,为浙江省经济转型提供了强大助力。但是电商的供应商、交易平台以及配套服务体系等仍存在问题,在一定程度上影响了电子商务的发展。以浙江为例,由于位于发达的沿海经济带,企业云集,产业转型升级迅速,电商数量日益增加,通过互联网交易的规模不断扩大,并且有政府的政策支持,发展状况较为良好,但仍存在许多问题,亟待解决。

关键词:“互联网+”;浙江电子商务;“淘宝村”

分类号:F724 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-1395(2017)05-0090-05

一、相关理论研究

(一)产业经济学的基本创新理论

经济学“创新”一词最早是由约瑟夫·熊彼特(Joseph Alois Schumpeter)提出的,他认为创新发生于企业的生产过程之中,将生产要素及技术紧密结合并不断使用新的方法和模式。而在2003年,Tidd和Hull则提出创新的重要性体现在为顾客服务的过程中,创新提供服务的方式、路径和工具等,具有很强的服务意识。另外,随着服务概念不断扩大,服务的新颖度最先引起了Heany(1993)的注意,他认为服务创新不仅仅局限在新产品的提供,更多体现于服务方式与风格的转变。^[1]互联网普及也给服务创新提供更好发展条件,20世纪90年代末,Normann对服务的网络创新进行深入研究,同时对技术创新、社会创新以及复制创新进行探讨。

企业跨境电商业务与传统企业的贸易业务相比,在贸易渠道、营销方式、生产环节等方面都有着重要创新,降低了经营成本,拓宽了市场空间,从中获得了更大价值。例如通过网络的虚拟化,将物质流变成信息流,并且在这一创新过程中,服务意识也更加突出。

(二)产业集群转型升级理论

生产分工和专业化生产的高效率使得马歇尔(Alfred Marshall)认识到规模经济的重要性,于1890年提出了“产业区”概念,阐述了产业集群与规模效应的紧密联系。而产业集群(Industrial Cluster)一词则是由波特(Porter)教授于1990年在《国家竞争优势》中最早提出来。他从竞争力的角度出发,强调产业集群式发展,同时营造创新氛围,提高生产率、降低生产成本是企业的竞争力与国家的经济实力的重要模式。19世纪,马歇尔(Marshall)在《经济学原理》(1890年出版)一书中提到了外部经济的概念,即认为人力资源市场共享、中间产品投入以及技术外溢这三个因素是推动知识与技术信息发展的重要动力,地域上的集中可以带来巨大的外部经济效益。在此基础上,经济学家熊彼特(Schumpeter)重点分析了技术与信息传播对产业发展的巨大推动力,二者不是孤立运作的,只有观念、技术以及组织行为模式等不断创新,并将之均匀的分布于各个环节、各个部门才能拉长企业的生命周期。^[2]而关于生命周期形态,鲁格曼(Krugman)和斯旺(Swann)等多位学者认为,企业成长存在两个阶段,即自发成长阶段和外部干预阶段,产品的提供会向

收稿日期:2017-06-26

基金项目:浙江省社联重点课题(2011N018)

作者简介:许峰(1966—),男,浙江天台人,副教授,主要从事管理学研究。

社会服务化转变。

电子商务产业的集群发展,能够最大限度上使用公用基础设施。例如将电子商务经营的货物供应商、网络营销咨询机构、电子商务技术运营商、网络支付机构以及物流产业集中在一起,可以大大带动产业链发展,实现各个环节之间的有效合作,从而提高电子商务的效率,降低其成本。

二、“互联网+”背景下电子商务发展现状

(一)电子商务发展模式现状

第一,B2B 模式特点及发展现状。B2B,即企业面对的最终客户为企业或者集体客户,企业通过在跨境电商平台上进行信息发布或者信息搜索,来选择合适的合作对象并完成交易。B2B 模式的特点主要包括以下方面。

国际化的业务。很多的 B2B 电子商务企业在上市后,无论是在业务领域还是企业文化方面都在向海外市场扩展,而同时一些国际的 B2B 商家也在探索开拓中国业务。

纵深化的行业。虽然在此出现一个与阿里巴巴类似的平台可能性不大,但是朝着行业纵深化的发展,无非是 B2B 模式的一个好的发展方向。

集中化的市场。一部分先进入 B2B 平台的企业在拥有相对完善的企业文化和较高知名度后,市场份额会逐步扩大,将会迈开收购或者合并步伐。

面向制作业或者商业的垂直 B2B。垂直的 B2B 分为两个基本方向,为上游和下游,主要是指生产商与上游的供应商之间会形成供货的关系,然后生产商则与下游的经销商形成销货关系,由此形成一个和谐的合作关系。

生态圈化的平台。B2B 以平台为核心结合了产

业链上相关业务,形成了属于 B2B 的生态圈,在 B2B 市场不仅仅只有一个平台的角色,同时存在物流、广告、IT、监管机构,以及行业协会作为支撑,在打造一个和谐的 B2B 生态圈。

早在 2014 年,浙江省政府就出台政策,加快应用与推广,使 B2B 电子商务模式在企业中得到良好发展。例如,2014 年浙江省的电子商务市场的交易规模达到 5.57 万亿元,同比增长 38.9%,其中 B2B 电子商务市场交易达到 2.3 万亿元,同比增长 49.7%。而 2015 年的市场交易额达到了 7.31 万亿元,整体市场趋势是呈直线上升,浙江电商化的经济发展日益明显,B2B 行业也具备完整的体系,在政策环境越来越支持的情况下,迅速发展的 B2B 行业也将为浙江电子商务发展做出更大贡献。^[3]

第二,B2C 模式特点及发展现状。B2C,即企业面对的最终客户为个人消费者,企业通过电子商务平台来展示、宣传、推广自己的产品,消费者可以通过平台上的信息直接选购企业发布的产品,并进行网上支付。

作为电子商务的重要模式,B2C 能够更加容易打破地域的限制,更加深入地挖掘市场,创造更多机会;另外一面,B2C 电子商务的经营模式更加简便,能够更加快速了解到现阶段的流行趋势,开拓更广的市场;另外,B2C 跨境电商模式,如淘宝,绕过中间商,直接面对消费者,利润空间更大。

B2C 模式的深入也代表着人类行为模式的改变,随着时代的发展,相信 B2C 会更深入每个人的生活中,成为许多人的一个购物习惯,购物是生活的必须,是不可缺少的一部分,也许在以后我们的生活中只会存在网络购物。总体来说,B2C 实际上在网络化我们的生活。具体见表 1。

表 1 2010~2017 年浙江电商业务结构表

	%						
年份	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年
B2C 占比	2.30	3.20	4.60	6.10	7.60	9.20	10.40
B2B 占比	97.70	96.80	95.40	93.90	92.40	90.80	89.60

由表 1 所示,2014 年浙江省电子商务的交易模式,B2B 交易占比比重达到 92.4%,占绝对优势。预计浙江 2017 年 B2B 占比比重仍会达到 89%左右,但是 B2C 的发展迅猛,在浙江电商业务中的比重也在逐渐加重。^[4]个人购买力相对稳定,而网络物流的发展也将为浙江 B2C 的业务创造条件。因此,多批次、小批量的订单需求将进一步提高,并将成为促进

浙江省电商进一步发展的重要基础动力。

(二)浙江省“淘宝村”建设现状

“淘宝村”是“互联网+农村”的典型,是农村新发展的重要契机。随着人民生活水平提高以及互联网的普及,“淘宝村”发展愈加迅速。特别是浙江这一电子商务发展突出的地方,“淘宝村”建设也处在领先地位。

浙江的“淘宝村”数量众多,截至2016年,其数量已高达1311个,且仍以井喷态势发展。作为浙江新型城镇化的重要助力,“淘宝村”以淘宝电商模式为发展依托,交易范围逐步扩大,交易规模不断增加,网点规模以及活跃度都遥遥领先。

在浙江众多的“淘宝村”中,店铺数量以及发展态势极佳的以义乌市青岩刘村为最,且店铺数量排名前10的“淘宝村”中有4个来自义乌,浙江省已经形成了以义乌为核心的电商草根创业圈。浙江“淘宝村”的发展来源有两个:一是从无到有,二是传统产业转型升级,“淘宝村”的出现与发展为当地就业与经济发展提供极大助力,为当地经济转型升级开创了“互联网+产业集群”的新模式。^[5]

三、“互联网+”背景下浙江电子商务发展存在的问题

(一)浙江省电商交易品类单一

由于浙江电商企业多为中小企业,创新能力较弱,且在战略上缺少规划,没有较强的知识产权意识,所以其出口多为传统制造业,以纺织、粮油等产品为主要交易产品,交易品类单一。

另外,虽有浙江政府政策的支持,但由于企业较多,所以有许多小微企业获得的政策优惠仍然较少,且浙江电子商务发展尚不十分成熟,所以部分企业发展仍困难重重,因而不少企业抱着尝试的心态,对投入产出规划不到位,所选用低成本低回报的产品,其出口品类虽多,但缺乏核心竞争力,产品可替代性较强。

(二)浙江电子商务人才缺乏

随着浙江电子商务的不断发展,为电子商务服务的人员也日益增多。据统计,2008年,浙江省直接从事电子商务的人员仅为8000余人,2015年,这一数据已飙升至500万人,间接带动了1500万余人的就业。^[6]但真正具有专业的电子商务水平的复合型人才极其稀缺。其原因是多方面的,首先,电子商务发展时间较短,培训机构以及教育机构在市场需求后才出现,晚于市场需求,所以人才较为缺乏;其次,电子商务需要的多为复合型人才,需掌握网络知识、生产运作、电子商务等,但是由于电商企业数的剧增,人才稀缺,很多企业降低了对应聘者的要求,从整体上来看,电商人才的水平较为低下;最后,由于电子商务经营产品种类较多,大量员工所掌握的技能比较笼统,没有针对性的专业技能,但是浙江部分电商企业已经认识到这种情况,并开始对一些员

工进行有针对性的培养,以提高其专业素质。但整体来看,浙江电商企业仍面临着人才缺乏的困境。

(三)电子商务配套物流发展不足

为了与浙江省电商业务系统搭配,其在物流模式上的创新也很突出。不仅建立了22个公共海外仓储,各种以物流为主营业务的企业也纷纷成立,且发展态势良好。如新联物流、浙江物产物流、浙江传化物流基地有限公司、浙江省八达物流有限公司、巨化集团运输公司等多家专业物流企业的快速发展,为浙江省缺乏自身配送实力的电商企业提供了专业便捷的第三方物流服务。随着浙江电子商务的飞速发展,物流配送仍然面对较大的挑战。由于现代物流业起步较晚,导致传统的物流形式跟不上社会的发展,也不能满足客户需求,同时存在着物流成本高、配送效率低,服务质量较差等问题,在送货过程中也会经常出现货物的损毁与货差等,且业务员的水平有限,难以对所产生的问题进行有效协调与解决。整体来看,物流配送与电子商务并没有完全整合,现代物流业并没有彻底转型成功。

(四)浙江电商存在支付风险

浙江电商支付平台已有良好的发展势头,各个企业采取的支付渠道也多有不同。如第三方支付平台、商业银行、专业汇款公司或其他渠道。从《中国跨境支付市场调研报告》中的调查可知,浙江电商企业支付渠道中,第三方支付平台已逐渐超过商业银行并占据主要位置。

通过第三方支付平台进行支付已成为浙江多数电商企业进行支付的渠道,但是,由于电商支付均在网,所以在支付中,双方对信息了解存在一定的不对称性;此外,很大程度上来说网购会由于系统方面的原因导致个人信息的泄露,第三方支付业务是依托于互联网进行的,必定会面临一些电子技术而产生风险。如果传输系统或者技术系统出现故障,则会造成支付信息的丢失,这样有可能使犯罪分子利用这样的错误从中盗取交易的主要信息,给交易双方都来严重损失。

四、促进浙江电子商务发展的对策

(一)提高创新能力使交易产品多元化

产业价值链视角下,产品创新是获得利润空间的最有效途径。经济发展新常态下,应紧紧抓住机遇,利用网络化、信息化,推动企业围绕产业链延伸配套和上下游一体化经营,加大技术创新投入力度,激发员工生产积极性和创造力,推动企业“专、精、

特、新”的发展战略,争取占据有利地位。为了更好地进行电子商务贸易,浙江电商企业应提高创新能力,降低企业产品的可替代性,使本企业的产品多元化,通过网络,对消费者进行私人定制,从而提高本企业产品的竞争力。^[7]具体说来,在产品生产之时,浙江电商企业应当进行充分的市场调研,从而规避可能存在的风险,依据消费者的消费需求,生产更多创新的新型产品,创立品牌效应,在降低成本的基础上使自身获得经济效益。

(二)培养及引进电子商务人才

电子商务人才对浙江电商企业的发展起到重要的作用。由于电商人才的稀缺,所以在贸易中,浙江电商企业存在劣势,缺乏运营、美工、客服、技术人员以及软件工程师等,使自身企业陷入被动地位,从而影响到商品的销售。例如,很多物流公司不重视对物流工作人员的选择,因为派单员不需要过多的专业能力,从而使得派单人员录用考核比较简单,因此,出现最后一公里物流服务质量差。^[8]因而浙江电商企业急需培养或者引进高素质的电商人才,才能更好发展。第一,可以完善自身企业内部的培训体系,并重视电子商务人才的录用,同时完善企业的激励机制,激发员工活力,留住电商人才;第二,关于物流人员,企业可以提高派单员的录用标准,同时加强职业素养的培训。

(三)根据业务实际情况,合理选择物流模式

网络经济时代已经到来,现在的市场竞争不再是单个企业之间竞争,而是企业整体战略竞争。电子商务作为一种快捷的交易方式,只有将虚拟活动与实体形式有效结合,才可能具有整体优势,特别是物流配送环节,在电子商务发展中有着重要影响力。物流配送模式的选择与电商的资金实力、货物性质、服务性能以及物流管理能力有着十分密切关系。电商应从企业自身角度出发,根据需求选择最切合自己的物流模式。例如,对于浙江外贸电商企业,从降低物流成本、拓展销售品类等角度出发,可以借助一些第三方来实现海外仓库的构建,如大龙网、敦煌网以及兰亭集势等,从而降低物流成本。

与此同时,对于电子商务配套的物流企业本身来说,首先要加强自身的规模,其次要加强企业间的合作,加快整合。电子商务物流涉及的地域范围比传统的商业贸易面临的市场更广,需要考虑到不同的人文环境、地域风俗等,而且还可能会遭受不期而遇的自然风险,这便是物流企业需要加强自身各方面能力的诸多原因。当然,通过整合后的机构,不管

是物流企业、商家或者是电子商务平台都能够在订单交易信息、支付信息和物流信息等方面实现更好的融合,物流企业可以得到更好运转。

(四)提高电商管理者风险防范意识

当前,浙江部分电子商务企业管理者没有较强的风险防范意识,对电子商务的认识度不够,又因为交易双方信息的不对称性,所以在交易中有时会处于劣势,从而对本企业的发展造成不利影响。各电商企业采取的支付渠道也多有不同,如第三方支付平台、商业银行、专业汇款公司或其他渠道,从《中国跨境支付市场调研报告》中的调查可知,浙江电商企业支付渠道中,第三方支付平台已逐渐超过商业银行占据主要位置,但是第三方支付平台的安全性以及信用度与商业平台,如银行等金融机构设立的平台相比风险性更高。^[9]因此,随着浙江电商企业管理者风险防范意识的提高,可以在很大程度上保障企业的发展方向,在产品、服务以及资金的流通上更加安全化,尤其是资金的流通上,企业管理者风险意识的提升,可以防范部分第三方企业出现将资金挪用等情况,从而保障自身以及客户的利益。

(五)加大“淘宝镇”建设力度

第一,进一步发挥产业集群优势。浙江省“淘宝镇”的发展主要是建立在当地本土产业之上的,借助“淘宝网”这一网络平台形成了新的农村电商发展模式。由于地缘关系,“淘宝镇”有着得天独厚的产业集群条件,其所形成的规模效应以及集聚效应相对较大,但是尚未形成系统的产业集群。“淘宝村”中的电商企业多为中小型企业,这些企业较为分散,分散性的生产难以使规模效应得到充分利用,所以间接造成利润空间的减少。因此,进一步加强产业之间的协同性以及集聚性是“淘宝村”获得发展的有效途径。人力资源市场共享、中间产品投入以及技术外溢这三个因素是推动知识与技术信息发展的重要动力,产业的集中可以带来巨大外部经济效益。加强产业集群发展,可以提高浙江“淘宝镇”电商企业的规模经济,享受生产分工和专业化生产的高效率,同时还方便政府管理以及集中支持,如整体配套设施购买、物流基础设施建设等,从而提高“淘宝镇”电商企业的整体竞争力,另外,还可以加强企业之间合作,吸引更多投资,最后带动整个“淘宝镇”的发展。

第二,培育龙头电商,创建品牌战略。浙江“淘宝镇”的电商企业数量虽然多,但在规模上、品牌商以及经营上能够有突出优势的并不多。因此,要对“淘宝镇”进行转型升级,就必须重视一些具有升值

潜力,发展状态良好的优质企业,为其提供政策、资金、管理以及技术等多方面扶持,从而使其能够迅速成长,进而带动周边电商企业的发展。当然,从整体上来讲,当地政府可以进行“示范性淘宝镇”的评比,重点扶持,对其进行引导、升级与改造,使其成为示范基地,为其他乡镇的电子商务发展提供示范。

关于浙江“淘宝镇”商品同质化严重、附加值难以增加的问题,可以通过品牌建设加以解决。品牌作为企业核心价值的体现、识别商品的分辨器以及质量和信誉的保证,是给电子商务企业带来溢价、产生增值的一种无形资产,企业在创造品牌时不断地创造时尚,培育文化,随着企业做强做大,不断从低附加值转向高附加值升级,向产品开发优势、产品质量优势、文化创新优势的高层次转变。差异化一直是当前电子商务行业的重要举措,但真正落实起来的却没有几家。差异化应融于产品、技术、物流等诸多层面,否则差异化就没有持续性,对企业品牌促进也仅仅是昙花一现,无法真正给微电商企业带来价值上的收益。^[10]特别是在需求多元化的网络时代,独特的品牌将带给电商强有力的竞争力。浙江“淘宝镇”的优势就在于浓郁的江南特色上、纯天然的乡土风情等方面,在此基础上,推动企业自主创新,鼓励企业进行技术升级和设备更新,培育独特的品牌,进一步增强电商企业的竞争力。

第三,关注“淘宝镇”的物流业发展。在我国,中小城市和农村的基础设施还不完善,交通相对于大城市存在巨大差距,且“淘宝村”现有的物流服务存在功能单一、管理水平低下、信息化、标准化程度低等问题。但是,随着农村经济以及电子商务行业的

发展,这些地区的市场是巨大的,如何利用电子商务下物流新模式去开发这一潜在市场是“淘宝村”电子商务发展亟须解决的问题。首先,由于“淘宝村”电子商务企业多为中小企业,自建物流难度非常大,故而其可采用与第三方物流组合成配送网络的方式,自行研发包装、库存管理系统,利用第三方物流迅速、准确地处理货物,提高电子商务下企业物流的快送运输能力。其次,可以在中小城市和农村建立小型物流园区,并配置一些便于当地交通状况的交通工具,把物流延伸至农村,简化环节手续,有针对性地提供全面精细化服务,高效、便捷、安全地做好“最后一公里”的服务,为“淘宝镇”电子商务发展做好物流保障。

参考文献:

- [1]李玉清.“互联网+”电子商务战略下推进产业融合发展研究——以嘉兴为例[J].物流技术,2015(16).
- [2]董鹏军.电子商务企业盈利模式研究[D].山东大学,2013.
- [3]王卫红.我国发展电子商务策略研究[D].浙江大学,2002.
- [4]张锋.移动互联网时代邮政电子商务发展的思考与实践[J].邮政研究,2013(5).
- [5]张怀文.中国文化产业互联网电子商务营销发展路径研究[J].改革与战略,2016(6).
- [6]张坤,张鹏,马强.“互联网+”下中小企业电子商务发展现状及策略[J].中国商论,2015(30).
- [7]高艳丽,刘勇.“互联网+”时代电子商务发展的挑战与选择[J].人民论坛,2016(5).
- [8]董志胜.“互联网+”视角下曲靖农村电子商务发展策略[J].曲靖师范学院学报,2016(1).
- [9]吴清烈.大电商:“互联网+”时代的电子商务新思维[J].南京邮电大学学报(社会科学版),2016(1).
- [10]陈峥嵘,王进.面向“互联网+”时代的农业电子商务发展研究[J].农业经济,2016(5).

责任编辑 胡号寰 E-mail:huhao2@126.com

On Problems and Countermeasures of E-commerce Development under the Background of “Internet Plus”

Xu Feng

(Department of Basic Theory, Party School of Taizhou Municipal Committee of the CPC, Taizhou 318000)

Abstract: Under the background of “Internet Plus”, the electricity supplier is gradually showing its advantages such as low cost, high efficiency, symmetrical information of both sides of the transaction, the growth momentum of China's electricity supplier is very strong, in particular, the “Internet rural” economic model makes many “Taobao village” have sprung up, which provides a powerful boost for the economic transformation of Zhejiang Province. However, there are still some problems, such as suppliers, trading platform and supporting service system, which affect the development of e-commerce to a certain extent. Taking Zhejiang as an example, because it is located in the developed coastal economic belt, enterprises gathered, industrial restructuring and upgrading rapidly, the number of electricity suppliers is increasing, the scale of Internet transactions continues to expand, and there exist government policy support, the development of the situation is relatively good, but there are still many problems to be solved.

Key words: “Internet Plus”; Zhejiang E-commerce; “Taobao village”