

见证中国电子商务的发展历程

CNNIC 信息服务部 周镇

CNNIC 是最早从事全国互联网络发展状况调查的单位，对互联网络发展过程中出现的新事物给予了特别关注。CNNIC 早在 1999 年 1 月进行的“第三次中国互联网络发展状况调查”中，第一次出现了关于电子商务的问题，虽然只有一个问题“用户对网上购物的态度”，但已经可以看出，那时候 CNNIC 已经意识到了电子商务在中国互联网络中发展的重要性，并且对电子商务的发展研究迈出了可喜的一步。

在以后的调查中，CNNIC 根据电子商务在互联网络方面的发展，又进行了更深层次的研究。在第四次的互联网络发展状况统计调查中，针对已经处于萌芽状态的中国电子商务提出了新的问题，即“用户认为目前网上购物最大的问题是什么”，结果有 34% 的人认为该问题的答案是产品及服务质量。此次调查的结果无疑为将电子商务作为发展目标的网络单位提供了第一手的、有价值的发展信息。同时也正是因为多次有针对性的调查结果，使 CNNIC 的报告在互联网络行业中的影响力不断提升。

电子商务的发展同互联网络的发展一样，在中国具有超乎寻常的发展速度，往往是我们昨天还在讨论什么是电子商务，今天我们就已经能够将它运用于人们的生活中，并且使人们的生活因此而发生巨大变化。在 2000 年新世纪的开始，当人们认识了电子商务，当服务商了解了用户在网络购物中的担忧后，CNNIC 又将调查目光放在了电子商务的市场发展空间上，在询问到“过去一年中用户单位是否通过网络商店购买过商品或服务”的问题时，发现处于刚刚起步阶段的中国电子商务具有很大的市场发展空间。因为，在此次调查中，使用过这一服务的网民比例为 2.91%，按当时中国已有的 890 万网民数计算，我们国有将近 26 万的电子商务用户。我们相信，这份报告的推出，对当时的电子商务服务商产生了巨大的鼓舞。

随着电子商务发展的日渐成熟，服务提供商的竞争已经转向产品的多样化、提供商品的速度、付款方式选择上。作为电子商务用户和服务商之间的桥梁，为了更好的起到沟通作用，CNNIC 再一次将目光集中到了这些焦点问题上。“您希

望网络能更多地提供哪些种类的产品”、“您是否经历过“已经订了货并付了款后，而未收到货物”的情形”、“对于高额“超过 1000 元的产品”，您希望采取什么样的付款方式”等问题的提出，又一次展现了 CNNIC 对互联网络、电子商务发展的关注。

2001 年，由于全球互联网络冬天的到来，中国的互联网络行业也受到了巨大的冲击，作为中国互联网络中的一个重要部分——电子商务，也承受着巨大的冲击，由于中国最大的电子 B2C 网站的关门，人们对电子商务不再乐观，如何生存下去，如何发展下去，成为电子商务服务商面临的问题。正如人们所了解的，市场经济条件下，现代企业成功的秘诀是多元化的，它包含了产品的质量、产品的价格、产品的服务等一系列指标，而提供产品，最终的目标是使顾客满意。因此，从第七次调查开始，CNNIC 又成功地进行了电子商务满意度的调查，在多次调查中发现，满意度成为阻碍电子商务发展的瓶颈：对电子商务，网络购物不满意比例一直徘徊在 20%左右，这部分揭示了很多网民放弃电子商务的原因。这也正是 CNNIC 做电子商务调查的初衷。

作为一个非营利的、第三方的调查机构，CNNIC 在持续 3 年多，历经 7 次的电子商务调查中，客观的分析了中国电子商务的发展，为中国电子商务的发展提供了参考，同时在社会上产生了巨大影响。电子商务将在不断探索中寻求发展，CNNIC 也将利用自身优势，不断探索，为电子商务的发展提供更加及时全面的资讯服务。