“工商管理学科发展战略及十四五发展规划研究”**阶段成果分享（第10期）**

**本期主题：**优先支持领域及若干重点课题凝练报告（电子商务）

**报告撰写人：**李凯，南开大学商学院教授、博导，数字商务研究中心主任，长期从事电子商务、数字经济等方面的教学和科研工作，在国内外学术期刊如IM，DSS，JSBM，以及会议上发表学术论文近百篇，主持社科、自科等多项国家级基金课题。

**1.人工智能、大数据等技术的商业应用**

随着人工智能、大数据等技术的快速发展，其在商业领域的应用也越来越普及。比如通过人工智能分析网站上的客户行为，结合推荐算法预测客户可能喜欢的产品并进行相应推荐；通过大数据技术对购买过程进行监控，帮助电子商务零售商提升用户体验，使推荐更加个性化等。在电子商务的环境下，以人工智能、大数据为代表的信息技术已经广泛应用于供应链的生产、营销、管理等各个环节。结合人工智能、大数据等技术，企业能够更有效地降低生产及运营成本、优化并协调供应链的各个环节，合理预测客户的需求并为其提供个性化推荐。作为一个新的应用领域，人工智能、大数据等技术在商务环境的理论研究也属于近年来国内外的前沿课题。

**主要科学问题举例：**人工智能技术在智能客服、推荐引擎、图片搜索、库存智能预测等方面的应用与创新；基于5G的移动电子商务；大数据在电子商务企业运营以及营销领域的应用与创新；物联网技术的商业应用与创新等。

**2.信息安全、网络隐私与道德**

随着互联网技术的不断发展，电子商务得到空前发展，但是电子商务在给人们带来便利的同时，也存在着许多的安全隐患。其中，网络隐私保护选择遵循的原则和保护模式，成为网络隐私保护中的首要问题。同时，数据成为企业的一项重要资产，高度依赖信息化带来巨大价值的同时也面临数据泄露的风险，从软硬件、网络、管理等方面保障数据安全成为企业的必然选择。同样，数字内容盗版、电子商务下的交易欺诈等问题严重影响企业和消费者的权益。研究信息安全、网络隐私与道德相关问题对民众日常生活与心理健康、社会影响力与和谐建设意义重大。

**主要科学问题举例：**中国情境下隐私披露理论的扩展及创新；网络隐私保护的政府、企业责任；网络伦理和道德的体系建设与教育调查；数字版权管理体系的建立与创新；电子商务交易欺诈风险控制；信息安全防御对策与体系设计等等。

**3.跨境电商等数字贸易新业态**

数字贸易的新业态主要包括跨境电商，数据交易以及数字内容等。数字贸易拥有巨大的发展前景，但也存在着如国际标准制定不统一等问题。中国已经是贸易大国，要完成向贸易强国的转变，必须抓住数字贸易的发展时代机遇，主动推进数字贸易的国际竞争与合作，积极融入数据流通国际合作体系，增强我国“数据外交”的话语权。数字贸易不仅包括通过互联网和新兴技术促进实体商品和虚拟商品的交换活动，还包括隐私保护、关税政策等外延内容。所以数字贸易中要探讨的规则比传统的货物和服务贸易要更广泛、更实时、更复杂、且更具不确定性。针对这一方向开展研究，对于我国未来数字贸易的发展、数字贸易规则的制定具有重要的理论价值和实践价值。

**主要科学问题举例：**数字贸易国际规则制定；数字贸易综合服务体系建立；大数据交易中的企业行为与决策；数据跨境流动政策与中国战略；个人信息保护规则与措施探索；跨境电商等数字贸易的电子关税的设计等等。

**4.网络消费者行为与人机交互研究**

电子商务环境下，消费者行为更趋理性、个性化、多样化，消费感受更加丰富，所以企业制定市场营销策略以及进行产品定位等更有难度，唯有更加了解和贴近消费者的企业能够在竞争中胜出。借助于大数据技术，消费者的人机交互行为更容易被记录、获取、分析，使得未来全新营销环境下企业的经营管理模式产生重大变革。电子商务环境下人机交互已经成为普通人日常生活中不可缺少的一部分，所以如何处理好人机交互也成为研究消费者行为的重要部分。开展这方面的研究对企业精准定位消费者购买决策，根据消费者感知优化产品，提高销量、提升企业知名度以及品牌形象具有实践价值。

**主要科学问题举例：**基于用户体验的人机交互界面研究；人机交互行为意图的预测；基于眼动和脑电等技术对消费者人机交互行为的追踪研究；人机交互的视角对网络消费者行为理论的扩展和创新；网络消费者人机交互行为对购买意向和行为的影响等等。

**5.网络问答与图片视频口碑等网络口碑新形式**

网络口碑是公司或消费者通过论坛、博客货自媒体平台等网络渠道与他人分享的关于公司、产品或服务的文字及各类多媒体信息，是消费者判断产品好坏、尽量规避风险的重要工具，是消费者与商家之间的实时反馈机制。已有网络口碑研究比较集中在文本形式的在线评论。近年来，网络口碑的内容、形式日益丰富，并融入了社交等元素，出现了网络问答。图片视频等多媒体形式的网络口碑也越来越普遍。网络口碑的这些变化对消费者购买决策和行为的影响，以及对商家口碑和经营活动的影响成为未来研究热点，对于进一步改进电子商务模式和评价机制有重要意义。

**主要科学问题举例：**网络问答对消费者决策和行为的作用机制；图片和视频形式的网络口碑对消费者以及商家的影响；不同形式的网络口碑的差异以及相互作用机制。

**6.电子商务商业模式与组织战略研究**

电子商务的发展彻底改变了企业现有的商业模式与经营策略，在其为企业带来前所未有的发展机会的同时，也对企业的组织管理、战略选择等产生了巨大的冲击，引起企业管理思想、理论和方法的深刻变革。在电子商务的发展和转型升级的形势下，传统产业将会与电子商务进行深度的融合发展，而电子商务的环境下，新兴的商业模式也会不断地涌现出来。此外，电子商务环境下去企业的管理机制创新、商业模式创新同样对于新时代企业深化改革、提高自身竞争力有着深远的意义。

**主要科学问题举例：**众包、共享经济等新商业模式的发展及监管；电子商务环境下企业管理模式的创新；传统行业在电子商务环境下的转型、融合与发展；电子商务产业链整合战略与组织结构变革，等等。