



Shanghai eCommerce Association

会员资料

注意保存

电子商务资讯

2010年 11月第 11期 总第 97期

上海市电子商务行业协会主办

目 录

【协 会 动 态】

上海市电子商务行业协会园区管理办公室入驻智力产业园并揭牌 2

拓宽行业交流新渠道 推动区域电子商务共融发展

----上海市电子商务行业协会参加 2010电子商务创新发展大会 3

小企业 大作为

--- 协会专访上海卓德电子科技有限公司刘嘉渊总经理 4

协会召开电子支付专业委员会第一次会议 5

协会应邀参加 2010上海中小企业发展论坛 5

【动 态 监 测】

中科三方发布《第五次中国互联网络品牌认知、消费行为及满意度调查报告》 .. 6

2010年第 3季度第三方支付市场交易规模达到 3031亿元 8

艾瑞咨询 :2010Q3中国网络经济规模达 416.8亿 8

【行 业 聚 焦】

B2C网站多种“特有”条件自我消化成本 10

网上团购小心“上钩”多留个心眼 11

【交 流 园 地】

齐家网：“百城计划”领跑行业 12

红孩儿童装商城 让中国儿童便捷享受国际品质的童装产品 12

建筑成就梦想，筑想网“双推工程”平台推介会显成效 14

环迅支付 CEO:第三方支付是银行和客户间桥梁 15

PAYPAL总裁称移动支付是公司未来 16

【协会动态】

上海市电子商务行业协会园区管理办公室入驻智力产业园并揭牌

11月13日下午，上海电子商务产业发展与人才集聚论坛暨宝山区电子商务人才招聘会在庙行智力产业园隆重举行。出席这次论坛会议的有区委常委、副区长夏雨，区委常委、组织部长盛亚平，上海市人才服务中心主任曹新生，上海市电子商务行业协会秘书长王玉，上海市电子商务行业协会副秘书长曹文君，庙行镇党委书记、镇长项明洁，区商务委党委书记陈亮、主任丁顺强，区组织部副部长黄琼，庙行镇党委委员、副镇长丁建平，区商务委副主任高虹军。论坛、招聘会由宝山公共人事服务中心主任张黎萍主持。

本次活动共分展示推广区、人才招聘区、创业创新区三个区域。在展示推广区，宝山区商务委党委书记陈亮和上海市电子商务行业协会秘书长王玉为“上海市电子商务行业协会园区管理办公室”入驻智力产业园揭牌。庙行镇党委委员、副镇长丁建平、上海市电子商务行业协会副秘书长曹文君教授、上海添美信息技术有限公司总经理许德田、上海电子商务专业孵化器副主任皋勋等围绕“上海电子商务产业发展与人才集聚”的主题，通过图片、影像资料，进行了精彩的讲演。丁建平表示，上海电子商务创新服务示范基地联合上海市电子商务行业协会等专业机构，围绕电子商务产业链运作所必需的信息流、资金流、物流、商流、技术流、人才流等核心关键要素，以构建完善的全程配套服务与资源优化配置的电子商务生态圈为目标，正着力打造包括融资担保平台、企业孵化平台、人才服务平台、企业诚信联盟、物流仓储平台、联合推广平台等6大功能性服务平台为核心的创新服务体系。以构建电子商务人才高地为目标，基地大力推进人才服务平台建设，多方面推进相关工作，定期在上海智力产业园举办电子商务人才招聘会就是其中一项重要举措。

招聘会共有近60家企业参与并提供近300个招聘岗位，参加招聘会的大学生及应聘人员近2000人次。协会组织的会员单位上海齐家信息科技股份有限公司、上海天卷信息技术有限公司、上海环迅电子商务有限公司、聚尚电子商务（上海）有限公司、第一钢市市场股份有限公司、上海中金钢铁电子交易中心有限公司等18家企业与上海商学院、上海新侨学院、上海行健学院、上海金融学院等14所高等院校积极响应参与。

此次活动的成功举办，为庙行镇实施“退而强三”和“e动庙行”发展战略提供充分的人才队伍保障，对于吸引电子商务企业所急需的各类人才共聚上海智力产业园，并在上海电子商务创新服务示范基地共谋发展、共创未来，起到了积极促进作用。

（协会秘书处提供）

拓宽行业交流新渠道 推动区域电子商务共融发展

——上海市电子商务行业协会参加 2010电子商务创新发展大会

为加强兄弟省市电子商务行业协会的信息沟通，共同推动长三角地区及海峡两岸电子商务的融合与协同发展，近日，上海市电子商务行业协会作为协办单位，参加了在杭州举行的 2010 电子商务创新发展大会，并与浙江、福建、安徽、黑龙江、深圳、厦门、杭州等数十家国内电子商务协会及台湾中华电子商务产业协会的负责人进行了广泛的互动交流。

本次电子商务创新发展大会旨在通过电子商务企业经验交流、长三角地区及海峡两岸电子商务协会间的学习与合作，强化行业服务品质提升，在创新发展中探索电子商务在新阶段的特色发展模式，促进相关地区电子商务的进一步繁荣。

会上，协会王玉秘书长发表了热情洋溢的致辞，介绍了“十一五”期间上海电子商务持续快速发展的基本状况，以及行业协会利用自身优势，与政府、企业、社会携手共建多层次、多角度、立体化的上海电子商务发展环境所发挥的积极作用，表达了上海电子商务行业协会愿与各兄弟省市的电子商务协会进一步加强相互间的学习和信息交流，共谋发展、共同提高、共同促进区域间电子商务融合发展的良好愿望。

台湾电子商务产业协会会长谢长峻以“物联风潮与健康趋势”为议题作了精彩演讲，阐述了物联网和云计算的结合，对健康管理和健康照护产业将带来新一轮变革与重大影响。中国移动浙江有限公司副总经理陶晨从“移动电子商务创新发展”角度，描绘了 3G 技术在电子商务模式创新中的广泛应用和发展趋势。浙江盘石、网盛生意宝、珍诚医药在线等嘉宾也纷纷结合各自领域的特点，一一围绕电子商务的创新与发展进行了讲解。

会议期间，上海市电子商务行业协会同各省市电子商务协会就共同关注的热点问题和双边、多边的战略合作进行了广泛的交流。与台湾电子商务协会就建立更紧密的合作关系达成初步共识，双方将致力于共同打造交流平台，在物联网应用、精致农业、生物科技、绿色能源、观光旅游、医疗照护、文化创意、新兴智能产业等领域探索对口合作创新模式，邀请和组织台湾电子商务企业来内地学习交流，帮助两岸电子商务企业拓展商业渠道，为海峡两岸电子商务学术研究和互动创造条件；与浙江、福建、深圳、杭州、厦门等内地电子商务协会加强沟通和交流，建立长期合作机制，互通信息、共享资源，通过共同组织形式多样、内容丰富的电子商务学术论坛、企业互动交流、专业会展等活动，在电子商务创新与推广、制度与机制构建、标准与规范研究、示范园区创建、诚信体系建设等方面开展合作、交流经验，促进上海与相关地区电子商务的共同繁荣发展。

（协会秘书处提供）

小企业 大作为

- 协会专访上海卓德电子科技有限公司刘嘉渊总经理

近日,借助协会与政府、会员单位互动的平台,上海电子商务行业协会秘书处一行应邀对入驻在虹口创业园区的上海卓德电子科技有限公司(以下简称卓德电子)刘嘉渊总经理进行了采访。

UPS 不间断电源产品 覆盖全国

04 年卓德公司刚刚起步,便选择电源产品作为公司专业化的发展基础。主要经销 UPS 不间断电源产品、蓄电池产品、防雷产品、网络及通信产品。短短 3 年时间,公司业务涵盖了几乎中国所有地区,其总部设在上海,在北京、广东、山东、湖南设立四个办事处,营销代理机构遍布全国,形成了全国范围的销售网络和即时维护响应机制。

公司积累起一定的工程技术力量,本着方便客户、服务客户的原则,卓德为客户免费提供各类机房电源、网络设备方面的咨询、优选、设计,卓德为客户量身定制最佳电源解决方案。卓德在售后与客户保持长期联络,解决客户在实际使用过程中所遇到的问题,及时提供完善的人性化服务,从而给客户最大的权益保障。

近年来,卓德正式入驻虹口北外滩园区,在得到园区各方面领导的关心与园区政策扶持下,开始将 IT 维护服务作为公司发展的重点增值业务。

以服务为主 从单一贸易过渡 IT运营维护

从 07 年开始转型后,卓德从单一的贸易公司过渡到 IT 的运营维护。刘总还说要发展现代服务业,IT 服务应该是首当其冲,直接面对用户、面对网站机房的运营维护。

现在很多电子商务公司,无论是托管还是自建机房,都会用到 UPS 不间断电源,利用这点,公司发展至今已经积累了几十家固定用户,用户在购买公司产品后,工程师还会定期售后服务电话跟踪询问产品用的怎么样,碰到哪些问题,同时还要上门定期巡检。

UPS 与其它行业不一样,因为 UPS 维护,首先要有一个放电过程,白天是不能断电的,况且有很多公司的服务器都在国外,断电更有时间要求,一般来说,必须要事先申请好维护时间。如大众点评网、北京思博展科等。

最后,刘总还表示,为了提高公司的整体形象和服务质量,公司还申请了 7*24 小时的 400 服务热线,做到客户来电响应及时。

(由协会秘书处提供)

协会召开电子支付专业委员会第一次会议

11月 16日下午，在上海浦东新区淳大万丽酒店四楼举行了上海市电子商务行业协会电子支付专业委员会第一次会议，市经信委信息化推进处周正曙处长、市电子商务行业协会王玉秘书长应邀出席会议，并对专委会工作进行了具体指导，同时表示政府相关部门和电子商务协会非常重视和关心专委会的工作，期望专委会能做出实绩，推进上海电子支付行业的发展。

本次会议就专委会工作职责、运作方式以及近期工作和 2011 年工作设想进行了讨论，并达成共识。

(协会秘书处提供)

协会应邀参加 2010上海中小企业发展论坛

11月 28日，“2010上海中小企业发展论坛”在上海市国丰酒店召开。市委常委、市委统战部部长杨晓渡，副市长、市促进中小企业发展工作领导小组组长艾宝俊出席论坛并为“上海市中小企业发展服务中心”揭牌，市政协副主席、市工商联主席王新奎，国家工信部中小企业司许科敏等领导为上海华平信息技术股份有限公司等“2010品牌中小企业”代表和上海杨浦科技创业中心有限公司等“上海市中小企业信息化应用示范企业”代表授牌。论坛由市政府副秘书长肖贵玉主持。围绕论坛的主题“中小企业：促进产业提升和城市转型的生力军”，国家工信部副司长许科敏介绍了国家在扶持中小企业方面的政策举措；市促进中小企业发展工作领导小组副组长、市经济信息化委主任王坚介绍了本市促进中小企业创新和转型发展的相关情况。上海市电子商务行业协会也应邀出席了会议。

(协会秘书处提供)

【动态监测】

中科三方发布《第五次中国互联网络品牌认知、消费行为及满意度调查报告》

2010年 11月 16日，中科三方发布第五次中国互联网络品牌认知、消费行为及满意度调查报告。

本次调查报告发布的网络购物行业数据，对于 2010年中国网购用户行为特点、主流购物网站品牌认知情况以及用户对网络购物的满意度情况提供了一手详细的数据参考。

调查分析发现：中国网购用户呈现年轻化、女性化特征，网购行为已经普遍而频繁；淘宝网品牌认知度遥遥领先；国内购物用户对于主流购物网站的总体满意度较高；购物用户对于主流 B2C的总体满意度水平要高于淘宝网等 C2C网站；网购用户满意度最重要的因素是口碑和诚信度，主流购物网站表现较好，而客服、产品质量、退换货便捷性则是主流购物网站需要改进的因素；中国网络购物行业首要仍然是构筑诚信，其次是服务和物流；网购用户呈现年轻化、女性化等特征，网购行为已经普遍而频繁。

本次调查显示，超过五成的国内网络购物用户年龄在 25-34岁之间。同时，18-24岁的网购用户人数要多于 35-40岁的网购用户数。

中国网购用户的网购行为已经普遍而频繁。各主流购物网站购物用户的购物频次较高，最常使用这些网站购物的用户，平均每月购物频次在 2-4次的占一半以上。数据表明，中国网购用户的网购行为已经普遍而频繁，网购已经日渐融入到网民的生活中。

网购品牌认知 淘宝网遥遥领先

调查显示，网络购物网站品牌第一提及，也就是网购用户第一反应想到并说出的唯一的购物网站，淘宝网以 85.3%的比例遥遥领先于其他购物网站；其次是京东商城 (3.4%)、当当网 (3.0%)、卓越网 (2.4%)和拍拍网 (1.8%)。淘宝网品牌在购物用户心中的第一位置的优势很明显。

购物网站提示前认知度，即在不提示的情况下，用户能想到的多个购物网站，排名

第一的依然是淘宝网，所占比例为 96.1%，大部分的购物用户都知道淘宝网；其次是当当网，所占比例为 58.7%，过半的网购用户知道当当网；接下来依次是卓越网、拍拍网和京东商城。综合来看，淘宝网在网购品牌方面的优势很明显。

国内购物用户对于主流购物网站的总体满意度较高，主流 B2C 满意度高于 C2C

主流购物网站 (淘宝网、拍拍网、当当网、卓越网、京东商城、凡客诚品等) 总体满意度评分为 5.84，相对于 7 分的最高满意度评分来说，主流购物网站的总体满意度较高，说明用户对于购物网站总体是比较满意的。其中凡客诚品的满意度最高，满意指数达到 6.09，其后是卓越网、京东商城、当当网，均超出总体满意度水平。调查结果显示，B2C 购物网站的总体满意度要高于 C2C 网站，淘宝网品牌知名度高，但是用户对淘宝网的整体满意度要低于主流 B2C 网站。

网购用户满意度最重要的因素是口碑和诚信度，主流购物网站表现较好

从本次调查的大型知名购物网站总体来看：口碑好和诚信度高是大家认为最重要的指标，也是购物者满意度较高的指标，说明本次调查的大型购物网站，整体购物网站的口碑和诚信度的用户评价不错。相对而言，客服、产品质量指标是被调查的大型知名网站用户认为比较重要而满意度低于平均值的指标，也是购物网站需要优先解决的问题。而退换货便捷程度是网购用户极为不满意的指标，重要性虽然低于均值，但是仍然值得购物网站加强来提升用户体验，还包括物流，用户满意度也不高。

网络购物行业首要仍然是构筑诚信，其次是服务和物流

本次调查问到购物用户对购物网站发展的建议，结果显示：用户建议最多的是诚信方面的问题，建议中，诚信方面的内容占用户建议的 31%，其次是服务和物流方面的内容，购物用户也很关注，分别占 19.7% 和 12.1%；此外，购物网站的监督与管理以及支付也是大家关心的问题。

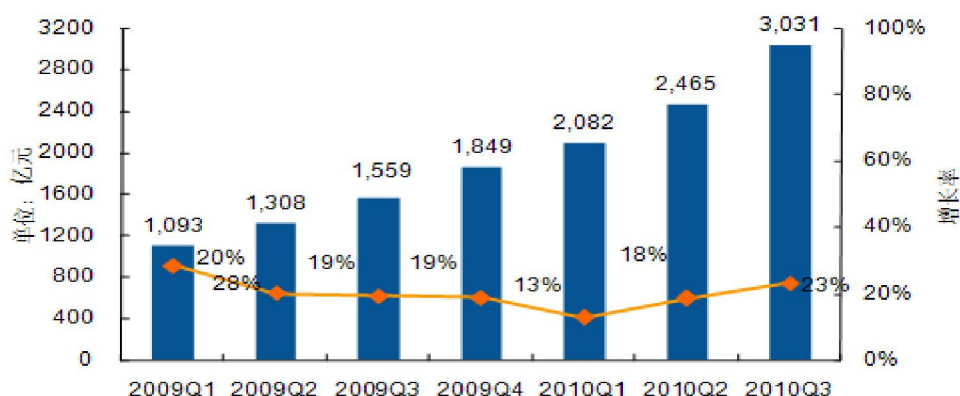
用户对购物网站信用方面的建议主要体现在希望加强对网络卖家的诚信度管理，出台相关法律法规，实行实名制，切实管理好网上交易平台，减少欺骗行为的发生，加强对卖方资格的管理，优化网络购物。在购物网站的发展建议中，有关诚信的建议高达 31%，与其他方面的建议相比，关注度最高，可以看出用户对诚信水平十分关注。

(来源：中国新闻网)

2010年第 3季度第三方支付市场交易规模达到 3031亿元

根据易观智库 Enfodesk的《2010年第 3季度中国第三方支付市场季度监测》数据显示，2010年第 3季度中国第三方支付市场交易规模达到 3031亿元，环比增长 23%，其中互联网在线支付业务达到 2896亿。

2009Q1-2010Q3中国第三方支付市场交易规模



数据来源：易观智库·Enfodesk
©易观国际2010

www.enfodesk.com
www.analysys.com.cn

易观国际研究发现，本季度受季节、节日假期等因素的影响，第三方支付行业在网购和航空领域交易有大幅增长，随着市场进一步深化发展，各主要支付服务商在细分行业拓展开始初见成效。其中，支付宝、财付通在航空领域、环迅支付在外卡 B2B支付领域、快钱在保险行业的交易规模都有较大幅度的增长。

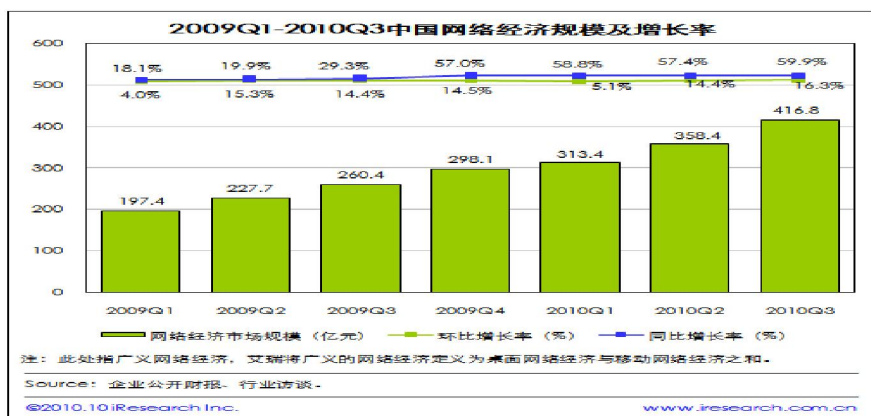
(来源 :易观国际)

艾瑞咨询 :2010Q3中国网络经济规模达 416.8亿

根据艾瑞咨询即将发布的 2010年第三季度 (Q3) 中国网络经济市场监测数据显示，2010第三季度中国网络经济营收规模达到 416.8亿元，同比增长 59.9%，环比增长 16.3%，上升势头稳健。

Q3网络经济营收规模达到 416.8亿元，增长势头稳健

艾瑞咨询分析认为，整体宏观经济向好是网络经济保持稳健增长的基础。三季度国民经济企稳回升，居民消费需求增多，世博会等热点事件，在刺激居民消费的同时，亦激发广告主利用相关事件加大营销投放；而中秋、暑期等假日经济则进一步带动了旅游及消费市场的旺盛。互联网作为性价比更高的媒体及消费渠道，对实体经济的渗透稳步加深，由此促进三季度中国网络经济市场规模稳健提升。

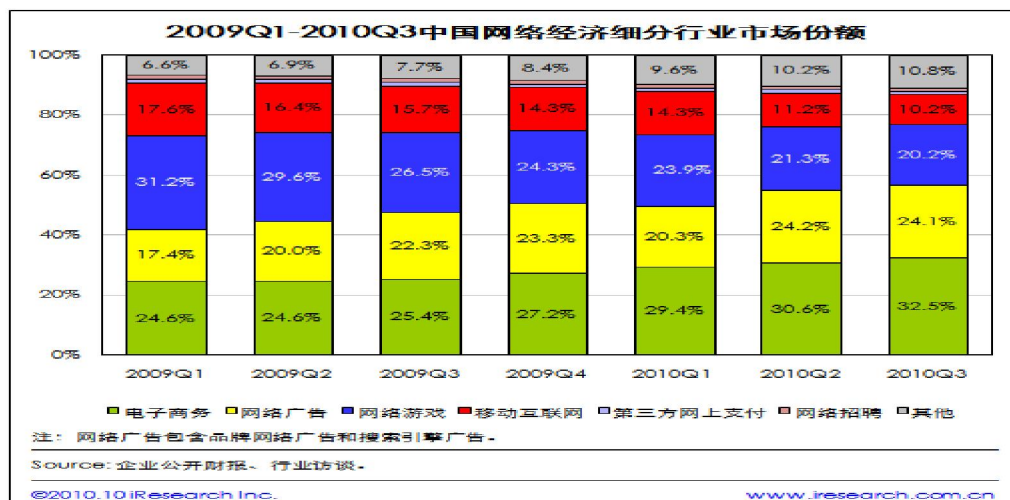


电子商务及网络广告两大支柱行业继续引领互联网发展

从细分行业的市场份额来看，2010Q3电子商务继续保持领先优势，市场份额扩大至32.5%；网络广告市场份额为24.1%，与上季度基本持平，位居第二；网络游戏名列第三，但市场份额继续下滑至20.2%

艾瑞咨询分析认为，本季度电子商务市场的快速增长来源于网络购物和旅行预订市场的强劲增长，尤其是旅行预订市场，本季度表现抢眼，环比增速达到27.1%；而B2B电子商务市场则增速趋缓。

网络广告市场在Q2的快速上升之后，在本季度继续保持稳定上扬态势，新的网络广告营销方式发展迅速，如淘宝的搜索广告，以及网络社区营销和微博营销，对市场产生了积极的拉动作用。



Q4中国网络经济规模有望达到 475亿元

艾瑞咨询分析预测，Q4网络购物、旅行预订市场仍然会维持一个较高的增速；而网络广告市场四季度的增速将有所放缓，但向上发展的趋势不会改变，市场规模将进一步扩大，由此艾瑞预估，2010年四季度中国网络经济规模环比增速有望达到14%，市场规模将突破475亿元。

(来源:艾瑞咨询)

【行业聚焦】

B2C网站多种“特有”条件自我消化成本

众所周知，快递对于网络购物而言，是最后一公里的服务，价值很大。11月开始，圆通、韵达等快递企业相继涨价，对网购市场各参与企业也产生了不同程度的影响。体现出来的是，C类卖家多以价格优势取胜，随着开店成本的上升，其成长和竞争环境发生变化，大卖家逐渐转型B类商户，而大量中小卖家有可能陷入价格的恶性竞争，成长潜力受挫。

小卖家为留客户坚持原价

快递业涨价并非头一次。早在去年11月，服务于淘宝的顺丰、申通、中通、韵达等多家快递公司就曾集体酝酿涨价，涨幅在20%—50%不等，虽然价格联盟因淘宝强大的话语权遭瓦解，但涨价始终在快递企业的思考之中。

据统计，仅过去一年内，快递业就酝酿了不少于3次的涨价，个别快递费用之前已经涨价，单笔费用曾上调1-2元。此次少数快递企业首先微调价格后，以北京到上海2KG的普通货物，之前圆通的价格是18元，涨价后增至21元。

“之前每单的价格为5元，价格上涨后，为了留住客人，我仍旧会以5元的费用标示。”淘宝卖家小徐告诉记者，还有种方法就是采用搭配销售方式，以促销来化解这部分成本。

此次快递费用上涨，影响较大的将是中小卖家，主要以淘宝C2C平台上数量庞大的中小网店为主。艾瑞分析师张艳平认为，这类网店普遍商品价位低、单笔订单价低，低价就是其核心竞争力。快递涨价之前，一些小网店的利润部分来自于物流价格，涨价势必会挤压其利润空间，进而影响订单量。

B2C网站自我消化不转嫁

目前，发起涨价的只是圆通、韵达等主要服务于C2C网店的快递公司，而顺丰、宅急送等中高端市场快递并未调价。主流B2C企业为了凸显品质购物，一般会选择中高端快递企业。艾瑞调查发现，此次涨价对中大型卖家，特别是主流的B2C网站而言，影响暂时还不大。

由于中大型卖家销售的商品一般单价相对较高、单笔订单金额也较高，快递费用通

常会被卓越、京东等 B2C企业作为客户优惠项目免掉。另外，主流 B2C企业大多已建立或准备建立自己的物流团队，因人力、油价上涨带来的物流成本可通过内部控制和架构调整等消化。

抛开快递涨价事件，艾瑞研究发现，近期同样比较受关注的现象是，主流 B2C企业纷纷表示，将把募集的绝大部分资金用于加大对物流环节的投入。典型的例子是麦考林上市成功后，明确表示将斥资 1亿建设物流 IT平台。而在年初 3月份时，京东也曾提出未来三年将投入二三十亿元用于物流建设。在应对快递涨价上，自建物流的 B平台似乎握有更多主动权。

(来源：上海商报)

网上团购小心“上钩”多留个心眼

网购时代，越来越多的消费者加入网上团购大军。但中国反钓鱼网站联盟的专家提醒，最近不法分子充分利用网民的这一消费习惯和心理，频频以“团购”为名实施网络诈骗，网民要多留个心眼。

据中国反钓鱼网站联盟秘书处——中国互联网络信息中心 (CNNIC)统计，10月份该联盟认定并处理钓鱼网站 2763个，同比猛增 85%。其中，网购类电子商务网站是钓鱼网站的重灾区，尤其是团购网站因结算模式特殊、进入门槛低，已成为网络诈骗的主要通道之一。

今年以来，网络团购异常火爆，各类团购网站风起云涌。根据中国电子商务研究中心发布的《2010年中国网络团购调查报告》，截至 8月底，国内初具规模的团购网站已达 1215家，且数量仍在进一步疯涨。易观国际预测，到今年底国内团购市场规模将接近 10亿元。业内人士透露，网络团购模式以低价 (如 2.2折) 有趣的消费模式 (如秒杀) 热点商品 (如 iPhone)等卖点，征服了越来越多的网民。一般团购网站采用预付费的购买方式，网民无法选择“货到付款”等有利于保障权益的交易方式，而且参与人数众多，因此更易被不法分子盯上，且实施网络诈骗的成本更低。

中国反钓鱼网站联盟的专家建议网民提高自我防范意识，尽量选择可信的团购网站；同时，团购网站应积极建立健全事前防范机制。

(来源 深圳特区报)

【交流园地】

齐家网：“百城计划”领跑行业

目前，中国家居类电子商务网站主要分四种类型：家居建材类垂直交易平台、平台综合式购物网站、传统家居建材品牌网上商城、门户类网站的建材频道。其中，家居建材类垂直交易平台所占的市场份额最大，且增长速度最快。据艾瑞网最新数据统计，齐家网（上海团购网）作为中国家居建材类垂直交易平台的领跑者，所占市场份额最高，并已连续两年摘得该类型平台交易额金牌。

据中国建筑装饰协会预计：2010年建筑装饰总产值将达 20000亿元，家装存量将达 8000亿元。来自国家统计局的数据显示：预估 2010年全年中国住宅装饰装修的市场规模在 8000 亿以上。未来家居建材网络购物市场规模提升空间非常巨大。在这样的市场前景下，齐家网于今年 10月提出“百城计划”：第一阶段，在 2013年底前，业务拓展至全国 50座主要城市；第二阶段，2015年底前，做到为全国 100座主要城市提供本地化的家居建材互联网导购信息服务，目标是成为中国家居建材垂直销售领域电子商务强势品牌，成为家居行业领先的同城购物电子商务网站。

(来源：新闻晚报)

红孩儿童装商城 让中国儿童便捷享受国际品质的童装产品

导语：如果消费者听到红孩儿童装商城，以为这是在说红孩子母婴商城，红孩儿的员工不会生气，但他们会很热情地从多个方面耐心解释：

— 红孩儿，或者 REDKIDS, 是早在 1988年就成立的童装老品牌，我们的童装大量出口，多年来一直享誉国际市场；

— 红孩儿有着 22年的品牌积淀，在法国巴黎设有产品开发机构，在中国广州有现代化的童装设计开发中心，集团旗下有许多国内外知名的童装设计师；

— 这些年来红孩儿没做太多的广告宣传，但截至 2010年 9月底，我们的销量已突破了 5000万件！这些衣服叠起来的长度可以绕地球赤道 25圈。我们成绩的取得，靠的是对产品品质的不懈追求和神圣的使命感；

— 红孩儿童装商城致力于成为中国童装电子商务领域的第一品牌。到红孩儿童装商城看看吧，这家童装商城不像红孩子商城那样几乎啥都卖，而是专注地做以童装为主的儿童用品；

为了确定广大消费者不会再混淆，红孩儿的员工会再加一个很形象的说法，红孩儿，不是红孩子，是那个把孙悟空都能打败的能喷火的穿红兜兜的小朋友。红孩儿的品牌 LOGO 是一个小公主和小王子的形象组合，带着些欧洲的贵气，彰显着不凡的时尚气息，这也是红孩儿追求具有国际高水准童装品质的反映。

直到确认消费者明白，此红孩儿，非彼红孩子。而且，他们喜欢让消费者看到红孩儿人对自己产品的自信和自豪。

的确，红孩儿人有理由为他们的产品感到骄傲，他们的高品质童装产品在欧洲、北美及日韩等国际市场上一直有着良好的口碑，而且曾被外经贸部认定为全国童装行业唯一的一家“重点支持和发展的名牌出口商品”；获得过“重点支持和发展的名牌出口产品”称号，以及“中国出口名牌”等诸多称号。

在保持海外事业稳定发展的同时，红孩儿集团近年来也积极开拓国内市场，努力将红孩儿童装品牌打造成为中国儿童消费得起的国际名牌。

在国内市场上，红孩儿童装也绝不降低对产品的国际高品质的追求：

— 红孩儿童装的产品开发中心位于法国巴黎，设计师凭借多年对国际童装服饰多元文化的体验和对本土目标顾客群生活方式的深入调研，细致而全面地把握国际最新流行趋势和脉搏，取其精华，把全新的设计理念融入到红孩儿童装的系列产品。

— 针对婴幼儿对服装产品的特殊需求，红孩儿童装大量采用高科技绿色环保的天然彩棉——未经过化学物质处理，避免了有害物质对人体造成的伤害，更能呵护婴幼儿娇嫩的肌肤。

— 红孩儿童装追求无可替代的真我个性表现，以国际风格诠释都市的活力与自信，线条简约，色彩丰富，动感无限。

在国内市场，红孩儿童装积极导入国际领先的 DWM(沃尔玛 + 戴尔 + 麦当劳) 销售模式，更定下了成为中国童装电子商务领域第一品牌的宏伟愿景，建立红孩儿童装网上商城，通过网络直销，让中国儿童更便捷地享受国际高品质童装产品。

中国童装市场有着高达千亿的市场潜力，且以年均复合增长率 (CARG) 10.8% 的速度在不断增长。随着 80 后父母购物习惯的改变，童装电子商务已经吸引了众多的公司涉足其中，但红孩儿人依然自信。因为，红孩儿童装不但有着 22 年的品牌积淀，有着国际品质的产品保证，更有一支在电子商务领域浸淫多年的精英团队。如果你网购红孩儿童装商城的产品，能从每一个细节体会到这批专业人士的用心，精致的礼品盒式样的包装，仿佛丝带的封装带；打开包装时，你看到的感谢信、优惠券、hellokitty 小皮尺以及精美的产品都按严格的顺序——给你展现，甚至连退货单的格式都进行了细致而周到的设计，每一个细节都以顾客为中心进行了人性化的设计。

秉承“用心沟通，快乐成长”的品牌理念，红孩儿人希望，让中国更多的儿童能更便捷地享受国际高品质的童装，让每一个人的童年都值得回忆。

(由红孩儿电子商务有限公司提供)

建筑成就梦想，筑想网“双推工程”平台推介会显成效

为了配合为 2010年电子商务“双推对接”试点工程的顺利开展，筑想网于 10月 27日、11月 3日、11月 4日、11月 5日，连续举行了 5场“双推工程”平台推介会，旨在结合建筑工程采购进行建筑行业的电子商务业务推广。逾 150家建筑材料和设备企业代表，共超过 300人次出席了推介会议。

推荐会上，公司总经理蔡婷女士结合公司在诸如上海中心、十六铺综合改造工程、铁路上海站、海工大厦等项目的采购顾问业务经验，就国内建筑材料和设备工程应用领域，始终存在的买卖双方之间技术和应用信息的不对称、使用需求的不透明现象做了详细具体的分析。同时，详尽的阐述了针对目前行业内存在的现状，告诉相关企业如何通过筑想网（www.wishbuild.com）的“筑想林”“筑想来”会员服务，系统、科学地解决实际采购决策问题，实现建筑材料和设备领域买卖双方的信息通畅、沟通便捷。

有关企、事业单位与会议组织者一起现场浏览筑想网，观摩了涉及宾馆建筑、办公建筑、精装修住宅等领域共 30个总投资额近 70亿人民币的建筑工程项目采购需求。

推介会场外设置的筑想网多媒体展示区，充分展示了筑想网在工程项目采购决策领域的推进效应，在建筑买家和卖家之间实现沟通无局限、信息通畅的实际效果。与会单位与组织方一同探讨如何推进中国工程建设领域质量和成本控制的方式方法，并对筑想网为此作出的杰出贡献表示认可和期待。

5场推荐会期间，平均 40%的企业签约与筑想网合作，表示愿意共同推进建筑工程采购技术应用市场。与会者对本次双推工程的意义和作用表示赞成和拥护，并衷心祝愿上海各行业的电子商务产业蓬勃发展。

筑想网（www.wishbuild.com）被上海市政府列为 2010年电子商务“双推对接”试点工程试点平台企业。筑想网以“促进性价比高、适合项目特征、节能环保的建筑材料&设备，在工程中的体系化应用；营造公平客观的竞争环境；提供可信赖的材料&设备知识获取和更新平台。”为企业使命，全力为建筑业各界企业提供工程采购优化决策咨询和信息沟通服务。

（由筑想网供稿）

环迅支付 CEO:第三方支付是银行和客户间桥梁

2010中国第四届支付发展峰会现已落幕,围绕第三方支付行业的规范和发展成为金融业和众多支付企业热议的话题,记者采访到第三方支付企业代表环迅支付,环迅 CEO 毛军民和记者分享了对第三方支付发展前景的诸多看法。

毛军民表示,中国经济的发展最终还在依托一大批中小企业的快速崛起,企业之间整体信息沟通是第一步,交易是第二步。交易过程中肯定要解决好企业和企业间的诚信问题、资金安全问题。但中小企业在运营过程中可能会碰到各种各样的难题,虽然它有比较好的 ID,比较好的产品,但是可能企业比较小,诚信有问题,这就需要第三方支付企业发挥作用了。

“单个的企业相对来说抗风险能力是比较低和弱的,依托第三方支付平台,通过一个比较好的方式对众多的中小企业进行评估,帮助他们建立诚信交易,包括资金的整体运营,会为企业实现交易提供可靠筹码。如果能够完善的解决类似于中小企业融资难的问题,那么对整个社会运营效率的提升是非常有帮助的。”毛军民认为。

一个庞大的金融企业需要实行集中管理、集中开发的管理机制,这是保证银行总体运营金融安全的需要。安全的需要和为企业进行细致化解决方案的开发是一个不可调和的矛盾,解决好这个矛盾,需要第三方支付公司要在中间做很多工作。毛军民说:“我一直认定第三方支付是国内金融运营体系的补充,是主流的银行体系和客户之间的一个桥梁。如何把分布在全国甚至是全球各地机构的经营行为比较好的在决策层迅速反映,实现这些结果跟第三方支付公司的努力是分不开的。我们和银行之间建立一个稳定、安全、有效的支付接口,然后再利用我们比较好的开发的能力,深刻的理解企业运营的整体方案,为企业提供量身定制的解决方案,这些都需要第三方支付企业去延伸、去拓展。”

现今,众商家前仆后继,电子商务市场已然硝烟弥漫,第三方支付企业也看准电子商务领域的无限商机。随着国内电子商务的发展和中国经济的快速发展,更多的行业由线下走到线上。毛军民认为,接下来我们的火车票应该比机票拥有更大的容量,因为现在已经从高铁开始在做试点,可能几年以后大家会习惯在网上购买火车票。这些都将会是第三方支付公司今后大力发展的方向。

毛军民说,“环迅支付的理念是提升整体社会经营效率”。目前来看,随着监管政策的强力调控和第三方支付企业的不断创新,第三方支付业务范畴将快速渗透到经济、金融和人们日常生活的各个领域。

(来源:赛迪网)

Paypal 总裁称移动支付是公司未来

11月 29日消息,据国外媒体报道,PayPal 总裁斯科特·汤普森(Scott Thompson)表示,公司的发展未来是移动支付领域。

目前 Paypal 在公司规模上正逐步逼近母公司 eBay。eBay 的交易大多使用 Paypal。今年第三季度 Paypal 占 eBay 总收入的 37%,为 8.38 亿美元,同比上涨 22%,而仅仅在五年前这个数字只有 23%。同期 eBay 的网上交易收入为 14.1 亿美元,同比上涨只有 3%。如果照目前这个速度增长下去,Paypal 将在 2014 年前后超过母公司 eBay,如果真的如它所说将大举进入移动支付领域的话,时间还有可能提前。

汤普森表示,他没指望公司规模会超过 eBay。但 eBay 首席执行官约翰·J·多纳霍(John J. Donahoe)称,Paypal 的最终崛起几乎已成定局。多纳霍在本月表示,Paypal 的目标是市场上所有的电子商务网站,eBay 只是其中一家。

实际上,Paypal 已经在大力拓展移动支付业务。Paypal 正与创业公司 Bling Nation 合作,开发手机非接触支付应用系统。汤普森表示,Paypal 未来的发展将集中在手机支付上,包括手机上网支付和用手机作为移动钱包直接支付。汤普森称,相关设备和技术的发展非常迅速。但 Paypal 仍然需要做大量工作,他预测下一代消费者将会对支票十分陌生。最近一则相关消息是 iPhone 用户可以通过拍摄个人支票朝自己的 Paypal 账户存钱。

尽管如此,Paypal 仍有很长的路要走。Paypal 预计今年将处理约 7 亿美元的移动交易,这个数字还不到其全部交易额的 1%。

同时,在未来几年内,Paypal 还将面临多个竞争对手的挑战。就在本周,VISA AT&T T-Mobile 和 Verizon 共同宣布成立名为伊西斯(Isis)的合资企业。该企业将利用为近场通信技术,让消费者在终端上挥舞手机就能完成支付。谷歌首席执行官埃里克·施密特(Eric E. Schmidt)也用新款 Android 手机演示过这项功能。

除此以外,现在与 Paypal 合作的信用卡公司可能也会成为其在移动支付领域的对手。目前,他们对 Paypal 的成功百感交集。一方面,PayPal 每天为它们带来数百万美元的信用卡交易,但另一方面,Paypal 也威胁信用卡公司不要向用户提供直接用信用卡付款的选项。

分析人士指出,许多公司都试图挑战 Paypal,但都没有取得很大进展。四年前推出的谷歌 Checkout 服务可能是 Paypal 的最大威胁,但它从来没有真正发展壮大过。

标准普尔分析师斯科特·凯斯勒(Scott Kessler)表示,对于 Paypal 的大举领先地位和很难被超越这些问题,很多人无法真正理解和领会。

(来源:搜狐 IT)

责任编辑:王玉,刘俊