



Shanghai eCommerce Association

会员资料

注意保存

# 电子商务资讯

2010年 1月第 1期 总第 87期

上海市电子商务行业协会主办

## 目 录

<b>【恭 贺 新 禧】</b>	
新年贺词 .....	2
<b>【通 知】</b>	
《2009上海市电子商务报告》“发行”和“企业形象宣传推广”征订单 .....	3
<b>【政 策 法 规】</b>	
国家工商总局：明年重点监管互联网市场 .....	4
国家工商总局：《网络商品交易管理暂行办法》将于今年 3月出台 .....	5
<b>【热 点 聚 焦】</b>	
我国网购群体 1亿人 交易规模为 2500亿元 .....	6
网站数达到 1.56万家 2009电子商务逆势飞扬 .....	7
首批电子支付牌照年内发放 将正式纳入金融监管 .....	7
<b>【会 员 动 态】</b>	
新会员介绍 ---京东商城 .....	9
新会员介绍 --- 1号店 .....	10
<b>【交 流 园 地】</b>	
涵盖几千种商品 百联网上商城正式上线 .....	10
上海“菜管家”实现农产品电子商务化 .....	11
SHOPEX-- 新一轮电子商务竞合的赢家 .....	12
EBAY Q4收入同比增长 16%利润 13.6亿美元 .....	13
快钱交易量连续四年翻番 09年突破千亿元关口 .....	14
<b>【协 会 大 事 记】</b>	
2009年上海市电子商务行业协会大事记 .....	15

# 【恭贺新禧】

## 新年贺词

风雨送春归，虎年迎春到。上海市电子商务行业协会秘书处全体工作人员向协会的会长、副会长、理事、会员单位的领导和员工们致以节日的问候和崇高的敬意！向始终关心、支持协会的市各级主管领导、社会各界合作单位同仁以及参与《2009年上海市电子商务报告》的各位专家学者和业界人士表示衷心的感谢！

2009年是充满挑战与机遇的一年，在全球金融危机快速扩散和蔓延的形势下，电子商务逆势而涨，成为国民经济发展中最大的亮点。在上海市经济和信息化委员会的工作指导下，协会继续充分发挥桥梁纽带作用，创建交流共享平台，上传下达，推动行业发展；协调各企业、高校、园区汇聚资源，共推网上创业，为完善电子商务的发展尽一份力。

2010年是世博年，为电子商务行业发展提供了更多、更好、更大的发展机遇。协会将继续通过加强自身建设，更新服务理念，积极配合政府工作，开展行业活动，更好的为会员单位和行业发展服务，为实现电子商务快速发展，不断做出新的贡献！

在新春佳节即将到来之际，协会恭祝大家：新年愉快、事业兴旺、身体健康、阖家欢乐！

上海市电子商务行业协会

2010年1月

# 【通 知】

## 《2009上海市电子商务报告》“发行”和“企业形象宣传推广”征订单

在上海市经信委的领导下，在各电子商务会员单位的大力支持下，《2009年上海市电子商务报告》正在紧锣密鼓的编撰之中。为使《报告》的发行工作更臻完美和广泛宣传各会员单位的品牌形象，编委会特提前启动《报告》的发行工作和会员单位的品牌形象宣传推广工作。

诚挚邀请各电子商务行业协会会员单位踊跃参与、认真填写如下的“《报告》发行征订表”和预定“企业形象宣传推广位”。

填好征订表请回传至：63560343×20 刘老师收 咨询电话：63560343 接肖老师

### 《2009 上海市电子商务报告》发行和企业宣传推广征订表

单位名称			
联系人姓名		电话	
手机		e-mail	

#### 《报告》发行 预定栏 （每册金额预计约 58元）

预定《报告》：\_\_\_\_\_ 册 合计金额：\_\_\_\_\_ 元

#### 企业形象宣传推广位 预定栏

○ 双跨页品牌宣传，1574 × 1092 毫米，四色铜版纸，需订购 300 册《报告》

○ 单页宣传品牌单，787 × 1092 毫米，四色铜版纸，需订购 200 册《报告》

# 【政策法规】

## 国家工商总局：明年重点监管互联网市场

2009年底，全国工商行政管理工作会议于在北京召开。会上，国家工商行政管理总局局长周伯华对 2010年市场监管工作进行部署时多次提及互连网络。

### 网络商品交易将有法可依

近年来，我国网络商品交易市场发展速度惊人，但随之而来的诸多不规范问题也损害了消费者的合法权益，这与网上交易法规缺失、监管缺位等不无关系。

按照国务院去年出台的《国家工商行政管理总局主要职责内设机构和人员编制规定》，工商总局增加了网络商品交易及有关服务行为的监管职责。

2009年，工商总局专门开展了网络商品交易监管立法调研，并起草了《加强网络商品交易及有关服务行为监管工作的指导意见（征求意见稿）》。北京、深圳、杭州等地也陆续出台了相关管理规定，并在实践中对监管工作进行了探索。

“各地积极探索将监管领域向网络市场等新兴市场主体延伸，探索实行分类监管等精细化监管方式，探索创新日常规范监管方法，监管执法效能明显提升。”周伯华说。

周伯华强调，2010年各级工商机关要加强网络商品交易及有关服务行为的监管工作，总结推广网络商品交易及有关服务行为监管的成功经验，提高对网络商品交易及有关服务行为的监管水平。

### 强化网上非法广告治理力度

互联网这个新兴媒体的发展，为广告业提供了巨大发展空间。相比传统媒体广告，互联网广告在地域和空间上的无限制性，对消费者产生了巨大的引导作用，与此同时也为网络广告监管带来新的课题。

近年来，一些地方工商机关对网络广告监管工作进行了探索。如浙江省工商局利用网络广告智能监测软件，对网络广告进行监测和巡查。深圳市工商局抓住重点，组织力量对网上非法“性药品”广告和性病治疗广告进行集中监测。

目前，网络广告方兴未艾，网络违法广告案件也只占到违法广告案件总数的大约 5%。但是，网络违法广告却有日益增多的趋势，特别是一些夸大其词、内容虚假、格调低下的非法涉性广告，一度充斥网络，社会各方面对此反响强烈。

在全国工商行政管理工作会上，周伯华要求各级工商机关明年加大整顿规范广告市场力度，特别是强化对网上非法广告的治理力度。

### 扼制互联网传销新趋势

近年来，一些传销组织打着“电子商务”“网络直销”“网络代理”“网上学习培训”等名义，以快速发财致富为诱饵，诱骗不明真相群众通过银行汇款缴纳入门费，在网上注册为所谓会员或代理商，发展下线，利用互联网进行传销。

近期工商、公安机关查处的一些传销大要案件，也大多采用网络传销形式，利用互联网从事发展人员、组成网络、计算报酬和资金结算等一系列违法活动。

针对利用互联网传销情况日趋严重这一新趋势，周伯华要求各级工商机关配合有关部门狠狠打击以利用互联网从事的传销活动，严肃查处一批涉及地域广、涉案人员多、社会危害大的大要案件，坚决查处一批传销组织者、领导者和骨干分子。

（来源：新华网）

## 国家工商总局：《网络商品交易管理暂行办法》将于今年 3月出台

近日，国家工商总局拟定的《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》预计在 今年 3月 15日前夕颁布实施。根据该办法的征求意见稿来看，个人在网上开店必须实名注册，具备条件的还应该办理工商登记注册。

自去年以来，国家工商总局就积极开展网络商品交易及有关服务行为监管办法的制定工作。

《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》规定，个人在网上开店应该实名注册，具备条件的还应该办理工商登记注册。征求意见稿中规定：通过网络从事商品交易及有关服务行为的自然人，应当向提供网络交易平台服务的经营者申请实名注册；具备登记注册条件的，应当依法办理工商登记注册。

### 结束网络交易的法律空白

事实上，目前，网上交易对网店如何管理，如何保障网上购物消费者的权益不受侵害，在我国仍是一个法律空白。据 CNNIC监测，2009年中国网络购物市场交易规模达到 2500亿元，较 2008年翻番增长。随之而来，消费者对网购的安全性、品牌、服务都提出了更高的要求。

### 个人开网店应实名注册

各大网络平台采取的保障消费者权益措施仍带有强烈的自律色彩。国内几大电子商务巨头如淘宝等，大多实行实名注册，但中小型网络交易平台则没有作出实名注册要求，更多是依靠自律来进行诚信建设。比如淘宝网上“钻石级”卖家相当于网络中的名牌企业。

“从事经营活动，办理工商登记理所当然。对电子商务的经营者进行实名制注册，将解决我国电子商务发展中存在的诚信缺陷问题。”有电子商务专家认为，它可以规范电子商务的发展，有利于保护消费者利益。但他同时表示，不能管得太死，限制多了会遏制电子商务的发展。比如，淘宝网网店的盈利模式就是低价微利，一笔注册登记费对其也是一笔不小的负担。

### 工商注册规定并非“一刀切”

工商注册规定并非“一刀切”，该办法规定，对暂不具备工商登记注册条件，申请进入网络交易平台销售商品或提供有关服务的个人的真实身份信息进行审查和实名注册，建立注册档案并定期核实更新；核发证明个人身份信息真实合法的标记，加载在其从事商品销售活动的网页上。

这意味着，网店是否办工商执照也将区别对待，一些交易量不高的个人卖家，比如临时进行二手或闲置物品交易的，可以考虑交给交易平台企业去管理，但必须核查其真实身份信息。而对另一些大卖家，要办执照和收税，按我国现有税务法，经营型企业在网上交易应缴 17%的增值税；如只是买进卖出的店家，缴纳 4%的增值税。

（来源：腾讯科技）

## 【热点聚焦】

### 我国网购群体 1亿人 交易规模为 2500亿元

在一年多前金融危机席卷而来之时，有人预测：快捷、便宜的网上购物可能从中受益。进入 2010 年，多家互联网调查研究机构发布了各自的分析报告，似乎可以交叉印证这个事实——网购正日益成为中国人的主流生活方式。

近日，中国互联网络信息中心 (CNNIC)在新一期的《中国互联网络发展状况统计报告》中提到，去年中国网络购物市场交易规模为 2500亿元，较 2008年翻番。而在此前不久，艾瑞咨询在另一份报告中也发布了类似的数据：去年国内网购交易规模为 2484 亿元，同比增长 94%

与“2500亿元”相伴的，还有网购群体的增长。据 CNNIC的报告，去年至少在网上买过一次东西的中国网民数历史性地突破了 1亿人，达到 1.08亿，增长 46%；而艾瑞的报告也近似于此——“网购”的中国网民达 1.1亿。

在解读“网购”大幅增长的原因时，研究人士普遍提到了“金融危机”这一关键词——“金融危机客观上促进了网络购物的发展……网络作为便捷的营销平台，成为企业摆脱困境的捷径。”

此外，对网站和网民的个体行为分析也揭示着中国电子商务大发展的细节。北京研究机构 CNZZ指出，去年国内各类电子商务企业的表现并不相同。其中 B2B(企业间电子商务)交易额的增速只有 20%，C2C(类似“淘宝”模式)增速为 100%，而 B2C(如“京东”、“卓越”等网上商城)交易则猛增了 200%。B2C网站一般单店规模更大，吸引的网民群体更多，它们的兴起更能体现传统商业在互联网时代的转型轨迹。

一般而言，年初是网购的旺季，3月后是淡季。但 CNZZ发现，去年这种季节性波动平滑了许多。分析师表示，这主要是由于网民在日常购物时也开始选择网购，网购不再是偶尔尝鲜的选择。同时，各商品的成交量也体现出这一趋势——CNZZ发现，以往网购的主流是图书和电脑配件，如今，化妆品、家居日用、服装和珠宝首饰是主流热卖商品。

根据研究，在每次网购中，网民基本遵循“商品越贵、耗时越多”的规律。在面对价格更高的商品时，网民会更倾向于仔细阅读商品介绍，查看其他消费者的点评。以家居用品为例，网民平均每次交易耗时 6分 52秒，但在超过 500元的商品上的耗时几乎是 10元至 50元商品的 5倍，这也显示出网民的认真态度。

尽管受益于金融危机，但研究机构也纷纷表示，中国电子商务整体发展水平并不高。CNNIC指出，中美网民的互联网应用指数相差不大，但中国网民更偏重于信息获取和网络娱乐等初级应用，而在网络互动和网络消费指标上大幅落后于美国，其中，网络消费指数是所有指标中最低、落后最多的，中国互联网的经济价值有待进一步挖掘。CNZZ

也结合数据表示，去年中国网购人群的增速比访问过电子商务网站的网民总量增速慢不少，这说明电子商务网站正面临着如何将点击量转化为成交量、将新网民转化为消费者的难题。

根据艾瑞的预测，国内网购市场很难保持目前的“翻番态势”，2010年预计增长65%，未来3年的年增速还将逐步回落到30%以内。

(来源：赛迪网)

## 网站数达到 1.56万家 2009电子商务逆势飞扬

近些年来，伴随着国内互联网建设的迅速发展，网络安全的不断完善以及人们消费观念的改变，国内电子商务进入了一个高速发展的阶段，特别是在2009年整个经济都在与经济危机带来的威胁苦苦抗争的时候，电子商务成为了国民经济发展中最大的亮点之一。

多家咨询机构的数据均显示，国内电子商务市场规模在2009年有着迅猛的增长，其中B2B运营商的市场营业额增加了20%，增长速度与往年相近；

C2C的市场规模相比2008年增长一倍；增长最为迅猛的是B2C的市场规模，全年的市场总交易量达到2008年全年的两倍以上。电子商务在自身取得高速发展的同时，在国民经济中的影响也越来越大。数据表明，超过50%的企业搭建了B2B、B2C类电子商务网。在消费领域，2009年中国网络购物交易额占社会消费品零售总额的比重超过2%。

与此同时，2009年，电子商务的行业站点数保持着高速增长。据CNZZ统计，截至2009年12月，电子商务的总网站数达到1.56万家，同比增长了32.34%，其中B2C网站数超过了9400家，同比猛增了43.79%。此外，电子商务网站的受众范围也在不断扩展。

CNZZ数据显示，2009年12月电子商务网站的访客数达到2.67亿，同比增加了61.29%，这比总网民数的增长率高出了21个百分点。在12月，全国网民中有86.49%访问过电子商务网站，这一比例同比增加了13个百分点，达到了历史的新高。

(来源：上海金融报)

## 首批电子支付牌照年内发放 将正式纳入金融监管

中国互联网中心(CNNIC)最新公布的数据显示，2009年，网络支付使用率达到24.5%，用户规模9406万，年增幅高达80.9%，是在所有电子商务交易类应用中用户增

长最快的网络应用。消息人士称，央行年内将发放电子支付牌照，从而推动电子支付继续快速发展。

### 五年增长 30倍

数据显示，2009年，中国网上支付市场规模超过5700亿元人民币，相比2008年的2743亿元增长110%以上。网上支付交易额连续五年增速超过100%。在这五年间，交易规模已经增长了近30倍。网上支付行业的增速之快已经超出了所有人的预期。

艾瑞咨询预测，如果第三方支付能保持目前的强劲发展势头，到2012年，行业交易规模将超2万亿元，较今年的交易额实现两番，按照0.5%的收益率（营收/交易额）计算，届时行业营收规模将超100亿元。

CNNIC认为，网上支付快速增长，一方面是网上支付领域的迅速扩大，第三方支付公司与保险、航空等资金流量大的行业合作力度加强，网上支付在B2B、B2C、C2C领域全面开花；另一方面，网络购物和旅游预订的快速增长有力地拉动了网上支付的增长。

目前第三方电子支付企业不仅仅为从事电子商务的商户提供完整的平台解决方案，同时承担着培育持卡人市场，为持卡人提供快捷高效的支付工具的任务。

环迅支付战略发展总监夏博预计，未来十年，电子支付除了在网上购物、航空机票、虚拟行业、B2C等行业继续拓展外，在涉及民生的公共事业缴费等方面，也将扮演更为重要的角色。

### 首批牌照年内发放

消息人士透露，央行筹建的“支付清算协会”将在本月内成立，届时将由该协会牵头协调负责在2010年内推出首批电子支付牌照，这将意味着风靡一时的网络支付正式纳入金融监管体系。

夏博认为，央行发放电子支付牌照，将成为推动电子支付在下一个阶段继续快速发展的催化剂。

据透露，首批加入支付清算协会的共有30家企业，其中，既包括支付宝等以C2C为主的电子支付企业，也包括环迅支付等以面向行业用户为主的企业。

为了统一、规范电子支付企业的行业标准，央行从去年下半年开始对第三方支付企业进行调研，要求多个驻地分行对支付企业进行考察，目前调研已接近尾声。据介绍，央行考察的重点在于支付的安全与技术性能、业务拓展潜力等方面。

夏博认为，目前网上支付行业竞争较几年前已趋于良性，与产业链合作更为紧密，能够为多方创造价值。随着行业的发展，第三方支付平台也会迎来新一轮的整合过程，最终存在于市场上的公司都将是不同领域具有独到优势的企业，各个支付公司之间也将会就安全、应用等彼此共同关心的话题进行分享，创建行业的共赢。

（来源：中国证券报）

# 【会员动态】

## 新会员介绍 --- 京东商城

自 2004 年初正式涉足电子商务领域以来，京东商城一直保持高速成长，连续四年增长率均超过 300%。京东商城始终坚持以纯电子商务模式运营，缩减中间环节，为消费者在第一时间提供优质的产品及满意的服务，目前，“京东价”已经成为国内 3C 销售领域的价格风向标。

京东商城在线销售商品包括家用电器、手机数码、电脑商品及日用百货四大类超过 10 万余种商品。目前京东商城拥有超过 600 万的注册用户，日订单处理量突破 25000 单，日均 PV 超过 1600 万。现在，京东商城已经成为中国消费者选购 3C 产品的重要途径。

### 飞速发展 捷报频传

2008 年 8 月，大家电产品全线登录京东商城，3C 产品战略布局正式完成。同年 10 月，应消费者需求，日用百货频道正式上线。在金融危机背景下，京东商城利用其优质的商业模式，诚信的经营理念，继续保持 300% 以上的增长速度，一举夺得 3C 网络零售市场 40% 以上份额，成为中国最大的 B2C 企业。

高速发展的京东商城获得了多项殊荣，“最具发展潜力企业”、“中国企业未来之星”、“2008 中国最具投资价值企业 50 强”、“年度最佳商业模式 10 强”、“2009 年度网民最喜爱的网上购物商城”、“2009 中国最具投资价值企业 50 强”等奖项的荣誉，不仅是对京东商城业绩的肯定，更是对公司未来前景的充分认可。

### 资本注入 势不可挡

京东商城无论在访问量、点击率、销售量及行业影响力上，均在国内 B2C 网购平台中首屈一指。飞速发展和广阔前景赢得了国际著名风险投资基金的青睐。2007 年，360buy 京东商城获得了来自今日资本千万美元的融资。2008 年底，今日资本、雄牛资本以及亚洲著名投资银行家梁伯韬先生私人公司共计 2100 万美元的联合注资，为京东商城的高速发展提供了资金保障。

### 用户体验 以人为本

京东商城提供了灵活多样的商品展示空间，消费者查询、购物都将不受时间和地域的限制。依托多年打造的庞大物流体系，消费者充分享受了“足不出户，坐享其成”的便捷，目前，分布在华北、华东、华南的三大物流中心覆盖了全国各大城市。2009 年 3 月，京东商城斥资 2000 万元人民币成立了上海圆迈快递公司，上海及华东地区乃至全国的物流配送速度、服务质量得以全面提升。

2009 年至今，京东商城陆续在天津、苏州、杭州、南京、深圳、宁波、无锡、济南、武汉、厦门等 26 座重点城市建立了城市配送站，最终，配送站将覆盖全国发达、重要城市，均由自建快递公司提供物流配送、货到付款、移动 POS 刷卡、上门取换件等服务。此外，京、沪、粤三地仓储中心也已扩容至 9 万平方米，仓储吞吐量全面提升。

京东商城在为消费者提供正品行货、机打发票、售后服务的同时，还推出了“价格保护”、“延保服务”等举措，最大限度的解决消费者的后顾之忧，保护了消费者的利益。京东商城用自身的诚信理念为中国电子商务企业树立了诚信经营的榜样。

(由京东商城提供)

## 新会员介绍 --- 1号店

新的商业模式、新的价值、新的宅配购物的生活方式，这就是 1号店网上超市的定位！在新一批电子商务在中国蓬勃兴起的时候，1号店网上超市应运而生！1号店网上超市成立短短 1余年时间，以优异的顾客口碑飞速地进入中国网络购物行业访问量排名前 10名。

当代中国的白领来说，去超市购物逐渐成为令人头痛的事情，交通堵塞、排队结账使面临工作压力的年轻上班族越来越不愿意去超市。1号店网上超市带给顾客全新的生活方式：只要点击几下鼠标或者拿起电话，我们就可以将日常所需送到顾客的手中。1号店网上超市涵盖了食品饮料、美容护理、厨卫清洁、母婴玩具、家居家电等五大类、上万种商品，也就是说，除了生鲜，超市提供的日常用品都可以在 1号店网上超市买到。

1号店网上超市给顾客提供了两种价值：一是比超市还便宜的丰富产品；二是免费送货上门。1号店网上超市严格遵照国家三包法规，并且承诺销售的所有商品均为正品且通过正规渠道进行采购。

1号店网上超市是由两位前美国大公司的高管创建：于刚，前戴尔公司全球采购副总裁；刘峻岭，前戴尔公司中国和香港区总裁。刘峻岭曾被评选为 2005年中国 IT十大财经人物和 2006年计算机世界十大新闻人物。在加入戴尔之前，于刚曾任亚马逊全球供应链副总裁，他对亚马逊的供应链进行改造并取得了巨大的成功；在戴尔，他负责 180亿美元的采购。他们二人领导团队，能够取长补短，而且他们持有相同的价值观——为顾客带来价值。

1号店网上超市立志于建立世界一流的供应链管理系统并用其严格管理日益发展的业务。目前 1号店网上超市已经开发了十几套系统，包括供应商管理、库存管理、产品管理、仓库管理、会员管理、跟踪订单、电话下单系统、促销管理系统等等。于刚博士 20多年对供应链的研究及实践，加上在亚马逊的经验使 1号店网上超市 在运营初期就能迅速建立起核心竞争力和壁垒。  
(由 1号店提供)

## 【交流园地】

### 涵盖几千种商品 百联网上商城正式上线

岁末“网事”真不少，国内商业零售行业的龙头企业上海百联集团股份有限公司今天推出了 B2C电子商务平台“百联股份网上商城”（[www.blgfsc.com](http://www.blgfsc.com)），意在借助虚拟网络的优势，弥补百联股份实体经营中对外拓展中的盲点，加速全国市场的拓展速度。

#### 政策：鼓励发展电子商务

在近日召开的全国商务会议上，“支持并规范发展网上消费”已列入 2010年商务工作十项重点任务中。商务部部长陈德铭明确表示，“鼓励流通企业以网上销售带动门店销售，以门店销售支撑网上销售，探索‘线上市场’与‘线下市场’互动促销的经营

方式。鼓励具备条件的流通企业发展电子商务，进行技术改造和升级”。就在 09年 12月，沪上两家主渠道大型商贸企业百联股份与农工商超市不约而同相继“触网”，为 2010年全面进军网上消费市场做好冲刺准备。

### **亮点：混合经营扩展业务**

百联股份总经理黄真诚表示，百联股份近年来，在实体经营上进行了大规模地拓展，但仍以华东地区和个别直辖市、省会城市为重点，对全国的拓展还非常有限。网上商城的建立可以弥补百联股份实体经营中对外拓展中的盲点，加速市场的拓展速度。

与比较成熟的 B2C C2C电子商务平台相比，百联股份网上商城的最大的区别在于它是的混合型经营模式，是对实体经营网点的补充和扩展，将充分利用在上海近 40家经营网点、4000家供应商的支撑，网上商店的运营可实行线上购物，就近提货；线上购物，送货到家的运营模式。而物流配送，交由百联股份全资子公司一百物流公司负责。主力目标顾客群为 25-35岁左右，且具有一定购买力的时尚白领群体，以及百联股份旗下网点的 VIP顾客。

### **特色：专设网上奥特莱斯**

据介绍，百联股份网上商城的商品涉及 12个大类几千种商品，大部分商品网购价格将是实体店的 75%-85%。顾客在实体门店浏览商品后，通过网站专设的“留言板”功能与工作人员联系，预定商品达到一定数量还能以优惠的价格进行团购。最有特色的三个板块为网上奥特莱斯、进口食品和世博特许商品。网上奥特莱斯板块汇聚了世界著名品牌的商品：D&G PRADA BURBERRY(巴宝莉)、FENDI(芬迪)、GUCCI(古驰)、FERRAGAMO(菲拉格慕)、CK TRUSSARDI、MOSCHINO GIVENCHY、VERSACE(范思哲)、ZEGNA(杰尼亚)、TOD'S等，折扣价在 2.6-8.5折之间；进口食品板块中，有 14个品牌，219件商品，网站每月都会推出低价商品；世博特许商品板块有着丰富的世博会纪念品、世博礼品、海宝等商品。

(来源：新民晚报)

## **上海“菜管家”实现农产品电子商务化**

在日前举行的首届上海农产品电子商务与物流高峰论坛上，与会专家一致认为，农产品电子商务可以解决中国农业“小农户与大市场”的矛盾，实现农业生产与市场需求的对接。该论坛由上海交通大学、上海农业信息有限公司等单位联合主办。

近年来，农产品流通不畅已成为当前阻碍农业和农村经济健康发展的因素，而电子商务以低成本、高效率、无地域界限、易形成规模效应等优势，为解决我国农产品流通领域的矛盾带来了契机。与会专家认为农产品电子商务作为新兴产业，要健康快速发展离不开各级政府的大力扶持。各地政府应加强部门间的相互协调，积极制定促进农产品电子商务发展的优惠政策，加大社会信用体系、电子支付和农产品标准化的建设力度，创造良好的电子商务发展环境。

据悉，现代全国农村电子商务网站已超过 2000 家，初步形成了信息环境下的全国性市场或区域性市场。上海农业信息有限公司的“菜管家”优质农产品订购平台，作为上海市最大的优质农产品订购平台，“菜管家”目前已经与来自上海及全国各省市的 300 多家专业合作社及农业龙头企业开展了广泛的合作，数以千计的优质农产品可以在网络上展示订购，送货上门，有效地实现了农业生产与市场需求的对接。

(来源：农民日报)

## ShopEx--新一轮电子商务竞合的赢家

刚刚过去的 2009 年，是不平常的一年。受 2008 年全球经济危机的影响，无论传统行业还是新兴经济都陷入痛苦的阵痛期，无数企业面临发展困境。但事物都具两面性，危机四伏同时也意味着蕴藏机会。电子商务便成为备受青睐的商业模式和那些企业摆脱困境的突破口——2008-2009 年，全球电子商务在众多萎靡不振的行业中一枝独秀，保持了高速增长。

电子商务在中国同样扮演着越来越引人瞩目的角色位置。艾瑞咨询报告称，“今年上半年，中国网络购物市场规模就已突破千亿大关，高达 1034.6 亿，同比增长 94.8%”。回过头来看中国 2008 年电子商务的情况，也能得出同样的结论——中国电子商务正迎来发展的井喷时期！（2008 年中国电子商务交易总额 3.1 万亿元，比 2007 年增长了 43%，网上支付市场迅速发展，2008 年网上支付规模达 2743 亿元，同比增长 181%。网商数量快速扩大，2008 年超过 5000 万人，预计在 2012 年将超过 1 亿），艾瑞咨询则认为，尽管受金融危机影响，未来三年 B2B 和 B2C 交易规模仍将保持高速增长势头。

经过这几年的发展，如今的电子商务无论是交易环境还是信用体系，都已经完善并成为成熟市场。电子商务的盈利模式、市场环境和用户在线消费习惯都不再是问题。而

电子商务帮助售卖者大大降低渠道和运营成本并能有效提升营收，成为近两年最受欢迎的营销平台。几乎到了无商不谈电子商务的境地。

在这样的大环境下，有一家企业雄心勃勃，意在把握电子商务时代打造与软件巨头微软一样的传奇和成功——这家名为 ShopEx 的电子商务软件及服务提供商通过为成千上万家电子商务卖者提供便利和低成本的网络系统获得了超常规的快速发展，并有望成为后经济危机时代的在线交易平台的整合者。

2009 年，坐拥 50 万用户，年收入近 3000 万元，ShopEx 用三年的时间取得了骄人的佳绩，超过 80% 在中国排名前 1000 位的电子商务企业都使用了他们的网店系统。这使得这家电子商务平台提供商有了足够的底气来展望未来——2009 年 12 月，在“中国电子商务创新发展高峰论坛”上 ShopEx 总裁李钟伟豪言要把 ShopEx 打造成电子商务行业的新微软。这家企业伴随着骄人的业绩也成为了 2009 年中国最具投资价值的企业 50 强之一。

ShopEx 之所以可以在竞争激烈的电子商务圈中成为新一轮电子商务发展的赢家，根本还在于其独具特色的商业模式。和竞争者不同，ShopEx 做的是开放式电子商务平台，也就是通过帮助企业或者商家低技术门槛地建设拥有自己独立域名和品牌形象的网店获得关注和成长，而他们则作为这些网店商家的服务提供商，为这些网店提供最优化的电子商务建设的软件系统和专业的后台技术支持，帮助他们降低建站和维护的高昂成本，并且使他们保持自己品牌和经营的独立性。这样独特的产品加上免费的营销策略，从而获得了超速发展。

这很象当年的美国西部淘金热时期，如果把那些从事电子商务的商家看做是淘金者的话，ShopEx 扮演的则是卖水人的角色。这意味着，无论电子商务商家运营情况如何，卖水人的 ShopEx 都是稳赚不赔的。这肯定是个非常聪明而有前途的商业模式！显然，ShopEx 前几年在电子商务模式上的探索和努力是非常值得的，在电子商务预期未来几年获得新一轮飞速发展的时期，ShopEx 很可能成为这个市场“春种秋收”的巨大收获者。

(来源：中国电子商务网)

## EBay Q4收入同比增长 16%利润 13.6亿美元

近日，据国外媒体报道，EBay 星期三公布了财年第四季度财务报告。PayPal 在线

支付业务的增长和比上一年更好的圣诞假日销售推动了 eBay 利润的增长。eBay 在去年 11 月出售 Skype 电信业务也增加了利润。

经营在线拍卖和电子商务网站的 eBay 一直在努力改善其主要网站的购物体验。在圣诞购物季节期间，eBay 把重点放在免费送货和保证退货的销售商的交易方面以吸引消费者。eBay 还促销新的、但是不是最新型号的产品，让消费者以大幅度打折的价格买到名牌产品。

尽管进出网站的零售商的竞争非常激烈，eBay 的战略在第四季度似乎发挥了作用。eBay 第四季度的利润（不包括一次性项目，如出售 Skype 获得的 14 亿美元收入）是每股收益 44 美分，比 Thomson Reuters 调查的分析师的平均预测高出 4 美分。

包括这些一次性项目，eBay 的利润是 13.6 亿美元，合每股收益 1.02 美元。上一年同期 eBay 的利润是 3.67 亿美元，合每股收益 29 美分。

eBay 第四季度的销售收入是 23.7 亿美元，同比增长了 16%，稍微高于分析师预测的 22.9 亿美元。

eBay 最大的业务部门（包括 eBay.com Shopping.com 和其它电子商务网站）的销售收入是 15 亿美元，同比增长 15%。eBay 注册用户数量是 901 万，同比增长了 3%。

eBay 支付业务部门（包括 PayPal 和短期信用卡服务 Bill Me Later）的收入是 7.956 亿美元，同比增长 28% （来源：搜狐 IT）

## 快钱交易量连续四年翻番 09年突破千亿元关口

近日，独立第三方支付及清结算企业快钱宣布，公司 2009 年交易量突破 1000 亿元人民币大关，较 2008 年攀升一倍以上，实现了连续四年的翻番式增长。面对跨越式的发展，快钱公司明确表示：相对于电子支付的巨大市场蓝海而言，千亿规模的年交易量只是冰山一角。

对此，易观分析师曹飞表示：“互联网的兴起带动了电子支付的发展，而电子支付的应用却远不止于互联网本身。电子支付已经渗透到保险电销、航空客票预付费卡、连锁机构资金归集、电商企业物流回款等各个行业领域，让企业的资金流和信息流得到全面整合，让企业发展电子商务的优势得以进一步提升。可以预见，在传统行业大规模走向电子商务之后，电子支付也将获得更广泛、更深入的应用。”

（来源：证券日报）

# 【协会大事记】

## 2009年上海市电子商务行业协会大事记

1月，上海市电子商务行业协会为了切实做好宣传工作的建设，加强与外界、会员单位之间的沟通与交流，协会网站全面改版成功上线运行。

3月 1日，由市人大制定出台、上海市电子商务行业协会共同参与讨论的《上海市促进电子商务发展规定》正式颁布实施，此次法规的出台属于全国第一部地方性的电子商务法规。

3月 10日，上海市经济和信息化委员会在兴华宾馆召开“贯彻实施《上海市促进电子商务发展规定》工作座谈会”。上海市电子商务行业协会以及会员单位东方钢铁和爱姆意应邀出席座谈会。

5月 31日，由上海市经济和信息化委员会与共青团上海市委员会共同主办，上海市电子商务行业协会承办的 2009上海“电子商务进校园”推广活动开幕式，在对外贸易学院松江大学城隆重举行，主要媒体对活动进行了及时充分的报道。

6月 11日，上海电子商务行业协会应宝山区庙行镇智力创业园区邀请，出席“上海市电子商务示范基地建设工作专题研讨会”。

7月 21日，市发改委与上海市电子商务行业协会共同组织了“电子商务企业座谈会”，协会会员单位东方钢铁电子商务有限公司、百联电子商务有限公司、爱姆意机电设备连锁有限公司、亿贝网络信息服务有限公司、阿里巴巴（中国）有限公司、携程计算机技术（上海）有限公司代表参加了此次会议。

9月，协会组织撰写《大力发展电子商务 加速推进“两化融合”》行业调研报告，最终报告被编收进市经信委编纂的《上海市推进信息化与工业化融合工作会议交流材料》。

9月 2日，上海市经济和信息化委员生产性服务业处于成处长一行来到协会莅临指导工作。秘书长就协会工作（统计、信用评估、会员服务、组织交流等）作了汇报。

9月 8日，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。上海市电子

商务行业协会代表列席了此次会议。

9月 22日，上海市电子商务行业协会召开“关于电子商务品牌服务和信用行业规范的企业调研”座谈会，会员单位爱姆意、环迅支付、金算盘、阿里巴巴、篱笆、第一钢市、名品打折网、宅急送、盖世汽车等九家会员单位应邀出席。

10月 28日，上海市电子商务行业协会召开《2009年上海电子商务发展报告》专家研讨会。

12月 3日，市经团联赴上海市电子商务行业协会进行了座谈、调研。会上，秘书长就协会的工作进展进行了汇报，并希望市经团联今后能积极向政府反映各行业协会的现状困难，协助解决实际问题。

12月 11日，由上海市电子商务行业协会组织的虹口园区中小企业“互帮互助”经验交流会在虹口北外滩园区四楼会议室举行。上海天卷信息技术有限公司（买买乐）、摩道公司、平安果公司等多家园区电子商务企业代表参加了此次经验交流会。

12月 12日，由共青团上海市委员会、上海市经济和信息化委员会、上海市青年联合会发起的第八届“上海IT青年十大新锐”评选活动在西郊宾馆举行，由协会推荐的会员单位上海齐家信息科技有限公司（齐家网）总裁兼首席执行官邓华金、上海付费通信息服务有限公司常务副总经理池晓彬、上海篱笆信息科技有限公司（篱笆网）总裁张国华获得“上海IT青年十大新锐”提名奖。

12月 23日，由上海市经济和信息化委员会主办，上海市电子商务行业协会承办的2009上海“电子商务进校园”系列活动闭幕式暨上海“网上创业创意大赛”颁奖仪式在复旦大学逸夫科技楼二楼多功能厅隆重举行。复旦大学党委副书记陈立民、市经济和信息化委员会施兴德副巡视员等有关领导出席闭幕式，并为2009上海“网上创业创意大赛”获奖选手颁奖。2009上海“电子商务进校园”系列活动是电子商务行业积极贯彻上海迎世博、创建一流网上窗口服务环境的主题活动。在推动电子商务行业发展、培育专业化高素质人才队伍、进一步深化校企实质性合作、推动电子商务教育改革发展等方面，进行了有益的探索和实践。

（协会秘书处提供）

**责任编辑：王玉，刘俊**