



Shanghai eCommerce Association

会员资料 注意保存

# 电子商务资讯

2012年07第07总第117期

上海市电子商务行业协会主办

## 目录

### 【重要消息】

国内最先进石油类现货交易电子系统——“南郊电子商务”平台开通 . . .	2
国务院出台政策推进信息化建设和电子商务个人信息保护 . . . . .	2
上半年我国 B2B 交易规模达 2.95 万亿 . . . . .	4
上海鼓励流通领域酒类电商发展 . . . . .	5

### 【协会动态】

协会热情接待美国哥伦布 2020 发展委员会 . . . . .	6
----------------------------------	---

### 【行业动态】

上海传统老字号借电商渠道焕发青春 . . . . .	7
国内首个电商云工作平台诞生 . . . . .	7
在线旅游市场价格战打响 . . . . .	8

### 【新增会员】

上海中兴软件有限责任公司 . . . . .	9
五角场集团—上海杨浦都市工业园区 . . . . .	10
上海化工品交易市场 . . . . .	11

### 【交流园地】

电子商务产业峰会在沪召开 驴妈妈再获电子商务行业“金购物车奖”殊荣 . . . . .	12
上海商派携“双推”打造电商理想之翼 . . . . .	13
1号店：4年铸就的电商传奇 . . . . .	14

## 【重要消息】

### 国内最先进石油类现货交易电子系统——“南郊电子商务”平台开通

由上海市奉贤区人民政府主办的“上海南郊电子商务上线仪式”在奉贤区南郊宾馆举行。奉贤区副区长吴召忠；上海市、区两级部门有关领导以及相关企事业单位领导共同出席了本次活动。

近年来，电子商务以它便捷、安全、低成本等优势，已成为主要发达国家增强经济竞争实力，赢得全球资源合理配置的有效手段。上海市政府在“十二五”规划中，将电子商务作为信息服务业的九大支柱产业之一。

南郊电子商务有限公司此次与华夏银行及有关科研单位联合开发了目前国内线上交易系统中最先进的现货交易电子系统——南郊电子商务平台。这一平台与银行的对接形成资金流，并在银行支持、监管下，既解决了中小企业资金困难，降低了中小企业的成本问题，又保证了资金的安全；此外，利用电子商务平台交易迅捷、流量巨大的优势，引导华东地区化工、油品市场价格。通过信息咨询平台引入中石油、中石化、中海油等大集团，搜集国际、国内石油化工系统的信息及市场价格，给客户提供的可靠的信息咨询及价格指导。

除了拥有安全可靠的系统支持，在南郊电子商务平台上进行贸易的客商，也都是落地奉贤的会员企业。原有的306家线下会员企业，在“现货交易，在线融资，存量现货”三种模式下，也将逐步转入线上贸易。当条件成熟后，它还将开通其他板块的贸易。到时，它的辐射面不仅突破了长三角的地域，更是突破了行业的领域。

（来源：东方网）

### 国务院出台政策推进信息化建设和电子商务个人信息保护

近日从中国政府网获悉，国务院发布《国务院关于大力推进信息化发展和切实保障信息安全的若干意见》（以下简称《意见》），提出采取更加有力的政策措施，大力推进信息化发展，切实保障信息安全。《意见》明确，到“十二五”末，

国家电子政务网络基本建成，信息共享和业务协同框架基本建立；全国电子商务交易额超过 18 万亿元。有信息安全专家表示，目前电子商务已经成为一种生活方式，政府出台相关措施，网民网上购物有望穿上“铁布衫”，确保网上交易安全。

去年年底，中国最大的程序员网站 CSDN 被爆 600 万用户的数据库信息被黑客公开，随后网上出现多家网站用户数据库泄露的消息。中国电子商务协会可信电子商务推进中心日前发布《2012 年中国网站可信验证行业发展报告》(以下简称《报告》)显示，截至 2012 年 6 月底，在有网购经历的网民中，31.8%的网民曾在网购过程中直接碰到钓鱼网站或诈骗网站，网购受骗网民的规模达到 6169 万人。《报告》保守估算，每年因钓鱼网站或诈骗网站给网民造成的损失不低于 308 亿元。

而对于个人信息泄露的原因，手机安全专家邹仕洪博士表示，不法分子一般是通过扫描和监控获取用户的账号、密码等私密信息，目前具有此类功能的软件为数不少。此外，用户上网行为的不谨慎，或是密码过于简单、易于破解等，也是信息泄露的原因。

去年年底有关部门出台了《信息安全“十二五”发展规划》，今年连续出台《软件和信息技术服务业“十二五”规划》以及《关于进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展企业所得税政策的通知》。有证券分析人士认为，政策密集出台对国内相关产业将形成直接利好。

对于普通用户如何防范个人信息泄露，邹仕洪博士建议，在手机中安装可以实时防护手机的安全软件，尽量选择正规的下载渠道和软件应用商店下载；不随意打开陌生短信中的链接地址，不轻易下载和安装来源不明的软件，删除乱码短信、彩信，谨慎选择刷机 ROM。另外，邹仕洪博士建议手机用户在手机网购支付时要为自己的手机设置单独的、高安全级别的密码，手机操作过程中不随意点击不明链接、安装不明文件；最好安装一款专业的手机安全软件，确保手机在访问支付页时的交易安全性。

(来源：广州日报)

## 上半年我国 B2B 交易规模达 2.95 万亿

据悉，中国电子商务研究中心 8 月 1 日发布的《2012(上)中国 B2B 电子商务市场数据监测报告》显示，截止到 2012 年 6 月，中国 B2B 电子商务市场交易规模达 2.95 万亿，同比增长 13%。

报告显示，截止到 2012 年 6 月，我国 B2B 电子商务服务企业达 10950 家，同比增长 7%。统计的八大服务商市场份额共为 67.1%，阿里巴巴(微博)继续排名首位，市场份额为 41.5%，市场份额呈下降趋势。上半年中国 B2B 电子商务服务商的营收规模为 74.5 亿元，同比增长 20%，整体增速放缓明显。2012 年上半年，中国 B2B 电子商务市场稳健发展。而工信部发布的《电子商务“十二五”规划》中预计到 2015 年，电子商务交易额将突破 18 万亿元。其中 B2B 交易规模超 15 万亿元，占总交易额的 83.3%。

### 以下为报告的核心数据：

1、市场规模：据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到 2012 年 6 月，中国 B2B 电子商务市场交易规模达 2.95 万亿，同比增长 13%。

2、企业规模：据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到 2012 年 6 月，我国 B2B 电子商务服务企业达 10950 家，同比增长 7%，增速趋缓。

3、市场营收：据中国电子商务研究中心监测数据显示，2012 年上半年中国 B2B 电子商务服务商的营收规模约为 74.5 亿元，同比增长 20%，整体增速放缓明显。

4、市场份额：据中国电子商务研究中心监测数据显示，2012 年上半年 B2B 电子商务服务商营收(包括线下服务收入)份额中，统计的八大服务商市场份额共为 67.1%，阿里巴巴继续排名首位，市场份额为 41.5%，然受国内外经济环境多重利空及自身因素影响，市场份额呈下降趋势。

而环球资源(深圳环球资源网络服务有限公司)、我的钢铁网(上海钢联电子商务股份有限公司)、慧聪网(北京慧聪国际资讯有限公司)、中国制造网(焦点科技股份有限公司)、环球市场集团、网盛生意宝、敦煌网(北京敦煌禾光信息技术有限公司)分列二到八位。

5、用户规模：据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到 2012 年 6 月，国内使用第三方电子商务平台的中小企业用户规模(包括同一企业在不同平台上注册但不包括在同一平台上重复注册)已经突破 1650 万。

6、市场展望：根据目前市场的增长情况以及未来可能的市场因素估计，中国电子商务研究中心认为第三季度 B2B 电子商务市场将保持一定程度的增速，市场交易规模或将超过 1.8 万亿元。

7、市场趋势：我们认为，未来 B2B 市场将呈现出以下发展趋势：B2B 与 B2C 融合发展、信息服务向在线交易延伸、B2B 线下支付向线上转移、网络融资将成 B2B 新增长点。

（来源：新浪科技）

## 上海鼓励流通领域酒类电商发展

电子商务被列为上海市的战略性新兴产业，政府扶持力度不断加强。在暖风频吹的政策面影响下，上海的酒类零售电子商务发展也较为迅猛。作为提高商品流通效率、降低流通成本的有力抓手，酒类电商的发展是必然趋势，酒类传统行业的革新需要从互联网行业管理流程中找到新思路。

以上海为中心的华东市场占据了绝佳的区位优势和经济中的地域优势，浓厚的购酒氛围、高效的配送体系以及政策扶持等，都是吸引众多电商落户华东的重要因素。据不完全统计，目前流通领域中几家较有规模和影响的酒类电商，如购酒网、也买网、红酒客等，其总部均设在上海。

上海市酒类专卖局局长卢荣华表示，酒类网络销售的发展关系到立法、执法、维护等领域的规范以及对客户带来的便捷和相对应的维权问题，需要认真思索和探究。酒类专卖局必须在鼓励支持流通领域酒类电子商务的发展，促进传统的酒类流通体系向现代化转型，让消费者得到更完善的服务。

据酒类行业的营销专家苗春介绍，目前酒水的年产值约 5000 亿元，电商渠道的线上交易额仅为几十亿元，但业内人士预计 10 年内 B2C 有可能占领传统酒类行业 50%左右的市场份额。

（来源：新华网）

## 【协会动态】

### 协会热情接待美国哥伦布 2020 发展委员会

7月27日下午，在位于四川北路1666号28楼的协会秘书处，秘书长王玉、副秘书长陈德来等协会相关工作人员热情接待了来自美国俄亥俄州的哥伦布2020发展委员会马特·麦科利斯特尔、谢珥黛一行。

王秘书长首先对此次访问协会的哥伦布2020发展委员会表示热烈欢迎，并希望协会与委员会今后加强交流与合作，共同推动上海市及哥伦布市之间的经济发展。哥伦布2020经济开发部副总裁马特·麦科利斯特尔介绍了所在机构的工作职能及情况和此次来访的目的，并表示计划年内会有更大的综合代表团到访，做更多的合作交流互动。

接着，协会副秘书长陈德来向来宾详细介绍了中国及上海电子商务发展的基本现状和未来的发展趋势；并对协会构建长三角地区以及各行业机构之间的交流合作机制情况作了介绍。随后，马特·麦科利斯特尔就中国电子商务人才培养方式，物流在电子商务中的情况，中国第三方支付行业所处的大环境等相关问题与协会秘书长进行了更深层次的交流。

哥伦布2020（Columbus 2020）是一家成立于2010年的私营非营利性的地区性经济发展组织，代表美国俄亥俄州哥伦布地区的11个县。通过旗下的经济发展专家团队和当地伙伴合作，向全球推销哥伦布地区的资产。不仅如此，该机构还向正在评估本地市场的企业提供经济发展方面的一站式咨询服务。截至到2012年2月底，哥伦布2020在2012年已开始接手39个商务项目，其中涉及到国内项目占68%，国际项目占32%。今年2月份，哥伦布2020的团队成员在西雅图、波特兰、凤凰城等地就招商引资问题与有关方面磋商。期间，哥伦布2020的国际项目团队成员在纽约开始与有关中国、印度合作的伙伴开始接触。此次到访协会，也是为今后开展更多的合作交流奠定基础。

（来源：协会秘书处）

## 【行业动态】

### 上海传统老字号借电商渠道焕发青春

回力、蜂花、大白兔，这些出自上海的大名鼎鼎的老字号，“触网”后重新焕发了青春。上海牌手表推出 199 块龙年陀飞轮限量表，如今销售已经过半；蜂花檀香皂，装进了设计古朴精雅的六边形包装盒，顿时身价倍增。

推动这些上海老字号重新包装、开拓电子商务领域的幕后“推手”，正是位于浦东唐镇电子商务创新港的上海市电子商务集成服务平台。据悉，在该平台旗下的电子商务平台——“在上海”电子商城里，已经汇聚了 63 家老字号品牌。老城隍庙的五香豆，大白兔奶糖和麦乳精，都能买到。

尽管上线还不满 8 个月，但网上商城已经初见规模。据相关负责人介绍，平台与老字号企业合作颇有成效，帮助老字号厂家挖掘品牌内涵及文化特色。比如为蜂花高级檀香皂设计包装盒、与上海表业共同设计独家限量款龙年陀飞轮纪念表。平台还整合老字号产品资源，如集合乐口福、大白兔奶糖、五香豆等经典上海老字号零食，组成“品味上海·记忆中的味道”礼盒。该产品颇受市场欢迎，已经销售数万盒，近期还将策划推出不同规格包装。

而针对老字号企业频频遭遇网上“冒名”的现象，平台还为老字号企业量身定做网上“门店”。比如为针对熊猫电缆在互联网上假货众多的情况，开设网上旗舰店。据了解，今后在上海将逐步覆盖上海 180 家中华老字号企业的近千种产品。而在以唐镇电子商务创新港为核心的浦东电子商务功能服务集聚区，未来 3 至 5 年将建设 11 项专业服务平台，为上海企业提供电子商务一站式解决方案。

（来源：新民晚报）

### 国内首个电商云工作平台诞生

7 月 10 日，阿里集团宣布推出聚石塔平台，该平台以云计算为“塔基”，为天猫、淘宝等平台上的电商及电商服务商等提供数据云服务，打造开放、安全稳定的电商云工作平台。

据了解，电商通过聚石塔可以享受基础云技术，包括虚拟主机及云数据库、数据推送、数据集成、资源弹性升级等，也可以在后期享受强大的物流、订单、账户权限等开放与升级。作为首批使用聚石塔的商家，天猫贝尔莱德旗舰店相关

负责人表示，店铺此前举行一次促销时，由于网络负载过高，导致数据下载出现问题，但紧急切换到聚石塔云主机后，顺利实现了订单下载、按期发货等问题，挽回近 200 多万元订单损失。

天猫总裁对此表示，聚石塔是阿里集团数据分享战略的升级。在聚石塔里，“石”好比各种纷繁的数据和应用，集结在一起就汇成一座坚固的聚石塔，这如同一个巨型的数据仓库，商家和服务商们可以安全、高效地获得所需的数据和信息，从而提高运营管理效率、降低成本。聚石塔还承担着数据分析的职能，巨量的用户需求会迅速被商家捕捉，快速反映在生产、供应链、库存、物流等环节。此外，当用户需要了解订单状态时，也能通过咨询聚石塔商家，完整地知道订单进程，细化到工厂下单、从某库房调货、途径某地中转、目前达到哪个城市等各个环节。

据悉，聚石塔从 5 月开始试运转后，目前已吸引 2 万多户商家入驻，日均处理订单量超过 50 万单。负责平台项目相关人士表示，聚石塔平台还将增添更多的服务，包括为自建 B2C 官网的商家提供 IT 系统支持、会员数据共享、营销支持等，最终形成一个一站式的电子商务云工作平台。

(来源：解放日报)

## 在线旅游市场价格战打响

就在携程出手 5 亿美元挑起价格战后，一周内同程网、去哪儿网相继出招迎战携程，在线旅游市场一时风云突变。这个在电商行业中，算得上稀罕的平静领域，终于也卷入了价格战的纠缠中。

携程成为众矢之的，竞争对手虎视眈眈，意图挑战这个行业老大哥的地位。随着比价平台、传统电商、甚至是酒店及旅行社自建网站的步步进逼，以携程为代表的中国在线旅行代理(OTA)模式遭遇围城。携程大起大落的业绩，正是中国过去数年 OTA 模式生存环境骤变的一个范例。

一个星期前，携程宣布展开成立 12 年以来的首次大规模促销，投入 5 亿美元(约合 32 亿元人民币)，进行为期一年的低价促销。5 天之后，同程网豪掷 9000

万，挺进 OTA “价格战”。4 天之后，去哪儿网宣布投资 3000 万美元(约 2 亿人民币)打造旅游智能化服务平台，向所有旅游在线供应商免费开放其旅游服务平台。

一转眼，价格战已火速蔓延，而回望过去这一年，携程可谓遭遇围城。包括多家在线旅游服务供应商如艺龙打出艺龙团购等促销方式与携程对抗，甚至表示携程团购没有的，我们有；携程团购有的，我们全部先打 9 折再减 1 元。虽然不是第一个发动价格战，但是既然价格战来了，我们就会血拼到底！

和携程相比，OTA 领域的竞争对手在过去的一年里都纷纷傍上了“大款”。先有艺龙获腾讯 8440 万美元注资，成为第二大股东，再有同程获得腾讯千万美元投资。此外，旅游搜索引擎去哪儿网被百度入股，淘宝、京东、苏宁也纷纷看上在线旅游这个细分领域。而携程则显得落寞许多。今年第一季度，携程总营业收入为 9.64 亿人民币，同比增长 18%，同期营业利润同比下降 33%，环比下降 23%。携程的股价从去年 7 月 45 美元高位一路跌至 16 美元左右，跌幅大于中国概念股的整体走势。

从营收来看，携程仍然是行业的带头大哥，但从利润来看 OTA 却风光不再。但携程并不想放弃这个领域，一出手 5 亿美元，目的是在 6 个月之后，不超过一年时间内见分晓，让整个行业回归理性。携程负责人表示，携程是业内最有资格打价格战的企业。没有一定市场份额的企业打不了价格战，也不会对行业造成影响。其次，携程有丰富的产品线和一站式的服务，用来打价格战的资源组合也调配得当，比方此次酒店、机票、旅游度假都会参与低价促销，这是竞争对手所不具备的。

(来源：南方都市报)

## 【新增会员】

### 上海中兴软件有限责任公司

上海中兴软件由深圳市中兴软件有限责任公司控股的子公司，成立于 2006 年，投资总额 5000 万元人民币，注册资本 5000 万元人民币，员工约 4000 人，

是一家从事无线通信设备研发、生产、销售及服务的高科技软件企业，主要产品集中在移动终端、无线传输和室内覆盖等领域。

上海中兴软件自成立以来，不断吸纳优秀的人才。公司目前已拥有一支包括移动终端、系统、软硬件开发及测试等专业技术人员的研发团队，配备了相应的开发工具和专业仪表设备，并通过严格的项目管理进行运作，产品设计思想已达到国际先进水平。上海中兴软件同时拥有强大的工程技术服务团队，提供手机、无线传输、室内覆盖产品以及网络优化国际国内项目工程服务。

上海中兴软件依托中兴通讯在移动通信各个领域的技术实力和深厚积累，在母公司的技术实力支撑和市场影响的保障下，结合自身特点快速推出稳定的新产品以及高质量的电信市场服务，拥有强大的核心竞争力，目前公司已在国内确立了行业内高端地位，树立了优秀的品牌形象。

2011年，上海中兴软件实现销售收入约17亿元，同比增长54.5%，纳税总额超过3亿元。截止至2011年，上海中兴软件共取得119个软件产品的《软件产品登记证书》和《计算机软件著作权登记证书》。

(来源：上海中兴软件有限责任公司)

## **五角场集团—上海杨浦都市工业园区**

上海五角场集团是一家大型综合性企业集团，注册资本8730万元，目前拥有6家控股公司及16家子公司，参股公司13家。并形成了横跨汽车销售、房地产开发、商业服务、工业园区、外贸投资等行业的多领域产业布局。

杨浦都市工业园区占地74.44亩，其中智汇商务楼总建筑面积30000余平方米，由4幢五层楼全装修商务楼组成。地点位于上海杨浦区国伟路135号，坐落于被上海市人民政府命名为“上海市新材料科技园区”的杨浦都市工业园区内，由上海五角场(集团)有限公司投资建设。特聘同济大学建筑专家精心设计，共计240余间，园区绿化覆盖率达35%，营造智汇商务楼绿色生态商务办公环境。园区附设繁江酒楼、商务咖吧等配套设施，能充分满足现代商务活动需求。通过

园区企业入驻，有望形成时尚创意、设计研发、品牌营销、网络科技、物流展示、商务贸易、影视传媒等系列现代服务产业领域于一体。

与星光璀璨五角场商业中心相伴为邻的智汇商务楼拥有十分优越地理位置：轨道交通 M8 号线、公交数十条线路经过、翔殷路隧道、中环高架、逸仙路高架、五角场长途汽车客运站坐拥周围。其独特的区位优势无与伦比，新江湾城湿地生态园、重现活力江湾体育场，复旦大学等众多名校，创业者既可享受繁华都市的缤纷生活，又可拥有创业发展的空间。

五角场集团竭诚为入驻智汇商务楼的海内外朋友提供全面的优质服务，热诚期盼着来自各方的投资、创业、共创繁荣未来。

（来源：上海杨浦都市工业园区）

## 上海化工品交易市场

上海化工品交易市场成立于 2004 年，是上海市工商行政管理局特批的唯一以上海地域命名的化工品专业市场。为贯彻落实上海市委、市政府“精化金山”功能定位，2007 年经资产重组落户金山区，隶属于区国资委。

作为上海国际化工城的重要组成部分，上海化工品交易市场将对其发展起到重要的配套、保障作用。上海国际化工城规划面积 70 平方公里，由上海石化、上海化学工业区、金山第二工业区、上海化学工业区金山分区和上海国际化工城综合配套区等五大片区组成，原上海市委书记习近平同志在金山调研时指出“金山漕泾、石化沿杭州湾一带有望建设成为世界一流、亚洲第一的现代化工基地，成为中国最大的乙烯生产和石油化工加工基地”。

上海国际化工城的建设目标是构建化工生产、化工品交易、物流配送三位一体的世界级石化基地群。根据《上海市现代物流业发展“十一五”规划》，上海将重点推进汽车、化工、临港、钢铁等四大专业化物流基地的建设。上海化学工业区物流产业园作为“十一五”期间上海全面推进和建设的五大物流型生产性服务业功能区之一和四大专业物流基地之一，主要为化工原料与化工产品的配送、分拨和储运提供安全可靠的物流服务，打造专业化的化工产品危险品物流基地。

坐落于上海化学工业区物流产业园内的上海化工品交易市场,将紧紧依托现代化工生产基地和专业化工物流基地,发扬“创新、卓越、诚信、谦和”的企业精神,秉承“公开、公平、公正”的交易原则,汇集信息、产品、人才、资源、资金等生产要素,发挥市场聚散功能、信息功能、结算功能、价格功能、配送功能和展示功能,为生产商进一步打通销售渠道,为贸易商提供更多的产品信息,为设备生产商和服务商寻找更多的商机。正在建设中的化工企业和产品的数据库以及电子商务平台将为企业降低商务成本、提高交易效率发挥积极的作用。

上海化工品交易市场诚邀内外化工企业、化工配套服务企业加盟,共享所拥有的区域优势、产业优势、产品优势、配套优势、服务优势和政策优势,共谋发展,共同打造“华东第一、世界知名”的专业化工品交易市场。

(来源:上海化工品交易市场提供)

## 【交流园地】

### 电子商务产业峰会在沪召开 驴妈妈再获电子商务行业“金购物车奖”殊荣

6月21日,“2012电子商务产业(上海)峰会暨飞马峰会:电商推新中国”在上海东郊宾馆盛大举行。峰会秉持一贯“内容为王”的坚守,及“高端性、专业性、前瞻性、战略性”的定位,邀请到3131电子商务创新杨振宇、1号店于刚、飞马旅袁岳、携程网范敏、新蛋中国周昭武、驴妈妈洪清华、齐家网邓华金、麦包包叶海峰、麦德龙胡兴民、波司登赵学军、淘宝网成化、嘉御基金卫哲、乾龙创投查立、汉理资本钱学锋、IBM大中华区林守常等有着丰富创业、守业经验的业界专家一起把握电商机遇,共商2012电子商务转型期的定位、蓄势、突围之道。

会上,知名旅游网站驴妈妈旅游网不负众望,再次荣获由3131电子商务创新联盟、飞马旅、益展传媒、《东方企业家》杂志、电商价值网联合发起的中国年度电子商务行业评选——“金购物车奖”。

作为中国领先的自助游预订及资讯平台，驴妈妈旅游网目前主打的旅游产品有打折门票、周边自由行及跟团游、长途游、出境游、旅游团购和特色酒店。截止目前，已成功完成三轮融资的驴妈妈旅游网拥有注册会员近千万，自助游产品近 20000 种。已有 6000 多家景区、6000 多家特色酒店、千余家国内外旅游局和航空公司等与驴妈妈开展密切合作。同时，驴妈妈也致力于为旅游企业提供精准网络营销，包括为旅游企业搭建在线电子商务平台、产品分销、网络营销策划、活动策划、网络媒体投放等整合营销服务。

ECIS 作为高端活动产品，致力于将其打造成为电子商务行业顶级风向标型峰会；业界领袖积极参与的高端行业交流平台；ECIS 通过多年来不断更新的强大观众数据库确保高品质、拥有决策力的观众群体；ECIS 得到了上海市政府、业界领袖、媒体的大力支持；每一届 ECIS 都吸引近 400 位电子商务 CEO 同台头脑风暴，以及近百家媒体的全程跟踪报道；ECIS 已被业内人士公认为电子商务领域内高规格的峰会，是电子商务领域内的“意见高地”。

据悉，历届 ECIS 都得到了上海市政府及业界领袖的大力支持，更有近百家媒体全程跟踪报道，在电商业界反响强烈。每一届 ECIS 都吸引了数百位电子商务 CEO、学术专家、行业精英，被众多业内人士公认为电子商务领域内最高规格的峰会和电商精英的“意见高地”。ECIS2012 的成功举办再次为中国电子商务产业做出了独特而不可忽视的贡献。与此同时，包括驴妈妈旅游网在内荣获“金购物车奖”的企业将为电商业界树立一批新的模范标杆，带动整个行业迅速发展。

（来源：东方网）

## 上海商派携“双推”打造电商理想之翼

6 月 26 日下午 13 时 30 分，由上海市经济和信息化委、上海市电子商务行业协会、上海商派（ShopEx）网络科技有限公司联合主办的 2012 年上海市“推动电子商务企业创新发展，推动中小企业应用电子商务”，上海商派“双推”项目工作启动仪式在建国宾馆举行。

此次活动邀请到经信委领导和上海市电子商务行业协会的副秘书长曹文君出席，并在会上做了讲话。而获得“双推”平台资格的上海商派网络科技有限公司作为中国最大的电子商务软件及服务提供商，累计近 10 年的电子商务经验，始终致力于为中小企业提供各类完善的电子商务软件及服务。而 ShopEx “启明星·品牌商城”产品也是上海商派特地为中小企业建立网上品牌独立商城而专门研发的产品，不但可以同步淘宝店的商品、会员、订单信息也可完成商城的产品展示和在线交易、物流配送，帮助中小企业快速、低门槛地进驻电子商务领域。

据悉，为贯彻中央健全试点城市的电子商务支撑体系、深化电子商务应用等工作要求，上海市政府根据《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，连续第 3 年推出 2012 年电子商务“双推”工程，斥专项资金 1000 万元用于今年的“双推”工程，围绕促进本市电子商务健康快速发展这一核心目标，大力扶持中小企业开展电子商务应用。

据统计，“双推”工程实施 3 年来，采用“政府贴一点、平台企业让一点、中小企业出一点”的方式，已累计支持平台企业近 30 家，约 9000 家中小企业获得了“双推”专项资金补贴；仅去年“双推”平台企业就新增全国企业客户超过 6.5 万家（其中本市中小企业客户 3430 家），有效降低了中小企业的电子商务应用门槛，并帮助电子商务平台企业拓展了平台应用范围。

（来源：协会秘书处）

## 1 号店：4 年铸就的电商传奇

今年 7 月 11 日是 1 号店年满 4 周岁的日子。4 年前，网上购物已经非常炙手可热。就在那一年的 7 月 11 日，1 号店正式上线，这个以快消品切入电子商务的平台悄无声息地聚集着能量，蓄势待发。

经过 4 年历练，1 号店作为国内首家网上超市，如今已经成为千万家庭购物的首选。目前，1 号店拥有员工超过 6400 名，注册用户超过 2000 万，在线销售

商品 90 万，涵盖食品饮料、美容护理、厨卫清洁、母婴玩具、数码电器、家居运动、营养保健、钟表珠宝、服装鞋帽、生活服务、图书音像、品牌旗舰店十二条产品线，拥有北京、上海、广州、武汉、成都五大仓储中心。2011 年，1 号店全年营业额达到 27.2 亿，以 3 年 192 倍的高增长率荣登德勤“2011 年高科技、高成长亚太区 500 强”第一名。

回首 4 年的成长历程，1 号店今天的成功并不是偶然，坚持“诚信、顾客、执行、创新”才是其制胜的法宝。

### **做一个诚信的企业，树立一个诚信的品牌**

1 号店自创建以来一直以诚信立业。对顾客诚信、对供应商诚信、对社会诚信。1 号店给顾客提供的是“正品保证，质量无忧”的服务，为了这个承诺，1 号店给供应商设置了相应的门槛，以保证服务质量。2011 年，1 号店开放平台 1 号商城发现商城内某知名品牌手表的供应商售卖假冒手表，虽然该供应商的销售额在整个商城的营业额中占有举足轻重的分量，但 1 号店仍然迅速终止了与该供应商的合作。用 1 号商城总经理祝鹏程的话说，虽然此举给我们造成了不小的损失，但我们以此换来的是广大消费者的信任。

### **顾客至上，做业界第一的顾客体验**

除了将诚信落实到供应商管理中，1 号店也将其执行到顾客服务上。在顾客体验方面的成功，或许是 1 号店取得如今业绩最大的功臣。于刚认为，电商的成功与否在于顾客体验，良好的客户体验一定会带来自然的健康增长。基于这种观念，1 号店从上线至今，一直把顾客体验摆在最重要的位置。毫不夸张地说，1 号店 4 年的成长史就是一部顾客体验的改善史。

顾客体验是一个综合指标，包括品类、品质、价格、配送、服务等方方面面。SKU 从几千到现在的 90 万，从 100% 第三方配送到自建物流实现 70% 自配送，1 号店所有的战略和举措都归结到“顾客”二字之上。而于 1 号店的员工，顾客体验指标更关系到他们的腰包，1 号店把顾客体验优化到公司每一个岗位，并聘请第三方调研公司做顾客体验指标调查，把每一个员工的薪资和奖金与顾客体验挂钩。

作为与顾客最接近的“Last mile”（最后一公里），1 号店常常能收到许多顾客对配送员的表扬。由于电梯维修，曾有配送员扛着订单徒步爬了 30 层楼完成配送。顾客没了现金没了卡，就有配送员帮忙垫付。1 号店现在做的是超出顾客期望的体验，但是于刚说：我们要做业界第一的顾客体验。

## 良好的执行力

企业里从来都不缺优秀的战略，战略加执行才是企业制胜之道。再好的战略和决策都要归于执行，没有良好的执行力做保障，一切战略、决策都将成为空想。2009年的某天，于刚和刘峻岭受美国一个商务模式的启发，该模式每天推出一个深度折扣的商品，吸引了大批的顾客。于刚和刘峻岭在上班的路上达成一致，决定效仿该模式。从召集相关部门开会到开发、组货、设计市场推广方案，仅用一天时间，“每日一款”就于当晚上线，并成为1号店的招牌。

## 创新是1号店的生命线

1号店从始至终就是一个创新的结合体，从商务模式到供应链，从系统到运营的方方面面，你都可以寻到创新的踪影。在1号店之前，快消品曾是电商绕道而行的品类。由于快消品体积大、分量重、易漏、易损，保质期不一，经营门槛很高，但这样的门槛反而激起了于刚和刘峻岭的斗志：迎难而上、克服壁垒、打造核心竞争力！

在系统上，除了财务系统，1号店其他的后台系统都是自主研发的，二十多个专利和一百多个软件著作权是铁铮铮的事实依据。而1号店的创新在商务模式上更是得到了淋漓精致地体现，顾客和商家的需求都是多样化的，一种商务模式没办法满足所有顾客和商家的需求。所以我们引进创新很多商务模式，同时孵化很多项目，好的生存下来，不好的淘汰。

现在喜欢网购的人不难发现，这一年来，二维码技术已经被很多商家普及，而这一现象与1号店去年推出的“无限1号店”项目密不可分。1号店现在运营的很好的“店中店”、“名品特卖”、“企业频道”、“夜市”等模式都源于1号店坚持不懈的创新追求。而在早期，1号店也开创了“社交购物”、“购物工会”等创新模式，深受消费者喜爱。

（来源：网易科技）

责任编辑：王玉

编辑：唐迪