



Shanghai eCommerce Association

会员资料

注意保存

# 电子商务资讯

2009年 2月第 2期      总第 76期

上海市电子商务行业协会主办

## 目 录

### 【重 要 信 息】

- 商务部：支持大型流通企业跨区域兼并发展电子商务 ..... 2
- 上海电子商务交易保持两位数增长
- 企业、市民应对经济困难的“盈利模式”和“抗跌板块” ..... 2

### 【专 题 报 道】

- 个人网上开店办照自愿
- 全国首部地方性电子商务法规下月起在沪实施 ..... 4
- 浅析电子商务的模式创新 ..... 4

### 【热 点 聚 焦】

- 去年上海网购交易量全国第一
- 全国网购交易额首次过千亿 二三线城市成主流消费区域 ..... 6
- 诚实守信 不断进取
- TOM集团 CEO杨国猛先生专访 ..... 7
- 支付行业的繁荣之忧 ..... 9

### 【交 流 园 地】

- 东方钢铁 (Bsteel) 被推荐为“上海市名牌服务” ..... 10
- 携程推出首个航意险销售网络平台 ..... 10
- 易趣向假货商开炮：发现假货店铺永久封杀 ..... 11

### 【案 例 分 析】

- 春节假期刚过 网购一族陷入退货烦恼中 ..... 11

### 【协 会 通 知】

- 通 知 ..... 12

## 【重要信息】

### 商务部：支持大型流通企业跨区域兼并发展电子商务

商务部副部长姜增伟日前在国新办举行的新闻发布会上表示，商务部将进一步促进流通企业发展，降低消费成本。支持大型流通企业跨区域兼并重组，做大做强，加快发展连锁经营和电子商务等现代流通方式，降低经营成本和销售价格。支持小商贸企业发展，改善相关金融服务。

狭义的流通业就只包括零售业、批发业、物流业，广义的流通业包括零售业、批发业、物流业、餐饮业、旅游业。而在中国的官方统计中，流通业目前只包括零售、批发、餐饮业。鉴于零售网络资源的稀缺性注定了资本运作必将成为国内外强势零售商构建全国网络布局的手段。零售企业通过并购组建大型零售集团后，由集团统一进行采购，将能达到规模经济，降低下属各零售企业的成本，从而提高利润率，增强国际企业竞争力。

近来，流通企业股权转让活跃，日前，上实医药的控股股东上海实业控股公告称，已与百联集团达成协议，作价 10.56 亿元出售间接持有的联华超市 21.17% 股权。百联集团预计 2~3 月将完成全部手续，并加快对联华超市整合提升。这样百联集团将通过收购曲线增持联华超市股份至 55.2%，成为控股股东。（来源：证券时报）

### 上海电子商务交易保持两位数增长

#### 企业、市民应对经济困难的“盈利模式”和“抗跌板块”

从买图书的小订单到卖钢材的大订单，上海电子商务拉动市民消费，又促进企业贸易，成了经济困难形势下的一大“盈利模式”和“抗跌板块”。统计快报显示，2008 年全市电子商务交易额达 2758.17 亿元，同比增长 13.68%。其中企业对企业（B2B）交易额占到交易总额的 92.95%，而企业对个人（B2C）、个人对个人（C2C）交易额占比虽小，却增长迅猛，高达 36%。

当前国际金融危机对国内经济带来冲击，电子商务面临挑战，更面临机遇。一方面，国际市场萧条，对出口行业产生一定影响，其中也包括为相关行业提供服务的电子商务企业。但另一方面，危机之下，众多制造、服务行业都面临降低成本、提高效率、挖掘潜能的压力和需求，这迫使各行业加快应用电子商务的步伐，为电子商务普及发展带来重大机遇。今年初，国家批复上海成为首批 6 个“信息化和工业化融合试验区”，以加快上海产业结构优化升级，促进经济转型发展，其中电子商务是“两化融合”重要载体之一。

数据分析表明，2002年到 2008年七年间，上海电子商务交易额从 250多亿元提高到 2700多亿元，增长逾 10倍，年均增幅超 50%。其中，企业级的 B2B电子商务模式占据九成以上份额，去年交易额达 2563.7亿元。上海重点工业企业的主营业务收入，目前已有 20%通过便捷的网上销售实现，如宝钢、上汽、烟草、双钱等骨干集团，均已将主要的大客户业务转移至各自的电子商务交易平台上，完成了节支增效的“美丽转身”。在信息化程度还不高的中小型企业中，也已有超过 11万用户，加入上海电信“商务领航”等第三方电子商务平台，以每月几百元的较低成本，租用这类平台提供的信息化管理系统。

公众普遍感受到，如今逛“网店”的人越来越多。上海个人级的 B2C、C2C电子商务交易额，在过去一年内从 142.9亿元快速增至 194.5亿元，全市消费者日均上网交易 5300多万元，内需拉动作用日益显著。在上海“付费通”平台上，已能支持水、电、煤、通信 4大类 24种公用事业费及交通罚款、公路养路费支付，截至去年 11月共累计交易 9260万笔，累计交易额 82.44亿元。

市经济和信息化委员会透露，正在加紧制订《上海市信息化和工业化融合工作方案（2009-2010年）》，并据此实施“B2B电子商务专项支持计划”，打造一批在国内具有主导或领先地位的面向同行业的第三方电子商务平台；同时开展“电子商务进我家”等面向市民的推广活动，加快推进投诉服务、法律援助等公共环境建设。下月 1日，我国首部电子商务地方法《上海市促进电子商务发展规定》将正式实施，并将尽快形成细化政策措施。

（来源：解放日报）

## 【专题报道】

### 个人网上开店办照自愿

#### 全国首部地方性电子商务法规下月起在沪实施

近日在市工商行政管理工作会议上了解到：今年3月1日即将实施《上海市促进电子商务发展规定》。

据了解，市人大常委会去年底表决通过了《上海市促进电子商务发展规定》，这是全国第一部促进电子商务发展的地方性法规。这部法规对“电子商务”作了明确的定义：“是通过互联网进行销售商品、提供服务等的经营活动。”规定从事电子商务的企业应当根据国家有关规定取得相关证照。

本市工商部门将根据即将实施的《上海市促进电子商务发展规定》，确定监管办法：以B2B、B2C形式的网站，即商家对商家、商家对个人形式的网站经营者为重点监管对象，而对C2C形式的一般销售者，目前采取自愿办照的原则；对C2C形式的规模较大销售者，则逐步引导，规范其经营行为。这一规定表明，本市在网上开店的个人卖家们，将不需要为办不办照的事而操心，不必担心因“无照”而被处罚。

上海工商局的这一做法，将对网络就业起到积极的促进作用。一些购物网站人士表示，新规定肯定会提高个人到网上开店的积极性。据有关部门粗略统计，到2008年底，已经有40万多人通过网上开店实现了就业。在就业市场处于困难时期，通过网络进行创业，可有效缓解就业压力，尤其是可帮助大学生、小白领实现创业愿望。

（来源：文汇报）

#### 浅析电子商务的模式创新

借助网络，我们可以发现有很多新的思想出现，关于电子商务的下一个制高点也有很多，如智能电子商务、社区电子商务、电子服务、C2C2B等等。当所有的模式和方法都越来越趋于一个水平时，找到创新点是一个制胜关键。

#### 智能电子商务

随着我国各种商贸网站的涌现，电子商务繁荣了，其应用已经渗入各行各业，而智能化更代表了电子商务的先进水平。相对原始的网络商铺经营，智能电子商务更加便捷，更加高效。在电子商务智能化发展的过程当中，首先是电子邮件群发做出了贡献，电子邮件是我国电子商务的萌芽，电子邮件群发则是智能电子商务的起步。智能电子商务的完备发展则是以商务快车为代表的网络营销软件的快速壮大。

网络营销软件的应用将电子商务上升到了一个新高度。首先，它具备了邮件群发功能；其次，能同时运作几千家 B2B网站的商铺；第三，能进行有效的市场调查；第四，能够管理开展电子商务时的客户与潜在客户……智能电子商务使经营者能够在省时省力的情况下高效地开展电子商务，实现低成本高效益的贸易。

## 社区电子商务

社区化电子商务模式主要是以社区发展为重心、以人为本，充分挖掘信息、分享，提供关系性服务，更好的促进社交活动。通过社区化的发展与完善，寻求电子商务盈利模式。这种模式的价值就在于强大的粘性和一定规模后的价值指数增长。巨大的粘性会聚合越来越多的受众，历史选择与锁定让非最有技术成为世界上最流行的技术。

**社区电子商务的优势有：**1.强大的用户群体与高度的信任与信用度，具有粘性的信用约束；2.通过社区化内容更好的进行信息挖掘、整合与创新，有利于电子商务模式的完善；3.消费能力强大，成功的运营模式将使企业具有相当可观的盈利，从而更好的为用户服务。

当然，社区电子商务也是有很大风险的。对于目前的网络环境和电子商务环境来说，做好社区电子商务就要做到以用户为本，使社区服务便利化和个性化来得到用户的粘性，给用户发挥创造性的空间。

## 电子服务

电子商务已经越来越电子服务化，这是必然的趋势，随着网络交互性越来越重要，电子服务成为新制胜点。

网络服务交易与网络购物最本质的区别就在于它交易的物品是看不见、摸不着的服务商品。以前，这些服务都是通过传统的中介机构实现交换，而网络服务交易就是将这种中介机构网络化、平台化。而网络服务交易的优势则在于可以实现服务的异地、便捷化。同时，网络服务交易还传承了网络购物的优势，即更便宜，第三方支付交易更安全。

从目前很多网站的变化上我们也可以看出，它们越来越重视服务了。而用户群体也是更加重视服务。因为对目前的大部分用户来说，网上的转移成本是比较小的，一旦发现更好的服务，便会很容易发生转移。长久的吸引新顾客和保持顾客忠诚度必要的一点就是要做好服务。

## C2C2B

看到这个概念时是将它作为第四代电子商务的兴起来讲的，它是一类新型电子商务模式的网站，创新性在于：它为所有的消费者提供了新的电子交易规则。这种模式不仅消费者可以推荐消费者，还可以推荐企业商家，建立自己的销售联盟和消费者联盟。它改变了人们的生活方式和消费观念，使人们可以更加自由更加有效地支配自己的时间。

它把消费者放在核心地位，让消费者与消费者结合，让消费者与企业结合，使电子商务变得更加有活力，发挥群体的智慧。这种模式的一个显著特点和必要点就是重视服务，符合了电子商务电子服务化的大趋势。

只有想不到的，没有做不到的。在电子商务这个领域里，智能电子商务、社区电子商务、电子服务、C2C2B等创新模式会越来越多。

(来源：中国 B2B 研究中心讯)

## 【热点聚焦】

### 去年上海网购交易量居全国第一

#### 全国网购交易额首次过千亿 二三线城市成主流消费区域

最近，国内调查机构艾瑞咨询和淘宝网联合发布了《2008年度网购市场发展报告》。报告显示，2008年中国网购市场的年交易额首次突破千亿元大关，达到1200亿元，同比增长128.5%。同时，二、三线城市已成为网购的主流消费区域。

#### 上海网购交易额165亿

与上年相比，网购交易额增幅上升了近40个百分点。这表明，国际金融危机情况下，网购以其便宜、丰富和方便的特性，成为越来越多中国人喜欢的经济生活“过冬”方式。而淘宝网2008年以交易额999.6亿元占据网购市场80%的市场份额。

据悉，上海网购交易量达到165亿元，会员注册总量686万，交易量在全国居于首位。

艾瑞咨询的调查数据显示，春节期间，有六成网友选择网上购物。而稍早前的数据显示，去年三季度网络购物交易额规模达346.9亿元，环比和同比增幅较二季度均有所下降，但是同比增幅仍高达133.4%。其中，C2C网络购物的交易规模达322.7亿元，环比增长17.8%；B2C网络购物交易规模24.2亿元，环比增长20.6%。

值得注意的是，在三季度遭受金融风暴袭击之后，针对用户网络购买行为的调查显示，减少网络购物行为的仅占21%，增加网络购物的占28%，而基本没有变化的占51%。

艾瑞分析师张艳平认为，中国网络购物在2008年取得了非常快速的发展，全年交易额1200多亿元。网购的便捷、价格优惠等核心优势已在网民中形成共识，接近7成被调研网民认为网购相比传统购物具有很多优势。

(来源：上海商报)

## 诚实守信 不断进取

### ---- TOM集团 CEO杨国猛先生专访

08年，一场席卷全球性的金融风暴，让大部分行业的发展处在下坡阶段，影响颇深。然而，就在这样的危机下，网上购物的发展却十分迅猛，逆势上涨。为此，春节前夕，协会秘书处一行拜访协会会员单位TOM集团CEO杨国猛，对其进行了专访。

TOM易趣是全球最大的电子商务公司eBay和大中华领先媒体企业TOM集团旗下的TOM在线于2006年12月携手组建一家合资公司。08年3月杨先生出任TOM集团首席执行官兼执行董事。毕业于美国麻省理工学院的杨先生，曾就职于Mckinsey&Company超过6年、担任过可口可乐大中华策略总监以及维港投资集团董事，使其拥有了丰富的人生经历。

自TOM易趣将网上购物体验引入中国，已经是第十个年头，从eBay的收购，到与TOM集团的合作，一路走来，诚信、稳重、踏实始终贯穿在易趣品牌的核心价值之中。在叙述了TOM集团在无线通信、出版、户外、包括电子商务等多种领域的综合发展后，杨先生指出，国内电子商务市场的成熟度已经取得显著发展，然而电子商务——尤其是C2C模式作为一个商业模式，本身却无法取得更大的突破；在此背景下，电子商务作为TOM集团跨媒体战略布局的一环，将从诚信品牌、物流支付模式和与新技术的整合等三方面

入手，承继易趣的传统，一方面将全新的网络生活体验带给用户，同时为行业可持续的循环发展探索盈利模式。

### **“ 诚信是行业可持续发展的关键 ”**

诚信、稳重既是 TOM集团及其母公司的优良传统，也是易趣网长久以来在广大用户心目中的形象和口碑，可谓一脉相承。杨先生说道，TOM易趣坚持自上而下、贯彻始终的诚实守信，无论是对于投资人、员工，还是普通用户，TOM易趣网所传递的信息--从数据报表到运作流程，均沿袭脚踏实地的风格，不主张浮夸的作风或是无效的数字。从杨先生的介绍中可以感受到，TOM易趣希望以规范的管理和优质的企业精神，来保证品牌的质量和可持续发展。

杨先生进一步谈到，ebay全球在技术以及资源上，一直鼎力支持 TOM易趣的服务创新，协力塑造国际化、诚信可靠的品牌形象。以 TOM易趣的海外代购服务为例，在网上购物人均交易额不到两百元的情况下，该项服务的人均交易额逾两千元，最高达七万，用户的整体反响是认可和信任。杨先生不无自豪地说，有的用户还积极主动联系平台，提出希望加入代购范围的品牌，表示通过 TOM易趣来购买比自行办理更为放心。

就专访初始谈到的商业模式困境，杨先生简要谈到，盈利模式是对投资人和行业的责任，适当的费用不仅有助于企业自身，也是对于潜在欺诈犯罪行为的有效门槛。易趣网一直走在规范行业、繁荣行业的道路上，从某种意义上说，在这条道路上易趣并没有发现竞争对手。杨先生表示，相信 TOM易趣所坚持的诚信理念和可持续循环的创新，能获得对行业和社会有真正价值的成功。

### **“ 强调本地化执行，以及线下线上整合 ”**

杨先生就电子商务的行业背景谈到，在国内目前物流、支付、管理规范等环境尚未成熟的情况下，照搬国外现成的模式已经被证实会遭遇瓶颈，其中不乏文化冲突、意识形态、基础设施建设等短期很难改观的问题。杨先生谈到，针对这些现状和以往经验，TOM易趣强调本地化的调研执行和国际管理经验的有机整合，着重探索因地制宜的发展模式。杨先生随即以多个实际案例来一一分析并指出，TOM易趣的运作模式创新，将针对诚信、配送、支付三方面主要问题，以线下、线上结合、新技术与服务内容结合等多种思路去灵活开拓。

TOM易趣在与线下合作调研中的数据显示，三分之二的用户不具备上网技能或习惯，而三分之一的上网人群中，六分之五的人会因为网银的繁琐而放弃继续体验网上消费，仅有最后的六分之一完成了整个流程。杨先生进一步解释说，完全集中于最后一小部分

最成熟的用户，市场太小，而跳出这个狭窄的视角，如何顾及三分之二的不具备技能的人群，例如地域上的二三线城市和年龄上的中年以上，以及如何避免网银等关键瓶颈，将用户群体、合作对象扩大到更为广阔的领域，才是 TOM易趣探索新运作模式的最重要依据。

经过团队的不懈努力，许多项目在各个阶段 - 从数据挖掘、市场预测，到商务洽谈、合作运营等，都已经取得相当进展，正为用户带来更多可信赖、值得体验的功能服务，令用户得到切实的便利和优质的体验，同时也探索健康、可持续发展的平台盈利模式，繁荣整个电子商务行业。

最后，杨先生表示“易趣作为 TOM集团的一部分，将协同致力于使得集团服务 - 包括电子商务在内，成为无处不在的生活体验。”为了配合集团整体战略，营造无处不在的虚拟空间生活体验，无论是通过手机、电视、产品目录、还是传统意义上的 internet，用户和合作方都能受益于 TOM易趣提供的无店铺消费和购物服务。让 TOM易趣成为人们最为值得信赖的、值得期待的品牌！（协会秘书处提供）

## 支付行业的繁荣之忧

金融危机不仅是对中国经济实力的一次残酷考验，也是检验各行各业企业实力的一道关口。不论之前的市场声音多么响亮，危机来袭，让一些叫嚣者哑口无言，让一切虚假繁荣回到原形，实体经济如此，虚拟经济也如此，无一例外。

近日，某调查数据表明，2008年，中国第三方网上支付市场交易额规模达 718 亿元，环比增速保持稳定，同比仍保持 180%左右的高速增长，银联电子支付、支付宝、财付通、快钱等 3 类最具代表性的前四强企业占据网上支付市场 80%的市场份额。

值得注意的是，这份广为引用的咨询数据只是统计了网上支付业务，在此之外，快钱、银联等企业则获得了更大的发展空间。快钱 CEO 关国光就曾指出，中国从现金经济向电子化支付转变所带来的长期市场机会，是中国支付行业的最大机遇。这部分消费者整体零售消费量远远超出了在 C2C 领域拍卖的模式，独立性支付企业的市场更加广大。

不过，这份看似繁荣的报告却掩盖了支付行业潜在的危机。支付行业一直有两个悬而未决的问题，一个叫做牌照，一个叫做盈利。这并不奇怪，支付行业关系金融又前景

无限，牌照则像是入门的票，拿不到票，国家是不允许你坐上支付行业这趟车的。盈利的问题就更加简单了，不盈利，就灭亡。牌照更是别想。

支付行业繁荣核心竞争力在于拥有用户平台。目前，国内第三方支付企业拥有自主开发业务系统的并不多，一般企业所做的业务只是银行业务的一部分，往往只在价格层面参与竞争，没有核心的业务系统。如果不能发掘出足够突出的业务模式，拥有自己的业务平台，第三方支付行业是没有前途的。

在危机来袭的时刻，现实检验出支付企业的真正实力时代已经来临，谁是李逵？谁是李鬼？将像“皇帝的新装”一样，在一年之内展现在人们面前。

（来源：北京商报）

## 【交流园地】

### 东方钢铁（Bsteel）被推荐为“上海市名牌服务”

日前，经上海市名牌产品推荐委员审定，东方钢铁（Bsteel）被正式推荐为“2008年度上海市名牌服务”。东方钢铁多年来一直重视实施电子商务服务品牌战略，不断在服务方式及手段上寻求创新与突破，在电子商务基础及应用平台建设方面，走上了科研导向、应用支撑、成果平台化的健康发展道路，已拥有6项发明专利、13项软件著作权，9个软件产品，多个项目被列入国家及上海市政府重点项目，是上海市软件企业、高新技术企业和电子商务示范企业。同时，东方钢铁在电子商务B2B外包服务、供应链协同、模式研究、平台规划及运营，电子交易及有效支撑企业阳光经营等方面积累了丰富的经验与成果，东方钢铁服务品牌在业界的影响力日益提升。

（来源：东方钢铁）

### 携程推出首个航意险销售网络平台

近日，携程旅行网在上海宣布，推出全国集中管理的航意险保单销售网络平台，该系统将于2月底投入使用。

携程相关负责人介绍，今后携程给客人开具的保单全部经由此系统进行集中管理，所有投保均有记录，客人可根据保单上的编号到保险公司进行查询。2月底，携程将在上海、北京、广州、深圳、杭州等地推出该举措。3月底，所有从携程售出的航意险保单都采取新保单。

（来源：京华时报）

## 易趣向假货商开炮：发现假货店铺永久封杀

最近，针对近期业内关注的网购假货问题，易趣高级公关经理马女士向新浪科技透露，易趣一直想打造高品质的购物商城，不仅严令禁止假货与低俗图片，对于假货店铺也绝对采取永久封杀的态度。

这是在本土网购巨头淘宝做出“网上卖假货将终身遭封杀”的承诺后，又一家网购企业向假货商“开炮”。马女士坦言，易趣平台上肯定也存在一定的假货问题，但易趣对该问题一直非常重视，相信这些问题并不严重。

“易趣一直以来，以打造品质购物商城作为目标，所以在控制假货流入易趣之前就做了控制规范。还有，易趣非常尊重知识产权权利人依法享有的权利，假如权利人认为易趣某些用户销售的商品侵犯其知识产权，只要向易趣发出侵权通知函，易趣在确定此商铺在销售的商品为假冒、盗版或者有其他侵犯知识产权行为的，将根据提供的情况尽快确认并处理。在警告无效的情况下，会以永久封店作为处分。”易趣方面表示。

据悉，易趣社区还开通了“网上 315”版块作为消费者遇到消费纠纷解时的投诉平台，并与媒体合作加强监督力度。  
(来源：新浪科技)

## 【案例分析】

### 春节假期刚过 网购一族陷入退货烦恼中

虽然春节假期刚刚过去，可是不少网购一族却没有了新年的喜悦，陷入退货的烦恼中。淮安市某医院的张女士节前腊月二十八在网上订购了两个皮包，广州的卖家答应第二天上午就发货，按说货从广州到淮安应该只需 3 至 4 天，不料第二天物流公司便放假了。张女士在网站上查询，货已经到南京了，再跟卖家交涉，卖家也表示无能为力。初八这天，物流公司的工作人员才把货送到张女士单位。但此时张女士发现自己的货款已经被网站划给卖家了，想不签收都不行。结果收货时拆开包装一看，货色与自己预想的都不一样，再想找卖家退换，已经是非常难了。

由于春节期间不少物流公司放长假，使一向以便捷、选择多著称的网上购物变成了网购族的煎熬。由于网站默认的七天结算制度，让不少消费者面临维权难题。网购一族首先是不要盲目上网购物，对于一些急需及大件商品还应到商场选购。其次，一些有信誉的网站，在宣传时也应该考虑到物流和快递公司春节休息的情况，不能只顾成交量，而不对消费者进行提示。网站也应该有义务对划款规则及商品三包期应春节的特殊情况而改变，自动顺延春节休假的天数。（来源：扬子晚报）

## 【协会通知】

### 通 知

#### 各会员单位：

本协会新版网站（[www.sh-ec.org.cn](http://www.sh-ec.org.cn)）已改版完毕，正式上线，如有不足之处，欢迎各会员单位提供宝贵意见，请各会员单位联系人，登录网站进行用户名注册，填写相关信息，以便日后方便协会管理与服务。

另：协会网站还有少量广告空位，如有意向者，可与协会联系。

联系人：刘小姐

联系电话：63560343-11

特此通知

上海市电子商务行业协会

2009年 2月 10日

责任编辑：王玉，刘俊