# 电子商务论文摘要20例范文(通用8篇)

来源：网络 作者：梦里寻梅 更新时间：2024-01-26

*下面是小编为大家整理的电子商务论文摘要20例范文(通用8篇)，欢迎大家借鉴与参考，希望对大家有所帮助。第一篇: 电子商务论文摘要20例　　电子商务下农产品互联网营销研究　　摘要：与西方发达国家相比，我国农产品互联网营销仍然处于初级阶段，可是...*

下面是小编为大家整理的电子商务论文摘要20例范文(通用8篇)，欢迎大家借鉴与参考，希望对大家有所帮助。[\_TAG\_h2]第一篇: 电子商务论文摘要20例

　　电子商务下农产品互联网营销研究

　　摘要：与西方发达国家相比，我国农产品互联网营销仍然处于初级阶段，可是我们的发展速度十分迅猛。文章分析了我国各大电商平台对农产品互联网营销的重视，分析了我国在电子商务背景下农产品互联网营销存在的问题，并针对这些问题提出对策。

　　关键词：电子商务；农产品；互联网营销

　　1、我国农产品互联网营销的现状

　　与西方发达国家相比，我国农产品互联网营销仍然处于初级阶段，存在很多缺陷，与他们仍有着很大的差距。［1］可是，也正是因为起点低，所以我们的发展速度十分迅猛，目前，我国大部分地区已建立农业信息中心，区域和县级都相继建立。大多数大学和研究机构已和地方政府联网并创立了很多农业信息书籍，加快了农业发展的速度和质量。农产品网络营销已成为一种十分有效的营销手段，已在中国基本普及。在销售的农产品种类方面水果，坚果和特产占很大比例，而其他产品只能包括各种水产品，肉类，蔬菜和茶叶，滋补品等。从近年来的电子商务发展模式来看，比较典型的有中国农产品交易网、中国农副产品交易市场、中国水果苗木网还有一些企业的电商平台。这些网站平台的建立增加了农产品销售的渠道，在服务顾客的同时提高了农民的收入，使销售速度不断加速。推动了配套产业的升级和发展。从这些交易网站的建立中，我们不仅仅能够看出农产品营销方式的改变，还能看出人们因为网络交易而带来的生活方式的改变。以位于陕西省的中国苹果之都——洛川县为例，洛川县是我国的苹果种植核心地带，也是世界最优苹果的优生区，经过调查发此刻20\_年的时，当地仅有将近两成果蔬公司运用了网络进行销售，这说明了我国鲜活农产

　　品的互联网营销虽具有发展潜力，但发展速度较慢。截止20\_年底90%的果蔬公司运用了网络营销，使该县的营销金额数量提高了65.5%，直接体现了互联网营销的影响力和重要性。

　　2、我国各大电商平台对农产品互联网营销的重视

　　20\_年，我国农产品网络在线交易形势大好，各家电商公司借着东风，不断完善网站结构和丰富产品式样，互相推动，互相信任。阿里系的天猫和淘宝旗下的电商店铺，当前已发展至150万家以上，并且主营农产品的店铺、农产品的种类不断增加，阿里巴巴旨在经过建立农村淘宝、淘宝电商园等手段，实现线上线下的完美融合。根据阿里巴巴的发展蓝图，要在全国各地建立淘宝村、淘宝镇等紧贴农产品生产地的淘宝集中点，旨在经过批发+零售，线上＋终端模式完成农村地区农产品的网络经营化和网络生产化。阿里巴巴试图经过全国试点项目实现“千家县村”农产品联系的发展战略。［2］京东商城的农产品销售模式于20\_年7月推出，以干果为主要产品，经过多年的发展和扩充，此刻涵盖了水产、蔬菜等生鲜产品。其主打的销售模式为：“平台贸易+冷链物流配送”，经过自身的行业优势和品牌影响力以及物流配送模式进行产品营销。在这些物流公司中，一部分与产品供应商签订协议，实现产品的快速供应。所以，无论你在哪里，只要你能够接入互联网，你就能得到新鲜的农产品。

　　3、电子商务背景下我国农产品互联网营销存在的问题

　　从中国农业互联网营销的过程来看，迄今为止，农产品在线上销售占总销售额的比例依然很低。与发达国家相比，我们所要走的发展道路还是十分漫长，原因如下：

　　3.1农产品标准化程度低

　　农产品标准化是指农产品在生产过程的管理规范，产品质量必须贴合标准。农产品质量标准的制定要从生产环境，制造工艺，产品品质，加工和包装等各个方面，使农产品生产的各个环节都能进入系统化管理的轨道，实现农产品的全过程管控。调查发现，农产品标准化存在诸多问题，如质量低，农产品专业化程度低，加工水平落后，生产技术规范少，生产技术落后，化肥和农药过多等。此外，由于我国尚未建立农产品的统一标准，农业生产过程和农产品质量的标准化水平偏低，直接阻碍着网络营销的发展速度。所以，提高我国农产品标准化，十分迫切。

　　3.2农村网络基础设施薄弱

　　中国农村居民人口占总人口的70%，但互联网用户数仅占全国互联网用户总数的0.8%，农村网络建设力度不足是很大的原因之一。［3］最重要原因是农村和偏远地区的经济水平落后，地理环境更加复杂，人口更为分散，造成宽带建设，运营和维护成本高且收益低。所以，大多数电信服务公司根本不愿意进入农村市场。人们的网络意识薄弱，网络消费习惯和消费体系尚未建立。

　　3.3农产品互联网营销人才缺乏

　　由于我国农村教育水平偏低，其中近一半低于小学水平，其中极少有人理解过高等教育。此外，农村居民意识里的网络文化是休闲和娱乐，很少有人意识到能够经过网络开展商品营销。思想决定高度，当农产品遇到滞销时，他们根本没有用互联网改变困境的意识。要顺利进行这个项目，我们需要有一点操作计算机本事的人，也就是说，我们需要既了解计算机如何使用又要懂得营销，同时，我们需要十分熟悉农产品基本特点。所以，人员水平，资源环境和技术条件的不足一向制约农业的发展。

　　3.4农产品互联网营销的电子支付问题

　　为保证电子支付的安全性，我们不仅仅需要很多的技术支持，还需要相当大的人力，物力和财力的支持。对于文化程度多数不高，经济发展实力薄弱的农村地区是一个大难题。大多数农民并不了解互联网营销的优点且对计算机生疏，很难理解网络转账，所以仍然采用传统的付款方式。另一方面，信用安全问题。目前，我国的信用体系还不完善，我们经常能够在互联网上购买到假货或遇到商业欺诈，这些都大大的阻碍了我国农产品的互联网营销的发展。

　　4、电子商务环境下农产品互联网营销的对策

　　4.1提高农产品的标准化程度

　　要提高农产品标准化水平，各级政府和相关单位需要做好领导工作，并且需要多和农民交流。所以，建立完备的农业标准体系是重中之重。在这个过程中，我们应当学习国外先进的标准，然后加快中国农业质量标准的制定和颁布。其次，我们应当加快农业监测体系的完善，加强农药残留农产品合格的检测，使大家吃的放心。最终，增大宣传力度，让标准化生产、标准化产品的理念深入人心。

　　4.2加大农村网络信息基础设施的投入

　　在某种意义上说，农产品市场信息是一种公共信息。为了保证农产品网络营销能够更好更快发展，政府要在网络基础构建的早期进行农产品的宣传，补充、维护、更新农产品的相关基础数据库。政府部门还应采用相关的激励手段，鼓励当地农户和企业进行网上农产品销售。例如，能够采取降低农业生产者的税收水平、降低土地和房屋租赁价格、直接经济奖励等手段，这对扩大网上农产品销售渠道和规模起到进取有效的作用。

　　4.3进取培训和引进互联网营销人才

　　农村互联网营销的落后原因之一是因为缺乏懂互联网营销这类人才。［4］当地政府能够采取人才引进政策并培养当地农民的网络营销意识，当地政府需要为我们供给进取的配合和支持。积极开展针对农民的培训，需要政府加强引导成立一批这方面的专家队伍从而对农民进行系统的培训。对于互联网营销人才的引入，由于农村地区经济落后且条件没有城市里舒服等原因很难吸引大学毕业生之类的人才回乡就业。所以，当地政府应成立人才回乡创业基金，对愿意回乡的人才给予创业补贴和优惠政策，实现人才的回归和保留，保证当地经济的发展。

　　4.4完善现有信用支付系统

　　安全方面还有很多的问题，但最主要的还是支付安全。目前，支付安全是各个企业的重中之重，各国经过不断完善法律保护电子支付安全，中国也不例外。一是建立法律制度，建立合理合法的在线信用支付制度，修改相应现行的不合理法律法规，确保支付安全的有效手段；二是提高网络防诈骗意识；三是我们应当不断的提升安全技术和相关硬件设施；四是加强政府主导，协调促进银行和企业的合作。

　　4.5创新运营模式，增加附加值

　　如果只是农产品直接销售，当中的利润并没有最大化［15］。我们要同步实现农产品的加工和创新，以实现产品利益的最大化，以三只松鼠为例，他们的主营产品是坚果和干果产品，可是单纯的坚果和干果产品已经无法推动企业的发展。所以三只松鼠创新了产品增加了产业链，现有水果干，豆腐干，猪肉脯，坚果等等各种休闲小零食。同时在各大电商平台售卖如天猫、京东等，采用网上营销，直接营销，加盟合作等多种方式销售。

　　4.6构建营销平台，营造良好氛围

　　互联网营销的开展离不开计算机，离不开信息技术的支持，政府要加大对信息建设的投入，改善基础设施，同时需要制定完善的法律体系规范此行业的发展从而确保安全运行。人才是一个平台前进的重要基础，注重相关人才的培养［16］，需要社会各界的思维模式从根本上转变，顺应时代发展的需求。仅有营造出积极向上、与时俱进的农产品互联网营销氛围，才能让大家全身心投入到互联网营销中去。

　　5、结束语

　　作为新时代的一种新的营销模式，互联网营销的兴起时间较短，但其发展前景十分广阔。互联网营销为农产品销售供给了更广阔的平台，农产品生产企业和个人也期望抓住商机，打造自我的品牌，大力推广互联网营销模式，建立自我的互联网营销体系。同时，也期望政府部门能加大对农产品的关注力度，对农民加大普及互联网营销观念，促进农产品互联网营销的发展。

　　参考文献：

　　［1］踪锋.电子商务环境下农产品批发市场升级研究［J］.商业经济研究，20\_(06)23-25.

　　［2］陈建成.电子商务环境下农产品交易模式及发展研究［J］.中国流通经济，20\_(15):11-13.

　　［3］向敏，于洁.电子商务环境下鲜活农产品配送路径优化研究［J］.科学管理研究，20\_(18):32-33.

　　［4］徐金星，罗兰.电子商务环境下农产品网络营销策略分析［J］.中国农业信息，20\_(11)33-35.

**第二篇: 电子商务论文摘要20例**

　　１电子商务行业发展现状

　　近年来，在全球电子商务市场规模不断扩充的前提下，中国电子商务市场规模持续引领全球，服务能力和应用水平不断提升。同时，截至20\_年３月，中国网民数量达９．０４亿，互联网普及率达６４．５％。全国电子商务交易额在20\_年底达到３４．８１万亿元，占社会消费品零售总额２０．７％。数据显示一方面互联网普及率和电子商务交易额不断提升，另一方面仍有很大的提升空间。同时，随着科技的进一步发展，电子商务新模式、新业态不断涌现。人工智能、大数据、区块链等技术广泛应用，跨境电商、社交电商、直播电商等模式深化创新，不断满足消费者日益变化的消费体验需求。与此同时，今年的疫情更是促进了电子商务带动线上线下融合发展的趋势，餐饮企业、零售门店主动拓展线上市场空间，电子商务平台与产业链中的各方建立数字化连接，对于提升供应链运营效率和产业转型升级效果显著。

　　２行业发展对人才的需求变化

　　随着电子商务行业的不断发展、越来越成熟，对电子商务行业人才的需求也发生了较大的变化。根据行业发展成熟程度对人才的需求变化，结合电子商务发展现状，人才需求体现了以下几点变化。

　　２．１学历层次要求不断提升

　　电子商务发展初期，行业对人才的需求是关键看能力，学历不重要。现今已经演变为学历层次越来越重要。原因是电子商务的发展变化快、实践性强、成熟度不断提升的特点，要求从业人员具备更高层次学历并具备可持续的学习能力。20\_年行业调研数据显示，对大专人才的需求占主导，为５９％；对本科生的需求较20\_年提升４个百分点，达到了１３％，呈现多年的持续提升。

　　２．２新媒体推广对人才的需求影响

　　新媒体推广现已成为大多数电子商务企业的标配，其中，直播、短视频推广占比达到８０％，和20\_年相比，又提升了１１％。与此匹配，新媒体、内容创作、社群方向的人才需求已经成为电商企业的第一需求。同时，主播、网红、达人方向人才需求增长迅速，达到了３５％。很多电子商务企业在发展中也已经逐步认识到数据的重要性，专业数据分析及应用人才的需求量也越来越大。

　　２．３对应届生的需求变化

　　电子商务行业人才需求仍然保持旺盛。相比20\_年，就业人员比较稳定，电子商务企业在人才建设方面也有了一定的提升。即使是在疫情期间，电子商务企业人员也相对比较稳定。这也源自于对人才需求的来源的变化。在电子商务发展初期，更多的人才引进来源于面向社会的招聘。“拿来就能用”的思想占据主流。近５年，越多的企业觉得应届生或实习生可塑性更高，用人比例逐年提升，20\_年此类用人企业已达到４９％。

　　３新时代下电子商务人才需求的特征

　　３．１电子商务人才缺口仍然较大

　　电子商务发展虽然已经经历了２０多年时间，但新模式、新业态的不断涌现，导致对传统电子商务人才需求依然旺盛的前提下，新型人才的需求又不断提升。虽然，经过多年的培养，传统电子商务人才的缺口已经有所缓解，但因为新模式、新业态的发展速度快，导致新型人才的需求缺口不断提升。根据调研数据，有稳定招聘需求和大规模招聘需求的电子商务企业比例达到８０％，虽然比例有一定缩小，但需求量仍非常大。另外，面向未来，从传统电子商务到数字产业电子商务，乃至中间的各个阶段，新模式、新业态带来的全面的行业变革需要培养更多大量的多元化人才。

　　３．２直播、短视频、数据分析等人才需求旺盛

　　近几年，虽然客服、物流等基础岗位的需求数量在减少，但新媒体、内容创作、社群、主播、视频处理等方向的人才需求量增长非常快；数据显示20\_年新媒体、内容创作、社群方向人才已经成了第一需求。同时，数据分析与运营人才、主播、网红达人方向人才的需求也紧随其后。

　　３．３对管理者能力要求更高

　　随着经济社会不断发展，团队人才方面问题已经连续５年成为电商企业面临的最大挑战，尤其是伴随着大量的９５后员工进入职场，他们的思维模式和行为模式和过去有很大不同，如何有效激发他们的能量，给当前的管理者提出了新的课题。另外，人才是企业的核心要素，如超过２０％的年流失率就会给企业造成实质性影响。而20\_年，有４３％的电商企业流失率超过了２０％。薪酬福利问题、成长空间问题、员工抗压问题成为离职的３大原因，作为企业的管理者要在如何留住人才这些方面多下功夫。

　　４新时代下电子商务人才的培养

　　因电子商务行业对应届毕业生人才的需求在逐年增长。这里就以应用型高校来谈谈，如何培养符合时代发展需求的电子商务应用型人才。多年来高校在电子商务人才培养方面存在一定的缺陷。导致虽然每年有大量的电子商务专业或相近专业毕业生，但不能对接企业需求。所以作为应用型高校来讲，都在研究和探讨培养的人才如何能与企业对接。在不断实践和创新的基础上，形成了以下几方面思路较为有效，可供大家借鉴思考：

　　（１）校企课程合作共建。作为教师在教学改革中经常发现，很多前沿性的课程在企业已经有了应用的苗头和趋势。教师期望在专业人才培养方案中进行添加，但限于人才培养方式是在学生进校之前已经制定完毕，期间修改会有一定繁琐手续；或者想添加的课程连教材都找不到合适的；又或者刚开始的研究仅限于理论研究，实践经验较少，难以全面教导学生。导致有了培养跟得上时代发展步伐学生的思想，但最终难以实现。在此前提下建议，电子商务企业专家和高校电子商务教师就电商运营、商务数据、新媒体、视觉设计、商业文案、现代物流等方面课程内容及教学方式进行研讨，切实打造出符合实际，跟得上形式的课程体系。如新技术和理念发展初期，教师尚未掌握完全的实践能力，可邀请共建企业共同来完成教学和实践任务，通过理论和实践互通，全面培养学生能力。既把教师的理论研究引入企业，同时也把企业更多的实践经验引进教学过程，让学生学以致用，避免产生学了难以用上的现象。

　　（２）多维度双创基地建设。在结合推行大学生创新创业的同时，在高校打造电子商务双创基地，在平台建设、项目运营、实验室共建等方面进行实践，完成“创业支持、人才培养、成果转化”等方面的建设任务。可以考虑结合电子商务现阶段发展特点，推动学生跨学科组建创新创业团队，在电子商务双创基地中展开实践，通过大学生创新创业项目申报孵化电子商务产业项目，达到学生自主实践的目的，并可以结合学生兴趣不断开展研究和实践，形成一定的学生和教学成果。

　　（３）企业顶岗实习就业。实践中学习是提升能力最快的方法。高校学生在毕业实习安排时，学校推荐电子商务专业学生到企业进行顶岗实习，利用半年的顶岗实习期，在企业岗位上进一步提升他们的专业技能和水平。当然这方面能够实现的前提条件是学校建立足够的校外顶岗实训基地，与大量企业对接，因为每一家企业接受顶岗实习的学生数量有限，这就需要学校层面结合本地电子商务发展对接足够数量的电子商务企业或拥有电子商务岗位的企业。

　　（４）现代产业学院建设。以上三点思路也可以通过一条路径来实现，那就是可以综合考虑在学校依托现有教学单位建立产业学院，引目标企业入校园。通过产业学院的方式开展人才培养模式创新、专业建设质量提升、校企合作课程开发、高素质教师队伍建设、实习实训基地共建等方面的实践。这种方式能够实现多种方式的研究和持续的发展，并能够实时的将企业当前技术和行业发展热点带入校园，让学生在接受实训的同时接受行业前沿的发展讯息，通过耳渲目染，培养拥有较强持续自主学习能力，适应未来不断发展的技术应用能力的电子商务行业人才。

**第三篇: 电子商务论文摘要20例**

　　电子商务企业内控环境与风险变化思路

　　摘要：新形势下，社会主义市场经济不断发展，现代科学技术不断提高，各行各业面临着前所未有的机遇与挑战。互联网技术在社会领域中的应用范围得到了扩大和拓宽。电子商务企业基于日益发展的互联网技术也实现了长足发展。如何更好地在不断变化的市场环境和网络环境中实现电子商务企业的发展值得思考。基于此，文章展开研究和分析。

　　关键词：电子商务企业；内控环境；风险变化；思路分析

　　一、电子商务企业的特点

　　随着互联网的不断发展，电子商务应用范围在逐步扩大和拓宽，并且已经逐渐发展成为更有活力的商业经营模式，近几年来，随着电子商务企业的不断发展，对于社会行业和整体经济的发展都产生必须影响，在电子商务企业的经营发展和管理过程中，往往要比传统的企业有必须的经营特色，其更多的表此刻以下几个方面。

　　（一）电子商务企业打破了时空限制

　　借助日益成熟和完善的互联网技术，电子商务企业能够不受时间和空间的限制，借助更加多样化的方式，开展综合全面的商业活动。传统企业在自身的经营发展过程中，往往还会受到传统意义上的时间和空间的限制，导致其自身企业经营发展受到必须制约。

　　（二）客户管理本事更强

　　基于现阶段的社会整体商业环境，企业用户和客户在享受服务的同时，也会受到多种信息的影响，其中不仅仅是市场价格变化，还包括有多样化的市场信息对其的影响。在这种情景下，传统企业的经营管理往往受到必须滞后性影响，难以更加及时准确的开展业务优化和创新。电子商务企业能够借助互联网技术即时迅速的信息沟通交流优势，来挖掘出客户的深层需求，并以此来更加高效准确的对客户信息进行优化和管理。

　　（三）迅速整合内部和外部信息

　　基于传统的企业管理发展，传统企业在开展财务管理和人力资源以及文档等方面的管理往往是较为分散、独立的，这种管理模式会影响具体的事务处理效率。当然，电子商务企业借助互联网技术能够更加进取有效的对企业内部和外部的信息予以优化整合，为企业的经营业务管理和发展产生重要促进作用。

　　（四）工作效率更高

　　传统企业的业务交流和交易方式，往往由于受到技术和环境的影响，其交易速度往往较慢，并且会存在耗费很多成本资金的问题。新时期的电子商务企业能够借助互联网技术有效杜绝这种情景，确保整个业务交易更加快速便捷，能够节省很多的资金成本，提高企业经营管理效益。

　　二、电子商务企业内部控制中存在的问题

　　电子商务企业的经营发展和业务开展的基础是网络技术，同时基于日益成熟和完善的互联网技术环境，电子商务企业能够实现更加迅速的提高，在业务开展上也会比传统企业有更多优势。传统企业的经营发展和运行活动往往较为独立，在实际的经营发展中可能会受到技术和信息方面的制约和影响。电子商务企业在实际的经营发展过程中，往往会受到技术和信息等方面的影响，与信息环境和技术等方面有紧密联系，基于这种开放式的互联网环境，电子商务企业的经营发展已经超越了空间和时间的限制，业务开展更加开放化。当前形势下的电子商务企业的经营发展更加开放，电子商务企业的内部控制也更加完善，可是在电子商务企业的经营发展中仍然需要更加完善和具体详细的监管体系，在其电子商务企业的内部控制中往往存在以下问题。

　　（一）内部控制环境认识上存在的偏差

　　互联网时代不断成熟和完善，在具体发展过程中，由于其本身的市场环境和电子商务企业的内部控制环境有所变化，所以基于更加多样化的内部组织结构，电子商务企业的内部控制可能会受到必须影响，电子商务企业的企业管理体系和内部权责体系以及电子商务企业的经营发展中的网络环境都会影响到电子商务企业的经营发展。在实际的电子商务企业的经营发展过程中，部分电子商务企业的管理者和领导层并未正确认识和意识到电子商务企业的整体市场发展大环境，并未正确认识和理解整体网络环境的安全性以及网络信息技术等方面的资料，这种片面的认识很容易导致其在具体的电子商务企业的经营发展过程中，对内部控制效果不严，对电子商务企业的资金和现金支出造成影响。综合来说，企业开展内部控制不仅仅是基于管理权利和经营管理的内部控制，而是应当更加的注重结合电子商务企业的业务开展和企业的经营发展的情景做好内部控制，由此也能够看出内部控制的重要性，所以说，如果电子商务企业的领导层难以对市场发展形势和自身的企业经营发展情景准确细致的了解，最终会导致电子商务企业的后续经营发展受到严重影响。

　　（二）企业信息数据的管理风险

　　互联网时代不断发展，整体互联网环境具有开放和广阔的特征，所以在互联网中的信息也会存在开放特征。众所周知，互联网应用具有双面性，在其信息记录过程中，往往更加物质化和数据化，对电子商务企业的信息安全产生必须影响，基于电子商务企业的经营发展，电子商务企业更多的是借助互联网技术来实现信息数据体系的构建和运行以及维护，以此来实现业务开展和交易进行，不断确保电子商务企业的电子化和自动化运营操作。在此基础上的电子商务企业也会受到必须风险影响，比如会受到互联网技术应用故障、操作欺诈、操作失误、程序错误、存储介质失效、网络病毒等，以上所述情景都会对电子商务企业的信息安全带来危害和影响。当然，在实际的信息技术的权限设置和操作过程中也存在必须的风险和隐患，这是互联网时代不可避免的都会出现的情景。任何一个电子商务企业在经营管理过程中，会结合自身企业的发展设置权限和管理规定，可是在企业的管理过程中，可能会受到电子商务企业的程序开发和技术操作人员以及信息程序的控制和监督以及管理维护等人员的综合素质和自身的业务本事的影响，很可能会出现恶意破坏和随意侵入他人权限或者随意更改权限设置等方面的问题，对于电子商务企业的信息管理安全和数据管理系统造成影响，不仅仅会导致企业的信息数据安全受到影响，还会影响到电子商务企业的经营发展，损害企业的经济效益。

　　（三）不断变化的电子信息技术，影响信息安全

　　电子商务企业的经营发展过程中，可能会受到电子标识应用的影响，存在必须的安全隐患。电子商务企业的经营和业务开展更多以的一种虚拟的方式来开展，借助信息网络技术开展管理，其中最关键的一点是确定双方的交易对象。这个方面的资料在传统的企业发展过程中，意义不大，可是应对新形势下的电子商务企业的经营发展，传统意义上的印章和手印以及手写签名越来越多的被信息技术方面的电子标识和数字签名所代替，由此也为电子商务企业的管理增加工作管理工作，更多的涉及到信息鉴定和程序加密以及软件设备的安全风险判定等。最终一方面是由于信息网络技术的故障风险，对电子商务企业的信息安全造成影响。信息网络技术不断发展，在其中发展和应用过程中，很可能会出现软件和硬件以及网络技术等方面的故障，这些故障，最终都会影响到电子商务企业的信息安全，也会造成其信息数据丢失或失真等情景，影响到电子商务企业的业务开展和经营管理。

　　三、完善电子商务企业内部控制的提议

　　（一）进一步优化、完善电子商务企业的内部控制环境

　　应对日益变化的市场经营环境，企业的内部控制的意义越来越重要。企业内部控制环境是企业经营发展的一种软实力，经过一种无形的力量来实现对企业的内部控制，所以企业领导层如果忽视对企业的文化建设，可能会导致内部员工出现徇私舞弊或者是违法乱纪等情景的出现，甚至企业员工的工作状态和自身的工作态度都会受到不良影响。企业的内部控制还经过完善的晋升和激励机制来引导员工以更加饱满的工作态度进入到工作中，所以电子商务企业的管理层应当重视企业的内部控制，并向企业全体员工宣传企业内部控制的重要意义，让全体员工都明确和认识到企业内部控制对企业发展和自身工作的影响，以此来构成更加完善的自我管理意识。在企业的内部控制环境建设过程中，应当重点注重对企业经营管理和内部控制在网络环境中的经营发展的重要性的宣传，借鉴吸收传统企业内部控制体系中的优秀成份，并结合电子商务企业的经营发展特点来建立贴合电子商务企业的内部控制体系。

　　（二）不断完善企业的风险控制体系

　　社会主义市场经济环境不断发展，所以在应对复杂多变的市场环境，应当要做好完善的风险控制，并结合具体的电子商务企业的风险形势和经营业务的变化，及时调整企业的风险控制体系，从而为企业在复杂多变的市场环境中的经营发展打好基础。在具体的风险控制体系优化完善中，应当进取做好业务活动风险、财务活动风险、技术研发风险、法律法规风险、市场竞争风险等方面的优化完善和控制；同时还应当结合电子商务企业的发展形势，加强对信息处理的风险控制，能够建立更加专业化的信息处理团队，确保在能够实现全程控制，保障电子商务企业的信息安全，促进企业健康有序发展。

　　（三）实现实时控制

　　新时期的企业经营发展往往受到更多方面的影响，不仅仅受到市场整体经营环境影响，还会受到网络技术发展和互联网时代整体态势的影响。所以就应当注重对企业的内部控制的强化和完善。应当进取改变传统意义上的内部监督观念，尤其要改变事后监督的方式，将其管理重点，放在事前监督和时点监督方面，有效实现事前预防控制和全程监督管理，并在事后构成总结纠正的新型管理模式。开展实时控制，主要是借助现代化的信息技术和网络技术来即时获得信息，并实现对企业的供应商和银行以及广告宣传和客户等方面活动信息的管理。借助信息技术能够实现对信息数据的即时和全面的管理共享，由此一来，在做好经营活动控制的基础上实现电子商务企业的经营效益和经营效率的提升，不断促进电子商务企业的健康有序发展。

　　四、结语

　　信息技术不断发展，电子商务企业基于日益变化和提高的网络技术实现了长足发展，基于网络环境和信息技术应用的电子商务企业打破了时空限制，客户管理本事有效增强，并实现迅速整合内部和外部信息，应对复杂多变的网络环境，电子商务企业内部控制中存在的内部控制环境认识上存在的偏差和企业信息数据的管理风险以及不断变化的电子信息技术，影响信息安全等问题，所以应当进一步优化、完善电子商务企业的内部控制环境；不断完善企业的风险控制体系；实现实时控制，不断促进电子商务企业的健康有序发展。

　　参考文献：

　　[1]杜小桃.电子商务企业物流成本会计核算研究[J].淮南职业技术学院学报，20\_(01).

　　[2]黄永兰.电子商务企业内控存在的常见问题及对策[J].中国国际财经(中英文)，20\_(04).

　　[3]许军，周琦琦.基于价值链合作型企业间电子商务模式研究[J].现代营销(下旬刊)，20\_(09).

**第四篇: 电子商务论文摘要20例**

　　电子商务安全信息化建设研究

　　摘要：随着电子商务在互联网中的不断发展，电子商务安全信息化问题是电子商务面临的重要问题。电子商务中的信息安全问题从整体上主要能够分为两个方面：计算机网络和商业平台的安全。计算机网络的安全性主要包括信息网络设备的安全性、计算机系统的安全性、数据库的安全性等。它的特点是在计算机网络本身可能出现的安全问题的基础上执行安全改善方案，以确保计算机网络本身的安全。而商务平台的安全包括商务平台系统中存在的安全问题、交易过程中的安全问题和商务平台中信息安全管理中存在的问题。信息安全问题是诸多问题中最核心、最重要的一个。为了促进电子商务更好更快的发展，更好的为国民经济的发展做出贡献，解决电子商务中的信息安全问题成为了最主要的关键性问题。安全信息化是电子商务的核心和灵魂。在电子商务领域，安全信息化一向是一个主要问题。解决这个问题的最好办法是促进电子商务的更快、更好的发展。然而，安全问题正在不断变化，所以解决安全问题的方法必须不断适应这些变化。本文经过研究电子商务中的信息安全问题，对电子商务安全信息化进行了研究，建立一系列的安全机制，引导商家与消费者更好的解决电子商务安全信息化问题，提高服务质量，增强电子商务信息化的安全。

　　关键词：系统安全；电子商务；数据安全；安全信息化

　　一、绪论

　　随着互联网的飞速发展，市场经济越来越稳定，越来越多的人们加入到电子商务的浪潮之中，电子商务的加速发展证明，在行动的范围内，电子商务的信息安全问题有待解决。我们的生活也更加的依靠于电子商务，所以，电子商务安全信息化建设所出现的问题得到了消费者、商家甚至国家的重视，并且安全对于我们来说越来越重要。

　　（一）研究背景与意义1.研究背景随着电子商务的飞速发展，运营对信息化的依靠性逐步提高，网络的安全性已经逐渐占据电子商务的大部分，所以安全信息化的建设对电子商务来说是有必要的。电子商务的持续发展导致越来越多的人将电子商务视为主要的商业模式，所以电子商务的安全问题逐渐出现。贸易商和消费者的信息安全问题在交易中尤其重要，这严重阻碍了电子商务的顺利进行。所以对于我们来说电子商务的信息安全问题十分重要。2.研究意义虽然电子商务带来了许多传统交易方式供给不了的便利，可是互联网技术快速的更新换代使我们所面临的问题不断变化，所以我们需要经过不断进化的策略来解决电子商务中所出现的一切问题。本文经过研究电子商务中存在的问题来提出方案解决这一问题，以双重保障商家与消费者的安全与利益。

　　（二）国内外研究现状1.国内研究现状自21世纪以来，我国国家信息化基础设施建设加速发展，并且已经取得了显著的成就。在网络化和信息化的支撑下，互联网的发展日趋成熟，电子商务稳步发展，逐步踏入人们的生活，并飞快地融入我们的日常生活中。人们能够经过互联网在网上选购自我所需要的东西。随着互联网被越来越多的人所熟知，电子商务也变得越来越流行，所以需要我们创立一个完整的电子商务安全信息化平台。由于电子商务信息安全问题涉及面广泛，资料比较复杂，所以我们需要从各个方面来对电子商务中的信息安全问题进行解决，保护消费者的权益，维护商家的利益，这样电子商务才能稳步发展。2.国外研究现状近年来，电子商务发展越来越成熟，这种新型的贸易方式也逐渐成为世界各地的主要贸易方式之一。所以，电子商务安全信息化也逐渐融入人们的生活，电子商务的安全受到国家政府、专业人员以及普通消费者的广泛关注。美国是电子商务发展最早的国家，也比较发达，对于电子商务中的信息安全问题的研究与国内也有着必须的差异。由于电子商务在美国的发展时间早，所以电子商务出现的安全问题美国也比我们更早的解决。国外的研究相对于国内来说更加丰富，角度更加宽广，从各个方面保护了电子商务的信息安全。

　　二、电子商务

　　（一）电子商务的定义电子商务是一种以信息网络技术为中心的商品贸易活动；它也能够被理解为在互联网、企业内部网和增值网络上的交易和相关服务活动，即电子、网络和传统商业活动之间的联系。电子商务在全世界范围更广，一般是指商业业务的开放网络因特网应用服务器，以推广商业活动和消费者、网上购物、在线交易和电子商务在线和所有行为、行动和活动，服务活动的综合金融活动是一种新的商业活动模式。与此同时，在线营销是电子商务的一种方式，在进行在线营销之前，必须制订一个良好的在线营销计划，以促进该计划的实施。

　　（二）电子商务的基本特征电子商务具有以下基本特征：1.方便性：在电子商务环境中，客户能够完成过去很难完成的、最复杂的商业活动，不再受到地理区域的限制。例如，经过在线银行获得账户资金、研究信息等，能够显著提高企业向客户供给的服务质量。在电子商务的商业活动中，有很多的资源用于发展和交流，灵活的工作时间，满足企业的需要，财政资源和休闲。2.完整性:电子商务进程能够管理工作纳入处理交易、人工和电子数据处理的一个不可分割的一揽子文件，以便不仅仅提高利用率的人力和物力资源，并且rigour系统的运作情景。3.安全性:在电子商务方面，安全问题是一个至关重要的基本问题，是一个网络供给解决办法，酌情顾及安全的机制，例如签名的加密机制、安全管理、出入控制、防火墙、防病毒系统，除其他商业活动历来十分不一样。

　　三、电子商务的安全问题

　　电子商务的安全可靠性保护是一项复杂的系统工程，包括人类环境的安全、基础设施的安全、系统的安全、逻辑实体的可靠性、安全性评估、安全服务、电子商务应用程序的安全性、用户安全等。很明显，这些问题与环境有关，所以安全可靠性问题可分为技术性的和非技术性的。非技术安全问题能够加强安全意识培训，建立和完善安全意识系统；技术安全问题能够经过适当的方法解决，贴合安全系统的等级制度和电子商务协议。在电子商务中，商业信息属于商业秘密，一旦被盗，损失将是不可估量的，所以信息的安全性将是十分宝贵的。它是电子商务能否顺利进行的保障。它影响着人们对电子商务的依靠，影响着电子商务将来的发展速度。电子商务的安全问题能够包括以下几个方面：

　　（一）信息泄露在电子商务中，信息泄露主要是商业秘密的泄露。这主要涉及两个方面:双方谈判的资料被第三方窃取;交易一方向另一方供给的信息，由第三方非法使用。小偷主要经过拦截和偷窃来泄露信息。

　　（二）信息篡改在电子商务中，信息篡改主要表现为商业信息的真实性和完整性问题。由于计算机网络安全的威胁和互联网的安全隐患，当窃取者掌握了信息的规律后，经过各种技术手段，在网络上传输的信息被修改或删除，然后将信息发送到目的地，从而损害数据的真实性和完整性。

　　（三）信息伪造由于电子商务交易中交易双方是经过网络进行，所以窃取者一旦掌握了信息的规律，就能够在传输过程中篡改信息。如果不进行身份认证，窃取者有可能伪造交易对手的身份，破坏交易，破坏伪造的信誉，或者窃取伪造交易的信息。

　　（四）信息破坏由于计算机网络本身就容易遭到恶意程序的破坏，随着计算机病毒的增加，互联网为病毒供给了良好的支持。不少病毒和恶意程序直接利用网络作为自我的“作案”途径，破坏计算机系统的正常运行，导致电子商务中的信息与文件在传播过程中被破坏。

　　（五）泄露个人保密保密对电子商务的双方都很重要。计算机网络安全威胁和互联网安全风险可能是破坏保密的个人数据泄露。

　　四、电子商务的安全要求

　　（一）机密性作为一种商业手段，电子商务是基于一个开放的网络环境，它的信息直接包含个人、商业甚至国家机密。所以，确保电子商务的普遍推广是为了坚持商业机密，能够经过加密传输文件的方式来预防信息在传输过程中被非法篡改、删除和假冒。

　　（二）鉴别性在电子商务中，交易双方都可能是未知的人。所以保障交易双方身份真实性变得十分重要，需要寻找一种方法来对对方的身份进行鉴别。

　　（三）完整性与传统贸易相比，电子商务减少了许多人工干预，简化了贸易过程，并提出了如何确保贸易伙伴的商业信息完整性的问题。双方的诚信直接影响双方的交易和经营方式，维护双方信息的完整性是电子商务应用的基础。

　　（四）有效性电子商务作为一种贸易形式，以电子票据代替了传统的纸张票据，信息的有效性将直接影响个人、企业甚至国家的声誉和利益。所以，我们必须防止和解决与网络故障、编程错误、设备故障和计算机病毒有关的风险，以确保数据的有效性。

　　（五）身份认证身份认证指的是交易双方需要确认对方的身份，确认对方是本次交易的所称的真正交易方。

　　五、结语

　　本文经过对电子商务的安全问题的研究与挖掘，实现了电子商务安全信息化的建设。例如，此刻互联网具有安全隐患，技术方面存在漏洞，而电子商务中存在的`信息泄露问题、信息篡改问题、信息破坏与伪造问题等直接影响到电子商务交易双方的利益。为了解决这些问题，我们经过对电子商务安全信息化的建设，实现了减少电子商务中的安全隐患，确保电子商务的安全。经过确保电子商务的安全来确保交易安全，确保交易双方信息与利益安全。电子商务安全信息化的建设工作需要构成体系，才能确保电子商务中交易双方的安全，才能建立一个安全的网络交易环境。然而，电子商务安全信息化的建设工作需要很多的技术支持，需要过硬的计算机技术保障，精密的管理技术以及专业的法律团队来支持，构成完整的体系来完成对电子商务安全信息化的建设。我相信，在拥有了一套完整的体系之后，我国电子商务的安全问题会越来越少，电子商务安全信息化的建设会发展的越来越强大，个人、企业甚至国家的信息安全会得到更好的保障，能吸引越来越多的人加入到电子商务安全信息化中来，促进我国电子商务的发展，从而提高我国的经济水平。

　　【参考文献】

　　[1]金胜男.电子商务信息安全研究[J].硅谷，20\_(12):36-37.

　　[2]谭前进，聂鸿鹏.电子商务中的信息安全研究[J].网络技术安全与应用，20\_(3):104-105.

　　[3]常珍珠.电子商务中信息安全现状调查分析[J].科技创新与应用，20\_(17):52-53.

　　[4]何培育.电子商务环境下个人安全危机与法律保护对策探析[J].河北法学，20\_(8):34-41.

　　[5]李彦.电子商务环境下用户数据的安全管理研究[D].山东:山东师范大学，20\_.

**第五篇: 电子商务论文摘要20例**

　　电子商务对国际贸易的影响浅谈

　　关键词：电子商务；国际贸易：影响；发展对策

　　摘要：随着社会经济的快速发展，电子商务这种全新的贸易方式逐渐出此刻我们的视野当中。在电子商务的发展过程中，它不仅仅对我国国际贸易的主体、形式和结构产生了巨大的影响，并且也给我国的贸易带来了更多的挑战和发展机遇。所以，我们要根据电子商务的发展现状，寻找有效的电子商务贸易的发展策略，以促进我国贸易更好的发展。本文主要就以电子商务对我国国际贸易的影响及发展对策进行详细的分析探讨。

　　1、电子商务对我国国际贸易的影响

　　电子商务的出现是开创了一种新型的贸易形式，它不仅仅以其独特的优势特点开扩了国际贸易市场，也对我国的国际贸易产生了不小的影响，具体来说，其影响主要能够包括以下几个方面：第一，电子商务对我国国际贸易交易形式的影响；第二，电子商务对我国国际贸易成本的影响；第三，电子商务对我国国际贸易经营方式的影响。

　　1.1电子商务对我国国际贸易交易形式的影响

　　首先电子商务在贸易形式方面，对我国的国际贸易产生了重大的影响。在传统的交易方式中，我们进行交易的主要媒介是电话和传真，虽然能够有效保障交易的准确性，可是却存在着交易耗时长，交易慢的问题。而电子商务就能够有效改善这一问题，这主要是因为电子商务是经过网络进行交易，所以商家与消费者在进行交易沟通时就更加方便，能够大大节俭交易的时间，提高交易的效率［1］。此外，电子商务的这种营销模式还有效地减少了一些交易的流程，使交易更加方便，有利于促进交易的完成。电子商务能够有效提高贸易的交易次数，促进资金的流通，对传统的国际贸易交易形式的改变有十分大的促进作用。

　　1.2电子商务对我国国际贸易成本的影响

　　在贸易活动进行中，交易成本是十分重要的一个部分，商家也仅有把控住了交易成本，才能在贸易活动中获得更多的利益。在传统的国际贸易中，商家需要有必须的经济基础才能够有足够的资金进行贸易活动，这种高门栏的贸易在必须程度上制约了我国的贸易发展。可是，电子商务的出现就很好地解决了国际贸易中的成本支出问题，使更多的小规模的商家企业能够加入到国际贸易当中来，有效促进了国家的贸易流通。这主要是因为电子商务在交易时只需要经过网络进行操作，一方面，这种交易模式很好地减少了在贸易中的其它成本支出；另一方面，这种贸易模式能够很好地解决产品储备与销售需求之间的问题，使商家能够经过网络对市场需求进行评估，从而有效调整商品储存，防止出现供大于求的问题。

　　1.3电子商务对我国国际贸易经营方式的影响

　　电子商务的出现对我国国际贸易的经营方式也有必须的影响。在传统的国际贸易中，贸易经营有必须的规范流程，每个部门都有主要负责的环节部分，这在必须程度上扩大了对人力和物力的需求，使销售环节变得十分复杂。而电子商务的经验模式则比较多样且灵活，能够经过网络对贸易进行有效调整，使消费者、生产者、销售者能够有效联系起来，极大地减少了消费过程中需要的人力与物力资源。电子商务能够对国际贸易的经验方式的改变起到进取的推动作用，提高我国的贸易水平，使我国的国际贸易在世界市场中更加具有竞争力。

　　2、当前电子商务发展过程中存在的问题分析

　　虽然电子商务在国际贸易的发展过程中有必须的进取作用，可是由于其发展时间不长，经验积累有限，使其在发展过程中还存在着一些问题，主要体此刻以下三个方面：税收机制不够完善；缺乏专业的人才和基础设施的问题；相关的法律政策不够健全的问题。

　　2.1税收机制不够完善的问题

　　在电子商务的发展过程中还存在税收机制不够完善，税收难度大的问题。这主要是由于电子商务是经过网络进行交易，而在网络交易的过程中，交易信息由传统的纸张版变成了电子版，虽然更加方便也节俭了纸质资源，可是电子版在使用中能够进行必须的修改，使资料资料进行变更，这就使商家在进行缴费时，可利用这个缺陷，逃避一些税费以赚取更多利益，极大地危害了国家的财政。此外，由于经过网络进行交易，使得其交易时的具体界限很难划分，而每个地方的税收制度不一样，如果交易地点不确定，就极大地增加了税收的难度，造成出现逃税、漏税的现象［2］。

　　2.2缺乏专业的人才和基础设施的问题

　　在电子商务的发展过程中，还存在着基础设施不够健全和缺乏专业的电子商务人才的问题。首先，在一些偏远的地区，电子商务的推广发展受到当地经济发展水平与现实环境的制约，主要体此刻地区网络建设还不够完善，使其不能很好利用网络进行电子商务贸易；其次，当前电子商务的发展也缺少相关的技术人才，像电子数据和电子维护方面都没有足够的人才储备，这也与我国电子商务发展时间有关，许多高校的电子商务专业都是近些年才进行开设，所以人才教育上难免落后；最终，电子商务交易需要极完善的物流支持，可是当前的物流水平还是不能很好满足电子商务的交易需求，使得电子商务在交易时受到必须的制约。

　　2.3相关的法律政策不够健全的问题

　　在当前电子商务的发展过程中，还存在相关的法律政策不够健全的问题。首先，由于电子商务是在网络上进行贸易，所以在管理规范上难免比较困难，我国当前也没有很多网上条例进行网络规范；其次，网络交易没有办法保障交易商品的质量，消费者在消费过程中如果遇到问题，很难得到有效的调节与解决；最终，电子商务由于门栏比较低，且发展数量日益庞大，在出台法律条例上很难面面俱到地对商家进行管理制约。

　　3、电子商务发展的具体对策研究

　　应对当前电子商务发展过程中的问题，我们要进取寻找策略进行解决，促进电子商务更好的发展，我们主要能够从以下几个方面促进电子商务的发展：第一，要加强基础设施建设，做好电商人才培养计划；第二，要逐渐健全电子商务的有关法律条例；第三，使传统国际贸易能够与电子商务有效融合。

　　3.1要加强基础设施建设，做好电商人才培养计划

　　为了能够让电子商务更好地发展，我们需要不断做好电子商务的基础建设和做好电商人才培养计划。首先，从人才培养，具体要做到以下两点：一是各高校要开设专业的电子商务课程，注重对于电子商务人才的专业知识和技术的培养，以便为电子商务的发展储备更多的优秀人才；二是学校和企业要进行联合合作，高效的校企合作能够很好地对学生进行实习培训，提高学生知识的实际运用本事，使学生在以后工作中能够更好地发挥出自我的才能。其次，在基础设施建设方面，一是政府需要加大对于电子商务的资金投入与政策支持，让网络建设能够真正在我国实现全面的覆盖，使城镇、乡村都能够经过网络联系起来，为电子商务的开展奠定好的网络基础；二是要促进新型的物流交易方式，提高我国的物流水平［3］。

　　3.2要逐渐健全电子商务的有关法律条例

　　要电子商务取得长远的发展，还需要不断完善电子商务运行的秩序，逐渐健全电子商务的有关法律条例。首先，政府要不断完善法律，维护电子商务市场的秩序，防止出现一些损害国家利益的违法行为，像经过一些手段进行偷税、漏税等，这种行为一旦发现，政府要给予严厉的处罚；其次，政府要加强对于电子商务商家的管理，出台一些保护消费者利益的法律条例，使消费者能够经过网络安全地进行消费；最终，要对电子商务交易的商品进行有效的监管，建立统一的质量标准，对网上交易商品的质量要进行严格审查和考核，并将考核的结果经过网络告知给广大的消费群众［4］。

　　3.3使传统国际贸易能够与电子商务有效融合

　　电子商务作为一种新兴的贸易形式，在发展过程中难免有必须的不足，而传统的国际贸易经过长时间的发展也有了一些经验，所以如果将电子商务与传统国际贸易的优势相结合，将很好地提高我国贸易的发展水平，促进我国贸易的更好发展。电子商务在发展过程中除了能够借鉴传统国际贸易积累下的管理经验，促进电子商务的管理之外，还能够有效地与传统贸易商家进行合作，使商品来源有更加稳定和可靠的渠道；而传统国际贸易也能够借鉴电子商务的发展优势，促进贸易的宣传与销售，从而加大商品贸易的交易成功率［5］。

　　4、结束语

　　总的来说，电子商务的出现有效地推动了我国国际贸易的改革，提高了我国贸易在世界市场的竞争本事，使我国的经济与贸易有了新的发展方向，对我国整体经济有着十分重要的推动作用。

　　参考文献：

　　［1］孙宏阳.电子商务对我国国际贸易的影响及发展对策研究［J］.新兴产业，20\_(12):64-65.

　　［2］徐浩.电子商务对国际贸易的进取影响与存在的问题分析［J］.纳税，20\_，192(12):184+187.

　　［3］刘洋.电子商务在我国国际贸易发展中的作用与对策研究［J］.商业经济，20\_，503(07):61-62+164.

**第六篇: 电子商务论文摘要20例**

　　浅谈电子商务下的供应链管理

　　摘要:目前，企业运用了传统的经营管理模式“纵向一体化”，但已经出现了很多弊端。比如，企业内部的各部门之间，经营渠道分散、经营方式分散的问题，这些问题在企业当中，不仅仅增加了经营成本，同时对经营效率和企业抵御市场变化的本事造成了严重的影响。想要实现各种资源的优化配置，就要不断地整合企业的经营模式还有管理渠道。同样的道理，仅有经过不断制造个性化的产品来保住企业本身的所处地位，才能使我国企业更好地迈进国际市场。于是，为了能够使企业更好地发展，便有了供应链管理这一概念。

　　关键词:电子商务;供应链管理;方法

　　云计算以及云存储技术的发展为大规模数据挖掘供给了保证和基础。电子商务思维正在利用业务模式创新、经营决策变化、运营管理改善等方法，为社会主体创造新的价值来源。

　　一、电子商务与供应链管理的概念

　　(一)电子商务随着互联网技术的发展，电子商务经过电子交易交换金融、商品、服务、信息等多种资源的价值，有效地缩短沟通和交易时间，提高经营效率，降低生产成本，缩短业务周期，最终实现企业经营水平的总体提升。

　　(二)供应链管理供应链管理的实质就是在最短的时间内能够实现最大的效益增值，而在集成化管理的整体运作当中，供应链的存在，能够减少各环节之间的时间延误。它的基本理念就是将供应商、制作商、分销商、零售商和客户联系在一齐，对产品的合理分配进行管理，将商品能够及时准确的送到达指定的目的地，最终目的就是期望到达客户的要求，尽量用较高的服务水平去满足客户。供应链管理的产生是想要企业的各个地方，能够到达最优化，实现最大利益。

　　二、基于供应链管理的电子商务系统构建

　　(一)技术构架在电子商务平台的设计上，期望能更多的使用具有很多层次的设计，像数据中心模式、业务逻辑层这种的设计。所以，需要建立一个数据库平台，他具有高效、强大并且能够存放所有的重要数据的作用。数据库平台很重要，它需要为所有合法用户供给数据服务，然而，传统的数据库服务器没有较好的性能和安全性，不能很好地适应新型应用，那么数据库服务器便要有较强地处理和扩展本事，更能够根据系统需要及时处理一些数据。此刻，主要流行的多层次应用模式有业务逻辑层和数据中心层。这种模式中，每个服务器都有着自我的职责，他们相互配合发挥自我的功能，而应用服务器却是最为关键的，只因为它起着充当枢纽的作用。

　　(二)功能结构为了能促进电子商务平台能够更好地发展下去，便建立了现货挂牌、电子竞价等多种交易模式，这种交易模式是以资金结算、收费管理等辅助的交易手段完成的。这种模式的实现让交易平台有了与第三方支付系统、银行系统、第三方认证、行情发布等体系的对接的接口，实现了完美对接。除此之外，银行系统和行情系统有着重要作用，前者能够实现全方面、多层次的对接;后者能够和大部分企业发布的数据对接。

　　三、电子商务环境下的供应链管理

　　(一)建立供应链联盟，不断优化供应链管理模式在管理工作中存在很多的不确定性。为了减少这种不确定性，企业之间应当有牢固的商业联盟关系，互相汲取对方的有益经验，并经过改善能够打造出适合自身企业发展的数据库存管理系统。目前，供应商管理用户库存管理系统、联合库存管理、和多级库存优化等这些在国际上受到了认可，以第一个为代表，此刻的供应链管理模式凸显了系统化、集成化的管理思想，它能够以用户、企业、供应商之间的合作性战略关系为基础，来不断提高供应链管理的同步化程度，从而降低流程成本，实现了对库存的优化与控制。

　　(二)确定供应链管理主导权，加强电子化的协同运作供应链管理在电子商务环境下就是一种网状结构，它是以核心企业为中心的。因为不用的行业有着不一样的供应链管理要求，以及业务流程当中各自的重点环节也不一样，所以要做好供应链的管理工作，必须确保库存管理的各内部信息流健全，做到管理组织中职责清晰合理。此外，要对物流配送体系的信息进行妥善管理，并做好理货、配货工作，仅有这样才能够加强供应链各环节的共同运作。企业需要发展和提高，适时的根据发展需求，有条件、有原则的引入委托保管模式和及时供应体系，这很有必要，以此能够借助一方的专业优势、先进的网络信息技术，不断提高库军管理水平，降低对这个的成本投入。

　　四、结束语

　　电子商务平台的设计是一个长期过程，经过对电子商务平台上中下游的改善，来改善电子商务平台的管理，提高电子商务平台的技术水平，提高电子商务平台的备份水平，提高处理问题的水平，从而建立一个完善全面的电子商务平台，把企业与消费者联系起来，让企业更好地适应消费者的需要适应市场的需要，从而促进企业电子商务平台的发展。

**第七篇: 电子商务论文摘要20例**

　　1现代学徒制人才培养面临的困难

　　1.1政策、企业及家长的支持

　　职业教育与普通教育是两种不同的教育类型，具有同等重要的地位。高质量的职业教育可以有效地满足多层次的人才培养需求，提升社会生产效率。此外，从发达国家职业教育发展历程来看，国内职业教育仍存在较大的提升空间。虽然国家已经出台了很多有利于职业教育发展的政策和指导方针，但在现代学徒制试点工作推行过程中，存在学校热心、企业不上心的情况，具体原因可能有以下几点：（1）现代学徒制的试点工作主要是由教育部牵头，各地方政府在政策上鼓励企业参与“现代学徒制”工作，但在执行时不具体、不细化，无具体规定和要求，企业无法从政策层面得到具体的实惠。在现代学徒制试点工作中，广东省走得最快最好。而河南省作为中部大省，职业教育的改革步子相对较慢，很多做法尚处于摸索阶段，企业的配合度不高。（2）当前电子商务行业发展很快，变化较多。电子商务技术是跨专业学科，缺乏国家专业教学标准和认证体系，导致学徒培养质量无从考量，无标准的培养也会导致师傅对徒弟的培养周期混乱，徒弟的学习积极性不足。（3）现代学徒制是新生事物，学生及其家长接受起来需要一个过程。和传统的订单式培养相比，现代学徒制与企业的合作更全面、更深入。现代学徒制下，学生具有双重身份，既是学校的学生，又是企业的员工，接受双重管理。部分高职学生是从中职升学上来的，部分中职学校在学生实习上不够严谨和正规，造成部分家长对现代学徒制心怀疑虑，要理解家长的担忧，和家长反复沟通解释[1]。

　　1.2区域情况和行业现状

　　职业院校办学的根本目的是服务地方经济，落实到专业建设上，应该紧密围绕和服务地方产业来开展专业人才的培养。河南省地处内陆，是农业大省，郑州交通便利，物流发达，服装业是郑州的传统优势产业。专业建设应依托地方特色产业经济来开展。电子商务的发展虽然只有20余年的时间，但是已经改变了人们的生活方式和消费习惯。在新冠肺炎疫情期间，电子商务为保障人们的生活起到了重要作用。电子商务是一个竞争激烈、热点频出、前景无限的行业，从业人员众多。但是，当前电商行业的企业大多数是中小微规模，在推行现代学徒制试点工作时，如何选择合适的企业是个难点。在新冠肺炎疫情期间，强大的电商和物流体系保障了数亿人在隔离状态下的生活，教育、医疗等传统线下行业都开始通过线上平台运行。数据显示：20\_年2月以来，淘宝平台每天有3万商家入驻，淘宝直播间的开播数量也比去年同期翻番，场均观看人数增长近200%。京东、苏宁等电商平台的新注册商家数量同样暴增，抖音、快手等平台的视频带货直播发展得热火朝天。与此同时，实体门店中小企业的经营却异常困难。新媒体营销如日中天，市场需求巨大，给电子商务技术专业既带来了机遇，也提出了很多挑战。现代学徒制的培养方向要机动灵活，根据市场及时做出调整和改变[2]。

　　1.3学生的实际情况

　　一直以来，社会舆论和大众认知总把职业教育置于普通高等教育之下，造成职业教育生源质量较低，且面临着严重的生源不足。职业院校学生文化素质较低，缺乏良好的学习习惯。在现代学徒制试点工作中，学徒具有双重身份，接受学校和企业的双重管理，这对学生管理工作提出了新的挑战。20\_年，教育部出台了电子商务专业教学标准，标准中列出了专业发展方向和部分核心课程。发展方向中包括新媒体营销，但在课程中却没有体现，核心课程以编程类课程居多。结合我院学生的实际情况和企业需求，在学徒制学生的培养方案中，根据实际情况合理设置课程。

　　2电子商务技术专业学徒制人才培养

　　2.1人才培养实践的基本思路

　　在专业定位上，教育部将电子商务技术划分在信息技术大类。但是，电子商务是多学科交叉融合的专业，学生既要掌握“电子”方面的知识，又要了解“商务”的相关内容。前者是手段，后者是目的，专业培养应适当偏重前者。根据行业需求、企业要求以及学情分析，最终将培养目标定位为掌握电子商铺运营技能的技术型人才。培养模式强调知识融合、技术集成，旨在培养具有强烈创新思维的“一专多能”型技术人才[3]。

　　2.2合作育人过程

　　2.2.1挑选合适的企业有效开展现代学徒制实践的重要前提是选择合适的企业进行深度合作。合适的企业指规模合适、岗位合适，并且有和院校合作的意愿。电商行业除了龙头大公司外，绝大部分是中小企业，岗位比较单一，且对员工的要求不够清晰，员工流动性大。我院挑选了一些中等规模企业，企业业务包括国内和跨境电商、数据分析、电商及相关软件开发等。贯彻校企双元育人、交替训教、岗位培养的原则。企业根据行业和公司的需要参与学校的各项工作，从人才培养方案制订、课程设置以及带学徒工作等方面，对学生进行日常管理。从学生入校开始，企业就介入学生的培养工作，以提高电子商务技术人才的培养质量。

　　2.2.2学徒的筛选及管理学徒的数量和质量是保证学徒制试点工作顺利进行的重要因素。首先在新生入学之初宣传学徒制政策，解答学生疑问，进行初步报名。然后进行卷面调研，掌握学生的基本情况和对“工学结合”的态度。再进行卷面考试，测试学生的基本文化素质和学习态度，根据考试成绩按3∶1的比例圈定学生。最后由企业组织人员面试学生，选择其中三分之一的学生成班。学徒接受学校和企业的双重管理。学校安排辅导员，企业为该班安排大师傅。学生既要遵守学校的相关规定，也要遵守企业的规章制度。

　　2.2.3人才培养方案的制订及实施学徒的培养秉承工学交替、岗位成才的原则。在人才培养方案的调研制订过程中，学校和企业充分沟通，参考国家行业标准，积极采纳企业的意见并融入课程中。当前电子商务行业发展迅速、热点频出，在制订人才培养方案时，要充分考虑企业和学生的实际情况，制订合适的培养方案。要对学院与企业各自擅长的领域进行划分，制定学徒培养目标，落实培养任务，统筹安排教学实践环节。培养结果由学校、企业双方共同进行评价，以提升学生的实践能力[4]。企业的岗位分为三类：国内电商运营、跨境电商运营、新媒体运营。学徒在这三个岗位上分别进行跟岗学习和定岗实践，每一岗位都要接受企业的管理和考核，出师后再进入下一岗位的学习，整个过程中存在岗位流动和退出机制。

　　3电子商务技术专业学徒制育人创新点

　　3.1有效解决了现代学徒制开展的困境

　　学徒制开展的两大难点是企业和学生。首先，学校对学生的管理一定要到位，辅导员要密切联系学生，和学生及时沟通，解决学生的思想和态度问题。只有学校的管理到位，学生才能在企业安心努力地工作。其次，企业对学生的管理一定要和学校紧密结合，学校和企业的管理要无缝衔接。学生只有在企业踏实工作，给企业带来效益，才能激发企业参与学徒制的热情和主动性。而企业的主动参与又能促使学徒制工作向着良性方向发展。只有企业和学生都主动起来，现代学徒制工作才能越做越好。3.2完善师资队伍建设及人才培养方案制订学校教师的实践经验有限，企业师傅会工作，却不太会梳理知识点讲解要点。两者要互相学习，共同提高。通过实践、交流，学校教师可以提升实践操作水平，企业师傅也可以增加自身的知识储备。同时，校企共同制订人才培养方案，共建教学资源库，有效提升专业人才培养的质量。

　　3.3建立健全校企联合培养长效机制

　　经过一届学生的试点，逐步建立起一整套长期、有效、合理的现代学徒制人才培养机制，校企人员充分沟通、深度合作，以点及面，扩大学校、行业、社会的参与度，提升人才培养质量。

　　4结语

　　作为人才培养的重要基地，高职院校应义不容辞地挑起为国家培养和输送优秀人才的重担。“招生即招工、入校即入企，产教融合、校企双主体育人”的具有中国特色的现代学徒制，是依托校企合作探索出的人才培养模式。在试点工作中，要勇于尝试、不断创新，既依托区域服务当地，又要密切关注行业的新发展、新动态，还要实事求是，根据学生的实际情况对人才培养做出快速及时的反应和调整。不能“等、靠、要”，工作上要积极主动，有条件要上，没有条件创造条件也要上。让学生在实践中提高人文素养和科学素养，增强学生自身的竞争力，从而提高其就业品质，培养德技兼修的高素质技术技能型人才。

**第八篇: 电子商务论文摘要20例**

　　电子商务促进经济贸易企业转型发展的基本现状

　　电子商务推动经贸产业转型发展的作用愈加突出。近年来，伴随科技革命的逐步深入，在政府和市场的共同推动下，电子商务迅速兴起并保持高速增长势头，颠覆了传统商品交换形式和消费模式，深刻影响和改变着传统经贸发展格局，带动经贸企业在数字化转型方面不断做出新的探索和尝试，大大促进了经贸企业规模和产品品质的提升，加快了全球商品流动，在国内国际市场中发挥了重要引领作用，成为我国经济稳增长和全球经济复苏的重要动力。根据国家商务部《中国电子商务报告20\_》的数据，20\_年我国电子商务交易额达到34.81万亿元，其中网上零售额10.63万亿元，较上年增长16.5%，占社会消费品零售总额的比重上升到20.7%。电子商务从业人员达到5125万人，服务能力和水平进一步提升。在新冠肺炎疫情冲击下，电子商务仍然展现出强大的生命力，带动经贸企业强化创新驱动，保障商品供应，加快企业向电子商务和数字化转型，有力激发了企业活力。电子商务成为引领经贸企业转型的重要方向。电子商务推动经贸产业结构效益不断优化。随着电子商务的发展和人们消费水平的提高，在线消费不断扩大，直播带货、社交电商、网络拼团等新业态不断涌现，顺应了新时代人们重视体验、注重个性的消费需求，商品消费逐步向品牌化、品质化、高端化发展，个性化需求越来越明显，促进传统经贸产业格局加速演进。很多经贸企业顺应电商发展要求，深入推进供给侧结构性改革，加快调整产业结构和转型升级，广泛探索应用新技术、新产品、新模式，率先向电商方向转型升级，主动拓展线上市场空间，经贸电商一体化和产业链供应链一体化的趋势更加明显，产业数字化、数字产业化态势正在形成。农村电商借助电子商务农村综合示范工程建设有利契机，商品流通双向渠道更加畅通，农村经贸企业面貌发生根本性转变，信息化技术逐步融进企业经营管理全流程，企业信息化现代化程度大大提高，响应市场需求的速度和能力大幅提升。在电子商务推动下，我国经贸产业的转型发展步伐大大加快，市场规模不断扩大，产业结构持续优化，经营效益稳步提升，为全面建成小康社会做出了重要贡献。电子商务促进经贸企业转型发展的态势已经基本形成。随着全球信息革命的不断深入，各级政府不断加大对电子商务和经贸产业的支持，完善相关扶持政策，积极构建公平有序的电子商务市场环境，我国电子商务发展取得长足进步，对经济社会发展的贡献不断增强。20\_年网络零售对社会消费品零售总额贡献率达45.6%，成为我国经贸发展的稳定器。特别是稳外贸、稳增长相关措施陆续出台，推动跨境电商不断发展，一些跨境电商企业逐步向供应链全过程服务商转型，成为引领外贸发展的新业态。经贸企业积极融入全球供应链体系，依托跨境电商，优化配置国内外资源，积极开拓国际市场，加快国际业务布局，推动产品、技术、服务等大力走出去，同时积极引进海外品牌和优质商品，从本土到全球、从全球到本土，经贸企业国际化转型升级战略开始落地见效。20\_年我国跨境电商交易总额达到10.5万亿元，同比增长16.7%，占全年进出口贸易总值的33.3%，对我国外贸经济的贡献连年增长。跨境电商成为外贸企业转型发展的重要方向。从总体上看，电子商务促进经贸企业国际化转型的作用更加显现，电子商务促进经贸企业转型发展的态势已经基本形成。

　　电子商务促进经济贸易企业转型发展的主要问题

　　电子商务和经济贸易企业协同融合不够。电子商务和经济贸易企业是经贸产业链非常重要的两个环节，只有彼此紧密合作，才能形成完整的产业链条。我国经贸企业发展起步较电子商务早，经营理念、管理方式相对落后，特别是广大农村经贸企业，对电子商务促进经济贸易企业转型发展的重要性认识不够，创新理念和经营模式难以适应电商迅猛发展要求。加之双方企业最初的战略定位、发展目标存在差异，经营模式大相径庭，所以一些企业的思想认识还停留在各自为战的层面，缺乏整体意识和协同融合意识，缺乏协同共享机制，企业之间协同融合不够，双方的渠道和资源的优势难以发挥，直接导致经贸企业对消费者和消费市场的了解研判不够，市场反应速度不快，技术创新和产品升级步伐较慢，引导市场和消费的能力不足，跟不上电子商务发展步伐，转型发展缓慢。外贸企业与跨境电商企业的资源共享仍有壁垒，双方互补优势发挥不足，难以适应全球商品市场多样化、个性化的消费要求，对整个产业发展和供应链协同形成阻碍。经济贸易企业整体信息化水平与电子商务发展要求不匹配。电子商务一直是伴随着信息技术的发展而发展的，因而企业的经营理念非常超前，新技术新模式的应用同样走在前列，社区拼团、直播带货、视频直播等新业态、新模式不断涌现。而经贸企业则不同，一些经贸企业对数字化、智能化认识不够，信息化投入不足，大数据、区块链、人工智能等新技术应用不广泛，企业整体信息化水平不高。对电子商务的促进作用认识不足，对线上线下融合发展模式和电子商务新业态、新模式认知有限，运营效率和经营效益比较低。尤其是欠发达地区、西北部地区的经贸企业，对于商品生产、流通、销售、服务等的全供应链重视不够，产业结构调整步伐缓慢，错失了一些发展机遇。贫困地区、农村地区的电商物流服务体系、经贸产品供应链体系同样急需统筹完善，以便及时跟上电子商务发展步伐，真正步入健康持续发展的轨道。电子商务促进经济贸易企业的软环境不够优化。当今世界格局加速演进，特别是新冠疫情的冲击，导致全球经济陷入衰退，单边主义、贸易保持主义抬头，经济体之间的经贸摩擦不断，全球经贸环境更加复杂，我国对外贸易面临着更多的不确定性和困难挑战。而我国电子商务促进经济贸易企业发展的政策措施和监管机制还不完善，一些产品标准、技术标准、产品标准与国际规则的衔接还不顺畅，金融服务、检验检疫、海关通关等相关部门监管机制一体化还有欠缺，政府履职能力和服务水平有待提升。电子商务和经济贸易企业中存在数据信息孤岛，数据协同共享有待加强。电子商务的诚信体系还有缺陷，中小微型电商企业竞争不规范，知识产权保护问题频发。与一些国家的贸易通道和供应链还有堵点，经贸谈判争端解决机制还需加快建立。部分经贸企业技术创新高端领军人才不足，企业转型缺乏人才支撑，也对适应电子商务发展形成制约。电子商务促进经济贸易企业转型发展的软环境尚需优化。

　　电子商务促进经济贸易企业转型发展的应对策略思考

　　大力推动电子商务和经贸企业融合协同发展，构建完善的电子商务经济贸易一体化产业链。当前，我国正处在全面深化改革开放、全面推进高质量发展的关键时期，电子商务促进经贸企业转型发展面临重要机遇。加快推动电子商务与传统经贸产业深度融合，要充分借助电子商务交易平台，构建以电子商务为核心，连接上游产品制造商和下游买家客户的供应链，实现生产、加工、销售、服务一体化产业链条。经贸企业要主动适应电商快速发展的趋势，加强与电商企业的协同合作，以电商服务倒逼经贸企业加快数字化转型。要重点围绕电商服务消费市场需求，不断优化资源配置，加快产业结构优化升级，创新经营模式，推动传统经贸产业改造升级，努力提升产品档次，不断推出新技术、新产品、新服务，适应用户网购产品品质升级的需要，不断开辟电子商务新战场。要注重将电商服务贯穿于经贸产业链、供应链全过程，推动网络零售向产品生产制造前端领域延伸，向客户服务领域延伸，努力提升产业链上下游协同效率，构建完善的电子商务经济贸易一体化产业链，引导经贸企业坚持市场导向和用户需求导向，深化供给侧结构性改革，在供给侧推进柔性化生产和智能化制造，设计、研发和生产市场需求的产品，满足多样化、个性化的市场需求，不断激发经贸制造业和服务业潜力，努力实现经贸企业转型升级和高质量发展。利用电子商务赋能传统经贸企业，加快推动经贸企业向数字化企业转型。数字经济是科技革命和产业变革的必然趋势，数字化是经贸企业转型的必然选择。电子商务企业通过应用大数据、云计算、虚拟现实等技术，始终站在时代前沿，引领着数字化发展潮流，是传统产业实现新旧动能转换的加速器。经贸企业要充分利用电子商务创新驱动产业融合发展机遇，认真贯彻落实新发展理念，积极创新商业模式，加快5G、物联网、区块链、人工智能等数字技术应用，探索应用电子商务模式，不断拓展和延伸现有经贸手段，推动线上线下融合，不断赋能传统业务，以此加快传统产业数字化，塑造数字经济新优势。要致力推动经贸产业链数字化连接，加强经贸企业之间横向协同，整合供应链产品研发、生产制造、物流服务等相关资源，推动产品订单数字化，提高运营效益和效率。要致力推动经贸产业链、供应链上下游企业数字化改造，提升产业链整体产供销全过程协同效率。通过数字化技术的逐步推广应用，通过大数据、人工智能等技术，更好帮助企业整合相关资源，在生产、研发、营销、物流等多个方面实现高度协同融合，不断提高智能化、柔性化和数字化服务能力，实现电子商务平台和线下门店融合发展同步运营，赋能传统经贸企业新的生机和活力，从而推动实现经贸企业转型发展。

　　大力推广电子商务业新模式新业态，不断提升经贸企业核心竞争实力。电子商务模式创新是其保持旺盛生命力的关键。要进一步推广社交电商、直播电商、线上线下融合供应链等新业态、新模式，驱动消费体验升级迭代，深度挖掘消费潜力，提升用户体验，不断满足消费者日益增长的消费需求。要依托电商持续创新驱动优势，充分借助电商新模式，引导经贸企业充分运用大数据技术，对客户的经营情况、商品销售、营销效果、供应链、财务状况等内容进行有效分析，努力打造包括金牌统计、超级分析、数据魔方等数据平台产品，实现消费数据、生产数据、用户数据的智能化精准化匹配，实现精细化运营与精准营销，不断拓展用户新渠道，满足消费选择多元化、消费内容个性化的要求。要大力发展农村经贸产业，加快推动农村企业转型，要以完善农村电商和经贸产业联动发展机制为切入点，抓住新型城镇化建设和乡村振兴计划机遇，持续推进开展电子商务进农村综合示范，实施“互联网+”农产品出村进城工程，从电商扶贫、农产品供应链、数字乡村、物流体系等方面入手，加快技术创新，提升企业经营管理水平，补齐农村经贸产业短板，促进农村地区经贸产业规模化、标准化、现代化、品牌化，打通多层级市场，扩展销售领域和渠道，最终提升企业核心竞争实力，实现稳健经营和可持续发展。大力推动跨境电商贸易快速发展，不断增强电子商务促进经济贸易企业转型发展的新动能。政府层面要加强国际交流合作，畅通沟通渠道，打破经贸壁垒，构建互利共赢的经贸合作机制，为国际贸易发展创造条件。电商经贸企业要紧紧抓住我国全方位对外开放和深化“一带一路”合作的战略机遇，加强与各个经济体和相关国家的经贸合作，降低通关成本和效率，提高我国跨境电商的国际竞争力。要完善跨境物流服务网络，深化经贸企业与电商物流企业协同，增强物流服务跨境电商能力，提供国际快递、海外仓、国际电商专递等多样化的服务方案，满足国际客户不同的购物需求。加快国际物流集散中心建设，促进物流基础设施互联互通，构建全球一体化物流服务网络，加快向供应链服务转型，降低跨境物流成本，激发经贸活力。经贸企业要坚持客户导向，依托国内比较完善的产业链和供应链，努力提升统筹国内国际资源能力。要瞄准不同国家客户需求，深化产品创新技术创新，开展精准服务，打造个性化的系统服务方案。要打好经贸电商“组合拳”，发挥跨境电商优势，推进线上线下融合，优化国际贸易结构，推动“模式+产品+技术+服务+管理”全方位走出去，努力迈向产品价值链高端，打造全球知名品牌，充分展示我国大国品牌形象。加快国际金融服务升级，拓展跨境支付业务，助力电商经贸企业转型发展。

　　加强经贸电商政策法规体系建设，营建有利于电子商务促进经济贸易企业转型发展的软环境。政府部门要积极适应经贸电商的迅猛发展，进一步提升服务能力，增强监管和执法水平，建立政府相关部门一体化联动机制，努力为电子商务经贸企业合作提供全方位服务。要按照电子商务法要求，加强对相关国家经贸电商政策法规的研究，进一步完善电子商务促进经济贸易企业转型发展的政策法规，修订完善一批电商标准、体系、制度，保护消费者权益，促进经贸电商法规制度与国际接轨，同时吸引全球商品进入国内市场，畅通国际国内双循环，促进国内经贸企业发展。加强企业诚信体系建设，健全电商企业信用平台，构建以信用为基础的监管机制，加大失信惩处力度，加强知识产权保护，坚决杜绝不正当竞争。要进一步完善农村电商发展的扶持政策，支持发展农村电商和快递服务，加快广大农村地区经贸企业转型，促进农村商品流通现代化，助力脱贫攻坚和乡村振兴。要注重提升跨境服务能力，提高通关水平和金融服务能力，支撑跨境电商持续发展。搭建政企对话平台，加快和相关国家的自贸协定谈判，构建互惠互利的经济贸易规则。积极推动世贸组织、上合组织、金砖国家等多边贸易机制建设，推动与伙伴国多层次交流，积极应对贸易摩擦，及时提供预警、风险等服务，为经贸企业合作营造良好环境。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！