



Shanghai eCommerce Association

会员资料

注意保存

电子商务资讯

2008年 2月第 2期 总第 64期

上海市电子商务行业协会主办

目 录

【协 会 快 讯】

- “ 2008虹口区网上创业技能大赛 ” 成功举办 2
- 协会参与 “ 新社会组织与社会同发展共进步 ” 座谈会并发言 3

【专 题 报 道】

- 2007年上海电子商务回顾（三） 3

【重 要 信 息】

- 统计快报显示，2007全年上海市电子商务交易额达 2407.3亿 5
- 传统大厂变 “ 网上大户 ”，“ E空间 ” 大有潜力可挖 5

【热 点 聚 焦】

- Google上海热榜发布 6
- 零售业电子商务时代：线上线下的较量 8
- 上海市委书记提醒思考上海为何出不了马云 10
- 一公司 “ 支付宝 ” 内 50万元被冻结 11

【会 员 动 态】

- 新会员介绍：进宝网 12

【协会快讯】

“ 2008虹口区网上创业技能大赛 ” 成功举办

新春来临之际，为深入贯彻科学发展观，着力保障和改善民生，促进社会和谐，鼓励有志于自主创业的市民实现事业梦想，进而以创业促进就业，2008年2月5日上午，上海市电子商务行业协会联合虹口区劳动和社会保障局在北外滩开业园区举办了“2008虹口区网上创业技能大赛”。

参加决赛的十名选手是经过初赛选拔的佼佼者，既有社区中有创业意向的人士、在校的学生，也有起步伊始的创业者。决赛过程主要通过展示各自的网上开店方案，介绍开店思路、店铺风格、商品分类和推广策略，以及回答专家评委的提问。选手们的策划颇具创意，现场讲解和演示精彩纷呈，例如网购名牌“小样”、网购“即时”快餐、网上无形资产交易等，全面展示了选手的能力，而他们自强不息的精神风貌也深深地感染了在座的领导和观众。经过审慎的评比，得出了本次竞赛的一、二、三等奖，虹口区劳动和社会保障局唐锦根局长、上海市电子商务行业协会秘书长梁瑾等领导为获奖选手颁发了证书和奖金。

此次大赛不仅是参赛者网上营销的技能展示，也通过媒体向全社会展示了绚丽的电子商务世界，为更多有志于遨游电子商务海洋，开拓事业、谋划精彩人生者，开启了心灵导航仪。

协会自2006年4月以来在虹口北外滩开业园区设立工作站，通过多种形式促进园区发展，贴近创业者需求，帮助创业者成长。为了拓宽就业空间，引导年轻、知识型创业者关注电子商务行业，开辟就业新天地。08年，上海市电子商务行业协会将继续深化与创业园区的合作，推进集知识型和实用型为一体的电子商务人才培养，进一步为促进电子商务和网上创业的持续健康发展贡献力量。（秘书处提供）

协会参与“新社会组织与社会同发展共进步”座谈会并发言

为全面贯彻党的十七大精神，加强新社会组织建设和管理，进一步推动规范发展，市社会工作党委、市社会服务局、文汇报报社于 2月 22日在文新大厦联合举办了“新社会组织与社会同发展共进步 - 新社会组织专版 50期座谈会”。我协会作为全市 250余家行业协会中选出的 5家发言代表之一，由协会秘书长做了题为“媒体关注助推产业进步和协会发展”。

在发言中，协会秘书长对于社会服务局、文汇报等一直以来对电子商务行业发展的积极关注和推动致以衷心感谢，并表示协会将继续沿着创新开拓实项目，同时保持与舆论导向积极配合的工作思路，努力推动协会这一新兴社会组织的不断建设和完善，与日新月异的上海电子商务同发展、共进步。（秘书处提供）

【专题报道】

2007年上海电子商务回顾（三）

政务透明促进应用理念

上海在政务公开方面走在全国前列。政府倡导的方便、实用、贴近市民的多元化网上办事服务切实提升了全市互联网应用理念环境的改善；深入人心的“网上办事”起到了促进市场导向和用户培育的积极作用。

2006年 5月，在联合国所属的联合国全球公共行政网 (www.unpan.org)上公布的“2005世界政府网站评比”中，上海在被评的全球 81个互联网用户比例较高的城市中综合排名第三。政府门户网站“中国上海”自 2001年 9月开通至 2006年 4月，总访问量超过 3736万人次，页面访问量近 3.8亿，页面浏览量已突破 1500万 /月。

随着政府网上服务项目的进一步拓展，例如电子营业执照、网上法律援助等，上海市民乃至企业都可以便捷、高效地享受到更多、更高层次的网络服务，这些发展动向必将从多个层面进一步促进上海市电子商务的蓬勃发展。

政府服务推动电子商务

上海市政府在努力实现职能转变过程中，通过实项目、试点引导、自身示范等各个层面不断推动电子商务的发展，取得了一系列成果。

开通于 2004年的上海市政府实项目“市民信箱”，免费为市民开设实名制互联网账户。截至 2007年底，市民可以通过市民信箱申请医保、公积金、养老金账户信息、银行信用卡对账单、公用事业费账单、交通违章告知单等一系列服务项目。市民信箱还为政府网上办事系统提供了“实名认证”服务，并于 2006年开始试点推广网络教育领域的“家校互动”项目。

成立于 2004年的上海付费通信息服务有限公司，主营业务是向市民提供便捷有效的账单信息以及缴费系统。截至 2007年底，付费通已经和上海市 14家公用事业出账机构、17家银行单位以及邮政等代收机构建立业务合作关系，并且逐步开通了商场消费及网上购物等诸多功能。

政府示范引导促进电子商务

政府部门运用电子商务开展政府采购，具有显著的示范作用。上海市政府采购中心早在 2002年就开始进行网上竞价采购。截至 2007年，本市 19个区县已全部组建政府采购机构，长宁、黄浦、卢湾、杨浦等区县已建立政府采购信息系统。

为了进一步引导、促进上海市 B2B 电子商务的发展，上海市信息化委员会于 2006年底启动了 B2B电子商务专项试点工作。2007年 11月，上海斯迪尔电子交易市场、上海爱姆意机电设备连锁有限公司、上海长发物流有限公司等 22家具有行业示范效应的电子商务企业已经获批成为首批专项支持企业。

(部分摘自《2007年上海市电子商务报告》)

【重要信息】

统计快报显示，2007全年上海市电子商务交易额达 2407.3亿

为准确、及时地了解本市电子商务企业的发展现状，量化这一产业发展信息化程度的重要指标，为市政府制定相关企业发展战略提供依据，经国家统计局批准，上海市统计局决定组织开展电子商务企业经营情况统计，由上海市电子商务行业协会负责协助实施。

2008年1月，协会开展了2007年度上海市电子商务统计快报工作，根据有关统计数据，2007全年上海市完成电子商务交易额2407.3亿元，比上年增长15.3%（备注：此数据仅作为统计快报（估算）数据，正式数据以上海市统计局2007年度上海电子商务企业经营情况统计年报公布数据为准。）（秘书处提供）

传统大厂变“网上大户”，“E空间”大有潜力可挖

据统计快报显示：2007年上海市电子商务交易额达2407亿元，其中“企业对企业”B2B年交易额首次突破2000亿元大关，一批沪上大中型制造企业成了B2B“领头羊”。这些“网上大户”正通过电子商务积极转变经济发展方式，并带动相关产业链上的其他企业实现产销模式的转型。

电子商务曾经是个时髦新词，多数企业单纯认为：拥有一个企业网站，登一些公司公告和新闻，就等于实现了电子商务应用。而新出炉的《2007年上海市电子商务报告》认为，通过公司主页宣传企业基本信息，只是电子商务发展初级阶段；其更高发展阶段在于：真正建立电子商务平台，或利用第三方电子商务平台，进行网上采购和营销；而再下一个阶段，便是超越企业级、发展行业级的电子商务大平台。目前，上海钢铁、机电、化工等传统行业内的制造大厂，已大多进入第二发展阶段，一批“领头羊”企业已率先转型至第三阶段。

数据显示，全市电子商务产业正日益趋向集聚，有1/3以上企业通过“网来网去”，创造了超过1亿元的年交易额，有的超过了百亿元，宝钢、上汽、中石化、轮胎、烟草

等大集团电子商务水平已较为先进。在地址栏里输入 www.bsteel.com,便进入国内冶金行业最大、最具权威性的电子商务平台“东方钢铁在线”,这个网站采用网上订货卡片,实现对“客户—贸易公司—钢厂”的全流程管理,还能通过GPS导航定位系统,告知客户货物出厂后的运输状态,进行实时跟踪。

一些“网上买卖大户”运用网络无时空限制的优势,搞起合纵连横。像以机电产品为特色的“爱姆意在线”网站,由上海物贸、沈阳机床、瓦房店轴承、上海机床厂等13家国内著名工业和流通企业共同出资组建,这种电子商务同业联盟采取会员制方式,使任一异地企业都能透过互联网,实时掌控和共享各地销售资源和库存资源的动态,做到零距离、零库存采购。

还有的电子商务企业实施大步“走出去”战略,在国际买家与中国优质供应商之间牵线搭桥。如盖世汽车网在上海、阿姆斯特丹、底特律同时设立了运营机构,其全球活跃买家超过8万家,其中年销售额20亿美元以上的“大买家俱乐部”成员去年底已达千家。法国雷诺汽车集团统计,该网电子采购的每笔交易费可从传统模式下的150美元降至15美元。

事实上,申城商务的“E空间”还大有潜力可挖。市电子商务行业协会会长张世永教授表示,从世界范围看,韩国电子商务交易量目前达到总体商业规模的24%,美、日在20%左右,而上海尚只有12%。随着社会诚信体系、电子支付、物流通关等配套环境不断完善,更多大企业将加入电子商务主力军,广大中小企业也将成为生力军。按照市电子商务发展“十一五”专项规划,2010年上海电子商务年交易额可超3400亿元,年均增长16%以上。(来源:解放日报)

【热点聚焦】

编者注:google榜单可以说是最贴近普通市民的数据挖掘产品之一,电子商务细分化、增值化发展的许多思路,也尽在其中。此外,支付宝被法院诉前保全也颇值得关注。

Google上海热榜发布

2008年1月31日,全球最大的搜索引擎Google(谷歌)首次在上海发布了城市榜

单，从 2007 年的数据来看，上海人热衷购物与消费，较高的信息化程度让上海人很容易在网络上寻找实用的生活资讯；相比其它城市，除了网络游戏外，上海人对网络娱乐项目的兴趣并不大，相反更重视图书、剧院、美术馆等高品质的文化活动。同时，上海的搜索数据也显示了这座城市外来人口庞大，商业流动频繁的特征。“丁丁地图”是上海地区 2007 年搜索量最大的词汇。

商品时代，消费社会

和其它城市相比，上海人非常注重消费，并且习惯在互联网上搜索他们最需要实用信息。在上榜的女性话题中，前四名被倩碧、碧欧泉、欧莱雅、瑞丽占据，接下来上海人搜索最多的就是“发型”了，由此可见上海人对自己外型扮相的着意和钟情。在电子类产品中，被上海人关注最多的是索爱，排在第二位的就是本地智能手机——多普达。

因为信息化程度高，上海有很多消费购物网站，被本地居民关注最多的是“一票通”，排在第二位的“篱笆网”，一家全国知名的家庭消费服务网站。“新蛋网”则是全球最大的 IT 数码网络商城。由此可见，网上购物对于精明的上海人来说早已不再新鲜。同时，“易物网”似乎也是上海人偏爱的一个去处，这里为广大“换客”们提供了一个很好的平台，以物换物的二手物品交易似乎比买一手货来的更有趣些。

热爱旅游，钟情高品质文化

在旅游方面，2007 年，“崇明”、“普陀山”、“杭州”分别名列上海周边旅游地点搜索前三甲。在文化活动方面，阅读成为上海市民的生活方式之一，谷歌热榜文化类搜索热点正好符合 2007 年上海市民阅读报告的结果，上海市民平均周读书时间高达 11.94 小时，比起 2004 年人均周读书时间 3~6 小时有了大幅增加。“上海图书馆”是搜索排名榜首，“上海书城”和“贝塔斯曼”都是文化类搜索的大热。上海美术馆和上海大剧院也是上海人青睐有加的选择。

都市年轻人的现代后生活

不得不提在生活话题搜索榜上有名的“相约星期六”，这是上海很著名的一档以爱情为主题的综艺节目。随着现代社会节奏的加快，现代人在工作之余的社交圈子越来越小，这档节目为年轻人提供一个健康向上交流的空间，建立起感情沟通的纽带。“相约星期六”已经逐渐成为一种生活方式融入现代上海人的生活。

2007 年是股票、基金以及与此相关的金融知识，是中国网民 2007 年搜索的最重头

词汇。上海作为中国经济发展和金融交易的窗口，几乎达到全民炒股的状态。为解决“上班炒股”频频发生的问题，部分公司不再一味使用私下提示、屏蔽软件等传统方式，沪上已有公司每天让出 1 小时“炒股时间”给员工。在上海高校大学生中炒股也已成一种时尚。鼓起的不仅仅是钱袋，炒股热逐渐改变着现代都市人的生活方式。

外来人口庞大，商业流动频繁

2008 年上海市即将研究制订以居住证制度为核心的来沪人员购房政策，外地在沪人员购房将需持居住证办理，“居住证”一时间也成了网络搜索的热门关键词。此外，关于租房信息、特价机票和酒店查询在上海地区都非常频繁，并且搜索量相对较大。与此相对应，找工作和招聘信息也成了当地的搜索热点。

最后，上海的热点人物也很有意思，名列榜首的竟然是“柯南”。上海的休闲娱乐生活也颇为丰富，休闲娱乐热榜上，搜索“上游棋牌”的人最多，时下兴起的“街头篮球”也是榜上有名。

谷歌中国工程研究院副院长刘骏表示：谷歌地方热榜的数据主要是基于人们在谷歌上的搜索量统计而得来的。谷歌搜索公正，谷歌榜单数据采集客观，谷歌地方热榜在一定程度上展示出了人们的搜索倾向。”（来源：DOWNS）

零售业电子商务时代：线上线下的较量

2007 年，基于淘宝网的在线交易额让国内零售商有些吃惊。这也是目前本土零售商国美、苏宁等企业纷纷涉足在线业务的背景。年初，国美将其电子商务业务独立成一级部门，与 16 个管理中心列为同等战略地位。而苏宁也与中国电信互联星空网达成战略合作，联手向用户提供电器购买服务，加上此前布局，从形式上看，它已构建起初步的在线营销体系。

相比而言，它们的全球对手百思买，其网络营销额已占据总营收近 25%；而那个 PC 巨头戴尔，更是借助直销模式，变相成了全球第一大 PC 相关产品在线零售的品牌企业。

百思买：网络营销技术先行

早在 2000 年度，百思买便推出网上购物网，此后不断强化在线营销，优化其全球供应系统。与国美、苏宁等本土企业不同，它不是开设一些简单的网页，机械地罗列产品

的商情与信息，而是围绕实体店面，强化电子商务的技术布局。

即使在 2001年互联网处于低潮时，百思买也没有放弃在线业务的技术布局，当年，当微软 XP借助 IM-Logistics等企业发行 XP时，百思买便迅速将它的网址直接链接到 IM-Logistics的库存系统上，让客户获得即时报价等有效信息，不但解决了库存，也淡化了寒潮时的物流系统风险。

百思买还不断借助并购增强技术力量。2003财年，它收购了 Geek Squad, 这是美国一家专门为电脑产品提供支持服务的公司，借助它，百思买获得了售前与售后技术服务团队，消除了购买疑虑，这对不太习惯网上交易的本土客户更是具有增值意识。而去年 3月一起并购，更是直接透露了它锻造在线业务的雄心。它斥资 9700 万美元收购了 Speakeasy, 后者是一家成立于 12年前的宽带服务提供商，主要向美国都市提供 DSL和 VoIP服务。2006年，其营收约为 8000万美元，在美国境内拥有超过 4万个客户。百思买执行副总裁 Darren Blackman表示，Speakeasy强化了百思买服务于中小企业和专业用户的技术力量，能够让它们获得一站式技术服务，并进一步促使公司从提供单一产品向提供整体方案过渡。

戴尔：向线下延伸

但是，并非所有产品类别都适合在线销售。与那种企业级商用产品相比，中小企业、家庭及消费类电子产品更受关注。

这是 PC巨头戴尔持续向线下回归的背景。创始人迈克戴尔创造的 PC直接模式，确实适应了早期 PC的消费模式，用户不太主动，更习惯被动接受产品与服务，这直接奠定了戴尔在全球商用 PC市场的优势。

但它目前面临的是一个全新的讲求个性化的消费时代，戴尔以往的优势越来越像它的包袱。这是它被惠普赶超的重要原因，也是戴尔 2.0变革的开始。

目前，延伸直销模式、向线下回归并进入全球主流零售渠道，已是戴尔营销的方向。它已经相继牵手沃尔玛、百思买、国美等零售巨头。（来源：第一财经日报）

上海市委书记提醒思考上海为何出不了马云

在本次上海“两会”上，以“没有出马云这样的人”而提醒思考上海服务业发展的中共中央政治局委员、上海市委书记俞正声，再次把上海商务成本居高不下的问题抛到大家面前。其实，早在履新上海一个多月的时候，俞正声就已在一份调研中指出，上海正面临土地、能源等资源紧缺问题，商务成本越来越高，必须深化改革、扩大开放、推进体制机制创新，才能解决这些问题。

民企有撤离上海迹象

随着上海“四个中心”建设的不断推进，城市基础设施建设日益完善，上海经济发展的硬环境有了很大改进。但在投资软环境方面，还有一些不尽如人意之处。民建上海市委在今年“两会”提交的一份提案数据显示，截至2007年6月，有7000余家浙江民营企业撤离上海，而把总部或重要部门迁往杭州、宁波、香港；2007年上半年，有超过100家的江苏企业申请到香港投资，相当于前年全年的份额。

据上海市工商行政管理局统计，截至2007年10月底，上海私营企业与个体工商户累计总数86万余户。其中私营企业为56.86万户，私营企业注册资本达8644亿元规模，上海城镇私营企业从业人员就超过200万人。

降低商务成本难度

“上海劳动力成本提高、土地成本的提高都是不可避免的，今后上海将会更适合发展智力密集型、技术密集型和资本密集型企业。”本届政协委员、上海凯泉泵业董事长林凯文对《第一财经日报》表示。在林凯文看来，上海今后作为研发中心的重要作用依旧是其他任何一个地方都不能替代的，不过他并不否认，自己对在上海扩建厂房方面已经没有“动力”：“一方面因为土地成本的提高，另一方面也因为土地确实批不出来。”

“商务成本高是个不争的事实，但是降低成本难度也挺大，不管怎么说，从整体的治安环境、规范化与人才供给等方面，上海的竞争力依然很强。”上海均瑶集团董事长王均金在接受本报采访时说，“上海总体上还是按照资源优化的方向走，企业不能一味依赖政府职能方面的改善，更需要自身做好产业选择，不断提高抗风险能力，与提升企业的可持续能力。”

对于市场可能存在的经济资源与人力资源向国有企业倾斜的现象，林凯文认为，并

不能因为很多国有企业的强势而对上海失去信心，"这需要错位竞争，上海的政策优惠管理规范服务到位，不是其他地方的招商引资都能做到的。"王均金同时也表示，上海的软环境和公共服务平台搭建得很好，服务型政府也是要逐渐到位的。

(来源：第一财经日报)

一公司“支付宝”内 50万元被冻结

日前，上海市第一中级人民法院根据上海聚和堂广告有限公司申请，对本市一家网上服装销售公司在互联网支付平台“支付宝”内的 50多万元资产成功采取诉前财产保全措施。这是该院首次对互联网支付平台内的资产实施诉前保全。

聚和堂公司因经济纠纷将这家网上服装销售公司诉至法院，并申请对公司在网上“支付宝”内的财产执行诉前保全措施。据介绍，“支付宝”是互联网络虚拟市场交易提供资金支付的服务平台，即应买家要求通知网上卖家发货，买家收货并确认无疑后，“支付宝”公司再将买家“支付宝”内的货款汇到卖家银行账户。

由于网络交易支付方式有别于传统市场交易支付方式，市一中院专门制定了完整的执行方案。执行人员赶到“支付宝”在杭州的总部，在工作人员协助下，成功冻结了被告公司在网上以虚拟账户登录名和号码开设的交易账户内的资产。

(来源：解放网)

【会员动态】

新会员介绍：进宝网

近日，进宝网正式加入上海市电子商务行业协会。进宝网(www.jinbao.com)(前身安得网：www.antdoor.com)是由上海蚁族信息技术有限公司于2006年6月创建的网上分销服务平台。公司总部设在上海，在深圳设立一家分公司，目前员工超过100人。

模式 & 现状

进宝网在国内开创了“网络分销&一站式采购”B2B交易平台新模式，在融合了互联网先进技术与传统营销渠道管理的基础上，面向消费品供应商和零售商构建一个安全有序的电子商务网络分销市场，致力于提高供应链的效率，节约流通费用，传播消费品品牌。对于供应商而言，进宝网构建了一个极为广泛、高效与成本低廉的网络分销渠道，帮助企业推广品牌与拓展市场。对于零售商，进宝网提供了一个全新模式采购平台，降低了创业门槛，助力其成长并加速成功。

2007年7月，进宝网获得来自著名风险投资机构的首轮投入，正处于快速发展的黄金时期。公司与业内领先的电子商务运营商及第三方支付商、物流企业合作，实现了电子商务与供应链管理上的信息流、商流、资金流、物流的融合发展和应用创新。2007年11月，进宝网的创新模式获得由《第一财经》主办的“中国创业投资价值榜”评选的“最具投资潜力企业50强”称号。

企业文化

进宝网的根本信念是“做最好的网上分销交易服务平台”，进宝网的行动纲领是“您只管买卖，其它的事情交给我们来办”。

在政府大力推进电子商务健康发展的方针指引下，进宝网以整合传统营销渠道，创造商品的流通价值为己任，提倡“高效、节约和快乐”的网上销售文化，在为会员提供专业服务的同时，全心营造和倡导“施予者比受施者更快乐”的文化氛围，让进宝网的每个成员在获得经济收益的同时，共同分享成功的经验和喜悦。（进宝网 陈先生提供）

责任编辑 梁瑾 黄捷