



Shanghai eCommerce Association

会员资料

注意保存

电子商务资讯

2011年 1月第 1期 总第 99期

上海市电子商务行业协会主办

目 录

【恭 贺 新 禧】

新年贺词 2

【协 会 动 态】

协会隆重召开第二届四次理事会暨 2010年度全体会员大会 3

市经信委召开上海市生产性服务业统计培训暨 2010年度总结表彰会 4

齐家网探索家装业“标准化”之路

--- 协会应邀参加齐家网举办 2010年度电子商务高峰论坛 4

【政 策 法 规】

央行对第三方支付机构再设门槛 认证细则公布 5

上海信息化“十二五”规划首季出台 6

【行 业 聚 焦】

《第 27次中国互联网络发展状况统计报告》于近日发布 7

2010年国内电子商务格局扰动不断 “千团”大战 商城“吸金” 8

“手机支付”产业日渐红火 上海手机钱包用户超 20万列全国第一 10

2010中国电子商务交易额逾 4.5万亿 同比增 22%..... 11

复合型电子商务人才走俏 12

【交 流 园 地】

环迅支付走过黄金十年 发力付联网布局新十年 12

EBAY中国卖家上演新“水浒” 14

变局中的中国童装市场

--- 红孩儿开辟童装 B2C电子商务新时代 14

【恭贺新禧】

新年贺词

送金虎，硕果丰收千里艳，迎玉兔，宏图再展万年青。在这辞旧迎新之际，上海市电子商务行业协会向各级相关部门领导和各副会长、常务理事及全体会员单位付出的辛勤劳动和倾力支持表示衷心的感谢，并致以最诚挚的新春问候及最崇高的敬意！

2010年是上海市电子商务行业协会稳定发展的一年。协会坚持以科学发展观为指导方针，紧紧围绕服务政府、服务企业、服务会员开展工作，加强自身建设，切实发挥协会的桥梁作用、协调作用、服务作用和引导作用，狠抓落实，努力工作，不断创新。协会以服务为宗旨，充分发挥协会的桥梁纽带作用，通过召开专题会议、开展长三角文化交流、履行政府授权委托职能、开展行业调研等行业内有影响力的活动，提升了协会的社会地位和形象。

2011年是“十二五”时期的开局之年，电子商务有望被列入战略性新兴产业的重要组成部分，成为信息化建设的重心，站在新的起点上，上海电子商务必将迎来更广阔的发展前景。上海市电子商务行业协会将力争在新的一年里，围绕“十二五”规划和市政府有关电子商务发展的方针政策，为会员企业提供更多优质服务，推动企业在新的政策环境下做大做强，带动上海市电子商务行业的健康、规范发展。

最后，祝愿全体会员单位在新的一年里，事业蓬勃发展，财源广进，身体健康，生活美满，平平安安！

上海市电子商务行业协会

2011年 1月

【协会动态】

协会隆重召开第二届四次理事会暨 2010年度全体会员大会

在辞旧迎新——2011 年新春佳节到来之即。上海市电子商务行业协会于 2011 年 1 月 19 日下午，在紫金山大酒店四楼紫金厅召开第二届第四次理事会暨 2010 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刘健副主任、生产性服务业处于成处长、李红兵副处长、信息化推进处周正曙处长、上海市电子商务行业协会王玮会长以及各副会长单位、理事单位、会员单位和相关合作单位等 130 余名代表欢聚一堂。会议由副会长戴佩华主持。

会上，刘健副主任表示市经济信息化委 2011 年将通过政府引导、企业参与，继续推动本市电子商务创新发展和推动本市中小企业成长，实施“双推对接工程”，进一步促进广大中小企业与第三方电子商务平台企业对接，利用平台企业的技术优势、市场资源和规范服务，助力中小企业成长，降低中小企业经营成本，提升市场竞争力，同时带动第三方电子商务平台企业扩大规模和用户资源，提高影响力。

王玮会长在发言中谈到过去的 2010 年中，协会积极开拓协会组织壮大发展的新思路、新途径，与广大会员单位并肩携手、共同奋斗，在上海市经信委等领导部门的关怀、支持下，在理事会成员和全体会员单位的共同努力下，坚持“服务企业、规范行业、发展产业”的宗旨，发挥服务和桥梁的重要作用，在促进行业发展、深化行业研究、服务会员、支持企业实施品牌战略等方面取得了新的发展成绩。2011 年是“十二五”的开局之年，“十二五”时期既是国家新一轮的经济增长期，也是转变经济发展方式的关键阶段。围绕“创新驱动、转型发展”，上海将紧紧抓住“十二五”新的战略发展机遇，着力推进“四个率先”、“四个中心”的建设任务，继续把发展现代服务业作为转变生产方式、调整产业结构的重大举措，大力提升现代服务业等重点产业领域电子商务应用水平，积极扶持第三方电子商务平台发展，扶持中小企业，加快发展依托第三方电子商务平台的中小企业电子商务应用。

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，增选出阿里巴巴（中国）有限公司、上海庙行商业发展有限公司为协会副会长单位，银联商务有限公司为理事单位。

（协会秘书处提供）

市经信委召开上海市生产性服务业统计培训暨 2010年度总结表彰会

1月 14日下午,由上海市经济信息化委生产性服务业处主办的“上海市生产性服务业统计培训暨 2010年度总结表彰会”在海鸥饭店举行。会上市经信委刘健副主任、施兴德副巡视员等领导,对根据各单位 2010年生产性服务业统计工作的组织和完成情况下,评选出的 34家“先进集体”和 34位“先进个人”进行了表彰,其中有 10家为电子商务企业,分别为东方钢铁电子商务有限公司、上海大宗钢铁电子交易中心有限公司、上海电气网络科技有限公司、上海烟草(集团)公司、携程计算机技术(上海)有限公司、上海齐家网信息科技股份有限公司、上海易趣网络技术有限公司、新蛋贸易(中国)有限公司、上海爱姆意机电设备连锁有限公司、号百信息服务有限公司。会议由市经信委生产性服务处李红兵副处长主持。(协会秘书处提供)

齐家网探索家装业“标准化”之路

---协会应邀参加齐家网举办 2010年度电子商务高峰论坛

2010年,是电子商务企业乘风破浪,高歌猛进的一年。齐家网经过 5年的勤奋历练和精心培育,已经成长为中国装修、建材、家居、婚庆等垂直领域最领先的网站之一,奔跑在电子商务发展的最前沿。日前,齐家网举行 2010年度电子商务高峰论坛 --“标准化”家装新变革,上海市电子商务行业协会秘书长王玉应邀出席论坛并发表讲话。

论坛上,王玉秘书长表示凭借诱人的价格折扣、便利的消费体验,团购模式已经成为越来越多网民乐于选择的网络消费方式。团购产品的覆盖范围也迅速扩展至网络消费领域的方方面面,其中,家居建材领域的团购模式已成为相对成熟、并具发展潜力的主要团购模式之一。作为一家集建材、生活、家居消费为一体的专业性导购平台,齐家网通过自主开发电子商务系统,围绕家居建材类非标准定制服务产品,为用户提供一站式家居消费导购服务;同时,作为第三方电子商务公共服务平台,又促进了家居建材中小企业电子商务的普及和推广,降低了这些中小企业的商务运营成本。仅用五年时间齐家网实现了从创立网站到年交易额过 30亿的跨越式发展,并逐步成为家居建材类电子商务的领军企业。

齐家网总裁邓华金围绕“标准化家装变革”主题,梳理家装行业标准化进程,提出了变革方向展望。邓华金表示,将在 2011年投资 2亿元建设全国物流体系,同时投入 8000万元进行系统升级,投入 1亿元进行网络 and 传统媒体营销。齐家网的发展历程,陪

伴着全国范围内各大家居建材商家的快速成长，并助力传统家装企业打通电子商务渠道，为其铺就迅速发展腾飞之路。

据了解，齐家网借助强大的技术系统相继推出“装修助手”“装修管家”等创新服务产品，旨在让消费者轻松、放心地完成家庭装潢消费，帮助他们购买到更便宜、更合适他们的家居产品。同时也让商家更好地把握市场动向与需求，借力电商平台迅猛发展。2010年10月，齐家网推出“百城计划”：第一阶段，在2013年底前，业务拓展至全国50个主要城市，第二阶段，2015年底前，做到为全国100个主要城市提供本地化的家居建材互联网导购信息服务。

2010年12月，全球最大的中文搜索引擎百度投资齐家网，此番合作将通过百度在搜索引擎上的领先优势，以及齐家网在此行业中多年的经验与创新及贴心的服务，让更多的消费者从中获益。齐家网的目标是成为家居建材领域电子商务第一品牌，成为家居行业最大的同城购物电子商务网站。（协会秘书长提供）

【政策法规】

央行对第三方支付机构再设门槛 认证细则公布

继《非金融机构支付服务管理办法》后，中国央行再对第三方支付机构增设管理规定，央行1月17日发布的《非金融机构支付服务业务系统检测认证管理规定》（征求意见稿）要求，申请《支付业务许可证》的非金融机构或支付机构，需进行业务系统技术标准符合性和安全性检测认证。

上述管理规定要求，非金融机构在申请《支付业务许可证》前6个月内应对其业务系统进行检测认证；支付机构应根据其支付业务发展和安全管理的要求，至少每两年对其被核准的业务系统进行一次全面的检测认证。

文件要求，业务系统检测应包括但不限于：功能测试，验证业务系统的功能是否正确实现，测试其业务处理的准确性；风险监控测试，评估业务系统的风险监控、预警和管理措施，测试其业务系统异常交易、大额交易、非法卡号交易、密码错误交易等风险的监测和防范能力；性能测试；安全性测试；文档审核。

（来源：中新网）

上海信息化“十二五”规划首季出台

1月 22日在沪开幕的“ IEC2011信息化时代企业发展论坛”透露,上海信息化“十二五”规划正加紧研究编制,预计在今年一季度内定稿出台。参与规划的市信息化专家委员会有关负责人向数百名与会代表介绍,加快数字化、网络化、智能化的“智慧城市”建设,是这份“十二五”专项规划的主要内容。

据市经济和信息化委透露,历经“九五”、“十五”、“十一五”建设,上海城市信息化水平已全面超过发达国家平均水平,部分达到了先进水平。全市信息产业从“十五”末的 5000亿元规模,快速增至“十一五”末的近 9000亿元,且其中的软件和信息服务业板块增速快于信息产品制造业。同时,申城互联网出口带宽实现了数量级的增长,互联网普及率也在最近五年内从 45%提高到 68%。目前,沪上电子商务年交易额已达 4000 亿元左右。

在此良好基础上,“十二五”期间,上海将更进一步,大力推进“智慧城市”建设,全面提高城市信息化水平。目前已基本明确 40字指导思想,即“加大投入、强化基础”,“融合发展、提升效率”,“创新引领、自主发展”,“完善制度、保障安全”,以及“城乡一体、普遍受益”。

专家表示,上海建设“智慧城市”内涵丰富,基本涉及 10个方面、共 40多项任务,其中不乏企业界和普通民众关注的亮点。比如,上海将继续加强信息化基础设施的集约化建设,让宽带网络不断提速,并拓展物联网数据中心,打造亚太云计算中心,提升超级计算机信息处理能力。又如,上海将汲取世博会城市管理经验,提高城市服务能力,包括推广城市网格化管理,并加强城市水务、电力系统的信息化管理。再如,上海将实施“数字惠民”行动,涵盖数字教育、数字健康、数字社区、数字体育等数字工程。

(来源:中国上海)

【行业聚焦】

《第 27 次中国互联网络发展状况统计报告》于近日发布

2011年 1月 19日，中国互联网络信息中心（CNNIC）在京发布了《第 27 次中国互联网络发展状况统计报告》（以下简称《报告》）。《报告》显示，截至 2010年 12月底，我国网民规模达到 4.57亿，较 2009年底增加 7330万人；我国手机网民规模达 3.03亿，依然是拉动中国总体网民规模攀升的主要动力，但用户手机网民增幅较 2009 年趋缓；最引人注目的是，网络购物用户年增长 48.6%，是用户增长最快的应用，预示着更多的经济活动步入互联网时代。

网民规模突破 4.5亿大关 上网设备呈多元化发展

《报告》显示，截至 2010年 12月底，我国网民规模突破 4.5亿大关，达到 4.57 亿，较 2009年底增加 7330万人；互联网普及率攀升至 34.3%，较 2009年提高 5.4 个百分点。我国手机网民规模达 3.03亿，较 2009年底增加 6930万人。手机网民在总体网民中的比例进一步提高，从 2009年末的 60.8%提升至 66.2%。手机网民较传统互联网网民增幅更大，依然构成拉动中国总体网民规模攀升的主要动力。

我国网民上网设备多样化发展，笔记本电脑上网使用率增速最大。《报告》显示，2010 年，网民使用台式电脑、手机和笔记本电脑上网的占比分别为 78.4%、66.2%和 45.7%，与 2009年相比，笔记本电脑上网使用率上升最快，增加了 15 个百分点，手机和台式电脑上网使用率分别增加 5.4%和 5%。

商务应用持续“领跑”网络 网络娱乐渐入平稳期

当前，娱乐类应用在我国网民网络应用中呈现下滑势趋势，电子商务类互联网应用则成为我国互联网经济发展最快、最迅速的主力军。

《报告》显示，网络购物用户年增长 48.6%，是用户增长最快的应用，而网上支付和网上银行也以 45.8%和 48.2%的年增长率，远远超过其他类网络应用，我国更多的经济活动正在加速步入互联网时代。

与电子商务类应用规模和模式的快速增长，网络娱乐进入相对平稳的发展期。《报告》显示，2010年大部分娱乐类应用渗透率均已下滑，网络音乐、网络游戏和网络视频的用户渗透率分别下降 4.2%、2.4%和 0.4%，用户规模增幅相对较小。

中小企业试水“网络营销” 基础网络安全不容忽视

当前，中小企业纷纷试水“网络营销”。《报告》显示，中小企业互联网接入比例达 92.7%，规模较大的企业互联网接入比例更是接近 100%。43%的中国企业拥有独立网站或在电子商务平台建立网店；57.2%的企业利用互联网与客户沟通，为客户提供咨询服务；中小企业电子商务/网络营销应用水平为 42.1%，其中电子邮件以 21.3%的比例成为“最普遍的互联网营销方式”。

随着政府对网络安全问题集中治理力度的不断加大，络安全问题有了明显的改善，但形势依旧严峻，问题仍不容忽视。《报告》显示，2010年，遇到过病毒或木马攻击的网民比例为 45.8%；有过账号或密码被盗经历的网民占 21.8%。

《报告》认为，随着国家域名的网络安全保障机制进一步完善，网络与信息安全事件的发现和处置能力大大增强。但是，防范和杜绝网络安全问题，消除网络失信行为，更需要权威第三方机构的介入，从网站身份核验、数据传输加密等层面，形成“打防并举、注重防范”的格局，帮助网民和网站建立起各类综合防范机制。

（来源：新浪网）

2010年国内电子商务格局扰动不断 “千团”大战 商城“吸金”

2010年，国内电子商务的“湖面”被投进了一颗颗石子，市场格局出现了多年不见的扰动。种种迹象表明，尽管“网购”已经成为亿万人生活的常态，但随着各种新模式、新玩家的不断入局，电子商务的天下远未到平定之时。

要说今年的国内电子商务，最大的亮点无疑是两件事——团购网站的骤然兴起，以及 B2C商城在资本市场的傲人表现。

在今年前，“团购”的概念还没有出现在电子商务的“词典”中。根据咨询机构 CNZZ 的统计，年初，国内团购网站还只有个位数，但 3 月份便形成“百团大战”的局面，到了年底，全国团购网站数量直逼 1000 关口。短短 1 年，从无到有，团购网站成长惊人。

“千团大战”的硝烟，起于大洋彼岸。Groupon——这个目前全球最成功的团购网站，正吸引着无数人的眼球和口水。Groupon成立不过2年，但春天，其估值就已达到13.5亿美元，成为史上最快跨越这一门槛的互联网企业，而11月，随着谷歌一纸60亿美元的收购意向被它否决，Groupon的价值应该已飙到不可想象的高度。

中国互联网素有“以美国为师”的传统，这次自然不会例外。大家争相圈地，并希望尽早获得风险投资的青睐，确立资金优势。更何况以Groupon为代表的团购类网站，后台系统的技术要求不高，有说“只需掏3000元买一套软件”，就能搭起像模像样的框架。天时地利，加上“团民”汹涌，团购不热也难。

不过，就像速生林里不产好木材，团购网站火得太快，也使行业中的种种隐患迅速暴露。这些网站不仅同质化倾向明显，更重要的是，团购的预付费模式埋下了诚信的陷阱。特别是年末时，深圳一家发起团购佳能相机的网站在卷款后失踪，经媒体轮番报道，引发了行业信任危机。据艾瑞咨询的分析师表示，目前，以“糯米团”、“拉手”、“饭团”等为代表的团购网站领军格局雏形初现，未来，国内团购市场将逐步从无序向有序发展。

专家把团购这种“消费者向企业叫板”的模式总结为C2B，巧的是，今年国内电子商务的另一大亮点正好发生在B2C领域，也就是商城类网站。

B2C电子商务并非新生事物，但今年，一批老牌电子商城都通过资本市场的“补血”而实力大增。1月底，京东商城在其第三轮融资中获得1.5亿美元，创下近年来国内互联网企业的融资纪录。到了年末，更有麦考林和当当网在美上市，并在开盘当日取得巨幅上涨。总体来看，今年国内电子商城“吸金”能力惊人，据艾瑞咨询的统计，全年，国内B2C网站吸收投资逾5亿美元，5倍于火爆的团购网站。预计明年，商城还可能迎来新一轮IPO上市热。

B2C商城对真金白银的吸附力，正说明了他们相对成熟的商业模式得到了市场的肯定。有了资金后盾，近期，京东和当当围绕图书价格掀起了一场白刃战，为全年热闹的电子商务市场再添火爆结局。

事实上，除了“团购圈地”和“商城吸金”，2010年的中国电子商务市场还有一些值得关注的事件：例如，随着“淘宝商城”的强势出击，一些原本自建网店的企业开始考虑攀附这棵“大树”，这可能会深刻改变中国电子商务“小站林立”的格局。再如，原本持观望态度的两大商业巨头——苏宁和国美，今年大张旗鼓地建起了自家的网络销售平台，他们未来的一举一动，肯定会掀起不小的波澜。当然，今年快递业出现罕见的

大规模“爆仓”，网购商品因此普遍积压；而麦考林在风风光光地上市后，立马遭遇集体诉讼，这些事件，也为“给力”的2010中国电子商务蒙上了阴影。

据中国社科院的《商业蓝皮书》预计，今年，国内网购交易额将达到5000亿元，这将是连续第3年实现翻番式增长。随着网民数量的继续增长，商业模式的不断创新，特别是当中央有关部委将电子商务划入“十二五”的战略性新兴产业，国内电子商务的明天依然值得期待。

(来源：文汇报)

“手机支付”产业日渐红火 上海手机钱包用户超20万列全国第一

刷手机坐地铁、刷手机喝星巴克、刷手机逛南京路、甚至不久的将来到菜市场买菜也能刷手机……随着本市电子商务产业的迅猛发展，在后世博效应带动之下，上海的“手机支付”产业红红火火。记者日前获悉，沪上的三大运营商均已涉足手机支付业务，上海手机钱包的用户数已经超过20万户，列全国第一。在网上支付、电话支付等众多新兴支付渠道中异军突起，成为沪上“智慧城市”建设不可或缺的一翼。

早在去年2月，上海电信在南京路步行街发布了手机刷卡业务，办理了该业务的上海电信用户只需刷手机即可在南京路上50多家指定商户内消费购物。世博之后，上海电信宣布将大举进军手机支付领域，计划一期铺设1万台用于“刷手机”的POS机，目标3万台POS机覆盖上海全市。如今，在上海的农工商超市、家乐福、乐购、巴黎春天百货等数千家商业场所，都已经安置了有中国电信“翼支付”标志的POS机。上海电信还已与同济大学等高校签约，今后，刷手机打饭、刷手机进宿舍将成为校园一景。

上海移动方面，在2010上海世博会上，上海移动以RFID物联网技术为基础，推出了世博会历史和通信行业双首创的世博“手机门票”，通往世博园区的500辆直达专线公交车和11条地铁线路全部280多个车站也均可刷手机。另外，目前本市麦当劳、星巴克、味千拉面、巴贝拉、卜蜂莲花、可的便利、好德便利、喜士多店等2000个零售渠道也都能刷移动手机。最近，中国移动成功入股浦发银行，更给了人们以中国移动通过借道浦发银行的金融资源，大举进军手机支付的巨大想象空间。而中国联通则主攻NFC（近距离通讯）技术的“刷卡手机”，据悉，这种手机内置了公交卡账户，在乘公交车、轨交、出租车时，可直接“刷手机”扣费。目前，上海联通的NFC刷卡手机也已经覆盖包括巴士、地铁、出租车公司、高速公路收费站等多个渠道。

手机支付是一个长长的产业链，一头连着众多商家和用户，一头连着三大移动运营商，而中间一头还涉及到硬件芯片等设备提供商和第三方支付企业，而这一中间环节，给予广大科技型创业企业巨大的拓展空间。如今，手机支付的中间环节在上海已经崛起有锦诺信息科技有限公司、复旦微电子股份有限公司、瀚银科技公司等手机支付解决方案提供商。以成立不到 3 年的上海锦诺信息科技有限公司为例，这家由深圳创投入股的创业型公司，2010 年经营规模才 3000 多万元，2011 年规模将突破 1 亿元，目前已有多家风投企业表达了投资意向。

据专家预计，参照日本市场手机支付用户约 50% 的渗透率，未来几年内，我国 8 亿多手机用户将有 4 亿用户会使用手机支付功能，在上海这个拥有超过 2000 万手机用户、社会消费品零售总额全国第一的特大型城市当中，按照平均每笔交易金额 200 元估计，每人每年手机支付两三笔就能产生百亿元级的消费市场。未来，一旦手机支付的安全性能得到进一步保障，手机支付产业链各部门的竞争更加有序规范，家电、餐饮甚至购车等大宗消费，都能够通过手机支付完成。

（来源：中国上海）

2010 中国电子商务交易额逾 4.5 万亿 同比增 22%

来自商务部的一组官方数据显示：2008 年中国的电子商务交易额达到 3.1 万亿元人民币，网络购物交易额达到 1257 亿元人民币；2009 年中国的电子商务交易额达到 3.8 万亿元人民币，网络购物交易额达到 2586 亿元人民币，同比分别增长 21.7% 和 105.8%。

现据国内知名电子商务第三方研究机构中国电子商务研究中心即将发布的《2010 年中国电子商务市场数据监测报告》数据显示：截止到 2010 年 12 月，中国电子商务市场交易额已逾 4.5 万亿，同比增长 22%。其中，B2B 电子商务交易额达到 3.8 万亿，同比增长 15.8%，增速有所放缓，但行业整体仍保持稳定发展态势；网上零售市场交易规模达 5131 亿元，同比增长 97.3%，较 2009 年近翻一番，约占全年社会商品零售总额的 3%。

此外，报告还预计：在未来两年内我国网上零售市场交易规模将会步入全新阶段，全年交易额有望首度突破 10000 亿元“大关”，约占全年社会商品零售总额将达 5% 以上。

（来源：证券日报）

复合型电子商务人才走俏

团购火爆、微博大热，互联网行业在刚过去的 2010 年风生水起，电子商务人才随之走俏。智联招聘日前发布的《2010 年人才供需情况盘点报告》显示，全国互联网电子商务类职位日均在线招聘数量呈逐月上升趋势。专家表示，这股势头在 2011 年将只增不减。

有数据显示，2010 年第三季度中国网络购物市场交易规模已达到 1210 亿元，同比增长 76.9%。越来越多的传统企业借助网络平台进行商务应用，这股潮流势不可挡。不过，相应的既懂互联网技术，又了解传统行业操作环节与客户体验的复合型人才，却远远跟不上需求的增长。智联招聘日前发布的《2010 年人才供需情况盘点报告》，全国互联网电子商务类职位日均在线招聘数量呈逐月上升趋势，从 1 月份的日均 35841 个骤增至 11 月份的日均 82322 个。然而，申请职位人数并没有呈现同比例的增加，平均每个职位申请人数有所下降，给企业招聘带来了难度。

业内专家预计，随着 2011 年互联网行业的日前兴盛，对相关人才的需求量将再创新高。除了网络工程师、网管、网络安全、产品经理等技术类人才外，复合型商务应用人才如销售运营管理、市场推广、用户体验师、呼叫中心和上下游管理等人才将更加“吃香”。

(来源：解放日报)

【交流园地】

环迅支付走过黄金十年 发力付联网布局新十年

伴随着中国电子商务的普及，我国电子支付市场经历了十年的快速发展，目前已经成为中国金融支付体系中重要的组成部分。央行支付结算司司长欧阳卫民不久前表示，电子支付是先进生产力在金融领域当中的代表，电子支付对于未来金融业的影响是非常巨大的，也非常深远。

10 年的时间，国内电子支付行业从借助简单的网关软件蹒跚起步，到呈现燎原之态，势不可挡。回顾这“黄金十年”，国内电子支付行业大体上经历了混沌之初、百花齐放和转型升级三个阶段。

在混沌之初的 2000-2003 年，电子支付行业致力于为中国电子商务提供网关服务，

解决基础资金流问题。1998年，是中国电子商务的发展元年。环迅支付（在本世纪初成为首批提供第三方电子支付平台的企业之一。环迅支付于2001年成为当时国内唯一提供Visa和MasterCard在线实时支付服务的平台，截止2003年，环迅支付已经成功的与国内20家主流银行建立了支付接口，成为当时国内签约银行最多的支付企业。

2004-2006年，是电子支付行业百花齐放的三年。面对电商企业不断增加的在线支付需求，中国电子支付企业开始在原先单纯的网关支付的基础上研发多样化、多类型的支付产品，让企业可以选择到适合自己业务的支付产品，满足持卡人的多样化需求。

环迅支付在这一时期不仅仅是大力研发各种支付产品和拓展多种支付工具，同时开始广泛结盟合作伙伴，并且开始关注电子支付过程中的风险控制问题，环迅支付在2004年成为中国首家“VISA全球电子商务安全计划中国区战略合作伙伴”，2005年环迅支付成立了业内首家风险控制中心。

2007年以后，电子支付行业进入转型升级时期。在这一时期，国内领先的电子支付企业在产品多样化上的布局已经基本完成，为了满足来自各行业的呼声，电子支付企业开始不断深入到不同的行业中，为行业开发定制化的资金解决方案。

为应对中国即将到来的3G时代，环迅支付于2007年即率先研发了WAP手机支付应用解决方案，并于2008年率先通过了国际支付卡安全最高标准PCI-DSS。而针对近年来电子支付行业风险增加这一情况，2009年，环迅支付率先推出了具有国际领先水平的信用卡风险控制系统，并成功的帮助包括南方航空在内的多家航空公司有效的降低了国际信用卡支付中的风险问题。

“下一个十年，希望电子支付行业能够带动电子商务，并实现电子支付的跨行业整合。”这是环迅支付CEO毛军民对电子支付未来的憧憬。环迅自主研发的付联网（航迅版）的正式上线，使毛军民的梦想变成现实。“付联网”在电子支付平台上引入了行业资源整合模式，是电子支付针对行业提供解决方案的“升级版”，将为中国大量传统企业的电子商务化转型提供帮助。

业内分析人士认为，目前国内第三方支付产业已初具规模，但在整合方面还有差距。“付联网”这样的行业整合概念不仅仅是某个单一的支付工具或者解决方案，它将引导经营习惯和模式的变化。下一个十年，希望电子支付的创新能够以提升整个社会的运行效率为目标。

（来源：环迅支付）

eBay中国卖家上演新“水浒”

全球最大的电子商务平台 eBay近日在厦门召开年度中国卖家盛典,以“聚义水浒”为主题,表彰在 2010 年度表现杰出的卖家。共颁出了包括年度买家满意度奖、科技分类及时尚分类最佳销售奖、国际货运最佳奖、货真价实奖和最佳大商户奖等在内的 11 个项奖,每一位获奖卖家都被赋予了一个水浒英雄的身份,也贴切地展现了 eBay 卖家白手起家靠努力奋斗在 eBay上打拼出一片天地的经历。2010年,在 eBay交易额最高的中国卖家年交易额已经超过上千万美元。

2010年,eBay携手中美邮政推出了国际 E邮宝,打通了中美之间的物流服务,同时大力发展海外仓储服务,还与多家中国知名品牌商合作,把中国品牌推广到全世界,包括国内最大的运动品牌——李宁,休闲服饰领导品牌——美特斯邦威、堡狮龙、佐丹奴、梦芭莎,以及饰品龙头企业——新光饰品等。eBay大中国及亚太区跨境业务首席执行官廖光宇表示:“随着 eBay中国跨境业务的发展,会有越来越多的卖家在 eBay平台上取得成功。”2011年,eBay将加大垂直发展的力度,在科技和服饰等几个重点分类中做深做强。譬如,科技类产品怎样迎合买家浏览产品方式上的改变;怎样提供方便的退换货和合适的物流仓储方式;怎样迎合海外买家的市场需求并增加在海外站点的物品曝光机会等等,最终为海外买家提供更多的物品选择,带来更大的价值和保证良好的买家体验。

(来源:解放日报)

变局中的中国童装市场

---红孩儿开辟童装 B2C电子商务新时代

从八十年代到二十一世纪,中国童装在各个方面发生了翻天覆地的变化。早期的无品牌到渐渐品牌多样,服务完善;早期的百货业态为主的渠道,转变为商场渠道再到 2000 年以后开始崛起的专卖店渠道;早期的棉麻粗布慢慢向化纤等过度,再回归到更高质量的棉、化纤等,对童装的安全检查也提升到了非比寻常的高度;早期的没有款式到品牌服装争奇斗艳,孩子们开始了五彩缤纷的彩色童年。

中国童装市场的机遇与竞争

进入 20世纪 80年代后,新中国第二次人口生育高峰中出生的人群陆续进入生育年龄。这一代人就是独生世代的开始——80后。从 1979年实行计划生育到现在已经 30

年了，如今这一代独生子女已经长大成人，开始为人父母，由其第二代引发的第四次生育高峰也由此到来，这对于童装行业的发展无疑产生着巨大的影响。

有专业机构预测，今后每年新生儿的出生率将保持较高幅度增长，未来十年，童装市场消费需求将呈现一个稳步上升的趋势。在童装市场进入新一轮发展期，随着童装品牌市场的成熟，童装的品牌消费将成为主流，红孩儿认为尤其是知名度较高或市场较成熟的品牌，将成为孩子和家长首选购买的目标，这无疑决定了童装市场将更趋向品牌化、个性化和时尚化，并逐渐与世界接轨。

现如今，中国国内童装市场的格局大致是，国内国外品牌各占国内市场的一半。国内厂家占有的 50% 份额中，顶多只有 30% 拥有品牌，70% 处于无品牌竞争状态。而国外品牌占据的 50% 市场份额中，几乎集中在一线中心城市市场。

童装虽然在我国整个服装市场中所占份额不大，但竞争激烈。国外品牌几乎垄断了童装高端市场，赚取高额利润，在国内排名前 10 位的品牌中，国产品牌占有率仅 30%，其他均为外资或合资品牌。如美国的米奇妙、史努比，法国的贝纳通，日本的巴布豆及我国的红孩儿等品牌。

在这样一个机遇和大潮流下，如何把握自身发展，红孩儿认为，首先要认清局势，然后要抓准消费者心理，最后是参考自身状况制定最优发展方案。

中国童装消费需求变化

随着家庭收入的进一步提高，以及城市居民逐步达到小康生活水平，中国童装市场的消费需求已由过去的满足基本生活的实用型开始转向追求美观的时尚型，消费者对童装需求趋向潮流化、品牌化、个性化，也拥有这样的购买能力。

80 后具有与其他时代时代不一样的消费观念：他们追求独立，追求高品质生活，群体影响巨大但潜移默化，因此喜欢独自做出决策，不会轻易受他人意见左右。他们是 QQ 族、新新人类，玩街机，穿 Nike Adidas，喜欢网购，从小就对品牌有着很深的认同感，是穿着品牌服装长大的一个群体。这一代人更加追求自我，更喜欢标新立异地扮酷。

同时，随着人文学科的深入发展，和国际性交流的加强，越来越多的设计师开始关注色彩在童装设计中的运用，大多数童装设计师认为正确利用色彩能够创造出对于生产者和消费者均有利的时尚，童装时尚不仅仅要注重原料、设计、款式上的创新，更加需要从儿童的消费心理层面上进行创新，利用色彩抓住孩子们眼球、打动孩子们父母，从而树立品牌效应。基于对色彩影响消费者购物行为的认识，在 2010 年 8 月 27 日，红孩

儿加入了中国流行色协会，这也是童装领域重视色彩设计与专业机构合作的标志性事件。同时“中国童装时尚新品发布基地”也正式落户红孩儿集团，未来中国童装专业时尚将由与红孩儿共同引领。

红孩儿携手网络营销

在新的童装渠道方面，随着消费者的网上购买需求和电子商务的迅速崛起，也给企业带来了巨大的商机和发展潜力。随着网络的快速发展，网络购物和网上支付受到普遍欢迎，特别是最近一直热炒的团购。由于电子商务商务流程的电子化、数字化，减少人力、物力，降低了成本，而且突破了时间和空间的限制，使得交易活动更加频繁、活跃，这些都促使电子商务被广泛运用。

随着电子商务的崛起，企业已经自觉不自觉的参与到了其中。童装陆续登上大型电子商务平台，但专业童装电子商务，红孩儿童装商城是第一家，也是首创。我们抓准了这个时机，也拥有坚实的基础，希望能通过我们的努力，为消费者带来更多便利。

红孩儿知道，品牌在具备影响力之前，还有几步路要走，首先是构成品牌的基础——产品，只有确保质量可靠，才能打好基础。红孩儿童装创立于1988年，经历了二十二年的市场洗涤，始终坚持质量第一、信誉至上的生产管理和经营理念，专业从事于儿童品牌服饰研发、生产和销售，在质量上绝对靠得住。在各地已有为数不少的专卖店，至2010年9月全国销量突破五千万件，得到了中国各地妈妈们的信任和孩子们的喜爱。其次，针对互联网这个平台，红孩儿童装独创了一体化的童装价值链。这个价值链致力于将童装设计、品牌推广、网络销售、客户服务这些关键环节连成一个主体链，每一个关键点都服务于其他环节，从而使反馈更加及时，以获得优质的客户体验。22年研究、生产和销售童装的历史，让红孩儿能够更加专业的满足少年儿童自身特点需求，进而打造出平价高质的童装产品，给客户提供更切实需要的产品和服务。

在电子商务飞速发展的今天，红孩儿抢抓先机，稳重求胜，以一流的产品，一流的服务呈现给社会大众。红孩儿在不断发展的同时，力争以最快的出货速度、最流行的童装款式、最低的综合运营成本为目标，构建以“一体化童装价值链”为特征的运作体系，为中国童装自有品牌的电子商务领域开辟出自己的一片天地！

(由红孩儿电子商务公司提供)

责任编辑：王玉，刘俊