



Shanghai eCommerce Association

会员资料

注意保存

电子商务资讯

2008年 8月第 8期 总第 70期

上海市电子商务行业协会主办

目 录

【重 要 信 息】

为网络零售开辟“经济特区” 2

【专 题 报 道】

信息服务业有望成上海支柱产业

---占全市生产总值近百分之五，面向商业、消费、娱乐将成三大特色 2

网店怎样健康成长 4

零售店：“网上”正超“陆上”

----图书、服装、手机等细分市场研究显示 5

【热 点 聚 集】

顺势而上，服务为先 ---上海鸿洋电子商务有限公司副总陈军专访 7

青年创业主题问卷调查揭晓 9

【会 员 动 态】

新会员介绍 ----上海实美钢铁电子交易市场经营管理有限公司 10

【交 流 园 地】

高成本压力下的采购创新与变革 11

“农民一点通”开通奥运频道 12

【协 会 快 讯】

中国 - 欧盟信息社会项目 --- 商业数据保护研讨会 12

上海市首批网络编辑国家职业资格证书试培训开班 12

【重要信息】

为网络零售开辟“经济特区”

针对北京工商局近期出台的网店新规，著名学者，北京大学经济学院副教授，北京大学外国经济学说研究中心副主任，中国体改研究会公共政策研究所副所长夏业良建议，对于网络零售这样的新兴产业，政府应该为其开辟“经济特区”，不能按照传统的管理模式管理。

夏业良说：“国家从政策上能不能先给网络零售一些特别的优惠和支持。这个思路30年改革开放经常适用于特区和新兴的行业，给某些特别的产品给一些特殊的支持。网络零售业在目前为止发展速度、占的比重不够大的情况，我们能不能免税？凭什么免税，因为你想鼓励他更快的发展，将来零售额更大。对于新注册商家在三年之内免税不是不可能做到的。”

（编者后语：众所周知，在开网店的群体中，有相当数量的是学生、残疾人和失业人员、退役士兵，他们通过网店自力更生，解决生计问题。马云也说过，淘宝网要力争创造100万个就业机会，实际上，淘宝网若发展得更大，其提供的就业机会远不止100万个，这对减缓就业压力显然是有着非常重要的意义的。否则，将会导致越来越多人不得不离开电子商务。政策导向应该是鼓励“网络零售”发展，而不是单方面加以束缚和限制。

总之，运用诸如“经济特区”的杠杆政策，调动就业者体验“网络零售”的实践，同时，辅之网上诚信承诺，对提高网民素质，拓宽就业路径的作用不可小视！)

（秘书处提供）

【专题报道】

信息服务业有望成上海支柱产业

- 占全市生产总值近百分之五，面向商业、消费、娱乐将成三大特色

最新统计快报显示，上海信息服务业增加值在去年同比增长17.9%基础上，今年上半年又同比增长19.9%，占全市生产总值的比重接近5%这一“支柱性产业区间”。种种

迹象表明，信息服务业有潜力培育成为上海重要的经济增长点，面向商业、消费、娱乐领域的信息服务业将成为上海的三大特色。

面向商业、面向消费是上海信息服务业重点发展方向，各企业正在销售模式创新上寻求“网络突破口”。首先，传统商业形态开始积极转型，联华电子商务公司依托于华东千余家超市门店，打造会员制购物的联华 OK网；春秋国旅十多年蝉联国内第一，借助自有航线优势开出春秋航空旅游网。其次，网上生长出一批本土生活服务新业态，易趣网开创国内个人在线交易，携程旅行网逐步确立起国内旅游电子商务界的领跑优势。此外，消费类电子商务还显现出细分化、个性化趋势，篱笆网、嗨拼商城网专注网络团购业务；我爱我家网、我俩结婚网瞄准新人家装需求；上海药房网、易果网只卖药品、果品等单一商品；大众点评网、起点中文网则开发网上餐馆指南、付费阅读等商业模式。

从市信息委、市电子商务行业协会了解到，由于涵盖了网上购物、商旅预订等与市民密切相关的信息服务内容，企业对个人（B2C）、个人之间（C2C）的电子商务模式开始呈现“小井喷”之势。据不完全统计，上一年度全市电子商务交易总额（含企业对企业的 B2B模式）增长率为 16.2%，而 B2C、C2C模式实现的交易额增长率还要高出近 14 个百分点，达 29.8%。照此速度发展，到 2010年，直接面向消费者的电子商务交易额有望增至 340亿元。

沪上信息服务业的另一个重点发展方向是面向娱乐，这还需要在技术创新上形成一定优势。目前，东方明珠移动电视从车载向楼宇进发，数字音频广播进行大范围试播，都离不开一系列数字媒体技术支撑。在电视模拟化向数字化转换过程中，中心城区有线数字电视用户现已突破 50万户，与互联网融合的 IPTV用户正接近 30万户，年内全市将有百万家庭享用数字广电服务。另外，随着本地软件自主研发能力增强，网络游戏开始成为信息服务业中的新经济增长点。上海网游行业的营收可望保持全国七成份额，更多原创游戏软件将输出海外。

在高成长性的信息服务业中，民营资本尤其值得培育。截至目前，成功在纽约上市的上海信息服务业民企已近 10家，包括巨人网络、百度、分众传媒、携程、盛大网络、第九城市、前程无忧、展讯通信、掌上灵通等。这些代表性企业主要分布在商业消费、文化娱乐领域，其中网游企业占 1/3，数量还可能扩大。今年一季度财报表明，盛大、巨人、九城、久游 4家公司的网游总产值达 16.8亿元，高增长态势将可持续。

（来源：中国上海）

网店怎样健康成长

针对网店管理新规，前天中国社科院信息化研究中心举办中国网络零售产业环境学术研讨会，各界专家共同建议：国家尽快出台“电子商务促进法”，以规范各地政府、不同部门的监管行为。

何时管：监管时机未到

“网络零售产业规模占整个零售业 5%以下时，政府不要管；网络零售的就业人数在 500万以下时，政府不要管；网络零售年收入在 5万以下的就业人员，政府也不要管。”中国社科院管理学院副院长吕本富提出“三不原则”，得到在场各界专家的同意。专家们认为，中国的网络零售还处于萌芽阶段，政府的管理出发点应当是服务和扶持，应当主要发挥行业自律作用，而不是简单依靠政府的行政力量。

中国社科院信息化研究中心秘书长姜奇平介绍，中国的网络零售只占零售业的 0.63%，仅占电子商务的不到 3%，而且处在每年以百分之百增长的培育期。与发达国家相比较，美国的网络零售占零售业的 3.72%，韩国的高达 7.65%。

中国信息协会副会长、国务院信息化专家咨询委员会委员杜链，曾参与制定了国家的信息化十一五规划和电子商务十一五规划，他认为，“相比电子商务的发展进程中复杂性、多样性，我们传统管理的工具和手段相对简单。在这种情况下，刚开始就要拿出管理的办法，往往风险比较大。现在先不要建立法律框架，要先解决问题，问题解决了之后再逐渐建立框架。”

如何管：备案制取代许可制

国务院国资委研究中心新产业研究部副部长卢奇骏指出，“规范的前提是不能增加这些经营者的负担，不能增加交易成本。从这个前提出发，现在要搞备案制，而不是许可制。”

吕本富说：“事前做资格认证，根本无法确定进入市场经营者是不是合格的经营。最好的办法就是谁出现问题我制裁谁，对经营者进行严格的惩治，这能起到很强的市场惩戒作用，会反过来促进行业发展。”

北京科技大学教授、中国电子学会电子商务专家委员会副主任梅绍祖认为，政府应该积极研究如何服务的政策，他建议税务部门研究网络零售的免税政策。

谁来管：提倡行业自律

在网络零售监管主体上，专家同意发挥行业自律作用，而不是政府的直接干预。中国体改研究会公共政策研究所副所长夏业良表示，政府管理要花费很大成本。杜链建议，从政府剥离出第三方来管理，至于第三方怎么管理，它的结构和特性是什么，则还需要研究。

传统的管理方法也并不适合网络。电子商务专家赵廷超说：“工商局传统的管理办法是，给商家发执照，以取消执照作为对商家最大的惩罚。而在网络零售上，消费者已经不需要依靠工商局、消费者协会和法院了，他们有一个自动惩罚机制。消费者可以通过自己的评价让商家下一单生意做不成。”管辖淘宝网的杭州市工商局统计数据显示：2007年，他们受理的“淘宝网”投诉案件有483起。而同一时期淘宝网实现的网购交易额为433.1亿元，平均大约每1亿元的交易，才立案一起交易纠纷。

卢奇骏呼吁，制定一个产业促进法，从国家层面的立法，要兼顾社会各个阶层、各个主体、各部门的利益调整，以期在中长期内指导、引导促进产业发展的道路。

（来源：解放日报）

零售店：“网上”正超“陆上”

----图书、服装、手机等细分市场研究显示

国内信息化领域最大的研究咨询机构之一“易观国际”昨天在沪发布行业分析报告显示：在图书、服装、手机等适合网络销售的细分市场上，“网上零售店”已在品种、销量、营收等方面，显示出超越传统形式“陆上零售店”的趋势。

以最早实现网上零售的图书商品为例：全国最大书店之一西单图书大厦，商品品种约30万种，年销售码洋达4亿元；网上书店“当当网”的这两个数据则分别达80万种

和 6 亿元。由于单价低、易配送、易比价，国内出版物网上零售市场规模已在过去 5 年内成长了 5 倍，从 2.8 亿元扩增至 14.2 亿元，与去年同比增长率近 60%

在服装市场上，生产商掌握销售渠道不同，业绩竞争激烈。雅戈尔品牌成立于 1990 年，拥有全国 2000 家商业网点，今年 7 月衬衫日均销量约 1.5 万件。同为国内衬衫产销企业，凡客 (Vancle) 成立于 2007 年，七成订单来自企业面向个人的直销网站，上月日均销量约 1.2 万件。这家成立不到 1 年的中小厂商利用网上零售渠道，正快速追赶成立 18 年的老牌服装厂家。

手机网上零售缩小了大品牌和小品牌之间的销量差距。中国手机品牌的年度市场份额显示，诺基亚、摩托罗拉、三星位居前 3 位，占市场 60% 以上份额，排名 4 到 13 位的“中间品牌”占据近 3 成市场，众多“其他品牌”仅有 11.5% 的市场。但从网上零售市场份额看，三大品牌的份额缩至 50%， “中间品牌”也有所缩减，“其他品牌”份额却增至 26.2%，争回 15% 左右。

分析人士认为，国内网民的网上购买力正迅速膨胀，企业不应忽视这一重要销售渠道。截至 7 月的最新数据显示，在我国 2.53 亿网民中，25 岁至 40 岁网民占 40%，大专及以上学历网民占 31.2%，这些人群都是目前消费市场的主力军，也具有网上消费经历甚至习惯。面对网络商店的后发优势，一些传统型企业也开始积极转型，谋求“网上”、“陆上”的渠道互补。为力拼奥运商机，李宁品牌今年上半年成立官网商城，并主动收编一些自立门户的“李宁”网上专卖店。名为“古星”的淘宝店铺是该网 800 多家“李宁店”中的一家，他们获得品牌授权，仅用 30 名员工、150 平方米办公室、250 平方米库房，便吸引了 8.7 万网友，创造出年销售 1000 万元佳绩，被成功纳入“李宁”官方电子商区。

(来源：解放日报)

【热点聚焦】

顺势而上，服务为先

----上海鸿洋电子商务有限公司副总陈军专访

天时、地利、人和

“电子商务的道路对于上海鸿洋来说，既有机遇和 PUSH，也充满了挑战，其渊源可以追溯到 03 年……”6 月 18 日，协会秘书处一行拜访了协会新任理事单位-----鸿洋电子商务有限公司，副总经理陈军开门见山地说到。

鸿洋电子商务有限公司最初是为市装饰装修行业协会网站提供信息服务，在协会领导的大力支持下，开始涉足为全体会员单位搭建一个电子商务平台。这背后的推动因素是大环境（包括房地产环境，上海地方特色）和协会领导发展思路的综合影响。

2003 年是上海房地产和装修行业大发展的一年，市场非常繁荣。而对于市装饰装修行业协会众多中小企业会员来说，独立建立供应链配套体系（如物流）显然难以承受，同时由于交易额小，与上下游的谈判筹码也不足，生存环境所迫，加剧了行业不规范现象的滋生。协会意识到，帮助这些中小企业生存发展，是促进行业健康发展的重要抓手。在对市场现状的理解基础上，协会大胆地尝试通过电子商务来规范、整合中小企业市场。站在鸿洋电子商务有限公司的角度，这一探索无疑是难得的契机。

2004 年，鸿洋电子商务有限公司正式开设了我爱我家网（www.525j.com.cn），吸收 1000 多家装饰装修行业协会会员单位，开始作为平台提供 B2B 网上交易服务。在会聚一定企业的基础上，我爱我家网推出 B2C 服务，形成 B2B2C 的完整链条。其中，所有的 B2C 服务都是免费的。

总结这段历程，我爱我家网是顺势而上、应运而生的互联网产物。可以说，没有“天时、地利、人和”，可能就没有上海鸿洋电子商务有限公司的今天。

整合需求，降低行业总成本

“为上下游的客户和合作伙伴着想，是我们的根本宗旨，不仅是为上游企业降低成本，也为消费者提供更质优价廉的服务，进而提升行业的整体效率”陈先生谈到，建材装修市场的一大特点是纠纷频发，这主要是由于大多数装修用户是第一次装修，没有专业知识和经验，同时在激烈的市场竞争下，大小企业良莠不齐，更加剧了消费者的风险。

针对这些问题，我爱我家网一方面设立装修知识库、首创网上“装修大学”，降低 B2C 交易双方的信息不对称。陈先生举例说，许多隐蔽工程在完成封装以前，只要消费者稍有常识，要提出调整意见是很容易实现的，能够显著减少可能发生的纠纷。

另一方面，万一发生纠纷，由于平台企业都来自行业协会会员，有详细登记，网站后台可以将投诉直接转到协会，协会以第三方行业组织的立场进行协调。同时，我爱我家网自身也设有先行赔付制度，通过合同保证金来维护消费者的利益。

汇聚众多中小企业的我爱我家网，拥有一定的谈判和定价能力，能够向消费者提供总体上低于大卖场 10% 价格的商品，并有完善的技术和管理体系来保证质量。这些努力很快得到了市场的认可，我爱我家网的交易额自 05 年开始取得连年翻番的增长，07 年交易额接近一亿，08 年至今环比增长 60%（由于今年房市趋缓，增速略低）。

在会议室内，可以看到许多我爱我家网获得的荣誉奖牌，但是陈先生还是着重提了 2005 年上海市装饰装修行业协会被评上全国范围的表彰奖励，他表示说，我爱我家网能对此有所贡献，感到莫大的荣幸。而根据协会了解，最近上海市人大召开的关于推进上海电子商务发展条例的解读会，上海鸿洋电子商务有限公司“我爱我家网”和东方钢铁是仅有的两家受邀列席的企业代表，足以显出其在上海电子商务行业内有一定的代表性。

立足传统，服务为先

“2007 年是我我爱我家网从单纯提供电子商务交易平台，转型到发展各项配套服务的一年”陈先生就深入理解和满足客户需求进一步谈到，2007 年，我爱我家网开始推出“自主装修”-CIY（CONTROL IT YOURSELF），这一理念主要体现为消费者可从咨询、采购、装修、到验收的全程控制管理。

在咨询阶段，我爱我家网提供免费的简易策划方案服务；采购阶段，由消费者选择所有品牌型号，平台给出低于大卖场 10% 左右价格供选择；在装修直到验收阶段，我爱我家网要求施工方项目经理每周要提供至少 2 次关于进度的报告，内容包括图纸、照片、视频等，供消费者了解装修进度情况，我爱我家网会将这些材料刻盘送到消费者手上，不额外收费。

陈先生特别提到，每个消费者的帐户清晰记录了装修时间表，会自动提示哪些种类建材应该进场了，这一简单的服务显著地减少了建材滞留在装修现场所造成的各种意外纠纷。

陈先生以自己为例说到，他自己装修房子 3 个月要去场地 30 次左右，家里、单位和装修场地三点奔波非常辛苦，如果那时就有这些 CIY 服务，通过视频和照片了解进度，去场地的次数应该可以压到 10 次以下，而且各种图纸和资料还更为齐全，以后如果要维护，“就不需要在天花板上打洞乱找管道了”。

大胆规划，稳步推进

"2008年我爱我家网的战略是全面扩展，包括地域拓展、行业延伸、以及服务创新等三方面"

第一，经过2007年的一系列准备，我爱我家网在08年开始在长三角和福建的几个重要城市设立网点，拓展业务。

陈先生介绍说，我爱我家网能在上海成长起来，与城市综合环境、市民收入水平、房地产行业发展水平等息息相关，因此扩展的目标城市，也都是符合这些特点的重点城市。对此，陈先生显得很有信心。

第二，我爱我家网将在行业领域上做延伸，让用户装修完新居以后，还能在我爱我家网上得到周边行业的后续服务内容。而且由于在这些领域的专业经验需要，我爱我家会考虑到多种合作模式来稳固客户忠诚度和实现行业共赢。

第三，是服务内容的深化创新，主要是技术研发和应用。例如增强互动式网上展示效果，进一步提高网上采购的消费体验。

在采访最后，陈先生对上海市电子商务行业协会此次来访表示感谢，并表示，希望通过企业市场运作，在规范制定、理念推动等环境建设方面配合各相关指导单位，共同努力，为上海电子商务行业发展增添力量。（秘书处提供）

青年创业主题问卷调查揭晓

市委宣传部、市劳动和社会保障局等部门在联合办为期近一个月的“点燃青年创业激情，引领申城创业文件——东方讲坛·开业生涯系列讲座”期间，还开展了近2000人参加的有关本市青年创业主题的问卷调查。

问卷调查结果数据显示，“与传统商铺相比，网上开店是否具有一定优势”，81.32%为“有优势”，41.54%为“具有一定优势”，39.78%为“有很大优势”，18.68%为“很难说”。“认为青年人创业最大的优势是什么”，36.54%认为“计算机能力强”，31.27%认为“学历普遍较高”，22.15%认为“敢想敢干”，10.04%认为“充满激情”。“青年人创业最大的劣势是什么”，35.61%为“资金、人脉资源有限”，24.29%为“家人不支持”，其他依次排列为项目难定、市场销售、政策环境、团队合作、场地缺乏等。“认

为选择一个优秀加盟项目最主要条件是什么”，40.61%为“知名度”，35.5%为“盈利状况”，20.78%为“管理操作规范”，3.11%为“企业文化”。“认为识别特许经营圈钱陷阱最有效的方法是什么”，42.11%为“没有健全的运作体系”，33.79%为“不能提供必要的持续培训”，13.53%为“企业自身经营品牌不具市场知名度”，10.53%为“没有后续发展能力”。“认为何种性格的人更适合创业”，57.28%为“外向开朗和内向缜密型两种特质兼而有之”，32.81%为“外向开朗型号”，6.77%为“内向缜密型”，3.16%为“很难说”。

总之，网上创业成本和风险较低成为普通青年创业者选择网上创业的理由，“法律保护”这个问题也因此成为了首选，众多青年创业者期待能早日解决。

（来源：文汇报）

【会员动态】

新会员介绍 ----上海实美钢铁电子交易市场经营管理有限公司

上海实美钢铁电子交易市场经营管理有限公司于 2007 年成立以来，公司旗下“买卖钢铁网”主要从事专业化的钢铁电子交易及相关配套服务。

公司按照商务主管部门的规范要求，在钢铁电子交易中采用电子身份认证、数据加密、防火墙等现代电子商务技术并配备国际先进的网络安全产品，构建了安全、可靠、功能齐全、操作简便的钢材网上交易系统。此外，公司还拥有大量具备资深行业背景、熟悉电子交易、交收管理的高素质团队。遵循“公开、公平、公正、诚信”的原则，总结大宗商品交易市场管理模式和经验，并与多家结算银行和指定交收仓库联合，形成集网上在线交易、交收及相关配套服务于一体的站式服务。2007 年 10 月被上海市经委评为首批“上海市电子商务样本企业”。公司网址：www.mm-steel.com

更广阔的贸易范围

买卖钢铁网电子交易平台利用先进的互联网技术，可以轻而易举地为您实现您对广阔贸易的追求。我们集中了来自全国各地的交易客户同时参与每天的电子盘交易，您在电子盘中的每一次销售或者采购，都可能是与远在千里之外的交易者完成的。无形之中，您已将您的贸易网络拓展到全国乃至全世界。

更高效的贸易途径

买卖钢铁网电子交易平台为您的钢铁贸易提供了更便捷的采购和销售途径。通过我们的交易平台，买卖双方无需见面甚至无需电话您只需确定合约品种后简单操作即可，就能完成合约交易。利用这种创新的方法，您可以大幅度缩减贸易中间环节，有效提升了您的贸易效率。

更低贸易成本

买卖钢铁网电子交易平台为您提供应对货运价格不断上涨，融资成本不断提高，职员工资逐年递增等问题的解决之道。利用电子交易平台的便捷性，您能有效减少贸易中间环节，从而真正减少贸易成本。此外，利用保证金模式，您可以最有效地利用现有资金，缓解融资压力，降低融资成本。利用这些优势，买卖钢铁网电子交易平台将是您成本控制的有力工具。

更优的风险控制

面对钢厂突然调价、国家宏观调控、银行利率不断上调、资金压力越来越大，融资成本不断上升等风险因素，买卖钢铁网电子交易平台将是您“避险套利”的有力工具。无论是风险还是收益，您都可以利用她对合约价格进行锁定。从而规避价格波动带来的风险。利用买卖钢铁网电子交易平台结合现货贸易，您将拥有两条贸易渠道，有效分散贸易风险，让您一切尽在掌握！

更及时的贸易信息

买卖钢铁网电子交易平台及时地呈现盘中每一交易品种的实时价格、走势以及交易数据，让您在第一时间获悉盘中价格信息。不仅如此，我们还为您提供免费的行情时评及相关资讯，让您获得立体化的信息渠道，时刻把握行情动态及贸易信息。

(来源：上海实美)

【交流园地】

高成本压力下的采购创新与变革

——盖世汽车网 B2B1.5代产品发布会于 7月 29日在沪举行

由盖世汽车网主办的“高成本压力下的采购创新与变革——B2B1.5代产品，让采购更轻松”新闻发布会及专题讲座于 7月 29日在上海中油大酒店隆重举行。上海市信息委社会处张建明处长、上海市电子商务行业协会王玉秘书长参加会议并在会上致辞。另外，包括霍尼韦尔、GM集团、德纳、立达集团、美国特路普 (TWOLoop) 国际公司，巴西 DHB公司等多家跨国公司在华采购精英莅会。

(来源：上海盖世汽车网)

“农民一点通”开通奥运频道

——精彩奥运动态滚动播报

精彩的奥运动态轻轻一点屏幕就能尽收眼底。8月7日上午，“农民一点通”奥运频道开始仪式在嘉定区浏港镇黄桥村举行，上海市农委副主任严胜雄与新华社上海分社社长慎海雄一起点击了一点通屏幕上的奥运频道开通按钮，并发表了热情洋溢的讲话。

（来源：上海农业信息公司网站）

【协会快讯】

中国-欧盟信息社会项目 ---商业数据保护研讨会

7月31日，中国-欧盟信息社会项目——商业数据保护研讨会在沪召开。国家商务部信息化司、工业与信息化部有关处室和项目主管领导出席会议并讲话，会议围绕欧洲商业数据保护情况、中国商业数据保护办法起草情况等内容展开研讨。协会王玉秘书长、项目咨询部肖昆副主任出席会议。

（秘书处提供）

上海市首批网络编辑国家职业资格证书试培训开班

由本市劳动和社会保障局与市政府新闻办共同开发，市网宣办、市信息委、市通信管理局等单位积极支持的上海市首批网络编辑国家职业资格证书试培训班于近日上午在上海国际节能环保园正式开班，市府新闻办、市劳动保障局、市网宣办、市信息委和市通信管理局等单位领导出席了开班仪式。

据了解，目前该项目培训鉴定根据专业技能水平和从事工作的责任大小，分为网络编辑员（国家职业资格四级）、助理网络编辑师（国家职业资格三级）、网络编辑师（国家职业资格二级）三个专业等级。高级网络编辑师培训鉴定目前还在进行开发，开发成功后将陆续开展。

（来源：上海市信息化委员会）

责任编辑：王玉，刘俊