



Shanghai eCommerce Association

会员资料

注意保存

电子商务资讯

2009年 9月第 9期 总第 83期

上海市电子商务行业协会主办

目 录

【重要信息】

市经信委召开《关于贯彻落实〈上海市促进电子商务发展规定〉的实施意见(讨论稿)》 意见征集座谈会	2
市经信委生产性服务业处领导赴协会调研	2

【专题报道】

电子商务 12年 亿家网站整体营收直逼 630亿	3
中小企业电子商务用户破千万	5
轻点鼠标 新鲜水果送到家 ---- 上海易果电子商务有限公司陈芊副总经理专访	6

【热点聚焦】

1亿网购用户上半年花钱千亿 同比激增 94.8%	8
我国快递服务 1/3业务量由电子商务牵动	9
VANCL欲起诉山寨网站抄袭模仿	10
2010年美国虚拟物品收入将超过 10亿美元	11

【会员动态】

新会员介绍 ----上海美丽居网络科技有限公司	12
新会员介绍 ----上海宅急送商务信息咨询有限公司	12

【交流园地】

eBay买家保障及新的 eBay纠纷调解流程介绍	13
交通银行联合快钱共拓电子商务	14
百联电商网上网下联动营造消费亮点	14
经济危机 电子商务的春天 ---- 上海商派网络科技有限公司 CEO李钟伟访谈	15

【重要信息】

市经信委召开《关于贯彻落实〈上海市促进电子商务发展规定〉的实施意见(讨论稿)》意见征集座谈会

最近，市经信委在宝山区骏利财福大厦 15楼会议室召开《关于贯彻落实〈上海市促进电子商务发展规定〉的实施意见(讨论稿)》意见征集座谈会，会议主要围绕《实施意见(讨论稿)》涉及的工作任务、工作机制、工作要求等内容展开讨论。市发展改革委、市经济和信息化委、市商委、市科委、市农委、市财政局、市地税局、市工商局、市质量技监局、市统计局、市旅游局、市人力资源社会保障局、市国资委、市教委、市金融办等相关部门的责任处室领导和代表出席会议并提出了相关意见。宝山区人民政府有关领导到会致辞，上海市电子商务行业协会代表列席会议。

(协会秘书处提供)

市经信委生产性服务业处领导赴协会调研

近日，上海市经济和信息化委员会生产性服务业处处长于成一行七人专程赴协会调研考察。会上，王玉秘书长首先回顾了协会及上海电子商务近年来的发展历程，并对经信委多年的支持和帮助表示感谢。之后，还简单汇报了协会近期的工作情况，重点提到统计、信用评估、品牌推进等工作的具体计划和安排。于处长希望协会要结合“十二·五”规划，配合政府贯彻实施《上海市促进电子商务发展规定》，编写白皮书；配合政府解决上海电子商务做大做强等问题。表示会尽力协助、引导和支持行业协会在统计、行业规范、品牌建设等各方面的发展。

(协会秘书处提供)

【专题报道】

电子商务 12年 亿家网站整体营收直逼 630亿

近日,中国 B2B研究中心发布报告称,电子商务自 1997年在中国兴起至今 12年来,共经历五个发展阶段。目前,规模以上电子商务网站已有 12282万家,主要分布在长三角、珠三角以及北京等经济较为发达的省市。截止今年,电子商务服务整体营收有望达到 630亿元。

萌芽与起步期 (1997-1999年)

业内公认的说法是,国内第一批电子商务网站的创办时期始于这三年。当时互联网全新的引入概念鼓舞了第一批新经济的创业者,他们认为传统的贸易信息会借助互联网进行交流和传播,商机无限。于是,从 1997年到 1999年,美商网、中国化工网、8848、易趣网、当当网等知名电子商务网站先后涌现。在目前已经成立的电子商务网站当中,有 5.2%创办于 20世纪 90年代。

冰冻与调整期 (2000-2002年)

在互联网泡沫破灭的大背景下,电子商务的发展受到严重影响,创业者的信心经受了严峻的挑战,这三年间创建的电子商务网站不到现有网站总数的 12.1%

尤其是部分严重依靠外来投资“输血”,而自身尚未找到盈利模式具备“造血”功能的企业,经历了冰与火的严峻考验。于是,包括 8848 美商网、阿里巴巴在内的知名电子商务网站进入残酷的寒冬阶段,而依靠“会员+广告”模式的行业网站集群,则大都实现了集体盈利,安然度过了互联网最为艰难的“寒潮”时期。

复苏与回暖期 (2003-2005年)

电子商务在 2003年一场“非典”后出现了快速复苏回暖,部分电子商务网站变得更加谨慎务实地对待盈利模式和低成本经营。据中国 B2B研究中心调查显示:目前现有电子商务网站总数的 30.1%,应用电子商务的企业会员数量开始明显增加,2003年成为不少电子商务网站尤其是 B2B网站的“营收平衡年”。

崛起与高速发展期（2006-2007年）

互联网环境的改善、理念的普及给电子商务带来巨大的发展机遇，各类电子商务平台会员数量迅速增加，大部分 B2B行业电子商务网站开始实现盈利。而专注 B2B的网盛生意宝与阿里巴巴的先后上市成功引发的“财富效应”，更是大大激发了创业者与投资者对电子商务的热情。

IPO的梦想、行业良性竞争和创业投资热情高涨这“三驾马车”，大大推动了我国行业电子商务进入新一轮高速发展与商业模式创新阶段，衍生出更为丰富的服务形式与盈利模式，而电子商务网站数量也快速增加。据调查，仅 2007年，国内各类电子商务网站的创办数量就超过了现有网站总数的 30.3%

转型与升级期（2008-2009年）

全球金融海啸致使相当多的中小企业举步维艰，外贸出口企业更是如履薄冰。作为互联网产业中与传统产业关联度最高的电子商务，无法独善其身。受产业链波及，外贸在线 B2B首当其冲，以沱沱网、万国商业网、慧聪宁波网、阿里巴巴为代表的电子商务服务商，纷纷或关闭、或裁员重组、或增长放缓。

与此同时，在外贸转内销与扩大内需、降低销售成本的指引下，外贸在线 B2B与垂直细分 B2C却获得了新一轮高速发展，不少 B2C服务商获得了数目客观的 VC的青睐，传统厂商也纷纷涉水，B2C由此取得了前所未有的发展与繁荣。而 C2C领域，随着搜索引擎巨头百度的进入，使得网购用户获得了更多的选择空间，行业竞争更加激烈化。

据中国 B2B研究中心调查显示，这两年内创建的电子商务网站占现有网站总数的 22.3%，且有 75.4%的电子商务网站专注于细分行业的 B2C.该时期电子商务行业优胜劣汰步伐加快，模式、产品、服务等创新层出不穷。（来源：中国新闻网）

中小企业电子商务用户破千万

电子商务经过 10 多年的发展，在国内已经形成了庞大的用户规模。各中小企业纷纷进行网上贸易进行开拓市场，而电子商务成未来中小企业进行网上开拓市场的必然选择。

根据中国 B2B 研究中心的调查数据显示，截止到 2009 年 6 月份，国内使用第三方电子商务平台的中小企业用户规模已经突破 1000 万，而中国网购用户的规模已经突破了 1 亿人。

目前利用电子商务和信息化手段从事网络贸易的中小企业用户及其生意人群体，正成为信息社会经济领域的主体，正在国民经济中发挥越来越重要的作用。

而随着这类群体的发展和壮大，传统商业规则和商业秩序正在被重新解构，新的基于互联网的电子商务商业规则和商业秩序正在构建，基于虚拟平台的社会经济体俨然初具雏形。这类观念靠前、危机意识强烈、创新创业、渠道多样化的生意人群体，正成为引领我国当前经济转型与升级的“弄潮儿”。

与此同时，与一起诞生和成长起来的网购群体则正在改变中国传统的消费模式、文化以及人们的生活方式。从 2007 年开始到 2009 年，中国网民数量在急剧的增长，而在网民数量急剧增长的同时，中国网民的购物比例也随着上升。

然而，也应清醒地看到：中国网民的购物潜力仍未被完全释放。在欧美和韩国等互联网普及率较高的国家，网民中网络购物比例已经超过 2/3。各大网络购物网站致力于打造更加简单易行的购物平台，网络购物的门槛越来越低，只要会上网就可以学会网络购物。

（来源：搜狐 IT）

轻点鼠标 新鲜水果送到家

---- 上海易果电子商务有限公司陈芊副总经理专访

易果网 (www.yiguo.com)专业从事水果销售的网络平台。上线至今已近五年，现拥有近 25万会员。目前，易果网已开设了上海、北京、杭州、苏州、无锡、昆山（中英文）站点。

随着电子商务悄然兴起，只需一个电话，或轻点鼠标，优质新鲜的水果就会由专人送上门，这无疑为忙碌的都市白领提供了一个简单便捷的平台，足不出户即可吃到高品质的进口或国产水果。人们不再需要到超市逐个挑选被人挑了又挑的水果，不再需要大汗淋漓将水果搬上楼，不再需要担心水果摊上买到了不好的水果而无人负责。前不久，协会秘书处一行对易果电子商务有限公司陈芊副总经理进行了拜访。

天时 地利 人和

易果创始人独具慧眼。2005 年之前，他就从事国际物流进口水果，对每天市场行情十分了解，身边又拥有一批有消费能力，但没有时间、又对生活有高质量要求的人群。他们会经常喜欢打听当天水果到货行情，要求购买水果。在这样的情况下，易果网应运而生，它起初只是一个展示水果的平台，没有其它任何功能。

一传十，十传百，通过易果网购买的人也越来越多，自然对网站的功能要求也高了。经过几年磨砺，易果网慢慢地变成今天可以在线订购、互动的销售平台。就上海来说，约有 80-90%的白领对易果的品牌已十分熟悉。因为易果网朗朗上口，十分好记，我们的优质服务又容易被客户接受，更何况它是快速消费品。

对于易果成长来说，我们更关心的是会员增长数。因为易果网经营的主要模式就是会员制。凡是在网站订购东西的必须注册，无论是通过电话订购的，还是直接用手机号注册的，所有的客户都是注册会员，现在会员数大概是二十五万。

总之，“天时、地利、人和”是不可缺少的，易果生逢期时，所以成功了！

品牌建设 注重文化

“我们不是一个做生意的企业，是一个做企业的企业！”陈芊副总用这样一句话诠释易果发展的宗旨。对易果来说，赚钱只是其中的一部分，更希望做好是易果的品牌，

这种品牌不仅仅是只有产品，还包含企业的服务、包含一些人性化的理念、包含易果独特的文化等等。

搭建一个相互交流的易果平台，无一不受到广大会员的一致好评。易果很注重跟客户之间的互动，从一年一度的公益活动，到一季一度的户外水果采摘，再到每月一次的会员互动活动，除了让客户吃到新鲜、优质水果外，还让客户了解水果的生长过程，丰富客户生活知识。

48 小时内退换货 服务品质的保证

对于电子商务企业来说，服务和品质是发展之本。对易果来说，拥有一支“诚信、严谨、团结、务实”的团队，始终把客户的利益放在首位，严格把关每个产品的质量，以口碑开拓市场，用信誉展望未来。一句话，要把最优质最新鲜的水果在第一时间送到客户手中。

另外，易果有一个“预存款”服务，客户事先将钱存入虚拟帐户中，在签收货物后，直接从虚拟帐户中扣款，减少“货到付款”这个环节。同时，为了更好地保障客户的利益，在付款后，若货物拿回家检验有问题，48小时内易果负责全部退换货，这也是易果一种诚信的承诺。

陈芊副总表示，这种承诺也是建立在双方诚信的基础上，对每一个在易果订购的客户，我们都相信是好人。但由于水果的特殊性，在退换货问题上，也有极少部分会有恶意、蓄意行为的人。故此，在我们的内部系统里面还有一个红、黄、蓝、绿的亮分机制，每一次退换货的记录，会给客户一个颜色，如果退换货达到三次至五次以上，会将客户列入黑名单。事实证明，易果的客户大多素养较高，成立至今，仅只有三人被列入了黑名单。

长短脚配送模式 让顾客更满意

对易果来说，一个瓶颈问题就是物流配送。水果与其它产品不一样，它是与季节相关的，自然在物流配送中形成淡、旺季。现易果大概拥有二十辆物流配送车，在旺季时远远不够，还需要与其他物流公司建立合作关系；在淡季时车辆又显得过多，成本也会随之上升。加上客户对易果的要求也越来越高，一般客户下完单，总希望第二天配送时能按照自己指定的时间送到，但暂时又是没办法好解决的。同时，易果也不能让客户为

了吃水果用一天时间去等，所以会建议将送货地点改办公室，因为一般上班时间和物流配送时间是吻合的，但还是有客户表示不满，抱怨会很多。

为此，易果也是一直在寻找方式，不停地改进。今年九月份，针对上海地区易果开设了“短脚”试运行模式，所谓短脚模式，每天早上从总部将物流车发散到每个区域定点的地方，然后由助动车或电瓶车转送到客户家，每个定点区域范围三公里内范围配送，我们也称之为“长短脚模式”，这样就完全可以满足客户要求的时间，让客户更满意易果的服务。

遍布全国 立志第一

最后，陈芊副总说，中国电子商务应用领域还在不断地进化和发展中，未来的日子，易果要将会员遍布全国各地，让更多的人了解易果，做到全国第一。易果拥有“天时、地利、人和”的资源优势，又拥有“先订货、后销售”的零库存优势，这种独特的 B2B+B2C 的运营模式，是不可复制的。因此，凭借我们不懈的努力和坚持，易果一定会有更广阔的未来！

（协会秘书处提供）

【热点聚焦】

1亿网购用户上半年花钱千亿 同比激增 94.8%

近日，中国 B2B 研究中心发布报告称，截止今年上半年，中国网购用户已经突破 1 亿人，相当于每 3.38 个网民中有就 1 人网购。网络购物市场规模达到 1034.6 亿，同比 08 上半年高速增长 94.8%。

该中心同时认为，与欧美韩等国超过 2/3 的网民网购率相比，中国网民的购物潜力仍未被完全释放，各大网络购物网站应致力于打造更加简单易行的购物平台，降低网络购物门槛，让每一个会上网的人就会网购。

“除行业自然增长的因素外，金融危机对中国网购市场的发展反而起到了一定的助推作用，因为金融危机使消费者对价格的敏感度提高，因此网络购物所具有的价格优势

便成为吸引用户的重要砝码。”中国 B2B 研究中心研究员曹磊表示。

据悉，2008 年，中国电子商务市场交易额达到 3.15 万亿元，其中 B2C 与 C2C 网购交易额达到了 1500 亿元。这一数字仍在扩大，2009 年上半年，中国网络购物市场规模突破千亿元，达到 1034.6 亿，同比 08 上半年高速增长 94.8%，环比 08 下半年增长 37.8%。

综合以上数字，有专家分析认为，一线城市以其良好的资源环境和用户基础已成为网购中心，网购市场的发展逐渐趋于成熟和饱和。二三线区域将在 2009 年成为中国网购市场的主要推动力量，这也保证了网购市场继续保持高速增长的气势。

此外，网络购物 B2C 作为第三方电子支付的重要组成部分，正在和航空客票、电子商务 B2B、网络保险等新领域，共同成为电子支付市场的增长引擎。

“2008 年网上支付市场交易额规模达到 3000 亿元，2009 年将接近 5000 亿元，并有望在 3 年后出现 1-2 家创业板上市企业。”曹磊表示，得益于中国经济形势回暖以及网购热情高涨，网上支付交易额成长空间巨大。（来源：中国新闻网）

我国快递服务 1/3 业务量由电子商务牵动

国家邮政局副局长王渝次近日在杭州出席“首届电子商务与快递物流大会”时表示，电子商务已成为我国快递业发展的巨大推动力，全国快递业 1/3 业务量由电子商务牵动完成。

王渝次介绍说，仅 2008 年中国电子商务带动的包裹量就超过 5 亿件。电子商务和快递物流与百姓的生活息息相关，已经成为现代生产流通的基础要素，协同发展的空间十分巨大。

王渝次透露，下一步国家邮政局将继续完善政府服务职能，积极协调解决快递车辆进城等电子商务配送瓶颈问题；完善有关服务规范与标准；加强电子商务的寄递服务统计分析；积极支持快递协会加强行业自律和行业诚信建设，共同搭建安全可靠的电子商务交易环境。

中国快递协会副会长兼秘书长达瓦预计，未来几年中国快递服务的年均增长有可能超过 24%，该行业发展的潜力还是十分巨大。10月 1日即将实行的新《邮政法》，首次明确了快递企业和快件的法律地位，建立了快递市场准入制度和基本业务规范，为我国快递行业的健康发展提供了强大的法制保障。（来源：新华网）

VANCL 欲起诉山寨网站抄袭模仿

服装网购代表企业 VANCL（凡客诚品）相关负责人近日透露，公司正在调查取证一批山寨版网站的抄袭证据，对那些在域名、品牌 LOGO 和网站风格等方面高度抄袭 VANCL 的网站，公司将诉诸法律手段。

服装电子商务市场的持续升温，使得越来越多的创业者进入这个领域，大大小小的服装 B2C 网站层出不穷。而很多网站为了快速复制成功者的经验，在网站设计上模仿和抄袭的现象严重。VANCL 的迅速崛起令很多网络创业者跟风而上，一夜之间冒出许多大大小小的服装 B2C 网站，引发激烈竞争。

中国证券报记者在网络上搜索发现，形如 Adibas、Hike、Fuma 等山寨品牌，在网站上流传甚多。VANCL 相关人士告诉记者，目前该企业也遇到了多家不同类型的山寨网站。“山寨 VANCL 主要分为三大类，一类是将 VANCL 和凡客诚品的品牌名称替换掉一个字母或汉字；第二类是网站风格和 VANCL 红白黑的整体风格以及各模块，几乎一模一样；第三类则是将 VANCL 对外公布的 400 电话直接放在自己网站上冒用。”

据悉，VANCL 目前已经组织了专门的法务人员加紧收集涉嫌侵权网站的证据。VANCL 法务部负责人表示，VANCL 已经对部分网站侵权的行为进行了取证，对于经警告仍不停止“抄袭”行为的山寨网站，将向法院起诉并寻求经济赔偿。

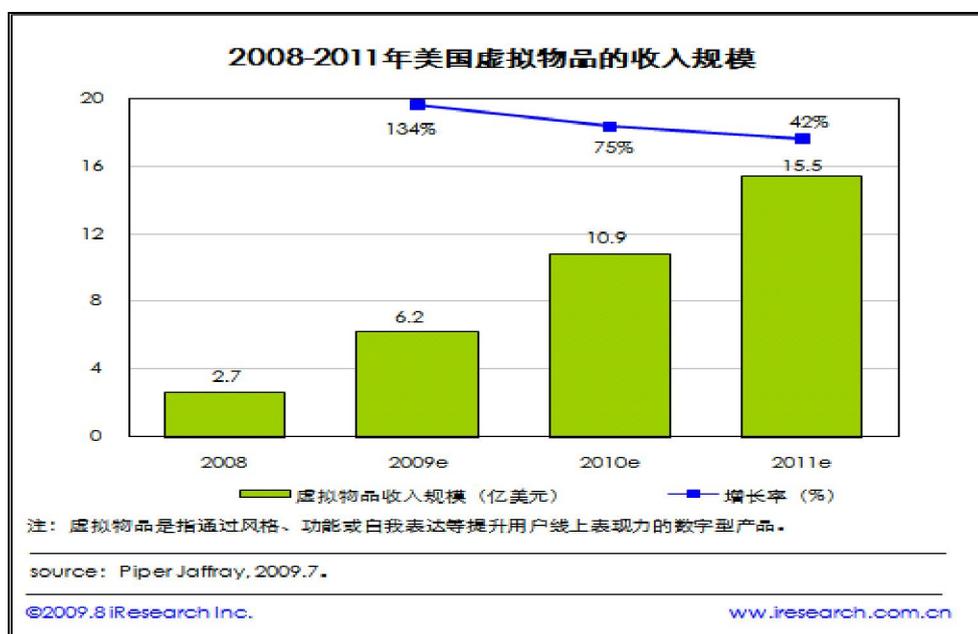
（来源：中国证券时报）

2010年美国虚拟物品收入将超过 10亿美元

艾瑞咨询通过整理 Piper Jaffray关于美国虚拟物品收入规模的数据发现，2010年美国虚拟物品的收入规模将达到 10.9亿美元。数据显示，2008年美国虚拟物品收入规模为 2.7亿美元，2009年将达到 6.2亿美元，2010年美国虚拟物品收入规模将超过 10亿美元。

艾瑞咨询认为，2008年美国虚拟物品收入规模的大幅增长与美国社交网站的蓬勃发展具有很大关系。虚拟物品是网上虚拟世界的重要组成部分，社交网站用户通过虚拟物品加强彼此间的互动。因此，Facebook等社交网站在美国的发展成为美国虚拟物品收入规模快速增长重要推动力。

(来源：艾瑞咨询)



【会员动态】

新会员介绍 ----上海美丽居网络科技有限公司

美丽居是中国领先的家居装饰用品 C2B电子商务交易平台。

美丽居的使命 ---“ 美丽您的居室 装点您的美丽 “

美丽居的文化 --- 帮助、分享、关爱。

美丽居的目标是打造一个领先的家居装饰用品 C2B(个人对商家) 电子商务交易平台。美丽居率先在国内提出了基于消费者需求为中心的 C2B电子商务崭新理念。

C2B 是什么？C2B 是一种以消费者需求为中心的电子商务模式，即消费者对企业 (customer to business) ,最先由美国流行起来。C2B模式的理念是通过聚合为数庞大的用户群形成一个强大的采购集团 ,以此来改变 B2C模式中用户一对一的出价方式，C2B网站本身作为交易平台，采用 web2.0方式，聚集大量消费者，聚合消费者信息，以消费者需求为中心，作为消费者和企业的桥梁为消费者提供服务。

美丽居属轻资产型的运营模式，我们构建了中国领先的家居装饰用品 C2B电子商务交易平台，通过网络交易，让更多的优秀产品能够在这个平台上亮相。

美丽居提供第三方保障(诚信) 系统来服务我们的消费者，给客户一个安全、放心、诚信的网络购物平台。
(由上海美丽居网络科技有限公司)

新会员介绍 ----上海宅急送商务信息咨询有限公司

宅急送公司恪守“ 安全、准确、亲切、视服务为生命 ” 的经营训诫，自 1994 年成立以来，公司以跨越式发展速度，在全国建立了庞大的“ 快运网络 ”，以优质服务赢得了国内上千家著名企业以及广大民众的信赖；以“ 不言实行，忠效为先 ” 的企业精神，矢志成为民族快运行业的一面旗帜，挑起中国快运追赶世界水平的重任。

上海宅急送成立于 1998 年，经过 11 年的发展，目前月均销售额在 1500 万以上。服务范围为个人、企业、事业单位的包裹、物料、产品以及 B2C、C2C 类电子商务企业物品。目前，月代收金额超 5000 万，是上海知名的电子商务企业承运商。

(由宅急送提供)

【交流园地】

eBay买家保障及新的 eBay纠纷调解流程介绍

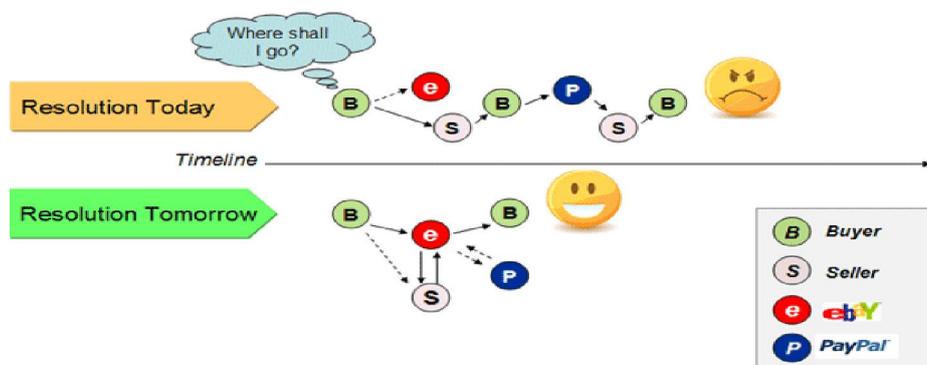
eBay将推出新版功能扩展的买家保障,在买家投诉物品未收到或收到的物品与物品描述不符时用以保护买家利益。

扩展的 eBay买家保障将会：

1.帮助买卖双方以更少的步骤解决争议,并向买家提供更加熟悉的电子商务纠纷调解体验。

2.在买卖双方无法自行解决纠纷时,提供联系 eBay从而获得更多的选择。我们将在确保解决交易问题的过程中起到更加积极的作用。

3.保留 PayPal 用户解决“物品未收到”和“物品与描述不符”纠纷时,采用的大部分相同定义和政策。



eBay买家保障推出了一套新的纠纷调解流程,目的是通过更少的步骤和更短的时间限制让流程更加高效。同时,管理买卖双方之间互动的方式也会有所不同。在新的流程中,我们仍然强烈鼓励买卖双方直接沟通。然而,如果仍然无法解决问题的话,买卖双方也可以选择联系 eBay。我们会在确保解决交易纠纷的过程起到更加积极的作用。

在某些情况下,当我们裁定卖家没有过错时,我们会自行承担费用退款给买家。

类似的 eBay买家保障将会逐步推广到 eBay的其他站点。eBay买家保障的范围可能因站点而异,我们建议在你刊登物品之前仔细核实各 eBay站点上 eBay买家保障的详情、政策和相关流程。我们也会不时更新这些页面上的信息供你参考。所有卖家必须遵守他

们刊登物品或进行交易所在站点上的 eBay 买家保障规则。

在各个 eBay 站点上适用的 eBay 买家保障将成为买卖双方解决 eBay 交易问题的主要途径。你可以在 eBay 买家保障页面或相关 eBay 站点上了解到更多信息。

卖家若不遵照或不遵守 eBay 买家保障条款，会导致一系列不良后果，包括：

1. eBay 可能会就一项投诉做出对你不利的裁定。在这种情况下，eBay 针对符合条件的投诉会退款给买家，并要求卖家补偿 eBay 的退款。

2 限制或冻结您的帐户

3 限制帐户的权限

4 取消超级卖家和 Top-rated Seller (优秀评级卖家) 身份以及相关的费用折扣。

(来源：中国 B2B 研究中心)

交通银行联合快钱共拓电子商务

由交通银行主办的、以探讨中国电子商务市场发展及电子商务企业与银行之间合作为主题的“2009 金融电子化创新应用研讨会”日前召开。交行与快钱的成功合作成为了此次会议的一大亮点。凭借与快钱在网上支付、银企直联、信用卡还款，以及手机银行等方面的合作范例，交行向与会者生动展示了银行与第三方支付机构联手打造的便利的电子化金融环境，以及“E 动交行”给人们金融生活带来的变化。

据了解，交行与快钱早在今年 7 月就联手推出了交行手机银行话费充值业务。由此，交行手机银行的注册用户可直接对其中国移动的手机进行话费充值，话费将从用户的交行太平洋卡中自动扣除。目前，相关业务已全部上线，且交行在近期还推出了“40 充 50”等优惠促销活动，以进一步促进这项业务的应用和普及。

(来源：经济参考报)

百联电商网上网下联动营造消费亮点

百联 E 城 (www.blemall.com) 在去年上海购物节成功举办电子商务购物节的基

础上，今年又在上海购物节期间推出了“网上抢购、网下团购大比拼”特色营销活动，为迎世博、迎国庆营造消费亮点。

据介绍，百联电商现有 OK会员 1600多万，越来越多的 OK会员希望百联 E 城网站为他们提供有关世博的服务。为了满足广大会员参与世博的需求，上海邮政与百联电商合作，在百联 E 城的网络平台、96801客服电话、OK会员团购部特设世博门票销售网点，方便广大 OK卡用户购买世博门票。网站免费为市内外会员配送到家，会员还能享受网站赠送的积分，足不出户，就能买到世博门票。优惠便捷的措施深受会员的欢迎，仅两个多月时间，网站就为 OK会员预售世博门票 5万多张，超过预期。同时，公司积极与世博局主管部门沟通，成为上海世博局授权的特许商品销售商，方便 OK会员购买世博特许品。

节庆市场实体门店精彩纷呈，百联电子商务同样毫不逊色，充分发挥网站的资源优势，与有实力的品牌供货商合作，以批量买断的方式进货。推出手机、电脑数码、以旧换新的家电、建材家居、日本进口商品、百货等六个门类 600种推广商品，如 OK数码网 oksmw.blmall.com销售的 50多种苹果电脑数码系列、名牌新品，特惠酬宾，受到网购者追捧。

百联电商还选择交通便利的中山公园多媒体广场，在 9月 12日购物节开幕第一天，百联 E 城和佳家网 jaja123.com举办大型现场团购会。除了建材装潢、家具家居，还有家用电器、电脑数码、日本商品、各类票券、百货礼品等。

（来源：上海商报）

经济危机 电子商务的春天

---- 上海商派网络科技有限公司 CEO李钟伟访谈

“现在使用我们软件的客户已经超过 45万家，而且每天在以 1500家的速度增长，我们的目标就是成为电子商务领域的‘新微软’。”上海商派（ShopEx）网络科技有限公司 CEO李钟伟谈起公司自主研发的 ShopEx系列软件，话语中显露信心满满。

上海商派（ShopEx）是独立网店软件行业规模较大的公司，始创于 2002年，自公司甫一成立即定位为网上商店系统的软件开发和服务支持，是国内较早的网店软件提供商之一。

李钟伟介绍，传统企业发展电子商务并采取 ShopEx系列软件作为支撑，ShopEx可以使企业将介入电子商务的技术成本抹掉，让企业免费搭建电商平台。ShopEx这样做的目的就是希望帮助传统企业以新的营销模式开源节流，以尽可能低的技术成本，提高企业的市场竞争能力。

在上海商派（ShopEx），李钟伟和他的团队提出了要成为“电子商务领域新微软”的企业愿景。与世界首富比尔·盖茨所领导的微软在办公软件系统的绝对领先地位相比，李钟伟的目的，是要将公司打造成为企业进行电子商务必备和首选的软件和技术服务提供商。

据了解，2008年 ShopEx新客户日均增长 750家，现在 ShopEx每天可以产生新会员企业 1500家；2008年 ShopEx直接员工只有 70多人，现在 ShopEx直接员工已经有 200多人，每天前来的应聘者络绎不绝。

李钟伟认为，经济危机带给电子商务的，没有“危”，只有“机”。阿里巴巴掌门人马云也同意这样的观点，将来不存在电子商务企业，因为所有的企业都有电子商务部分。企业的规模有多大，将来电子商务的规模就有可能有多大。

电子商务的规模和发展，与一个国家的政策导向和一些先走一步的企业的示范和带头作用是息息相关的。在政策面上，于 2007年度发布的《电子商务发展“十一五”规划》明确提出，我国电子商务已经进入快速发展机遇期，电子商务广泛深入地渗透到生产、流通、消费等各个领域，改变着传统经营管理模式和生产组织形态，正在突破国家和地区局限，影响着世界范围内的产业结构调整 and 资源配置，加速经济全球化进程。大力发展电子商务已成为我国参与全球经济合作的必然选择。

百度高级副总裁沈浩瑜认为，2009年可能是电子商务大发展的时期。他认为在 B2C这一类电子商务发展会非常迅猛，因为在当前情况下，无论是在支付上，还是在物流上，很多方面都已经具备电子商务大发展的基础。腾讯当家人马化腾则把眼光放得更远一些，他认为，未来 3年将是网络大发展的宝贵 3年黄金时间。3年后，网民数将会突破 5亿。

（来源：科技日报）

责任编辑：王玉，刘俊