



Shanghai eCommerce Association

会员资料 注意保存

电子商务资讯

2012年05月第05期总第115期

上海市电子商务行业协会主办

目录

【重要消息】

- 工信部发布互联网行业“十二五”规划..... 2
- 商务部印发《2012年电子商务工作要点》..... 3

【协会动态】

- 协会2011年上海市电子商务报告编撰工作进入尾声..... 6
- 2012年电子商务“双推”平台企业公示..... 6

【新增会员】

- 众大亚洲人才资源开发(上海)有限公司..... 7
- 中国银行股份有限公司..... 8

【行业动态】

- 移动电子商务市场规模增358.7% 移动网民规模持续增长..... 9
- 上海城市国际贸易竞争力居首 电子商务成短板..... 12
- 电子发票试点月底前启动申报..... 13

【交流园地】

- 号百商旅、大众点评网承办“食荟虹口”系列活动..... 14
- 中国银行上海分行畅谈电子商务环境下银行业发展..... 15

【重要消息】

工信部发布互联网行业“十二五”规划

工信部发布互联网行业“十二五”规划，总结了互联网行业的发展现状，评估了当前的发展形势，提出了“十二五”发展的指导思想、基本原则和发展目标，指明了“十二五”时期互联网行业的发展任务。

成就之中矛盾凸显有待解决

《规划》指出，在我国互联网行业发展和管理取得显著成就的同时，问题和矛盾也不断凸显。一是应用深度和广度有待提高，区域和城乡差异显著。二是人均带宽与国际先进水平差距大，国内互联网瓶颈仍突出。三是互联网技术创新能力和产业实力偏弱，操作系统、核心芯片等关键技术瓶颈仍未根本突破。四是市场行为亟需规范，五是网络与信息安全问题突出，六是法律法规有所滞后。

明确发展目标强调技术进步

《规划》提出，2015年电子商务交易额达到18万亿元，互联网在社会发展和服务民生中的基础性作用凸显，互联网企业直接吸纳就业超过230万人。网民数超过8亿人，网页规模超过4000亿个，搜索、移动互联网、云计算、物联网等服务规模和国际影响力显著提升。互联网固定宽带接入端口超过3.7亿个，城市家庭宽带接入能力基本达到20Mbps以上，实现2亿家庭光纤到户覆盖，骨干网总带宽较“十一五”期末增长10倍，达到300Tbps，互联网服务业收入年均增长超过25%，突破6000亿元。

《规划》在发展目标中特别提出，“十二五”时期，移动智能终端操作系统、云计算和互联网新兴应用技术等方面取得新突破，互联网核心网络设备、智能终端、基础软件、核心芯片等产业自主发展能力显著提高。同时支持面向互联网新兴业态的关键应用软件和信息技术支撑软件研发及产业化，以及高端服务器和核心网络设备等产业发展。

建立标准体系提升国际标准话语权

鼓励企业积极参与国际标准化活动，大力推动国内标准的国际化，提升在国际标准中的影响力和话语权。互联网业务与应用标准化体系初步建立，下一代互联网标准体系逐步完备，云计算、IDC等标准取得实质进展，中文域名、域名安全解析等资源类标准取得突破，网络信息安全标准满足安全运行需要，国际标准影响力明显加强。

针对标准化工作，《规划》在发展任务中提出，开展IP地址、域名资源管

理、域名安全技术标准的研发，加强中文域名、地址可信、域名安全解析等领域的标准研制。建立互联网业务应用类标准体系。包括以 IPv6 过渡和安全为重点的网络和设备标准体系；云计算标准体系；IDC、CDN 等应用基础设施改造与布局的相应标准、以架构体系和物品编码等为重点的物联网标准体系、网络与信息安全标准、安全防护系列标准等。

（来源：中国通信标准化协会）

商务部印发《2012 年电子商务工作要点》

2012 年是“十二五”时期承前启后的重要一年，做好电子商务工作，对于构建搞活流通长效机制，扩大城乡居民消费，培育参与国际合作竞争新优势，推动对外贸易稳增长、调结构、促平衡，加快转变经济发展方式具有重要意义。2012 年电子商务工作的总体要求是：着力加强电子商务工作法制化、标准化、规范化建设，进一步加大电子商务管理和行业指导工作力度，加强示范引导，优化发展环境，提高应用水平，促进电子商务健康快速发展。

一、加强电子商务中长期发展规划与业务指导工作

（一）结合实际，加强与当地发展改革、工业和信息化、财政等管理部门的沟通协调，制订加快电子商务发展的中长期规划，细化实施方案，明确规划分工，落实具体责任。

（二）强化对规划实施的动态跟踪和监督检查，加强年度计划与规划目标、年度工作安排与规划重点任务、政策制定与规划导向的有效衔接。

（三）商务部将对各地规划发布及执行情况进行督导检查，并组织交流经验，通报有关情况。

二、积极推进电子商务建章立制工作

（四）商务部将进一步加强与有关部门的合作，以网络零售立法为突破口，积极构建具有中国特色的、法律法规规章有机结合的电子商务法律体系。

（五）各地要针对电子商务交易、信用、物流、供应链协同、融资服务等环节，制定具有前瞻性、可行性、开放性、兼容性的地方性政策、法规和规章。

三、加强电子商务标准体系建设

（六）针对电子商务发展过程中出现的突出问题和制约因素，从商务主体、客体、主要环节和不同领域出发，有针对性地研究制订一批标准规范。

（七）加强对电子商务标准的宣传贯彻与培训工作，加大标准的实施力度，提高标准的实施效果，切实发挥好标准引领电子商务规范有序发展的积极作用。

四、加快电子商务统计监测体系建设

（八）制订国家电子商务统计标准，提高标准的执行力度，发挥电子商务统计标准在规范各地电子商务统计指标设置、提高统计工作效率等方面的作用。

（九）加快推进电子商务统计监测体系建设，及时全面掌握我国电子商务应用及电子商务服务业发展情况，在此基础上，形成年度《中国电子商务报告》、《电子商务服务业发展报告》和《网络零售市场评估报告》，做好相关信息发布工作。

（十）各地要结合当地电子商务发展实际，与当地统计部门建立数据共享机制，扩宽数据来源渠道，探索建立电子商务统计监测体系，建立信息发布制度，及时准确反映电子商务发展规模、结构变化、发展水平、发展趋势和存在问题，为加快电子商务发展提供决策依据。

（十一）指导有关中介组织，及时准确地收集、汇总和分析电子商务服务业统计数据，做好电子商务服务业典型企业调查工作。

五、开展电子商务信用评价体系建设

（十二）加强基础设施建设，推动跨部门的电子商务交易主体信用信息共享，有条件的地方要尽快建立电子商务信用信息基础数据库。

（十三）研究制订电子商务信用评估指标、管理办法以及信用保护、失信惩戒与诚信褒奖等实施细则。有条件的地方要优选电子商务经营主体和信用评估服务机构，探索经营主体、服务主体参与电子商务信用信息基础数据库建设，实现资源共享的有效模式，促进和扶持第三方信用评估业发展。

六、抓好电子商务应用促进工作

（十四）主动协调配合有关部门，共同研究推动网络零售规制、流通电子商务应用等各项工作，特别要推动在国家电子商务示范城市开展第三方电子商务平台与公共服务平台等领域试点工程。

（十五）积极创建国家电子商务示范基地，并在示范基地建成较为完善的电子商务产业政策体系、高效的公共服务体系与产、学、研、用合作机制，成为电子商务服务企业、应用企业的聚集地和电子商务的创业创新平台。

（十六）加强对商务部电子商务示范企业的跟踪研究，不断总结推广经验，加大政策扶持力度，切实发挥示范企业的示范引导作用。指导示范企业提高经营管理和服务水平，推进模式创新、产品创新、技术创新和制度创新，加大品牌培育力度，带动关联企业协同发展。

（十七）积极引导企业利用电子商务平台开展对外贸易。会同相关部门协调解决利用电子商务平台开展对外贸易过程中的通关、退税、融资、信保等政策问题。

（十八）继续加大对农村电子商务工作的支持力度，积极参与全国统一农产品电子商务公共信息服务平台建设。农村商务信息服务试点省要进一步加强网上购销对接力度，不断提高农村商务信息服务质量与水平。

（十九）建立健全加快电子商务发展的多元化、多渠道的投融资机制，充分发挥政府投入的带动引导作用，有条件的地方要设立电子商务发展专项资金，吸引更多民间资本进入电子商务领域。

（来源：商务部电子商务司）

【协会动态】

协会 2011 年上海市电子商务报告编撰工作进入尾声

在经历一年多的资料搜集、整理和编撰之后，由上海市电子商务协会主编的反映上海电子商务行业发展、成就与未来展望的《2011 年上海电子商务报告》已经进入尾声。

《2011 年上海市电子商务报告》的编写，是对 2010-2011 年间上海市电子商务发展历程回顾、现状分析和经验总结，并为未来上海市电子商务的持续健康发展提出建议。《报告》共由四部分组成，第一部分发展综述篇，介绍了近年来上海电子商务的发展成果、发展特色及发展趋势；第二部分行业发展篇，运用案例分析了上海制造业、商贸业、都市产业、信息技术产业和金融业等领域的电子商务应用布局和创新状况；第三部分环境发展篇，记述了网络基础设施、电子支付、物流、信用服务、安全保障、人才培养等支撑上海电子商务持续快速发展的体系环境发展状况，同时介绍了行业协会为推动上海电子商务发展所做的工作以及电子商务园区建设等方面的情况；第四部分为战略发展篇，在综合分析上海市电子商务发展的状况后，对上海市电子商务的发展趋势和方向，以及法律政策研究方面提出分析和建议。

《报告》力图通过文字与图表相结合以及案例的描述与分析，用通俗易懂、明确简洁的方式，展现自 2010 年以来上海电子商务行业在经济转型与结构产业调整的大背景下，不断深化发展壮大的轨迹以及电子商务发展的独有特色。

（来源：协会秘书处提供）

2012 年电子商务“双推”平台企业公示

为推动本市电子商务发展，扶持中小企业开展电子商务应用，根据《上海市信息化发展专项资金管理办法》以及《上海市经济和信息化委员会关于开展 2012 年电子商务“双推”平台企业申报工作的通知》要求。市经济信息化委组织开展了 2012 年电子商务“双推”平台企业的申报和评审工作，共有 55 家企业参与申报。通过专家评审，共遴选出 11 家平台企业拟作为 2012 年电子商务“双推”平台企业，

现已在经信委网站公示。其中协会会员单位：东方钢铁电子商务有限公司、上海逸尚信息咨询有限公司、上海新天龙网络科技有限公司、上海天呈科技有限公司、上海商派网络科技有限公司、上海融道网金融信息服务有限公司、上海新世界信息产业有限公司七家单位。

(来源：协会秘书处提供)

【新增会员】

众大亚洲人才资源开发(上海)有限公司

众大亚洲人才资源开发(上海)有限公司(简称亚洲人才)(www.asiahr.com)成立于 2003 年,注册资金 680 万,是获得政府批准的首批中外合资人力资源外包服务商。公司自成立以来一直服务于 B2B 和 B2C 的电子商务行业,为客户公司提供全面的仓储、配送、物流一体化外包服务,以及人力资源外包解决方案,帮助电子商务商家快速建立、维系物流运营体系,成为电子商务企业的得力助手。

专业服务 高效管理

亚洲人才的外包服务旨在为企业提高运作效率。当非核心业务外包后,企业组织得到优化,员工数量减少,运作效率显著提升配套的安全保障外包和仓储物流外包服务,更为企业带来了附加价值,专业的管理团队、有效的解决方案、精细化的现场服务能力、强有力的资源协调能力、友好的政府支持,为电子商务提供更加专业、精湛的服务。目前亚洲人才为在电子商务市场最红火的网络销售品牌 1 号店、淘宝网等,以商务承包的模式提供上海、广州、北京等地区的仓储外包和华东地区的物流配送服务,确保商家快速平稳地开展电子商务事业。

全面资源 促进发展

在帮助商家维系物流体系的同时,亚洲人才也从根本上解决了其人力资源方面的后顾之忧。跨地区人力资源外包联盟,为广大客户提供了国内 108 个城市的服务网点;与全国 200 多所大中专院校长期保持友好合作关系,保障了企业对人力资源的及时需求,做到人员及时配备与长期滚动储存,能及时为企业在相应时间内提供适岗人员,从而更好地促进广大客户的主营业务有序、正常的发展;ERP 人力资源管理信息系统,记录了员工个人信息、社保缴纳情况、薪酬情况,保证了员工薪酬结算、客户结算的准确性;高端猎头为以电子商务为首的三十多

种行业提供高素质的适岗人员。

使命在即 合作共赢

亚洲人才一直秉承“为客户提供精细化服务”的理念，肩负“以人为本，客户至上”的使命，采用“一地、一次委托，全国、全程服务”的经营方式，高瞻远瞩，精益求精，以卓越的创新能力和国际化视野的团队、一流的战略和运营管理水平，立志成为社会尊敬、客户信赖、员工自豪的具全球竞争力的标杆企业，与中国电子商务共同成长。

（来源：众大亚洲人才资源开发（上海）有限公司）

中国银行股份有限公司

中国银行是中国历史最为悠久的银行之一，于 1912 年 2 月 5 日由中华民国临时大总统孙中山先生批准在上海成立。在近百年的辉煌历程中，上海中行始终坚持将服务创新和产品创新相结合，追求卓越、锐意进取，成为中行效益最好的境内分行之一，其人均效益在上海市同业中也名列前茅。截至 2012 年 2 月，全行共拥有 247 家营业网点、1129 家自助银行和近 7000 名经过专业培训的员工，建立了包括有人网点、自助银行、电话银行和网上银行在内的立体服务网络。其外币储蓄存款、外币企业存贷款、进出口结算、结售汇、人民币消费贷款等多项业务的市场份额位居同业领先，资产质量达到上海中资同业良好水平。

在上海改革开放和经济建设过程中，上海中行一方面大力支持上海经济建设，为地铁、轻轨、隧道、磁悬浮、外环线、石洞口煤气制气、东海天然气输配等重大市政基础设施建设提供融资服务；另一方面紧密依托上海良好的经济金融环境，以现代化、国际化、规范化的商业银行经营理念和经营方式服务社会。上海的第一笔出口信贷，第一笔国外商业贷款，第一笔外汇买卖业务，第一张信用卡，第一条地铁，第一座跨江大桥……每一项“第一”中都凝聚了上海中行人的心血和智慧。随着 2003 年中国银行被国务院确定为国有独资商业银行股份制改造试点银行之一，上海中行在总行的领导下，稳步开展了完善公司治理机制、加强风险管理和内控体系建设、整合管理和业务流程、加快产品和服务创新、推进人力资源管理等工作。2004 年 8 月 26 日，中国银行股份有限公司挂牌成立，2006 年 6 月 1 日和 7 月 5 日，中国银行先后在香港联合交易所和上海证券交易所成功挂牌上市，掀开了百年中行发展的新篇章。2008 年中国银行成功申请成为 2008 年奥运会独家合作商业银行，打响了中行的全球知名度，树立了

国际化的品牌形象。上海中行将坚持科学发展观统领全局，仅仅围绕提高核心竞争力，加快转变经营机制和发展方式，着力优化业务架构，切实转变服务模式，继续加强风险管理和内部控制，更加重视基础建设和产品创新，在促进各项业务又好又快持续发展的同时，加快推进国际一流银行建设，竭诚为广大客户提供更优质、更高效的银行服务。

中国银行于 2009 年正式推出电子商务服务，经过近几年发展，电子商务产品建设日趋完善，目前已形成 B2B、B2C、B2G 等三大产品线，提供包括 B2B 保付与直付、股商存管、B2C 与 C2C 网上支付、中银快付、协议支付、理财直付、中银 e 商通、报关即时通--税费 E 支付、股商存管等诸多电子商务服务。截至 2012 年一季度，全国范围电子商务商户累计 616 户，其中 B2C 商户数 530 户，B2B 商户数 65 户，手机支付商户数 21 户。上海分行受地址位置影响，电商客户拓展潜力较大，发展速度较快。2012 年 3 月上海分行电子商务商户累计 95 户，占全国所有地区的 15.42%，2012 年分行电子商务基本目标新增电子商务商户数 70 户，目前已与中行上海分行签署合作协议的重点电商企业有百联电子商务、上海银联电子支付、汇付网络、环迅电子商务、付费通、安付宝电子商务、携程网、驴妈妈、钻石小鸟等。

(来源：中国银行股份有限公司上海市分行)

【行业动态】

移动电子商务市场规模增 358.7% 移动网民规模持续增长

据中国互联网络信息中心 (CNNIC) 3 月发布的《中国移动互联网发展状况调查报告》的数据统计显示，2011 年底，我国总体网民 5.13 亿，同比增长 12%，其中家庭电脑上网宽带网民 3.92 亿，同比增加 2%，手机网民 3.56 亿，同比增长 17.5%。而另一方专业统计机构艾瑞数据显示，截至 2011 年一季度，移动电子商务的市场规模达 13.9 亿元，同比增长 358.7%，增长幅度在移动互联网的各大细分市场中遥遥领先。艾瑞咨询预计，2012 年我国移动电子商务用户将接近 2.5 亿，中国移动支付市场整体规模达 202.5 亿元，同比增长 31.1%，预计 2012 年手机支付交易规模将有望超过 1000 亿元，移动电子商务时代已然来临。

移动电子商务市场潜力巨大

现如今，手机网民的增速明显高于传统网民。业界的共识是今明两年移动互联网网民数将超过桌面互联网网民数。移动电子商务作为利用手机、PDA 及掌上电脑等无线终端进行的 B2B、B2C 或 C2C 的电子商务。它将因特网、移动通信技术、短距离通信技术及其它信息处理技术完美的结合，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、线上线下的购物与交易、在线电子支付以及各种交易活动、商务活动、金融活动和相关的综合服务活动等。相对于传统的支付模式，移动电子商务更加高效和便捷；相对于网络支付模式，利用手机可以不受时间和地点的限制，随时随地进行支付，这为用户带来了极大的方便，也必将促进电子商务的极大发展。

伴随着信息技术的发展，特别是互联网技术的应用发展，移动商务成为了一种完全崭新的商务手段，它从根本上改变了人们传统商务活动中的交易方式和流通技术，对社会经济发展和商务活动产生了深远的影响。根据中国电子商务研究中心此前发布的统计数字，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%。

作为国内 B2C 巨头之一的京东商城于 2011 年 2 月 17 日正式发布了苹果 iPhone 手机客户端软件，除了实现下单、查询等常用功能，还能实现线下与线上的比价功能。手机凡客网和手机客户端产品于 2 月 21 日正式推出，当当网、卓越亚马逊也早已布局无线电子商务。卓越亚马逊总裁王汉华也表示，2011 年，电子商务企业主拼移动应用。由此可见，移动应用已经成为电子商务巨头们的必争之地。

移动电子商务应用带来产业链新机遇

智能手机的普及和移动互联网的发展，正在推动我国移动电子商务市场迅速成长，而市场的成长，也给移动电子商务产业链带来了新的机遇。移动电子商务的发展，不仅仅是移动运营商或者是银联、金融机构自身业务的发展，更重要的是带动产业链的发展。

移动电子商务在未来的快速发展中将至少带动三大产业发展，一是软件开发行业，因为移动支付的发展，涉及很多的平台软件开发；二是信息服务业，移动支付将来更多的是基础、商务是应用，这将必然带动电子商务信息服务业的发展；三是带动终端服务业的发展，手机的发展趋势非常明显，智能化的趋势是全世界不可阻挡的潮流。

移动电子商务市场的发展，也给中国的电信运营商带来了新的机遇。2011

年3月中国电信成立支付公司——“天翼电子商务有限公司”。对于正在转型中的中国电信运营商而言，移动电子商务为新的利润增长点的出现提供了可能。凭借在移动通信上的传统优势，凭借庞大的用户资源，电信运营商在移动电子商务，尤其是移动支付市场大有可为。

同样，移动电子商务市场的快速发展，还给金融机构带来了新的机遇，移动电子商务的支付和交易，离不开金融环节。显然金融机构已经看到了这一点，日前，招商银行发布了 Android 版客户端，各大银行也纷纷抢滩移动支付市场。4月28日首届中国移动电子商务年会在成都举行。在此次年会上，中国银联和中国三大移动运营商发布《成都宣言》，承诺将加强合作、共同培育发展移动电子商务产业。业内人士认为，这份行动纲领将为中国移动电子商务发展营造更加规范的产业生态环境，但仍需尽快确立核心标准、加大技术研发力度、加强诚信体系和相关法律法规建设等，促使该领域健康有序地发展。

移动商务的全面爆发，不仅会彻底打破传统网络的局限，而且由通过信息直接进行的服务传递，也将全面扩大商业空间的范围。不仅仅是新兴行业，随着时间的推移，越来越多的传统行业也已经慢慢地向移动商务靠拢，实现业务的拓展。

我国移动电子商务前景展望

移动电子商务的机会在于利用移动通信网的特性和手机的特性，重新建立起超越互联网的移动电子商务，在安全和信任度大大提高的基础上，利用手机的特性，随时随地有针对性地找到自己的用户，向他们提供个性化的服务，以满足用户的不同需求。

移动电子商务目前还处在初级阶段，未来两年，它在电子商务中所占的比重将大幅提高。但是，从目前的调查数据看，基于手机端的移动电子商务客单价并不大，仍难与电脑互联网用户媲美。其主要原因还在于网民对移动支付存在不信任感，而这也是移动电子商务发展缓慢的根本原因。移动电子商务解决诚信问题可以借鉴传统电子商务，比如通过电子认证手段对商家和用户进行身份的认证，但是移动电子商务相比传统电子商务更有优势，因为终端号码的唯一性并且号码能对应真实的身份，通过对终端的有效管理，就可以降低诚信风险。

同时，中国移动电子商务还面临着支付、信用、配送等问题，社会公众对移动电子商务的认知度有待提高，因此研究开发适合我国国情的移动电子商务应用模式，突破移动电子商务应用瓶颈，将是以后我国移动电子商务发展的重中之重。目前中国移动电子商务的商品模式、业务模式、技术模式、风险防范模式等仍不

清晰，因此，也需要各方加强合作。

艾瑞咨询认为，平台提供商应根据企业自身特点选择创新方式，不断完善平台服务功能，实现商家、用户规模的逐步扩展及使用黏性的不断提高。移动电子商务平台提供商在加强拓展用户规模的同时，还需加强用户需求、消费行为、消费偏好的研究，从而开拓细分市场，为用户提供个性化服务。同时，运营商应对我国移动电子商务发展进行深入研究剖析，需要从市场需求和消费者需求角度入手，充分吸收借鉴国内外成功经验与失败教训，进一步完善移动电子商务的功能性，安全性以及时效性。为用户提供更丰富的信息和通信服务。此外，有关部门也应当结合当前实际情况，尽快出台和完善相关的法律法规，从而使移动电子商务能够得到有效保障以及长远发展。

（来源：新华网）

上海城市国际贸易竞争力居首 电子商务成短板

昨天，上海财经大学世博经济研究院发布中国城市国际贸易竞争力排名，上海、深圳、北京、广州排名前四强，位列第一层次。这是国内首次针对城市国际贸易竞争力评价及排名。课题组认为，虽然上海在国际贸易竞争力综合排名第一位，但在电子商务、商业吸引力方面，仍需要加强。

上海财大世博经济研究院院长陈信康分析指出，在经济优势方面，快速的经济增长为国际贸易发展提供了市场基础；服务业发达，具备完善的现代服务业体系；外向型经济体，与国际市场紧紧相连，贸易规模巨大，这些因素在本国或本地区的经济发展中起着十分重要的作用。

在区位优势方面，优越的地理位置是现代经济、贸易发展的重要条件。位于排行榜前列的城市，主要分布在我国沿海三大经济圈，环渤海、珠三角、长三角，这些城市位于沿海，海岸线长，拥有众多优良的港口，许多港口更是处于海上交通要道上，如上海港、深圳港、广州港、天津港。

在政策优势方面，位列排行榜前十强的城市包括 3 个直辖市上海、北京、天津，3 个全国计划单列市深圳、厦门、宁波。计划单列市、直辖市大多拥有国家综合配套改革试验区，其拥有较大的决策自主权，操作的空间较大。

上海在国际贸易竞争力综合排名第一位，表明上海国际贸易中心建设符合国

家战略的现实需求和长远考虑。但课题组专家指出，上海仍有短板，电子商务、商业吸引力仍需加强。

上海国际贸易竞争力的潜力指标受电子商务拖累排在第 4 位。陈信康表示，上海国际贸易竞争力的潜力指标受电子商务拖累表现欠佳。国际上公认的国际贸易中心城市的电子商务普及率较高，电子商务交易额占国际贸易总额的 30%以上。作为现代国际贸易中心，纽约、新加坡、东京等城市的信息服务业都很发达，基础信息设施设备十分完备。

课题组认为，上海国际贸易竞争力的支撑指标仍需提升。上海的支撑指标排在第 2 位，这主要是由于上海在服务业集聚度、会展面积、万人拥有大学生规模、服务从业人员规模等多项指标排名落后所致。

有关人士同时指出，上海的商业吸引力不具备十分明显的领先优势。从绝对指标和相对指标两个方面考察上海的商业吸引力，上海并不具备明显优势。上海的商业吸引力得分 3.73，广州得分 4.61，北京得分 4.32，排在第三位。上海应当加快建设国际旅游城市和国际购物天堂，使国内外顾客能够纷至沓来。

（来源：文汇报）

电子发票试点月底前启动申报

继国家发改委联合财政部等八部委共同提出要试行电子发票之后，5 月 15 日，国家发改委发布的《关于组织开展国家电子商务示范城市电子商务试点专项的通知》表示，5 月 31 日前相关城市可提出建设电子商务示范城市申请，试点城市可提出推广电子发票要求，这意味着，此前一直处在酝酿阶段的电子发票推广工作已开始进入实际操作阶段。

所谓电子发票，是指单位和个人在购销商品、提供劳务或者接受劳务，开具、取得的以电子方式存储的收付款凭证。通俗地讲，电子发票是纸质发票的电子影像，同样会和纸质发票一样由税务局统一发放，发票号码采用全国统一编码，采用统一防伪技术。不过，和纸质发票相比，纳税人可以直接在线领取、传递电子发票。

在业内人士看来，发改委之所以密集提出要规范电子商务发展，是因为经历

了前期快速增长之后，电子商务市场已到了不得不规范的地步。全国政协委员、致公党中央委员、中国电子学会秘书长徐晓兰表示，前期电子商务市场蓬勃发展，整个市场已经培育壮大，但是行业内部也出现了诚信系统失调、行业不规范等问题。中国电子商务研究中心分析师冯林也表示，之前没有实施电子发票，主要因为电子商务是在初级发展阶段，给予其相对宽松的环境。随着电子商务的不断发展，交易规模持续壮大，实施电子发票也成为国家规范电商市场的重要手段。

尽管市场已经到了不得不规范的地步，但无论对电子商务企业还是决策层而言，推广电子发票的过程依然会面临诸多困难。电子发票的应用将造成一些电商卖家成本提高，由此商家可能会将此费用转嫁到消费者身上，从而造成网购成本增加。另外，电子发票认可度低也将成为阻碍其顺利推广的问题之一。冯林指出，目前一些买家可能需要进行报销，但一些企业、部门对电子发票认知度低，在一段时间内电子发票还需要兑换成纸质发票。要推广电子发票的使用，还需政府出台相关鼓励政策，如电子发票退税、减税等，鼓励大家去使用电子发票，这样才有利于电子发票的普及。

（来源：北京商报）

【交流园地】

号百商旅、大众点评网承办“食荟虹口”系列活动

由虹口区商务委主办，号百商旅电子商务有限公司、大众点评网、上海海之角咨询策划有限公司共同承办的“食荟虹口”系列活动——2012年全国（上海）消费促进月虹口系列营销活动于4月27日至6月23日在四川北路商圈举行。

举办此次“2012食荟虹口”餐饮系列活动，除了为了丰富广大市民节日生活，满足日益增长的餐饮消费需求；进一步深化“食荟虹口”品牌内涵，搭建区内餐饮企业之间交流、展示、推广的舞台同时，更重要的是运用现代信息技术，实现餐饮与电子商务平台的有效连接，聚集商业人气，提升商务商业能级，提高虹口区餐饮品牌的知名度和美誉度。

此次活动“食荟虹口”活动除了选优推优，更为重要的是促进消费和拉动经济。中国信号百商旅、大众点评网共同打造“食荟虹口”电子商务平台，充分利用B2B、B2C、O2O等电子商务模式，主打电子商务云消费新模式。该平台突出“餐饮荟萃、贴近百姓、拉动消费、打造品牌”等四大功能。自4月26日起，连续8周，通过118114电子订餐平台，在每周累计订餐总额最高的餐厅内

随机抽取一名幸运消费者获得 iPad2 一台。在大众点评网上，推出签到有礼、惊喜订餐等优惠。

“口”字经济触“电”已经成为了很多餐饮企业寻求餐厅推广和聚拢人气的利器，俗话说“民以食为天”电子商务在日常老百姓的生活中应用越来越普及。从最早的个别餐饮企业建立自己的网站，只进行单纯产品菜肴的介绍，到如今大型连锁餐饮企业（必胜客等）网上订购及配送；第三方电子商务企业（如号百商旅、大众点评、订餐小秘书等）打造餐饮订餐的专业服务平台（其中包括手机、移动客户终端等）进行订餐和支付操作以及 O2O 模式、团购爆炸式增长，都不断推动餐饮行业的发展，并让老百姓品尝更多美味的同时、也获得更多的实惠。

（来源：协会秘书处）

中国银行上海分行畅谈电子商务环境下银行业发展

如今，电子商务的应用已经渗透到各个行业的方方面面之中。随着互联网时代的到来，一些第三方电子支付平台机构的兴起，使得传统银行业务不可避免的受到影响。在新的环境体系下银行面临诸多危机，但往往危机也是转机的开始，如何在电子商务环境下继续拓展银行业务，吸纳更多客户，已成为很多商业银行的新课题。本期协会秘书处收到中国银行上海市分行的相关负责人来稿，反映如今商业银行在新的环境下银行业的发展。

第三方支付方式的丰富使得商业银行面临竞争压力

电子商务的迅速发展丰富了第三方支付的方式，拓展了支付业务的广度和深度，也在支付服务的多样化、个性化、消费者多变的支付需求等多方面对支付行业提出了更大的挑战。截至 2011 年底，已有 101 家企业获得支付许可，各大支付企业的差异化发展也日趋明显。从中可以看出，第三方支付的快速发展在助推银行结算业务、电子银行业务向广度和深度拓展的同时，又在很大程度上对银行的基础支付功能、传统中间业务领域、潜在客户和存贷款构成威胁和替代。第三方支付行业规模的扩张使第三方支付机构开始谋求差异化战略，并向银行业渗透，在许多方面与银行产生了竞争。

第三方支付机构主要与银行发生在市场、资金以及客户的争夺。首先，在第三方支付过程中，支付方式往往都是基于第三方媒介进行的交易，从某种事实上

来说是一种结算业务。虽然很多第三方支付机构都已经公开声明并没有从事结算业务，但从业务实质上来说，第三方支付平台已经突破此种限制，这种突破在一定程度上减少了银行的收入。另外，从存款业务的总量来看，虽然第三方支付平台中的部分资金会以各种形式回流到银行系统，但由于漏出效应的存在，商业银行的存款来源不可避免地受到削弱。再者，原本商业银行在支付方面具备两大核心优势：一是能抓到最终的客户；二是拥有支付结算的通道和网络。但是，目前这两大优势都已受到第三方支付的影响和冲击。第三方支付平台公司拥有庞大的客户数量，且具有较强的客户黏性。随着第三方支付改变原先依附商业银行网关、只提供付款通道的做法，转向使用自己的虚拟网关、直接获得客户相关信息，这就使得第三方支付平台公司瓜分了商业银行的客户资源。

电子商务给银行业带来的机遇

电子商务是商业银行顺应社会经济互联网化和低碳化的发展趋势。银行通过电子化渠道为客户提供高效、便捷的服务，如面向个人客户的账户管理、转账汇款、投资理财等服务；面向电子商务商户和中小企业客户的中间支付及供应链结算等服务。通过开展此类电子商务服务，将加强银行对客户的服务机会与业务办理机率，提升客户满意度与忠诚度，是带动银行业务增长、降低银行经营成本，带动网点经营模式转型的重要支柱。

高速发展的电子商务平台企业为银行拓展新的业务创造新的机遇，对于能提供电子商务良好合作与服务的银行，企业会选择将其大量业务交由该银行处理，银行除在支付业务过程中获得大量资金沉淀，更能通过电子商务交易资金托管、网上融资、网上 IPO 等创新中间业务中获得大量派生存、贷款及中间业务收入。同时，商业银行通过提供网上支付结算、网上投资理财等 B2C 业务提升客户对银行产品的业务机会与忠诚度；通过开展网上报关、网上付税等 B2B、B2G 业务吸引电子商务上下游企业及会员客户，快速带动客户规模增长。

（资料稿件由中国银行股份有限公司上海市分行提供）

责任编辑：王玉

编辑：唐迪