



Shanghai eCommerce Association

会员资料

注意保存

# 电子商务资讯

2009年 5月第 5期 总第 79期

上海市电子商务行业协会主办

## 目 录

### 【重要信息】

- 商务部将积极推进企业电子商务应用和模式创新.....2
- 电子支付进入 "十一五" 国家重大科技项目 .....3

### 【专题报道】

- 博鳌论坛聚焦互联网经济 电子商务逆势看好 .....4
- 移动电子商务将广泛应用 .....5

### 【热点聚焦】

- 上海无店铺展：展现电子商务平台营销新模式.....7
- 网上购物人群激增 "宅经济" 获得迅猛增长.....7
- 福布斯：电子商务未来机遇与挑战并存 .....9
- 银联正式推广网上支付 支付宝遭遇强悍对手 .....11

### 【会员动态】

- 新会员介绍 -- 上海市果品有限公司 (上果网) .....12

### 【交流园地】

#### 探索未来 创造奇迹

- 第一钢市董事长周华瑞专访 .....14
- 导药网 -- 广告语征集活动发布会 .....16

## 【重要信息】

### 商务部将积极推进企业电子商务应用和模式创新

由商务部信息化司主办、中国国际电子商务中心与中国对外贸易中心承办的“电子商务助力外贸增长高层论坛暨部分省市区域电子商务平台启动仪式”在第105届广交会展馆举行。

商务部副部长蒋耀平在致辞中指出，全球金融危机继续蔓延的“特殊”经济时期，实现外贸稳定增长是各级政府和商务主管部门亟待解决的重大问题之一。电子商务作为信息技术在商贸领域的具体应用，近年来日新月异，电子商务与传统产业的深度结合正在改变着企业生产经营的组织形态，也已成为企业加强资源整合和广泛开拓国内外市场的重要手段。

商务部在改善电子商务发展环境、推进企业电子商务应用等方面做出了积极的努力，今后商务部将加大推进电子商务应用和模式创新力度，以信息化带动贸易增长，促进国内消费，助力外贸增长。本次论坛可以引导中小企业积极应对金融危机，以信息化带动贸易增长，降低贸易成本，提高贸易效率，提升企业国际竞争力，最终促进区域乃至全国的经济发展。

蒋耀平副部长指出，区域电子商务平台采取“政府支持、资源共享、专业服务、企业受益”的模式，为区域内企业提供专业化的贸易全流程服务，不仅降低了贸易成本，拓宽了贸易渠道，也避免了地方信息化建设的重复投入；利用第三方平台，通过聚合各方资源为各地企业提供有针对性的贸易服务，是帮助各地企业提升国际竞争力，扩大出口，促进区域经济发展的有效途径之一。

（来源：中国广播网）

## 电子支付进入 '十一五' 国家重大科技项目

随着中国企业信息化与电子商务事业的发展，企业间交易提速，国际贸易、国内贸易的融合与互动需求进一步加强。日前，国内领先的独立第三方支付企业快钱与商务部中国国际电子商务中心达成合作，参与建设“国家现代服务业服务交互支撑平台”。据悉，快钱将成为平台的通用电子支付服务提供商，以提升平台用户资金效率，促进我国现代服务业健康、快速发展。

由商务部和科技部指导的“国家现代服务业服务交互支撑平台”是“十一五”国家科技支撑计划的重大项目，由商务部中国国际电子商务中心、对外经济贸易大学、国富通信息技术有限公司等 7 家单位共同组建。支撑平台通过“聚合、服务、支撑”形成开放的现代服务业环境，面向政府、共性服务商、第三方服务商、企业及社会公众，提供公共数据资源、政府许可、安全认证、支付清算、征信信用、即时通信、授权管理以及责任认定等共性服务，并提供一站式解决方案，促成传统服务业和制造业向现代服务业转型升级。

电子支付是大部分电子商务的关键环节之一，也是现代服务业建设的关键。作为平台的通用支付提供商，快钱将向平台用户提供支付解决方案，连同各方之间的资金流，加速平台用户的资金周转效率。据悉，依托“中国商品交易市场”、商务部所属大型商会及行业协会的企业都将成为该平台的受益用户，总数超过 150 万家。

商务部中国国际电子商务中心常务副主任王建国表示，全球经济的构成特点已经发生了很大变化，“服务型经济”的比重正在超越“工业型经济”，信息技术已成为现代服务业快速成长和发展的的重要支撑与先导力量；支撑平台建立与完善将使得广大中小企业的信息化建设进程加快，进入一个实践探索的新阶段，促使传统服务业和实体经济发生深刻变革。

业内人士指出，2009年，金融危机对全球经济的影响仍在蔓延，也为深化电子商务的商业价值提供了机遇。随着互联网与电子商务的普及以及政府部门的重视，电子支付正逐渐从生活应用、企业应用进入与政府事务和国计民生相关的众多领域，成为政府事务管理、企业运作模式革新的重要发力点。

（来源：人民邮电报）

# 【专题报道】

## 博鳌论坛聚焦互联网经济 电子商务逆势看好

在博鳌亚洲论坛 2009年会上，围绕主题“经济危机与亚洲：挑战与展望”，工业和信息化部副部长奚国华在“互联网创新驱动经济变革”分论坛中发言表示，应对这次金融危机中，互联网在金融危机中可以大有作为。

在此次论坛中，奚国华公布了几个数据，分别是“中国网民数已经达到 3.16亿；08年中国电子商务规模达到 3万亿，同比增长 14.7%”。从这几个简单数字，我们可以看出国内互联网发展的强劲势头。尤其是国内电子商务在金融危机中逆市扩张，让人刮目。特别是国务院 4万亿元投资计划出炉后，支持发展以电子商务等为特点的现代服务业正成为各级政府关注的新方向之一！

事实证明，在 2008年诸多不利因素的纠结使得国内大多数企业如履薄冰，一些标榜互联网的销售企业及寻求线上突围的传统企业，借助网购市场其低成本营销和新颖的销售方式却取得了不凡的业绩。而据相关数据表明，2010年电子商务交易总额将达到 3.22万亿元，未来两年增长幅度在 28%的高位，电子商务将成为未来两年中国经济中最耀眼的亮点。毫无疑问，利用互联网平台进行营销创新将成为传统企业改善自身经营状况的最佳途径。

企业将现有产品切入互联网销售途径很明晰的有两条：一是借助 B2C门户，二是自建网站，尤其是自己的 B2C网站建设是必需的，而且，这对于品牌建设的意义也同样重要。但是，对于希望涉足电子商务销售的中小企业，在缺乏实际经验的情况下，如果盲目投入则不切实际。

从以往的经验来看，我们有理由相信每一次的危机都将淘汰一批过时的企业、一些过时的经营模式，同时也磨砺出一些业界的明日之星。在金融危机的今天，如何化危机为转机，创新必不可少。在如今的环境下，互联网无疑给了企业营销创新一个很好的机会，这个机会瞬间即逝，把不把握，如何把握，将决定着你们的明天，而互联网也将注定迎来新的发展蓝图。

（来源：硅谷动力）

## 移动电子商务将广泛应用

庞大的终端用户群、有利的政策导向、电信基础设施的升级、无线互联网的蓬勃发展，都促使包括电信运营商、软件服务商、终端厂商、银行等产业链上众多成员开始涉足无线电子商务领域，产业链各环节纷纷布局，已经形成移动电子商务加快普及应用的良好态势。特别是近期以来，外有金融危机促使电子商务在拯救企业中大放异彩，内有政府主管部门与行业主体主动加大应用推广和技术研发力度。专家断言，移动电子商务将进入广泛应用期。

### 金融危机中移动商务大放异彩

商务部信息化司副司长聂林海日前透露，金融危机正在给我国电子商务业提供一次难得的发展机遇，去年我国电子商务交易总额已经突破了 3 万亿元，同比增幅超过四成。聂林海特别指出，他年初到成都、青岛、福州调研，发现一大批中小企业应用电子商务和移动电子商务，提高了自己的应变能力和抗风险能力。近期移动电子商务行业动作频频，业内人士纷纷指出，2009 年移动电子商务将由概念期、平台期迈入应用期，移动电子商务必将成为广泛的商业形式。

十大行业共推“移动电子商务行业应用工程”在北京正式启动，参与仪式的一些官员和专家认为，金融危机对中国企业造成了很大的冲击，而采用移动电子商务的模式将有利于企业摆脱困境。

“电子商务采取信息技术和协同创新的方案，能够优化资源配置、降低交易成本、提高工作效率，能够成为我们度过当前经济困难时期最有效的途径。”中国电子商务协会理事长宋玲认为，美国的亚马逊、中国的金融商城，电子商务交易额都还在上升，移动电子商务更是能够超越时空限制，发挥更大的潜力。

用友集团高级副总裁、用友移动常务董事杨祉雄认为，十大行业振兴规划的发布将给移动电子商务的发展带来最大的空间，宏观环境变好、3G 应用技术的成熟也会促进全行业的发展，移动营销和移动商务，已经帮助企业取得了较好的市场效果，必将给企业带来新的增长机会。推动移动电子商务发展将带来振兴产业经济和拉动 3G 内需的双面效应。中国家用电器商业协会副部长白字伟表示，家电行业正通过“家电下乡”应对危机，其实完全可以利用手机这个新媒体平台，做好移动营销，拉动内需、扩大销售。青岛的服装企业红领集团做贴牌生意，一套西服大概赚 30 多元，通过电子商务在网上定

做，现在每套西服卖到 300多元，同样的成本，利润提高了 10倍；成都的一家汽车配件公司的经验也显示，电子商务投入的回报率比传统渠道的回报率高 10倍。

### **关键技术突破 移动支付商用进程加快**

据国家移动电子商务研发中心日前透露，该中心自主研发的 RFID与 SIM结合替代 NFC技术的项目目前已经成功，避免了将数亿部传统手机更换到 NFC手机才能享用移动支付的高额投入，而是用 SIM卡解决安全认证问题，用 RFID解决短距离无线通信问题。据了解，该技术很快就要在几个移动电子商务示范区进行试商用。

作为国家移动电子商务技术研发的主体，最近，国家移动电子商务研发中心正式聘任来自国家信息化咨询委员会和国内各相关领域的科研院所、企事业单位的 15位顶级专家担任中心首批顾问，将分别从国家移动电子商务发展战略、移动电子商务关键技术解决方案、移动电子商务标准化等多个角度，为国家移动电子商务研发中心提供权威指导。与会人士普遍认为，移动电子商务将极大地改变人们的工作、生活方式。而随着国家移动电子商务研发中心和中国移动对于移动电子商务项目的快速推进，在不久的将来，移动电子商务必将成为广泛的商业形式。

除了新型 SIM卡技术之外，随着现代商业向 3G移动互联网平台的迁移，运营商的 3G价值将得以凸显。中国移动通信研究院副院长杨志强指出，3G将激发很多新的应用，3G的快速启动必将掀起中国移动电子商务的普及潮流。在 2.5G的状态下，空中发卡速度十分缓慢，严重影响了应用普及，而 3G将使空中发卡和手机钱包充值变得轻而易举，人们拥有良好的应用体验，这是十分重要的。因此，3G虽然不是直接影响中国移动电子商务和新一代 SIM卡的关键问题，但是显然极大地影响了中国移动电子商务业务的普及速度。

同时我们也应注意到，安全问题始终是移动电子商务的最关键环节。无线网络中的攻击者不需要寻找攻击目标，攻击目标会漫游到攻击者所在的小区，信息可能被窃取和篡改。因此很多专家提议，应该进一步完善移动通信系统的安全，提高安全机制的效率以及对安全机制进行有效的管理。另外，移动终端的丢失，意味着别人将会看到电话、数字证书等重要数据，拿到移动终端的人就可以进行移动支付、访问内部网络和文件系统。所以，应该努力降低移动终端丢失的概率，并最小化移动终端丢失后带来的风险。通过技术手段实现身份认证，从而减少移动终端丢失后带来的损失，是移动电子商务能否健康发展的重要因素。

（来源：比特网）

## 【热点聚焦】

### 上海无店铺展：展现电子商务平台营销新模式

2009 上海国际无店铺销售展览会暨高峰论坛 (简称 WDP) 即将于近日在上海东亚展览馆召开。

据介绍，在金融危机的国际大背景下，无店铺销售行业逆势增长，报名参展和组团参观的厂商和客商数量均超出预计。如斐贝国际第三代网上购物平台的斐贝 3G 网店不同于以往模式，店主无须再背负着资金压力，为自己的网店采购商品、拍摄上传图片、做网络推广、做售后服务，只需做好自己的分享式销售，而资金交易、物流、售后、以及客服电话都有专人管理，彻底将传统网络开店中最繁杂的程序简化为零，开启了新形势下电子商务平台营销的新模式。

与此同时，魔方广告、领先科技、纳嘉斯科技、门对门购物、天润融通、李阳文化、名仕五金、正达科技、恒川系统、旺得斯、石门炭业、益钛生物等企业都将携带新产品亮相。据悉，展会同期将有 20 个左右大规模参观团前来参观洽谈。长三角广电系统将组织由各电视购物频道广告负责人组成的参观团到现场参观考察，并根据需要进行采购。此外，如直邮、物流、呼叫中心等相关服务机构也将借助展会果断出手。展会同期还将举办一系列高峰论坛，涉及产业发展、直销、媒介购物、知识产权等内容。

(来源：中国经营报)

### 网上购物人群激增 “宅经济” 获得迅猛增长

买菜足不出户、工作足不出户、购物足不出户、送礼足不出户……在网上交易形式频频丰富、网上支付功能屡屡进步的今天，加上金融危机的催化，新一批宅男宅女如雨后春笋般冒了出来。他们的足不出户却仍然牵系经济的变动，将户外消费转移到“宅内”进行，“宅经济”获得迅猛增长。

在经济大潮不景气的情况下，大多数消费者开始选择网上购物替代逛街。据支付宝最新提供的数据显示，通过支付宝进行的电子商务日交易笔数峰值已达 400 万笔，日交易额峰值突破 7 亿元。

有分析认为,国民经济行为已经开始从户外向宅内转型,为了节约成本的考虑,也有可能是人性懒惰的原因,一些能在家点点鼠标、敲敲键盘完成的消费行为,已逐步取代外出购物人潮拥挤的辛苦。近段时间以来,大大小小的购物网站销售火爆。淘宝网方面表示,3月份比上月交易额增长了70%,是去年同期的近两倍;乐淘网方面表示,网站交易今年第一季度比去年第四季度增长了150%

除了网上逛商场,网上菜篮子工程也开展的轰轰烈烈。上海“买菜网”、杭州“天鲜配”、“南京买菜网”等各大网上菜场在全国纷纷火了起来。据悉,网上卖菜主要针对的是那些苦于没有时间、又懒得跟菜贩子讨价还价的白领群体,而目前网上买菜所提供的各种支付方式,如“支付宝”、网上银行、货到付款、会员卡预存费用等又给了消费者极大的自主选择余地。“付款上,我们还是建议客户使用支付宝,这样既方便了客户,我们自己也省事,不用上门收钱,也不用找零。”重庆网上卖菜天友万家负责人表示。

有数据显示,2008年支付宝用户人均交易金额同比增加32.5%,此数据远高于国内城镇居民人均消费性支出增速,电子支付节约成本的特点在当前经济形势下愈发显著,“宅经济”的潜力愈发显现。

笔者还了解到,日前网上出现众多适合在家在校兼职的工作,某专业代理出版社打字录入排版业务的外包公司就在网上公开了招募条件,注明130元/万字的薪资标准,而兼职人员的工资则通过支付宝、银行转帐等方式日结。

对于每日对着电脑的宅男宅女们来说,这应该是一份美差,在那些奔波于川流不息人海当中的上班族眼里,可以不用日出而作、日落而息又能赚钱,应该是一件幸福的事情。当然,这种“宅经济”只是互联网发达后的衍生物,而便捷的网上支付方式为这种不用见面的雇佣关系提供了第三方担保。

据CNNIC于2009年1月公布的《中国互联网络发展状况统计报告》显示,2008年我国网民达2.98亿。网民规模较2007年增长8800万人,年增长率为41.9%。随着网民的不断增多,“宅人”现象呈与日俱增的态势,而伴随着这一态势而来的网上消费,自然而然地催热“宅经济”的迅猛增长,有报道显示,“宅经济”所引发的相应配送业务也正迅速升温。

(来源:南方日报)

## 福布斯：电子商务未来机遇与挑战并存

导读：《福布斯》杂志网络版近日撰文指出，电子商务发展到今天，参与者都在积极采取措施相互制肘，希望遏制竞争对手走向强大。而随着重大收购活动不断展开，机遇和挑战也随之而来。

### 整体业绩超华尔街预期

电子商务发展到今天已有近十五个年头，回顾历史，我们不难发现一个有趣的现象，即所有电子商务先驱都相互制肘。例如，不出意外的话，亚马逊下一步发展必然会进入视频租赁公司 Netflix 的地盘，同时还会继续蚕食 eBay 的市场份额。鹿死谁手尚是个未知数，亚马逊最后是否会收购 Netflix 呢？

亚马逊、eBay 和 Netflix 均在上周发布了最新一季财报，三家公司的业绩都超出分析师预期。实际上，亚马逊看上去最终会选择放弃以零售业务为主的商业模式，因为这种商业模式已经不能让它保持强劲的业绩增长。最令人吃惊的是，亚马逊是在经济环境如此恶劣情况下做出的这种选择。

据亚马逊最新一季财报显示，该公司第一季度营收为 48.9 亿美元，同比增长 18%，每股收益 41 美分，同比增长了 17%，这大大超出分析师作出的一季度营收 47.5 亿美元、每股收益 31 美分的平均预期。亚马逊这次仍对旗下 Kindle 电子书阅读器的具体销售额讳莫如深，只是透露数量超出预期。

### eBay 核心业务差强人意

亚马逊上周还收购了 iPhone(手机上网)电子书应用软件开发商 Lexcycle。畅销市场的电子书阅读器 Stanza 就是其开发的产品。分析师认为，为进一步提高利润，亚马逊还会收购位于美国西雅图的钻石珠宝商 BlueNile。

与亚马逊相比，eBay 的业绩要稍显逊色，第一季度营收为 20 亿美元，略高于华尔街分析师 19 亿美元的预期，但与去年同期相比减少了 8%。每股收益为 39 美分，同样高出华尔街分析师 34 美分的预期，但较去年同期下滑 7%。

eBay 的核心竞拍业务营收只有 12 亿美元，同比减少了 18%，这主要是受网站第一季度商品总交易量同比下滑 20% 的影响。另外，尽管 eBay 试图通过一些重大举措改

善这一状况，比如，在网站出售的商品中，近 30%的商品提供免费送货，可依旧不见起色。

PayPal 的业绩还不错，注册用户数量仍在稳步上升，当季注册用户增长 22%，现已超过 1.84 亿。如今，包括 Sears 在内的许多第三方电子商务网站也在使用 PayPal 交易，eBay 在这一细分市场继续保持垄断地位。

### **亚马逊具备超越 eBay 潜力**

eBay 旗下另一业务 Skype 同样表现不俗，第一季度营收同比增长 6%，至 1.5 亿美元，新增用户 3790 万人。尽管如此，eBay 最终还是要放弃 Skype 业务。为实现这一目标，eBay 已经花了较长时间进行调整。分析师认为，eBay CEO 约翰·多诺霍 (John Donohoe) 的发展战略调整可能包括通过 IPO 剥离 Skype。

除了 Skype 之外，eBay 还想剥离 StumbleUpon 业务。看来，多诺霍正开始正视之前犯下的一些错误，比如收购 Skype。但是，目前尚不清楚 eBay 的未来发展方向。收购 MercadoLibre 是否是其战略的一部分呢？这笔交易肯定会令 eBay 的业务在拉丁美洲取得长足发展。

美国互联网流量监测机构 comScore 的数据显示，亚马逊目前旗下购物网站的访问人数达 6000 万，去年则为 5000 万。相比之下，eBay 目前只有 7000 万，比去年的 8010 万有所下滑。因此，亚马逊具备超越 eBay 的潜力。有分析师一直不看好 eBay，现在仍旧认为亚马逊迟早会超越 eBay。

### **Netflix 季度新增用户创纪录**

Netflix 一季度用户数量比前一季度增加了 10%，达到 1030 万人，当季新增 92 万用户创下该公司历史上季度新增用户数量新记录。Netflix 还表示，将继续投资电子消费产品厂商，并希望能在几年内与厂商建立起更牢固的关系，即所有与互联网连接的个人消费设备都包括 Netflix 的流媒体客户端。

然而，Netflix 面临的来自 Redbox DVD 出租店的竞争压力很大。这些出租店遍布各地，人流巨大，并且影片出租价每天仅 1 美元。Netflix 意识到，随着系统的进一步完

善，这些出租店肯定能在未来三年内实现盈利，并且会遍布所有的 7-11 零售店、星巴克咖啡连锁店和机场。

事实上，随着 Redbox 摊点布局的拓展，Netflix 的订户流失率已经微升。不过，Netflix 表示，他们并不太担心这些出租店，因为后者仅专注于最新发行的 DVD，而这仅占 Netflix 出租业务的三分之一。

每次研究亚马逊、eBay 和 Netflix 时，有分析师都会不禁想起网络风投大师约翰·杜尔(John Doerr)说过的一句名言：“互联网就是大吹大擂。”别忘了，包括亚洲、非洲、拉美在内的世界大部分地区都还没有接入互联网，我们应该保持清醒的头脑。想一想，随着下一波巨额资金投入互联网，还有多少重要的业务有待挖掘？

(来源：新浪科技)

## 银联正式推广网上支付 支付宝遭遇强悍对手

银联虽然在网下独家经营银行卡的“互联互通”，在网上却长期沉寂。

### 支付宝等民间公司遭遇强悍对手

2700亿元的中国网上支付市场迎来新的“大鳄”。记者昨日获悉，中国银联已经做出重要战略调整，把推广网上支付业务列入今年的工作重点之一。

银联尚未正式公布这一调整。但银联相关人士告诉北京晨报记者，银联专事网上支付业务的子公司 CHINAPAY(银联电子支付服务有限公司)近期正在母公司的协助下，在全国重点地区开展推广活动。上周，他们在北京召开推介会，当当网、网易、王府井百货和国航等 30多家商户派代表参会。

中国网上支付市场正在爆发性的增长。根据艾瑞咨询的统计，去年该市场规模为 2743亿元人民币，比上年增长 18%。支付宝和财付通等民间第三方支付公司为商户和消费者提供支付接口，实现“刷”多种银行卡在网上消费，起到“网上银联”的作用。

不过，银联虽然在网下独家经营银行卡的“互联互通”，在网上却长期沉寂。CHINAPAY成立于 2002年，一直低调运作。该公司人士承认，就市场占有率而言，目前

第三方支付业务的“老大”是支付宝，第二位是财付通，第三位才是 CHINAPAY。众多知名商户如当当网、京东商城等，目前均未接入银联的网上支付接口。

银联受理市场部副总经理房建国公开表示，CHINAPAY希望成为网上支付。

实际上，CHINAPAY这一英文名的直译就是“中国支付”，其市场目标不言自明。房建国相信，以银联现有的境内外资源、技术实力和品牌影响力，实现“后发制人”不是难事。目前，银联在国内重点省市均设有分支机构，在境外 61个国家和地区有合作伙伴，这都是 CHINAPAY的“近水楼台”。就品牌而言，国内绝大多数银行卡均印有“银联”标识，部分商户直接把银联视为高信用度的银行类机构。就政府背景而言，银联总裁许罗德原任中国人民银行支付结算司司长，CHINAPAY董事长刘永春原任央行支付科技司副司长。

面对银联的挑战，有第三方支付公司人士表示，此前，为了培育网上消费习惯和开拓市场，众多民间公司付出巨大的努力和资金投入，后来者不应当简单地“摘桃子”。CHINAPAY支付服务部经理鲁轶华肯定地表示，银联不会打价格战，不会单纯地以价格手段去和其他机构竞争。

(来源：北京晨报)

## 【会员动态】

### 新会员介绍 ---上海市果品有限公司（上果网）

上海市果品有限公司是上海市供销综合商社属下，以果品批发经营为主的专业公司，创立于 1957 年，在 40 多年中她为市民提供了丰富多彩的各类水果，起到了上海水果市场的主导作用，是全国水果行业中规模较大的专业公司。

公司确立“以果品配送为龙头、以果品市场为依托、以冷藏加工为配套，以物业租赁、烟草零售为辅助的多种业态经营”的发展战略。目前已形成果品配送、果品交易市场、中外水果总代理和总经销、冷库储存、物业租赁、烟草零售等多功能的经营方式，并逐步向果品产业化方向发展。总资产 2 亿元，实行中外水果经营并举，从上海走向全国，联结海内外。

公司拥有 20000 吨冷库，分季节储存各类水果，以满足周转性水果销售需要，年经营在 1000 万元以上。公司实施“上果”牌水果品牌战略，已形成了“上果”牌水果礼篮、“

上果"牌小包装水果礼盒。“上果”牌果品以绿色安全为特色，具有扎实的基地生产源和市场销售基础，深受消费者好评。已经成为主要的特色品牌支柱，主要品种有“上果红富士”、“上果新疆冰糖心富士”、“上果砂糖桔”、“上果赣南橙”、“上果脐橙”等，并随着生产基地合作的扩大，品牌经营品种将继续扩大。“上果”牌批发箱等多种形式的品牌经营。

上海果品配送有限公司是上海市果品有限公司旗下的独资子公司，是以现代物流理念组建的新型专业公司，实行 ERP 业务管理，拥有大卖场、超市、宾馆等广泛配送渠道，积极发展水果零售连锁经营和网上销售，是果品流通领域规模较大的配送企业。

上海果品配送有限公司是国内首家、也是国内最大的以水果味对象的专业配送公司，是上海果品有限公司按照现代化经营管理的要求，对下属果品配送资源进行有效整合的基础上建立的新公司。公司按照现代物流要求充分发挥果品配送环节功能，成为连接上下游客户的桥梁和纽带，成为向广大消费者提供健康质优的新鲜水果的绿色通道。

公司坐落在徐汇区漕河泾开发区，占地面积 7000 余平方米，以果品配送为经营支柱，汇集全国各地大众水果，名、特、优和进口水果，全年配送销售额超过 2 亿元，配送各类大型超市 60 余家、小型超市 1000 家以上以及各类宾馆酒店等。配送覆盖区域不仅包括上海市内的所有地区，还延伸至江苏、浙江、安徽和四川等地区，形成了专业化的物流配送体系。

公司坚持健康优质的水果消费理念，始终把水果的安全问题放在首位，建立了农药检测室，对配送商品进行严格抽查，确保商品的食用安全。

上海果品配送有限公司热忱欢迎各方客户合作交流。

(上果网提供)

# 【交流园地】

## 探索未来 创造奇迹

### ---- 第一钢市董事长周华瑞专访

在全球金融危机致使整个钢铁行业陷入低谷的形势下，逸仙钢材交易市场经营管理（集团）有限公司却逆势推进，向行业领先迈进。去年年底，逸仙钢市集团经国家工商总局批复，正式更名为“第一钢市市场股份有限公司”。近日，协会秘书处一行对“第一钢市”进行拜访，并对董事长周华瑞进行了专访。

#### 传奇历程

周华瑞，福建周宁人，曾经当过代课教师、耕山队的骨干、参加过军、打过短工。10多年前，来到上海闯天下，从经营地板木、黄沙、石子等开始，根据对市场的把握逐步转向上海钢材市场。公司创立伊始，距今已有十二个年头，在当时计划经济向市场经济过渡阶段，可谓困难重重，不过最终还是凭借过人的胆识和努力，打破了传统的票据交易模式，创立了“现货”对“现钱”的交易模式，成为在沪第一家“硬碰硬”的集交易、仓储、加工、配送于一体的“前店后库”的钢材交易市场。周董事长介绍说，这一模式为厂商直接见面，减少中间环节、缩短供需双方距离开辟了一条新渠道，已经成为钢材领域的主流模式。

#### 第二次创新

周董事长表示，早在2002年上海电子商务行业协会成立时，他所领导的企业就立刻参加了协会，“因为我确信，电子商务必将是钢材交易市场未来发展的一个方向”，周董事长满怀自信地表示，“第三方钢材电子商务交易平台将是第一钢市继现货模式以后的第二次创新”。

第一钢市发展电子商务的基础是现货市场，周董事长介绍说，在过去的2008年，第一钢市的现货交易平台交易量超过1029万吨，交易额529亿，市场成员超过800多家，综合交易规模位居全国第二。“第一钢市”的第二次创新，正是基于现货市场已有的坚实基础下，对钢材交易实现网上第三方服务，确保安全、高效和易用。

#### 规划布局

周董事长介绍道，第一钢市电子商务平台的发展道路，在“线下”领域主要包括加工、物流等配套环节的补充和标准的探索；而“线上”部分，则遵循先完善自身信息化建设，再图网上交易的顺序。

第一钢市电子商务平台的总体原则是服务于客户，在便捷、简单的基础上，为客户带来利益。目前，第一钢市已经具备信息发布平台、远程查询系统、库存实时监控的功能，即将推出 PDA 网监平台和网上交易平台。

在逐步推进的过程中，第一钢市特别强调不“过度”信息化。例如实时监控功能，简化了客户办事处的传统查询流程，方便客户实际使用。可以看出，不脱离实体操作流程本身，是第一钢市信息化过程中秉承的重要理念。

周董事长进一步补充了对电子商务市场的具体要求：钢材现货网上交易的过程，要简化到和开网店一样，人人皆会，方便易用。在使用过程中，各项配套功能通过平台结合，客户不需要再找第三方、第四方，可以在平台上一路将钢厂到终端的流程走到底。充分利用到第一钢市的物流、供应链体系，以及资金、担保、检验等全套延伸支持服务。

### **需求和建议**

在专访最后周董事长谈到，之所以第一钢市一直努力与各商会、协会保持紧密合作和联系，主要在于期望能够在政府、行业的指导下，在行业需求和技术实施中间寻求到“承上启下”的帮助。这既是为了企业自身的风险控制，同时也减少行业层面重复建设，降低宏观成本。基于此，第一钢市将更为加强与行业组织的沟通、协作，同时周董事长也建议协会更多地组织行业企业之间，以及行业企业与信息化专业领域之间的沟通对话，为会员创造更大价值。

### **相关链接：第一钢市发展规划**

2009年是第一钢市大展宏图展示行业领军的一年，第一钢市将打造一个平台 [中国钢铁电子商务交易平台]、两个基地 [上海钢铁供应链服务创新基地、广西北部湾国际金属加工配送基地] 的宏伟目标即 塑造融合钢铁现货交易、电子交易和远期合约的中国钢铁电子商务交易平台；集聚商流、物流、人才流、资金流、信息流的优势，探索未来中国钢铁交易融电子交易、电子商务、加工配送、现货交易、融资担保、前港后厂等功能于一体的新的运作模式，致力成为中国钢铁供应链系统服务商第一品牌。

配合我国拉动内需配套供给，建立中国钢铁供应链服务创新基地，以全国钢材市场的龙头企业上海逸仙钢材现货交易市场及铁路仓储中心、上海国际钢铁交易大厦、上海朝朝翔铁路仓储中心、上海泓元淞港码头仓储及钢材加工中心、上海南翔铁路仓储加工中心为着力点，培育携建北部湾（国际）金属物流加工配送中心及配套物资码头，充分发挥前店后库、前港后厂和海、铁联运的低成本优势，形成“立足华东、拓展西南、辐射东盟”发挥拥有码头、铁路专用线的资源优势，降低物流成本，不断完善和延伸钢铁交易的上下游物流链，形成产业集群和集聚效应。（由秘书处提供）

## 导药网 -- 广告语征集活动发布会

近日，拥有沪上最多医药连锁公司的复星大药房网上购药平台——导药网，在上海总部召开了“广告语征集活动”发布会。正式宣布，获得一等奖的作品“购药新方式，健康送到家”将作为导药网的品牌广告语，伴随导药网一起成长，共同发展！

据主办方透露，本次导药网广告语征集活动获得了十分良好的社会反响，为了保证评选过程的公正性，本次活动采用网上公开投票与专家委员会评审相结合的方式，力求做到“公开、公平、公正”。

发布会结束后，东方网对上海复星药业有限公司董事长兼总经理沈朝维先生进行的独家专访：

**东：**能谈一谈选择“购药新方式，健康送到家”作为导药网品牌广告语的理由吗？

**沈：**“购药新方式，健康送到家”的夺魁，是因为其巧妙地将导药网“跨越地域、全年无休、网上订购、安全支付、一体化配送、送货上门”等全新的售药服务理念充分诠释，同时表达了导药网为千家万户送健康送关爱的美好祝愿。

**东：**据说像导药网这样拥有合法资质从事网上药品销售的企业并不多，是这样吗？

**沈：**的确，由于药品这一特殊性，国家对网上药店的监管非常严格。据我所知，目前拥有合法资质的网上正规售药企业，全国共有 11家，包括导药网在内。

**东：**对于药品这一特殊商品，导药网是通过哪些方法和制度来保证其质量安全可靠性？

**沈：**作为拥有合法资质的网上正规售药企业，我们一直坚持严格的质量控制体系及专业的网上经营模式。针对“网上药房”的互联网经营模式，结合门店药品经营严格的GSP质量控制体系，我们制定了详细的工作制度和操作流程，同时结合专业的网站技术、网站营销团队，以保证我们的质量与服务。

**东：**您觉得相比传统的药品销售模式，导药网的优势与竞争力在哪里？

**沈：**网上药品销售是一种新的市场经营模式，与传统药店相比，其互补优势是显而易见的。除了“随时、随地、送货上门”这些特色服务之外，在线的增值服务也将成为导药网主要的竞争优势。在互联网高速发展的今天，相信以“安全、可靠、优惠、便利”为服务导向的导药网，拥有的潜在消费市场是将是无限的。

**东：**能否谈谈您对导药网未来发展的构想与规划？

**沈：**最大化满足客户的需求，一直是我们的经营准则。在产品上，我们将进一步丰富并实现多样化，以提供消费者更多的选择；在服务质量上，我们将不断优化现有服务并开发新的增值服务，以满足消费者更多的需求。导药网作为复星大药房开辟的新型市场经营模式，将改变公司以“实体店医药连锁经营”为主导的市场格局，开辟“跨地域无店铺”的网上经营新天地。我们的目标是：将导药网打造成医药行业排名第一位的网上药品销售平台。

（由导药网提供）

**责任编辑：王玉，刘俊**