



Shanghai eCommerce Association

会员资料

注意保存

电子商务资讯

2009年 8月第 8期 总第 82期

上海市电子商务行业协会主办

目 录

【重要信息】

从订购世博门票到就业信息查询 电信百事通日通 400万次 2

宝山高新技术产业化锁定六大重点领域 3

【专题报道】

上海企业可获无抵押网络融资

----- 建行携手阿里巴巴共同推出 网络信用作为评价授信重要依据 3

B2B B2C电子商务渐成为网络支付重镇 5

【热点聚焦】

上海探索中小企保单融资贴息机制 7

业内人士提醒：网上预订机票酒店需防假冒 400 800电话 8

一天冒出 3000个假 EBAY 8

英国 7月电子商务销售额再次上升 10

【会员动态】

新会员介绍—上海火速网络科技有限公司 10

【交流园地】

网上百货 风光无限

----- 上海名品打折网资深副总裁梅国清专访 11

SHOPEX总裁李钟伟 ----从服务中小企业中找准商机 14

新蛋网：“信任”加速电子商务本地化 16

【重要信息】

从订购世博门票到就业信息查询 电信百事通日通 400万次

“欢迎使用中国电信号码百事通，查号请按 1 机票预订请按 2 酒店预订请按 3 餐馆预订请按 4 世博门票预订请按 5……”当您拨打 118114，简明扼要的提示音让您一下子就能找到方向。据总部设在上海的中国电信号百信息服务有限公司总经理王玮介绍，今年 1月—7月，公司实现累计呼叫接通量 8.4亿次，同比增长 2成以上，日接通 401万次。

118114号码百事通使订购世博门票更加便捷。作为世博门票四大境内销售代理商，中国电信的世博门票发售主要有两个平台，一是遍布全国的营业网厅，再一就是 118114/114号码百事通，号百公司除了全权负责组织、管理、协调中国电信各地的 118114/114语音世博门票受理，还负责中国电信互联网门户（www.118114.cn）世博门票的预订受理，目前已在全国 31个省、市、自治区成功预订世博门票 50万张。

找工作也可拨打 118114，号百公司推出“118114免费推荐就业岗位”业务。一些地方号百分公司与当地人力资源部门和用人单位加强联合，收集大量就业岗位信息，建立专门的信息资源库，求职人员只要给出关键词，就可以通过拨打 118114遴选出合适的岗位信息，等于多了一个就业指导员。湖南、广东等地的号百分公司还开设了“农民工专场”，帮助农民工解决实际困难；河北等地的号百分公司推出“大学生就业直通车”业务，为应届大学生提供全方位的就业信息查询服务。

今年，我国电信业完成重组并开始发放 3G业务牌照，使中国电信实现了全业务经营梦想，号百信息服务公司也把搜索“引擎”从语音、互联网延伸到了手机上。比如号码百事通的拳头产品订餐服务，如今您可以直接打 118114/114预订，也可以网上预订，更可以发送手机短信预订。您可以指定餐厅，也可以模糊地提出菜系、口味、区域、价位等意向，由号百推荐。最近，号百公司又推出“手机导航”业务，可以为用户提供全程驾驶导航、路线规划、定位等服务。与一般“导航仪”不同的是，号百“手机导航”具有在线互动功能，驾车人在驾驶过程中一旦发现新的路况，如哪里新增了加油站，何地新开了服务区，可随时通过语音或者发送短信向号百提供信息，而不像“导航仪”那

样，一年才有一次“刷新”的机会。目前，号百“手机导航”支持全国 493个城市、涵盖全国 2784个县市。

随着业务模式的不断成熟，号百公司目前又开始积极进军电子商务领域。他们在公司门户网站 www.118114.cn 开出“百事购商城”频道，商城内既可“百事搜”、“百事购”，还能“百事付”（网络支付）。由于这一商城一出生便具备了“全国连锁”的属性，频道开出短短数月，在同类电子商务网站中的排名直线上升，目前网络搜索总量已位列行业第三。

（来源：中国上海）

宝山高新技术产业化锁定六大重点领域

近日，在宝山区推进高新技术产业化工作会议上，《关于加快推进宝山区高新技术产业化实施方案》正式公布。《方案》明确，宝山的高新技术产业化工作将重点锁定六大领域（两大基地和四大特色产业，即“2+4”格局），到 2012 年达到 2000 亿元的产业规模，占全市高新技术产业总量的 18% 左右。

其中，到 2012 年，软件和信息服务业规模达到 200 亿元。重点推动电子商务，数据业务、动漫娱乐、数字内容服务业、大型行业应用软件的研发和产业化。主要集聚在杨行、大场、庙行、顾村、高境等区域。

（来源：中国上海）

【专题报道】

上海企业可获无抵押网络融资

---- 建行携手阿里巴巴共同推出 网络信用作为评价授信重要依据

近日，建行与阿里巴巴宣布，共同在上海推出无抵押网络融资，同时，上海市人民政府委托中投保上海分公司与建行和阿里巴巴共同签署了三方组建风险池的合作协议。

网络银行风险池 最少撬动贷款 30 亿

根据协议内容，上海市人民政府、中国建设银行股份有限公司、阿里巴巴（中国）有限公司将各出资 2000 万元共同组建风险池，对网络银行业务项下的信贷业务进行风险补偿，从而在合理平衡风险收益基础上缓释网络银行信贷业务风险。这是上海市人民政府首次将风险池组建资金纳入政策性担保体系，对建行携手阿里巴巴创新打造和推广网络银行业务有着重大意义。

据上海金融办相关负责人介绍，根据上海市政府与建行总行、阿里巴巴（中国）协议确定的三方风险分担机制，风险补偿资金最少可以撬动银行贷款余额 30 亿元以上，最高则可达上百亿元，若按平均每家贷款 180 万元计，则静态可满足 1700 - 5000 家小企业资金需求。

所有在沪阿里巴巴会员 均可提出申请

阿里巴巴集团信用金融部资深总监胡晓明告诉商报记者，建行网络贷款这一在浙江试点多时的金融创新产品，终于得以在上海推出，所有在沪的阿里巴巴会员均可通过这一网络平台提出申请。会员具体包括内贸企业、外贸企业两大类客户。建行网络贷款申请者之所以必须是阿里巴巴会员，主要是因为阿里巴巴将根据申请者的网络行为、线下数据等要素，挑选诚信的申请者向建行推荐，如果不是其会员，则其网络信用将很难监控。

建行上海分行副行长张忠德表示，一旦申请人获得网络平台推荐，该行将在工作日 5 - 7 天的周期内审核及放贷。而胡晓明透露，阿里巴巴除了为建行推荐合格会员申请网络贷款、帮助监控会员守信情况之外，如果遇到通过该平台申请到网络贷款后不予履行借贷的归还和利息的支付，将以网络封杀作为惩戒，他表示，目前已经有两名欠款不还的会员受到这一惩戒，如果点击这两名会员，就会看到关于其欠款情况的公示。不过，商报记者了解到，这一做法早在浙江试点期间就曾受到法律界人士的质疑，认为阿里巴巴无权将其会员欠款的情况进行公示。

建行批发业务总监顾京圃表示，该行“网络银行”的推出将有效解决中小企业因没有抵押物而融资渠道狭窄的困难。它将网络信用作为客户评价授信的重要依据，产品包括“电子商务联贷联保”、“电子商务大买家供应商融资”和“电子商务速贷通”三类产品，是建行自“速贷通”品牌之后，在缓解中小企业融资难问题上的再一次金融创新。

近日，建行上海市分行已与4家阿里巴巴平台电子商户客户签订合作意向书，为他们提供户均200万元的无抵押贷款。

网络贷款不良率 目前仅为1.08%

据顾京圃透露，截至6月底，建行与阿里巴巴已经共同帮助了千余家中小企业获得贷款，而不良贷款率仅为1.08%，远低于此前银监会公布的1.77%商业银行平均不良贷款率。

他介绍说，网络银行贷款业务不同于电子银行业务。电子银行是传统银行的一种延伸，是服务渠道的创新。网络银行代表着一种新型的业务，主要体现在服务对象较传统服务对象有着较大的区别。建行网络银行业务的服务对象从广义上讲，是指在信息和通讯技术所构建的网络上进行商务活动的企业。目前，建行网络银行业务的服务对象为注册地在上海市（含市辖区县）的阿里巴巴平台网络客户。届时，建行将为其提供融资服务、国际、国内结算服务、结售汇业务、财务顾问等全方位的金融服务。

顾京圃表示，相较传统信贷业务与网络银行业务的区别在于，网络银行业务充分利用现代电子商务网络技术。建行认为，中小企业融资难的根本原因在于，传统银行模式难以大面积支持和发展中小企业，传统模式下，一个客户经理最多服务20余个客户，即使放大到100个，银行受人力成本约束，不可能靠“人海战术”解决成千上百万中小企业的融资问题，而网络银行则通过创新，借助网络平台，利用网络信息，运用网络技术，提高效率、降低成本、控制风险，探索缓解中小企业融资难新路。

据透露，目前阿里巴巴已经完成对上海地区网络注册客户的梳理，并根据这些客户的网络交易信用和实际工商注册情况，推荐近5万家小企业进入网络银行企业数据库。

（来源：上海商报）

B2B、B2C 电子商务渐成为网络支付重镇

在全球经济一片低迷中，中国的第三方支付市场却呈现了逆市增长。2008年第四季度，中国第三方支付市场交易规模达到851.7亿元，环比增长率达29%；2009年第一季度，中国第三方支付市场交易规模达到1092.7亿元，首次单季突破千亿元大关。与此

同时，第三方支付的业务重心也正开始向 B端用户转移。专家断言，随着 B2B B2C电子商务的普及，第三方支付将迎来真正意义上的市场井喷期。

随着各行业信息化的推进，电子商务应用如今已渗透到了经贸体系的各个环节。在这个过程中，第三方支付的金融工具属性得到了凸显，其自身业务范围也开始向 B2C B2B，以及传统的结算业务领域延伸。易观国际分析师指出，未来 5年，第三方支付将迎来快速发展期。市场的重心将由 C2C逐步地转向 B2C和 B2B B2B和 B2C领域的支付需求增长将成为第三方支付的新的增长点。“ C2C领域的增长速度将会放缓。而 B2B的增长速度还会大于 B2C的增长速度。未来几年，B2B的市场规模将会是 B2C的几倍。”

尽管摆在面前的是庞大的市场，但对于第三方支付厂商而言，在通往这片蓝海的道路上却仍有太多不确定因素。目前在 B端的企业级应用上，多数第三方支付厂商的产品和服务体系并不健全。企业间的资金交易仍趋向于通过银行使用在线转账、票据等支付方式。第三方支付平台虽然有价格优势，但如果拿不出更多特色产品，则很难与银行竞争。

从企业用户的角度来看，B2B在高速增长的同时，也面临巨额资金在流动过程中的分流和管理以及自身的信息安全问题。目前，B2B交易过程中的安全风险主要表现在以下两个方面：一是 B2B交易平台本身的安全性；二是交易信息在商家与 B2B平台之间传递的安全性。这些问题是最有可能影响 B2B电子商务进一步发展的潜在威胁之一。

第三方支付抢攻 B2B领域的愿望显然很迫切，但实际情况却是各厂商相应的软硬件配置还参差不齐。这其中，有部分领先的厂商已经开始着手大力开发有特色的 B端“拳头产品”，例如环迅支付。与国内多数第三方支付企业同行不同的是，环迅支付从 2000年成立以来，就一直将服务重心放在 B端用户群体上。因此，在经历了近十年的发展后，当市场整体重心开始向 B端偏移的时候，环迅支付在 B2B交易平台上的优势就表现的更加突出。

在不久前全面推出第三代支付系统产品后，环迅支付近期又争对不同领域的 B端用户，推出了多个 B2B支付管理系统。这其中不仅包括了对原有基础收款产品的升级，还有在此基础上新增的，具有专有渠道、多样化应用的，包含周期性支付、(预)授权支付、信用支付、大额支付等多种特色支付业务。此外，在新的 B端支付产品线中还有包含多种出款方式的高自动化付款产品和用以提高资金使用效率、协助商户灵活调配资金的“资金管理产品”等。

业内人士认为，在电子商务应用大发展的形势下，企业间结算对高效、安全的电子支付服务和策略的需求正与日俱增，由于银行服务的不到位，造成企业支付清算存在诸多困难。这留给了第三方支付厂商巨大的施展空间。能否充分发挥自身优势，以“更低价格、更具个性化”的产品和服务征服 B 端用户，势必将影响到每一家支付厂商未来的市场走向。

(来源：赛迪网)

【热点聚焦】

上海探索中小企保单融资贴息机制

上海日前联合出台《关于进一步推进本市中小企业信用保险保单融资工作的若干意见》(以下简称《若干意见》)，探索建立信用保险保单融资项下贷款贴息机制和出口风险保障基金，以拓宽中小企业融资渠道。

信用保险是保险人对企业在商品或服务贸易中，由于买方不能如期付款而造成的应收账款损失提供的一种风险保障。对中小企业而言，由于资产规模较小，传统信贷产品要求的抵质押、担保资源较难获得，该项业务可以提供一条融资渠道。

由上海市金融办等六部门联合出台的《若干意见》要求，上海相关部门将对信用保险保单融资业务的保险费率和融资费用给予一定扶持，降低中小企业的投保和融资成本；研究中小企业国内贸易信用保险支持政策，探索建立信用保险保单融资项下贷款贴息机制和出口风险保障基金；区县府要采取有效措施，加大对中小企业信用保险保单融资工作的支持力度。

在刚刚结束的 2009 上海金融业服务中小企业洽谈会上，中国信保上海分公司分别与中行上海市分行、建行上海市分行、浦发银行上海分行、上海银行、招行上海分行、中信银行上海分行、渣打银行、花旗银行签署了《中小企业信用保险保单融资合作协议》，安信木业等 6 家中小企业、中国信保上海分公司、有关银行分别签订了信用保险保单、赔款转让协议和贷款协议，授信额度达 2290 万美元。

(来源：上海商报)

业内人士提醒：网上预订机票酒店需防假冒 400 800电话

在搜索网站内搜索相关商旅服务时，搜到的 400或 800开头的电话未必是真正的商旅网站客服电话。从黄浦区人民检察院与 eBay举行的“预防电子商务犯罪”研讨会上了解到，有网络骗子冒充国内知名的商旅网站骗取消费者的信任。

据携程旅行网法务经理陈燕介绍，最近无论在百度还是谷歌等搜索网站输入“携程”两字搜索，就能搜到大量假冒携程全国统一客服中心电话的 400或 800电话，一旦用户通过这些电话订购商旅服务并付款，钱款将“石沉大海”，一些乘客还以为购买了电子机票，到了机场才被告知并没有预订到机票。

除了携程以外，不少商旅网站也遭遇“李鬼”。记者在百度上输入“携程旅行网订票热线是多少”搜索，第二条和第四条信息都显示，400-68892-98是携程旅行网的热线。但是，当记者将“400-68892-98”这串数字再次输入搜索栏后，却发现该电话还分别代表着上海航空、淘票网、深圳航空、东方航空、酷讯网等多家公司的机票预订电话。业内人士指出，同一个 400号码冒称了多家公司的客服电话，明显就是骗子的号码。

(来源：中国上海)

一天冒出 3000个假 eBay

除了“黑客入侵”，还有什么手段会危害到你上网？日前，记者从黄浦区人民检察院与 eBay联合举办的“预防电子商务犯罪”研讨会上获悉：“钓鱼网站”和“李鬼热线”正成为新近网上犯罪的两种常见手段。

钓“鱼”上钩

每 3秒钟卖出一双鞋、每 7秒钟卖出一部手机、每 1分钟卖出一辆汽车…… eBay(亿贝)是全球最大的在线交易市场，但也因此平均每天会出现三千多个假冒的 eBay,且其中 9成来自中国。让正准备注册的新买家或新卖家防不胜防的是，那些页面雷同、LOGO相似的高仿真假 eBay们多为“钓鱼网站”，这意思可不是让你网上玩钓鱼，而是假冒网上银行或电子支付平台来骗取客户信息。客户一旦上“钓鱼网站”注册就等于“鱼上

钩”，前者会利用盗号木马抓走客户的个人信息，再根据客户账号的不同信用等级公开转手，以 50元一个甚至 500元一个的不同价码出售给真正的“网络大盗”，方便后者盗取客户网上支付账户里的电子现金。

“李鬼”骗钱

与“钓鱼网站”的犯罪中介身份不同，网上“李鬼热线”则更加赤裸裸地骗钱。据携程旅行网的法务经理陈燕介绍，最近无论在百度还是谷歌等搜索网站上搜“携程”二字，都能搜到大量假冒携程全国统一客服中心的 400或 800开头的电话，而且通常搜索出的前三页里除最开头的几条外都是貌似但后几位有点小区别的假订票电话。一旦用户通过这些假订票电话订房、订票并付款，钱款将“石沉大海”，有些本以为买好了电子机票的乘客，甚至到了机场才晓得原来自己付了钱却并没有买到票。

网购热闹

近年来，国人已越来越习惯网上买卖。据艾瑞 2009年的报告显示：2008年以来 B2C（即企业对一般消费者的电子商务）的交易额每季度呈两位数环比增长，网购用户规模从 2750万元迅速增长到 4000万元；到 2009年第一季度，B2C交易额已达 25亿元。但是，网上买卖热也催生了网络犯罪热，由于互联网的虚拟性和开放性，网上大盗通过电脑程序和电子数据几分钟甚至几秒钟就能犯罪成功，受害人一旦察觉又很难找全电子证据。

注意辨别

网上犯罪好比遥控爆炸，由于我国在相关立法上的滞后，目前面对电子商务犯罪还存在着管辖争议、认证难和取证难等一系列问题。对此，司法部门有关人士指出：电子商务企业应加快维护其系统安全的技术开发，同时健全大额交易记录报告及可疑交易报告制度，并严格客户信息资料和账户监管的内部流程。而互联网安全专家则建议：普通消费者想识别“钓鱼网站”或“李鬼热线”其实不难，注册时看清网址，尤其是看准网页上有没有网络安全警察等安全认证标志；尽量从知名票务网上订票。未来，随着网络实名制的有望推行，网络犯罪的成本将大大增加，电子商务环境或将更安全。

（来源：新民晚报）

英国 7月电子商务销售额再次上升

电子商务销售显示，英国七月份销售增长令人鼓舞，例如英国购物者在线销售达到42亿英镑，显示出经济复苏的早期迹象。

英国电子零售商的行业组织互动媒体零售集团 (IMRG)以及凯捷咨询公司 (Capgemini) 汇总的最新月度电子零售销售指数显示，7月销售较6月增长15.7%，较去年同月增长16.8%

服装，鞋类和配件部门继续拉动全行业发展，月比增长18%，同比增长17%

“网上零售业绩继续超过高街，7月电子零售增长超过2008年7月的同比。”IMRG信息主任蒂娜斯普纳说。

“很明显，网上商家所做的营销努力越来越在周到全面，他们与客户通过电子邮件沟通，结果，成交率提高，尤其是服装方面。”

然而，尽管目睹了产业的持续增长，但IMRG上月依然预测，二季度在线零售增长从15%缩水至12%，原因是网上消费者支出进一步削弱。（来源：中国纺织网）

【会员动态】

新会员介绍—上海火速网络科技有限公司

上海火速网络科技有限公司成立于1998年10月，是一家专注于网络营销服务的民营企业，历经11年的发展，已经发展成为中国网络营销领域的领跑者。

上海火速在业界首创“网络营销 2.0”思想，倡导基于企业营销目标，有机整合多种营销手段开展全方位的网络营销，从而实现最高的投资回报率（ROI）。目前这一思想已经逐步形成体系，受到业内各界的广泛关注。为客户提供最佳的网络营销解决方案，让其每一分投入都能够创造最大化的价值，一直是全体火速人矢志不渝的追求。

我们的业务：以B2M网络托管服务为核心，建立基础网络服务、网建业务、推广和转化服务、信息化及增值服务四大体系，以“火速托管，B2M的贴心管家”为口号，为广大B2M电子商务企业提供优质的高回报率网络托管服务。B2M指Business to

Marketing，面向市场营销的电子商务企业(电子商务公司或电子商务是其重要营销渠道的公司)。

我们的客户：逾 3 万家企事业单位，包括太平洋保险、西门子、易初莲花等知名企业，以及 GE、TOTO、美标、开利等一系列跨国企业。

我们的团队：目前上海总部有 500 余名火速人开拓事业，睿智的技术团队、热情的服务团队、专业的营销团队共同为您打造一支专业诚信之师；同时，火速分布于全国各地的渠道加盟合作伙伴将为您提供本地化的快捷服务。

我们的合作伙伴：与 Google、Yahoo、微软、新浪、搜狐、网易、中国互联网协会等国内外优秀的 IT 企业与专业机构形成了良好的战略合作；同时与欧洲知名的互联网服务商——荷兰 Tam Tam 公司结为全球战略合作伙伴。

回报社会：火速人以“感谢生活，爱家爱国”为生活理念，并积极付诸行动，先后向非典患者、贫困地区失学儿童、汶川地震受灾同胞等群体捐资捐物。

(由上海火速网络科技有限公司提供)

【交流园地】

网上百货 风光无限

----- 上海名品打折网资深副总裁梅国清专访

近几年，我国商业零售业各种新业态发展迅猛，传统百货业面临严峻挑战，探索转型之路，是否进军电子商务，成了我国传统百货业的首要问题。前不久，协会秘书处一行拜访了协会会员单位上海名品打折网（以下简称“名品”）资深副总裁梅国清，对其进行了专访。

建立基础 中国百货导购第一门户

中国百货导购第一门户---“名品导购网”，建立于 2004 年，是梅总和另外一个总裁合作筹建的第一家互联网企业，主要向各个领域的生活消费品牌企业提供创新超值的市场推广、促销宣传、市场调研、公共关系等服务，同时致力于打造生活消费品牌和消费者高度聚焦的互动平台，成为领先的生活消费导购媒体，领先的生活消费品牌推广媒体。至今，“名品导购网”从以前互联网是免费的概念，到现在名品导购网的收入已上千万，

其中媒体的平台创收最高，而且主要是以华东、上海地区为主。

在借助于“名品导购网”平台的基础上，公司开始筹划、创建品牌百货电子商务，随着当时网上购物渐渐的盛行，第三方支付、物流逐步的完善，结合互联网和传统行业的特色去做电子商务平台。梅总介绍 07 年下半年开始启动，起先也是比较困惑，究竟是做百货还是做类似京东、新蛋家电、数码商城？经综合分析，还是决定去做百货。由于当时做名品导购网也是专注于品牌百货。理所当然定位也就成了网上的品牌折扣商场——“名品打折网”，让所有消费者一听就能理解。

但一开始做发现在这个行业里，无论是商场还是品牌商，思路都非常的传统，大多数都不愿意去尝试，即使去尝试，也没有相应的资源去试着配合，这使得招商、品牌引进都比较困难，一般要在四、五回合后，才能充分信任。其实，在上海这样一个百货业发达的地区，相对传统企业做电子商务，只有货源，没有网络零售经验、网络营销经验，包括网络用户体验，属于“一缺三”状态。反之，名品拥有包装、营销、商品描述、摄影、市场推广、物流配送、呼叫中心、仓储一条龙工序，相当于一个线下门店，品牌商只要提供货源，而且提出“风险是互联网企业，利益是双方共享”的口号，让大家知道是一种趋势，开始慢慢地去尝试。

危机下的契机 名品的春天

08 年开始的全球经济危机，让大部分实体经济都受到严重的影响，特别是传统性的品牌百货企业，更是感觉商品难销售，库存大量积压，一般往年只会在十一月底或十二月初才开始的年终打折活动，也将脚步提前到了十月份进行，并且还加大了打折力度。

相反地，电子商务的发展却逆势而上，速度增长迅猛，特别是在 08 年下半年尤为明显。随之，一些顾客的购买习惯也在发生变化，对于品牌百货电子商务发展形成有利的一面。据梅总介绍，由于商家有自身库存积压的问题，需要有不同的销售渠道，又加上外界媒体对电子商务零售渠道的大力宣传，使得品牌企业领导人提高了对电子商务的理解深度，纷纷愿意开始尝试电子商务。

名品在 08 全年就明显感觉到招商压力减轻，品牌引进变得容易，前后对比有明显的变化。从一些数据就可以看出：一是折扣率来看，名品主要就是以品牌低价，品牌正品为主，在 08 年上半年的平均折扣率相当于原价折扣率的五折左右，到了 08 年下半年平均折扣率已下移到四折左右，也就是说商品折扣率加大了，顾客可以用同样的钱买到更多的东西，这也是名品在商品供应上面发生的一个巨大的变化。二是商品销售额看，除了每月总体销售额以 30-50% 的速度在增长外，名品某单一品牌月销售额达到 50 万

以上。其实，品牌商更多地是把名品当成一个传统的线下渠道网点来看，属于线上虚拟的门店，一般对传统门店来讲，每月做到 10-20 万的销售额就属于业绩比较好的。所以说，对名品来讲，危机成了契机，寒冬成了春天！

颠覆传统 以顾客体验为第一位

在春天到来时，一直有别于其它 B2C 行业的百货行业，其传统的特殊性也会产生一定的风险，如服装、鞋子都有尺码问题，属于非标准化商品。以往顾客百分之百都是线下购物，品牌商提供的商品也是隔两三公里都能卖到，商家也无尺码风险需要承担，在这样一个特殊的 B2C 模式下，名品要靠什么去成功？靠什么去吸引顾客？吸引商家？多年经验、资源的积累，让名品得出企业核心的价值观就应该“颠覆传统，以顾客体验为第一”！颠覆是一种用户的体验，颠覆是消费者的一种心理，中国的消费者，在百货零售里面，一直都是弱势，它的这种弱势是很长时间的一种积累，包括购物时营业员的态度、商品出现问题后的售后服务，还有一些霸王条款，这些对于我们来说，电子商务要成功，一定是要有别于那些线下传统的购买习惯。

在这种购买习惯中，名品讲究几个方面：第一，电子商务从大范畴来讲，电子商务是对于传统零售来说，是没有时间、没有地域、没有区域、没有气候的影响，完全是消费者随时想购买都可以，这是一个购物的便利性；第二个，厂家或商家的一种服务态度，我们现在发现，很多电子商务企业服务的承诺或服务的条款是远远富于传统的“三包”政策、传统商务的零售政策，服务承诺、服务态度上面也有一个很大的提升；第三，售后方面的差别，很多电子商务企业都是提出 7 天或 15-30 天无理由退换货，这样大大减轻顾客购买的一种顾虑，对于名品来说，也是完全遵循这样一个原则，作出服务承诺里面的优越式的对比，全身心去做，把好的标准化的顾客体验，服务承诺做到我们的百货 B 2 C 商城里面，这是我们觉得对传统用户的一种颠覆，对消费习惯的一种颠覆，使我们名品打折网，能够取得百货 B 2 C 商业模式的一个巨大成效。

未来自建个性物流 形成特色增值服务

目前，物流配送方面，名品还是属于签约于第三方物流。但从公司未来的发展趋势看，自建物流是必然的，特别是对于一贯注重高品质、高要求的传统百货行业，名品将打造一个类似 UPS 一样的个性化物流，一切本着从顾客利益体验出发，将传统的商场营业员递送商品模式，转换成营业员主动访问客户，让原先的送货人员不再是普通的快递人员，形成特有的增值服务，同时很好地延续了品牌百货行业的传统，让名品成为中国最大的网上百货公司！

（协会秘书处提供）

ShopEx总裁李钟伟 ---- 从服务中小企业中找准商机

“我们的目标就是成为电子商务领域里的‘微软’，现在使用我们软件的客户已经超过 45万家，而且正在以每天 1500家的速度增长。”上海商派网络科技有限公司总裁李钟伟谈起公司自主研发的 ShopEx系列软件，脸上充满了自信。

上海商派，这家目前网店软件行业内规模最大的公司，成立于 2002年，当初的创业团队只有 9个人，公司成立之初就开始开发网上商店系统，是国内最早的网店软件提供商之一。发展至今，已经成为国内电子商务服务领域的领头羊。

在 2006年 3月，公司的系列软件荣获《中国计算机报》2006年“最佳电子商务软件”奖。也就在此时，尚在任国际知名媒体集团 CNET 中国区高级副总裁的李钟伟开始认真思考电子商务，并发现了这家正处于成长期的小公司。“到 2006年底，商派的年营业额还不到 100万元，员工也只有 20多人。”李钟伟告诉记者。然而凭借多年来从事 IT业的经验，李钟伟看到了这家公司的潜力，并开始逐渐介入商派的运营。

在企业发展电子商务之际，商派扮演什么样的角色呢？李钟伟表示：“我们希望把企业发展电子商务时在技术领域的成本抹掉，或者接近于零。这样做的目的就是希望帮助企业开源节流，花费尽可能低的技术成本，提高市场竞争能力。”李钟伟说道。

在这样的思路之下，李钟伟在给商派提供资金，加强研发力量的同时，改变了商派的发展战略，2006年 4月，商派宣布网店系统商业版软件免费，企业用户可以在商派的网站上免费下载获得这个产品，然后在自己的域名安装网店系统软件，这样一来，企业无需任何费用就可以在几个小时之内，建立自己的电子商务网站。商派的这一做法大大降低了企业发展电子商务的门槛，让企业一步跨入电子商务的大门，拥有一个类似京东、Vanc\ 当当的电子商务平台。鉴于商派的发展潜力，2007年 1月 1日，李钟伟正式加入商派，担任公司总裁。

在此之后，商派进一步强化软件研发，使企业在商派系列软件 shopEx ecshop email、分销王、网罗天下的帮助之下，轻松实现网络直销、网络连锁、网络分销等各种电子商务形态。同时，商派对各种管理软件，包括各种进销软件和财务软件，以及国内几乎所有的支付系统以及物流体系都进行了相关研究与合作。“企业使用我们的软件

进行电子商务运营，就类似于大家使用办公软件，安装完毕就可以开始工作，既方便又快捷。”李钟伟说。

当记者问起国际金融危机是否对商派造成不利影响时，李钟伟说：“此次国际金融危机迫使大量企业改变传统的销售模式，重新认识电子商务在节约成本、提高效率方面的功能，而商派免费提供软件、便于创建电子商务网店的模式，恰好切合企业当前的需求。2008年，我们的客户日均增长 750家，现在日均增长 1500家；2008年，我们的员工只有 70多人，现在增加到 200多人。”

“我们能帮助大量的中小企业降低经营成本，提高业务成功率。”李钟伟给记者举了两个例子，一家名叫“柯兰钻石”的企业，在企业高层意识到要进军电子商务领域的时候，选择了商派，从选择合作伙伴到公司官方电子商务网站上线再到通过官网做成第一单业务，“柯兰钻石”只花了两周时间；而“麦包包”的例子则更典型，“麦包包”原本是浙江嘉兴一家箱包生产企业，通过使用商派系列软件发展电子商务，改变了传统销售模式，市场竞争力更强，经过几年努力，“麦包包”已经成为嘉兴地区电子商务的龙头企业，2009年销售额预计可超亿元。

另外，李钟伟还提示说，建立网店不等于有访问量，有访问量不等于有成交量，企业如果想成功运用电子商务，还必须下更多的课外功夫。正是基于这一点，李钟伟再次提出了公司的转型思路：要让商派从软件提供商转变为商务服务商。“2008年之前，公司解决的是企业发展电子商务之际的技术问题，以后要转变为服务企业，帮助企业在电子商务领域扩大市场份额。”现在商派提出了“千亿计划”，就是要帮助千家中小企业，实现年度电子商务营业额超过亿元。

如今，摩托罗拉、李宁、海尔等不少知名企业都已经成为商派的客户，也正是在不断为企业提供服务的过程中，商派获得了来自企业的回馈，“所谓助人者，人恒助之，在帮助中小企业的时候，我们自己也得到了快速成长，今年我们预计可以实现 2000 多万元的营业额。”李钟伟对企业的未来非常自信。

（来源：经济日报）

新蛋网：“信任”加速电子商务本地化

“每一个消费者到我们网上来消费，首先已经给了我们信任，那我们也要回报以信任。”新蛋网（Newegg.com）中国区总裁邹果庆说。

1999年，中国的电子商务以阿里巴巴诞生为标志，开始在B2B、C2C以及B2C行业摸爬滚打，至今已有十年时间。而在大洋彼岸的新蛋网也早已嗅到了商机。这家成立于2001年的公司，在2002年就开始进入中国市场。“不管怎样先踩一脚进来”。邹果庆说。

中国物流体系欠成熟

新蛋主要从事电脑、消费电子、通讯等3C产品的网上销售。在美国，它销售的商品种类高达4.3万种，已经是全美规模最大的IT数码类网上零售商。新蛋员工最津津乐道的，则是它在客户满意度方面已经超过亚马逊，成为美国最令客户满意的电子商务网站。

早前在美国的经历，让他深切领会“Click to buy”才应是电子商务的本意。对于中国国内人口众多，互联网销售却只占整体比例的1.5%问题，邹果庆总结出了两处最大的挑战点：

首先，整个物流架构系统没有美国成熟，尽管国内整个物流业发展速度迅猛，但基本还是处于“非智能化”、“体力活”的阶段，再快还是倚仗人力在做，其中不乏漏洞，因此，新蛋成立一家自己的奥硕物流公司。

支付宝解决信任问题

“而最重要的是资金流的解决问题。”邹果庆认为，“跟美国相比，中国消费者对于互联网的信任度比较低，网上资金流的解决并不发达。

邹果庆认为，类似支付宝与新蛋网之间的合作，显得特别重要。这是因为中国的信用环境所决定，支付宝对我们帮助非常大，算是对我们的商业模式一个非常有价值的提升。”

支付难题的存在，一直是网络交易买卖双方互不信任的重要原因。基于这一背景，支付宝在淘宝上率先推出了担保交易的模式——买家先打款至支付宝，支付宝通知卖家发货，买家收货后确认，再由支付宝将款打给卖家。

“在中国国内，我们觉得假如没有支付宝会很不方便。”邹果庆认为，中国国内的第三方支付，比美国做得更积极、更有竞争力。虽然部分年轻消费者对于信用卡的信任度有大幅提高，但电子商务每一年87%的增长态势下，更多涌入这一领域的“新人”，未来很长时间内，仍会对支付宝有相当大的依赖。它给我们的本地化带来信任。”邹果庆说。

（来源：大洋新闻——信息时报）

责任编辑：王玉，刘俊