



Shanghai eCommerce Association

会员资料 注意保存

电子商务资讯

2011年 2月第 2期 总第 100期

上海市电子商务行业协会主办

目 录

【协 会 动 态】

协会参加 2011年电子商务“双推”工作第一次会议 2

协会多家会员单位荣获商务部电子商务示范企业 3

【专 题 报 道】

放眼“十二五” 电子商务如何闻“机”起舞？ 3

【动 态 监 测】

2010年第 4季中国网上零售市场规模 1728亿 6

艾瑞视点：2010年 12月中国团购网站周访问人数超过 B2C商城 7

【行 业 聚 焦】

上海市加强网购平台监管 将建网络商品准入制度 8

宝山成立首个区级创业园 8

第三方支付扩容 “申照”企业等待准生 9

法媒：2013年中国电子商务发展将列全球第一 10

移动电子商务发展还需依靠移动支付发力 11

【交 流 园 地】

一号店去年销售额超 8亿 预计两三年后开始盈利 13

携程网购机票全年营收激增 39% 14

PAYPAL预计 2013年营收将增一倍 达到 70亿美元 14

京东商城携手全国电子商务企业签署“诚信经营倡议书” 15

【协会动态】

协会参加 2011年电子商务“双推”工作第一次会议

为进一步做好 2011 年推动电子商务平台企业创新发展、推动中小企业应用电子商务平台工作（简称电子商务“双推”工作），扩大试点工作成果。2月 21日上午，市经济信息化委生产性服务业处组织召开了 2011 年电子商务“双推”工作第一次会议，市经济信息化委信用管理处、市电子商务行业协会、市中小企业办、软件评测中心、信咨公司相关负责人应邀参加了会议。

会上，生产性服务业处张璐璐向参会各方汇报了 2011 年度电子商务“双推”工作的主要内容、任务分工及目前进展情况。生产性服务业处于成处长针对有关重点工作进行了部署，并提出具体节点要求，参会各方就各自工作交流了想法和建议，还表示在总结 2010 年双推工作不足同时，今年将继续聚焦本市重点发展的产业、领域，通过自主申报、专家评审方式遴选认定一批具有规模且有发展潜力的第三方电子商务服务平台，采用“政府贴一点、平台企业让一点、中小企业出一点”的方式，推动、扶持中小企业依托专业化的第三方电子商务服务平台开展电子商务活动，同时推动第三方电子商务服务平台做大做强。

据悉，2010 年全市有近 5800 家中小企业享受到了优质便捷的第三方电子商务服务，其中不少中小企业在应用电子商务平台的过程中提高了管理运营效率，拓展了市场范围；同时，参加试点的电子商务平台企业也扩大了市场规模，得到了较大发展。

（协会秘书处提供）

协会多家会员单位荣获商务部电子商务示范企业

近日，根据《商务部关于开展电子商务示范工作的通知》(商商贸发[2010]428号)要求，商务部于2010年11月20日起开始接受各省级商务主管部门电子商务示范企业申报工作，最终收到全国155家企业的申报材料。商务部组织专家组按照公平、公开、公正的原则，根据《电子商务示范企业创建规范(试行)》，对申报企业进行了认真审查研究，最终拟确定了北京、上海、浙江、天津、河北、江苏等23个省市的87家企业为商务部电子商务示范企业，其中，在上海市的10家示范企业中，有8家企业为协会会员单位，分别为东方钢铁电子商务有限公司、上海钢联电子商务股份有限公司、新蛋贸易(中国)有限公司、上海携程商务有限公司、上海东方希杰商务有限公司、亿贝管理(上海)有限公司、百联电子商务有限公司、上海家帝豪电子商务有限公司。

(协会秘书处提供)

【专题报道】

放眼“十二五” 电子商务如何闻“机”起舞？

由工信部、发改委等九部委联合制定的电子商务“十二五”规划初稿已草拟完毕，根据规划初稿，预计到2015年，电子商务交易额将翻两番。“十二五”期间，电子商务将被列入战略性新兴产业，作为新一代信息技术的分支，它将是下一阶段信息化建设的重心，对转变经济发展方式、促进产业转型升级将发挥重要作用。推动电子商务的普及；推动大型工业、商贸物流、旅游服务等传统企业电子商务应用深化；提高网络采购、销售水平；促进移动电子商务市场发展；建立严谨电子商务规范体系都将成为电子商务“十二五”规划的重要内容，在政策环境的利好下，电子商务如何闻“机”起舞？

电商服务业：拓展大型企业市场

近几年，我国电子商务服务商大量涌现，服务对象多集中于中小企业。一方面由于中小企业在发展过程中，资金、技术、人才匮乏，亟须能够提供成本低、性能高的电子商务平台；另一方面，电子商务服务商在市场秩序、信用等方面的欠完善，也使传统大型企业的商务交易应用不够广泛。中小企业电子商务的发展多靠外包的方式委托给电子商务服务商，而电子商务服务商也为中小企业提供了网站建设、包装、市场定位等网上服务。

“十二五”规划的制定，将进一步从政策层面和操作层面规范电子商务服务商市场

秩序，引导电子商务服务商有序、健康发展。电子商务在降低企业成本、整合企业产业链上资源方面的优势日益显现。面对金融危机之后全球产业的深度调整和全球信息化的大趋势，我国传统大型企业对产业链的整合和成本降低的需求也日益显现，电子商务不仅仅是一种顺势而为的时尚，更为企业的战略转型和深度整合发挥至关重要的作用。

2010年，许多大型企业涉足电子商务市场并且发展迅猛，苏宁、李宁、银泰百货等传统企业或品牌在电子商务上的表现都令人注目。未来几年，大型企业借助传统实体的供应链资源和品牌优势，将会在电子商务应用的深度和广度上继续延伸，而电子商务服务商在对消费者在线购物需求和行为模式掌握中积累的经验，也将为传统大型企业发展电子商务提供有益的帮助。可以预见，“十二五”期间，电子商务服务商的服务对象将进一步拓展，有关部门预计，到“十二五”末期，网络购物交易额将达到我国社会消费品零售总额的 5%。这也预示着我国电子商务的市场规模在 2015年之前将达到 1万亿元以上，市场潜力巨大。

第三方支付：合作中寻求发展

2010年，电信运营企业纷纷推出移动支付业务，积极与银联以及第三方支付平台合作；中国人民银行出台《非金融机构支付服务管理办法》，要求第三方支付企业申请取得《支付业务许可证》；被称为“超级网银”的央行互联网支付系统也于去年 8月份上线。可以看出，伴随电子商务的快速发展，第三方支付行业已经在逐渐形成一个可监管的多元化发展体系。

这套体系将为第三方支付企业在“十二五”期间的发展带来新挑战和机遇。门槛的设置和牌照的发放为符合资质的第三方支付企业提供了稳定、有保障的发展环境，使有实力的企业保留下来。没有取得牌照之前，很多非金融机构第三方支付企业担心政策的变动给公司的发展带来损失，或有患得患失的心理，牌照像一颗“定心丸”。而行业的多元化发展则有利于第三方支付企业各展所长，充分进行市场竞争，从而提高整个行业的水平。

挑战则在于对第三方支付行业的监管，在企业注册资金、托管资金余额、技术安全等方面设置了较高的门槛，一些资质过差的地方性小企业将面临被淘汰的局面。因此，地方性小企业与其花费大量资金去解决资金、技术方面的问题，不如根据自身特点和第三方支付企业直接合作，在合作中寻求发展，这或许成为这些企业的一条出路，将有效避免因一哄而上、恶性竞争而毁掉整个行业。

网络信息安全：保驾护航的使者

电子商务的高速发展在带来巨大商机的同时，也让网络和信息安全的保障问题被提升到了更加突出的位置。

电子商务网络信息安全标准、法规需进一步完善。《2010年度电子商务投诉统计报

告》显示，我国电子商务投诉案件高发表明电子商务的发展仍有许多亟待规范的问题。比如，电子商务企业鱼龙混杂、企业服务质量良莠不齐；客服态度差、发货不及时时有发生；电子商务交易中诈骗案高发，假冒第三方支付链接、发送病毒盗取银行卡信息、发布虚假信息欺骗消费者等现象屡见不鲜。以团购网站为例，“货不对版”、“偷梁换柱”、“假冒伪劣”等现象不时发生。“十二五”期间，电子商务的发展需要在规范的制定和立法方面有所突破，对电子商务企业的管理要实现有法可依、有章可循，并能把措施落实到位。

电子商务网络信息安全平台建设要进一步推进。入网管理、软件测评、环境维护等要进一步加强。对恶意攻击、域名劫持等黑客行为要严厉打击，有效避免信息泄露、信息丢失、信息篡改等方面的问题。除保障传统互联网上电子商务交易的安全之外，新的移动电子商务终端的出现对网络安全的保障提出了新的要求，“移动无处不在”的同时如何做好“安全无处不在”，是对电子商务网络信息安全的重要考验，移动电子商务交易出现的认证安全、存储安全、传输安全等问题应及早引起我们的重视。只有这样，才能使电子商务在安全中谋发展、在发展中求安全。

移动电子商务：不再是“配角”

移动性强、服务方式便捷、服务要求即时、服务终端隐私的移动电子商务已经成为传统电子商务的有益补充。早在“十一五”规划期间，移动电子商务就被作为重点引导工程之一探索试点模式。经过五年的探索实践，已显现出了巨大的经济效益和社会效益。

目前，移动电子商务已在与百姓日常生活紧密相关的消费购物、餐饮美食、水电燃气缴费等领域取得了突破。“十二五”期间，随着3G应用的更加普及，3G技术将创建一个更加个性化的信息交流平台，基于3G的WAP、PushMail等技术的应用，将引领电子商务市场从个人电脑向掌中系统过渡。手机支付的优势将快速整合与百姓日常生活密切相关的小额支付消费市场，并可能延伸至传统行业企业中，使企业应用成为新的增长点。移动电子商务带宽的改善、终端界面的智能友好、安全性等的进一步优化，以及用户消费习惯的不断培养，将使移动电子商务在细分市场、盈利模式日渐明晰中高速发展。移动电子商务不只是充当传统电子商务的“配角”，甚至会带来电子商务市场发展的新时代。移动电子商务作为新兴的电子商务模式，使人们可以在任何时间、任何地点进行各种商贸活动，实现随时随地的线上线下购物与交易、在线电子支付以及各种商务活动。据预测，未来两年，移动电子商务将呈现倍增态势，市场规模会突破百亿元。

(来源：人民邮电报)

【动态监测】

2010年第 4季中国网上零售市场规模 1728亿

近日，易观国际分析师陈寿送发布分析报告指出，2010年第 4季度中国网上零售市场交易规模达到 1728亿元，环比增长 29%。其中出版物交易规模达到 18.3亿元，环比增长 39.6%。



易观智库数据显示，2010年第 4季度中国网上零售市场整体环比增长 29%，全年规模达到 5200亿元。其中，B2C市场规模约 1040亿元，占网上零售的 20%，比值持续上升。

易观指出，从动因来看，第四季度社会零售需求旺盛，带动线上零售规模的增长。零售商利用各种节假日发动大规模促销，拉动市场规模增长。

从网上零售市场的细分数据来看，第 4季度规模增长仍然以服装、3C类为主导力量。但市场规模增长率最大的是出版物品类，第 4季度市场规模达到 18.3 亿，环比增长 39.6%。

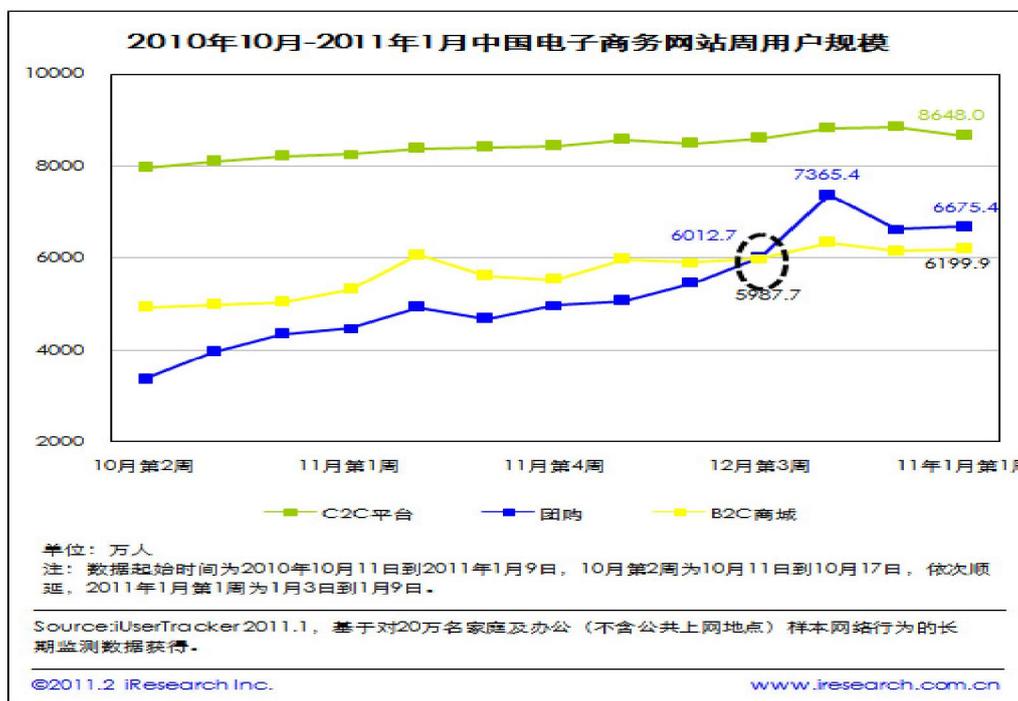
在 12月份，厂商间爆发的价格战显然对图书品类市场规模的增长起到了作用，厂商间的价格战的动因一方面是对价格敏感度高，重价格轻服务的心态导致企业习惯性通过价格战扩大市场份额，以及维系现有用户。

(来源：腾讯网)

艾瑞视点：2010年 12月中国团购网站周访问人数超过 B2C商城

艾瑞咨询 iUserTracker的监测数据显示，2011年 1月第 1周中国团购网站的周访问人数达到 6675.4万人，持续 4周超过 B2C商城的访问人数，位居电子商务网站第二名。数据显示，2010年 10月以来，团购网站用户规模快速增长，12月第 3周用户规模达到 6012.7万人，首次超过 B2C商城；2011年 1月第 1周用户规模达到 6675.4万人，B2C商城则为 6199.9万人。

艾瑞咨询分析认为，2010年团购网站发展迅猛，用户访问量快速增长，与 B2C商城相比，其主要优势有三：一是团购网站更新速度快，“每日多团”的模式深受消费者青睐；二是团购的内容主要为贴近消费者的日常生活服务类；三是团购种类丰富，且性价比较高。2010年团购网站展现了巨大的发展潜力，预计未来还会有进一步的增长。



(来源：艾瑞咨询)

【行业聚焦】

上海市加强网购平台监管 将建网络商品准入制度

近日，上海市质监局透露，今年本市将加强网购平台和交易主体的监管，建立网络商品准入制度，并加大对通过互联网侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品等违法行为的打击力度。

此外，本市还将加强对经济适用房、公租房、廉租房和动迁安置房等保障性住房的工程质量监管，进一步深化轨道交通工程质量安全风险监管，严查违法违规行，消除安全隐患。

(来源：新闻晨报)

宝山成立首个区级创业园

近日，宝山区首个区级创业园——庙行镇电子商务创业园揭牌成立。同时，上海电子商务创新服务示范基地创业园、实训中心、一门式创业服务站、劳动保障服务站、“中国青年创业国际计划”服务站等五大功能站点也入驻创业园，为有志于电子商务创业的市民提供全方位服务。

创业园坐落于电子商务聚集中心上海市智力产业园中，宝山区庙行镇已投资逾 100 万元打造了这个多功能的青年创业扶持平台。创业园分为接待咨询区、培训区和孵化区三个功能区，拥有咨询指导、创业培训、创业实训、创业成果孵化四大功能。

据了解，2011年宝山区新出台了鼓励创业带动就业多项政策，包括创业补贴、带动就业补贴、创业见习生活费补贴等多方面内容。新政策在扩大扶持范围、提高补贴标准的同时，注重引导创业导向，以奖励开办费等形式吸引社会各界为创业者提供符合条件的创业场地，为创业者解决实际需求，引导创业者立足宝山，带动就业。而庙行镇的电子商务创业园正是宝山区建设区级创业园区的首次尝试。

(来源：中国上海)

快递业洗牌加剧 近 3000家快递公司消失

中国电子商务研究中心发布《2010年度中国电子商务市场数据监测报告》显示,2010年网络购物市场出现爆发性增长,为快递业提供了新的业务增长点。2010年国内网络购物快递企业营收规模突破400亿元,达到412.8亿元,较2009年涨幅达108.5%。《报告》同时预计,随着电子商务企业与网购用户对快递服务要求的提升,行业的竞争将进一步加剧,快递业面临着新一轮的洗牌。

《报告》披露,由于2010年快递行业的发展速度,并未跟上网络购物的发展,2010年末各快递公司纷纷“爆仓”,在一定程度上影响了网络购物的增长态势。而中国电子商务研究中心调查发现,很多跟C2C平台合作的快递企业,其六成以上的业务量都来自网购交易,业务对淘宝类网购平台依存度高,这种单一化客户群体的现状,不利于快递企业的健康发展。

同时,随着国家政策层面的快递业的监管意识不断加强,大型B2C企业自建物流以保“最后一公里”服务,电子商务企业与网购用户对快递服务要求的提升,因此快递行业虽然前景无限,但行业竞争将更加激烈,快递业的新一轮洗牌已经开始。报告显示,2010年快递行业企业总数已经开始下降,从2009年的15230家降至12310家,一年时间近3000家快递公司或被兼并或结束营业。

(来源:新民网)

第三方支付扩容 “申照”企业等待准生

央行牌照久未发放,热盼“准生证”的第三方支付企业抓紧时间挤入候选阵营。继首批17家后,新增七家近日进入公示程序。

这7家企业名单为:上海4家,分别是上海捷银信息技术有限公司、上海付费通信息服务有限公司、迅付信息科技有限公司、杉德电子商务有限公司;天津1家,为渤海易生商务服务有限公司;深圳2家,为深圳银盛电子支付科技有限公司和深圳壹卡会科技公司。与此前一样,短暂的公示期后,公告信息内容已从央行网站上撤下。

央行集中两批公示后,有望首获支付业务牌照的候选企业名单扩容至至少24家。从地理分布看,上海以10家的绝对性优势领先,北京、深圳依次紧随其后,电子支付交易发达的杭州、广州、天津、海南等地也有企业入席。

“春节前我们公司应要求补充了一些申报材料,节后央行还无新的指示,1季度是

否会发牌不好说，我们只能等待。”一家位列首批公示名单的企业高管对记者说道。

据记者了解，与第一批企业相比，第二批申报企业拟申请的支付业务类型更加丰富，不仅包括互联网支付、银行卡收单两大主要品种，还包括了移动电话支付业务、预付卡业务等。如主要做手机支付业务的上海捷银公司、主要做购物卡业务的上海杉德公司，以及上海付费通公司、深圳银盛公司皆是全业务牌照申请。

其中，以注册资本计，规模最大的是上海杉德公司，注册资本约 2.3 亿元，最小的是深圳银盛，注册资本 1 亿元。

上述 7 家企业多为民营企业，但也不乏国企资本身影。如中国银联通过子公司银联商务有限公司持有上海付费通公司 2.68% 股份；海航集团通过其核心企业海航旅业控股（集团）有限公司控股天津渤海易生商务服务有限公司 80%。

“央企对第三方支付市场兴趣颇高，而各地央行分行推动第三方支付也很积极，”上述企业高管表示，“比如，此前首批申报企业里已有四家银联系背景，海航集团在海南已申报一家，这次在天津再申报一次。”

(来源：21 世纪经济报道)

法媒：2013 年中国电子商务发展将列全球第一

法国《论坛报》2 月 10 日报道称，中国电子商务的黄金时代仅仅是刚开始。2009 年其电子商务市场的销售额与法国电子商务市场的销售额相同为 250 亿欧元，2010 年法国整个电子商务市场增长了 20%，而同期的中国市场比法国成倍的增长，销售额达到了 550 亿欧元。

报道称，据法国巴黎国民-巴黎巴银行负责技术分析和监视部门的分析，中国市场的这一变革仅是初步的探索。2011 年中国在全球电子商务零售市场排行第三位，但很快至 2013 年，中国将超过日本和美国，预计中国的销售额将达 1,652 亿欧元，美国 1,470 亿欧元。此外，中国企业的互联网交易 (B2B) 已在全球市场名列前茅，去年的交易额估计为 5,000 亿欧元。由于中国农村和偏远城镇互联网的发展，以及 3G 标准的采用，中国在线的网购居民已有 1.6 亿。法国银行专家认为，中国网络电话的崛起将进一步成为推动电子商务走强的动力。

报道说，目前网购占中国商务零售业的 1.9%，其淘宝网站就独揽销售的 1.4%，2009 年该网站的营业额约为 200 亿欧元。至 2010 年底，中国将拥有 25,000 家销售网站。专家认为，在目前通膨背景下，网购不失为经济节俭的好办法。

(来源：国家电子商务工作简报)

移动电子商务发展还需依靠移动支付发力

中国电子商务研究中心日前发布的《2010年中国电子商务市场数据监测报告》显示，2010年中国移动电子商务实物交易规模达到26亿元，同比增长370%。就我国电子商务而言，无论是B2B还是B2C、C2C、团购、代购等，新模式、新平台均层出不穷。

这些发展模式不断从PC移植到移动互联网终端，这成为移动电子商务稳步发展的源源动力。

移动电子商务市场潜流涌动

中国电子商务研究中心是总部设在杭州的国内第三方电子商务研究机构，该机构报告统计的移动电子商务交易额为家电、日用品、服饰等实体商品的交易额。监测报告指出，我国移动电子商务正呈现良好发展势头，企业应用成为移动电子商务发展的热点，呈现出广泛渗透、规模扩张的特点。

报告显示，当前跻身移动电子商务的企业类型较广，包括大型企业管理软件厂商、移动服务提供商、新兴IT公司以及网络公司等。国内各移动电子商务运营商的市场份额被几家大的运营商所占据，排名前三的分别为亿美软通、新网互联、用友移动商街，这三家的市场份额已经超整体市场的40%，剩下的大部分市场空间，则基本被汇海科技、中科聚盟、天下互联和其他小型厂商所瓜分。

中国电子商务研究中心分析师张周平认为，与传统电子商务相比，移动电子商务最大的优势在于用户可以随时随地进行商务活动。同时，用户可以根据自己的需求和喜好来定制移动电子商务的子类服务及相关信息。移动支付方便快捷、信用机制好也将推动着移动电子商务高速发展。此外，移动电子商务的支付主要集中在手机上。由于手机号码具有唯一性，手机卡上存储的用户信息可以确定用户的真实身份，便于移动电子商务实名制的普及以及支付的规范。

报告还预测，在3G用户规模性增长、移动互联网管制政策逐步放松、运营商纷纷加入打造移动支付平台的大趋势下，未来两年我国移动电子商务将迎来发展井喷期。

移动电子商务发展还需移动支付发力

就目前而言，国内移动电子商务支付手段主要有两种：物流公司代收货款和充值点卡代收。前者基本为货到付款，物流企业代收。这种模式的风险在于，目前中国物流行业鱼龙混杂，物流企业与商家的结算风险比较大，而且结算周期相对比较长。此外，充值点卡代收方式相对比较保险，但仅限于小额支付，一般在30元内，消费产品主要以虚拟产品，如彩票、道具等产品。从安全、快捷、便利等式来看，就此而言，此二者都不尽如人意。

长期以来，小额扣费一直都是以短信通知与确认方式扣费购买网络产品为主。业内人士认为，这是一种原始但也有一定市场的移动支付手段，不过，过于依赖运营商导致费率过高和不保险的结算周期，使得众多商家望而却步。

从中国电子商务的发展来看，移动电子商务才刚刚起步，而主要的商业形态为通过手机 WAP 平台，向手机网民提供手机、娱乐数码、化妆品、服装以及充值点卡等为主。随着互联网的飞速发展，互联网多元化的需求将使得这一应用变得越来越少。艾瑞咨询最新发布的数据显示，2010年中国手机支付市场交易规模达到 98亿元，比 2009年增长 308%。中国拥有世界上最大的移动市场，手机用户数量近 8亿，但就用户规模及应用而言，中国的移动支付产业尚处于起步阶段。

未来移动电子商务的发展离不开移动支付的支撑，很明显，只有突破了支付这个瓶颈，移动电子商务才有可能更快更好的发展。2010年初，艾瑞咨询对市场进行的一项调查显示，92.7%的手机网民没有进行过任何移动电子商务行为。因此，移动电子商务在中国还处在萌芽状态，这个萌芽期的长短将直接由手机支付的发展程度来决定。

移动支付或成未来发展突破口

来自 2010年亚洲智能卡展新闻发布会上的消息，未来 1—2年内，我国 8亿多手机用户中，将有一半用户通过手机完成交易和支付。截至 2010年 12月，我国网民数突破了 4.5亿人，移动支付具有很大的潜在用户基数，而这个基数孕育着移动电子商务发展的巨大机遇。

就移动支付产业链而言，其核心成员包括金融机构、电信运营商、第三方支付平台。三种角色之间有竞争，也有合作。移动支付市场中存在众多细分市场机会，包括帮助商家处理移动支付业务、提供安全性解决方案、提供针对不同行业的手机支付解决方案等。易观国际分析师王留生表示：手机支付市场规模或将迅速扩大，2011年有望达到 2.2亿户；而市场规模将在 2012年呈爆炸式增长 --- 突破 100亿元。

相比传统的支付手段 移动支付的的优势非常明显，首先是目前手机用户已经突破 7.5亿，就家庭渗透率而言，早已达到 95%以上，与用户对支付的需求性相当一致；其次是移动支付可与手机号码进行捆绑，如果配合适当的管理机制和技术管控，随身携带的资金安全会进一步得到提高；第三是移动支付操作便捷简单，如果建立共赢的商业模式，对于商户、服务提供商和消费者都具有非常重要的价值。

(来源：通信信息报)

【交流园地】

一号店去年销售额超 8亿 预计两三年后开始盈利

近日，一号店董事长于刚在某小型沙龙中首次披露了网站部分运营数据，包括 2010 年销售额 8.05 亿，平均每月增幅为 28%。于刚称将会在平衡市场扩张与赚钱的前提下，计划在未来 2-3 年后，在销售额达到六七十亿左右时开始实现盈利。

2008 年，时任戴尔全球采购副总裁的于刚与时任戴尔中国区总裁刘峻岭一起离职创业，创办 B2C 电子商务网站一号店，定位“网上超市”。2008 年，1 号店的销售额为 417 万，2009 年这一数字为 4600 万，2010 年则达到了 8.05 亿，成为电子商务网站的一匹黑马。

2011 年一号店的增长速度可能会更快。

在产品种类上，计划在目前 6 万种的基础上再增加 30 万种，这其中包括 10 万种自采以及 20 万种的平台产品。也就是说，一号店将开始同时担任 B2C 和 B2C 平台的角色。

在人员数量上，计划从目前的 1400 人扩张到四五千人，其中将招聘 400 人技术团队，以完善 IT 信息系统。信息系统被于刚认为是一号店最大的核心竞争力。随着规模的扩大，从采购、运输、仓储、出库、配送等环节都将越来越依靠系统的支持。目前一号店拣货员在上海 25000 平米的仓库中完成一单子（平均 16 件商品）用时为 127 秒，于刚称未来将把这一时间缩短到 50 秒。

快速发展的背后离不开资金的支持。去年市场曾传闻中国平安收购了 1 号店 80% 的股权，对此于刚未予评论，仅表示中国平安是 1 号店的投资方之一。

对于未来何时能够盈利，于刚称，盈利拐点的出现与战略有关。如果是希望快速盈利，则可以调低低利润甚至是负利润产品的比例；如果是希望丰富产品种类，方便用户一站式购买，则盈利时间会较长，“像亚马逊就花了 7 年时间才实现盈利。”

于刚表示，一号店会在盈利与扩张之间进行平衡，计划在未来 2-3 年时间，在销售额达到六七十亿的时候开始实现盈利。

（来源：网易科技）

携程网购机票全年营收激增 39%

近日，国内最大的在线旅行服务公司携程旅行网公布了 2010 年第四季度及全年财报。其中引人关注的是，尽管外界普遍认为携程在 2010 年遭遇了空前激烈的市场竞争，但是携程的机票预订收入 2010 年依然激增 39%。而根据中国民航局发布的数据，当年中国民航市场的客流同比增长 15.8%，携程的增长速度两倍多于市场平均水平。

携程营收主要分为酒店预订营收和机票预订营收，其他营收主要来自旅游度假业务营业和商旅管理业务营业收入。

事实上，外界普遍认为，2010 年可能是携程机票预订业务压力最大的一年：淘宝网大力打造机票预订平台，整合了大量中小代理通过其平台销售机票，8 月宣布单日机票出票量已突破 1 万张。春节前，网易通过与上海一家传统机票代理企业合作，进军机票预订市场。然而携程的财报却出乎观察人士预料，携程机票预订的增长速度并未因此放缓，也没有受到外部竞争冲击，继续保持较快速度成长。

携程市场营销资深副总裁汤澜表示，携程欢迎更多企业进入在线旅游领域，共同推动在线旅游市场的良性健康发展。在线旅游占整个中国旅游市场的比例不超过 5%，只要专注于为客户提供优质服务，就会有巨大的市场空间。他认为，就机票预订领域而言，在价格趋同的情况下，狭路相逢必定是服务优者最后胜出。

(来源：上海商报)

PayPal 预计 2013 年营收将增一倍 达到 70 亿美元

近日，据国外媒体报道，eBay 旗下支付平台 PayPal 总裁斯科特·汤普森 (Scott Thompson) 表示，到 2013 年，PayPal 的营收将较 2010 年增长一倍，达到 60 亿美元至 70 亿美元。

eBay 此前表示，自未来的 3 至 5 年时间里，PayPal 将会成为公司最大的业务部门。PayPal 在去年的营收已经达到 34 亿美元。PayPal 表示，该公司当前所占全球网络支付总额的比例，已从 2008 年的 14% 上涨至 18%。PayPal 称，该公司已同全球超过 1.5 万家银行和网站建立起伙伴关系，这让 PayPal 领先于其它市场竞争对手。汤普森称，“没有一家竞争对手能够接近我们的规模。竞争对手们可以声称达到了 PayPal 的一项能力，

但是没有人接近我们的宽度。”

eBay首席执行官约翰·多纳霍 (John Donahoe)和其他公司高管还强调了 eBay电子商务网站取得的进步。在经历了两年的修整之后，eBay已重新恢复增长。eBay在上月表示，在推出多款移动支付应用之后，移动支付将给公司在今年带来 40 亿美元的销售额，数额较上年增长一倍。

美国资产管理公司 Benchmark Co.分析师詹姆斯·多布森 (James Dobson)认为，“eBay当前面临的问题是，该公司能否把已在时装业务领域取得的成功，复制到其它的业务当中，以及重新恢复拍卖业务的活力。”eBay欧洲拍卖市场部门副总裁道格拉斯·马克卡伦 (Douglas McCallum)表示，公司在英国市场份额有所增长。德国作为 eBay 在欧洲最大的市场目前表现依旧强势。而来自中国以及香港的买家卖家也将促进国际销售额的增长。eBay网站将有助于 PayPal的发展。至 2013年，eBay网站 75%至 80%的交易将由 PayPal实现，比去年的 69%有所提高。

(来源：腾讯科技)

京东商城携手全国电子商务企业签署“诚信经营倡议书”

日前，国家工商总局市场司和中央电视台新闻中心联合开展“诚信网购”系列活动，京东商城作为全国网商代表签署“诚信经营倡议书”，并与全国电子商务企业代表一同出席了诚信网购”系列活动启动仪式。在启动仪式上，以京东商城为代表的电子商务企业携手承诺将进一步落实《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》，在有关领导部门的指导下，深入开展打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品专项行动。

根据中国互联网络信息中心提供的数据显示，到 2010年 12月底，我国网购用户达 1.61亿，年增长率为 48.6%。中国电子商务飞速发展在全世界都实属罕见，但网络经济也催生了不少网络欺诈和违法犯罪事件，消费者对网购诚信的担忧，严重制约着中国电子商务的发展，如何营造一个真实可信的互联网环境是以京东商城为代表的广大电子商务企业一直在为之努力的问题。

作为中国电子商务的领军企业，京东商城副总裁张守川在会上做了发言，并介绍了

京东商城在“诚信网购”中的重点举措。

多年来，京东商城坚持在网购诚信和服务上下功夫，为了彻底解决消费者网上购物的后顾之忧，2010年京东商城斥资 500万元，与中国消费者协会合作设立了“先行赔付保证金”，消费者在京东商城购物发生纠纷时，可向中消协申请调解及先行赔付。京东商城也是迄今国内唯一一家与中消协合作推出“先行赔付”专项信誉质量保证金的零售企业。

对内，京东商城还成立独立的监控部门，对供应商的资质进行严格把关，对商品源头做出严格审核。此外，除了提供正规机打发票、全国联保、全国配送外，京东商城还提供了独具特色的价格保护、延保等服务，让用户最大限度的体验到了京东购物的方便与安全。2010年，京东商城在北京等城市率先推出“211限时达”配送服务，在全国实现“售后 100分”服务承诺，随后又推出“全国上门取件”，并在 B2C电子商务网站中首推 7x 24小时全天候电话服务。这些创新服务内容，无疑大大提升了用户的购物体验。

会上京东商城等电子商务代表企业发起倡议，为了维护互联网的健康发展，促进中国电子商务的繁荣和成长，希望所有电子商务企业都能加强诚信意识，通过行业规范和严格自律，共同建立起一个健康和谐、诚信安全的网上购物大环境。

京东商城在 2004年正式转型互联网，进入电子商务领域，当年京东商城销售额 1000 万元，而到了 2010年京东商城的销售额已高达 102亿元，年平均增长率超过了 200%。现在京东商城以 32.5%的市场占有率，连续 12个季度蝉联网络零售商排名榜首。

(来源：IT168)

责任编辑：王玉，刘俊