中國電子商務將呈國際化發展趨勢

權威專家解析五大特點

根據世界互聯網媒體測評機構“尼爾森在線”在今年年初公佈的研究數據顯示；全球在線購物的網民已經達到85%。其中中國、巴西和印度電子商務的蓬勃發展是推動全球在線購物網民比例迅速增長的主要動力。BDA咨詢公司更預測“電子商務將成爲中國下一個蓬勃發展的產業”。這是國際社會關於中國電子商務發展情況和態勢的非常重要的估價。

截至2008年3月13日，按用戶數量計算，中國已經超過美國而成爲全球最大的互聯網市場。其手機網民數已超5040萬人。網絡市場購物成交額達到590億元，其中淘寶網以433.1億元高居榜首。支付寶已經擁有6200萬註冊客戶，每天通過支付寶的成交量已超過3億元，掌控了國內50%多的網上交易支付市場資源。中國工商銀行2007年電子銀行交易額達102.9萬億元，同比增長127%，成爲中國首家電子銀行年交易額超過百萬億元的銀行。據淘寶網監測數據顯示，截至2007年底，中國的網購人數超過5500萬，與2002年相比，增長近7倍。

所有這些，都以無可辯駁的事實說明，中國的電子商務正在崛起！中國電子商務在經歷了多年由“定性模式向創新模式”轉變的艱難探索中，找到了適合中國國情的發展電子商務之路，不僅已經走出了“網絡寒冬”的陰影，而且開始腳步雄健地邁向了跨國電子商務大市場。總體來看，中國電子商務國際化發展趨勢已經呈現出以下五個明顯特點：

1、具備了開展國際電子商務的環境特徵

以多語種信息傳遞爲基礎，以銀行卡或網絡銀行結算爲前提，以網絡數字證書安全認證體系爲交易信任保障，以全程物流配送和延伸服務爲支撐，充分實現信息資源的共享性、互動性、安全性的網上交易環境，是電子商務國際化的環境要求。

適應這種要求，近年來先後建設了中韓、中日、中烏等衆多雙語網站，建設了面向東盟國家的多語種電子商務網站；面向世界500強的專業服務網站，還進行了世界500強網站的特色與差異研究。《速兔網》立足於“讓我們走進中文以外的世界”，推出了通過中文搜索到全球網站的精准服務，目前彙集了全球200萬網站的網址信息，以幫助中國企業和企業家掃除語言障礙，方便快捷地進入跨國市場。

在德國漢諾威成立的“比比生意網”（BBBiz）已落戶上海。該網在全球率先提出“電子商務3.0”的概念，推出一站式多語種B2B國際電子商務平臺。目前可以提供中文、英文、法文、德文、西班牙文、俄文、日文、韓文的多語種展示服務、發佈企業、產品及其他相關信息，並可在各語種下方便搜索和自動翻譯。

2007年12月阿裏巴巴又正式推出日文版網站。這是繼中文、英文版之後，阿裏巴巴網站涉及的第三種語言。網盛科技也於去年8月推出包括英、韓、日文等多國語言版的“國貿通”，成爲其完成國內市場佈局後，進軍國際化的開端。

中國網上市場的豐富資源及其巨大的可開發價值，成爲了國外網站進行技術性開發的動力。美國泰翁(Tyloon)國際商業網在2007年8月20日正式啓動了可用英文、中文和西班牙文搜索中國公司的網站，目前已有1200萬家中國公司在該網註冊。登陸“泰翁-中國”搜索不僅能搜索到中國大企業，也能搜索到省市級企業。該網在2008年北京奧運會前推出，對屆時前往中國的外國人，會成爲“十分有用的工具”。

在身份認證方面：中國取得了重要進展，不僅各省CA認證中心普遍建立，而且中國金融認證中心（CFCA）電子證書發放量已突破百萬。在基於聲紋識別的電話網絡語音身份認證、RSA雙因素身份認證、指紋識別身份認證、像素人臉識別身份認證等先進的認證技術上也都獲得了突破。

在網絡支付方面，目前西方發達國家網上銀行對傳統物理網點的替代比率已經達到30%以上，個別國家甚至達到60%以上。現代銀行正在實現從櫃面服務爲主的傳統服務向全方位網絡服務的全面轉型，網上銀行爲代表的電子渠道將成爲銀行服務客戶的主要方式。經過短短10年的發展，中國網上銀行的技術和服務水平已經迅速趕上了世界發達國家的水平。安全性逐步提高，功能日趨完善，客戶數量和業務量快速迅猛，國內網上銀行用戶數連續4年增幅超過90%，網上銀行已經成爲銀行業競爭的焦點。

國際結算銀行於去年對全球95個國家和地區進行了一項關於“電子貨幣以及互聯網與移動支付系統”的調查指出：基於卡的電子貨幣系統在34個國家取得了相當的成功，尤其是中國在公交、公用電話、停車計費以及自動售貨機領域在獲得了快速發展。

到2007年底，中國使用非現金支付工具辦理支付業務約154億筆，金額620萬億元，同比分別增長20%和30%。中國銀行卡髮卡總量達14.7億張，同比增長30%。2007年，中國銀行卡消費額占同期社會商品零售總額的比重達21%，比2006年提高4個百分點。

所有這些都爲中國電子商務網站進入跨國網上市場奠定了堅實的基礎，也表明中國開展國際電子商務的網絡環境條件已經成熟。

2、形成了規模化、有序化、品牌化的網上市場體系

在中國商務部編制的《國內貿易發展“十一五”規劃》中指出：到2010年中國將建成法制健全、體制完善、發展協調、秩序規範、結構合理、方式先進、組織化程度較高的現代市場體系。中國電子商務經過近年的發展，已經湧現出一大批爲國內、外買家歡迎和青睞的網上採購市場。規模化、有序化、品牌化的網上市場體系框架正在逐漸形成。巴裏巴巴、中國鋼鐵網、中國化工網等一大批網上市場，正在逐漸主流化、規模化、有序化。跨國企業和國際買家已經把中國作爲重要的網上採購市場。預測2008年跨國企業在國內僅是對IT產品的採購額將將達到450億元左右，顯示出中國網上市場的規模和產品豐盈度。

當前，一些咨詢公司和理論研究工作者，只看到電子商務未來幾年複合增長的提升，看不到中國市場體系的形成和成長是不應該的，是網絡經濟學理念研究中的一種短視現象。

3、具備了和跨國商家對接的國際支付工具

發展跨國電子商務，必須發展國際支付。當前支付寶已成爲電子商務簡單、安全、快捷的在線支付工具。截止2007年8月20用戶已超4700萬，日交易額達1.5億，日交易筆數超過78萬筆；目前除淘寶和阿裏巴巴外，服務商家就已超30萬；工行、農行、建行、招行、浦發銀行以及中國郵政、VISA國際組織等均和支付寶建立了戰略合作關係。

2007年8月，支付寶啓動境外戰略。通過支付寶交易平臺連接境外賣家和境內買家，不僅可跨境網上交易。同時也開闢了一條境外網商家進入中國市場的渠道。目前，通過支付你可以直接登陸香港第一折扣店；sasa莎莎網站。（該網有超過5000個國際美容化妝品牌，以折扣價在網上銷售）。以及草莓網、Queen's Mall女王網，香港時尚購物網站等跨國和香港第區的購物網站購物，直接用支付寶支付。支付寶已與香港地區最大的網上支付公司Asiapay建立合作關係，逐步實現在香港地區1500家合作商戶的業務中提供支付寶服務。

除此之外，中國網民還可以登陸日本最大時尚購物網。該網是日本最大上市郵購公司nissen的子公司，專供日本原單精品服飾，銷售商品品種達10000種以上。全場購物用支付寶付款，額外再奉送2倍（出貨後一星期內），購滿12,000日元還可免全球運費。

實踐表明，支付寶將成爲跨境支付業務的探索者和引導者。

4、一批電子商務網站上市加快了國際化的進程

阿裏巴巴去年11月6日在港交所上市，震撼了世界。讓國際互聯網產業巨頭和股市投資者感受到了中國互聯網公司的份量。上市以後，阿裏巴巴加快了電子商務國際化的進程。龐大資金的60%都將被投入到加強阿裏巴巴的國際化建設當中。已在歐州開了辦事處；在日本成立了分公司；在美國舉辦“芝麻開門”活動；在廣交會上進行了信息資源置換；還邊得國際域名註冊授權。

2007年11月阿裏軟件又與思科簽署了全面戰略合作備忘錄，致力於共同開拓中小企業國際化市場。值得指出的是：此次阿裏巴巴繼英特爾、微軟之後，又一家重要的IT科技公司的合作。這種網絡設備商、軟件商、互聯網服務提供商三方面的聚合。將成爲阿裏巴巴集團整合世界網絡資源戰略佈局的重要一步信息資源來源的國際化；商務信息渠道的擴展化，網上商機的多元化必將促成信息價值的增量化；爲此，阿裏巴巴對網絡平臺功能進行了全方位的提升。全面地顯示了阿裏巴巴技術創新能力，資源整合能力和市場開拓能力。當這些能力和資本積聚能力一起形成一種戰略能力的時候，阿裏巴巴作爲中國電子商務網站旗艦的形象和態勢，就會清晰的顯示出來。就開始拉開了和慧聰網、環球資源爲代表的第一陣營網站的差距。

這些跡象表明，阿裏巴巴正以一個崛起的網絡巨人的形象和氣勢邁入跨國市場。

5、進行跨國網絡購物已成爲中國網購的新趨勢

Visa國際組織公佈的數據顯示，中國內地Visa國際卡的交易總額和簽賬總額增長率位居亞太地區榜首。

眼下，中國人的購物視野已經擴展到國外。很多人通過跨國購物發現：很多品牌和產品在國內還買不到，即使有的產品國內能買到，售價與國外也相差很大。特別是許多中國人發現：每年法國的購物季期間，在該國網站購物，不僅款式新穎，而且都是折扣價。這就進一步激發了中國人的網購熱情。

與此同時，國內的中商網（ChinaEC.com）也早就與北京西車商場、敦豪中外運（DHL）聯手推出“網上購物跨越國界，海外華人解鄉愁”的主題促銷活動，爲海外華人以及國內民衆提供中秋禮品網上訂購、速遞全球的“e路通”服務。以中國化工網爲代表的行業電子商務網站專業水平不斷提高，開始顯現集聚效應；以佑康電子商務平臺爲代表的城市電子商務平臺逐漸被居民接受，開始高速發展。深圳盈盛科技針對歐美市場進行的電子產品零售與批發。

被譽爲“網絡絲綢之路”的eBay則爲衆多的中國中小企業提供了一條通向國際市場快車道。提供了一個面對全球150多個市場的2億多eBay用戶四通八達的跨國交易渠道。

這種創新的網購趨勢是雙向的。當前，這種網購的新趨勢已經由“新潮一族”發展爲普遍要求。許多人不僅要進入跨國市場採購商品，而且要使中國商品走進國際市場。浙江紹興縣平水鎮同康村村民孫玉馬家白天砍毛竹紮掃帚，晚上敲鍵盤做生意。沒什麼文化的他，硬是運用網絡把山裏的掃帚賣掉了12萬把，今年春節後，短短兩個月又賣掉了5000把。最近居然有外客商想與他合作做生意。要把山裏的掃帚賣向全世界。這使他擴寬了營銷的思路和視野，找到了把生意做到世界去的途徑。

作者：王汝林（中國信息經濟學會電子商務專委會副主任，聯合國開發計劃署特聘創業指導專家）

電子商務系列漫談之十九

Google搜索引擎優化與關鍵詞廣告(AdWords)的關係

通常情況下，僅靠網站優化設計還不足以使得多個重要關鍵詞都獲得好的排名，一種有效的方法是利用Google的關鍵詞廣告（AdWords）。本文要討論的問題是，如何處理搜索引擎優化與購買關鍵詞廣告（AdWords）之間的關係。

搜索引擎優化是指通過對網頁結構、內容等方面的合理設計，使之更適合搜索引擎的檢索規律，從而在搜索結果中獲得理想的排名。對於搜索引擎Google而言，這種通過自己的努力獲得好的排名是免費的，因此應該是搜索引擎營銷的首選任務，經過優化設計也是網站專業性的標誌之一。但通常情況下，僅靠網站優化設計還不足以使得多個重要關鍵詞都獲得好的排名，一種有效的方法是利用Google的關鍵詞廣告（AdWords）。關鍵詞廣告投放的方法很簡單，可以自己操作，也可以委託專業服務商代理有關業務。

一般說來，從免費的檢索結果與付費的關鍵詞廣告同時出現的機會並不多，而且這種情況是可以通過修改關鍵詞廣告而改變的。不過，我們不妨進一步考慮一下，如果在搜索結果中同時出現了免費的搜索結果和付費的關鍵詞廣告時，用戶更傾向於點擊哪個信息的問題。這當然取決於用戶的價值，一般來說，影響用戶點擊決策的有兩個方面的因素：首先是信息是否對用戶有價值；其次是用戶對待這兩種信息的瀏覽習慣和偏好程度，如果對此視爲同等的信息，則很可能點擊關鍵詞廣告，因爲廣告的信息通常更吸引人，否則可能會忽略廣告的存在。如果用戶最終點擊的是免費收錄的信息而不是你的廣告，也不必爲此懊惱，因爲在沒有花費的情況下獲得了一個新的用戶，應該是值得慶倖的事情。

對待這種情況應該如何決策呢？我的觀點是：由於網絡營銷的任務之一就是盡可能多地創造用戶發現網站的機會，因此，在可能的情況下，同時採用多種推廣方式會比單一方式獲得更好的效果。在免費搜索結果中排名靠前是首要的任務，應該努力做好。在此基礎上，爲了增加在搜索結果中出現的機會，如果你的網站在利用某些關鍵詞檢索時已經排名靠前，不妨購買其他的關鍵詞投放廣告，這些關鍵詞應該是同樣重要。但在免費搜索結果中網站的排名並不佔優勢，這樣可以充分發揮免費搜索和付費廣告各自的優勢，從而獲得更多的用戶。

全能網站設計與排名
Abledesigner.com
626~618~0777
1~877~628~9888

駭客戰爭新時代來臨

人類的戰爭從未像今天這樣，開打了，卻找不到敵人，受到嚴重傷害，但開不到硝煙味。這就是“網絡戰”，是目前資訊時代新的戰爭，猶如“潘朵拉”的盒子，沒有人能預期它的未來。

2007年4至5月，波羅的海小國愛沙尼亞因搬遷蘇軍解放塔林紀念碑，與俄國係陷入緊張，並連續遭到三波網路攻擊，導致愛沙尼亞政府、政黨、媒體、銀行和部分企業的網路大半癱瘓。據稱，攻擊源來自俄羅斯。

經北約專家調查，雖以確認罪魁禍首就是俄羅斯，因爲駭客經常透過“殭屍電腦”發動攻擊，電腦使用者並未察覺其系統遭到駭客綁架，而被藉殺利用。即使找到攻擊源來自俄羅斯，也不能證明係俄方所爲。

台灣也曾受此“不白之冤”。幾年前，有駭客高手侵入美國國防部，美方察覺係出台灣，遂派人調查，經台美聯手發現攻擊源來自俄羅斯，但不能因此判斷係俄方所爲，俄方有可能也成了其他地區駭客的借屍還魂。

今年8月，德國《明鏡周刊》爆料，中共駭客大規模攻擊德國政府和企業網站，引起德國社會普遍關注，接著英國也有類似報導。德國網路專家在關注中方駭客後續的同時，也不排除幕後恐有高人，中共可能也被藉殺利用。

據統計，美國國防部去年上年度遭駭客攻擊次數達2萬1千多次，雖有人猜測是中共網軍所爲，但敵人難辨，動機不明，爲應付駭客，五角大廈每年投入3百多億美元，工程之浩大，被喻爲現代版“曼哈頓工程”（原子彈計畫）。

爲防止“網路911事件”發生，美國2002年建立世界首支網路駭客部隊，並於今年五月正式成立網路戰司令部，準備迎接歷史上從未有過新的戰爭形態。

美方稱，在動態戰場上美軍所向無敵，在“虛擬戰場”則非如此，不僅脆弱，甚至不堪一擊。

俄羅斯在虛擬戰場上蓄勢待發，並揚言要打贏“第六代戰爭”（網路戰），目前亦被公認俄羅斯的駭客“聲譽”卓越，和其紮實的數學基礎教育有關。中共也很有潛力，據稱已有網路試驗部隊，一方面迫蹤先進網路技術，同時培育人才、發展裝備、建構網路戰理論，進行必要的編制改革。

其他，如以色列、日本、印度，幾乎都有相應網路戰作爲和“實戰”經驗，尤以印度和巴基斯坦的網路廝殺，曾波及一百多國而讓人印象深刻。

網路戰不僅打破敵我界限，也模糊軍人和平民的角色，敵人難以識別，又沒有相應的國際規範約束。所幸，至今網路攻擊尚未波及一個國家的基礎建設，否則飛機相撞，電力停擺，醫療錯亂，天下豈不大亂。

源自：中國時報

中華商報 訂報單 Oder Form
CHINESE BIZ NEWS

姓名(中文): _____ Name(English): _____
寄報地址(Mail Address): _____
電話(Tel): _____ 傳真(Fax): _____
訂閱: □ 半年 $38，□ 全年 $50，□ 兩年 $80.
支票抬頭請寫(Make check to): **Chinese Biz News**
10501 Valley Blvd., #1199, El Monte, CA 91731
Tel: 626-618-0518 Fax: 626-213-3705
我們接受信用卡(We Accept Credit Card)