

四、电子商务发展动态

（一）国外电子商务发展现状

1995 年，亚马逊和易贝在美国成立。此后，这种以互联网为依托进行商品和服务交易的新兴经济活动，迅速普及全球。新一轮科技革命和产业变革交汇孕育的电子商务，极大提高了经济运行的质量和效率，改变了人类的生产生活方式。2016 年，全球电子商务市场规模超过 25 万亿美元，成为世界经济的亮点和新增长点。当前，全球电子商务呈现以下几个特点：

一是市场规模不断扩大。根据国际知名调查公司 E-marketer 的数据，2011 年到 2016 年，全球网络零售交易额从 0.86 万亿美元增长至 1.92 万亿美元，年平均增长率达 17.4%。随着全球智能手机保有量不断提升、互联网使用率持续提高、新兴市场快速崛起，全球网络零售仍将保持两位数增长。

二是地区差距逐渐缩小。欧美地区电子商务起步早、应用广。2016 年美国网络零售交易额达到 3710 亿美元，比 2015 年增长 8.5%，占美国零售总额的比例约 8%。目前，80% 的美国制造商拥有自己的网站 60% 的小企业、80% 的中型企业和 90% 的大型企业已经开展电子商务应用。2015 年欧盟 28 国电子商务 B2C 交易额为 4074 亿欧元，增幅为 13.4%。亚洲地

区电子商务体量大、发展快。电子商务起源于欧美，但兴盛于亚洲。亚洲地区网络零售交易额已占全球市场的 46%。中国、印度、马来西亚的网络零售年均增速都超过 20%。中国网络零售交易额自 2013 年起已稳居世界第一。

拉丁美洲、中东及北非地区电子商务规模小、潜力大。拉丁美洲是全球 B2C 电子商务发展最快的区域之一，近 5 年交易额均保持两位数增长，2015 年达到 590 亿美元。网民增长红利、互联网普及度提升、本土技术创新等是拉美电子商务市场被看好的主要原因。非洲地域广阔，人口分布不均，实体店数量少居民购物不便，电子商务发展存在刚性需求。近年来，非洲各国更加重视电子商务发展，加大了电子商务基础设施建设力度。研究机构预算，2025 年非洲主要国家的电子商务交易额将占其零售总额的 10%。

三是企业并购趋于频繁。互联网经济具有天然的规模效应，随着竞争加剧，市场集中度不断提高。《福布斯》杂志评选最有投资价值的 10 大公司，9 家是互联网企业，其中阿里巴巴位居榜首，脸书和优步分列第二和第三。2016 年，中国电子商务领域重大并购达 15 起，涉及资金超过 1000 亿元人民币。其中包括腾讯以 86 亿美元收购芬兰移动游戏开发商 84.3% 股权，京东以 98 亿元人民币并购沃尔玛控股的一号店，阿里巴巴以 10 亿美元收购东南亚知名电商企业来赞达 (Lazada) 等，每一项市场并购都对行业发展产生重要影响。目前，全球领军互联网企业都已构建以平台为核心的生

态体系。亚马逊、阿里巴巴等以电商交易平台为核心，向上下游产业延伸，构建云服务体系。谷歌、百度等以搜索平台为核心，做强互联网广告业务，发展人工智能。脸书、腾讯等以社交平台为核心，推广数字产品，发展在线生活服务。苹果、小米等以智能手机为核心，开拓手机应用软件市场，开展近场支付业务。以平台为核心的生态体系不断完善，将吸引更多用户，积累更多数据，为平台企业跨界融合、不断扩张创造条件。互联网领域“强者恒强”的趋势更加明显。

四是共享经济异军突起。共享经济伴随着移动互联网的发展而迅速崛起，共享领域不断拓展。从最初的汽车、房屋共享发展到金融、餐饮、空间、物流、教育、医疗、基础设施等多个领域，并向农业、能源、生产甚至城市建设扩张。共享经济让全球数十亿人既是消费者，也是经营者，最大限度地提升了资源利用效率，带来了就业方式的变革。

（二）我国电子商务发展历程

1. 1990—1992 年，推广 EDI 电子商务应用阶段；
2. 1993—1996 年，政府开展“三金工程”阶段；
3. 1997—1999 年，中国互联网电子商务萌芽阶段；
4. 2000—2002 年，中国互联网电子商务冰冻与调整阶段；
5. 2003—2005 年，中国互联网电子商务复苏阶段；
6. 2006—2007 年，中国互联网电子商务高速发展阶段；
7. 2008—2010 年，中国互联网电子商务转型与升级阶段；
8. 2010—至今，中国互联网深度调整和网络零售大发展

阶段。

（三）我国电子商务发展特点

1. 由热浮躁到冷思索，加强理性思维，转变发展战略。
2. 大型传统产业纷纷涉足电子商务，实业网站崛起。
3. 网站建设发展迅猛，大众文化程度明显提高。

（四）我国电子商务发展存在的问题

1. 电子商务还缺乏明确的发展战略和有力的技术、经济、政策支持。
2. 电子商务法律法规、电子商务标准规范滞后，急需改进。
3. 计算机应用水平低下，上网企业与上网家庭数量较少，信息技术在企业与家庭中应用不够普及。
4. 电子商务的发展所需要的市场经济环境、运行环境尚不完善，社会信用体系尚未完全建立，网络带宽、反应速度尚不满足要求，电子支付手段尚不完备，物流配送体系尚不配套。
5. 我国信息产业国产化产品技术水平与市场占有率低，重大电子商务应用工程、应用系统所用的软硬件产品主要依靠国外公司，系统集成、信息服务水平有待提高。计算机应用的有关标准、规范既缺乏又不统一，有待改进。
6. 企业管理体制、机制、管理理念与组织机构还不能适应市场经济的要求。