



Shanghai eCommerce Association

会员资料 注意保存

电子商务资讯

2012 年 08-09 第 08 总第 118 期

上海市电子商务行业协会主办

目录

【重要消息】

经信委印发《上海推进移动互联网产业发展 2012—2015 年行动计划》通知.....	2
商务部正起草电子商务管理条例.....	5
2012 年上半年中国电子商务市场交易规模达 3.5 万亿元.....	6
商务部: 中国去年电子商务交易额增速高于实体店.....	6

【行业动态】

京东苏宁“价格战”给电商经济带来哪些影响.....	7
移动支付标准年内出台 安全问题成关注焦点.....	10

【企业专访】

让老百姓享受网上便捷生活乐趣——专访付费通服务有限公司总经理池晓彬.....	11
--	----

【协会动态】

上海市委办公厅综合处来协会调研本市电子商务发展情况.....	13
协会秘书长参加市政府发展研究中心调研.....	14
协会组织虹口园区及会员单位企业参加 1 号店波士堂节目录制.....	15
协会召开号百客服专家咨询会.....	15

【新增会员】

大众保险股份有限公司.....	16
上海诺耳信息技术有限公司.....	17

【交流园地】

天呈科技召开“双推”工作推进会.....	19
上海工程技术大学造访协会.....	19
快递协会秘书长来协会秘书处调研.....	20
承前启后 继往开来 2012 一比多新产品发布会圆满召开.....	21
新中大入选 2012 十佳网商服务商——八年磨一剑终显锋芒.....	21

【重要消息】

经信委印发《上海推进移动互联网产业发展 2012—2015 年行动计划》 通知

上海推进移动互联网产业发展 2012—2015 年行动计划

移动互联网是移动通信和互联网融合形成的新兴产业形态，具有移动化、宽带化、融合化、便携化、可定位化、实时性等特征，是实现信息产业新一轮发展的强劲引擎，也是智慧城市建设的最佳实践载体，产业发展潜力大，联动效应明显。发展移动互联网产业是上海实现创新驱动、转型发展的重要抓手，对上海“四个中心”建设具有重要意义。

为落实《“十二五”国家战略性新兴产业发展规划》和《软件和信息技术服务业“十二五”发展规划》相关部署，结合上海经济社会发展需求和《上海市信息服务业发展“十二五”规划》，制订本行动计划。

一、总体思路和发展目标

（一）总体思路

深入贯彻落实科学发展观，紧紧围绕实现“四个率先”、建设“四个中心”和社会主义现代化国际大都市的战略目标，以提升创新水平、发展高端产业集群为总体要求，坚持“市场驱动、企业主体、政府引导、特色鲜明”的发展原则，突出“四个聚焦”，即聚焦技术创新，突破关键核心技术；聚焦模式创新，培育新业态、新模式；聚焦产业协同，推动芯片、终端、传输、软件、平台、应用联动发展；聚焦环境建设，优化产业发展环境，打造国内一流、国际知名的移动互联网产业品牌。

（二）发展目标

到“十二五”期末，上海移动互联网产业发展水平达到国内领先，具有较强的国际竞争力，成为国内移动互联网产业和创新高地。到 2015 年，上海移动互联网产业经营收入突破 800 亿元，从业人员达到 6 万人，集聚一批具有较强影响力的龙头示范企业，培育一批具有创新活力的成长型企业，建设一批移动互联网产业和创新基地，扶持一批移动互联网公共服务平台，加快芯片、终端、传输、软件、平台、应用等环节的创新发展，实现移动互联技术在各行业的广泛应用。

二、重点任务

当前，培育发展上海移动互联网产业主要从基础支持和应用服务两个方面展开：

（一）基础支持

1. 芯片。结合国家科技重大专项的实施，发展面向各类智能移动终端的应用

处理器芯片，研发包括 FDD（频分双工）-LTE、TD（时分双工）-LTE 等在内的终端基带和射频商用芯片，实现在通信核心芯片领域的突破。通过增强 SIP（系统级封装）水平、完善 SoC（系统级芯片）设计方式，提高芯片集成度。提高芯片基础设计能力和芯片架构设计能力。加快关键 IP（知识产权）核/库建设，满足先进工艺环境下移动终端芯片的量产需要。鼓励设计企业与本市制造企业加强合作，共同研发 28 纳米及以下的芯片量产工艺。

2. 终端。鼓励平板电脑、智能手机、电子书阅读器等各类移动终端共同发展，鼓励支持 HTML5（超文本标记语言）的智能移动终端发展，支持基于自主知识产权芯片、操作系统的移动终端研发。建立健全移动终端测试体系，重点建设手机测试平台，提供通信、网络产品检测、通信计量等手机测试服务。鼓励研发具有高集成度、多模、跨操作系统的移动终端整体解决方案；提高智能移动终端集成先进传感设备的能力，促进智能终端功能模块与云计算服务模块组合，发展满足行业应用的专业化移动终端解决方案。

3. 传输。提升网络基础设施能级，重点加快建设城市光纤宽带网和下一代广播电视网，构建多层次、广覆盖、多热点的无线宽带网络。增强通信转接能力，保持城域网出口容量国内最大、海光缆通信总容量占全国 50%以上，创建亚太通信枢纽。加强功能服务型信息基础设施建设，部署规模化商用云计算数据中心、超级计算主机系统等。提高网络带宽利用率，鼓励运营商面向行业、企业、个人用户，发展针对性、差异化增值服务，改善资费套餐结构。

（二）应用服务

4. 软件。发挥上海软件产业综合优势，促进具有自主知识产权的终端操作系统、数据库、中间件、办公软件、行业应用软件以及开发环境等的发展，提供符合国内应用实际和移动互联网发展需求的底层软件架构。研发突破系统软件、人机交互、应用开发、虚拟化等热点技术与新兴技术。鼓励开发基于主流应用开发系统的应用软件并在国内外拓展市场，支持移动应用开发系统和开源社区建设。

5. 平台。结合云海计划的推进，重点突破数据挖掘、海量数据处理、计费、访问控制等平台关键核心技术。支持建设第三方内容服务平台，重点服务经济发展，建设金融资讯、商贸数据挖掘、航运物流信息交互等数据处理平台；服务社会发展，建设道路交通、社区服务、食品安全、公用事业、环境综合气象等数据处理和发布平台；服务文化发展，建设海量视频、数字阅读、动漫资源、数字音乐等数字内容加工平台。促进各类平台开放融合，在终端接入方式、接入内容、接入对象等方面实现开放与共享。

6. 应用。充分发挥移动互联网对生产领域的带动作用，在钢铁、石化、交通、

物流、制造等行业形成领先的服务产品，拓展生产性行业的发展新空间。有效发挥移动互联网对生活领域的提升作用，深化面向餐饮、休闲娱乐、购物、旅游等的移动互联网应用，重点发展移动支付、移动娱乐、移动阅读、移动资讯、移动搜索、移动位置服务等。推动移动互联网在重点领域的示范应用，提升移动教育、移动办公等的应用水平。鼓励移动互联网应用创新，重点发展车载数据与资讯、智能交通、基于北斗等多制式智能交通导航、远程测试诊断、在线节能监管、道路救援与安防等移动信息服务。

三、保障措施

（一）优化产业环境。深化落实《关于本市进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展的若干政策》（沪府发〔2012〕26号），从财税、投融资、人才、知识产权、行业服务等方面聚焦支持移动互联网产业发展。发挥市软件和信息服务业联席会议的统筹协调作用，整合成员单位优势资源，形成推动移动互联网产业发展的工作合力。

（二）加大财政扶持。发挥专项资金的引导扶持作用，利用市战略性新兴产业发展专项资金、市软件和集成电路产业发展专项资金、市重点技术改造专项资金以及区县配套资金等渠道，加大对移动互联网产业的支持，优先支持关键核心技术、特色服务产品、终端解决方案、公共服务平台、应用示范工程等重点项目的研发和产业化。

（三）促进产业集聚。建设定位清晰、特色鲜明的移动互联网产业和创新基地，将符合条件的产业基地认定为市级信息服务业产业基地，并在企业房租减免等方面予以支持。对符合条件的应用示范企业和培育企业，给予相应的政策支持。支持建立移动互联网产业联盟，推动芯片、终端、传输、软件、平台、应用等环节的合作对接。

（四）拓宽融资渠道。建立社会投融资信息平台，为中小移动互联网企业融资、私募提供专业服务，为投资方和移动互联网企业搭建沟通渠道。鼓励创业基金支持中小移动互联网企业创业，引导风险投资机构加大对移动互联网领域的投资力度。鼓励各类担保资金向移动互联网领域倾斜，引导金融机构通过贷款贴息等方式支持移动互联网产业发展。

（五）夯实智力基础。将市软件设计人员奖励政策向移动互联网领域倾斜。对接产业人才需求，搭建移动互联网人才公共服务平台，为人才引进、培育等提供专业服务。利用“上海千人计划”等，积极引进移动互联网核心技术人才和产业领军人才。加强政府、企业、高等院校、职业学校、培训机构、行业协会的合作，采取定向委托等方式培养专业人才，逐步完善移动互联网产业人才支撑体系。

(六) 强化安全保障。加快构建移动互联网信息安全保障体系, 扩展延伸现有互联网安全监管措施, 针对移动互联网技术和业务特点探索针对性更强的监管手段。结合移动互联网新技术、新业务, 建立健全网络与信息安全评估机制。

移动互联网产业是推动上海实现产业结构调整和经济方式转变的重要抓手之一。发展移动互联网产业有助于加快形成服务经济为主的产业结构, 有利于社会管理创新与和谐社会构建, 对鼓励创业、吸纳就业、促进消费等具有积极促进作用。请各区县、协会机构、基地园区、企业结合实际, 认真贯彻实施, 促进移动互联网产业又好又快发展。

(来源: 经信委网站)

商务部正起草电子商务管理条例

国新办于9月13日上午在京举行流通产业发展和保障市场供应情况发布会。对于记者提出的电商价格战问题, 商务部副部长姜增伟会上表示, 个别网站网上传销, 或者以返利销售进行欺诈等活动, 事关商务诚信和消费者利益的问题, 商务部正在抓紧起草电子商务管理条例, 用法规来引导电子商务的发展。

姜增伟表示, 个别网站网上传销, 或者以返利销售进行欺诈等活动。事关商务诚信和消费者利益的问题, 我们必须高度关注, 必须要认真进行处置, 按照现在的法规来办事。电子商务的法律法规还有一些空白, 要抓紧完善。此外, 不太赞同价格战这种说法, 家用电器几千块, 上下浮动几十块, 较难形成价格战。这种虚价的行为, 有关部门也正在处理。

如何规范电子商务的健康发展? 姜增伟认为, 第一, 既然是线上线下结合, 就必须遵循在发展中规范, 在规范中发展的原则, 不能因为有问题, 就给予过多的限制, 电子商务现在在全世界发展都很快, 但确实存在一些问题, 这些问题要通过法律规范等手段解决。目前, 我们正在抓紧起草电子商务管理条例, 用法规来引导电子商务的发展。第二, 要制定标准, 电子商务没有完整的标准体系, 很难解决在营销过程中的边界, 包括管理, 商品质量等方面。第三, 要通过行业自律, 让企业认识到在电子商务领域里, 诚信是基石。

姜增伟指出, 在2011年5.88万亿的电子商务交易额中, 网络销售已经达到了7800亿, 今年上半年, 仅网上购物的用户就达到2.1亿人。据了解, 部分电子商务企业销售额的年增长率达到百分之百。所以, 电子商务必须从法规标准, 物流配送, 网上结算, 交易原则等方面加以完善, 但也有一些不适宜在网上交易

的产品，对此我们应该有个清楚的界定。下一步，商务部将继续推动电子商务的发展，造福于社会和消费者，这是我们当前工作的重中之重。

(来源：中国新闻网)

2012 年上半年中国电子商务市场交易规模达 3.5 万亿元

近日，中国电子商务研究中心发布了《2012 年(上)中国电子商务市场数据监测报告》。报告显示，截止到 2012 年 6 月，中国电子商务市场交易额达 3.5 万亿元，同比增长 18.6%。

2012 年上半年中国电子商务市场交易额达 3.5 万亿元，同比增长 18.6%。其中，B2B 电子商务市场交易规模达 2.95 万亿，同比增长 13%。网络零售市场交易规模为 5119 亿元，同比增长 46.6%。

对此，中国电子商务研究中心高级分析师张周平表示，受经济大环境的影响，特别是外贸的不景气，接连出现的中小企业倒闭潮，直接影响到了 B2B 电子商务企业的发展速度。而目前 B2B 依然是电子商务的支柱，受此影响，电子商务整体交易规模也出现增幅放缓。

数据还显示，截止 2012 年 6 月，电子商务服务企业直接从业人员超过 190 万人。目前由电子商务间接带动的就业人数，已超过 1400 万人。未来 5 年，我国 3000 多万家中小企业将有半数企业尝试发展电子商务，预计到 2012 年底中国电子商务企业直接从业人员将达到 265 万人。

(来源：网易科技)

商务部：中国去年电子商务交易额增速高于实体店

商务部副部长姜增伟今日在国务院新闻办举行的新闻发布会上中国流通产业发展和保障市场供应情况。会上发布的资料显示，2011 年末，全国电子商务交易额达到 5.9 万亿元，近 5 年年均增长超过 30%，增速大大高于实体店。物流现代化水平稳步提高，限额以上连锁零售企业统一配送率已超过 63%。流通企业管理经营水平明显提升，竞争力大幅提高。

资料显示，2011 年末，全国连锁零售企业(集团)达 2411 个，当年实现商品销售额 3.5 万亿元，十年来分别年均增长 12.1%和 29.9%。其中，限额以上连锁

零售企业销售额占社会消费品零售总额的 18%，比 2002 年提高约 12 个百分点。

资料还显示，2011 年，限额以上企业(单位)实现零售额 8.5 万亿元，占社会消费品零售总额的比重达 46.7%，其中民营企业占 80%左右；连锁经营百强企业销售额达 1.65 万亿元，拥有门店 5.5 万个，其中有 3 家企业年销售额超过 1000 亿元。

(来源：中国网)

【行业动态】

京东苏宁“价格战”给电商经济带来哪些影响

——上海市电子商务行业协会召开专家研讨会

“8.15”电商企业京东、苏宁等的“低价”比拼终于偃旗息鼓了。此番堪称“白菜价”厮杀的经典案例，是否蕴藏着鲜为人知的商业背景？给未来电子商务带来什么影响或警示？政府有关部门与行业协会应该发挥哪些作用？8月22日，上海市电子商务行业协会主持召开了部分专家、学者的专题研讨。

背景：

此次事件起因是苏宁计划在 8 月 15 日开展一次商品“0 元”大型促销活动。而作为京东，历来希望能够在更大的范围内扩大整个线上的销售渠道。

此次价格战的本质是在新的商务环境背景下，电商企业对传统企业进入电商领域的比拼。苏宁作为一个庞大的传统企业，在寻求转型发展，直到 2011 年，苏宁真正开始重视和大投入的把工作重心放在电商业务扩展。

从市场份额来说，苏宁无疑是京东认定的最大竞争对手。而苏宁自身开展电子商务也遇到了两方面问题，一个是技术支撑平台落地，在 2012 年年初，苏宁与 IBM 签订了 1 亿美金的合作，在硅谷设立了一个技术研究中心以支持自己的大平台。二是经营模式转型，即如何将线上线下相结合。固然苏宁本身拥有 3000 多家门店，对于电商的物流配送不啻是福音。但传统企业做电子商务，所面临的问题是这两条线为不同的运营结构、业务流程和商业模式。

而作为拥有国外资本注入的京东亦不惧怕大打价格战。早在 2011 年 9 月份，京东自行打造的开放平台，此平台由商家自行发货，客服及上传产品。预计该开放平台在今年能做到 100 亿左右规模，相当于总体规模的百分之二十左右，可以说这是京东良好盈利模式开始的信号。另外，京东也积极筹划自己物流体系的建设，为更快、更好的客户服务体验打好基础。

事实上，“价格战是常态，也才刚刚开始，但是针对苏宁的这场战争这时其实已经结束。”8月16日京东发放优惠券之后，苏宁没有再跟进，京东刘强东如是说：“说蓄谋已久和突发奇兵，都对。我们三年前就预计将有这场大战，一直有所准备，但选择8.15开战，确是事发突然。”

刘强东挑战的是苏宁线下的连锁店，因为高毛利率的苏宁连锁店，被认为是“有违商业本质。”然而已拥有线下线上的苏宁，对打价格战也不惧怕，因为庞大的3000家苏宁连锁店利润，补充原有线上价格比拼足够有余。可是苏宁戛然制止，不陪京东玩下去了。因为苏宁易购借“眼球”经济的微博传播，已被广而知之了。

事实也正如此。8.15上午，涌入京东的UV达1760万，远超京东的预期，库存不足，备货抢购也就不足为奇了。与此同时，苏宁也出现了2小时网站“瘫痪”。电商的本质就是购物+快乐，“京东最在意的就是用户体验。”刘强东从“商业本质”规范京东，从互联网经济活跃的深度与广度挖掘电商价值。当然，京东毕竟还是年轻的电子商务企业，还需要时间来磨练，更需要用创新来实践。

至今仍为盈利的京东挑头“8.15”商战，仍离不开资本市场之争——股权投资机构支持，资本市场始作俑者则寄希望提高市场份额，为京东IPO上市赢得较高股份做铺垫。

影响：

能短时间内，造成了如此巨大的影响力，无疑微博起到了推波助澜的作用。此次事件将传统媒体，无论是报纸、电视、广播等都调动起来，争相报道此次事件，可以说此次事件将微博营销的作用发挥到了极致。

与炒的红火的微博新型媒体对此次事件的疯狂转载不同，此次传统媒体对事件的评价主要是负面的报导，包括中央电视台、报刊杂志的多家媒体，都一致对此次价格战背后，广告宣传的诚信受到了巨大的挑战。

虽然此次事件抓住了网络经济的“眼球”。但也造成了不诚信的负面影响。就消费者本身而言，尽管8月15日参与此次事件的网上流量都激增了4到5倍，但广大消费者未享受到真正的获利。先前，京东、苏宁号称的全面降价百分之十，其实质也只有部分商品降价，且有商品备货不足。这无疑对京东及挑头价格战的电商企业的品牌造成了侵蚀。而在电商时代，企业品牌及口碑传播因素要远远大于传统商业环境影响。

由于电商经济愈益红火，“价格战”事件则扮演了反映电子商务行业营销发展的“晴雨表”角色。首先，可以更快的将原先没有参与到网购的群体拉入到线上消费行列中去，使得整个市场进一步扩大。如作为苏宁一方，通过此次事件，

有更多的人有效认知了苏宁拥有“苏宁易购”这个网上销售渠道。其次，价格战的引发以及社会舆论的反应，使得消费者对网络营销和网络购物有了更加理性的认知。

启示：

研讨会上，有关专家、学者对此次“价格战”实为“口水战”提出质疑。通常发动价格战的企业价格制定会比较低，并且持续较长时间的，而此次价格战降价幅度不明显，持续时间不长，不符合价格战特点。“价格战”的发动需要成本带动与支持，其中包括人员成本，物流成本、产品成本等诸多因素。而此次参加的企业相比来说无明显的差异，没有表现出谁特别高、谁特别低，所以价格战的打响并不靠谱。

与会专家、学者一致认为，从以上因素可以看出，如今国内的电商企业还没有完全走向成熟，多数电商企业希望在短期内迅速壮大。可是，罗马不是在一天之内建成的，企业需要一个长期或更远期的发展定位，盲目的自我扩张，只会像病毒一样随着市场的完全崩溃，企业走向衰亡。其次，参与“价格战”的企业都是电子商务行业内具有较大代表性的，一旦战略发生偏差，影响的往往不仅是企业自身，还包括整个行业的冲击，如物流，产品制造商等行业的市场结构。相比起传统的零售企业，如沃尔玛和家乐福等很少采取价格战的爆点来推销自己的产品，更多的是按部就班地扎实地做好自身企业的战略发展。也许经历此次事件后，各个参与其中的企业会重新审视自己的发展战略，从自身战略做出调整，是更多关注在炒作方面，还是将眼光放在核心业务之上。

在获得启示的同时，“8.15”商战已向电商行业发出了警示。塑造电商品牌，依赖于“价格战”的闪电式快速营销策略能持续多久？无论是传统企业模式还是电商新型模式，品牌企业的商业价值发展基础，都离不开企业生产管理进步和技术研发的创新。总之，塑造电商品牌是企业发展壮大，市场不断扩大，声誉日益提升的根基所在。

不可否认，中国的消费者特别青睐于商品价格的比较，这种敏感度将会导致对商品品质，商品售前、售中、售后服务的全体色盲或失聪。有关专家认为，刚刚迈入市场经济的中国短期内不会有根本改变。正因如此，“8.15”商战的突然爆发，也不足为奇了。因为助推价格的土壤、空气、水份的客观市场环境，会扭曲商品价值的全貌。

责任：

毋庸置疑，以价格优势转换成销量优势，以销量优势转换成利润优势，是电商企业赖以生存和发展的不二法则。然而“8.15”的电商价格战，诠释的不是

让消费者和供应商真实满意的结果，这种不能维持的忽悠演出，很难获得网络经济市场的信用认可。

上海作为电商经济生态环境最为成熟的城市，信用践行的意识已越益渗入广大市民。“公正、包容、责任、诚信”，既是上海城市倡导的价值取向，也是上海市电子商务行业持续健康发展的基本特征。

参加研讨的有关电商专家、学者还提出了如下建议：

第一，政府有关部门在着力推进《上海市促进电子商务发展规定》和“上海市电子商务发展“十二五”规划”过程中，与行业协会共同携手，认真研究信用制度、商业规范等电子商务发展环境优化的落实措施。

第二，作为政府和企业的“纽带”，行业协会可以组织企业进行诚信及商业法规等政策与业务上的培训，让企业共同认识到竞争需要有实实在在的立足点。

(来源：协会秘书处)

移动支付标准年内出台 安全问题成关注焦点

9月25日，以“E时代 议金融”为主题的第二届清华大学五道口金融街大讲堂暨2012中国电子银行高峰论坛在北京举行。“国内移动支付的发展”也成为论坛的重要议题之一。

与会专家一致看好移动支付未来发展前景。银联移动支付部副总经理单长胜表示，在未来的三到五年内，整个移动电子商务规模会超过原有的电子商务规模。单长胜谈到，我们国家标准、行业内标准年内会出台，这将对移动支付发展带来非常好的基础。

中国金融认证中心总经理季小杰表示，随着移动互联网技术以及手机智能终端的飞速发展，2012将是国内移动支付的爆发年。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)最新公布数据，截至2012年6月底，中国手机网民规模达到3.88亿，占网民总数的72%。

在2012年对于移动支付行业来讲最重要事件莫过于中国移动支付规范的制定，我们相信2013年移动支付将步入一个有序、健康、快速的发展循环中。据了解，今年4月，央行集合商业银行、银联、移动通信运营商等40多家产业相关方，成立了移动支付标准编写组。最终中国银联主导的13.56M确定为目前中国移动支付的标准。

不过，对此，中国人民银行支付结算司副司长樊爽文在峰会上表示，通讯

标准模式不搞一刀切更好，推动一种技术的时候最好也为其他的标准留下生存的空间。如果过上十年、八年看今天这种选择，也许今天的最优选择对于动态的全局战略发展来讲倒不见得是最优的选择。

如何协调好便捷与安全 安全问题成关注焦点

随着移动互联网时代的到来，移动支付的发展无疑将给消费者带来极大的便捷，但随之而来的安全问题也成为广大消费者和服务提供商共同关注的焦点。

中国人民银行支付结算司副司长樊爽文在峰会演讲中谈到，当前，移动支付是整个电子支付领域的焦点。在当前移动支付发展的起步阶段，处理好安全与便捷之间的关系，是消费者和服务提供者共同关注的焦点，而安全问题应放在第一位。中国金融认证中心总经理季小杰表示，但在移动支付的发展过程中存在一个不可忽视的问题，那就是安全问题，这个问题如果得不到有效的解决或被忽视会直接影响整个支付产业的发展。民生银行电子银行部总经理高级助理郝付国谈到，随着银联移动支付标准的确定，手机支付已经进入发展的快速时期。但消费者对手机支付安全性的疑虑还在很大程度上制约着手机支付，特别是远程支付的发展。

运营商、银行、三方支付机构摩拳擦掌 近场支付更胶着

中国人民银行支付结算司副司长樊爽文表示，移动支付是现阶段银行机构关注的焦点问题，商业银行及非金融支付服务机构、移动运营商甚至移动设备终端制造商、芯片制造商等机构都陆续加入到推动移动支付发展的行列中来，大家一致看好移动支付在未来市场中的地位，但当前移动支付的发展还面临着一系列业务、技术、参与者利益协调等问题。

（来源：中新网金融频道）

【企业专访】

让老百姓享受网上便捷生活乐趣

——专访付费通服务有限公司总经理池晓彬

随着电子商务的不断发展和普及，电商应用越发深入到生活的方方面面。从过去最早的网上信息资讯的查询，到如今网上购物、网络支付成为生活中不可或缺的一部分，这种发展使得整个电子商务市场日趋成熟，而老百姓的生活方式也随之发生了巨大变化。企业承建政府的公共信息服务项目，而他们的经营之道又该何去何从呢？为此，协会对上海付费通信息服务有限公司总经理池晓彬进行了采访。

九年发展——坚持愿景秉承使命

上海付费通信息服务有限公司成立于 2003 年 5 月，是上海市 2004 年政府便民实事项目“付费通”的承建及运营单位。付费通项目由上海市政府部门牵头、联合各公用事业出账机构及银行单位于 2003 年 5 月共同设立至今，一直致力于建设一个全市统一的 EBPP 平台，通过现代化信息技术，实现市民家庭生活中的各类传统纸质账单的电子化整合、信息交换、呈递与支付，向上海市居民家庭提供安全、便捷的一站式电子账单查询及支付服务。

目前，付费通拥有员工 100 多人，其中技术人员占 30 人左右。而作为公共服务的重要环节的客服，付费通月客服通话量 4~5 万个，现有在线坐席 30 个，两套班子在 15 小时内为付费通用户提供优质服务。截止到 2011 年年底，付费通平台累计服务人次超过 3.5 亿，实现交易 3 亿笔，累计总交易金额突破 250 亿元。到今年 8 月中旬已有申请电子账单数量 794093 张，随着政府倡导绿色环保理念的推行，这个数字还将继续保持高速增长。

纵观付费通 9 年的发展轨迹，可以发现近年来，付费通等电子支付平台企业的发展尤其迅速。这也体现了政府相关机构自“十二五”期间对于金融支付行业以及公共事业的重视。2011 年 5 月 18 日，付费通公司获得了由央行颁发的《支付业务许可证》，成为全国首批获得第三方支付牌照的 27 家单位之一、业务范围囊括了几乎所有类别的业务支付许可。同年 9 月，付费通完成全国平台的建设工作，逐步地将触角伸向全国，为更多的市民家庭提供基本生活账单的在线查询、支付与理账服务。到 2011 年底，除上海以外，付费通陆续开通了北京、天津、南京、无锡、杭州、临安、青岛等多个城市，预计到 2013 年，付费通至少将覆盖全国 100 个城市。

2011 年 11 月 23 日，付费通承建的电子账单公共服务平台(www.ezhangdan.com) 开通试运行。通过该平台，上海市民可以申请各类公共事业费的电子账单，减少纸质账单的浪费，节约社会资源，共建低碳环保城市。2012 年“推广使用 100 万份电子账单”已列入市政府十二五规划实事项目，同年 3 月 12 日，上海市电子账单公共服务平台 (www.ezhangdan.com) 正式启动，该平台也是全国首家开通的电子账单公共服务平台。

不惧行业竞争，以差异化产品为核心

如今，服务产品明显趋向于同质化。支付企业也面临着激烈的竞争，其中以公共服务为主的付费通也不例外。面对竞争激烈的行业环境，付费通摒弃了许多电子支付企业采取多元化的发展战略，依据公共事业费为切入点，从深度上向下挖取，以此提供不同于其他支付企业的特色服务。

从核心竞争业务来看，第一点便是多元的公共事业费代扣业务，实质是一种BtoBtoC的电子商务模式，主要特征两点。其一、多对多种类；付费通账单代扣是一种多种卡类媒介介质代扣，各种卡类支付都可以在此平台实现，而作为另一端则是多种公共事业费同平台缴纳，免去了用户需要跑多个地点缴费的习惯，只要通过网上，就可支付所有类型的公共事业费账单。其二、优质的后续查询服务；在代扣业务完成后，付费通提供更准确的查询明细，与银行代扣公共事业费不同，银行所能查询的是已有账号中的账户变动，而付费通提供的查询是基于销账变动的，即当此业务完成交易后的详单查询，另外付费通也提供账户费用不足提醒等多种增值服务。

第二个便是绿色电子账单（EBPP），此项目作为上海市政府纳入“十二五”规划的政府实事项目，是倡导绿色节能、环保的重要举措。就上海地区来说，一年要产生4.8万亿张账单，一张张垒起来要超过10个东方明珠的高度，需要砍掉2500亩十年生长的树木来制作纸张原料。通过此举不仅有效保护环境，同样也减轻各个公共事业企业的开账压力，减少不必要的损失。可以说是利国利民的实事。

账单，付费查询，代扣这三个服务产品构成了付费通的核心竞争力，各个环节的链条有机的相结合，一环扣一环，形成有效的运作服务机制，为付费通客户提供全方位技术专业化工服务。

树立形象口碑 大面积推广电子账单

在对自我品牌的认知上，付费通在充斥着多元化发展的大环境下，始终将品牌形象定义为家庭账单管家。“用通俗的话说，付费通想留给老百姓的印象就是专业缴水电煤的。”付费通总经理池晓彬这样说道。在他看来，以家庭公共事业费为主营业务，继而拓展其他基于家庭生活的各项产品，可以诠释付费通的企业品牌形象。其次，在品牌传播方面。付费通通过官网、官方微博、博客，论坛以及活动等途径，大面积宣传和推广付费通的电子账单等服务产品。总而言之，让老百姓有效认知“让生活轻松一点”的企业品牌理念，是付费通始终不渝的追求目标。

（来源：协会秘书处）

【协会动态】

上海市委办公厅综合处来协会调研本市电子商务发展情况

8月30日下午，协会秘书处迎来中共上海市委办公厅综合处的调研员一行，

就本市电子商务发展与王玉秘书长进行了交流。

根据市委办公厅领导要求，此次调研旨在了解上海市电子商务的整体发展情况以及细分领域代表性企业的发展状况。通过与北京、深圳、杭州等电子商务发展领军城市相比较，把握未来电子商务商业模式创新的方向，处理好传统商贸企业转型发展所面临的机遇与挑战。

就电子商务发展遇到的问题，王秘书长向调研员提出如下建议：1. 整合政府资源做大做强全国有影响力的电子商务综合平台。如携程，号百，1号店等。2. 做强做细垂直电子商务领域的龙头企业，如钻石，贵金属、手表、红酒等。3. 推进规范第三方支付平台企业发展壮大。现上海拥有支付牌照的第三方支付平台企业占到总数的2/3。政府因引导企业加快产品创新，将支付行业做大做强。4. 建立完善的诚信服务体系。通过建立第三方公共服务平台，为企业和消费者提供可靠、真实、有效的信用信息。营造一个值得信任的电子商务环境。5. 打造高质量的物流配送体系。规范物流企业服务水平，提高物流企业效率和收益，营造良好物流配送环境。6. 完善电子商务企业的税收政策。7. 人才政策，提供引进，培养等配套服务政策。

（来源：协会秘书处）

协会秘书长参加市政府发展研究中心调研

为了解目前本市社会消费品零售的总体情况，研究制定进一步促进上海社会消费品零售健康增长，提升商业零售竞争力的对策。上海市人民政府发展研究中心于2012年8月29日下午，在市政大厦18楼召开专家咨询会议。协会秘书长王玉受邀出席。

会议主题围绕商品零售发展情况，以及对近期本市社会消费品零售额增速放缓等原因进行了探讨。为此，协会专门组织人员深入协会会员单位了解企业的经营状况以及所遇到的问题。并将这些问题及意见整理归类、总结后，如实向政府机构反映状况。在会上，协会秘书长王玉就上海电子商务网络销售的发展情况作了详实的介绍，并结合电子商务发展中企业出现的瓶颈及问题提出了自己的看法及建议。

（来源：协会秘书处）

协会组织虹口园区及会员单位企业参加 1 号店波士堂节目录制

受上海电视台财经频道邀请，协会于 2012 年 8 月 17 日组织虹口北外滩园区单位和部分会员企业前往位于上海市南宁路 989 号（近宾南路）正大综艺录制棚录制节目《波士堂》。协会方面 9 家会员单位共 25 位代表参加了此次录制活动。

此次《波士堂》栏目邀请到了电子商务业内颇具好评的网上超市 1 号店的创始人董事长于刚和联合创始人 CEO 刘俊岭，分享他们在创业以及一路打造 1 号店未来发展的心路历程。

在录制节目过程中，1 号店两位负责人和现场的三位嘉宾以及主持人就近期京东和苏宁等电商价格战进行了讨论。1 号店负责人也表示，战火暂时还未涉及到他们，首先网站定位不一样，1 号店打造的是“网上超市”的模式。其中最主要 1 号店是通过先进的系统平台和创新的商务模式，从而为顾客和商家创造最大的价值。

在与现场观众交流中，园区平安果公司的吴杰就储备人才向 1 号店两位负责人进行了请教。两位负责人表示，1、公司要有明确的发展战略目标，让每一个员工感到公司有希望，有发展，有方向；2、向员工提供广泛的事业发展舞台，搭建竞争平台，促使优秀员工脱颖而出；3、公司拥有融洽的人际关系和工作环境，使员工在精神和人格方面得到尊重；4、员工的报酬和劳动要成正比；5、对于公司的骨干和精英享有股份等等建议。

1 号店作为开创国内电子商务行业“网上超市”概念先河的电子商务企业，一直致力于为顾客带来优质的客户体验和改变人们的生活消费习惯。截止到 2012 年 2 月，1 号店拥有超过 1800 万注册用户，超过 5400 名员工，营业额从 2008 年的 417 万元升至 2011 年全年营业额达到 27.4 亿。

最后节目录制结束后，1 号店的两位负责人与嘉宾和园区企业交换了名片，并进行了合影留念。此次活动受到了园区及相关会员单位企业的热烈欢迎，他们纷纷表示：通过这次活动，收获颇多，从经营战略和经营方式对自己所从事的企业未来发展带来了新的思考。

（来源：协会秘书处）

协会召开号百客服专家咨询会

为更好的促进号百客户服务业务能力的提升，努力将客户服务质量推向新的高度，协会于 9 月 19 日在南馨园酒店会议室召开号百客服专家咨询会。此次会

议邀请到了号百公司市场部和战略部的负责人以及 4 位过去从事客户服务质量检查的专家。协会方面，秘书长王玉、副秘书长陈德来等 5 位出席，与与会的专家展开深入交流。

会议开始时，由协会罗耀娟向各位专家详细汇报了从客服工作项目执行以来的工作成果及运营情况。随后，副秘书长陈德来就技术层面向各位专家解释了运作情况的具体实施细则及难点。

在听完协会工作的汇报后，各位专家都表达了对过去协会开展项目工作的充分肯定，并希望协会能够在将来再接再厉，继续拓展做好此项工作。会上，专家组成员对协会客服质检工作提出了如下建议：

1. 细化客服质检标准，获得第一手数据更真实性、更具应用价值。对于一些拨测情况中的影响因素，如集中拨测检查是否会影响检查真实性、拨测号码及手段是否需要改进并完善、制定并统一各个城市之间考核标准。

2. 提高质检标准认可度、权威性，将行业标准与社会行业标准相接轨。在业务检查标准围绕号百的同时，对照国际研究成果，努力累计客户服务质检经验，树立行业内客户服务标准。

3. 着眼于业务服务拓展，提高品牌知名度。参与号百经营性拓展，将所做的客户服务质检评估报告向第三方专业评估机构靠拢，建立合理的模型，提高各项服务指标、综合性。通过质检范围的业务拓展，从正面宣传号百客户服务质量提升，推进号百品牌知名度建设。

（来源：协会秘书处）

【新增会员】

大众保险股份有限公司

大众保险股份有限公司是 1995 年元月在上海注册成立的股份制商业保险公司。公司由史带保险和再保险有限公司（Starr Insurance & Reinsurance Limited）、上海国际集团有限公司、上海国际集团资产管理有限公司、上海市城市建设投资开发总公司、上海大众公用事业（集团）股份有限公司、上海汽车工业销售有限公司等 29 家中、外资企业投资建立。公司主要经营各类财产保险业务、再保险业务和资金运用业务。经过十多年的发展，大众保险目前已在上海、

江苏、浙江、安徽、福建、山东等省市创立了良好的公司品牌。在此期间，公司的营销服务网络有序延伸，客户数量稳定增加，保费规模逐年提高，资产规模不断扩张，现已成为一家具有一定专业水平和市场积累的专业财产保险公司。

公司成立以来，先后承保了许多颇具影响的国家重点工程和项目，如上海世博会财产保险项目、上海中心大厦、上海多条越江隧道、越江大桥和轨道交通，以及南京第二长江大桥、杭州湾跨海大桥、青岛海湾跨海大桥、东海平湖油气田、石洞口电厂等国家重点项目和大型市政、能源类项目，赢得了客户的广泛好评。

2011年，公司作为上海市属金融国资国企改革重要组成部分，在上海市人民政府有力的推动和支持下与史带国际集团在全球展开全面战略合作，进一步加强了公司的资本实力，提升了业务、管理水平。史带国际成立于1950年，在全球范围内承保包括航空保险、水险、能源险、超额保险、财产保险、责任保险及意外健康保险等险种。现任集团董事长兼首席执行官莫里斯·格林伯格（Maurice Greenberg）在国际上被誉为“保险教父”，曾在美国国际集团（AIG）任董事长和CEO，并在其掌舵长达38年间将AIG成功打造为世界第一的保险集团。

当前，上海建设国际金融中心、国际航运中心的进程正在高速推进之中。站在新的历史发展起点上，大众保险将坚持秉承“效益为先、稳健经营、协调发展”的经营理念，坚持“信誉为本、服务大众”的服务宗旨，依托战略投资者史带国际全球领先的专业技术和营运经验，发挥公司多年积累的本土优势与有利条件，以效益为中心，以改革促发展，以创新求进步，加快发展步伐，逐步实现“创造大众的信心与价值，造福于大众富裕与安宁，建设具社会领先的金融保险服务商”的公司长期发展愿景。

（来源：大众保险有限公司提供）

上海诺耳信息技术有限公司



—— 致力于中国医药企业信息化

“e” 寓诺耳技术推动医药企业信息化，帮助电子商务的发展；

“e” 与胶囊的变形组合体现了医药行业网站的属性，易于识别和记忆；

“e” 环绕地球，包揽天下，寓意诺耳技术要争做行业第一的雄心与目标，圆球形，和谐包容；

采用橘色作为标准色，展现了诺耳人，活力积极向上的精神面貌。

简介：

上海诺耳（Novo）信息技术有限公司，总部位于上海，是一家专注于信息技术，着眼医药行业未来的信息技术服务企业。主营业务涉足医药行业信息化规划与咨询、医药计算机应用、信息系统集成和应用软件产品开发三大领域。为医药经营企业、医药生产企业、医药代理团队以及单体连锁药店提供信息化服务，帮助中小型医药企业快速实现信息化。

诺耳技术聚焦医药健康产业，投身医药电子商务研究十余年，对医药行业有着深刻的理解和认识，在行业信息化规划方面具有独特的优势，在代表行业最先进技术和产品的医药 OA 系统、CRM 管理系统、ERP 系统市场上处于领先地位。诺耳技术凭借自身对医药行业的深刻理解，开发出了既符合医药行业发展需求又适应于医药企业现状的市场分配管理系统、现金管理系统、人事系统、绩效评估系统等产品，产品在协助医药企业提高工作效率、降低运营成本等方面发挥了积极作用，并被广泛应用于医药企业管理及药品流通等领域。产品经历了数万人次的使用和考验，获得业内诸多合作伙伴的肯定与好评。如今，诺耳技术开发的医药信息服务平台、医药 B2B 平台已经正式上线，B2C 电子商务平台也将于近期逐步投入使用。

时至今日，诺耳技术凭借精湛的技术和成熟的眼光，已经逐步成为了具有强大自主研发能力和雄厚经营实力的信息技术服务企业。目前，诺耳技术已将开发更具优势的第三方电子商务平台作为公司的研发工作重点。第三方医药电子商务平台独立于买卖双方，将互联网、呼叫中心、电子交易、网上支付等技术有机结合，运用安全认证、加密传输、异地容灾等多重技术手段，能够为用户提供功能更强大、更加简单易用、安全可靠的电子商务在线交易平台服务。诺耳技术通过第三方电子服务平台为买卖双方客户提供交易所需的数字化服务，为客户提供在线发布药品信息、在线采购、在线交易、在线支付、药品跟踪、配合地面仓储和物流等医药流通全程服务。

通过与地面物流的配合，诺耳技术第三方医药平台能够快速实现信息流、资金流、物流高度协同，建立完整的医药电子商务服务模式，为维护网上医药交易市场的公开、公平、公正做出努力。为缩短药品购销流程，解决药品流通过程中信息不对称、价格不透明等问题提供技术支持。

诺耳技术将实现中国医药企业信息化作为公司发展的目标和动力，凭借踏实的产品风格和创新的经营理念，在十年间实现了新型民营软件公司从单一服务型企业到服务与研发同步并行的飞跃，在中国医药企业信息化发展的过程中不断进

步。在诺耳即将开启新的十年篇章之际，我们有理由相信，诺耳技术将为中国医药企业信息化历程创造更多的奇迹，为中国的老百姓用的起好药而努力！

（来源：上海诺耳信息技术有限公司提供）

【交流园地】

天呈科技召开“双推”工作推进会

为落实 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“双推”工程，上海天呈科技有限公司于 8 月 2 日下午在上海锦雪苑大酒店召开了“医流比价电子商务双推工作推进会暨医流商城供应商大会”。上海市经信委、上海市电子商务行业协会、上海市促进中小企业发展协调办公室、软件测评中心、上海医疗器械行业协会等领导和供应商出席了本次会议。

会上，上海天呈科技有限公司邓志龙总经理就公司发展历程、发展前景以及未来实施“双推”工作做了介绍，经信委、电子商务协会、中小企业办等领导及部分供应商代表在会上发言。随后，天呈科技有限公司还与十多家供应商签订了“医流比价会员服务协议”。

上海天呈科技有限公司作为电子商务行业协会会员单位。主要从事医疗器械和科学器材销售的门户网站和电子商务平台。网站创建于 2007 年，其网站“医流比价”B2B 电子商务平台，致力于医药行业生产商和销售商合作；坚持明码比价，是免费提供发布医疗器械、科学器材信息的平台，并全方位的为企业和产品提供推广服务。经销商和用户可通过“医流比价”获得最新的行业动态、供求合作以及产品性价比信息。

（来源：协会秘书处）

上海工程技术大学造访协会

受上海市经济和信息化委员会的委托，8 月 3 日，上海工程技术大学史健勇副院长一行 8 人来到位于四川北路 1666 号的电商协会秘书处作有关“加快推进上海平台经济发展对策研究课题调研”。

该课题研究将在上海产业总体发展规划、上海工业发展“十二五”规划、上

海信息化发展“十二五”规划等规划框架基础上，通过清理平台经济的概念，平台经济发展轨迹和规律、平台经济发展的重要性和必要性、上海发展平台经济的现实基础和瓶颈问题，借鉴国外发达城市的发展经验，提出上海发展平台经济的指导思想、原则、阶段性目标、重点产业领域及借助的具体手段等。并研究总结促进平台经济发展，以及通过平台经济促进上海先进制造业、战略性新兴产业、生产性服务业发展的具体举措。

会上，协会王玉秘书长就在上海电子商务行业中做的比较好的或有潜力的平台企业、它们的业务和盈利模式、上海电子商务行业中发展平台企业的机遇和优势、上海发展平台企业或平台经济的环境、瓶颈、以及政府需要做的工作或扶持政策等专题与课题组成员进行了深入地探讨。

（来源：协会秘书处）

快递协会秘书长来协会秘书处调研

7月24日，上海市快递行业协会陈麟骅秘书长一行3人来协会与王玉秘书长就快递行业发展中的现状和存在的问题进行了调研。快递行业协会现有300多家会员单位，90%是民营企业。

由于在整个电子商务产业链中快递是一个重要的环节。快递行业协会通过走访电子商务行业协了解在电子商务发展环境下，对快递服务在电子商务产业链中的要求和需要解决的问题。

协会王秘书长就开展电子商务所需三流（信息流、资金流和物流）做了介绍，重点介绍了目前物流的现状。由于目前快递行业没有服务规范、行业标准，在快递企业中，尤其规模较小的快递公司在运营中表现出服务能力和服务质量上以及费用的问题，已成为电子商务发展中的瓶颈。并建议：1、尽快制定服务规范或行业标准；2、在行业协会内对知名的快递公司可进行排名，以提高知名快递公司的知名度；3、价格体系中要有指导价。另外，秘书长还表示我们协会可与快递协会联合召开座谈会，听取电商企业对快递公司在服务中的意见和建议。会后，我协会和快递协会互换了各自的会刊。

（来源：协会秘书处）

承前启后 继往开来 2012 一比多新产品发布会圆满召开

2012 一比多新产品发布会于 8 月 13 日在裕景大饭店圆满召开，本次发布会邀请了上海的政界要员、行业专家、企业代表齐聚一堂，吸引了来自上海地区的 400 多家中小企业参与，盛况空前。

伴随一段美轮美奂的激光舞之后，会议首先由上海现代服务业联合会会长、原上海市副市长周禹鹏先生致开幕词，他认为现在的中国 B2B 市场已经形成了北京慧聪、上海一比多、杭州阿里巴巴三足鼎立的局面。随后，上海经信委生产性服务业处处长于成先生、复旦大学管理学院副院长殷志文先生、信息服务业行业协会秘书长马海湧先生也作了精彩发言。

本次大会主要围绕一比多推出的两款最新产品“移动商机宝”和“微博精灵”展开。这两款产品既是对一比多现有商机宝产品线的全新整合，也是一比多应对当前激烈的 B2B 电子商务市场的产品创新与挑战。

在嘉宾访谈环节，来自上海地区的互联网行业领导：百度上海分公司总经理钱程先生、腾讯微博商务拓展总监蒋鸣先生、电子商务行业协会副秘书长陈德来先生、一比多首席架构师董应群先生就当前的移动互联网、社会化媒体营销的发展趋势及中小企业如何利用好这些渠道开展网络营销分别发表了各自的看法，现场观众也很积极地参与互动。就与会观众开展电子商务中出现的很多问题，嘉宾们作了耐心的专业点评。

会议期间，上海火速集团董事长兼 CEO 刘小光先生就企业经营应以良心为本发表了主题演讲，认为选择一比多，就是为广大中小企业客户提供更多商机，凭良心为广大客户提供更多满意的服务。最后，一比多总经理董应群先生为大家详细介绍了“移动商机宝”和“微博精灵”两款产品，也为大会的召开画上圆满句号。与会的中小企业客户反响热烈，纷纷表示本次大会让他们受益匪浅，并将继续一如既往的支持一比多平台及商机宝产品。

（来源：火速一比多市场营销中心提供）

新中大入选 2012 十佳网商服务商——八年磨一剑终显锋芒

8 月 3 日的下午，阿里研究中心北京万松书院人声鼎沸，2012 十佳电商服务商的北京分享会正式拉开帷幕。来自北京周边的 20 多家电商服务商各显神通，展开了对十佳网商服务商这一殊荣的激烈争夺。最终，新中大软件以总分 8.2 分

获得北京分场第二，全国总场第四的好成绩，成功入选了 2012 十佳电商服务商。

新中大软件自 93 年成立，是国内第一批从事企业管理信息化的软件企业，在近 20 年的发展过程中，经历财务软件时代、ERP 软件时代和电商软件时代三个阶段的软件应用发展历程。从 2005 年开始，在创始人石钟韶的带领下，新中大软件就开始关注电子商务与 ERP 的整合应用，并提出 URP-联盟体资源计划，创造性的将企业管理思想和电子商务有效融合，最终打造了以创新应用为核心的企业综合管理软件 URP-i6 系统，并以此为基础，推出品牌企业官方网店 ishop 软件和品牌企业电子商务平台 UIC 软件。

新中大的高端电商应用系统传承了完整的 ERP 管理思想，并有效的融合了电商企业高效、智能、准确的应用特点，不仅解决了电商企业在业务层面的需要，更提供了具有管理内涵的 IT 系统，解决了从人力资源、协同办公、财务管理、数据分析、客服管理等各个层面的一体化，真正的突出了信息的协同，解决了电商企业的信息孤岛。

软件即服务，软件的服务更强调的是责任感和专业性，新中大定位于高端电商的软件应用服务，需要面对客户更多、更复杂的业务需求。我们不仅仅需要解决客户当前的应用问题，更重要的是我们需要深度的认知客户的企业战略，为客户规划符合自身实际的 IT 规划。所以，新中大的高端电商咨询团队，汇集了 20 多位理论扎实，实践丰富的高端电商系统咨询顾问，为高端电商企业提供战略咨询、IT 系统规划等高端系统知识转移服务。新中大遍布全国的 20 家直属分支机构，近 500 位软件实施顾问，为客户提供 7*24 的不间断服务。

历年的积累，今日焕发蓬勃的生命力，十佳服务商的荣誉，更是新中大高端电商前进的动力。让我们一起努力，建设一个更美好的电商生态圈。

（来源：新中大软件）

责任编辑：王玉

编辑：唐迪