# 最新电子商务论文选题方向(实用9篇)

来源：网络 作者：醉人清风 更新时间：2024-05-13

*人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。电子商务...*

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

**电子商务论文选题方向篇一**

摘要：随着中国电子商务业的蓬勃发展，物流领域也迎来了发展的春天。电商越来越注意到物流模块的重要作用，为提高整体实力与竞争地位，不断将物流纳入到管理之中，从而突出电商的核心优势。从电商运作的特点来看，物流的效率，安全性等的高低直接关系到电商的整体服务质量和服务成本，同时决定着顾客对电商付款周期的肯定与否，可见物流对电商的作用越来越突出。本文主要针对珠海市电子商务及物流业发展现状进行了分析，并指出了珠海市电子商务物流发展中需要注意的问题，以期能够为今后珠海市电子商务物流业的发展提供一定的参考。

1。珠海市电子商务发展现状

根据广东省商务厅统计，20xx年珠海市电子商务整体交易额727。4亿元，位列广东省第七位。20xx年珠海市电子商务整体交易额923亿元，同比增长27%。珠海市以电商平台、网上商城、网店为代表的电子商务正呈现加速发展的态势。20xx年注册地在珠海的网店账户淘宝平台为3011家（20xx年2531家，增幅为18。97%）。20xx年珠海地区天猫店356家（20xx年306家，增幅为16。33%），集中分布在消耗品类中。20xx年，仅从阿里巴巴注册的电商网络中，属于1688b2b平台的在珠海达到13。54万家。这个数量较20xx年增长了91。2%。而且这些网络平台主要集中于电子耗材、办公耗材、居家服饰、礼品、饮食等领域。20xx年珠海区域品牌双11电子商务交易额达到16亿。这一庞大的交易额是在珠海政策扶助、完善的电商服务构架、商易尾部物流的能力合作下完成的。通过一系列的尝试，珠海企业在高效调动b2b、b2c等传统销售模式的同时，全新推出o2o框架，使得珠海在电子商务发展历史上向前迈进了一大步。

2。珠海市电子商务发展特征

（1）电子商务应用已逐步普及。在互联网+背景下，珠海本地企业借助b2b、b2c等传统电商模式，应用电子商务扩大销售发展态势良好，集中分布在数码电脑耗材、服装、礼品工艺品、机械及行业设备、食品饮料、商务服务等行业。珠海位居阿里研究院中国“电商百佳城市”榜单第7位。（2）示范性电商企业发展迅速，带动珠海电子商务发展。珠海企业罗西尼表业有限公司、魅族通讯设备有限公司、天章供应链有限公司、格之格数码科技有限公司、十亿人社区农业科技有限公司入选20xx—20xx年度广东省电子商务示范企业。罗西尼、魅族、格之格等企业，通过自建网上商城或进驻天猫、京东、唯品会等第三方电商平台，电子商务销售实现了可喜的业绩。（3）电子商务竞争高潮进入联合竞争模式。20xx年电商纷纷投入到合作中去，形成“混战+合并模式”比如天猫+苏宁、京东+腾讯、58同城+赶集网，面对激烈的市场争夺，个性化战略成为一些电商企业发展的新方向，在新战略的基础上，商品和技术仍是核心。

1。快递业务发展迅速

电子商务可以解决购物的信息流、支付的资金流，但是解决商品交易“物流”需要快递方式。快递可以为电子商务提供最快捷、最经济、“门到门”的“物流”服务。在所有的物流服务方式中，快递式的物流服务是最佳方式。电子商务对快递的依存度是100%。快递的服务方式助推了电子商务的高速发展。同时，“网购”的高速发展又扩充了快递的市场容量，成为快递业务新的市场增长点。目前，中国的快递物流企业包裹处理量的60%来自b2c模式下的电子商务。b2c模式下的电子商务物流主要是通过快递业务反映其成交量的。根据珠海统计信息网20xx年3月17日发布的《20xx年珠海市国民经济和社会发展统计公报》中的统计数据，20xx年珠海市全年完成邮电业务总量72。28亿元，增长17。9%，其中，邮政业务总量11。45亿元，增长20。9%;20xx年，全市快递企业收派件业务总量约为7967。8万件，同比增长了约12%;全年全市快递业务收入累计7亿元。进入20xx年，珠海市快递业务再次呈现突飞猛进的态势，每月快递业务收入都以超过30%的幅度增长。珠海市共有快递企业近200家，从业人员4000多人，形成ems、顺丰、申通、圆通、韵达、中通、百世汇通、联邦、中外运敦豪、优比速等多家快递企业，珠海市也建立起如汪之洋矿泉水、珠海市文华书城、华润万家等专业配送服务体系等，担负着城市电子商务物流配送的任务。

2。部分实力雄厚的电子商务企业走上自建物流之路

在快速发展的电子商务下，物流发展的滞后使得电商面临诸多的问题，使得电子商务的服务质量大打折扣。在认识到物流成本、服务反馈等对电商的重要作用后，一些有能力拿下配送环节的企业，突破物流限制，纷纷自建物流模块，将电商发展竞争过渡到物流体系。

根据珠海市邮政管理局行业管理科提供的数据，20xx年11月11日一天的收件量就达20万件，同比增长40%。双十一之后快递企业的收件量和派件高峰持续了一周。据珠海邮政速递物流公司统计，11月11到12日两天，涉及“双十一”的收件量为1。6万件，收件量跟平日相比增长近20%。12日当日外地送抵珠海需要派发的数量达2。5万件，是平日派件量的两倍。派件高峰将持续5到7日。派件高峰通常从13日开始，先到达的大多是向省内商家购买的物品，再之后是省外的。

综上所述，我们可以发现珠海市电子商务以及相关的物流企业正处于迅速发展的阶段，为了使电子商务物流水平更好的跟上电子商务的快速发展，就必须认识到物流与电商发展步调的不一致的原因，寻找解决对策。在这个过程中不仅企业需加强电子商务物流的快速反应的各项指标能力，提高自己的管理和技术水平;政府等相关部门也需要加大投入，起到支持和引导作用，为从事现代物流服务的企业提供宽松、开放、公平、规范的市场和行业秩序。并大力培养相关人才，提高技术创新和能力，促使我国电子商务物流健康稳定发展。

[1]王暖。我国电子商务物流发展现状及问题研究[j]。经济研究导刊，20xx，（7）：42—43。

[2]程加栋。电子商务物流发展对策研究[j]。现代商贸工业，20xx，（9）：13—14。

**电子商务论文选题方向篇二**

在电子快速发展的如今，根据国外跨境电商经验来看，对电子商务交易课税是一种普遍趋势，我国也开始逐渐引入相关的税收政策，并且，这些税收政策已经逐渐成为社会各方关注的焦点。文章根据国外跨境电子商务税收政策的发展情况，借鉴其有益经验，以期促进我国跨境电子商务的进一步发展。

最近几年，我国跨境电子商务行业呈现野蛮式的增长，虽然这种增长在一定程度上能够拉动我国经济，但同时也带来很多问题。因此，我国相关政府部门在2024年4月8日正式实行了新的跨境电商税收政策。新政下，总体来说增加了我国跨境电商贸易的税收，所涉及的相关产品价格有的上涨了，也有的下降了，总体来说价格上涨的产品要远远多于下降的产品。在这种情况下，我国很多跨境电子商务平台和商家面临行业洗牌和调整。

1.1跨境电子商务的基本概念

跨境电子商务(以下简称“跨境电商”)的交易流程主要是在不同国家内的交易双方，通过网络跨境电商平台完成商品的谈判、支付等内容，然后再使用国际物流以完成货物的运输，以此来达到跨境电商贸易的目的。目前，我国的跨境电商交易平台数量众多，已突破5000家。在2024年出口贸易相较于2024年更是上涨了30%，整体进出口贸易依然占据了世界第一的位置。［1］跨境电商作为国际贸易中一种新的贸易形式，其无论在交流模式上，还是在交易成本上，都拥有很大的优势，能够有效减少在交易过程中所产生的费用，从而提高跨境电商交易的效率。

1.2跨境电子商务税收对我国的影响

由于跨境电商的兴起和发展，使我国传统的国际贸易受到了严重冲击。与传统国际贸易相比较，跨境电商贸易更加便捷，不受时间和地域的\'限制，其所产生的税收费用也是极低的，正因如此跨境电商才会受到人们的追捧和欢迎，跨境电商税收较低的特点还有助于改善我国对贸易方面的态度。新政策实施以后，我国对跨境电商税收的增加，使我国的贸易往来在一定程度上受到了限制。此外，为了满足跨境电商的发展，减少我国在跨境电商税收方面产生的影响，其在商品流通方式等方面提出了新的要求。［2］在这种要求之下，也出现了一些新的行业，如物流服务行业等。我国通过相关政策的建立，规范和促进跨境电商的发展，不仅是为了提高我国人民的收入、刺激国内消费，还为了能够出现更多的产业与行业，增加我国就业岗位，降低失业率，促使社会和谐稳定地发展。

2.1建立完善的税收体系

美国一直支持对跨境电商所征收的税款要公平公正，在政策上给予了电商一定的自由发展空间，税收政策上给予电商以支持。如在1998年，美国政府出台了《互联网免税法案》，其具体的规定内容是在该项法案颁布之日起，三年内禁止对电商课征新税、多重课税或税收歧视。并在2024年，又将这个年限延长至2024年。2024年，美国又颁布了《市场公平法案》，该法案解决了不同地区之间税收政策的不同。到目前为止，美国在对无形商品的税收上依然采取了不征税的态度，以给电商更大的发展空间。而欧盟国家在对跨境电商征收税款方面更是采取了放任的政策，其为电商提供了相对自由的税收发展空间，不以税收作为对电商的贸易限制。［3］比如，在1997年，欧盟通过了《伯恩部长级会议宣言》，该宣言的主要思想，是告诫政府尽量不要限制电子商务的发展，给电子商务的竞争提供良好的环境。在1999年，欧盟委员会公布了新的网上交易的税收准则，该准则的内容是不对电子商务征收新的税项，并使现有的税务政策满足电子商务发展的需要。

2.2放宽关税政策

发达国家对于跨境电商所给出的关税政策非常宽松。根据对发达国家关税的了解，美国已经确定关税壁垒正在国际贸易的发展中逐渐消失。而跨境电商所依托的是网络信息技术，美国在网络信息技术的征税方面并没有严格的限制，因此认为可以对跨境电商实施零关税政策。该种政策可以鞭策跨境电商扩大贸易额度，积极发展自身的贸易规模。日本也在关税方面给予跨境电商一定的自由，其简化了对跨境电商在关税方面的税收制度，主张一切从简，以彰显其对跨境电商企业的欢迎。比如，1998年，日本政府所公布的有关电子商务的相关指导方针要求政府相关部门在电子商务的税收上应尽量使用简化原则，以免出现双重征税情况的发生。在2024年，其又将所收的税收定义为消费税添加到商品中，由消费者进行埋单。

2.3健全跨境交易的信用体系

美国信用体系的具体运作流程主要是依靠与信用相关的法律制度和激励机制等。在征收税款时，完善的信用体系使跨境电商在缴纳税款时具有一定的财务保障。而英国信用体系的建立基本上都是以提供具有可靠性的信息来获取利益，虽然其能够增加国内跨境贸易的信用，但还是以盈利为主要目的。比如，在2024年，英国出台了《电子商务法》，其中规定了电子商务企业需要缴纳增值税的税率，并根据所售商品种类和销售地不同分为三个标准，即标准税率(17.5%)、优惠税率(5%)和零税率(0%)，健全跨境交易的信用体系是尤为重要的。

3.1参与到区域内贸易规则的制定

对于区域贸易规则的制定，我国应积极地参与到其中，主要目的是为了能够在规则的制定上拥有一定的话语权。跨境电商的税收问题不仅关系交易双方的利益问题，还是两个国家在贸易上的较量与博弈，对外贸易的协定也是促进我国对外贸易进一步发展的助力。［4］我国可以借鉴美国在跨境电商的关税政策，采取比较自由的税收限制，开放跨境电商的贸易空间，以参与贸易规则制定的途径获取国际间更多关于电商税收的相关信息。

3.2发挥市场在跨境电商中的作用

在一些发达国家，政府和市场有着明确的分工。政府的主要作用是用来营造良好的跨境电商贸易环境，并提供税收制度、法律、设施等方面的保障，从而规范和引导跨境电商行业的发展。我国政府还应充分利用其所拥有的各项职能，完善对跨境电商的税收制度，借鉴国外在税收方面的政策，为跨境电商提供税收方面的便利。发挥市场在跨境电商中的作用，避免出现政府直接对跨境电商行业的干预，降低不适当干预对跨境电商所产生的一些不良影响。

3.3重视产业之间的协同发展

在我国，跨境电商的税务制度还处于一个摸索发展的阶段，缺乏成熟的、有效的管理体系，使其在发展过程中存在很多问题。因此，我国应该借鉴国外在该方面的发展经验，对我国跨境电商税务制度进行有效管理，促进我国跨境电商行业良好地发展。

［1］谢波峰.对当前我国电子商务税收政策若干问题的看法［j］.财贸经济,2024,6(11):5.

［2］王锐.跨境电子商务内涵探析及国外发展经验对我国的启示［j］.现代商业,2024,9(17):46.

［3］范静,袁斌.国外跨境电子商务物流模式创新的经验与启示［j］.商业经济研究,2024,4(11):133.

［4］何辉,侯伟.电子商务税收对策:国际借鉴与我国的现实选择［j］.电子商务,2024,1(1):21.

［5］梁学平.电子商务税收政策的国际比较及其对我国的借鉴［j］.吉林财税高等专科学校学报,2024,1(1):19.

返回目录

**电子商务论文选题方向篇三**

电子商务的发展，在我国的商业界引起了巨大的波动，这种全新的交易模式是对传统商品交易模式的巨大冲击。基于计算机网络技术的发展，买卖双方不需要见面即可完成交易，而且相关的服务还比较完善，对于推动我国的经济发展具有重要的意义。但是在实际运行的过程中，电子商务的发展却受到了各种因素的制约，从而影响了发展的进程。本文对制约电子商务发展的因素进行了分析，并提出了相应的改善对策，对于促进电子商务的发展具有重要的意义。

电子商务;制约因素;改善对策

从通俗的层面上来讲，电子商务就是利用网络进行交易的活动过程，这种交易方式简单直接，避免了中间的很多环节。在网络环境下，消费者通过企业的电子商务平台可以详细地了解商品的各种信息，然后通过在线支付的方式完成交易，企业以物流的方式将商品送达消费者的手中。这一系列的过程都是在网络上进行的，所以电子商务运行的过程需要以网络为依托，如果网络基础较差，就会对电子商务的发展产生一定的影响。在交易的过程中，网络支付的安全性也是影响电子商务的重要因素，直接关系到消费者的切身利益。因为消费者与企业之间是以网络的形式进行交易，所以就会存在企业信用的问题，这是影响消费者是否购买的重要因素。交易中的商品是以物流的形式进行运输，所以物流的服务水平会影响到企业的服务水平，最终会影响消费者对企业的评价。电子商务的整个交易过程中，都会受到各种因素的影响，所以在对这些因素进行分析后，有利于进行相应的改善，为促进电子商务的进一步发展创造有利的条件。

近些年来，电子商务在我国的发展较快，并且也取得了较好的成果，但是由于在我国的起步较晚，所以无论是基础设施还是安全方面都还不够完善，对电子商务的发展造成了一定的制约。

1.1网络基础设施不完善

网络是电子商务发展的重要基础，所以互联网的基础设施状态与电子商务的发展进程有直接的关系。近些年来，我国的互联网技术在技术和服务方面都取得了显著的进步，这也是电子商务能够快速发展的重要基础。但是，由于我国在网络基础设施方面投入的资金不足，所以导致在带宽、资费、信息以及数据传输速度等方面还不够完善，对电子商务的发展形成了一定的制约。

1.2网络安全性有待完善

由于电子商务的一切程序都是通过网络来完成的，所以网络运行的安全性至关重要。因为网络具有开放性的特点，所以容易受到网络“电脑高手”的攻击，对企业机密和消费者的个人隐私造成威胁。在企业的电子商务平台中，会有很多关于企业的经营管理信息，网络电脑高手会通过非法手段窃取企业的商业机密，从而威胁到企业的健康发展。在网络交易过程中，消费者的个人信息会显示在电子商务平台中，网络电脑高手可以获取消费者的隐私，从而利用消费者的个人信息进行诈骗等活动，会对消费者造成极大的经济损失。

1.3电子支付落后

电子支付是电子商务的重要环节，是完成交易的关键所在。虽然近年来许多商业银行纷纷推出了网上银行来进行电子支付，但这种支付手段还比较落后，还处于电子商务支付的初级阶段，且跨行支付还存在一定障碍，致使消费者在电子支付时面临许多问题。

1.4物流体系发展缓慢

物流是电子商务运行中的重要环节，是企业将商品送达消费者手中的重要载体，所以物流的服务水平对电子商务企业的运营会产生一定的影响。在电子商务活动中，人们对物流的要求较高，需要物流能够安全、快捷地将商品运送到消费者手中。但是由于电子商务是新兴行业，运输的物品种类比较复杂，而传统的物流仓储、运输设备等都难以保证运输的时效和服务水平。尤其是部分企业还拓展了生鲜产品服务，对物流的运输条件要求更为严苛，目前还缺乏完善的冷链物流运输体系。现阶段，大多数电子商务企业都使用第三方物流企业，仅有少数具有实力的大型电子商务企业会有自己的物流。如果物流运输在时效性和服务水平方面达不到要求，不仅会对消费者的购物兴趣产生影响，同时还会对电子商务企业产生一定的损失。

1.5相关的法律法规还不完善

因为电子商务中的所有流程都是在网上进行的，而网络又具有开放性，跨区域的特点，所以一旦产生纠纷，很难对其进行处理。目前，我国在电子商务方面的相关法律法规还不够健全，对于出现的纠纷事件还没有比较完善的法律解决途径，所以对我国社会的经济秩序发展会产生一定的影响。

1.6技术创新不足

电子商务在我国的起步时间较晚，所以在技术方面还比较单一，缺乏创新，目前的电子商务主要还是以网络为主，在近些年才兴起手机支付。技术创新不足是制约电子商务发展的重要因素，需要投入更多的精力和技术对电子商务进行研发。

2.1加强网络基础设施建设

网络技术是电子商务发展的基础条件，所以为了促进电子商务的发展，就需要在网络技术方面投入足够的资金，完善基础设施建设。目前，我国各大网络运营商已经开始实施了提速降费的做法，网络速度有了明显的提升，为消费者浏览网页提供了极大便利。资费的下降，让更多的消费者能够利用网络进行购物。提速降费是网络基础设施改善的基础，接下来还需要在服务质量、服务器、电子支付、智能卡和网络接入设备方面进行研究，进一步改进设备的性能，为电子商务的发展提供良好的运行平台。

2.2完善网络安全性认证

安全的网络运行环境是电子商务运行模式中有效保护企业和消费者权益的重要因素，所以企业在进行电子商务活动时，应该加强对网络运行环境的安全保障。通过设置防火墙防止电脑高手的攻击，在进行电子交易的过程中，通过加密技术来保证消费者个人信息的安全性，利用身份认证来保证支付的安全。在网络技术快速发展的形势下，电子商务企业还可以采取其他网络技术来保证电子商务运行的安全性，从而保证企业和消费者的个人权益，为电子商务的运行提供一个安全稳定的运行环境。

2.3建立电子支付制度

我国应建立以信用为基础的信用卡支付制度，在充分整合各个商业银行网上银行的支付互通前提下，倡导消费者实行信用消费，为消费者提供便利的支付工具。此外，我国还应该着力开发新型的电子支付方式，如电子现金、电子支票等。

2.4促进物流业的发展

加快物流业的发展建设，是促进电子商务发展的重要基础，因为电子商务中的一切实际物品都需要通过物流送达消费者的手中，所以物流的服务水平对电子商务的发展非常重要。目前，我国的物流体系比较分散，且运输条件和服务水平参差不齐，而我国的电子商务企业大多使用第三方物流企业，这就需要对物流中心进行改进，通过改建、联建、代建的方式对物流中心进行完善，从而实现物流业的社会化、产业化、现代化和规模化的经营状态，为电子商务企业提供更加优质的服务。

2.5建立健全法律法规体系

电子商务的交易过程涉及商户、银行、电信、公证、isp和消费者，其中任何一个环节出问题都可能引发矛盾纠纷。因此，要建立完备的法律体系和权威的认证机构，对其中引起的纠纷做到有章可循、有法可依，维护整个电子商务的交易秩序，促使更多的人放心地在网上购物。

2.6加快技术创新速度

加快技术创新是促进电子商务发展的重要途径，所以在科学技术快速发展的形势下，应该充分利用各种便捷的条件，拓展电子商务的开发利用渠道和功能，刺激消费者对电子商务产生更深的兴趣，推动电子商务的进一步发展。

电子商务开拓了全新的交易模式，使得市场经营模式更加多样化。因为电子商务在我国的起步较晚，所以在运作过程中还有很多相关体系不够健全，对其发展会产生一定的制约。由于电子商务的交易过程都是在网络上进行，所以网络的基础设施、网络安全、电子支付和相关的法律法规等还有待进一步完善，同时，物流业的发展也是制约电子商务的重要因素。随着社会的快速发展以及技术上的创新，电子商务运行模式会越来越完善，为促进我国的经济发展贡献力量。

[1]钟锦文.中小企业开展电子商务问题及策略探讨[j].经济研究导刊,20xx(09).

[2]何春燕.我国现阶段零售业发展电子商务问题及对策[j].中国农业银行武汉培训学院学报,20xx(11).

[3]梁雪静.我国电子商务的发展现状及存在的问题和建议[j].海峡科技与产业,20xx(12).

**电子商务论文选题方向篇四**

：发展农村电子商务是国家实施精准扶贫政策的创新之举，是精准扶贫工作在“互联网+”背景下的有效之举。文章通过对精准扶贫和电商扶贫的理论依据进行梳理，简述精准扶贫这一大背景以及铜仁市精准扶贫的开展状况，通过铜仁市的资源现状和其他条件分析出铜仁市开展农村电商的优势，以印江“4+2”模式为例详述铜仁市农村电子商务开展的现状和成效，找到电商扶贫实践中存在问题，为铜仁市农村电商扶贫的发展提供可行的发展策略。

：精准扶贫；电子商务；电商扶贫；印江“421”

精准扶贫即扶贫政策措施针对真正的贫困群体，通过针对性帮扶从根本上消除致贫障碍，实现可持续脱贫。铜仁积极探索精准扶贫新路径，电商扶贫是其中之一。狄荣娜采用ahp法分析得出的结果为物流、农民素质、政府扶持为农村电商起步发展的制约因素，农产品优劣和消费者偏好是其壮大的条件；林洁通过调研总结出我国农村电商目前存在农村生产规模小、农民认知水平低、物流配送低效等问题，并提出了发展策略。现有关于农村电商的研究多是从国家层面展开因素和问题分析，少有从地方层面分析电商扶贫意义，本文以铜仁电商扶贫为对象，针对地方具体问题进行分析，研究更具现实意义。

（一）铜仁贫困现状

铜仁地处武陵连片贫困地区腹地，贫困人口多、程度深，扶贫任务重。由表1可知铜仁贫困发生率高于贵州省，精准扶贫以来贵州省与铜仁市贫困人口数量不断降低，贫困发生率降低，且铜仁市的贫困发生率减速高于贵州省。

（二）铜仁市精准扶贫工作进展

铜仁市高度重视扶贫，出台了多个重要文件力争打赢脱贫攻坚战。2024年减少贫困人口152566人、贫困村159个，其中搬迁脱贫32576人、产业脱贫78955人、社会保障脱贫6343人。从扶贫资金的投入来看，2024~2024年支出分别为1672万元、1074万元、1320万元、1392万元，2024~2024年支出增长率分别为-35.8%、22.9%、5.5%，在2024年开展精准扶贫后，扶贫支出虽逐年增加但较2024年减少了很多，铜仁市严格落实精准扶贫，精准滴灌。

（一）国家和政府的大力推进

“电子商务”连续4年出现在中央“一号文件”，铜仁市出台《铜仁市加快电子商务发展扶持办法》等多个文件，市电商办出台电商指导性文件，县区负责人亲自部署电商工作，与组织部、人事局联合开展电商人才培训，与发改局、交通局统筹做好物流规划，保持电商工作联动。

（二）特色农产品和旅游资源丰富

铜仁特殊地势地貌和气候加上民族文化使农产品和旅游资源独特而多彩。特色农产品有土家“草凳”、玉屏无核糯柿、官舟牛肉干、贵州白山羊等。旅游资源共有11612处，有梵净山等众多aaaa级景区；国家级非物质文化遗产有仡佬毛龙节、松桃苗绣、思南花灯戏等；苗族“六月六”、赶社节等也是铜仁特色文化瑰宝。

（三）基础设施不断完善

2024年贵州已实现县县通高速、村村通公路，基本实现电信、计算机、数字电视网络为主的信息网络覆盖。铜仁公路总里程24807公里，高速公路596公里，电话普及率86.74%，互联网用户35.95万户，网络覆盖率约60%，农村电商基础设施条件基本满足。

（四）电商巨头助力

2024年铜仁成为阿里巴巴全国推进农村淘宝的第一个试点市，依托“千县万村”战略建成农村淘宝县级营运中心9个、电商综合服务站515个，成立了邮乐购、京东帮等975个服务站。铜仁市在第三方大型平台上开设铜仁产业带、特色馆，在平台上o2o招商，现已有众多企业入驻天猫贵州特色馆、京东商城，46家企业入驻1688平台，通过b2b、b2c模式推动企业线上线下同步发展。

（五）物流系统的不断完善

铜仁市编制物流发展规划，推进中铁物流等大型物流的建设；出台政策落实物流补贴；借助“千县万村”工程，农村菜鸟物流逐步实现县、乡、村三级物流体系，基本解决“最后一公里”问题。全市共有物流企业239家，规模以上25家，aaa级物流企业3家，物流快递企业共387家。

（六）消费习惯下的市场潜力

2024年全国已有32.6%的企业线上销售，31.5%的企业线上采购，33.8%的企业用互联网营销。网民规模6.88亿，农村网民占28.4%，增速为城镇的2倍，互联网普及率达50%以上，网络购物和旅行预订的用户有4.13万和2.6万人，使用率为60%和37.7%；2024年铜仁城市和农村居民人均可支配收入分别为26742元和8090元，2024年城乡居民恩格尔系数分别为33.2和40.9，城乡收入差距大，农村生活水平低、市场潜在需求大。

（一）铜仁市农村电商扶贫推进现状

铜仁市通过发展农村电子商务为精准扶贫工作提供创新的思路与路径，“扶贫先扶智”“授之以渔”，为农民创收、改善其生活，农村电商发展本身就是扶贫的进步。铜仁成为贵州唯一入选的国家电子商务示范城市，江口县成为国家级电子商务进农村综合县，万山区、松桃县、沿河县成为省级电商进农村示范县。由表2可以看出，铜仁市的电商实现了较快发展，交易额增长率达50%，其中网络零售额约占20.7%。从销售统计上来看，铜仁市上行产品主要有茶叶、天麻、空心李等150多种本地农特产品，电子商务助推了“铜货出山”。但铜仁旅游电子商务还未有明确的计划和方案，推进工作较迟缓。据统计铜仁市通过电子商务，实现农村就业5300余人，带动7250余户贫困户、3.2万余贫困人口，为贫困户节约生活开支3200万元，带动就业3.6万人，电商扶贫是精准扶贫的有效途径。

（二）铜仁市印江“421”模式

印江县“421”模式即坚持“四措并举”，周周电商培训、月月新品上线、季季营销活动、年年产业孵化；做强“两大产业”，特色农业和文化旅游；实现“一个目标”建成全国电商综合示范县。首先搭建“一园一区一空间”，完善信息物流网络，全县基本实现网络村村通，行政村快递物流75%的直接覆盖率。其次推进“电商+特色产业”，形成“一认证一体系一平台”网货“淘品牌”建设体系和“一主体一节点一奖励”的电商销售促进体系，在“一认证一体系一平台”方面，全县有21家企业获得有机产品证书36张，占全市的65%，建立了5类100家企业可追溯源体系，获得贵州省名牌产品品牌2个，已有15家传统企业入驻1688平台工作，52家企业向电商转型，网商网店500多家，村级电商服务站183个，先后举办多次电商年货节、农产品推介等活动，对电商经营主体营销奖励，激发电商创业者的积极性；推进“电商+创业”，实施电商万人培训计划和电商扶贫“一村一品”网货基地建设项目，全县电商从业人员6200余人，开展电商培训79期7904人次，涌现出众多电商示范企业和个人。印江县农村电商在一定程度上为电商扶贫起到以点带面的作用，企业带动农户致富，带动青年返乡创业，为印江县脱贫攻坚作出积极贡献。

（三）铜仁市农村电商扶贫作用

电商通过互联网和第三方交易平台促进信息高效流动，降低了沟通成本；向外开拓市场、挖掘农村市场，增加了销售量；生鲜特产由于交易时间缩短、损失减少；贫困人民获得更多就业机会，通过培训获取知识提高技能；贫困人民有了更多购买选择，生活生产成本降低，生活更丰富便捷。农村电商通过创收和提高生活福利推动扶贫。电子商务的出现改善了政府主导下企业为核心的产业扶贫模式因市场的波动而难以长期维持和贫困人口因缺乏致富能力而迅速返贫的困境，中介企业可以有效解决市场问题，农民因为电子商务和技术指导获取了致富能力，可实现多元化扶贫格局和参与式社会治理贫困。市场竞争式的自发脱贫机制减少了政策执行力度不足、资源供给不足和贫困人口脱贫意愿和能力不足的问题。贫困地区长期以来在市场竞争中由于缺乏信息资源而处于劣势，电商为贫困地区人民公平参与市场竞争、科学决策创造条件，大大激发其参与的积极性。同时电商发展将贫困地区和外部连成一个整体，资源流动更高效、配置更优化，市场更加完善带来的溢出效应推动社会生态系统完善，更好的.就业机会和公共基础设施推动贫困地区保持良性发展。

（一）农业产业化水平低

铜仁农业产业化水平偏低，不能有效率地提供优质、稳定的农产品。自给自足的小农经济特征限制了地方品牌的建设和市场的开拓；产业链不完整、产品同质现象严重：生产领域以传统的深耕细作为主、深加工不足，流通领域以国家和大型企业收购为主，消费领域品牌意识较差。需充分认识到电商扶贫的前提是地方农业生产的发展，产业扶贫是核心，电商扶贫是手段。政府和农民需在将重点放在农业产业化发展上，完善产业链，因地制宜注重特色发展，注重品牌建设。

（二）企业与农户结合程度偏低

龙头企业与农户实现精准对接能起到积极带动作用，但铜仁现阶段企业与农户对接程度偏低。铜仁市龙头企业规模较小，带动能力偏弱；企业和农户双方合作意识较差，二者的博弈胜于合作，扶贫无法长期维持。在“企业+农户”的模式下，违约的行为多现，往往农户处于弱势地位，损失惨重。政府应大力扶持电商龙头企业，引导其发挥带头作用，同时奖惩结合，鼓励企业与农户的合作，严惩违约行为。

（三）物流运输难题

在交通基础设施和物流体系基本完善的情况下，物流成本较高也是电商起步阶段发展的一大障碍。其次，物流运输技术不能满足现阶段的需求，尤其在生鲜冷链物流方面。因此现阶段应给与企业和农户适当物流补贴，引进冷链物流等方面的技术，并配以必要的物流知识培训。

（四）铜仁市贫困程度深

铜仁市有相当一部分贫困居民集中在偏远落后的山区，恶劣的环境使得其与外界联系困难，电商扶贫任务繁重；同时许多家庭专注于温饱问题，无暇顾及农产品的生产、推广和销售。因此电商扶贫应贯彻精准扶贫因地制宜的原则，依据各地经济现状、基础设施和地区资源统筹电商工作，扶贫的根本在于改善民生。

（五）电商人才缺乏

铜仁市现阶段电商从业人员数量庞大，但专业化人才尤其是电商复合人才缺乏。铜仁经济发展水平较为落后，难以留住高素质电商复合型人才，由此形成恶性循环，电商扶贫发展受限。一方面政府提供优厚的条件吸引和引进电商复合型人才，另一方面邀请专家定期开展电商相关知识培训，培训内容专业化、实用化。

（六）农户文化和认知水平待提高

农户文化水平偏低，缺乏生产、营销和网络信息技术，缺乏科学理性的判断导致电商开展低效率。多数农户目光短浅，不注重品牌的打造和维护，看重短期收益，坐地起价、以次充好、品控不稳定，不利于电商长远发展。因此电商人才的指导带头作用和电商知识培训必不可少，农户自身的局限性需要政府通过教育方式灌输生产和营销可持续发展的理念，同时需要用法律法规和严格的监管手段加以管制。

[1]汪三贵.论中国的精准扶贫[j].贵州社会科学,2024(05).

[2]狄荣娜.基于ahp方法的农村电子商务发展制约因素[j].江苏农业科学,2024(09).

[3]林洁.农村电商发展现状研究[j].南方农机,2024(01).

[4]肖洪.铜仁市精准扶贫工作实践与创新[j].知行铜仁,2024(02).

[6]阿里研究中心.2024年度网商发展研究报告[r].阿里研究中心,2024.

[8]程竹.云南省农村电子商务扶贫的问题及对策[d].云南农业大学,2024.

**电子商务论文选题方向篇五**

电子商务专业是互联网快速发展的产物。经过淘宝等电商的推广，已经成为我国社会经济中不可或缺的重要组成部分。电商的快速发展又导致市场对于电商美工人才的需求日益增大。容。

关键词 电子商务 美工 课程体系

一、前言

近年来，伴随着互联网的快速发展，以及物流行业的突飞猛进，再加上淘宝等大型电商企业的推波助澜，电子商务行业得到了充分的发展。dcci发现，20xx年全球网购用户渗透率高。

高渗透率和巨额的交易规模进一步催生了电子商务行业对于专业人才的需求。无论是移动客户端，还是pc端，都有大量的数据交易流量。在大量购买行为的背后，是海量的数据库以及交易程序在支撑。网站的后台需要无数的专业计算机人才进行维护。在与顾客直接互动的网页前段，图片质量如何、交互性设计怎么样，直接关系到顾客的购买行为，影响着电商企业的销售额。然而，国内专门开设相关课程培养电商美工人才的高校并不多。这就让市场需求和人才供应之间存在着缺口，而且这个缺口正在逐步扩大。

高职院校的培养目标就是为社会输送具备高素质的应用型人才。就应用角度来说，就是要培养能够适应市场需要。毕业进入企业很快能够进入工作状态的。在课程体系中就要体现相关的需求。

二、现阶段课程设置问题

（一）定位不清

一般学校开设电子商务美工课程，主要放在美术类专业之中。这应该来说是国内高职院校的主流。因为美术类专业的学生具有一定的美术基础，再对他们进行相关的业务知识的教学，可以较快地让他们适应相应的工作环境。

一般来说，有了美术功底，进行相关的ui设计和页面设计具有天然的优势。但是，在日常教学过程中，并没有专门就网页设计规范以及交互设计的后台程序接口等问题进行教学，主要就是开设的美术类课程，既可以看作是美术的一个分支，又可将其当成是电子商务的一部分。既可以定位为美术的电子视觉化，也可以定位其为营销中的一部分。

模糊的定位所导致的直接后果就是课程设置不明确，没有精确地把握市场对于美工类人才的需求，从而导致培养的人才与社会需求脱节。

（二）专业特征不明显，课程开设不合理

专业定位不准所导致的直接后果就是专业特征不明显。电商美工究竟是艺术行为还是一种营销行为，这些都是需要考虑的问题。在课程设置上，尽管有一些网页基础课程，但是对于市场的专业需求来说，还是有一定的差距。同时，在一些电子商务的课程中，又包含了美术类的ui设计课程。导致学生无法分辨未来的发展方向究竟是交互设计，还是美术设计。这些都是目前一些高职院校课程设置过程中所存在的问题。

在一些高职院校，电商美工只是美术下的一个小方向，不可能上升到一个学科的地位。在课程上，也就导致了“眉毛胡子一把抓”的情况，只要是适合的，都可能拿过来教学，让学生变得无所适从。不突出重点，不对接市场，这样培养出的人才，是无法适应激烈的市场竞争的。

（三）课程内容陈旧，实践环节薄弱

目前，电子商务技术发展异常迅猛。可以说，每隔几个月，网络上的信息就要全部更新一遍，并且以滚动式的发展模式向前不断累积。尤其是在程序设计中，每隔几个月就会有一种新的程序语言和新的运行模式出现。如果不能及时更新自己的知识储备，跟上网络发展速度，身处其中就很有可能被淘汰。

反观目前的一些电商美工类课程，一些陈旧的思想和陈旧的设计方法依旧大行其道，成为学校教学的主流。这些内容对于学生打基础具有一定的帮助，然而对于他们应对市场需要还有很大的差距。

电商美工是一个新兴专业，目前多数院校存在的一个普遍问题就是课程内容陈旧，与岗位实际脱节，缺乏必要的案例教学和实务操作能力的培养，尤其是学生的实验、实训、实习大都在虚拟的环境中操作，不能切实感受现实中美工在电子商务的应用。即便是在学校机房进行的网页设计、网站建设等实训，由于课时、实验条件等原因，学生掌握得也不是很扎实。

三、课程设置原则

（一）专业细分

所谓专业细分，就是根据市场的要求，专门地开设相关的课程。例如，在市场环境中，网店装修对photoshop等软件的操作熟练程度要求比较高，还有一些vi设计软件等，都是日常的网页设计，是互动设计过程中所必需的基本职业技能，而且针对网页设计，还需有一定的html、css等语言基础，这些都是在日常的课程中所要强化的内容。针对电商美工这一专业的需求，我们需要更加专业的课程培养学生的相关技能。网页前端设计还离不开与后台的配合，所以还要懂一些程序设计方面的知识。

（二）模块化设计

模块化设计的好处在于能够让学生集中时间熟悉相关的技能和知识，有助于他们在短时间内达到预期的学习目标。因此，课程设计还需要坚持模块化设计的原则。首先在开始阶段必须要让学生掌握一些基础，然后再循序渐进，逐步扩展学习模块。综合技能培训阶段主要放在低年级，更加专业的学习模块就主要放在较高的年级。在每个学期的课程设计上，又要考虑模块之间的衔接与配合。

（三）教学组织严密化

教与学之间，老师与学生之间，都必须形成一个严密的体系。在教授完相关的课程之后，还必须及时组织学生学习，在短时间内让学生尽快地掌握相关的知识。同时教授之后，还要与学生进行良好的互动，及时处理学生在实践过程中所遇到的问题。同时，还需要实行问题导向，在课程开始前，为学生设定既定的目标，学习之后对他们的学习效果即实践能力及时进行检查，检验学生的学习效果。

（四）理论实践相结合

职业资格证书是进入一个行业所必需取得的。尽管目前国家推行简政放权，并且取消了一批证书，但是要进入特定的、专业性比较强的行业，职业资格证书还是必需的。例如，在会计行业，会计从业资格证就是进入这个行业的新人所必须具备的。在建筑行业，要从事相关的工作需要拿到相应的建筑师资格证。将职业资格评价体系纳入学校的教学体系中，有利于激发学生的学习动力，让他们在学习过程中尽早地接触到实践，同时还可以让他们在毕业的时候比别人更具竞争力，可以及时地融入企业中，尽早地承担起上级交给的各项任务。

参考文献

[1] 王剑程，杨荣明，吴自爱.应用型本科电子商务专业教学体系设计研究――基于人与岗位匹配的视角[j].电子商务，20xx.

[2] 刘莉萍.基于工作过程的任务引领型《电子商务图像与动画设计》课程整体设计[j].电子商务，20xx.

[3] 彭焕文.职业教育实践教学与企业岗位结合――电子商务专业“立体化”实践教学体系设计[j].信息化，20xx.

**电子商务论文选题方向篇六**

“中国互联网在全球的发展中已经不仅仅是跟随者，在一些方面已经成为领导者。腾讯比较率先地在互联网增值方面做出了一些成绩。”11月2日，腾讯控股董事会主席兼ceo马化腾，在20\_\_年互联网大会上如此为中国互联网行业及腾讯公司定位。

彼时，马化腾所创立的即时通讯软件qq拥有超过4.8亿的活跃用户，仅仅在20\_\_年第三季度就为其贡献了33.6亿元收入，超过网易、盛大、阿里巴巴3家的总和。

10年前，在开发这款即时聊天软件的时候，马化腾及其合作伙伴并不知道如何靠它挣钱。如今，马化腾执掌的腾讯公司已经围绕qq创立了中国最大的三家综合门户网站之一、第二大c2c网站、最大的网上休闲游戏网站，拥有全球用户数最多、最活跃的互联网社区，其市值在世界互联网产业内仅次于google和amazon。

“腾讯品牌的发展，这十年完成了数量上、流量上的积累，现在要开始在影响力方面发力。”马化腾说，下个十年，均衡发展将成为腾讯战略的重点，要培养人才，“我们并不希望把利润放在账面上，而是更希望把利润投入到长远发展里去。”

阳光做法博得阳光财富

20\_\_年10月，“20\_\_胡润it富豪榜”在上海发布，马化腾首次位列it富豪榜首富，上榜的财富为239亿元;网易的丁磊排名第二，盛大网络的陈天桥家族与百度的李彦宏并列第三。已经迈入中国顶级富豪行列的马化腾表示:“我们都是普通家庭，没有特别，顶多是房子大一点。” 财富源于创业梦想。1998年，中国的互联网用户数刚迈过一百万大关，网民们还在为网速太慢和收费太贵而苦恼。同年11月，马化腾带着炒股赚来的第一桶金和朋友一起创办了腾讯计算机系统有限公司，并于次年2月开发出网络即时通信工具qq，放在网上供用户免费下载使用。

虽然当时还有其他即时通讯产品，但是根据马化腾的创意，qq用户可以在好友不在线的情况下发优麦电子商务论文送离线消息，让好友登录上线后就可以看到，而且无论用户换到哪台电脑都可以轻松找到朋友。

这个改动，让当时大部分还通过网吧上网的网民如鱼得水，qq聊天一度成为上网的代名词。20\_\_年前后，网吧如雨后春笋一般开张，qq不到一年就发展了500万用户，并且快速增长。

到20\_\_年3月时，qq注册用户数已经突破1亿大关。

眼看着注册用户噌噌攀升，马化腾既喜且忧，因为那时qq还只是消耗成本而没有任何盈利。《时代》周刊的主编沃尔特对亚马逊老板杰夫?贝索斯的评价，似乎可以用来证明互联网行业彼时的尴尬困境:“他(贝索斯)试图依靠增长速度，而不是利润来建构一个公司。这听起来有些不可思议，但这种理念无论是好是坏，无疑都已改变了1999年的整个经济模式。”

马化腾曾饱受煎熬。他们夜以继日地干着一些平时根本“不放在眼里”的活儿，为的是能够赚到一点点钱，再用来养活qq，比如要向通讯局交服务器托管费等。

虽然马化腾和创业伙伴们竭尽全力，但是资金压力仍然使得腾讯不堪重负。1999年下半年开始，马化腾拿着改了6个版本、20多页的商业计划书开始寻找国外风险投资，最后碰到了美国国际数据集团idg和香港电讯盈科公司，用马化腾的话说，“他们是互相壮胆一起进的，给了qq220万美元，分别占公司20%的股份。”

有了这笔资金，腾讯买了20万兆的ibm服务器。“当时放在桌上，心里别提有多美了。”每次回忆起这个时刻，马化腾都喜不自禁。

好日子并没有持续多久。随着20\_\_年下半年全球互联网行业的急转直下，风投的态度也开始摇摆不定。“idg投资完之后一直忙着为腾讯找下家。”他说:“我创业最煎熬的就是这段时间，我不喜欢这样的拖延。” 另一家风投米拉德国际控股集团公司20\_\_年6月接盘的时候，纳斯达克已经快要崩盘了。不过，腾讯终于熬过了这段艰难的日子，从20\_\_年就开始大规模挣钱了，且于20\_\_年6月16日在香港上市。马化腾的财富开始以令人瞠目的速度水涨船高。

方引入中国并影响着中国的商界，它们

哺育出来的企业也正在成为中国商业主流。

马化腾对自己的定位始终是产品经理。“每天我都会体验公司的产品和服务，我也爱给产品部门挑错，我一看到成品，就知道写代码的人有没有偷懒。” 马化腾告诉《中国新闻周刊》:“任何产品的核心功能，其宗旨就是能帮助到用户，解决用户某一方面的需求，如节省时间、解决问题、提升效率等。而产品经理就是要将这种核心能力做到极致，通过技术实现差异化。”他认为，软件开发的意义在于实用，而不是写作者的自娱自乐，“许多软件技术人员往往对自己的智力非常自信，写软件只是互相攀比的一种方式，而我希望自己写出的东西被更多的人应用，也愿意扮演一个将技术推向市场的小角色。”

优麦电子商务论文也是其他企业的员工无法比拟的。”

马化腾曾表示:“不管企业做到什么程度，都要保持一种诚惶诚恐的心态。”如今，腾讯越做越大，财富越来越多，马化腾觉得责任也在不断增加。“十年间，腾讯获得并奉行了一个非常宝贵的可持续发展秘诀:绝不追求单向经济效益最大化，而是以用户价值与社会价值最大化协调统一发展为方向。”他总结，中国互联网行业历经多年的社会企业公民实践后，正开始引领积极的社会主流价值，并产生了广泛的公众影响。

\_\_年，腾讯发起成立了中国互联网首家公益慈善基金会腾讯公益慈善基金会。到目前为止，腾讯公司及腾讯员工的累计捐赠已经超过1.22亿元，用于开展教育发展、救灾扶贫等公益项目，并建立了腾讯公益网，倡导“人人可公益，大家齐参与”。在去年的汶川地震中，腾讯利用qq这个强大的平台，在地震发生的一周后，腾讯网友在线捐赠突破20\_\_万元，创下互联网公益慈善史上最高捐赠纪录。而结合当前十分热门的sns游戏“qq农场”，腾讯公益网特别推出了“爱心果”项目，成为业内首个基于sns平台的公益网游产品。

马化腾说:“对于财富，一直也没有特别看重。”

人物简介:

马化腾，腾讯公司创始人、董事会主席兼首席执行官。1971年生于广东汕头。他在13岁时随父母定居深圳，1993年毕业于深圳大学计算机专业，之后进入深圳润迅通信公司，从事寻呼软件开发。

身处深圳这个具有开放、创新气质的经济特区，他和许多同辈人一样，均对计算机技术非常痴迷，早早体会到网络的乐趣。

1998年11月，腾讯计算机系统有限公司在深圳成立，并于20\_\_年在香港上市。作为主要创办人之一，马化腾全面负责腾讯集团的战略规划、定位和管理。  \_\_年岁末，巨人与腾讯宣布联合运营网络游戏，马化腾与史玉柱的合作，被看作是业内两位“巨人”的携手。 言论:

“过去十年，中国互联网利用本土优势成功抵御了国际巨头的进攻，取得了全面胜利，但真正决定中国互联网生死存亡的是接下来的十年。这十年中国企业不仅要和国际企业比拼服务，更要拼创新和核心技术能力。”

**电子商务论文选题方向篇七**

浅谈电子商务环境下客户价值

摘要：电子商务渠道的迅速发展，给企业竞争提供了新的环境。在电子商务环境下，客户的价值超出了以交易额、交易次数等指标为依据的传统客户价值的计算或判断，客户e价值越来越受到电子商务企业的重视。包括流量、增值服务、互动等指标成为了电子商务环境下客户价值的重要体现。

一、电子商务客户价值细分概述

根据客户的价值对客户进行细分，是现代市场营销实施大客户营销、一对一营销的重要方面，也是对客户忠诚度分析的重要依据。对不同价值的客户实施差异化的营销策略和客户服务，是更好的满足客户需求并且降低成本的重要保障。在传统的商务活动中，对客户价值的定义主要从客户生命周期、客户盈利、客户交易量、rfm的角度来定义客户的价值。电子商务环境下，客户价值有了更丰富的维度，传统的交易量、交易次申诉等等仍然是企业对客户价值判断的核心内容。然而，一个有价值的客户不仅仅是交易额大的客户或者购买次数多的客户等等，原有的看待客户价值的角度应该有所变化。

二、电子商务客户e价值

传统意义上客户的价值主要是客户购买企业产品的给企业创造的效益，在电子商务环境下，客户价值不仅仅包括客户的给企业创造效益，而且包括客户通过鼠标点击以及键盘输入的网络价值，在下文称为e价值。客户的e价值主要体现在客户的活跃度上，客户在电子商务网站上越活跃，就给企业创造越多的有形和无形的价值，客户主要通过一下集中行为创造e价值：客户点击广告、客户购买增值服务、客户网络诚信、客户留言、客户在线点击消息、客户搜索信息以及客户发布产品信息等等。目前，还没有一个权威的标准体系来描述客户的e价值，但是客户的e价值确实存在，而且被广泛的关注，是吸引提高客户e价值是电子商务企业增加提高企业影响力和企业效益的重要途径。

三、电子商务客户价值的构成

电子商务客户价值应该是传统商务客户价值的延伸和补充，其核心仍然是客户为企业带来的利润，但是电子商务客户价值表现出更丰富的形式。电子商务客户价值的组成应该是客户交易价值和客户e价值的结合。

1．客户交易价值

（1）交易量。交易量仍然是客户价值最重要的方面，交易量的多少直接体现了客户能为企业带来的收益，其他所有的价值行为也综合体现在交易量上。在电子商务环境内，交易量有了更多的形式，比如数据库营销中的一段时间内的交易量，更能体现客户在当前的忠诚度。著名c2c交易平台，淘宝网也将近三十天的交易量作为宝贝排名的.重要因素。另外，电子商务交易中存在线上交易和线下交易的问题，即资金来往是通过线上还是线下的问题。很多企业，尤其是进行b2b交易的企业，由于交易资金数额较大，对网络安全存在一定的担忧，因此选择线上发现机会，线下完成交易的方式。那么，线上交易量就和线下交易量需要做一个区别了。

（2）交易次数。交易次数越多，表明客户的依赖性越强，客户对网站（店铺）的重要性就越大。一般来说，平均交易次数或者总的交易次数对客户价值的衡量不如近期交易次数准确，因为近期的交易次数能够更好的反应企业当前购买的状况，对未来一段时间预测的参考性也更强。

2.客户e价值

（1）流量。指网站的访问量，是用来描述访问一个网站的用户数量以及用户所浏览的网页数量等指标，常用的统计指标包括网站的独立用户数量、总用户数量（含重复访问者）、网页浏览数量、每个用户的页面浏览数量、用户在网站的平均停留时间等。流量的统计，包含了客户的登陆、访问产品页面、停留时间、通过搜索引擎访问等外部链接、广告点击等重要的客户价值。首先，客户登陆次数越多、停留时间越长、访问产品页面越多说明，说明客户的活跃程度越高，最终形成购买的可能性也越高，这无形中给网站增加了人气，间接提高了网站知名度。其次，通过搜索引擎等外部链接访问对网站的搜索引擎排名非常重要，指向网站的链接越多，访问的流量就会越大，网站在百度等主流搜索引擎的排名就会越高，这对于潜在客户通过搜索引擎找到企业网站很有意义。第三，广告收入是网站的重要收入来源，在一定转化率基础上，广告点击次数多，能给网站带来更多的经济收益。

（2）增值服务。增值服务是很多电子商务网站，尤其是电子商务交易平台盈利的新增长点。增值服务的推出，能更好的为买卖双方提供更诚信、更方便的服务，比如，阿里巴巴提供的保障金、诚信通、网销宝，淘宝网的直通车、数据魔方、淘客宝等服务。多样化、全方位的增值服务是电子商务区别于传统商务的重要方面，购买各种服务的卖家能更好的推出企业产品，获得更多收益，比如淘宝直通车，能够使得卖家宝贝的展示次数迅速提升，进而提高销售量。

（3）互动性。互动性主要指在论坛或者产品留言区发表言论，或者提出相关话题的客户。这些客户常常能带动其他客户的参与讨论，带动网站的人气。

四、总结

电子商务近十年的发展，冲击了传统商务的格局。迥异的环境，层出不穷的电子商务经营模式的诞生和增值服务的开发使得客户价值的计算和判断有了新的内容。企业对客户价值的研究应当随着环境的变化，更新对企业价值的计算和判断。

参考文献：

[1]王海波,仲秋雁.基于数据挖掘的客户关系管理体系结构研究[j].大连理工大学学报:社会科学版,(6)

陈明亮,袁泽沛,李怀祖.客户保持动态模型的研究[j].武汉大学学报,(11)

许海玲，吴潇，李晓东，阎保平.互联网推荐系统比较研究[j].

**电子商务论文选题方向篇八**

【论文摘要】电子商务的`广泛运用为会计发展提供了良好契机，电子商务时代的来临引起了传统会计领域的根本性变化，电子商务扩展了会计核算范围，改变了会计核算方式，并将对会计假设以及财务报告产生深远影响。

【论文关键词】电子商务 财务会计 影响

电子商务是指利用电子计算机与网络技术进行商业活动和行政管理的总称。它通过商品销售平台网络联系消费者，使供需双方直接联系，使整个交易过程更趋直接，降低了会计核算成本，也提高了会计信息的传递速度，扩大了会计核算范围，改变了会计核算方式。

一、电子商务扩展了会计核算范围

电子商务改变了会计信息的输入和传递方式，极大地扩展了会计核算范围，使商品交易在全球统一的电子虚拟市场中进行，极大地延伸了会计发展空间。电子商务通过电子技术、网络互联技术和现代通讯技术的运用支持在线管理和集中式管理模式，大量的数据直接从企业内部或外部其他系统获取，企业信息将实现“数据共享”的信息集中管理，消除了地域差距，交易信息实现即时传递。整个交易过程实行电子化传递，瞬间完成交易全过程，具有方便快捷、节省时间等优点。企业集团可以利用基于电子商务的网络财务软件对异地企业实现资金结算、集中记账、远程报账、报表即时生成等处理，使会计部门内部、与其它部门之间以及与企业外部的信息交流十分便捷，财务部门可以与其它部门协作完成各种交易事项，可以实现会计信息共享，实现企业决策科学化和业务智能化。

二、电子商务改变了会计核算方式

运用商务网络使企业会计核算变得很方便，企业采购、销售等部门可将各类信息存储于数据库中，授权的信息使用者可随时获取所需信息。财会部门也可通过网络把会计信息向企业的内部和外部网页上发布，并把有关信息传至银行、税务、证券交易所等机构，电子商务的运用使原来纸质的会计原始凭证数据直接记录在磁盘或光盘上，利用网络发送取代传统的纸质或软盘报送方式。磁介质代替了纸介质，电子凭证代替了书面凭证，电子符号代替了会计数据，跨地区商品交易的资金收付都通过网上结算，企业之间交易可以进行电子转账、网络银行的电子货币支付及其它金融工具支付将成为电子商务中的主要支付方式，财务信息的时效性和实用性将大大提高。会计信息流动过程中签字、盖章等传统确认手段将不再存在，大大加快会计账务处理的速度，使各经济主体之间的交易迅速准确地进行，可以及时满足企业内外部信息使用者的需要。

三、电子商务对会计假设的影响

会计核算的基本前提是对会计核算所处的时间、空间环境所要作的合理设定，传统会计是建立在传统经济环境的基础上的，建立在会计主体、持续经营、会计分期、货币计量四项假设之上的，电子商务的到来改变了原有的社会经济环境，使得传统会计的基本假设受到巨大的冲击和影响。

1、电子商务对会计主体假设的影响。会计主体假设是指会计信息所反映的特定单位或者组织，规定了会计工作的空间范围。在电子商务环境下，企业间的交易通过互联网进行，使得会计主体形态变得虚拟化，为了完成某一目标，它会在短时间内结合形成一个存在于计算机网络的临时结盟体，没有固定的形态和确定的空间范围，会计主体的概念越来越模糊。在电子商务网络中一个网址即代表一个企业，只要通过域名网址，企业交易双方就可以进行资源共享和网上交易，根据市场变化和企业经营活动需要进行会计主体的分合和重组，会计主体可能随时面临扩张、缩小或解散，会计主体的空间范围变得模糊，具有很大的不确定性。

2、电子商务对持续经营假设的影响。持续经营假设是指在可以预见的将来，企业将会按照当前的规模和状态持续不断地经营下去，而不会面临破产和清算。而在电子商务时代，企业在向市场提供商品或服务的过程中，众多的企业因共同利益需要而联合成企业集团，共同完成一项经济业务后企业主体开始解散。持续经营假设在电子商务环境下表现出很大的局限性，虚拟主体经营活动的短暂性打破了持续经营假设的适应范围，企业面临着激烈的竞争，企业兼并成为一种趋势，破产清算将成为可能，持续经营假设面临着极大的挑战。

3、电子商务对会计分期假设的影响。会计分期假设是指人为地将会计主体持续不断的经营过程按一定的时间间隔分隔开来，形成一个个会计期间。按照会计期间结算盈亏和编制会计报表，定期向有关信息使用者提供企业一定时期的财务状况和经营成果。会计分期可以保证会计信息使用者定期获得有关的会计信息，在电子商务时代，市场信息的瞬息万变决定了网络公司的不稳定性，它的存续时间可能很短，会计信息需求者通过网络可随时得到企业动态的会计信息，企业会计核算由静态走向动态，会计信息使用者可以随时了解企业的财务状况与经营成果，根据各自需要作出决策，会计主体的虚拟化使得人为划分会计期间变得毫无意义。

4、电子商务对货币计量假设的影响。货币计量假设是指用货币作为主要计量尺度，对会计要素进行统一计量，并且假定币值稳定。电子商务环境下连接各国的信息网络使全球形成一个统一的国际大市场，经济全球化使得企业经济活动的国内市场与国外市场很难划分，使得国际间资本流动加快，国际贸易、国际投资增加以及汇率与货币币值的变动更加频繁，资本决策可在瞬间完成，加剧了企业的金融风险。

四、电子商务对财务报告的影响

财务报告是向投资者及其他利害关系人提供会计信息的窗口，财务报告采用通用、规范的格式，主要以资产负债表、损益表和现金流量表为核心，反映了定期、定时，但并不完整的财务信息。在电子商务时代，财务报告的形式与内容上都发生巨大变化，会计信息采取网上报告的方式进行，扩大了会计信息的披露范围和信息容量，满足了信息使用者的决策需要。财务报告更侧重于向使用者提供对未来决策有用的相关信息，对会计信息使用者来说，反映企业未来发展趋势的非货币信息与货币信息具有同等的重要性，单纯用货币计量提供的会计信息已不可能成为管理者和投资者决策的主要依据，他们越来越期望财务报告中提供反映企业竞争力等指标的非货币信息（如科研能力、创新能力、市场占有能力等）。会计信息披露范围不仅包括财务信息本身，而且包括与企业经营有关的非货币信息等，使得财务信息披露由单纯的财务信息向包括非财务信息在内的复合型财务信息转变。

由于未来的企业环境复杂，企业管理者要对企业的经营活动进行前瞻性策划，利益相关者也日益关注企业未来的盈利能力。因此，必须在未来的财务报告中充分披露企业的未来信息。它主要包括企业发展前景、盈利性预测、网络技术发展前景、企业面临的机会与风险等。此外，可以根据信息使用者的兴趣提供多样化与个性化的会计信息，多媒体与网络技术的运用使得会计报告不再拘泥于单调的纸张表格形式，也可采用表格、声音、图像并存的形式，使信息使用者在工作中享受娱乐，有利于提高工作效率。

综上所述，互联网的普及和知识经济时代的到来使电子商务将成为未来商业的主要形式，且势必对财务会计产生重大的影响。电子商务代表着先进的商业交易方式，电子商务的发展促进全球贸易成交量的迅速增长，也使得传统会计领域发生根本性地变化，我们必须积极改进现行的财务会计核算体系，迎接电子商务对我国财务会计的挑战。

【参考文献】

王霞：电子商务对会计的影响及电子商务会计的发展[j]。会计之友（中），20xx（1）。

王妍雯：浅谈电子商务对会计工作的影响[j]。科技情报开发与经济，20xx（3）。

殷锡祥、王德明：电子商务对财务会计的影响[j]。财会通讯（理财版），20xx（10）。

朱爱军：电子商务的应用对传统财务会计的影响与挑战[j]。商场现代化，20xx（35）。

杨世军：电子商务对财务会计体系的影响[j]。商业经济，20xx（11）。

**电子商务论文选题方向篇九**

摘要：

一边是找不到工作的人才，一边是找不到人才的企业。用这样的话来描述在电子商务高速发展的今天，中国多数中小企业以及很多大学毕业生的现状，显得尤其尴尬而又贴切。而通过网络就业，网店，成为了最易入门而最见成效的方式之一。本文将就这个问题，展开简单的探讨。

关键词：

电子商务就业网店可行性

一、供需双方的矛盾

在近年高校毕业生数量急剧膨胀的形势下，就业的难题似乎变得更加严峻和突出――全国就业工作座谈会传来消息，20xx年应届毕业生规模是本世纪初的6倍，20xx年高校毕业生人数为660万人，“十二五”时期应届毕业生年平均规模将达到近700万人。而随着产业结构的调整，失业人数可能会继续增加。

一边是失业，一边却是企业的“用工荒”，目前中国企业调查系统针对5920家企业的调查数据显示，有四成左右的企业家认为企业难以找到需要的熟练工人，技术人员和管理人员等人才，调查显示，46.2%的企业家认为“缺乏人才”是当前企业面临的最主要困难。

我国电子商务发展的序幕已经拉开，近几年，已经在逐步呈现大规模、全方位、加速度发展的态势。一般意义上说，企业发展电子商务最急需的资源是人才。电子商务人才市场需求将体现以下特征：

1、需求量大

一种全新的、涉及所有企业的商务方式的兴起自然需要大量人才。需要受过专门电子商务教育的人才。电子商务与传统商务有着很大区别，有自身的理论、规律、方法，要求从业人员有较好的理论知识和实践经验。

2、需要高素质人才

电子商务作为现代商务模式，以高科技为支持，企业面临着十分激烈的市场竞争，同时电子商务类的公司中绝大多数岗位属创造性、非事务性劳动，因此要求员工具有较好的素质，既有较强的分析、判断与创新能力，又有善于实际操作、高效解决问题的能力，还要善于与人沟通，几者缺一不可。

二、以淘宝网为代表的电商平台下的就业机会

当这个问题越来越突出时，我们不由思考，如何能让这些企业找到人才，让这些人才找到归宿？以淘宝网为代表的电商平台，正在风生水起的悄然改变着一些传统。

20xx年1月6日，在“20xx年淘宝年度盛典”晚会上，淘宝网正式对外发布最新淘宝网就业指数。数据显示，截止至20xx年12月31日，淘宝网创造了超过182.3万直接就业机会，也就是说全国有近182.3万人通过在淘宝网上开店实现了就业。

高速发展的网购市场，越来越多的人们选择在淘宝开店，以创业解决就业。早在20xx年10月，淘宝网就曾经说过：要在5年内实现100万就业机会。5年过去，淘宝网实现了这个硬性指标。新商业文明下的大淘宝，正走在创造1000万就业岗位这下一个目标的路上。

据全球咨询机构idc测算，每一人在淘宝开店实现就业，就将带动2.85个相关产业的就业机会。也就是说，截至20xx年12月31日，淘宝网已经为产业链创造了超过500万个就业岗位。

除了以来网购交易额的增长激发了更多人上淘宝开店之外，淘宝推出的一系列政策也切实的帮助了新加入的卖家，这其中包括增加对新加入卖家的培训、降低成本等。比如去年年初建立的旨在为网店经营者提供招聘机会、为个人提供应聘网店机会的招聘求职平台。仅在09年第一季度，平台提供岗位28502个，涵盖网店客服、模特、美工人员、店长、网络销售、网店装修工等职业。

三、大学生网店创业的可行性

1、大学生有充足的自由支配时间

大学生活不同于中学，大学生有较多的自由支配时间。除了学习外，玩游戏，上网聊天，打球等也是大学生活不可或缺的。有梦想，想创业的大学生不妨把此部分时间合理利用起来，在淘宝上开个小店。

2、大学生具备上网条件

现在大学生已经拥有良好的学习生活条件已经非常好，宿舍能够上网就不用说了，电脑也是近乎人手一机。电脑有了，上网具备了，这就具备开店的基础条件了。

3、开网店投入小

在淘宝上开店，不需要网络技术的维护，只需具体上网的条件即可。至于货源问题，从两个方面可以解决：

（1）到就近的批发市场批货

但如此会有库存积压的风险,并且需要拍照、做数据等工作。适合有一定资金并且能够拍照和处理图片的大学生。

（2）做网店代理

如今很多商家提供网店代理服务，支付宝担保交易，一件代发货。此方法适合不想投入更多资金和人力的大学生采用，当然，在选择网店代理商的时候，要认真鉴别，现在做网店代理的商家较多，鱼龙混杂，大学生需要从其提供的产品，价格，售后，推广等服务认真辨别筛选。选择适合自己的网店代理商。

4、大学生具备快速学习的素质

在如今竞争激烈的淘宝网店，新手成功的难度越来越大，要想成功，学习是必不可少了，开店经验，推广技巧，提高网店转化率方法等等是需要淘宝掌柜快速领悟并掌握的必要条件。

从以上4点可以看出，大学生具备开店的基本条件和做好网店能力。

四、国家政策以及教育资源的支持

随着网店规模愈来愈庞大，网店运营专才紧缺，虽然中国目前已经有275所本科高校、近700所高职院校开设了电子商务专业，但这些学生普遍无法直接上岗重理论轻实践现象相当严重。人才的缺口已经大大限制了中小企业电子商务的快速发展。

由国家工信部牵头、发改委等9部委联合制定的《电子商务“十二五”规划》中，我国将把握信息技术发展的脉搏，加强前瞻性研究，电子商务将被列入战略性新兴产业的重要组成部分，是下一阶段信息化建设的重心。

从20xx年开始，淘宝网创办了网商培训学府――淘宝大学，在不断的探索与实践中逐步形成在线培训、现场授课和培训认证三位一体的教学模式。大学生网上开店所产生的良好效应也促使了政府部门出台相关政策来支持大学生网上开店。

在20xx年全国会期间，民建中央报送全国政协十一届三次会议提案《民建中央关于进一步完善我国创业政策体系的提案》中，尤其提到在网络创业方面，政策的扶持力度还远远不够，希望通过加大网络就业方面的政策扶持力度，来大力促进创业和就业，对网络创业平台和网络创业者给予税收优惠和适度宽松的管理政策，并为创业者提供咨询、培训方面的服务。

电商时代，通过网络解决相当部分的就业问题，势在必行。而网店就业，正是最容易入门的方式之一。其实随着网店数量越来越大，网店的管理营销已不是店主单打独斗能够应付的，许多网店开始寻找专门的网店管理人员，从而催生了网店客服、美工、平面模特等大量网店职位。这又从另一个方面，催生了新的就业途径。这正像义乌工商学院院长贾少华所说的，大学生不应该以实现就业为目标，实现就业是底线，大学生的目的是为社会创造更多的就业岗位，帮助更多的人实现就业。

电商时代，网店就业正在悄悄改变着人们的传统观念，生活方式，就业方式。其光明而又广阔的就业前景，我们拭目以待。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn