调查、探索、发现并把握电子商务的内在的客观规律，从表象和实质以及其间的关系中掌握其内在规律是协会一切工作的前提。

　　按照发现问题、分析问题、解决问题的办会思路和指导方针，今年六月下旬，中国电子商务协会分别委托零点调查研究集团、中国社会调查所、北京邮电大学电子商务研究中心这三家国内专业权威调查机构开展了“中国电子商务诚信状况调查”、“中国电子商务成长与应用性调查”、“中国电子商务社会作用与影响调查”三项大型调查。

　　这三项调查分别从公众角度、社会角度，企业专业角度本着科学严谨的态度，按照严格的专业程序，在大量样本和深访、调研的基础上，对所调查领域进行了细致、全面的调查研究，通过丰富、翔实的数据分析和综合研究，汇总成了这份调查总结报告。

　　在普遍关注的中国电子商务诚信调查报告中，我们发现：

　　1、网上诚信成为公众和企业普遍担忧的问题，但自我可控措施少。

　　本次研究发现，有过网上交易经历的企业对电子商务的不信任比例高达36.3%，公众比例稍低，为13.3%。在对“您对电子商务最担心的问题是什么”的回答统计中，企业中回答“诚信”的比例为23.5%，排名第一，公众中回答“诚信”的比例为26.34%，略低于产品质量。显示诚信成为公众和企业在网上交易时普遍担忧的问题。

　　另外据中国互联网络信息中心(CNNIC)2006年发布的《第18次中国互联网络发展状况统计报告》报告显示，中国经常网上购物人数已达3000万人，26%的网民有过网上购物体验。在没有购物体验的网民中，71.1%的网民表示不放心在网上购物。显示，网络诚信成为阻碍个人电子商务进一步发展的重要因素。

　　尽管网络诚信成为公众和企业普遍关注的问题，但是面对诚信危机，公众和企业可采取的自我防范措施十分有限，并且公众和企业也没有积极的去寻找解决问题的有效办法，这在一定程度上会限制用户网上交易的积极性。二、信用评价成为公众和企业诚信评估的重要依据。

　　2、目前电子商务网站都推出了对卖方的信用评价服务，既由完成交易后的买方在自愿的基础上对卖方进行信用评估，评估结果将成为卖方的信用记录供后来者参考。研究表明，买方的信用评估对卖方至关重要，直接影响卖方的贸易数量。

　　由于诚信问题成为公众或企业最为担心的问题，而信用评价就是对卖方诚信的评估，因此公众和企业在网上交易前，特别关注卖方的信用评价。调查表明，64.2%的公众和71.1%的企业在网上交易时会查看卖方的信用评价，显示信用评价的重要性。

　　信用评估对规范电子商务诚信有着重要的作用，如果买方在交易完成后能及时对卖方行为进行评估，并形成习惯，将在很大程度上防范卖方不诚信行为的发生。但是本次调查显示，公众或企业虽然意识到信用评价的重要作用，但在具体的行动中，公众和企业的表现差强人意。公众中只有23.5%的买方“总是及时评估”卖方信用，而企业的比例仅为16.7%，40.3%的买方企业在交易完成后对卖方企业“不评估”。公众和企业的这种行为如果持续下去，将很难建立起积极的诚信评价机制。

　　此外，本次研究还发现，公众和企业对第三方认证机构缺乏认识，使得诚信机构的作用无法得到发挥。第三方诚信机构本身的权威性和真实性也受到用户的质疑，进一步淡化了第三方诚信机构的作用，因此未来要加强信用评估，还必须规范第三方诚信服务市场，使其发挥积极作用，在此基础上扩大对第三方诚信机构的宣传，引起公众和企业的注意。

　　3、电子商务领域市场集中度高，领导品牌诚信度高

　　中国电子商务起步较晚但集中度高，调查显示，无论是针对公众个人领域的C2C、B2C电子商务，还是针对企业的B2B电子商务模式，都已经形成了优势明显的领导品牌网站。

　　在中国电子商务应用与成长性调查中，我们看到：

　　1、中国企业电子商务的整体发展水平还是比较低的，东、西部地区差距较大;

　　2、国有企业电子商务开展的整体水平要落后于其他性质的企业;

　　3、基础设施建设同管理与人力技能两个方面表现较好，但是西部地区在管理与人力技能上与其他地区差距最大，急需提高;

　　4、互联网电子商务应用能力很差，大部分企业无论是对电子商务的认识(理念)，还是实际的开展情况(内容)都不尽如人意;

　　可以肯定，我国企业的电子商务发展会越来越快，规模也将不断扩大，整体水平会得到很快提高

　　协会的建议是：积极推动传统企业运营的电子商务化;建立电子商务信用体系;搭建企业电子商务的信息平台，提供示范案例;继续培养我国的电子商务专业人才;完善现有的法律法规;积极发展西部企业电子商务。

　　对企业而言我们建议：积极应用电子商务，进行商业模式的创新;发展全国性的物流配送系统;企业需要加大IT投入和人力资源的投入;电信、航空等领先行业带动电子商务整体水平。

　　中国电子商务社会作用与影响调查报告显示：

　　电子商务是因特网爆炸式发展的直接产物，是网络技术应用的全新发展方向。因特网本身所具有的开放性、全球性、低成本、高效率的特点，也成为电子商务的内在特征，并使得电子商务大大超越了作为一种新的贸易形式所具有的价值，它不仅会改变企业本身的生产、经营、管理活动，而且将影响到整个社会的经济运行与结构，其产生的社会价值也是空前巨大的。它具体体现在：

　　1、中国电子商务已有很好的发展，对个人生活影响的很大。近70%的公众选择从网上获取信息，近40%的公众有过网上购物经历，由此可见电子商务作为一种低成本的市场推广工具及贸易工具，是一种不可逆的趋势，有着庞大的市场潜量。

　　2、电子商务对中国企业的生产、经营、管理的推动作用显而易见。近60%的公众认为电子商务对企业生产管理中的组织结构、管理模式、交易成本、企业库存、生产周期、交易机会及对企业经营管理中的市场模式、商业结构、行业结构有比较大的影响。

　　3、电子商务对我国社会发展的作用也很明显。超过50%的公众认为电子商务对社会其他方面如解决就业、国家税收、物流、邮政、网络财务、政府职能、国家政策、国民经济、法律制度、生活环境、大众文化、公益慈善的影响较大。

　　4、总体来看，我国电子商务的发展还不够理想。目前影响电子商务发展的主要有安全、网上支付、法律法规及相应的认证体系、技术不健全等问题，其中安全因素更为突出，只有不到30%公众认为上网购物比较安全。

　　5、调查表明，真正了解电子商务实质的仅有28.8%的人，说明我国电子商务的普及教育培训仍需加强。电子商务行业的标准规范尚未统一和发展成熟，其严重阻碍了行业本身的发展速度和应用效率，统一标准、规范操作是我国电子商务发展急需解决的问题。

　　此次同时启动三项全面大型专业调查活动，在目前行业协会中，尚属首次。它充分体现了中国电子商务协会的办会原则，也会使协会能够按照电子商务的客观规律扎实有效地开展工作，引领中国电子商务的方向。更好地服务于中国的电子商务。

　　本着积极推进、正面引导的原则，协会将根据此次调查活动的结果，表彰一批优秀企业和个人。协会将通过这促活动，树立典型和模范，并以他们的积极带头作用为中国的电子商务发展提供可以借鉴的模式和方法。

　　协会将择机在全国各地通过各种方式将这批优秀企业的文化、模式、形象推介出来，让更多的公众了解、支持、参与。

　　我国的电子商务正处在蓬勃的发展阶段，虽然目前整体应用水平较低，但是拥有巨大的潜力和发展空间。通过企业和政府的共同努力，中国电子商务将不断走向规范和繁荣。

　　三项调查结果已经(将)形成中国电子商务状况调查报告(蓝皮书)，作为首个全面反映中国电子商务状况的文献公诸于众。

　　三项调查的意义丰富而深广，将对我国的电子商务的推广和应用起到巨大的积极作用，在座的各位和所有的电子商务企业也将从中受益匪浅，希望所有的电子商务企业密切配合。

　　调查活动也将形成中国电子商务协会的一项工作机制延续下去，密切地跟踪中国电子商务的基本走势和方向。成为中国电子商务的晴雨表。

　　第十届中国国际电子商务大会将于明年五月举行，组委会作为协会的常设机构将继续履行其职责，把第十届大会办得更好、更精彩、更实效、更引人注目。把中国国际电子商务大会办成国际化的品牌盛会。

　　第十届大会的主题将是：全民参与，广泛应用，支持奥运、面向国际。办会方式也将更加体现电子商务的特色和优势。让世界更加了解中国电子商务，让国民更加广泛地参与电子商务。十届大会将是一个更加开放性、实用性的国际化大会，为企业提供最大的舞台。