

Цао Цзыцзянь

студентка

2 курс магистратуры, Институт социально-гуманитарного

образования

Московский педагогический государственный университет

Россия, г. Москва

ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МОБИЛЬНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В КИТАЕ

Аннотация:

21 век - это эпоха оцифровки, создания сетей и информатизации, и электронная коммерция развивается во всем мире беспрецедентными темпами. Электронная коммерция обеспечивает глобальную торговую среду с ее низкими транзакционными издержками и высокой скоростью связи, что снижает корпоративные издержки. Кроме того, из-за стремительного развития Интернета и беспроводной связи жизнь людей сильно изменилась. Широкая популярность новых продуктов, производимых с использованием беспроводных технологий, таких как мобильные телефоны и карманные компьютеры, позволила осуществлять традиционную электронную коммерцию в любое время и в любом месте. Этот новый тип бизнес-модели обычно называют мобильной электронной коммерцией. С развитием беспроводных технологий все больше и больше пользователей беспроводных устройств начинают использовать эти устройства для осуществления мобильной электронной коммерции. Новый тип мобильной электронной коммерции, благодаря присущим ей характеристикам, таким как универсальность, персонализация, гибкость и т.д., принес традиционной торговле беспрецедентный потенциал рынков, высокую производительность и высокую прибыль. В этой статье исследуется этот новый тип модели электронной коммерции, начиная с концепции мобильной электронной коммерции, в сочетании с тенденциями развития отечественной мобильной электронной коммерции, представлена текущая ситуация с мобильной

электронной коммерцией и, наконец, прогнозируется будущее направление развития мобильной электронной коммерции.

Ключевые слова: Беспроводные технологии; мобильная электронная коммерция

Caozjian

student

2 courses of a magistrac, Institute of social arts education

Moscow pedagogical state university

Russia, Moscow

Current situation and development trends of mobile e-commerce in China

Summary:

21st century - This is the era of digitization, networking and informatization, and e-commerce is developing worldwide at an unprecedented pace. E-commerce provides a global trading environment with its low transaction costs and high communication speed, which reduces corporate costs. In addition, due to the rapid development of the Internet and wireless communications, people's lives have changed a lot. The widespread popularity of new products manufactured using wireless technologies, such as mobile phones and pocket computers, it allowed to carry out traditional e-commerce at any time and in any place. This new type of business model is commonly referred to as mobile e-commerce. With the development of wireless technologies, more and more users of wireless devices are beginning to use these devices for mobile e-commerce. A new type of mobile e-commerce, thanks to its inherent characteristics, such as versatility, personalization, flexibility, etc., has brought unprecedented market potential to traditional commerce, high productivity and high profit. This article explores this new type of e-commerce model, starting with the concept of mobile e-commerce, combined with the development trends of domestic mobile e-commerce, presents the current situation with mobile e-commerce and, finally, predicts the future direction of mobile e-commerce development.

Keywords: Wireless technologies; mobile e-commerce

1 Текущая ситуация с мобильной электронной коммерцией

1.1 Концепция мобильной электронной коммерции

Так называемая мобильная коммерция относится к процессу и поведению при использовании различных беспроводных информационных терминалов, таких как мобильные телефоны, карманные компьютеры и другие устройства мобильной связи в сочетании с Интернетом, для осуществления деятельности по электронной коммерции. Мобильная электронная коммерция - один из трендов в развитии электронной коммерции.

Мобильная электронная коммерция может быть настроена в соответствии с индивидуальными потребностями и предпочтениями потребителей, а выбор мобильных устройств и способ предоставления услуг и информации полностью контролируются пользователем. По сравнению с традиционной электронной коммерцией мобильная электронная коммерция действительно может позволить потребителям получать информацию и персонализированные услуги из всей сети в любое время и в любом месте.

1.2 Текущая ситуация с мобильной электронной коммерцией

Что касается развитых стран, то они уже в значительной степени внедрили мобильную электронную коммерцию. Однако в настоящее время электронная коммерция в нашей стране находится в стадии бурного развития. С быстрым увеличением числа пользователей мобильной связи и стремительным развитием технологий мобильной связи развитие мобильной электронной коммерции в нашей стране набрало обороты. Мобильная электронная коммерция воплотила в реальность новую модель обмена информацией и покупок. Например, Taobao и Alipay, дочерняя компания гиганта электронной коммерции Alibaba, опубликовали стратегию мобильной электронной коммерции в начале 2008 г. Пользователи могут входить в Taobao для выполнения различных бизнес-операций с помощью мобильного доступа в Интернет и использовать Alipay для совершения платежей по мобильному телефону. Кроме того, развитие различных беспроводных технологий также представляет собой совершенно новую область, которая никогда ранее не разрабатывалась, например, наступление эры 3G.

1.2.1 Технический статус-кво

Идеальное сочетание Интернета, технологий мобильной связи и других технологий привело к созданию мобильной электронной коммерции, которую приветствует все больше потребителей за ее гибкие, простые и удобные характеристики. С помощью мобильной электронной коммерции пользователи могут получать необходимые им услуги, информацию и т.д. в любое время и в любом месте.

Развитие технологии мобильной электронной коммерции в нашей стране также прошло через вышеуказанные этапы¹:

Первый этап первого поколения аналоговых мобильных телефонов (т.е. технология 1G), вышедшего в 1995 году;

Второй этап - это мобильные телефоны второго поколения GSM, TDMA и других цифровых стандартов (т.е. технология 2G), появившиеся с 1996 по 1997 год, которые расширили функцию приема данных.;

Третий этап - это нынешняя эра 3G.

Среди них первое поколение может совершать только голосовые вызовы, коэффициент использования спектра низкий, а сигнализация создает помехи для голосовых служб. Мобильный телефон аналогового стандарта был исключен. Развитие мобильных технологий перешло на второй этап, который позволил увеличить пропускную способность системы и значительно улучшить ее производительность, но производительность межрегиональной коммутации по-прежнему несовершенна. Основное отличие третьего поколения от предыдущих двух поколений заключается в том, что была улучшена скорость передачи звука и данных. 3G - это третий этап развития технологии мобильной электронной коммерции в нашей стране. Он может лучше реализовать бесперебойный роуминг и мобильную широкополосную связь в глобальном масштабе. Он может обрабатывать различные медиа-формы, такие как изображения, музыка и потоковое видео, а также

¹ Ли Сюли. Краткое обсуждение маркетинговой стратегии мобильной электронной коммерции в Китае [J], China Commerce and Industry, 2012 (06)

предоставлять различные информационные услуги, включая просмотр веб-страниц, конференц-звонки, и электронная коммерция.

Технология 3G начала пилотироваться в некоторых городах страны в 2008 году. Лицензия на 3G была официально выдана в Китае только 7 января 2009 года, что ознаменовало официальный выход Китая на рынок мобильной электронной коммерции.

Услуги мобильной коммерции также могут быть предоставлены в рамках традиционных сетей, но технология 3G делает предоставление этих услуг более безопасным и эффективным и в значительной степени решает проблемы безопасности пользователей традиционной коммерции. Еще одно преимущество технологии 3G заключается в высокоскоростном мобильном интернет-приложении, которое обеспечивает отличную платформу для мобильной коммерции. Кроме того, развитие технологии 3G решило проблему скорости интернета по мобильным телефонам, которая долгое время препятствовала развитию мобильной коммерции в нашей стране, одновременно сократив время и затраты пользователей на интернет-серфинг. С развитием 3G мобильная коммерция, безусловно, станет частью повседневной жизни многих людей.

Хотя технология 3G обладает многими преимуществами, у нее все еще есть определенные недостатки. С одной стороны, ей не хватает совершенного программного обеспечения и поддержки мобильных устройств; с другой стороны, низкий уровень проникновения широкополосной связи в Китае ограничивает развитие мобильной электронной коммерции; наконец, вопросы безопасности платежей по-прежнему являются серьезной проблемой, стоящей перед мобильными устройствами. электронная коммерция.

1.2.2 Статус заявки

Как упоминалось ранее, моя страна начала развивать мобильную электронную коммерцию. Однако из-за позднего начала электронной коммерции в моей стране развитие мобильной электронной коммерции идет медленнее, чем в других развитых странах. Здесь мы проанализируем текущее

состояние рынка мобильной электронной коммерции Китая на основе следующей структурной схемы рынка мобильной электронной коммерции.

Согласно приведенной выше структурной схеме рынка мобильной электронной коммерции, можно проанализировать, что рынок мобильной электронной коммерции Китая включает в себя три аспекта: экстранет, интранет и потребители. Среди них экстранет и интранет в основном отражены в технических аспектах внедрения мобильной электронной коммерции предприятиями. Поэтому здесь мы сосредоточимся на потребителях мобильной электронной коммерции².

Электронная коммерция в моей стране находится на стадии бурного развития, и группа пользователей электронной коммерции отражает следующие характеристики: молодые, высокообразованные люди с высоким доходом. Согласно имеющимся данным, число пользователей мобильной электронной коммерции в 2008 году достигло 7,7 миллиона. Таким образом, рынок беспроводной электронной коммерции обладает огромным пространством и полным потенциалом роста. Таково текущее состояние рынка мобильной электронной коммерции в нашей стране. Несмотря на то, что рынок мобильной электронной коммерции быстро растет и обладает неограниченным потенциалом, существуют также следующие проблемы:

1) Пользовательская база относительно невелика: по сравнению с населением нашей страны в 1,3 миллиарда человек, можно сказать, что нынешние пользователи мобильной электронной коммерции являются лишь верхушкой айсберга.

2) Отсутствие соответствующих знаний: интернет-пользователи Китая находятся в стадии быстрого роста, поэтому большинству пользователей не хватает знаний об электронной коммерции, особенно о мобильной электронной коммерции.

² Ли Сюли. Краткое обсуждение маркетинговой стратегии мобильной электронной коммерции в Китае [J], China Commerce and Industry, 2012 (06)

3) Опасения по поводу безопасности платежей: безопасность должна быть в первую очередь рассмотрена и всегда гарантирована.

Кроме того, в настоящее время практически отсутствуют законы и нормативные акты, касающиеся мобильной электронной коммерции, а традиционные законы и нормативные акты в области бизнеса и электронной коммерции не могут быть в полной мере применены к мобильной электронной коммерции. Скорейшее совершенствование соответствующих законов и нормативных актов является важной задачей для развития мобильной электронной коммерции.

2 Тенденция развития мобильной электронной коммерции

2.1 Тенденции развития технологий мобильной электронной коммерции

В настоящее время мобильная электронная коммерция в Китае достигла стадии 3G, и некоторые эксперты прогнозируют, что мобильная электронная коммерция в ближайшем будущем приведет к внедрению технологии 4G.

4G³ - это технология, которая объединяет 3G и WLAN и может передавать высококачественные видеоизображения. По мнению экспертов, будущая система 4G сможет загружать данные со скоростью 100 Мбит / с, что намного превышает скорость, которую может достичь нынешняя технология 3G. Кроме того, цена 4G сопоставима с ценой обычных широкополосных сетей. Видно, что 4G обладает несравними преимуществами по сравнению с 3G.

Короче говоря, 4G - это эволюция технологии 3G, которая повышает эффективность сети и функции беспроводной связи на основе традиционных коммуникационных сетей и технологий. В то же время это также слияние множества технологий. Таким образом, мобильная электронная коммерция Китая будет развиваться в направлении 4G.

2.2 Тенденции развития рынка мобильной электронной коммерции

Согласно соответствующим данным, объем транзакций на китайском рынке мобильной электронной коммерции в 2008 году составил 210 млн

³ Ли Сюли. Краткое обсуждение маркетинговой стратегии мобильной электронной коммерции в Китае [J], China Commerce and Industry, 2012 (06)

юаней. В 2009 году, с наступлением эры 3G, ожидается, что объем транзакций достигнет 640 млн юаней. В то же время, согласно полученным данным, ожидается, что с появлением 4G в 2012 году масштаб транзакций мобильной электронной коммерции достигнет 10,8 млрд юаней, что имеет большой потенциал для развития.

Кроме того, поскольку мобильная электронная коммерция только началась в нашей стране, ее бизнес-модель нуждается в постепенном совершенствовании, и создание безопасной системы мобильных платежей является ключевой частью совершенствования бизнес-модели. С другой стороны, мобильная электронная коммерция также должна поддерживаться соответствующими мерами в плане распространения и оплаты.

Мобильная электронная коммерция - развивающаяся отрасль в нашей стране, и мобильная электронная коммерция в нашей стране только зарождается. Технология мобильной электронной коммерции недостаточно совершенна, и уровень принятия пользователями низок. Однако с быстрым увеличением числа пользователей Интернета и мобильных телефонов мобильная электронная коммерция в Китае в будущем будет быстро развиваться. Кроме того, с точки зрения технологии, хотя нынешняя технология 3G может предоставлять базовые услуги мобильной коммерции, она все еще имеет определенные недостатки в технологии, безопасности и т.д. Поэтому, если мы хотим, чтобы мобильная электронная коммерция в Китае развивалась лучше и быстрее в будущем, она должна быть дополнительно усовершенствована с точки зрения технологий, предотвращения угроз безопасности, информирования общественности, методов обслуживания и масштабов.

Литература:

1. Deitel H. M., Deitel, P.J., &Steinbuhler, K. (2001). E-Business and e-Commerce for Managers. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
2. Varshney,U., Vetter, R.J.,&Kalakota, R. (2000, October). Mobile e-commerce: A new frontier. IEEE Computer.
3. Чжан Цзиньчжоу.Исследование текущей ситуации и стратегии развития мобильной коммерции в Китае [D].Пекинский университет почты и телекоммуникаций, 2008
4. Ли Сюли.Краткое обсуждение маркетинговой стратегии мобильной электронной коммерции в Китае [J], China Commerce and Industry, 2012 (06)