



Shanghai eCommerce Association

会员资料

注意保存

电子商务资讯

2010年 5月第 5期 总第 91期

上海市电子商务行业协会主办

目 录

【世 博 专 题】

抓住上海世博会机遇 推进城市信息化建设 ---- 上海市经济和信息化委员会副主任刘健	2
1号店董事长于刚 助力“低碳世博 绿色出行”	5
交大慧谷信息助阵 世博会上流光溢彩	6
网上世博护照正式推出 网上展馆也可“敲章”	7
世博会激活在线旅游市场	7

【重 要 信 息】

《2009年上海市电子商务报告》正式出版发行	8
虹口开办青年创业实训中心	8
商务部发布《关于完善生产资料流通体系的意见》	9

【热 点 聚 焦】

阿里巴巴与 EBAY首次直接合作 ---- PAYPAL正式成为“海外淘宝”支付方式之一	9
2010Q1中国网络购物市场单季度交易规模突破千亿元	10
中国互联网 09年 63个企业获得投资	12
法国 2010电子商务营业收入将达 320亿欧元	12

【会 员 动 态】

新会员单位介绍 ----上海新跃物流企业管理有限公司	13
新会员单位介绍 ----上海悦为网络科技有限公司	13

【交 流 园 地】

我的钢铁网携手中国联通推进 3G电子商务	14
京东商城自建物流体系 破解渠道边缘化难题	15
东方钢铁获得国家增值电信业务经营许可证	16

【世博专题】

抓住上海世博会机遇 推进城市信息化建设

---- 上海市经济和信息化委员会副主任刘健

“上海信息化将更加注重对于经济发展方式转变的促进作用，更加注重在提升公共服务能力和改善民生中的推动作用，更加注重在提升城市功能和软实力方面的带动作用，‘十二五’期间上海将初步形成建设‘智慧城市’的基本框架。”

上海这几年来在推进城市信息化方面取得了较大的成绩，世博会的举办让上海全方位展示了城市建设发展的新面貌。近日，就上海城市信息化建设方面相关问题，《中国电子报》记者采访了上海市经济和信息化委员会副主任刘健。

把握信息化契机打造数字化世博园

上海经过 33 年的深化改革和扩大开放，经济总量连续多年保持年均 10% 左右的增长，城市面貌焕然一新，综合实力显著增强。在城市规模的不断扩展中，上海始终将推进城市信息化作为突破发展瓶颈、创新发展思路的重要内容。

目前，上海已建成了国内领先的信息基础设施，城域网出口带宽在国内率先达到 TB 级，3G 网络也将全面覆盖全市主要区域。信息化已全方位融入城市建设、管理、经济和社会发展的各个领域，形成了广泛覆盖的信息化应用格局。上海在电子口岸、智能交通、城市网格化管理等领域都积累了一定的经验：电子政务重心从初期的单部门系统建设全面转向跨部门的信息共享和业务协同，建成了以社保卡、交通卡、付费通等为代表的一系列公共服务信息系统，培育了钢铁、机电等一批国内领先的行业性电子商务平台，集聚了中国平安、中国银联、中国银行等一批国家级金融机构的信息数据中心。此外，上海还摸索出了行之有效的信息化管理机制，如在城镇化过程中同步规划建设信息通信网络、在信息基础设施建设中打造集约化模式、在信息化应用中强化信息安全管理等。

刘健表示，上海城市信息化为经济社会发展注入了新的动力，而这一新动力正在成为上海城市发展的活力源泉，并在此次以城市生活为主题的世博会上迸发出新的亮点。作为上海世博会的首创，网上世博会不仅实现了“永不落幕的世博会”构想，更是成就了“不出家门、游遍世博”的梦想。而作为支撑网上世博的重要保障，先进的网络分流技术和 3D 展示技术不可或缺。信息屏幕是上海世博会的又一大亮点，从展馆内三维、四维的巨型屏幕，到接入有线电视信号的 4500 个电视屏，再到园区内万余台导航终端的小屏幕，上海世博会成为各类屏幕最多的一届世博会，LED 等新兴显示技术得到了广泛的应用。作为我国自主研发的 3G 标准演进技术，TD-LTE 也在此次世博会上得到了首次应用，覆盖整个园区的 TD-LTE 为参观者提供了全新的无线宽带接入体验。此外，基于 RFID 的门票系统、基于传感网络的电子围栏、基于无线定位的物流体系、基于超级电容的绿色汽车等都为打造一个数字化的世博园提供了实践，而这些信息技术在不久的将来也将成为整个城市向智能化发展的重要推动力量。

抓住信息化命脉着力打造多元化城市基础网络

信息基础设施是城市信息化建设的命脉，可以说先进的信息基础设施是建设智慧化城市的神经网络，上海在推进下一代网络发展、促进三网融合、优化信息基础环境方面有着自己的考虑。刘健介绍说，当前，上海正在着力打造 IP化、宽带化、无线化、泛在化的城市基础网络，提升集聚辐射、普遍接入、业务融合和按需计算能力，完善城市综合服务功能，信息基础设施已为世博会信息通信服务和上海经济社会发展提供了有力的支撑和保障。

在推进下一代网络演进方面，上海将着力实施城市宽带发展战略，加快固定宽带网的光纤化改造和移动宽带网建设，优化网络结构，提高城域和国际出口带宽，增强宽带业务融合能力，打造综合承载、泛在宽带的网络环境。同时也在推动下一代网络的技术演进和扩大应用试点，为创新技术在特大型城域网中的平滑演进积累经验、探索模式。此外，将结合物联网应用发展的趋势，加快建设规模化云计算服务平台，提高信息基础设施资源利用效率，积极推进 LTE 4G NFC 传感网络等新技术的研究、开发和规模试验，完善适应物联网应用的信息基础设施环境。

与此同时，上海积极响应国家“三网融合”战略，在基础网络建设、融合业务发展等方面取得了一定的进展。目前，上海电信运营商的宽带网络和移动通信网络基础较好，光纤到户覆盖用户已超过 130万户；3G网络也已覆盖中心城区、郊区新城镇和全市重要交通干线；有线电视网络双向改造基本完成，正在开展有线电视数字化整体转换工作，大力推进下一代广播电视示范网建设。到 2009年年底，上海 IPTV用户已超过 100万户，“有线通”宽带用户达 30余万户。下一阶段，上海将积极跟踪国家“三网融合”试点方案的制定进程，抓紧研究制定上海“三网融合”的推进方案。同时建立协调机制，完善监管体系，确保试点工作的有序开展。

搭建合作交流平台展示城市信息化“名片”

上海正在打造国际金融中心和国际航运中心，在此过程中发挥信息化的集聚和辐射效应尤为重要，而开展国内外信息化合作交流对于上海体现经济中心的枢纽地位具有举足轻重的作用。

上海在“四个中心”和现代化国际大都市的建设过程中，始终将推进信息化合作交流作为凝聚各方合力、用好国际国内两个市场和两种资源的重要举措，并立足自身功能定位，着力服务长三角地区、服务全国。上海已初步搭建起以展会、论坛为主要形式的面向国内外的信息化合作交流平台，上海信息化也逐渐成为展示城市形象的重要名片。目前，上海在“长三角联席会议”这一区域协同发展的总体框架下专门设立了信息组，并定期开展信息化合作座谈会，形成了有效的信息化联动发展机制。对于对口支援的云南、西藏等地区，上海把提升当地信息化水平作为对口支援的重要内容，通过赠送软硬件设施、开展信息化培训等方式加快当地信息化建设，促进了边疆地区经济社会的发展。上海还建立起基于行业协会的企业间合作机制，引导 IT企业之间以及 IT企业与传统产

业企业之间的供需对接和广泛合作。此外，在信息化国际交流方面，上海也已积累了相当的资源。刘健介绍说，今年上海将抓住举办世博会的契机，开展一系列有影响力的信息化国际交流活动。

今年 3 月的上海国际信息化博览会引入了国际半导体设备与材料协会 (SEMI)、慕尼黑国际博览集团 (MMI)、中国印制电路行业协会 (CPCA) 等业界著名的专业展览商，展出内容也广泛涵盖了 IT 产业和应用领域。今年 5 月在宁波召开上海世博会的首场主题论坛——“信息化与城市发展”论坛，国际业界精英以及先进国家、地区政府的信息化主管围绕信息化相关的 7 个话题进行深入探讨。今年 9 月，上海还将举办全球城市信息化论坛，以“信息化促进城市科学发展”为主题，开展更富有成效的研讨和交流。此外，国际电联等国际组织也都将选择上海举办各类信息化相关合作交流活动。

谋划新一轮规划全力建设“智慧城市”

今年是“十一五”的收关年，从国家到地方都在积极谋划新一轮的五年规划，上海如何考虑“十二五”期间的信息化建设？对于这个问题，刘健回答说，在谋划新一轮信息化发展规划的过程中，上海高度重视与国家实施“两化融合”战略、发展战略性新兴产业、推进重点产业调整和振兴等工作的配套落实，以及与上海市推进高新技术产业化、企业的技术改造、能源综合利用和节能减排等工作的衔接，目前已形成初步的研究成果。在发展思路，上海信息化将更加注重对于经济发展方式转变的促进作用，更加注重在提升公共服务能力和改善民生中的推动作用，更加注重在提升城市功能和软实力方面的带动作用，“十二五”期间上海将初步形成建设“智慧城市”的基本框架。

为此，上海明确了 4 个主要的关注点：一是关注信息基础设施能级提升。为适应高速、泛在、智能、融合的趋势，上海将着力打造“城市光网”以提升信息网络带宽和接入能力，发展 3G、WiFi 等多种技术的无线宽带网，扩大其在全市域的覆盖，推动智能技术、云计算和物联网等新技术的研发应用，加快“三网融合”进程。二是关注信息技术的广泛应用。加快信息技术在金融、航运、商贸等服务业领域的深化应用，发挥信息化在改造传统产业和激发新兴产业中的作用；围绕城市规划管理、交通综合信息服务、城市应急联动，建设信息化综合管理平台；引导和发挥社会组织开展信息化积极性，继续缩小城乡之间和不同人群之间的“数字差距”；促进政务信息共享和业务系统的建设，提升政府信息化服务水平。三是关注信息技术创新和产业化。一方面借助信息技术创新，带动应用模式创新，促进业务形态创新，进而实现产业形态和结构的更新，催生新的信息服务业；另一方面由信息技术创新激发组织机制和管理模式创新，促进企业创新发展，实现企业的做大做强。四是关注信息化的发展环境。继续深化信息安全保障、信息化政策法规体系、信息化人才培养、信息化合作交流等方面的工作，为信息化的新一轮发展提供支撑。采访中刘健反复强调，“十二五”上海信息化规划依然在研究深化过程中，上海将继续借鉴国内外的成功做法和经验，提高规划的科学性和可操作性。

(来源：中国电子报)

1号店董事长于刚 助力“低碳世博 绿色出行”

记者：于博士，前不久 1号店成为“绿色出行世博含碳交通卡电子商务核心合作伙伴”！作为目前被誉为“中国成长最快的电子商务公司”的董事长，您能谈谈您对低碳经济的理解以及对本次活动支持的原因吗？

于刚博士：低碳是一种生活态度，也是我们作为个人和企业的一种社会责任。我们目前的主营业务是网络超市，作为一家服务百姓生活的企业，我们更加有责任倡导和支持公众绿色低碳的生活态度和生活方式，也履行作为企业环保低碳的社会责任。

实际上，电子商务就是一种低碳经济的代表形式，1号店的创建、发展和目前取得的成绩，源于我们对市场的把握和团队的执行力，更重要的是我们实践了一种环保、绿色、低碳的商业模式——网上超市。

记者：于博士，您能介绍下，1号店作为一家大型网上超市是如何实现环保、绿色、低碳的理念的吗？

于刚博士：之所以说网上超市符合绿色低碳的理念，有三个特征：

一是大型超市网络化，完全省去了实体超市所消耗资源。

我们今年计划在现有 4万种产品的基础上再增加 10万种商品，远超过一个大型超市 25000种商品。如果我们投建一个大型超市实体店，那应该一个非常巨大的规模。需要大量的人力资源、电力资源等等。但是通过网络化来陈列商品，消费者可以通过网络，看到商品展示、说明、介绍、还能看到其他消费者的使用评价。这种网络化的购物方式，与其说是一种时尚，不如说它实际代表着现代人一种便捷、低碳环保的生活趋势。

二是市民购物电子化，积极促成消费者低碳生活的实践。

我们根据消费者自助形成的电子订单，做区域性配送。目前在江浙沪、北京、广州、深圳地区，我们能做到当天下单，次日送到。

这种区域性、集中性的配货方式，一来让消费者真正享受到科技带来的便捷和高效；二来大大减少了由单个消费者多次购物所产生的碳排放；同时，更是让一站式购物的梦想，在不出门的情况下就实现了。

三是物流配送低碳化，真正落实产品的低碳环保和企业履行公益的实质。

在物流电子系统技术上，我们非常自豪。我们用在美国获得的供应链管理 and 实时应急管理方面的专利开发了供应链管理模型、技术和系统。在中国申请了多项专利技术，获得了 124个软件著作权。目前，我们通过不断完善这套系统，提高效率，降低成本，优化资源配置。

在配送过程中，我们现在也尽量减少配送环节，配送公里数，来实现低碳环保。在世博期间，我们配备了专业的物流团队和交通工具，实践低碳物流，低碳配送，用实际行动支持绿色出行事业！

1号店目前的发展是购物方式和趋势发展的必然。在这种趋势里，作为企业要积极引导和提倡消费者环保、绿色、低碳的生活态度和方式，同时企业更应该由表及里的去实践自身环保、绿色、低碳的企业责任。

我们是在这样的商业模式、理念、和对社会的责任的前提下，积极参与这次活动，也非常荣幸获得这样的荣誉。在接下来的实践中，我们不仅从捐助每张低碳交通卡助力发行入手，也将从企业管理的各个方面以实际行动为世博出力，为绿色出行出力！

记者：那么 1号店是如何与含碳卡发行进行合作的呢？

于刚博士：作为中国电子商务网络超市的先行者，能为低碳生活、绿色出行做一点事情我们感到很荣幸。本次全球首例含碳卡的发行和大家积极的认购也体现出保护环境越来越多的被我们政府和民众所重视。大家都期望积极的参与其中。我们除了将在发行过程中为每一张含碳卡提供一定金额的捐助外，还将通过后续为所有参与绿色出行计划的民众提供更多资金投入，激励更多的人体验绿色出行，享受低碳、优质的生活方式。

（来源：中国经济网综合）

交大慧谷信息助阵 世博会上流光溢彩

上海交大慧谷信息产业股份有限公司是上海交大校产集团下的香港上市公司，在上海举办的世博会的建设过程中，公司充分利用在 IT领域的技术优势，以喜迎世博、参与世博为契机，大力提升高新技术产业化水平，促进企业精神升华，与其他社会阶层共同唱响了参与世博、服务世博、奉献世博的时代乐章。

近期，随着波兰国家馆的试运行的正式开启，上海交大慧谷股份有限公司麾下多媒体图形图像事业部参与的几大世博馆音视频工程宣告全部圆满完成。自此，在包括波兰国家馆、能源馆、未来馆、红十字会馆等在内的多个世博场馆内，以交大慧谷自主知识产权的 Media Master大屏幕多媒体图像处理器为核心的多套多媒体展示系统凭借着创新的高科技展示手段，为各场馆争奇斗艳，演绎各自的“城市，使生活更美好”主题提供了创意平台，亦成为世博会光影盛宴中无以伦比的一道风景线。另外，公司相关业务部门还参与了上海世博会世博园多媒体集中控制系统和上海世博会比利时国家馆的安防及网络系统等的建设。

（来源：交大慧谷）

网上世博护照正式推出 网上展馆也可“敲章”

上海世博局近日宣布，网上世博会正式推出“网上世博护照”，网民可以方便地获取上海世博会各网上展馆的印章，并将其保存于自己的“网上世博护照”中。

网民登录网上世博会（www.expo.cn）即可免费获取属于自己的“网上世博护照”。此后，只要在线进入网上展馆，点击“获取印章”按钮，就可得到相应展馆的印章，印章将自动保存于“网上世博护照”中。

据悉，存于“网上世博护照”中的展馆印章与实体展馆的印章图案基本一致，生动体现了各展馆特色，具有收藏价值。

上海世博局表示，“网上世博护照”的问世使更多观众能够亲身体验世博会的精彩魅力并参与其中。等到所有网上展馆的印章都制作完成，观众集满所有场馆印章的梦想就将成为可能。

（来源：腾讯世博）

世博会激活在线旅游市场

随着上海世博会的正式开幕，世博效应开始彰显，以世博为主题的各种旅游线路持续升温，同时也促使在线旅游网站呈现强劲发展态势，使这种新的消费习惯渐成气候。

日前，来自国内旅游超市 51766旅游网的数据显示，在世博会开幕前后十天左右的时间内，该网站“400电话”的预订量是 2009年同期的 4.28倍，其中上海地区电话量占到了 22.75%，超过了整个广东省的 21.57%，位居各地区之首。同时，游客订单的数量与上月同期相比也增长了 20.26%。其中，以酒店预订、旅游线路、门票等服务。

据相关人士介绍，随着世博会的召开，无论是游客的预订量，还是网商发布旅游产品的数量都出现了不同程度的上扬。上海世博所带来的经济效益将是北京奥运会的 3.49倍。

（来源：中国经济时报）

【重要信息】

《2009年上海市电子商务报告》正式出版发行

近日，在上海市经信委领导下，协会各会员单位和行业企业的大力支持下，由上海市电子商务行业协会负责组织编写的《2009年上海市电子商务报告》已正式出版发行。

《报告》内容共含 4篇 24章：第一部分发展综述篇，介绍了近两年上海电子商务的发展成果、发展环境、发展特色及发展趋势；第二部分应用布局篇，通过模式和案例分析，从价值链和价值网的角度，剖析了上海制造业、商贸业、物流业、服务业和金融业等五大行业领域的电子商务应用布局和创新状况；第三部分环境建设篇，记述了政策法律、网络基础设施、支付、物流、信用服务、安全保障、人才等支撑上海电子商务持续快速发展的体系环境发展状况，同时介绍了在电子商务园区、政府项目支撑等方面的建设发展情况以及协会为推动上海电子商务发展所做的工作；第四部分战略研究篇，综合分析了国内外电子商务的发展现状与趋势，就电子商务对上海四个中心建设与两化融合的促进作用作了剖析，并对上海电子商务的发展趋势、政策研究方向提出了分析意见与建议；附录部分包括了政策法规、大事记等方面的资料。

本书在《2007年上海市电子商务报告》的基础上进一步突出了上海本地特色，结合一定的理论探讨和案例分析，解析电子商务在上海建设国际化大都市进程中表现出的发展特色与趋势走向。编者力图通过图文并茂、通俗易懂、实用简洁的方式，结合案例和图表，冀望对希望了解上海电子商务、参与上海电子商务发展建设和开展相关研究的读者提供有益参考。

（由协会秘书处提供）

虹口开办青年创业实训中心

虹口青年创业实训中心近日开业，这是虹口区人力资源和社会保障局继虹口开业园区、北外滩开业园区后推出服务青年创业的又一园区。该中心毗邻大柏树知识创新与服务贸易圈，将通过政府推动，社会联动，吸引青年积极创业。

虹口青年创业实训中心主要扶持知识服务业，重点扶持网络科技、动漫游戏、IT数字媒体、电子商务、软件外包服务、软件网络科技产业，重点服务人群为 35岁以下青年知识群体。创业实训中心将通过创业实体培训、创业教育培训、创业成果孵化的三大功能，真正实现“一个园区培育一批创业带头人，带动一群就业人员”的创业效能。

该中心将引进具有实体培训青年创业功能的企业，通过母体企业经营管理模式、营销宣传、操作技术提升等培训及业务支持，扶持青年成功创业。通过开设创业培训班，开展创业辅导讲座、座谈会，为有创业意向青年提供创业能力测试、创业理念知识培训服务，并由开业指导专家实施全天候、全程、全面专家指导。

（由虹口创业园提供）

商务部发布《关于完善生产资料流通体系的意见》

日前，商务部发布了《关于完善生产资料流通体系的意见》，该意见对完善我国生产资料流通体系提出了主要的指导思想和目标、主要的任务和组织等。

意见指出，根据商品特点、区位优势和企业实际情况，因地制宜地规范发展连锁经营、电子商务、物流配送等现代流通方式。支持具备条件的生产资料流通企业以品牌和成熟的经营管理体系为依托，以现有门店和经营网点为基础，吸收中小企业加盟，大力发展连锁经营。

鼓励大型骨干生产资料生产 / 流通企业、大宗商品交易市场规范发展电子商务。支持建设专业化的生产资料第三方电子商务平台，整合供应链上不同环节、不同领域、不同企业间的生产资料生产、需求和物流等服务信息资源，完善服务功能。

鼓励生产资料生产 / 流通企业采取多种形式构建集仓储、加工、配送、多式联运等功能于一体的专业化、综合性生产资料物流配送中心。

(来源：中国电子商务研究中心)

【热点聚焦】

阿里巴巴与 eBay 首次直接合作

---- PayPal 正式成为“海外淘宝”支付方式之一

从竞争到合作仅是一瞬间的事。近日，阿里巴巴与海外最大第三方支付平台 PayPal 联合宣布，双方达成战略合作伙伴协议，PayPal 成为阿里巴巴“全球速卖通”平台的支付方式之一。这表明，两家公司摒弃长期的敌对状态，联手实现各自的全球扩张目标。

海外淘宝接入 PayPal 支付

阿里巴巴此次宣布与 PayPal 合作，与之前宣布斥资 1 亿美元打造一个全球平台关系紧密。如果没有这个平台，可能两大公司不会那么快走向合作。

“全球速卖”是从阿里巴巴国际网站诞生并独立出来的小额外贸批发网站，它直接面对国外零售商，满足从中国采购小批量、个性化订单的需求，被业界称作“海外淘宝”。

对于此次合作，阿里巴巴目标很明确。在国内，其旗下支付宝发展得热火朝天。但在国外，PayPal 的活跃度全球领先。据了解，PayPal 目前拥有遍布全球 190 个市场的 8400 多万个活跃账户，注册商户达到了 800 万。阿里巴巴公司 CEO 卫哲称，阿里巴巴希望通过合作尽可能提供快速、安全和简便的付款方式，确保满足用户需求。

竞争对手直接合作是首次

阿里巴巴有关人士解释，随着 PayPal 结盟阿里巴巴，全球速卖通商户又多了一种付款选择，速卖通卖家可以收到全球数百万使用 PayPal 的顾客以当地货币及当地付款

方式支付的货款。

虽然此次消息发布并不涉及支付宝，但 PayPal 接入阿里巴巴之下的新平台，绝对是阿里巴巴和网络平台老对手 eBay 的首次直接合作。此前，双方曾在中国在线拍卖领域展开激烈竞争，之后 eBay 将有关业务注入香港 TOM 集团经营的一家合资企业中，大致退出了该市场。如今，双方分别拥有第三方支付业务，即支付宝和 PayPal，从而由对手变为盟友。

虽然 PayPal 在国内用户数远低于支付宝，但从未示弱。在国外经过多年经营发展起来的 PayPal，尤其是美国市场，已经成为国外网络贸易主流的第三方支付平台。

全球扩张是双方共同目标

新的合作关系是 PayPal 更广泛的国际努力的一部分，包括在全球网络用户数量最多的中国。PayPal 对 eBay 收入的贡献也越来越大，该公司上个月宣布，将与中国最大的电子支付服务提供商中国银联股份有限公司合作，使中国消费者可以从海外贸易商那里购买商品。

在国内，外界对所谓央行“超级网银”出台会让支付宝退出市场的说法甚嚣尘上。央行网银互联应用系统着手在建立，届时该网银系统将接入包括国内银行在内的网银系统。最新的媒体报道是，占据电子支付市场 80% 以上份额的支付宝、财付通、易宝支付等第三方支付企业未列入首次上线运行的接入名单之内。

支付宝 CEO 彭蕾曾回应表示，支付宝并不认为央行二代网银系统的推出是对市场的损害。是否有影响还没有明确答案，但在目前情况下，无论是支付宝还是 PayPal 都有全球扩张的需求，即以最简便的方式扩容自己的用户数。

（来源：上海商报）

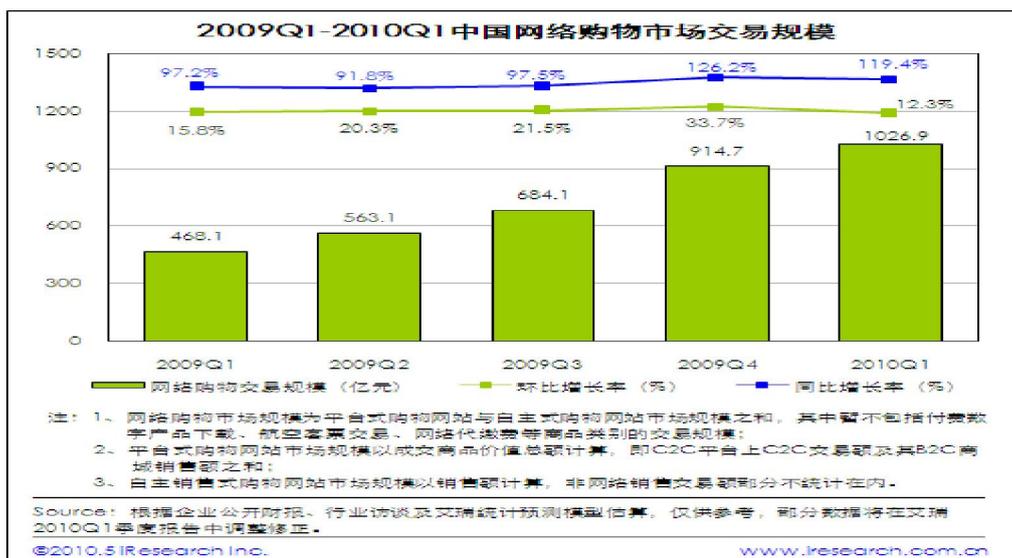
2010Q1 中国网络购物市场单季度交易规模突破千亿元

根据艾瑞咨询即将发布的 2010 年第一季度中国网络购物市场数据显示，2010 年第一季度中国网络购物市场交易规模突破千亿元，达到 1026.9 亿元，同比增长 119.4%。从市场结构来看，C2C 市场上（含 C2C 推出的 B2C 商城），淘宝、拍拍等运营商的市场份额相对稳定；自主销售式 B2C 市场上，市场参与主体增多，市场集中度有所降低。艾瑞预计，2010 年第二季度中国网络购物市场交易规模将有大幅增长；纯 B2C 网络购物企业的规模化、品牌化趋势加强。

一季度网络购物交易规模达到 1026.9 亿元

艾瑞咨询跟踪观察，随着中国互联网网民对网络购物接受程度及依赖程度的加深，2010 年第一季度中国网络购物市场延续高速增长的态势，同比增长 119.4%，单季度市

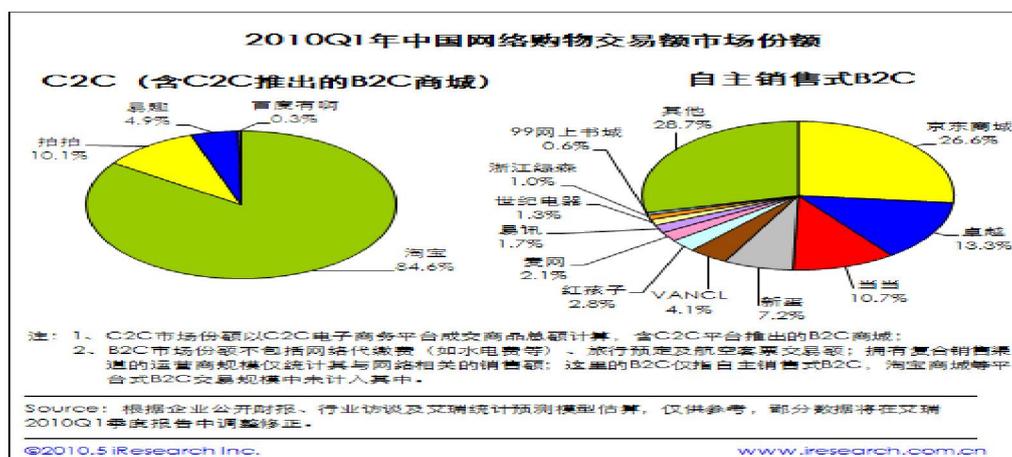
场交易规模突破千亿元大关，达到 1026.9亿元。考虑到五一、母亲节等节假日的存在，艾瑞咨询预计，2010年第二季度中国网络购物市场交易仍将有大幅增长。



B2C运营主体增多，市场集中度略降

艾瑞咨询的统计数据 displays，2010年第一季度，约九成的网络购物交易集中于平台式购物网站，但自主销售式 B2C购物网站的交易规模占整个网络购物市场的比重仍呈现提升态势。中国 C2C市场格局基本稳定，淘宝网一家独大，占据 80%以上的市场份额；拍拍网次之，易趣位列市场第三。与此同时，C2C网站推出的淘宝商城、拍拍商城等 B2C交易规模比重未来将有较大增长。

网络购物市场的广阔前景，吸引越多越多传统企业搭建网上渠道，网络购物 B2C市场的参与主体增加，不仅包括京东商城、当当网、卓越亚马逊、新蛋网等纯网络购物企业，同时增加了苏宁、国美、好利来、沃尔玛等传统品牌企业，整个市场的集中度略有下降。艾瑞咨询预计，随着网络购物覆盖更广人群，传统企业的品牌、规模优势将凸显。与此相比，纯电子商务企业亟需扩充产品品类，提升交易规模，增强品牌的知名度和影响力。



(来源：艾瑞咨询)

中国互联网 09年 63个企业获得投资

清科研究中心近日发布数据显示,中国互联网行业 2009年共有 63个企业获得投资,已披露投资金额 3.32 亿美元。总投资案例数量和披露投资金额同比分别下降 30.8%和 63.9%。

清科发布的《2009年中国互联网行业投资统计报告》显示,全年披露的 63起投资案例分布在电子商务、网络游戏、互联网服务、互动社区、资讯门户网站和网络广告等 11 个子行业。其中电子商务和网络游戏行业最受资本青睐,分别在投资案例数量和投资金额这两个指标中拔得头筹。

其中,电子商务投资案例 16起,占行业投资案例总数 25.4%,投资金额 9769万美元,占行业投资总额 29.4%,平均单笔投资金额 698万美元;网络游戏行业投资案例个数为 11起,稍逊于电子商务行业;社区行业以 5325万美元的投资金额的成为行业焦点,紧随其后互联网服务和互联网软件也有不俗表现。

2009年,94.5%的中国互联网行业投资案例分布于 2000万美元以下,其中投资金额小于 500万美元的投资案例 33个,占比高达 60%,投资金额总计 8310万美元。互联网行业投资仍是以初创期和扩张期阶段为主,从投资案例数来看,初创期领先于其他投资阶段,占总数的 39.7%;从投资金额来看,扩张期较多,占比达到 41.7%。

报告显示,2009年,互联网行业全国共计 4家企业实现 IPO,总计融资金额 15.61 亿美元,平均每家企业融资金额 3.90亿美元。其中,1家企业在境内资本市场 IPO,融资金额为 1.81 亿美元;另有 3家中国企业在境外资本市场成功实现 IPO,融资金额为 13.80亿美元。

当年,行业内共发生并购案例 14起,已披露金额案例数量为 10起,涉及并购金额为 1.94亿美元,并购数量及金额分别同比下降 50%和 33%。其中,中国企业境内并购案例 12起,占总数的 85.7%,涉及的金额总数 1.60亿美元,超过总数的 80%,平均并购金额为 1905万美元。跨国并购案例 2起,平均并购金额为 1530万美元。

(来源:第一财经)

法国 2010电子商务营业收入将达 320亿欧元

据法国《论坛报》近日报道,法国电子商务和远程销售业联合会(Fevad)统计,今年一季度法国电子商务同比增长了 17%,其中包括制成品的消费增长 2.5%,成衣销售增长 9%,而成衣在法国市场上的销售却下降了 2.7%。

报道说,目前法国的电子商务业发展迅猛,在 2009 年年均增速达 25%之后,目前已增至 30%,预计今年电子商务的营业收入将达 320 亿欧元。大量的新客户还在不断跟进,一年内可新增网购用户 320 万,远超过去年新增的 200 万人数。调查显示,法国目前有超过 2500 万的网购用户,任何商人都不能忽视这一现实。

报道说,面对商业中心经营活动的减少,部分经销商将网站作为商务替换点,法国的商品网站在不断增加,年增幅达 32%,目前有 66,800 个,是 2007 年的两倍,但远离英国商品网站的 150,000 个。据调查,占 51%的法国人与网站签署网购合同不需要中介。但对于眼镜商和医药界人士,他们认为政府要就有关医药产品的网购进行立法。法国卫生部长已决定从 2011 年起在网上销售非处方药品。

(来源:中国电子商务研究中心)

【会员动态】

新会员单位介绍 ----上海新跃物流企业管理有限公司

上海新跃物流企业管理有限公司 (<http://www.56hui.com/>) 成立于 2007年, 注册资金人民币 1000 万元, 是一家为物流企业, 特别是陆运物流企业提供专业化综合服务的企业。旗下拥有玉山财富、玉山广告、八方信息技术、物流汇运营中心、物流汇精英学院等分支机构及子公司, 汇集了一批优秀的行业精英, 旨在提供中国物流企业高效运营环境并与世界先进物流体系完美接轨。物流汇是上海新跃物流企业管理有限公司打造的“物流企业公共服务平台”的综合品牌。

公司专注于特定物流环境的行业领域, 新跃与客户一直保持着无与伦比的密切关系。并能为客户度身定做出与行业生态链完美结合的物流企业公共服务平台。截止 2008 年, 全国有 1200 多家物流企业成为我们的忠实客户, 并且客户数正以惊人的几何级数不断增长, 每天享受着物流汇平台提供的优质服务。通过服务这些企业完成了每年十多亿的营业额, 为国家上缴几千万的税收。他们通过物流汇的企业包装和企业现代信息化改造, 已经承接起了世界 500强企业及中国大型企业的物流运输任务, 并得到了一致好评。

新跃的动力源于对物流行业的热情, 新跃的服务源于对物流行业的深入了解。我们联手中国电信、中国工商银行、中兴电子、谷歌等国内外知名企业整合资源, 共同为物流企业提供包括物流企业开业咨询及代理、形象设计、媒体广告、企业财务管理咨询、信息管理系统开发定制、员工培训、企业管理咨询、电子商务咨询等最可靠高效的一站式国际标准服务。

我们的追求是让所有中国物流企业走向世界, 为此新跃一直努力帮助我们的客户在其物流运营中实现卓越。我们认真对待我们在帮助客户成为世界级物流提供商中所扮演的角色。这意味着, 我们不仅必须提供实现价值的系统和服务, 还须提供帮助客户实现未来成功的愿景。

(由上海新跃物流企业管理有限公司提供)

新会员单位介绍 ----上海悦为网络科技有限公司

悦为网络科技 (www.outlets100.com) 集成国际著名电子商务咨询公司的专业咨询能力和对中国电子商务企业环境的深刻认识, 为中国企业客户提供高附加值的电子商务网络管理咨询和托管服务。为我们的网络创业者们提供无风险的 360° 营销方案, 悦为拥有来自于淘宝, 拍拍, 有啊, 团购网等下游活跃分销商 1000 多家。公司改变了电子商务的传统营销模式, 悦为是上线 (中小企业) 下线 (网上终端) 的高价值枢纽平台,

成功的为国内多家知名企业提供了网上旗舰店定制方案，保姆式托管运营，使企业、分销商迅速从传统营销渠道跨进电子商务世界。

悦为旗下拥有一支电子商务专家团队和一家网络营销执行机构，从电子商务技术到网络营销策略，从方案咨询指导到托管执行，可以为上下线客户提供全方位的水泥+鼠标营销运营体系，实现管理和销售两翼齐飞的服务体系。

悦为坚持以结果为导向，通过专家团队的实力和经验，帮助企业规避风险，稳步发展，帮助网络创业者实现梦想，在新电子商务时代开拓一片新天地。

悦为的理念——英文“happydo”即快乐的从事网络事业！

(由悦为网络科技提供)

【交流园地】

我的钢铁网携手中国联通推进 3G电子商务

中国联通与上海钢联电子商务股份有限公司战略合作日前签约，中国联通将利用 WCDMA 3G网络，将专业钢铁行情信息植入功能强大的移动智能终端，为国内钢铁企业提供专业、领先的移动电子商务服务，实现随时随地、无所不在的行业移动信息化应用。

此次合作是电信运营商与垂直行业电子商务网站的首次深度合作，标志着 3G落地钢铁行业电子商务应用的历史性时刻，预示着中小企业进入运用 3G移动电子商务获得创新发展的新阶段。

中国联通集团客户事业部副总经理毛建庄先生表示：“在‘信息化带动工业化’的大潮中，中国联通运用全球领先的 WCDMA 3G技术为移动电子商务带来了革命性创新，3G的高速数据传输能力为电子商务的移动化提供了基础，创造了在任何地点、任何时间、采用任意接入方式，实现远程安全访问任意网络应用，实现信息时代安全的移动电子商务。3G终端智能化发展，也为移动电子商务提供了硬件平台支撑，3G网络技术在一部终端上实现了无数 2G时代不可想象的业务应用。基于中国联通 3G网络，不仅可以实现手机高速上网访问信息内容及信息快速发布，还将实现交易及管理服务创新，创造无缝对接的 B2B商务模式，深入服务行业客户。”

“我的钢铁网”CEO朱军红表示，此次与中国联通的战略合作，将为“我的钢铁网”开辟全新的服务，最新的钢铁行业电子商务应用与中国联通无线网络及智能终端的结合，解决了钢铁企业期望实时了解行情的迫切需求，进一步强化了电子商务的应用特性，为电子商务的发展带来无限活力，开创了钢铁行业移动信息化的新纪元。

(来源：科技日报)

京东商城自建物流体系 破解渠道边缘化难题

“京东商城的自建物流体系，现在在国内 12个城市可以做到‘211’，即上午 11点下单，晚上 11点送到。”日前京东商城 CEO刘强东在一次会上意气风发地说，这 12个城市每日的订单数已超过 500单，而京东商城也凭借着自建物流体系，在电子商务配送方面设下了门槛。

刘强东的底气来自风投资金的支持以及国内家电网购市场的快速发展。但刘强东和京东商城宏伟目标的背后，其实也已经显现潜在的危机。刘强东认为今年要与 95%的家电厂家在集团层面直接合作，否则京东商城就无法再保持高速增长。但是家电企业对待京东商城的态度是否出现逆转？

“目前与京东商城直接合作的家电厂家已经达到了 80%。”刘强东表示，与京东商城合作的家电厂家，利润平均提升了 3%-7%。“家电厂家的净利率才百分之一、二，利润提升的空间，对家电厂家有巨大的吸引力。”

但事实上，刘强东的想法还仅仅是京东商城单方面的意愿

到去年底，与京东商城合作的企业，都是以厂家的分公司层面，而上升到家电厂家集团层面的，只有海尔和美的。家电企业仍然在顾虑网购渠道是否会冲击传统渠道。

美的电器渠道发展部负责人表示，公司与京东商城和淘宝网的合作，是直接了解消费者需求的一个好平台，但在产品价格和供货层面的合作，主要还是以公司经销商为主，“公司不会将市场定价权交给京东商城这类电子商务公司，公司对网购公司也有一个价格限制。”

创维数码电子商务总监董强表示，目前与电子商务公司在尝试合作，并没有太深入。

价格更是一个敏感的话题

“所有的网购平台都与很多家电厂家签了合作协议。其实关键还是在于，是否能签到的好的价格。”世纪电器网 CEO王治全表示，“家电厂家担心，家电网购公司会以更优惠的价格，发起价格战，继而冲击到家电厂家主流的销售渠道。”

“京东商城想做成网上国美，而这正是家电厂家所担心的。”品牌家电网总裁汤溪蔚指出，家电厂家不会想再打造一个网上国美，将市场定价权交给京东商城。

目前来看，类似京东商城网络渠道从家电厂家进货价格还是要比国美、苏宁低 5%左右。显然，刘强东想借自建的物流体系和迅速扩大的销售规模，来突破这个 5%的价差。

去年 1月，京东商城获得老虎环球基金领投的 C1轮风险投资 7500万美元资金已经

到账，在今年年底前还有 C2轮融资到账，总金额超过 1.5亿美元。而从京东商城最近的动作来看，风投显然是希望京东商城能通过自建物流，突破家电厂家的合作天花板，继而使销售规模迅速扩大，并在未来几年内，领先于家电网购行业平均增长水平。

“京东商城 IPO的时间表，应该是在明年第三季度或第四季度，现在还没有开始准备。”刘强东对公司上市时间的初步安排，显然也是希望在这段时间内，成功突破家电厂家的合作天花板。因为，这不但决定了京东商城这两年的走向，也决定了京东商城能否巩固家电网购行业第一的根本。

（来源：第一财经日报）

东方钢铁获得国家增值电信业务经营许可证

近日，东方钢铁成功申领到由国家工业和信息化部颁发的第二类增值电信业务中的呼叫中心业务和信息服务业务证书，经营许可证编号为：B2-20100122。2009年，东方钢铁在为宝钢做好电子商务服务的同时，积极探索“电子商务+呼叫中心”服务模式，建成支撑宝钢电子商务服务的呼叫中心体系，为宝钢及宝钢客户、供应商提供多层次的、个性化的服务。

目前，宝钢内部多家业务单元已开通服务热线，东方钢铁作为呼叫中心的运营方，需要提供更专业、规范的服务。同时，随着手机的普及，移动应用成为宝钢向客户提供服务和业务信息交互的重要手段。宝钢原有多业务系统都具有移动应用功能，为更好地集中服务优势，为客户提供高效便捷的服务，2009年东方钢铁建设了统一的宝钢电子商务移动服务平台。基于呼叫中心业务和移动信息服务业务的发展需求，东方钢铁于去年年底开始提出申请，经审核，东方钢铁顺利申请获得呼叫中心及移动网信息服务的资质证书。

（来源：东方钢铁）

责任编辑：王玉，刘俊