



Shanghai eCommerce Association

会员资料 注意保存

电子商务资讯

2010年 9月第 9期 总第 95期

上海市电子商务行业协会主办

目 录

俞正声视察快钱 勉励创新型企业再创佳绩	2
【协 会 动 态】	
如何让互联网成为你的赚钱机器	
----上海市电子商务行业协会举办中小企业网络营销培训讲座	3
转变经济发展方式 市电子商务“双推”活动在青浦区举行	4
市工业经济联合会水从芳副秘书长来协会调研	5
协会应邀参加“爱姆意在线”平台推介会暨爱姆意机电展厅试营业仪式	5
【政 策 法 规】	
商务部发布通知 规范外企从事网络销售等行为	6
商务部：我国将在具备条件时对网络销售个人逐步实施工商登记制度	6
【行 业 聚 焦】	
2010上海购物节 10日亮相 网购首次加入	7
【会 员 动 态】	
新会员单位介绍 ----上海红孩儿电子商务有限公司	8
【交 流 园 地】	
火速“商机宝”今日显“宝” 携手搜索引擎大摆“免费午餐”	9
跨国采购在线 --- 中国国际跨采大会圆满谢幕	10
EBAY唐磊：服务商难辨产品真伪 愿和权利人合作	11
中国银联涉足电子商务 定位国际化网购平台	11

俞正声视察快钱 勉励创新型企业再创佳绩

9月 13日下午，中央政治局委员、上海市委书记俞正声带领上海市委、市经信委各主要领导莅临快钱公司视察指导工作。快钱 CEO 关国光向俞书记汇报了公司的主要业绩和发展情况，并陪同参观了快钱总部。俞书记对快钱在推进电子支付行业应用、打造创新型金融服务企业等方面的努力和贡献表示赞许，对浦东新区大力扶持现代化金融服务企业的做法予以肯定。

据了解，上海在“十二五”期间将把重点放在经济转型和社会发展上，努力在信息化发展、制度创新和社会和谐方面走在各城市前列。在推进经济转型工作方面，上海市将大力扶持复合型交叉产业的成长，引领整个上海经济向更深远的可持续性方向发展。特别是，高速发展的现代化金融服务业对促进金融创新、加快经济结构调整起到了巨大的推动作用，有助于加速实现上海发展电子商务、建设国际金融中心的愿景目标。

从更广泛的意义上来说，我国经济正在走向全面电子商务化。其中，电子支付清算应用被视为促进产业调整的重要工具。以快钱为代表的创新型电子支付企业通过为各个行业量身定制支付解决方案，实现了企业上下游产业链中资金流和信息流的整合，提高了企业的资金流转效率，促进了企业电子商务基础建设，有助于广大传统行业提高综合竞争力。

快钱 CEO 关国光在汇报中表示，快钱在迅速发展的过程中受到了各级政府部门的关心和支持，更加坚定了快钱走自主创新道路的战略方向。快钱将继续加深信息技术与金融服务的结合，提升全产业链的资金效率。目前，快钱已经在航空、保险、教育等行业进行了大量的创新型金融服务探索，在为全行业提供安全、便捷、定制化的电子支付清算服务的同时，也有力的推动了第三方支付行业的发展。

听取完工作汇报，俞书记随后在关国光的陪同下参观了快钱的风控监控中心，在实际操作环境中听取了关于风险控制机制和措施的汇报。在考察结束之际，俞书记勉励快钱要加快发展、坚持自主创新，在加速社会资金流动、促进产业结构调整方面做出更大的贡献！

(来源：快钱)

【协会动态】

如何让互联网成为你的赚钱机器

---上海市电子商务行业协会举办中小企业网络营销培训讲座

根据 CNNIC发布的数据显示，截止 2010年 6月底，中国网民达 4.2亿，预计 2010 年网购用户数据超 1 亿人，网购金额超 4900 亿元。网络营销大潮已然到来，如何在网络购物时代出奇制胜？让互联网成为你的赚钱机器？

9月 9日下午，由上海市电子商务行业协会举办的中小企业网络营销培训专题讲座在虹口北外滩开业园区举行，中国电子商务委员会委员、实战网络营销商学院高级讲师、单仁资讯集团特聘网络营销专家李鑫老师与协会会员单位上海火速网络科技有限公司广告营销中心大客户部总监周辉先生应邀参加演讲，将近 30 多家中小企业、约 48 名营销、企划人员参与了这次培训，其中还包括了虹口北外滩开业园区的 9 家企业，协会党支部书记罗耀娟主持了这次培训。

首先，主讲人李鑫先生重点分析了网络营销效果不好的原因。其主要由于领导重视不够、下属员工业务不专业、网络营销系统缺乏。由此造成公司网站第一页的内容为公司简介，而产品介绍在后，或者根本没有产品介绍的现象。第二部分重点讲解了打造网络赚钱机器的四个步骤：第一步是让客户能找到你，可通过博客营销、搜索引擎营销、邮件营销、数据库营销等方法。第二步是让客户了解你，要建设营销型的网站系统。网站的首页要突出公司的特点，要给人过目深刻的感觉。另外，网站首页上还要有在线客服，及时响应客户的需求。第三步是让客户爱上你。这就要求关注产品的文字介绍和产品的外型展示，要有让人眼睛一亮，马上想购买的欲望。第四步是娶回家。要把感兴趣的网民吸引到网站上来，让营销人员与访问客户能进行在线交流，与此同时，公司管理人员能够实时监控网络营销结果。李鑫在讲解中，例举的都是非常经典的案例，比如有个企业没发一分钱、没有通过任何关系，使世界 500 强企业主动找到这家公司。

随后，由上海火速网络科技有限公司广告营销中心大客户部总监周辉先生向大家简要地归纳了 B2M 的四位一体模式、电子商务的几个阶段、传统营销和网络营销的理念、中国网民规模及普及率、网民通过网络获得信息的方式，在这些铺垫的基础上随即切入主题“B2M 电子商务托管服务”。其中非常有价值的是品牌管理中的传播语。类似“淘宝网·淘·我喜欢”这样的传播语给人的印象是极其深刻的。其二，非常有价值的基础

管理是网站建设。其三，网络渠道的开发建设。第四，由体验、传播和转化组成的三位一体生物链模式，这是电子商务的核心。第五，增值业务管理，其包括财务管理、人力资源管理、进销存管理，但最重要的是客户关系的管理。最后是数据挖掘。其中包括了数据软件开发和数据分析，但后者尤为重要。

最后，在阵阵掌声中，结束了此次培训讲座。通过此次培训，大家收益颇多，学到了很多知识。有位企业负责人说：“以前脑子里虽然也有一些这方面的意识，但没有像今天老师讲的那么有条理、那么清晰”，又有位与会听课者说“这次培训最有收获的是学到了从事电子商务的实际运用知识，既有理论知识，又有实际案例，对以后做事更有思路”。他们纷纷表示，期待上海市电子商务行业协会能多多邀请此类专家，举办更多的类似活动！

（协会秘书处提供）

转变经济发展方式 市电子商务“双推”活动在青浦区举行

作为转变经济发展方式的措施之一，今年以来，市经信委在全市开展了中小企业应用电子商务平台试点工作，以推动电子商务企业的创新发展，推动中小企业应用电子商务（简称“双推工程”）。日前，由上海市经济和信息化委员会生产性服务业处主办，上海市青浦区科委、上海市电子商务行业协会共同协办的电子商务“双推”试点平台推介会在上海西郊国际农产品展示直销中心举行，吸引了本区不少中小企业参加。

前阶段，市经信委组织专家对各区县和行业协会推荐的第三方电子商务平台企业进行了严格筛选，在广泛听取中小企业意见的同时，认定了 8 家具有一定规模和发展潜力的电子商务服务平台企业进入“双推”试点平台，为全市中小企业提供第三方电子商务服务。试点平台通过“政府贴一点、平台让一点、企业出一点”的方式，推动中小企业电子商务普及推广，同时促进第三方电子商务平台企业做大做强。

推介会上，协会会员单位上海爱姆意机电设备连锁有限公司、上海筑京现代建筑技术信息咨询有限公司、上海盖世网络技术有限公司、上海新跃物流企业管理有限公司、上海汇付网络科技有限公司、银联电子支付服务有限公司、阿里巴巴（中国）网络技术有限公司以及中国电信上海理想信息产业集团有限公司 8 家平台企业向与会企业介绍了电子商务业务在本企业的发展情况以及电子商务能为企业带来的采购便利、采购成本下降、采购质量提高等方面的优势，8 家电子商务“双推”试点平台企业还为与会企业提供了现场咨询等服务。

（协会秘书处提供）

市工业经济联合会水从芳副秘书长来协会调研

近年来，信息基础设施持续快速发展，网络应用技术日臻成熟，电子商务正在推动上海经济发展、促进产业结构优化，提升企业核心竞争力，提高人民生活品质，成为现代服务业的新增长点。为此，9月7日，上海市工业经济联合会水从芳副秘书长一行来协会调研，王玉秘书长进行了接待。

协会以产业链为基础、供应链管理为重点的电子商务应用、围绕优势产业形成一批第三方行业电子商务平台、B2C C2C电子商务服务业态创新活跃等三个方面的电子商务发展特点，汇报了上海近年来电子商务发展的现状，并重点围绕“四个中心”建设，上海电子商务形成了以大企业 B2B电子商务主导，重点行业领域电子商务技术应用全面渗透推进和提升相关领域产业能级，带动产业结构转变以及企业运营模式创新发展的新格局。

（协会秘书处提供）

协会应邀参加“爱姆意在线”平台推介会暨爱姆意机电展厅试营业仪式

9月17日和18日连续两天，在新近成立的集展示、仓储、物流、客户服务于一体的爱姆意连锁总部，举行了上海市电子商务“双推工程”平台推介会暨爱姆意机电展厅试营业仪式。

为了配合双推工作的顺利开展，爱姆意特此举办这次“爱姆意在线”的平台推介和爱姆意机电产品展厅试营业仪式。通过举办这样一个活动，来答谢新老供应商和客户对爱姆意的支持。

上海市经济与信息化委员会局级巡视员施兴德、上海市经济与信息化委员会生产性服务业处处长于成、上海市电子商务行业协会副会长唐磊、复旦大学管理学院党委书记博士生导师黄丽华教授等出席了仪式。近300多名客户和供应商代表到场，包括上海电气集团上海机床有限公司总经理石光，齐齐哈尔二机床集团副总经理王子荣，上海恩斯凯轴承有限公司总经理江锡庙、瓦房店轴承总厂上海经销处总经理刘兴纯、通用重工集团销售总监周伟俊、宝山钢铁股份有限公司相关处室领导等都亲临现场。

董事长戴佩华对爱姆意通过开发“先进制造业机电产品集成服务”项目，转变经营理念，优化业务流程，创新业务模式，打造机电产品专业化供应链，从而更好地支持上海先进制造业的发展作了发言。上海市经济与信息化委员会施兴德局级巡视员从开展“双推”活动的初衷说起，对企业如何借助信息化手段来实现自身突破、拓宽发展方向，从而引导整个行业能级的提升做了讲话，并肯定了爱姆意机电产品集成模式的发展思路。

（由爱姆意机电提供）

【政策法规】

商务部发布通知 规范外企从事网络销售等行为

中国商务部日前发布通知，对外商投资企业从事网络销售和自动售货机销售行为进行规范。

通知要求，申请设立专门从事网上销售的外商投资企业报省级商务主管部门批准，由省级商务主管部门根据《外商投资商业领域管理办法》及其他相关的法律法规进行严格审批。外商投资企业利用企业自身网络平台为其他交易方提供网络服务的，应向工业和信息化部申请增值电信业务经营许可证；企业利用自身网络平台直接从事商品销售的，应向电信管理部门备案。

通知明确，外商投资企业从事网络销售及有关服务行为时，应当在其网站主页面或从事经营活动的网页醒目位置公开营业执照，如企业经营成品油、原油、图书报刊、药品等商品，还需公开经营批准证书的信息以及清晰可辨的照片或其电子链接标识。

通知还规定，申请设立以自动售货机销售方式销售商品的外商投资商业企业，或已设立企业增加自动售货机销售方式业务的，报省级商务主管部门审批。

(来源：新华网)

商务部：我国将在具备条件时对网络销售个人逐步实施工商登记制度

对“个人网店”如何规范一直是社会争议的热点。商务部商贸服务司副司长王晓川近日接受记者专访时表示，我国将在具备条件时对网络销售个人逐步实施工商登记制度，但目前这一政策的具体内容仍在研究中，暂无实施时间表。

王晓川是在此间召开的《中国电子商务报告(2008-2009)》发布会上作此表示的。王晓川表示，政府要“创造条件”，为规范网络销售营造好的社会环境。

另外，在此次会上，商务部信息化司副司长蔡裕东也向新华社记者透露，从全国层面来讲，目前对企业、个人网络销售是否征税、如何征税尚无定论，国外在这一问题上也存在争议。

王晓川认为，如果要对包括个人在内的现有网络销售主体征税，可以参照实体经济中的做法，根据网店销售规模的不同，制定、实施不同的征税办法。比如在实体经济中，就有一般纳税人和小额纳税人的区别。

据悉，目前国内一些地方已经针对网店开始要求办理营业执照和收税，对此，众多业内人士则表示，“网店征税”虽然是趋势，但是在目前的形势下应该择机出台，进行适度规范。否则过高的税收和过于行政化的管理手段，会打压利润空间和抑制经营者的热情，不利于这一行业的发展。

(来源：新华网)

【行业聚焦】

2010上海购物节 10日亮相 网购首次加入

“2010上海购物节”于9月10日至10月7日在全市举行。作为上海购物节的重要组成部分，“2010上海网上购物节”也将同期举办，据悉，包括百联E城、新蛋网等三十余家在电子商务领域的知名商家将齐聚网购节，共同推出数百个特惠活动，国内知名电子支付企业汇付天下将作为活动全程的支付服务支持单位。在这个以“惊喜e购，快乐体验”为主题的网购节中，立足于上海本地众多知名购物网站将联合展开为网购节定制优惠促销活动，实现与上海购物节网上网下互为联动，共同以优异的商业服务保障世博、服务世博，扩大消费。

自2007年上海购物节首次举办以来，连续三年分别实现全市社会消费品零售总额256亿元、306亿元和372亿元，均创同期历史新高。作为今年上海购物节的亮点之一，“网上购物节”今年首次亮相申城，主办方表示：“通过网上购物节，市民足不出户就能享受各大商家为购物节定制的各项特惠活动，网购既是潮流也将是趋势。”

据百联E城相关人介绍：“做为历届网购节支持方的百联E城，深深体会到政府在网购这块的扶持力度逐年提升，更是促成了今年上海地区三十几家B2C企业参与的网购联盟形成，借助强强联手，优势互补，政府搭台、企业唱戏的形式助推上海B2C企业快速发展。”

新蛋网相关人士表示：“网购节的主题页面已经在我们的官网最显著的位置显示，新蛋在2009上海购物节中有过成功参与的经验，而在今年的上海购物节中，我们从一个参与的商户蜕变为‘网上购物节’的品牌支持单位。”作为上海购物节的常客，百联也同样表达了对今年网购节的期待，同时相信今年网购热潮将席卷上海购物节。”

主办方透露，此次的网购节产品将全面覆盖快消品、家电电器、数码产品、旅游、婚庆、机票、时尚用品等，另外，网上理财也将作为网购的衍生产品纳入到此次的网购节中。

汇付天下表示：“随着网络购物的逐渐普及，网民们对网购的期待将逐渐从省钱到赚钱过渡，本次汇付天下对于在指定商家网购的用户特别提供了财富里程积分奖励，用户可累计积分兑换各类奖品，获得额外的惊喜。另外，汇付天下也在此次网购节推出“天

天盈”网购基金的特别活动，汇付天下提供的“天天盈”系统是目前国内唯一在相关监管部门备案，获准联合基金公司开展基金直销支付结算服务，该产品实现通过互联网，投资者‘持任意银行卡，直销购买各基金公司产品’，并且可以让投资者享受4折申购费率的优惠。同时，网上的交易资金由中国民生银行全程监管，让基金网购安全无忧。”

(来源：IT168)

【会员动态】

新会员单位介绍 ----上海红孩儿电子商务有限公司

红孩儿(中国)有限公司(www.redkids.cn)是一家专业从事儿童品牌服饰研发、生产和销售的企业，创立于1988年，经过22年的艰苦创业和稳步发展，公司现已拥有一支专业而充满激情的设计、生产及营销团队，员工2000多名，厂房面积30000余平米，分布在全国各地的专卖店已达数百家。

红孩儿自创立以来始终坚持质量第一、信誉至上的生产管理和经营理念，先后通过了ISO9001质量体系认证和ISO14001环境体系认证，荣获过商务部重点培育和发展的出口名牌、福建省著名商标、中国出口名牌等多项殊荣。

在红孩儿品牌创立之初，即以传承中国精深文化，结合西方的启蒙教育理念与儿童艺术，为80年代的中国广大儿童，打造赋有国际化、充满童趣的时尚风格，以最好的产品陪伴孩子们度过了活泼健康、茁壮成长、美好幸福的童年生活。近年来，红孩儿集团进行了积极的市场战略结构调整，在保持海外事业稳定发展的同时积极转战国内市场。集团以研究儿童成长规律为基础，充分利用22年儿童用品制造的经验，在较短时间内涉足了中国童装市场，以符合国际潮流和儿童穿着趋向的品牌服饰，携强大的传统及现代媒体优势进行强力出击，旨在将红孩儿品牌打造成为中国儿童服饰的领先品牌。

3-16岁的儿童是公司的主要群体，红孩儿旨在把他们打造成一群有品位的小绅士，一群优雅的小淑女。整个品牌融合了纯真童趣、精致品味、流行时尚、健康环保等多重元素。流行与实用相互辉映，时尚与健康并存，主要产品有T恤、衬衫、茄克、外套、背心、棉衣、羽绒服、牛仔装、风衣、休闲裤、裙类、毛衣、鞋等。目前中国的儿童用品市场尚未出现针对青少年(8-16岁)消费群体而设立的品牌，大、中儿童用品消费处于两难的尴尬阶段。这部分的消费者无法适应普通儿童产品的可爱、稚嫩，他们渴望享

受个性、自由的穿着，并想通过穿着来表达渴望成长的心理特性，因此他们无法认同中小童用品的风格；他们渴望父母理解自己，不再把他们当成不懂事的小孩子；他们希望拥有独立的想法、甚至拥有独立的零花支配权，并开始尝试独立购买包括服装等用品。同时由于青少年儿童处于发育期，他们成长快、运动量大、用品更换频率高，红孩儿很好的满足了这类群体。

正是基于对童装市场发展趋势的深刻洞悉，红孩儿凭借用心沟通，快乐成长的品牌理念及 22 年经营童装的经验，打造了一个值得您信赖的品牌——“RED KIDS”。

（由红孩儿电子商务有限公司提供）

【交流园地】

火速“商机宝”今日显“宝” 携手搜索引擎大摆“免费午餐”

9 月 7 日，由协会会员单位上海火速网络科技有限公司主办的电子商务创新突围——CEO 百城研讨会在陆家嘴拉开帷幕。作为电子商务港重点引进的上海市自主创新企业——上海火速，在会上发布了旗下电子商务平台一比多独立研发的“商机宝”产品。上海市电子商务行业协会副秘书长曹文君应邀出席了会议。

此次大型研讨会将在港区管委会的组织下，带领区域内电子商务企业走访长三角各大中型城市。在与各地电子商务企业切磋交流的同时，深入了解企业的需求，助力电子商务港的发展。

“商机宝”搭档搜索引擎 调配“免费午餐”

作为首站的重点推介项目，火速“商机宝”被赋予了扛起港区“创新”“科技”标签的大任。据火速董事长刘小光介绍，该产品堪称电子商务免费午餐，能让客户高效便捷的获得含一比多平台在内的国内各电子商务平台的全部求购信息。

面对“商机宝”这样一个新概念产品，刘小光就产品性能进行了详细讲解，并在现场进行了产品展示。据悉，“商机宝”除涵盖一比多一站通的独立域名、中英网站、短信、地图、电话回呼、HotDMA、在线客服、火速快速邮、400 电话、三甲关键词等网络营销服务外，最为关键的是提供各电子商务平台下的商机自动下载（含手动下载）及一比多免费商机配送（含 EBD 客户自有商机下载）。

即客户可以自行设定所关注的电子商务平台及产品种类，“商机宝”将以每天 1 次的速度从此类平台上抓取相关产品的求购信息，并发送至客户端。亦将同时发送每小时自动整合 1 次的一比多庞大免费商铺下的求购信息、求购留言等。除这两种方式外，如

果客户想充分“榨取”“商机宝”的剩余价值，可以以半自动形式对设限的平台网站进行信息抓取。

会后，针对该产品核心技术，刘小光引荐到场搜索引擎代表们，说道：“商机宝”的抓取功能实际上是搜索引擎功能的借鉴与优化。火速与国内5大搜索引擎公司达成战略合作协议，以保障“商机宝”的精准性。

“商机宝”缘起

刘小光在发言中提及开发“商机宝”的缘由，是起于一次对老同学的拜访。这位老同学在桐乡投资了一家小五金配件厂，之前因为订单稳定没有进行推广。在遭遇金融危机后，开始大量投入资金，选择了多种网络营销方式，综合效果并不理想。

刘小光讲道：当这位同学以“本想赚点‘袁大头’最后变成‘冤大头’”来调侃选择的失败时，我就琢磨怎么能使“冤大头”变回“袁大头”。所以一回来就召集产品部、销售部开会。最终得出这么个结论：要寻找一种方式，这种方式可以让客户能主动或者被动的获得网络上所有与自身产品相符的求购信息。这样客户只要按图索骥，去追踪这些求购信息就能高效获得订单。最终历时2年，耗资500万，在经历3个版本之后，才有了今日的“商机宝”。

强取豪夺？还是自由竞争？

火速的这款“商机宝”是借助技术力量从他人渠道处得到求购信息的方式不无强取豪夺的意味。但市场经济的充分竞争下历来是八仙过海各显神通的热闹。信息的充分流转，可以让求购者了解更多的供应商的产品以获得最优选择。也让优质的生产厂家获得更多的发展机遇。

电子商务的未来势必在新产品新技术的推动下越战越烈，这就要求企业具备较高的灵敏度和应变度，成为“更上一层楼”的领军者。

（由火速网络提供）

跨国采购在线 --- 中国国际跨采大会圆满谢幕

为期4天的2010中国（上海）国际跨国采购大会，近日在上海世贸商城圆满落幕，来自全球32个国家和地区306家采购商，与国内外6,000多家供应商进行了富有实效的洽谈，不少国际买家对洽谈采购效果表示满意。

今年跨采大会主办方还通过电子商务平台——跨国采购在线（www.sourcing.org.cn），提供采购信息、采购供应配对等服务，促进了中外企业之间的相互了解、沟通和合作，大幅度提高了采购洽谈的成功率。大会采用“采购商设摊，供应商参会”的创新模式，为五大洲买家和海内外供应商搭建起一个贸易沟通的大平台。

（来源：解放日报）

Ebay唐磊：服务商难辨产品真伪 愿和权利人合作

随着网络的普及，越来越多人加入网购行列。中国电子商务研究中心发布的最新监测报告显示：今年上半年我国个人网店数量已经达到 1200 万家，网购用户突破了 1.3 亿人。但与之相关的是，网络商标侵权现象急剧增加。

对此，人民网第 13 期 IP 沙龙邀请到国家工商总局商标局副局长吕志华、公安部经济犯罪侦察局知识产权处处长王志广、最高人民检察院侦查监督处检察官朱荣力、中国人民大学兼职教授蒋志培、外商投资协会优质品牌委员会主席张为安以及来自企业的代表共同探讨互联网上侵犯商标权问题。

在沙龙的互动环节，来自 Ebay 大中华区负责公共事务总监唐磊说，从服务提供商角度，难以从自身专业程度去判断假冒侵权产品真伪。所以，唐磊以 Ebay 为例，称比较愿意和权利人合作，希望能和权利人积极开展密切合作，由权利人来辨别商品真伪。如此，才能最有效地帮助管理、清理、净化网购市场。

在沙龙现场，唐磊从和权利人合作的过程中总结了假冒商品的几大特性：第一，商品量非常大，甚至已经有权利人跟他说监查网上要专门雇两个人，但也只能查看一两个重点网站，很多小网站无法监看，量非常大。

第二是相比传统销售，网络销售地理位置难以界定。他举了上海的个案，权利人确定了侵权商品，带着工商执法人员查获一批东西回去鉴定，结果是真货。权利人当时肯定判断是侵权商品原因在于价格太离谱。权利人也有失策之时，因为在网上无法看到真实商品。现在一般都要经过先行购买去鉴定，比较谨慎。因为网络的特性不同于传统，比较多变。

因此，唐磊表示，从网络信息提供商来说，最希望和权利人、政府执法部门密切合作，如此既能帮助他们判断问题，又能够抓住典型案件加以处理，以净化网络市场。

(来源：人民网)

中国银联涉足电子商务 定位国际化网购平台

中国银联旗下的电子支付公司 (Chinapay) 近日推出了 “ 银联在线商城 ” (mall.chinapay.com, 类似淘宝商城), 从支付角度切入电子商务。据官方资料介绍, 银联在线商城将借助银联遍布全球的商户资源, 打造成国内首家国际化的网上购物平

台，计划在未来三年达到 1000亿元人民币的销售额。

银联电子支付服务有限公司（ChinaPay）由中国银联控股，主要从事以互联网等新兴渠道为基础的网上支付、企业 B2B账户支付、电话支付、网上跨行转账等银行卡网上支付及增值业务，是中国银联旗下的网络方面军。

基于银联支付平台的在线商城目前尚未正式上线，商品种类包括服饰、化妆品、数码、家居、食品等，定位是面向以 4亿银联卡持有者为主的中高端人群。在支付上，支持银联在线支付、线下 POS支付以及现金支付。

商城目前还在大规模招商中，9月 16日在厦门召开了首场招商会。据了解，入驻商家所需缴纳的费用包括 10000元保证金，每年 5000元的平台服务费，2%到 5%不等的销售额提成以及 1%的支付手续费。这一标准与目前国内主流的电子商务平台基本相当。

据相关人员介绍，相比国内其他电子商务平台，银联在线商城的优势在于其背后银联所拥有的遍布全球的数百万的商户资源，海外商家产品可以直接在商城中的海外馆展示，消费者可以通过 Chinapay 完成跨境支付。目前商城中的日本馆已经正式运营，未来计划共开设 25个国家馆。

此外在推广上，商城也将充分借助银联的线下资源。银联的 POS机终端每天会产生 3000万的收银凭条，商城将利用凭条上的广告资源帮助商家推广。知情人士透露，银联已经为商城的推广预备了上千万资金。

未来 3年，银联在线商城希望吸引 10万优质商户、5000万顾客，达到 1000亿销售额。

有电子商务业内人士认为，银联在线商城获取商户资源并不难，关键是如何获得流量。该商城所依托的 Chinapay 平台本身的流量并不高，如何将更多的用户吸引并留到商城中，在很大程度上决定了未来商城的成功与否。

（来源：网易科技）

责任编辑：王玉，刘俊