



Shanghai eCommerce Association

会员资料

注意保存

电子商务资讯

2010年 2月第 2期 总第 88期

上海市电子商务行业协会主办

目 录

【重 要 信 息】

- 商务部：2010年将进一步扩大城乡居民消费 2
- 协会隆重召开第二届第三次理事会暨 2009年度全体会员大会 3

【专 题 报 道】

- 互联网服务业增速高达 42% “新上海牌”网络时代集体崛起 5

【热 点 聚 焦】

- 上海互联网平台接国计贴民生 8
- 中国电子商务呈现爆发式增长 9
- 央行将出台电子货币业务管理办法 10
- 25%英国人认为网店应为网络安全承担责任 11

【会 员 动 态】

- 新会员介绍 ----- 一嗨租车 12

【交 流 园 地】

- 市民信箱客服热线号码升级 13
- 足不出户选购世博特许商品 百联电子商城开通网络实体两大渠道 13
- eBay将进军俄罗斯等国电子商务 允许母语交易 14
- 新蛋携快钱合力打造高效电子商务平台 14
- ShopEX连锁淘宝已出炉 开启全网电子商务时代 15

【重要信息】

商务部：2010年将进一步扩大城乡居民消费

近日，2009年全国商务工作会议在北京举行。商务部部长陈德铭在会上做了题为《认真落实中央经济工作会议精神 推动商务事业科学发展》的工作报告。

报告提出了 2010 年商务工作的十项任务。首先是充实完善扩大城乡居民消费的政策。陈德铭预计，2009年全年我国社会消费品零售总额有望超过 12.5万亿元，增长 15%以上。2010年将继续落实好国务院确定的促进消费政策。大幅提高家电下乡产品最高限价，进一步完善补贴标准和办法，各地可根据本地实际增选 1个品种纳入补贴范围。将汽车下乡政策延长实施至 2010年年底，已纳入汽车下乡补贴渠道的摩托车下乡政策执行到 2013年 1月 31日。家电以旧换新政策 2010年 5月底试点结束后，继续实施这项政策，并在具有拆解能力等条件的地区推广实施。提高汽车以旧换新补贴标准，加快老旧汽车报废更新。着力解决汽车、家电以旧换新中拆解回收企业装备技术水平较低等问题。

同时，为城乡居民创造便利消费的环境。新建 10万家“万村千乡”农家店，加快商品配送中心建设，提高配送率，为农民提供符合卫生安全标准的产品。结合农业银行开展的“农民一户一卡”工程，在“万村千乡”农家店建立电子支付网络，方便农民消费。推进家政服务体系建设和标准化菜市场改造，支持有实力的连锁企业拓展服务功能，挖掘社区消费潜力。支持二手车交易市场升级改造。实施政策联动，深入推进以宣传绿色消费、开辟绿色通道、培育绿色市场为内容的“三绿工程”。加快实施早餐示范工程，推动大众化餐饮进社区。

扩大信用消费。增加信贷消费品种，扩大信用保险补助范围。支持并规范发展网上消费。培育一批知名度高、实力强、运作规范的专业网络购物企业，支持交易商品丰富、服务内容多样的新型商业网站建设。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。

其次，提升内贸流通的现代化水平。报告中指出，要加强法律法规和标准体系建设，构筑现代流通网络。此外，还要培育具有较强竞争力的大型流通企业和企业集团。商务部将研究制定跨地区、跨行业、跨所有制的资产重组、收购兼并、参股、“走出去”等方面的政策，培育连锁化经营的大型流通企业或企业集团。提高大型流通企业的市场集

中度和占有率，支持企业建立全球供应链，形成跨国采购和销售网络，增强国际竞争力和市场话语权。顺应互联网与物联网结合、传感网快速发展的趋势，加快流通企业信息化改造，推广应用企业资源计划、供应链管理、客户关系管理、无线射频识别等先进的信息管理技术，以信息化带动网络化和组织化。

另外，继续促进市场稳定健康运行。加强市场监测调控、保障市场供应，规范流通领域市场准入管理，促进市场公平交易与竞争。

报告中的十项任务还包括：努力实现外贸“保份额、调结构、促平衡”，提升利用外资质量和水平。同时，大力实施“走出去”战略，加强多双边经贸关系和两岸四地经贸合作，妥善应对国际经贸摩擦，加强商务系统自身建设。此外，商务部还将研究编制商务发展“十二五”规划等。

（来源：中国商报）

协会隆重召开第二届第三次理事会暨 2009年度全体会员大会

在辞旧迎新，新春佳节来临之即。上海市电子商务行业协会于 2010年 2月 3日下午，在通茂大酒店四楼召开第二届第三次理事会暨 2009年度全体会员大会。出席会议的有上海市经济和信息化委员会、会长单位、副会长单位、理事单位、会员单位以及相关合作单位等 100余名代表。会议由副会长朱艺恺主持。

会上，市经信委领导指出：上海电子商务在恰逢 2010年上海举办世博会的难得机遇下，在克服 2009年国际金融危机的影响下，在日趋激烈的市场竞争态势下，仍继续保持快速发展的势头，全年电子商务交易额达 3252.21亿元，比上年增长 16.8%。上海在电子商务领域的发展能够取得这样的成果，与上海市电子商务行业协会和广大企业、会员一年来的拼搏努力密不可分。如协会通过承办“电子商务进校园”系列活动，在协会会员企业和沪上众多高校在内的各方配合下，初步构建了政府、企业、高校、协会多方联动共建上海电子商务人才高地的局面，进一步提升了社会公众对电子商务的认知度和接受度。协会配合政府开展的行业统计、调查研究、品牌创建、项目推荐、电子商务发展报告编撰等工作，得到会员企业和行业专家的大力协助和积极参与，有力协助了政府的政策决策，进一步强化了企业与政府间的桥梁沟通。

副会长蔡伟杰在发言中谈到过去的 2009年，面对国际金融危机严重冲击，上海电子商务行业坚定信心、奋发努力、迎难而上，在逆势中前进，在挑战中发展。在众多行业仍处于摆脱经济负增长困境的局势下，上海电子商务等信息服务业持续保持了强劲的

增长势头，成为上海经济建设转方式、调结构、保增长的抗跌板块，上海电子商务在区域经济发展的地位日益显现。2009年是上海电子商务继续围绕创新和融合两大主题，大力发展包括先进制造业、现代服务业等重点产业领域的电子商务创新融合，探索提高企业核心竞争力和创造产业链价值的行业发展道路，取得新突破的一年。同时也是上海市电子商务行业协会应对政府职能转变，努力探索新社会组织发展思路，与广大会员单位相辅相助、共同奋斗的一年。在市经信委等领导的关怀下，在理事会成员和全体会员单位的共同努力下，协会以服务企业、规范行业、发展产业为目标，发挥服务和纽带作用，积极进取、努力拼搏，较好地完成了既定任务和工作目标。

协会王玉秘书长在工作报告中对 2009年协会工作总结和 2010年工作计划作了详细汇报。在工作总结中，重点提到过去的一年中协会在发挥协会作用，推动行业和谐发展方面 - 以推广活动为抓手，推动电子商务普及与发展，先后组织近百家会员单位参与协会举办的电子商务进社区、进高校系列推广活动，吸引了数以千计的市民踊跃参与，上海电视台第一财经频道、解放日报、文汇报、上海商报等主要媒体对活动进行了及时充分的报道；在把握服务宗旨，加强会员服务方面 - 组织会员单位参加品牌创建活动、引导会员单位参加政府专项资金项目申报、搭建沟通平台，促进会员信息交流、强化媒体宣传，为会员提供宣传阵地、加强会员发展工作，壮大行业协会队伍；在整合各方资源，开展行业专题研究方面 - 组织“电子商务政策分析与实施建立研究”专题调研；完成《电子商务交易记录存储交换标准制订》课题研究；完成“上海电子商务企业品牌评价体系”中的评价指标体系标准预研究。在工作计划中，重点提到协会将在 2010年组织编印电子商务发展报告、推动《法规》宣贯工作、配合“双推”对接工程、开展电子商务信用体系研究、推动上海电子商务诚信环境建设、加强对电子商务园区的支持服务、推动上海电子商务示范基地建设等工作，这些工作将为推进上海市电子商务发展提供有力的保障。

会员大会期间，还召开了协会理事会议。经理事大会提名、全体会员大会投票一致通过，增选出 4家协会理事成员单位，分别为：聚尚电子商务(上海)有限公司——fclub 聚尚网；上海园迈贸易有限公司——京东商城；上海益实多电子商务有限公司——1 号店；上海篱笆信息科技有限公司——篱笆网。

(由协会秘书处提供)

【专题报道】

互联网服务业增速高达 42% “新上海牌”网络时代集体崛起

一个地方的品牌常常被看作一个城市的荣耀。上了些年纪的上海人，对上海牌手表、凤凰牌自行车、蝴蝶牌缝纫机、飞跃牌电视机……等等“老上海牌”的淡出，有着难言的失落。不过，在今天的互联网时代，上海一批新品牌已强势崛起，堪为上海新的荣耀，也成为上海经济转型和产业升级的亮点。

日前，上海信息服务业年度统计数据公布：年经营收入首次跨越 2000 亿元大关，达到 2108 亿元，同比强势增长了 20.2%；在全市 GDP 的构成中，信息服务业占 5.2%，进一步稳固了支柱产业的地位。其中，发展最快的互联网服务业增速达 42%

网络品牌强势“植入”

即使你是“非资深网民”，稍稍一想，一批互联网时代的上海新品牌也已深深“植入”你的日常生活——朋友小聚，想找个餐馆，上“大众点评网”看看网民评论和推荐菜；出门前，打开“丁丁地图”，让电脑推荐一种最快捷、经济的交通方式；要团购，去“篱笆网”。娱乐的选择更多：“土豆网”、“激动网”上可以观赏从《蜗居》到《风声》的各类影视剧；借助“盛大”、“久游”等网游运营商，可以打发从几分钟到几小时的闲暇时光。

上海的网络时代新品牌不仅关乎吃喝玩乐，也渗透进了经济运行体系的一些关键环节。全国最大的金融信息服务商万得资讯的数据是国内 80% 基金和券商的操盘依据；易贸资讯是国内最大的大宗商品服务商，每天通过 8 万条短信和 5 万封 email 直接向客户推送信息。

与知名度同样快速提升的是企业的实力。根据市经济与信息化委员会提供的数据，目前，上海年经营收入超亿元的信息服务企业已有 158 家，其中近 70 家是近两年冒出的“新面孔”；超 10 亿元的有 13 家。

在过去 10 年中，本地成功完成 IPO 的信息服务企业达到 21 家，国内领先。去年底，创业板市场启动，为上海信息服务企业又开辟出一条借力资本市场的捷径。上海的网宿科技是首批创业板上市企业。而据了解，包括股民耳熟能详的“大智慧”在内，目前在创业板门外排队的本地企业超过 20 家。

崛起并非一夜之间

在网络经济领域，上海品牌的崛起并非一夜之间。

在发轫于上世纪末的中国互联网大潮中，上海企业似乎一直扮演着不温不火的角色。在世纪初的第一波互联网大潮中，以新浪、搜狐、网易为代表的三大门户网站占尽了“眼球”，也占尽先机。但上海并没有落后太多。避开被三大门户垄断的网络媒体领

域，上海企业业务实地在其他领域开拓。

易趣网一度占据了国内 C2C电子商务 90%以上的份额，并最终得到全球电子商务老大 eBay 的青睐，以高价全额收购。而国内第一家互联网旅行服务企业“携程网”，至今仍是这个领域的老大。

真正为上海网络经济打响品牌的是网游产业。从 2002 年起，盛大网络通过代理运营《传奇》，真正将网游打造成为中国极具潜力的新兴产业。此后，九城、巨人、久游网、完美世界等企业先后赢得成功。自那以来，上海网游产业一直占据全国半壁江山，是国内最重要的网游产业基地。

上海互联网经济的影响力，也许一直处于被低估的状况。

在上海信息服务业内，人们常被问到一个问题：上海何时才能拥有自己的“马云”？实际上，如果以个人影响力评判“IT英雄”，盛大的陈天桥丝毫不让。而从公司角度观察，上海也有多家企业在同“马家军”的竞争中不落下风。

马云的阿里巴巴固然是中国中小企业电子商务的第一平台，但在大宗商品交易服务领域，上海易贸则是第一品牌。值得一提的是，上海电子商务企业“春宇”已在化工领域做到中国最大，年交易额超 300 亿元。同阿里巴巴纯粹提供供求信息不同，“春宇”涉足从信息获取到交易达成的完整流程，拥有更大的利润空间。

而在“马家军”另一强势品牌“支付宝”之外，上海的电子支付企业也有着自己的优势。它们以第三方的独立身份，受到大型网上商店的垂青。其中，“快钱”的年交易额已经超过千亿，而“汇付天下”的日均交易额也在 1 亿以上。

创新创意闯出天地

纵观上海信息服务业，不难发现这些集体崛起的新品牌，无不因为一个“新”字。各地优秀人才和资源的汇聚，为上海网络经济的发展带来了源源动能；各种新业态、新模式、新应用的不断涌现，托起了一个经济新亮点。

在互联网经济领域，即使不提“携程”、“51job”，也能列举众多创下国内第一的“上海牌”。在地铁站厅里，“维络城”的智能标签优惠券打印点每天都吸引着大量年轻人，它代表着一种全新的电子营销模式；在电子出版领域，张江拥有全国第一个国家级数字出版基地；在视频分享领域，“土豆网”的起步甚至比目前全球最著名的 Youtube 还要早上几个月。

将“首创”变成扎实的拓展，离不开创业者的执着。PPLive 创始人姚欣几年前还在武汉攻读研究生，在宿舍里开发出互联网视频直播软件；此后，他在上海获得风险投资，目前 PPLive 已经是 P2P 视频直播领域的领头羊。同样写下“宿舍创业故事”的还有万得资讯的陆风。他也非上海人，但在上海念书。毕业前后，他和几个同学一起，率先通过电脑提供证券信息，10 年后，终于成为国内券商的首选信息服务商。

新模式、新业态的探索当然不会一帆风顺。为了从单一的网游产业转向全娱乐平台，盛大一度投入巨资开发硬件终端，最终放弃，但盛大并没有放弃转型之路，目前，它不仅保住了网游的领先地位，更占据着网络小说的绝大部分市场。此外，本地的“激动网”从一起步就一直特立独行地坚持正版路线，在度过最初的艰难后，随着去年视频网站正版化运动突然兴起，“激动网”的正版之路正越走越光明。

不断推陈出新，上海信息服务业在“经济寒冬”中也保持了足够的活力。去年以来，全球投资活动几乎“冬眠”，但上海信息服务业却迎来了融资、重组最活跃的一年——盛大入主华友世纪，并成功分拆盛大游戏上市；普华投资全球著名的 Turbolinux 公司，实现对其核心业务控股；本地手机游戏开发商索乐软件获得了首期 2000 万元的资本注入；而普元软件更是拿到了 1 亿元的风险投资。

政府角色需要“调适”

从不太起眼的“边缘产业”，到如今成为上海支柱产业，上海的信息服务业发展的确迅猛。这对政府的服务和监管提出了新的课题。

与传统制造业不同，互联网产业并不需要政府注入大量资金、土地等有形资本来助推，相反，在这个以中小企业、民营经济为主的行业里，创造一个公平竞争、市场准入的环境最为重要。同时，利用相对宽松的财税和监管政策，放水养鱼，才能充分激发企业自身的创造力和生命力。

去年底，上海已经在全国率先成立“软件和信息服务业联席会议”，超过 15 个委办局参与，试图联手解决一些跨部门的共性问题。据悉，针对民营金融信息服务企业的出版权问题，上海正在想办法协调，这实际上是对现行体制的一次深层触动。

同时，一系列新扶持政策正在拟议，即将出台。上海正考虑将软件企业优惠政策的辐射面延伸到互联网行业，其中包括税收优惠、所得税减免等有力度的措施。为鼓励形成优势企业，上海还将对兼并重组、企业上市、产业链上下游整合等给予巨额奖励。

除了新政策，网络经济的发展还依赖于宽带、3G 网络出口等信息基础设施的完善。根据规划，到 2012 年，上海将基本具备每家每户通光纤的能力，家庭带宽最高可达 100 兆，国际互联网出口带宽也将比 2009 年拓宽 20 倍，无线互联网接入将实现全市所有区域的全覆盖。

据市经信委介绍，上海已明确提出目标——保持信息服务业快于全市服务业增长、快于信息产业增长的势头，以充分发挥它经济增长“倍增器”、发展方式转变“转换器”、产业升级“助推器”、新兴产业“孵化器”的作用。预计到 2012 年，产业年经营收入将达到 3600 亿元。

（来源：中国上海）

【热点聚焦】

上海互联网平台接国计贴民生

新春车市供销两旺，各大厂商加紧备货。打开“盖世汽车网”中英文主页，右上角滚动着“最新紧急采购单”上的零部件信息，这一国内汽车业最大的外向型电子商务平台假期也不“休市”，为海内外 1.75 万家汽配供应商与 9000 多家采购商成功“配对”。

与“盖世”一样，沪上互联网平台“7×24 小时”运转，聚焦适合自身发展的细分领域——既服务于汽车、钢铁、金融、航运等支柱产业，又贴近网络视听、游戏等民众文娱需求，由此实现 2009 年度营收 268 亿元，取得同比 42% 的跨越式增长，增速高出全市信息服务业近 22 个百分点。

支柱产业事关国计，正积极转变发展方式，寻求新型快捷的交易渠道。沪上一批第三方网络平台因此应运而生，除了“盖世汽车网”，钢铁领域“东方钢铁网”、机电领域“爱姆意在线”等也都成为行业公认的“网上旺市”；在支柱性服务业领域，“新华 08”、“东方财富网”、“万得资讯”等已成为国内知名的金融贸易信息发布平台。

不受时间和地域限制，大宗货物、资讯类产品在线流动同时，庞大的资金流也在线上频繁往来。

来自在线支付平台“快钱”的数据显示，其 2009 年全年交易额已突破 1000 亿元大关，连续第四年实现翻番。据了解，“快钱”与包括四大商业银行、银联在内的 40 多家金融机构建立战略合作关系，在线开通了 200 多个银行结算接口，服务对象涵盖航空、保险、连锁商业等行业，同时面向企业和个人注册用户。

沪上互联网平台同样扎根于公众网络生活，春节期间的影视节目源远不止电视机和电影院。据市经济和信息化委员会统计，截至目前，上海网络服务企业已获 19 张国家颁发的互联网视听节目服务许可证。如定位于正版视频门户网站的“激动网”，与全国 50 多家主流电视台和数百家影视制片机构开展版权合作，积累了总长 20 万小时的影视内容库，供网友甚至手机上网者点播。

大过年，申城寻常百姓家率先体验了“三网融合”平台。随着安装工程铺开，与宽带上网共用线路的 IPTV 全市用户数刚突破 100 万户，较上年增加三分之一左右，电视开机率和用户增长率处于行业领先，在电视界面创新、互动功能、高清内容等方面都走在全国前列。带宽更大的下一代广电网示范网也正在沪布设，长宁、浦东、虹口、徐汇四区展开了试点。

无论“国计”“民生”，申城互联网平台潜力空间都很大，“快钱”CEO 关国光说“每年千亿的交易额对电子支付平台来说还只是冰山一角”。激动网主要负责人也认为“网络视频行业的整体规模仅相当于一家大中型传统企业，还需一起把蛋糕做大”。主管部门预计，2010 年，全市互联网服务业可实现营收 350 亿元，较上年再增 80 亿元左右，同比增长 32%，增幅快于信息服务业增长。（来源：解放日报）

中国电子商务呈现爆发式增长

互联网渠道优势的开发和应用让网络购物成为网民生活的一部分。点击鼠标就可以足不出户选购心仪的商品，购物变得更加轻松。电子商务带来的网络购物已名正言顺地成为零售渠道之一，淘宝、京东商城、PT37 红孩子等电子商务网站逐渐成为社会消费品零售总额中的新生力量。尤其是 PT37 智能型电子商务信息化交易门户网站公共孵化平台，首创了产业集群生态链垂直循环营销 B2B2C2C2B 现代电子商务交易新模式，使得企业随时随地、随心所欲地进行企业管理信息化、市场电子商务信息化、虚实同步交易。PT37 平台帮助中国企业卖家开展业务，为企业或个人快速构建个性化网上销售平台的高效、低成本解决方案，受到了企业和风投的关注。

五年内零售总额占比破 5%

权威的电子商务咨询公司艾瑞咨询结合 2009 年各季度数据监测对全年初步预测，2009 年网络购物交易规模 2483.5 亿元，同比增长 93.7%，超出上年的预期。在全球金融风暴影响下，网络经济成为所受负面影响最小、成长性最佳的热点行业之一。

商务部近日发布关于加快流通领域电子商务发展的意见，要求各地商务部门扶持电子商务发展，并提出到“十二五”期末，力争网络购物交易额占我国社会消费品零售总额的比重提高到 5% 以上。艾瑞咨询预计，未来五年内，网络购物交易额规模占社会消费品零售总额的比重将突破 5%，网络购物对于传统零售市场的贡献将会日趋加大。

传统零售业大腕集体触网

网络购物的巨大市场不仅吸引着新兴的电子商务企业加入，一些大型传统企业也相继加入到网络购物行列。去年以来，李宁、杰克·琼斯、迪斯尼等知名品牌已将官方旗舰店落户淘宝网，国内最大的粮油食品进出口公司中粮集团也已推出了网上商城，支持旗下各品牌食品在线销售。西单商场、苏宁电器等传统零售企业的网上商城去年以来加大了推广力度，天福号等老字号也着手拓展网上销售渠道。

艾瑞咨询高级分析师张艳平认为，今后几年，传统企业涉足电子商务将会成为一种趋势，一改前几年把网上商城当摆设的尴尬局面。零售业逐步由线下拓展至线上，线上与线下相互渗透。随着网上购物平台的发展壮大，网络购物用户规模的持续增长，网上销售额规模会持续快速地增长，网上零售将成为传统零售市场日趋重要的组成部分。网络是一个不可小视的销售平台，产品批发网络化是未来品牌销售的新增长点，但若网络起到品牌真正的渠道作用，还是需要服装品牌能够确实认识到网络渠道和传统渠道的差异性，并认真做好各方面的准备。据我所知，买卖方可以在 PT37 智能型电子商务信息化交易门户网站公共孵化平台随时随地、随心所欲进行网络商贸、交流等活动，充分挖掘实体商城、商铺的立体化价值，并且在全国 3700 个区域合作设立 3700 个体验式分销中心，全面分销企业的产品。PT37 平台还将有限的实体商业空间与网络无限的空间进行融合，形成科技化、网络化、信息化、数字化、远程化、电子商务化、立体化营销平台。买卖方随时随地、随心所欲进行网络商贸、交流等活动，充分挖掘实体商城、商铺的立体化价值。

网购需求有区域差别

电子商务领域不仅会有传统零售企业加入，随着互联网的普及以及电子商务的宣传推广，网络购物的覆盖面也将向三四线城市和农村市场渗透。网络购物虽然不受区域限制，但是在一二线城市和新兴的三四线城市，网络购物的出发点和 Service 要求是有差别的。

在北京、上海等一线城市，传统百货、超市等门店林立，国内各地名优产品、欧美日韩等国际品牌扎堆，消费者选择网络购物，更多地是出于线上产品的价格优势和送货上门的便捷性，网购的乐趣更在于“淘”。

但是，在品牌有限的三四线城市，网络购物可以满足当地消费者对品牌的需求，弥补当地中高端品牌缺乏的现状，因此三四线城市的网民可能出手更大方，更倾向品牌商品。同时，在物品的递送服务上，一二线城市的网民对送货上门的时间要求较高，24小时送达等高质量服务更受青睐，但是在三四线城市的网民，对快件送达时间的敏感度不高。

百货化破解低利润困局

电子商务在去年呈现出一个鲜明特色，那就是各企业的经营品种日渐百货化，曾经专门经营电子产品的京东商城增加了日化用品、箱包，号称全球最大的网上书店，也开始做购物中心，增加了奶粉、厨房用品、女装等品类。对此，张艳平分析，一些 B2C 电子商务网站向综合化发展，可以改变目前电子产品、图书打价格战带来的利润低问题。众所周知，服装、家居、婴幼儿用品等百货类商品的利润率高，购买频率也高。电子商务企业拓展品类，不仅可以为顾客提供一站式服务，关键还可以平衡主打商品的利润。

网购的渗透群体将更广泛

网络购物规模的扩大，不仅要有电子商务企业的参与，关键还要有逐渐扩大的消费群体。相关资料显示，2009年中国网络购物用户规模预计会突破 1 亿，同比增长 37.5%。网络购物用户规模在全体网民当中的比重将增至 28.2%。预计未来几年，这一比例仍将持续上升，2010年有望突破 30%。正是逐渐扩大的网购群体，支撑着网络购物的快速发展，成为重要的销售渠道之一。

专家预计，未来网络购物不仅将渗透更广的群体，而且将会改变用户的消费习惯和理念，网络购物会逐渐演变成一种自然而然的习惯，成为网民网络生活的重要组成部分。

（来源：天极网）

央行将出台电子货币业务管理办法

央行日前部署 2010 年支付结算工作任务。央行副行长苏宁表示，要尽快发布《支付清算组织管理办法》，出台电子货币业务管理办法，促进和规范支付服务市场的发展。

日前，苏宁在央行支付结算工作会议上表示，要加强基础制度建设，完善银行账户管理制度和银行账户管理系统，加强银行账户监督检查，进一步落实银行实名制；同时，要加强银行卡受理市场建设，加大预防和打击银行卡违法犯罪力度。

2010年，央行将进一步落实银行实名制。苏宁称，要尽快完成单位账户相关公民身

份信息真实性核实的收尾工作，积极稳妥地开展存量个人账户公民身份信息真实性核实的试点，完善银行账户管理制度和银行账户管理系统，切实解决联网核查业务开展中存在的问题，加强银行账户监督检查，进一步落实银行账户实名制。

此外，央行还将继续加大促进银行卡产业发展。苏宁表示，要认真研究银行卡 EMV 迁移，加强银行卡受理市场建设，加大预防和打击银行卡违法犯罪力度，密切跟踪国际银行卡技术创新进程，坚决支持具有自主知识产权的民族银行卡品牌的发展。

央行数据显示，2009年全国使用非现金支付工具办理支付业务约 214.3亿笔，金额 716万亿元，同比分别增长 16.9%和 13.1%。其中，银行卡业务 197亿笔，金额 166万亿元，同比分别增长 18.1%和 30.5%；银行卡消费额占同期社会商品零售总额的比重 32%，同比提高 7.8个百分点。

（来源：每日经济新闻）

25英国人认为网店应为网络安全承担责任

据 CyberSource调查得出结论，四分之一的英国人认为网店有责任保证网上商店的安全。

英国一支付管理公司的一项研究揭示，仅有 12%的网上用户认为自己对于网络安全负有责任，而 16%的人认为这些责任与银行有着脱不开的关系，12%的人认为责任应归咎于互联网服务供应商。

Cybersource 还表示，85%的网购者在网购时已经采取了相应的措施保证自己的安全，比如检查支付页面是否安全。更有甚者，69%的网购用户表示他们在使用“3D安全”计划，29%的人采用了银行发行的智能卡阅读器。

Cybersource的 Simon Stokes表示：“消费者表示，他们觉得网店应对网购安全负有主要责任。但是消费者也必须要付出自己的努力，他们应该鼓励他们这样做。”

Stokes提醒用户，永远不要将自己的个人信息放在社交网络上，以及不要向银行或政府机构提供这样的信息，因为他们本应该有这些信息备案。

调查还显示，在英国，仍有一半的人还没有过网购的经历，41%的人认为信息安全与他们在街道上遇到意外一样重要，36%的人对互联网访问的问题叫苦不迭。

在有网购经历的人中，尽管 76%的人表示他们从没有用移动电话进行过交易，但是仍有 83%的人表示网购可以节约时间和减少麻烦。

“当我们推动早期网购方案以及当移动支付变成主流时，我们对消费者观念的转变十分期待。”

Cybersource还表示，三分之二的网购者愿意提供他们的私人信息和支付信息，因为他们信任这些网店。

“网店不仅应该明确地告知消费者防御欺诈的方法，还应该告知他们为确保用户敏感支付信息的安全所付出的努力。”Stokes补充道。

“在公司期望增加互联网销售渠道以及“进军”尚未接受网购的消费者群体的时候，这是特别重要的。”

（来源：支点网）

【会员动态】

新会员介绍 ---- 一嗨租车

一嗨汽车租赁有限公司是目前中国最大的连锁租车服务提供商。公司总部设立于上海，分公司遍布全国一、二线及各大省会城市，拥有各种车型数千辆，服务范围遍布 70 多个城市，是一家覆盖全国、以高质量服务满足客户需求的现代交通服务企业。一嗨租车始终坚持以“分享、环保、节能、减排、和谐”为企业理念，通过为消费者开发“时尚、自由、创新”的产品，力求让租车这种绿色分享的出行方式为更多人所接受。

公司成立三年多，一嗨租车旗下开展三类业务：1) 带驾服务，以方便高效、安全可靠的专业服务理念赢得了广大客户的信任，目前已经成为众多世界 500强企业在中国指定的商务用车公司；2) 自驾服务，全国范围内提供个人及企业客户自驾服务，凭借时尚的车型、灵活的定价体系、便捷的租车方式，成为城市白领周末自驾出游，及平时商务出行的全新选择；3) 全自助式租车服务，中国首家推出的美国 Zipcar式全自助式服务，在全国一线城市，暂向高端自驾客户提供全新的自助式租车服务“一嗨快车”。

一嗨租车带着“水泥+鼠标”电子商务商业模式诞生，在业内首推国内第一个汽车租赁一站式预订系统，实现了全电子商务的预订模式，首推全免押金模式，用户只需刷信用卡预授权便可提车。2009年 5月，首推 VAP手机预订，随时随地订车成为可能。2009年 6月，首推线上投诉系统，用户的任何投诉都可以通过网站、MSN、QQ、电话等多种多样的方式提交，并即刻得到解决。2009年 8月，一嗨租车首次组织客户自驾游社区活动，使无车族团队自驾游成为可能。于 2009年 11月获评为“2010《汽车杂志》汽车租赁服务年度产品”。

一嗨租车创始人及骨干均来自信息技术业，自主研发了成熟的汽车调度管理 ERP系统，并配合精确的 GPS全球定位系统以及全电子化的后台账单处理系统，打造了一嗨租车强大的技术平台，实现了前台的订单系统与后台的调度系统的无缝连接，使得订单从预订到处理实现了全电子化操作，最大程度地缩短了客户从提出用车需求到最终享受车辆服务之间的等待时间，也简化了这期间的繁杂手续，使得客户能够便捷、方便地享受到可靠的汽车租赁服务。目前，正是这套系统使得一嗨租车 90%以上订单来自互联网。

一嗨租车开业半年后，就实现收入和盈利同步增长，得到资本市场的青睐，前两年先后有著名的启明创投、鼎晖创投等领衔两轮注资，为保持高速扩张提供保障。

2009年底，一嗨更是凭借业内领先的技术平台以及创新的商业模式，获得了《21世纪经济报道》“21世纪中国最佳商业模式奖”、美国著名投资杂志“Red Herring 2009年度亚洲最具潜质 100强”、“Red Herring 2009年度全球 100强”等诸多奖项。

一嗨租车始终坚持以最高的效率为客户提供最好的服务，竭诚地希望，在中国大地上的出行将翻开新的一页。

(由一嗨租车提供)

【交流园地】

市民信箱客服热线号码升级

近日，市民信箱（www.smmail.cn）客服热线号码由 968888 升级为 4001—968888。用户使用固定电话和手机从全国范围都可拨打，每周 7 天、每天 24 小时均有人工或留言服务。市民信箱免费为本地居民开设实名制电子邮箱，现有用户达 380 万户，外地居民也可持身份证申办开通。

（来源：解放日报）

足不出户选购世博特许商品 百联电子商城开通网络实体两大渠道

在世博倒计时 100 天来临之际，尽管进入寒冬季节，但人们购买世博特许商品的热情却不断高涨。据了解，百联电子商务有限公司通过百联的网上商城——百联 E 城（www.blmall.com）、96801 客服电话平台以及 OK 卡发行网点、快客便利等团购零售渠道，在网络和实体两个平台大力销售推广世博特许商品，为宣传世博、服务世博作贡献。

从去年 7 月 1 日开始，百联电商与上海邮政合作，为 1600 万 OK 会员销售世博会门票。短短几个月，预售世博门票 16 万张。如今，大家不用走出家门，也可以买到世博会特许商品。上海最早经过世博局授权的互联网世博特许商品销售网站“百联 E 城世博特许商品专区”（expo2010.blmall.com）已于去年 10 月亮相，方便市民尤其是 OK 会员在线购买。

百联 E 城世博特许商品专区的开通，使特许商品的销售渠道从有限的实体店扩大到 1.3 亿网民市场，并延伸到实体店难以覆盖的 500 个中小城市中去。百联 E 城还对网上一次性订购金额超过 300 元的实行免费送货上门。百联 E 城提供最齐全的世博特许商品信息，包括 20 大类近 2000 种商品。用户只要登录“百联 E 城世博特许商品专区”，就可 24 小时足不出户选购海宝、中国馆模型等近 2000 种绚丽多彩的世博特许商品。

为了加强世博特许商品的销售推广力度，百联电商采取网上网下互动、零售团购结合的方式，通过百联的零售渠道，扩大世博特许商品的销售网点。快客便利在上海和全国各地拥有近 2000 家门店，经营面积虽然不大，仍腾出地方与百联电商合作，销售推广世博特许商品，对一些有纪念意义的大件世博商品，由百联电商印制精美的世博特许商品目录手册，为客户提供订购预购服务项目。经上海世博会事务协调局授权，计划逐步在 500 家左右门店铺开。

（来源：中国上海）

eBay将进军俄罗斯等国电子商务 允许母语交易

近期，据国外媒体报道，著名电子商务公司 eBay 将于 3 月底之前在俄罗斯、希腊、捷克、挪威、丹麦和瑞典六国启动新的在线销售平台，以推动跨国交易的发展。此举可帮助这六个国家的买家用母语进行交易。

eBay 一直希望通过与用户更加友好、更加可靠来增加交易额，因此 eBay 更强调固定价格的商品销售，而非拍卖，以此来吸引更多的买家。启动新的在线销售平台之后，俄罗斯等六国的买家可以用自己的母语在 eBay 平台购买商品。同时，eBay 还将向这些国家的用户提供其在线支付系统 PayPal (贝宝) 服务，以推动跨国交易的发展。

eBay 表示，它根据市场交易需求选择了这六个国家来推动新的销售平台。eBay 在一份声明中表示：“eBay 一直希望采取多种措施，向在线客户提供 eBay 平台上销售的更加广泛的产品，即便这些国家没有 eBay 平台。”

据悉，俄语版本的 eBay 交易平台将于 3 月中旬或 3 月底推出。在此之前，这六个国家的买家无法用自己的母语关注 eBay 交易市场。目前，eBay 旗下拥有大约 20 个在线交易市场。

不过，新的平台推出之后，买家只能购买固定价格的商品，无法参与拍卖。

在俄罗斯，由于发展受限和市场高度分散，电子商务的市场竞争有限。启动俄语平台后，eBay 将与俄罗斯在线交易网站 Mblotok.ru 展开竞争。目前，Mblotok.ru 每天的客户数量约为 20 万人，提供超过 500 万款商品。

(来源：腾讯科技)

新蛋携快钱合力打造高效电子商务平台

近年来，我国电子商务呈现出强劲的发展势头。据艾瑞咨询的最新报告显示，2009 年中国在线购物市场总收入已达 2,483.5 亿元人民币，相比 2008 年猛增 93.7%，近乎翻了一番。今后几年在线购物市场仍将快速发展，在整个中国零售消费市场上的比例也会越来越大。预计到 2013 年，在线购物市场总值将突破 1 万亿元大关，消费者总量也将达到 2.4 亿人。

面对巨大的市场发展机遇，国内的大型电子商务网站纷纷与第三方支付机构合作，共同打造高效电子商务平台。其中，以快钱为代表的独立支付平台，凭借其开放式、无竞争，以及应用创新等方面的优势，赢得了各大在线购物网站的青睐。近日，全球领先的数码、IT 家电购物网站“新蛋网”与快钱联合宣布，双方将在原有合作的基础上继续深化合作，借助快钱全面的解决方案，为新蛋网提供更加多元化的支付服务，提升网

络购物消费体验。

据了解，本次双方合作的一大亮点就是快钱提供的信用卡在线支付功能。借助快钱的信用卡在线支付服务，用户只要登录新蛋页面进入快钱付款通道，通过信用卡就可以瞬间完成支付过程，而且无需开通网银。更重要的是，支付本身没有限额，换句话说，用户的信用额度有多少，就能支付多少。快钱的信用卡在线支付功能极大的简化了用户在新蛋网上购买产品的支付流程，提升了用户的网购体验，甚至让习惯货到付款的用户也乐于采用在线支付，从而加速了新蛋网的资金回笼速度。

作为新一代的消费类电子商务网站，新蛋网秉承新蛋集团“让购物成为享受”的宗旨，致力于为用户提供丰富的商品、便捷的购物方式和完善的售后服务，打造世界一流的网上购物体验。因此，新蛋网自成立之日起，就始终坚持采用多种便捷的支付方式和安全快速的配送体系，为广大新老用户提供最愉快的网上购物体验。本次与快钱的合作，就是其企业宗旨的进一步延续和落地。

近年来，快钱针对国内电子商务行业资金流、现金流紧张的状况，在业界率先开发出信用卡无卡支付、信用卡在线支付、“T+0物流回款”等支付解决方案，帮助企业降低了客户拒付率，提高了网站业务销量，彻底解决了企业的物流回款迟滞问题，加速了资金回笼速度，大幅提升了电商企业的竞争力。

目前，包括当当、京东商城、VANCL、麦考林、丝芙兰在内的多家著名的电子商务网站都采用了快钱提供的支付解决方案，促进了国内电子商务的发展。

新蛋网负责人认为，“多元化支付渠道，与全球化集约采购和丰富的电子商务管理服务经验是新蛋保持竞争力的三个最重要元素。此次新蛋网与快钱联手，将进一步丰富和完善新蛋网的电子支付渠道，在资金流的效率提升上进行创新突破，实现低成本、高效率的经营，从而打造出一个高效的电子商务平台，推动新蛋网更好的发展”。

分析人士表示，电子商务与创新金融服务的深度结合，将推动我国电商企业的信息流、物流、资金流的整合与统一，优化运营结构，进而推动整个电子商务产业实现真正的高效运营，对我国电子商务发展带来深远的影响。（来源：上海热线）

ShopEx连锁淘宝已出炉 开启全网电子商务时代

电子商务软件及服务提供商上海商派网络科技有限公司（以下简称：ShopEx）近期推出最新版本 ShopExV4.85，并通过新增的“四大应用”功能实现了与淘宝网的数据互通以及统一管理，就此宣告“全网连锁淘宝”的全面实施。

ShopEx此举再次引发国内电子商务行业的高度关注，电子商务业内人士甚至预言，ShopEx连锁淘宝的功能应用可以在更广泛互联网环境中使用，或将开启国内全网电子商

务的时代。

实现“全网连锁淘宝”的“四大应用”功能，具体如下：

功能一：在 ShopEx后台发布商品时，同步将商品发布到淘宝网。

功能二：在 ShopEx后台能够同时管理您淘宝店铺的订单。

功能三：让淘宝网 1.45亿会员能够在您的 ShopEx商店前台免注册即可登陆。

功能四：下载您淘宝店铺的宝贝交易记录和好评到 ShopEx独立商店对应商品中进行显示。

具备了以上四大功能，对于同时拥有“独立网店”和“淘宝店铺”的网商来说可谓是如虎添翼，在大大节省人力与时间成本的同时，还可以将消费者对自己的产品与服务质量的好评平移到自己的独立网店上，将自己苦心经营的成绩单延伸到淘宝网之外。

“淘宝店铺评价体系的引入，这个功能对于网商朋友们来说是十分重要的，这样一来网商就不需要辛辛苦苦的在独立平台上重新打造自己的用户口碑以及品牌形象了。ShopEx的这个考虑，确实很实用，也很实际。”

当然除了上述四大具体功能以外，ShopExV4.8.5还具备三大特性，如下：

开放性：它采用插件的形式，可自由选择安装一个或多个“应用功能”；

易用性：相关应用只需在后台“工具箱——网店扩展-应用程序”的功能菜单直接点击安装；

稳定性：新安装的应用功能对其他功能没有任何影响，甚至在不使用的时候，选择卸载即可，并且完全不会对现有系统的运转产生任何影响。

ShopEx媒介负责人张明明表示：“此次 ShopEx将标准版产品与淘宝网对接实现了‘全网连锁淘宝’，对于 ShopEx而言除了更加完善自身产品的实用功能，进一步方便了用户之外。还有着更深一层的意义，那就是锁着‘全网连锁淘宝’的上线，同时宣告了 ShopEx“全网电子商务”计划的启动。2010年，势不可挡的 ShopEx将会为大家呈现出另一番景象。”

美好的愿望与坚定的信念是企业发展道路上不可或缺的重要支撑，相信经历七年发展历程的 ShopEx 必定会在以后的发展道路上继续持之以恒，不断进取，为千千万万的网商提供优秀的电子商务产品与服务。

（来源：北方网）

责任编辑：王玉，刘俊