

# 中国移动电子商务的发展现状及趋势探讨

刘雪琪

(湖北省宜昌市三峡中等专业学校, 湖北 宜昌 443000)

**摘要:**近年来,移动通信技术逐渐成熟,智能终端设备的普及度越来越高,移动电子商务作为一种新的商务模式正在迅速发展。移动电子商务比传统电子商务更加方便、灵活,现如今,消费者们形成了全新的消费习惯,越来越多的用户习惯在移动端进行交易活动。科技的发展以及相关技术的支撑,移动电子商务势必拥有更大的发展空间。在经济全球化和信息全球化的发展,各国之间的经济联系和商务沟通都得到加快,这就意味着我国移动电子商务企业在发展过程中不仅要面对国内各同行之间的竞争,亦要面对来自其他国家的移动电子商务企业的竞争。为了更好地促进我国移动电子商务的健康发展,我们要加深对我国移动电子商务的发展现状及未来发展务实的认知,找出移动电子商务发展过程中存在的问题,基于移动电子商务未来的发展趋势,针对目前或未来可能产生的问题,提出更加合适的解决方案,推进我国移动电子商务的长远有效发展。

**关键词:**移动电子商务;安全;物流

## 一、选题的背景

近年来,随着4G、5G的成熟与布局,移动互联网技术的飞跃为移动电子商务的成长奠定了基石。在移动电子商务领域,移动上网用户增长迅速,相关信息技术进一步发展,这些都是推动移动电子商务发展的助力。与此同时,越来越多的电子商务企业开始将自己的应用移植到移动电子商务平台上。移动电子商务让消费者消费有了全新的认知,消费者也在认知过程中逐渐形成了全新的消费习惯。

### (一)研究的目的和意义

移动电子商务作为新事物在产生之初以及发展前期都存在着各种弊端和问题,移动电子商务如今在许多方面都有必须解决的问题。尤其是我国目前在自主创新领域缺乏强有力的支持,电子商务相关的法规不够完善,移动电子商务将会给人们的生活带来更加巨大的变化,对本课题的研究,志在基于移动电子商务的发展基础上,不断地对它进行深入研究,使它更加完善的发展,为商业的发展提供更大的机遇,从而给生活带来更多的便利。

### (二)选题的研究现状

近年来,我国的电子商务发展速度增快,大部分人已经接受了网上支付并养成了网上支付的习惯。在移动电子商务的发展过程中,移动电子商务的支付问题是大家最关注的问题,针对移动支付领域,银行和各商家推出了多种支付模式,第三方支付逐渐成熟。

2019年8月30日,中国互联网络信息中心(CNNIC)发布《第45次中国互联网络发展状况统计报告》,《报告》显示,截至2020年3月,我国手机网民规模达9.04亿,互联网普及率

为64.5%。目前移动端正在改变消费者购物的模式。他们手里总是拿着手机,搜索商品、比较价格,不受时间、地点、空间的限制。虽然依旧有很多消费者还是选择去实体店购物,但是电子商务在零售业中所占的市场份额比例日益增加。智研咨询发布的《2020-2026年中国移动电商产业运营现状及发展前景分析报告》数据显示:2019年全国手机网络购物用户达到7.06亿人,通过移动端购物成了不可阻挡的趋势。

## 二、移动电子商务的特点

### (一)用户覆盖面广

移动电子商务无在用户群上没有明显界限,移动电子商务因为其无线的介入方式,使得人们进入网络世界更加的方便。而且,移动电子商务是存在于移动终端上的,现如今移动终端的设计越来越人性化,相比较PC端来说,移动终端购物更加简单。这也就降低了使用移动终端购物的准入门槛,相应的用户面也就更加广阔。

### (二)不受时空限制,使用更加方便

移动终端的特有基因决定了移动电子商务能够无处不在的进行。移动电子商务不受地点、时间、气候、环境的限制,移动商务是电子商务从固定性向开放性的延伸,其最大优势就是用户可随时通过互联网实现购物消费,满足自己的相关需求。

## 三、当前移动电子商务的主要应用及发展现状

### (一)当前移动电子商务的主要应用

#### 1. 获取网络信息和新闻

移动网络用户利用碎片化时间通过抖音、微信、微博、APP推送等方式,获取实时新闻和出行信息。随着现代信息技术的快速发展,信息更新速度加快,人们的生活节奏也在随着信息更迭的加速而不断加快,空闲时间呈现碎片化状态。人们不再有大块时间去专心获取信息和新闻,与此同时,移动端以其丰富的应用、快速的网络速度以及定制化的使用体验赢得受众的青睐。在移动电子商务中,主要目的是交易,但实际上,信息采集用于直接或间接驱动的交易行为的进行有很大的影响,有助于促进客户选择移动电子商务进行交易。

#### 2. 银行业务

移动电子商务使用户不受时间和地点的限制随时通过互联网进行个人资金管理,利用移动终端可以进行查询账户查询、转账、账单支付、信用卡还款、接受付款通知等。在各大银行的手机银行上,输入卡号和密码就能完成支付,随着支付宝、微信财付通等第三方支付产品与银行业务的合作愈加紧密,跨行转账越来越方便。

## 四、中国移动电子商务的发展中存在的问题

### (一)物流水平有待提高

现如今物流发展速度加快,电子商务的快速发展对物流的要

求越来越高。特别是在移动电子商务的迅速发展下,消费者对物流的配送速度、配送人员的服务态度有了更进一步的要求,与此同时,物流的相关服务态度和送货速度会直接影响买家对卖家的评价,如在快件转送过程中由于暴力分拣导致的快件损伤,这之间产生的损失都是由卖家来承受,长久下去不利于电子商务的良好发展。

#### (二) 移动电子商务专业人才匮乏

随着移动电子商务应用的不断创新,移动电子商务的应用领域不断扩张,很多新的应用领域各有特点,这要求将移动电子商务应用与相关领域特征相结合进行理论研究。但如今这类高端人才数量不多,且经验不足以应对各种突发性挑战。尚不能充分的研究出影响各类消费者在移动端消费习惯形成的关键因素。虽我国许多高校开设了电子商务专业,但是仍满足不了市场的需求,专业人才匮乏。

#### (三) 电子商务交易的安全性问题

信息安全问题更加突出。在移动电子商务的快速发展中,安全技术不能跟上移动电子商务的发展进程。移动终端的运算能力和存储容量不足,对木马病毒、手机钓鱼网站等的防范能力较为薄弱,处理也不尽及时。安卓等移动终端操作系统是开源平台,对应用软件审查不严密,且没有第三方签名认证机制。

#### (四) 移动电子商务的相关法律法规不够完善

相较于传统电子商务而言,移动电子商务的安全性有所逊色,移动电子商务更容易导致消费者信息或商务信息的泄露,而且移动电子商务交易过程中消费者在权益受到侵犯后,维权的法律依据较少,这就需要一部完善的法律来维护用户的权益。一旦用户在通过移动端进行购买过程中,交易双方产生了纠纷,是很难找到很准确的法律条文来判定纠纷双方的责任。

### 五、中国移动电子商务中存在的问题应采取的对策

#### (一) 重视人才培养

高等学校是集中培养人才的地方,政府要大力支持高校关于移动电子商务人才的培养,加强校企合作,提高学生的实际操作能力和处理突发事情的能力。企业也应当重视员工培养,积极开展移动电子商务相关识培训。只有全方位去重视专业人才培养,才能从根本上解决人才不足的问题,移动电子商务才能够更好地发展下去。

#### (二) 构建安全可信的网络购物环境

政府作为宏观调控的主体,在鼓励创新的时候,要加强交易双方身份认证,采取强而有效的手段来提高相关服务和数据安全,及时处理网络交易纠纷,促进安全可信的移动网络购物环境的构建。

### 六、中国移动电子商务的发展趋势

#### (一) 个性化趋势

通过网络信息数据库整理和挖掘,为用户提供个性化的实时信息推送服务,也是未来移动电子商务的一个发展趋势。现如今用户对移动 APP 的要求愈发细化,更希望能够贴近自己使用习惯,

这就促使着移动电子商务在后续发展过程中更加注重个性化服务。即在尊重用户个人私密信息的基础上,通过对用户浏览记录的分析,根据用户的习惯和偏好,为用户选择更适合的信息,提供满足其各种个性化需求的特色服务。

#### (二) 专业化趋势

市场竞争越来越激烈,移动电子商务也不再局限在与生活十分贴近的吃穿住行方面,移动电子商务也在慢慢渗透到社会的各个专业领域中。移动电子商务会不断由面向个人消费群体朝面向企业靠近。移动电子商务会不断由面向个人消费群体朝面向企业靠近,对于企业来说无线交易可大大降低交易成本,突破事件空间的限制,加强交易的适用性,同时可以直接面向客户,及时了解客户需求,提高服务质量

#### (三) 国际化趋势

中国移动电子商务不会永远局限在国内市场,随着国际电子商务环境的规范和完善,中国移动电子商务最终必将走向世界。现如今越来越多的电商企业开始触及海外市场,天猫、淘宝、苏宁、京东、一号店均已涉开放了海外购的版块。国内电子商务企业向国外迈进的同时势必会与国外各电商企业形成竞争。在世界经济的大环境下接受不同挑战,移动电子商务的发展对于电子商务企业进一步充分利用国外各种资源有着推动作用。

### 七、结语

移动电子商务未来的发展空间还很大,现如今中国的移动电子商务虽已有长足的进步,但在交易安全、商业模式和用户接纳等还有很大的发展空间。移动电子商务突破了消费的时间和空间限制,改变了人们的消费认知、消费习惯和消费行为。移动电子商务交易量的迅速增长既是电商大力布局的结果,也由于其本身对用户的吸引,移动电子商务让用户在任何时间、任何地方购物成为现实,从搜索商品、下单、订单支付到物流追踪以及退换货都变得更佳简单,用户的碎片化时间被移动客户端大量占据,通过移动端进行购物的行为也更为频繁,这也创造了一个巨大的交易量和移动购物的比例激增。同时也反映出移动客户端消费的巨大潜力,中国移动电子商务市场将进入一个快速增长的时期,移动电子商务已然成为促进中国的经济发展模式转变的中坚力量。

### 参考文献

- [1] 余思琴,王明宇,刘淑贞.O2O模式对移动电子商务带来的机遇与挑战探析[J],中国商贸,2013(9).
- [2] 商务部电子商务和信息化司:中国电子商务报告2019[EB/OL].http://www.ec.com.cn/upload/article/20200811/20200811104853210.pdf
- [3] 周建波,李布凡,万丹.移动电子商务发展趋势[J].绿色科技,2018(29).