

图书基本信息

书名：<<第二届网商及电子商务生态学术研讨会论文集>>

13位ISBN编号：9787894905987

10位ISBN编号：7894905984

出版时间：2009-9

出版时间：浙江大学出版社

作者：李琪//陈德人//梁春晓//宋斐

页数：267

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<第二届网商及电子商务生态学术研讨会论>>

前言

2008年7月，首届电子商务生态学术研讨会在西安举办。

2008年8月，第一届网商发展学术研讨会在杭州举办。

两次学术研讨会的连续成功举办，在学术界和产业界都产生了非常积极的正面影响，得到了相关学者和企业人士的高度评价。

在此背景下，为进一步推进和深化对网商主题和电子商务生态主题的研究，展示和交流近来的优秀科研成果，由中国信息经济学会电子商务专业委员会、浙江大学电子商务研究中心、阿里巴巴集团研究中心共同主办的第二届网商及电子商务生态学术研讨会，即将于2009年9月在杭州举办。

基于2008年两次研讨会的成功举办和当前电子商务领域的丰富实践，我国电子商务研究正在展现出一个全新的局面。

本次研讨会的征文过程，就是一个明显的例证。

来自中国信息经济学会电子商务专业委员会、中国社会科学院、浙江大学、复旦大学、西安交通大学、中国人民大学、南开大学、吉林大学、中央财经大学、北京航空航天大学、西南财经大学、得克萨斯理工大学等国内外高校和科研机构的学者，以及来自阿里巴巴集团的拥有丰富实践经验的研究人员，纷纷踊跃地以投稿等方式积极参与本届研讨会。

同时，投稿的数量和质量也都令人振奋，研究主题涉及电子商务领域的网商生态、产业集群、人才培养、企业价值评估、电子支付、移动营销、信用评价和社会网络等多个重要主题。

网商发展是学者普遍关注的重要主题。

比如，《个人网络创业的转型及其约束研究》一文关注的是“如何才能实现个人网络创业从个体经营向公司化经营的转型，以及转型过程中会面临什么样的约束”。

该文进一步总结了可以帮助网络卖家实现转型的六大途径。

《基于双边市场理论的第三方电子商务平台及其提供商行为》一文指出第三方电子商务平台具有双边市场特征，可产生市场效应、用户效应和价值效应。

在电子商务生态研究方面，《网商生态系统的Repast建模仿真》以网商的生态化聚合为研究对象，对网商生态系统中生产商之间的一类典型合作现象进行了多主体建模并进行了仿真实验。

《基于长尾理论的电子商务信用融资服务》聚焦于电子商务信用融资，重点分析了中小企业如何通过生态化协作实现融资的创新实践。

本届研讨会的举办时间，适逢APEC中小企业峰会、第六届网商大会、第二届网货交易会同期在杭州举办，来自世界各地的政府人士、企业家代表、电子商务用户、研究人员、媒体代表，也在杭州会聚一堂，共同展望电子商务乃至世界经济的未来。

同时，2009年也是中国网商诞生的第十年。

因此，本届网商及电子商务生态学术研讨会为学术界内部研讨、为学术界与产业界的交流。

内容概要

2008年7月，首届电子商务生态学术研讨会在西安举办。

2008年8月，第一届网商发展学术研讨会在杭州举办。

两次学术研讨会的连续成功举办，在学术界和产业界都产生了非常积极的正面影响，得到了相关学者和企业人士的高度评价。

在此背景下，为进一步推进和深化对网商主题和电子商务生态主题的研究，展示和交流近来的优秀科研成果，由中国信息经济学会电子商务专业委员会、浙江大学电子服务研究中心、阿里巴巴集团研究中心共同主办的第二届网商及电子商务生态学术研讨会，即将于2009年9月在杭州举办。

基于2008年两次研讨会的成功举办和当前电子商务领域的丰富实践，我国电子商务研究正在展现出一个全新的局面。

本次研讨会的征文过程，就是一个明显的例证。

来自中国信息经济学会电子商务专业委员会、中国社会科学院、浙江大学、复旦大学、西安交通大学、中国人民大学、南开大学、吉林大学、中央财经大学、北京航空航天大学、西南财经大学、得克萨斯理工大学等国内外高校和科研机构的学者，以及来自阿里巴巴集团的拥有丰富实践经验的研究人员，纷纷踊跃地以投稿等方式积极参与本届研讨会。

同时，投稿的数量和质量也都令人振奋，研究主题涉及电子商务领域的网商生态、产业集群、人才培养、企业价值评估、电子支付、移动营销、信用评价和社会网络等多个重要主题。

网商发展是学者普遍关注的重要主题。

比如，《个人网络创业的转型及其约束研究》一文关注的是“如何才能实现个人网络创业从个体经营向公司化经营的转型，以及转型过程中会面临什么样的约束”。

该文进一步总结了可以帮助网络卖家实现转型的六大途径。

《基于双边市场理论的第三方电子商务平台及其提供商行为》一文指出第三方电子商务平台具有双边市场特征，可产生市场效应、用户效应和价值效应。

在电子商务生态研究方面，《网商生态系统的Repast建模仿真》以网商的生态化聚合为研究对象，对网商生态系统中生产商之间的一类典型合作现象进行了多主体建模并进行了仿真实验。

《基于长尾理论的电子商务信用融资服务》聚焦于电子商务信用融资，重点分析了中小企业如何通过生态化协作实现融资的创新实践。

书籍目录

网商 社会网络与网商竞争力关系的实证研究 从C2C市场抽样数据中发现网商成长的规律 个人网络创业的转型及其约束研究——以淘宝网网络卖家为例 中小企业电子商务转型的过程模型研究 创业团队对创业绩效的影响研究——基于淘宝网的调查分析 网商竞合关系研究 辽宁迈克集团网商模式的案例研究与组织变革 基于网络社区建构的网商协同机制研究 网络经济下网商创业发展阶段研究——基于淘宝网的调查分析 电子商务生态 网商生态系统的Repast建模仿真 电子商务生态系统的分工演进趋势 分析电子商务生态系统的影响因素 浅析网商生态系统概念与结构 分析电子商务生态系统中种群演化模型 研究淘宝网生态系统中种群成长 研究企业电子商务信息生态链 研究电子商务核心价值链的发展与延伸 基于CAS理论的物流系统复杂性研究 基于生态理论的电子商务系统生长模型 构建高职院校电子商务专业人才培养中的问题与对策 探析电子商务环境与支撑体系 C2C电子商务纠纷对交易评价结果的影响 淘宝网商的信用评价模型及应用研究 电子商务竞争环境特征模型研究 基于长尾理论的电子商务信用融资服务 国内互联网支付业务模式分析及市场发展特点 互联网渠道类型及其影响因素分析 基于交易记录的欺诈识别 C2C交易中的动态信用评价模型 电子商务环境下的图像搜索技术创新 基于情景的移动推荐商务模式 C2C网购平台上的信用炒作治理和信用体系建设 搜索引擎的经营及赢利模式 电子商务产业 基于双边市场理论的第三方电子商务平台效应及其提供商行为 电子商务服务水平评价指标与方法 探讨从服务管理角度看普适服务消费类商品交易市场 电子商务平台初探 开放式系统与开放式创新 电子商务与新商业文明 电子商务企业的行动与新商业文明的形成——全球化角度的思考 附录 新商业文明浮现——2009年度网商发展研究报告摘要 危机与变革——2009年度中小企业主主题报告摘要 注：标 号者为优秀论文或在研讨会上报告的论文

章节摘录

插图：企业在电子商务欣欣向荣的今天真正面临的危机，不在于跟不上IT发展的速度，而恰恰在于跟不上同业者创意产生的速度。

对于企业，IT技术进步率及其应用相当于“全自动”的一部机器，有了使用手册，就可以操作熟练、使用有力。

但创意却对企业的生存提出了一个永恒的课题，可以说，创意就是商务活动的交易主体在其本领域的技术，创意的诞生就是企业的技术进步。

创意的不断出现和运用，成为一个连续的内生变量，成为分工与专业化的载体。

不断的创意加强了该交易主体在其后分工环节的垄断实力，有利于保护专业化的成果。

而从一个截面来看，同一时期大量的“创意产品”印证了e经济的发展速度。

不仅如此，一个创意或一系列创意的生成，都会加快产品或服务的交易速率，是规模化的一种表现形式。

因此，电子商务生态系统的演进，将在信息催化作用下沿着分工—专业化—规模化—深入分工的路径推进。

另外，交易主体间的信息流动方向有两个：纵向流动与横向流动。

纵向流动主要是在一个链条上的上下游之间的流动，彼此的传统关系合作大于竞争，横向流动则主要是多个链条中平行的环节之间的流动，或者称同业者间流动，一般认为，同业者之间更多为竞争关系。

但是，现代信息横向流动的一些证据表明：横向流动更有利于该信息系统的整体增值，即一个经济区域的经济增长，并且其中的每一个交易个体也会从中受益，如美国硅谷中班组间的横向信息流动在一个更长时期显现出来的优于128公路地区企业间的纵向信息流动的经济增长数据。

在电子商务生态系统中，信息要素的特征与贡献率如此之高，在信息流向上的增长差别理论上讲应更加显著。

编辑推荐

《第二届网商及电子商务生态学术研讨会论文集》是由浙江大学出版社出版的。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>