



Shanghai eCommerce Association

会员资料 注意保存

# 电子商务资讯

2012 年 12 月第 11 期总第 121 期

上海市电子商务行业协会主办

---

## 目录

### 【恭贺新年】

元旦贺词..... 2

### 【重要消息】

第十一届“上海 IT 青年十大新锐”评选昨揭晓..... 3

发改委将严查元旦春节电商价格欺诈..... 3

上海消保委暗访 26 家电商企业..... 4

### 【法律法规】

人大常委会通过《关于加强网络信息保护决定（草案）》..... 6

### 【行业动态】

中国人民银行发布金融行业移动支付技术标准 基本确立银联模式..... 8

电商借“双 12”探路新营销模式..... 10

上海前三季度消费电子商务交易额达 613.9 亿..... 12

### 【交流园地】

电商 1 号店拓展“商必赢”项目..... 14

快钱信息化金融 撬动电商、物流协同发展..... 15

“我的钢铁网”在沪召开“2013 年中国钢铁市场展望”..... 16

# 【恭贺新年】

## 元旦贺词

各会员单位：

日月开新元，天地又一春。时间飞逝，告别紧张忙碌的 2012 年，我们即将迎来了令人期待的 2013 年，在这辞旧迎新之际，上海电子商务行业协会向各级相关部门领导，会长、副会长、常务理事及全体会员单位致以最诚挚的问候和祝福！

2012 年是“十二五”规划实施的又一关键时期，也是上海推进本市电子商务实现又好又快发展，推动城市创新驱动和转型发展的重要一年。在整体经济下行，经济增速放缓的大背景下，上海电子商务依然保持稳健增长。这离不开政府部门的正确领导，以及广大会员单位的社会各界人士的努力和支持。

协会秘书处在会长及理事会的领导下，各有关单位积极配合下，完成了预期任务。一年来，协会积极加强自身建设，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。在推进行业发展、提升会员服务，深入行业研究等方面都积极发挥作用。

随着 2013 年新年的到来，上海电子商务必将迎来更加广阔的发展前景。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，带动整个上海市电子商务行业的健康、良好发展。

最后，衷心祝愿全体会员单位在新的一年里，事业蓬勃发展！

上海电子商务行业协会

2012 年 12 月

## 【重要消息】

### 第十一届“上海 IT 青年十大新锐”评选揭晓

伴随上海信息化的飞跃，诞生于 2003 年的“上海 IT 青年十大新锐”评选活动也走过了十一年历程。12 月 2 日，“中国移动全球通”第十一届“上海 IT 青年十大新锐”评选结果揭晓，上海万丰文化传播有限公司总裁杨明秋、中国移动上海公司电子商务中心总经理张坚卿等十人当选为第十一届“上海 IT 青年十大新锐”。浪潮集团上海公司总经理丁炯、上海斐讯数据通信技术有限公司总裁顾国平、新蛋信息技术(中国)有限公司总经理胡卫新等十人荣获提名奖。这是当天下午在中华艺术宫举行的评选会上，经评委会无记名投票，并结合社会公众手机短信投票而产生的。

上海市经济和信息化委员会主任戴海波、共青团上海市委书记潘敏等出席评选会并为当选新锐颁发证书，市经济和信息化纪工委书记黄肇达、共青团上海市委副书记徐未晚为新锐提名奖颁发证书。市经济和信息化委副主任刘健宣读获奖名单。本次活动协会秘书长也应邀出席评委一职。据悉，活动颁奖典礼将择日举行。

本次评选活动是在团市委、市经济信息化工作党委、市经济信息化委、市青联的指导下，由市信息化青年人才协会、中国移动上海公司、上海广播电视台、青年报社、IT 时报社等单位共同主办。活动自 7 月份开展以来，得到了各级组织的高度重视和社会各界的广泛关注，上海信息化领域青年踊跃报名参与。

本届获奖者大多聚焦在电子信息产品制造业、软件和信息服务业等高新技术产业重点领域，特别在作为上海智慧城市建设重点的云计算、物联网、集成电路等专项领域，新锐们着眼未来、开拓创新、勇担重任，取得了较为突出的业绩，为上海“创新驱动、转型发展”贡献出青春智慧。

(来源：东方网)

### 发改委将严查元旦春节电商价格欺诈

12 月 25 日发出通知，要求各级价格主管部门加强 2013 年元旦、春节期间市场价格监管，重点关注大型电子商务经营者的促销行为，严肃查处促销价高

于原价、不履行价格承诺、隐瞒价格附加条件等违法行为。

通知要求，各级价格主管部门要继续开展商贸零售领域价格秩序整治，对当地规模较大、影响较广的连锁超市、百货商场、购物中心等商贸零售企业进行检查，重点关注大型电子商务经营者的促销行为，严肃查处促销价高于原价、不履行价格承诺、隐瞒价格附加条件等违法行为，规范降价、打折、返券、赠送等促销行为，营造良好的消费环境。

通知要求，各级价格主管部门要切实做好元旦、春节期间市场价格监管工作，加强组织领导，搞好协调配合，务求取得实效。积极化解价格矛盾和价格纠纷，切实维护消费者的合法权益。

（来源：艾瑞网）

## 上海消保委暗访 26 家电商企业

网购市场热火朝天，侵害消费者合法权益的事情却屡屡发生。市消保委 23 日发布针对网购服务的消费体验报告，由消保委工作人员模拟消费者，选择了知名度较高的 26 家从事百货、家电、服装、化妆品零售的电商企业，购买了 94 件商品，商品种类包括食品、家居用品、服装鞋类、保健食品、日化用品、家电数码、化妆品、婴童用品等，并依据相关法律法规及各电商企业公示的服务承诺，对其销售商品的价格、宣传、配送、售后承诺等进行暗访，发现电商的商品退换货政策、交易条款、用户服务条款、售后服务规定等普遍存在不公平、不合理内容。

### 总体商品和服务情况良好

26 家电商企业中，有 21 家施行无理由退换货制度，有 25 家施行了先验后收制度；订购的 94 件商品中，包装均保持完整完好，23 家电商企业按规定提供了发票；送货时间延迟方面，仅有 4 件商品未能按照约定时间送达。从本次暗访情况来看，随着网络购物的发展，电商企业在发挥其低价、便捷、选择多样等传统优势之外，也在不断提升商品与服务的品质和诚信经营水平。消费者对电商企业的信任度不断增强，促进了网络购物持续高速发展。

## 交易、售后、服务不合理问题较普遍

首当其冲的便是网上商品标价虚假混乱。网络购物的价格优势是吸引广大消费者的重要因素，而一些电商企业在商品价格上故弄玄虚，误导消费者。此类现象在本次体验中主要表现为两个方面：一是“原价”或“市场价”标注涉嫌违规。本次体验中发现大多数电商企业都在商品售价之外标注了“原价”或“市场价”，购买的 94 件商品中有 75 件存在此类“双重标价”现象，且两个价格差距普遍较大。二是价格促销活动涉嫌虚假。体验中发现一些电商企业以“全网最低价”、“限时抢购价”等噱头吸引消费者关注，但实际这些所谓的低价虚假成分很大。

另外，商品宣传存在夸大误导现象。一些电商企业为了达到推销其商品的目的，在商品宣传网页中刻意夸大、虚构商品的功效或性能误导消费者。例如，某网站销售的一款婴幼儿用蚊香液，网页宣称“绿色环保”、“无毒透氧”，但根据该产品的农药登记证号查询，实为“低毒”产品。

其次，商品质量不过关，消费者享有退换货的权利，但电商却设置“路障”阻挠。市消保委工作人员暗访发现，北京世纪卓越信息技术有限公司等企业要求消费者在退换货时，必须提供商品的外包装、附件、赠品、说明书、商品吊牌、标签等，如有缺失，就会以此为由拒绝履行退换货义务。而亚马逊等购物网站则规定：出售的商品只能退，“不办理换货”，如果还需购买，只能等退货后再重新订购。这样的规定排除了由消费者选择换货的权利，特别是对于购买促销产品的消费者，其退货后可能无法再以促销价格重新买到该商品。

在履行约定方面，电商的诚信度也是大打折扣。暗访发现，不少电商会在商品断货、缺货的情况下，单方面取消消费者的订单，却不主动承担违约责任。不仅如此，电商企业还会“自说自话”地免除或降低由其自身原因所需承担的责任，比如某网站就在其交易条款中规定：消费者购买的商品一旦离开库房，该物品的所有权和灭失风险即转移到消费者一方。该网站还强调，并不保证其网站上的内容是准确的、完整的、可靠的、最新的或无错误的，如果其提供的产品名不副实，消费者唯一的救济是将该未经使用过的产品退还。”

## 企业约谈情况

针对本次体验中发现的问题，消保委对 25 家电商企业进行了约谈。截止目前，有 22 家电商企业已向我委提交了书面报告，承诺就相关问题尽快进行整

改。事后，对相关电商企业整改情况也进行了查证，已有 15 家电商企业就各自存在的问题进行了整改，如删除了市场价和没有交易记录的所谓“原价”、加大了对供应商提供的商品宣传的审核、对电商企业的服务条款进行了修改。不过，消保委在与北京世纪卓越信息技术有限公司（亚马逊 [www.amazon.cn](http://www.amazon.cn)）多次客服热线联系，并根据其提供的公司地址，先后两次发出约谈通知但均被退回。

（来源：消保委 315 网站）

## 【法律法规】

### 人大常委会通过《关于加强网络信息保护决定（草案）》

12 月 28 日，全国人大常委会第三十次会议以 145 票赞成、1 票反对、5 票弃权表决通过了《关于加强网络信息保护的決定》。

决定草案明确规定：“国家保护能够识别公民个人身份和涉及公民个人隐私的电子信息。任何组织和个人不得窃取或者以其他非法方式获取公民个人电子信息，不得出售或者非法向他人提供公民个人电子信息。”

以下为《全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的決定》全文（2012 年 12 月 28 日第十一届全国人民代表大会常务委员会第三十次会议通过）

为了保护网络信息安全，保障公民、法人和其他组织的合法权益，维护国家和社会公共利益，特作如下决定：

一、国家保护能够识别公民个人身份和涉及公民个人隐私的电子信息。

任何组织和个人不得窃取或者以其他非法方式获取公民个人电子信息，不得出售或者非法向他人提供公民个人电子信息。

二、网络服务提供者和其他企事业单位在业务活动中收集、使用公民个人电子信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经被收集者同意，不得违反法律、法规的规定和双方的约定收集、使用信息。

网络服务提供者和其他企业事业单位收集、使用公民个人电子信息，应当公开其收集、使用规则。

三、网络服务提供者和其他企业事业单位及其工作人员对在业务活动中收集的公民个人电子信息必须严格保密，不得泄露、篡改、毁损，不得出售或者非法向他人提供。

四、网络服务提供者和其他企业事业单位应当采取技术措施和其他必要措施，确保信息安全，防止在业务活动中收集的公民个人电子信息泄露、毁损、丢失。在发生或者可能发生信息泄露、毁损、丢失的情况时，应当立即采取补救措施。

五、网络服务提供者应当加强对其用户发布的信息的管理，发现法律、法规禁止发布或者传输的信息的，应当立即停止传输该信息，采取删除等处置措施，保存有关记录，并向有关主管部门报告。

六、网络服务提供者为用户办理网站接入服务，办理固定电话、移动电话等入网手续，或者为用户提供信息发布服务，应当在与用户签订协议或者确认提供服务时，要求用户提供真实身份信息。

七、任何组织和个人未经电子信息接收者同意或者请求，或者电子信息接收者明确表示拒绝的，不得向其固定电话、移动电话或者个人电子邮箱发送商业性电子信息。

八、公民发现泄露个人身份、散布个人隐私等侵害其合法权益的网络信息，或者受到商业性电子信息侵扰的，有权要求网络服务提供者删除有关信息或者采取其他必要措施予以制止。

九、任何组织和个人对窃取或者以其他非法方式获取、出售或者非法向他人提供公民个人电子信息的违法犯罪行为以及其他网络信息违法犯罪行为，有权向有关主管部门举报、控告；接到举报、控告的部门应当依法及时处理。被侵权人可以依法提起诉讼。

十、有关主管部门应当在各自职权范围内依法履行职责，采取技术措施和其他必要措施，防范、制止和查处窃取或者以其他非法方式获取、出售或者非法向他人提供公民个人电子信息的违法犯罪行为以及其他网络信息违法犯罪行为。有关主管部门依法履行职责时，网络服务提供者应当予以配合，提供技术支持。

国家机关及其工作人员对在履行职责中知悉的公民个人电子信息应当予以保密，不得泄露、篡改、毁损，不得出售或者非法向他人提供。

十一、对有违反本决定行为的，依法给予警告、罚款、没收违法所得、吊销许可证或者取消备案、关闭网站、禁止有关责任人员从事网络服务业务等处

罚，记入社会信用档案并予以公布；构成违反治安管理行为的，依法给予治安管理处罚。构成犯罪的，依法追究刑事责任。侵害他人民事权益的，依法承担民事责任。

十二、本决定自公布之日起施行。

### 《互联网信息服务管理办法》正在修订

在 12 月 28 日的新闻发布会上，国务院法制办副主任袁曙宏说，根据国务院 2012 年的立法计划，目前国务院法制办正会同有关部门修订国务院 2000 年制定的《互联网信息服务管理办法》。“该办法实际已在互联网公开征求意见，起草修改也已有几年的时间。”袁曙宏说，办法在细化决定内容、落实决定具体规定的基础上，争取早日出台。

2012 年 6 月，国务院发布《互联网信息服务管理办法（修订草案征求意见稿）》（以下称“意见稿”），就微博实名制的扩大等规定，面向公众征求意见，于 2012 年 7 月 6 日截止。

此前，2011 年 12 月开始，北京、上海、天津、广州、深圳等 5 城市试点推行了微博用户用真实身份信息注册工作。国务院法制办称，此举“对打击网上违法犯罪活动、净化网络环境、强化网民责任意识、推动诚信社会建设，起到了积极作用”。在此基础上，意见稿规定“提供由互联网用户向公众发布信息服务的互联网信息服务提供者，应当要求用户用真实身份信息注册”，将原来微博实名制的范围扩展到全国，而不止之前的 5 个城市试点；同时也不止限于微博，而包括了现有的论坛、博客等。

（来源：新华网）

## 【行业动态】

### 中国人民银行发布金融行业移动支付技术标准 基本确立银联模式

为引导和规范我国金融移动支付业务发展，实现资源共享和有效配置，近日中国人民银行正式发布中国金融移动支付系列技术标准，涵盖了应用基础、

安全保障、设备、支付应用、联网通用 5 大类 35 项标准，从产品形态、业务模式、联网通用、安全保障等方面明确了系统化的技术要求，覆盖中国金融移动支付各个环节的基础要素、安全要求和实现方案，确立了以“联网通用、安全可信”为目标的技术体系架构。

自 2011 年来，人民银行按照“凝聚共识、谋求合作、统一标准、共同发展”的工作思路，积极研究规划移动支付标准体系，形成《中国移动支付技术标准体系报告》并正式对外发布。在此基础上，人民银行组织 40 多家产业相关单位成立移动支付标准编制联合工作组，经过充分调研、技术攻关、标准研制、专家评审、广泛征求意见等环节，最终形成中国金融移动支付系列技术标准。

### “国标”确立

虽然央行并未发布完整的技术标准全文，也未明确采用 13.56MHz 还是 2.4GHz 作为近场支付技术标准，但上述支付行业资深人士说：银联主导的 13.56MHz 标准基本无悬念，同时，央行应该会在通信安全、产品形态等方面均作出一些具体规定。此前，中国银联和中国移动都曾主推自己的移动支付技术标准，前者采用国际市场通用的 13.56MHz 移动支付标准，而后者则自主研发了 2.4GHz 技术标准。

但在今年 6 月 21 日，中国银联与中国移动正式签署移动支付业务合作协议，约定在产品研发、技术标准、受理环境建设、市场推广等领域开展深度合作。这一合作举动被业内认为中国移动“松口”2.4GHz 标准且移动支付标准之争基本尘埃落定，未来 13.56MHz 将成为主流。不过，这并不意味着中国移动力推的 2.4GHz 标准就此被放弃。

根据中国银联和中国移动的合作框架，双方将以手机 SIM 卡等为银行卡账户载体，借助移动通信网络提供移动支付产品、远程支付服务；并在近场支付技术标准、NFC 手机产品检测、可信服务管理平台（TSM）互联互通等方面开展深度合作。中国银联执行副总裁柴洪峰此前也公开透露，国家标准已经明确了近场通信频率采用 13.56MHz 作为近场支付标准；而在金融行业标准方面，行业标准不仅覆盖了近场支付和远程支付的业务模式与技术方案，还对联网通用、可信服务管理、支付安全、检测认证等方面进行了规范化要求。

### 移动支付迎来新局面

在一些业内人士看来，在移动支付标准不确定的情况下，产业链上的公司无法完全放开手脚，现在标准确立能加速促进行业上下游的发展空间。

支付行业资深人士表示：但目前来看对支付公司的影响不会太大，因为大部分支付公司都是走跟随路线，主要参考银联 13.56MHz 标准来做产品。而且支付公司现有的远程支付产品发展还不是很广泛，除了一些新的产品尝试性投放市场外，很少有大规模的布放。

央行方面则表示，中国金融移动支付系列技术标准的发布有效填补了该领域的空白，满足了当前和今后一段时期内我国移动支付发展的技术需求，有利于增强我国移动支付安全管理水平和技术风险防范能力，营造产业链各方开放、合作、共赢的良好局面。

据了解，目前移动支付主要有三个主要技术模式：以手机上的安全支付控件为载体的远程支付、以 NFC 技术为代表的近场支付以及以二维码技术为代表的面对面的无卡支付。

类似电子钱包的 NFC 模式是“大佬们的游戏”，这个阵营里有谷歌（Google）、中国银联、中国移动等，关键在于技术标准的制定以及如何引导他们的发展，技术不会成为最大的壁垒。”一家第三方支付公司相关负责人说，还有一种是“刷头”，即把手机作为 POS 机，在消费网点用手机直接刷的 NFC 近场支付方式，比如美国的 Square、快钱的快刷等。

汇付天下总裁周晔则认为，目前推进移动支付发展有三种类型的力量，分别是商业银行、运营商和第三方支付，随着移动支付的蓬勃发展，未来会有更多的力量加入到移动支付中来，一种是终端制造商，一种是软件公司，更多的进入者将会一起颠覆这一产业。

（来源：东方网）

## 电商借“双 12”探路新营销模式

或许意识到了电商集中大促对物流、品牌商、消费力的过度消耗，在今年的“双 12”，电商试图摆脱对价格战的过度依赖。调查发现，今年“双 12”

中，以淘宝为首的电商正在尝试规避折扣、销售数据这些关键词，转而将这场盛宴当做新营销模式的试验田。而在去年，“双12”还只是“双11”的简单复制。

### **“双12”电商不谈业绩**

今年的“双12”与众不同。从商家参与度上看，“双12”的规模是史上最大的。据了解，此次参加“双12”促销的店铺和商品数量都远超过“双11”，截至昨日零时，淘宝平台共有110万商家报名参与活动，商品数量超过千万。同时，包括京东商城、苏宁易购、易迅网、当当网在内的数十家综合类及垂直类B2C，也纷纷加入促销阵营。

截至12月12日16时，易迅网的订单数已经突破了15万单，预计到24时，易迅网的订单数将有望突破20万单，销售额将超越“双11”。从企业方面的反应来看，此次电子商务企业的业绩相比“双11”也有相当的突破。

不过，“双12”的缔造者淘宝网却分外低调，没有公布销售业绩。从侧面反映出“双12”释放出的信号，即不以销量为最终目的，而是试着让消费者接受新模式，同时让更多人认识到更加多元化的电商。

### **“玩”的心态应对促销**

如果说“双11”是电商价格战的巅峰，那么“双12”无疑是电商希望摆脱价格战的首次集体尝试：淘宝网首推“零门槛”准入、自主定价；京东商城则靠“爱天使送货”、“会员服务”吸引眼球。有业内人士认为，与“双11”的超低折扣和天量销售相比，“双12”更倾向于草根商家的常态化营销，甚至在刻意回避价格元素对消费者的刺激。

这样做的背后，是企业对未来模式的探索。艾瑞咨询集团高级分析师苏会燕认为，仅从淘宝网来看，它第一次向全网所有卖家推出“零门槛报名入口”，将活动的主动权下放给卖家；同时，消费者也不再是被动地等待商家货品、打折销售，而是能够通过淘宝网的平台直接向卖家发出求购信息。全场活动只突出一个“逛”字。在淘宝+天猫销售额超过1万亿后，如何“玩”好“双12”这个节日，成为其活动策划的出发点。

阿里集团研究中心昨日发布的网商年度研究报告也认为，“求规模”已经成为网商发展的过去时，“美”的模式将成为信息商业社会的重要特征和大势所趋。据淘宝网方面发布的数据，截至昨日14时，在所有“双12”成交卖家中，中小卖家总数超过80%。

### **不靠价格战仍需时日**

作为今年最后一场电商行业盛宴，“双12”释放出强烈的转型信号。但在业界看来，从龙头企业试水特色营销，到整个行业脱离低价驱动的增长模式，中国电商还有很长的路要走。

有业内分析人士指出，从“6·18”到“8·15”，从“双11”到“双12”，随着中国电子商务的迅速发展，网络零售企业的促销活动形式越来越多样化，力度和范围也越来越大。但无论形式和力度如何变化，从根本上看大多数营销手段仍停留在价格战的层面，对提升全行业的竞争水平、改善用户体验方面无法起到特别有效的引导。

据了解，虽然包括淘宝、京东商城、苏宁易购在内的企业率先打破“价格战”的常规，从特色商品销售、关爱用户、温情工艺等角度切入营销，但仍有不少企业将“双12”看做提升销量的战场，并不遗余力地进行低价促销。某电商品牌负责人认为，虽然大家都在进行一些探索，但无论从用户角度还是企业角度都还难言成熟，短期内中国电商不可能摆脱以低价为核心的竞争手段。

（来源：北京商报）

## 上海前三季度消费电子商务交易额达 613.9 亿

今年前三季度，上海面向消费者的电子商务交易额为 613.9 亿元。商品类网络零售交易额约为 394 亿元，相当于全市社会消费品零售总额的 7.2%，比去年同期“实打实”增长了 61%。百货、家电、母婴、餐饮、旅游、娱乐休闲尽皆触“网”，网络购物成为拉动力颇强的消费增长点，在扩大内需方面的效应日益显现。

### 网购带动消费新热点

上海 B2C 电商巨头 1 号店的一位销售人员说，在不久前的“双十一”网购中，一款香蕉牛奶单日的销售量能够堆成 6 座东方明珠的高度。随着辐射面广、传播速度快、支付便捷的电子商务在上海迅速崛起，这一新型的商业业态受到一大批中青年消费者欢迎。

网络购物带动了新的消费热点，网上百货的百联 E 城，网上超市的 1 号店，售卖 3C 产品闻名的易迅网，餐饮业的大众点评、订餐小秘书，旅游业的驴妈妈、携程、悠哉旅游网、春秋国旅，演出票务预订的蜘蛛网、格瓦拉、看购电影等，都是全国具有影响力和知名度的电商企业，在他们周围集聚了众多粉

丝，推动消费量节节攀升。据相关研究数据显示，大众点评去年全国主要餐饮网站的月均覆盖人数排名第一，达到每月 4855.7 万人次，是第二名的 1.5 倍。

急速增长的网络消费，令外资巨头倍感兴趣。沃尔玛今年正式控股 1 号店，在中国市场开启线上线下“两个轮子”一起转的模式，今年网络消费创造了全新的“市场纪录”：1 号店 3 个小时内完成了其 2008 年全年的销售额，两天内完成了 2009 年全年的销售额，一个月内完成了 2010 年全年的销售额。

### **传统商业积极转型**

上海传统的商圈和商业业态也在适应新的电商环境转型升级。近年来，上海一批优质的传统商贸企业正进军电子商务，南京路、北京路等知名商业街或商圈纷纷开辟网上商城，今年，四川北路率先在市级商业街全程铺设 wifi 网络，将四川北路打造成为智慧商业街区 and 时尚消费体验新地标。虹口通过在四川北路沿线和重点商户室内公共区域铺设 wifi 网络，实现公共区域 wifi “全覆盖”、“全天候”、“全免费”的无线网络环境。百联、苏宁、国美、农工商、光明等“商贸大亨”都加快线上业务发展步伐，开拓营销渠道，增强企业综合竞争力。苏宁易购华东二区总部正式落户上海，它从单纯的家电零售向全品类的电商巨头转型，今年销售量猛增了 5 倍。

传统的购物节也不断触“网”。每年 9 月的购物节活动，已连续 3 年单独举办了“网络购物节”，集中了 1 号店、百联 E 城等电商巨头，前两年的销售额分别达到 10 亿元、12 亿元，而今年为期 3 个月网购季活动中，销售额预计可达 30 亿元。

### **政策扶持形成新推力 金融和物流业助力网络消费**

政府全力扶持，进一步推动了网络消费。《上海市促进电子商务发展规定》是全国第一个关于电子商务的地方性法规。

今年 3 月，《上海市电子商务发展“十二五”规划》以市政府名义向社会公布，明确了今后五年的发展方向、目标和举措。《上海市战略性新兴产业发展“十二五”规划》也明确，将电子商务与新型贸易现代化列为 15 个专项工程之一，对符合要求的电子商务项目给以一定比例的资金支持。

通过本市自主创新和高新技术产业化重大项目专项资金、服务业发展引导资金，支持一批电子商务平台建设和重点企业。同时，给予 35 家电子商务类企业宽松的人才落户政策。部分重点企业的海外领军人才入选“千人计划”，享受有关人才政策。

金融和物流业的推进，也助力网络消费再上新的台阶。上海是我国内地非金融支付服务机构数量最多最集中的城市之一，目前共获得 51 个非金融机构支付业务许可证，占全国已发 196 个许可证数量的 26%。

同时，网络购物亟需匹配的物流服务体系，也在不断完善之中。如易迅网在上海市区内开通了“一日三送”的配送服务，成为国内首家提供晚间配送的 B2C 公司；京东商城华东区总部设在嘉定工业区，其嘉定的亚洲 1 号库配送范围覆盖上海、江苏、浙江、安徽，是集商品存储、订单处理、分拣配送功能于一体的电子商务运营中心；申通、圆通、宅急送等物流配送企业，加强了与国内各大电子商务交易平台的合作，实现快递物流服务从订单处理到送货上门的全程信息管理。

（来源：文汇报）

## 【交流园地】

### 电商 1 号店拓展“商必赢”项目

从沃尔玛旗下电子商务网站“1 号店”获悉，“1 号店”自今年 6 月下旬正式向第三方厂商开放供应链平台，推出“商必赢”（SBY）项目以来，已吸引 400 多家供应商成为合作伙伴，预计明年将会以近 10 倍速度拓展该项目。

据介绍，虽然大量传统商家希望进入电子商务领域，但很多并没有电子商务的经营管理能力。1 号店的 SBY 项目，正是为传统企业进入电子商务领域提供一个非常便捷、低成本的专业平台，且操作灵活，可根据企业需求提供菜单式多种服务。“1 号店”供应链规划总监王嘉豪表示，企业借助 1 号店的 SBY 服务，即可在系统集成、营销推广，仓储、物流等方面共享 1 号店的平台，进行线上经营。

在国内 B2C 电商领域，“1 号店”具有业界领先的供应链管理系统。今年 10 月下旬，全球零售业巨头美国沃尔玛公司宣布增资“1 号店”时曾表示，一个主要原因就是看中“1 号店”领先的供应链管理。王嘉豪告诉记者，对选择 SBY 项目的第三方厂商来说，1 号店目前在全国建立的供应链网络，在 5 个地区拥有近 25 万平方米的仓库，并有约 2000 人的专业配送团队大有益处。另外，1 号店现在有 2000 多万注册用户，也可以向第三方厂商共享这些资源。

(来源：上海商报)

## 快钱信息化金融 撬动电商、物流协同发展

国内领先的信息化金融服务提供商快钱凭借在电商物流行业领域的不俗表现，荣获 2012 年度中国电子商务物流最佳金融支付技术企业和 2012 中国电子商务物流年度人物两项大奖，成为大会双料王。

在蓬勃发展的 B2C 电商和物流领域，普遍存在着现金收款风险高、资金流和信息流割裂的问题，造成资金在各个环节的账户之间需要单独对账和多次结算，效率低下。另外，由于派件的信息无法做到及时反馈，导致资金风险的加剧以及人力、物力的大量投入，成本增加。

快钱深谙企业发展的需求，为电商、物流企业量身定制了专业高效的支付解决方案。快钱为电商、物流企业提供融合各类支付产品，以及应收应付账款融资等在内的一整套产品组合，通过完整的解决方案帮助企业加快资金流转。针对 B2C 电商的线上零售快钱推出了包括大额网银支付、信用卡在线支付、手机支付等在内的产品组合拳，满足用户各种支付需求，帮助 B2C 网购企业留住最多用户。针对电商的自建物流以及线下的物流企业，快钱采取“总对总”的方式，通过与这些大中型物流企业的总部进行合作，辐射到物流企业在各地的分支机构，实现规模化的业务覆盖；同时通过信息化平台帮助物流公司总部及各地分支机构实现跨银行、跨地域的多渠道收款、高效率结算，以及集中化的财务管理。

针对网购用户 70%使用货到付款的情况，快钱推出了专业的 COD 支付解决方案，一方面帮助 B2C 网购企业实现了资金流和信息流的匹配，实现电子化对账，提高了企业财务管理效率；另一方面实现了跨地域资金快速归集，加快资金回笼速度，提升资金效率。并且在帮助物流公司加速资金归集，提升资金效率的同时，实现了与网购企业快速分账，使得货款迅速回流至网购企业，全面解决了物流公司因代收货款导致的巨额押款问题，释放在途资金，从而提高物流公司的财务管理及运营效率。

目前，快钱在 TOP30 的 B2C 网购企业中覆盖率已经超过九成，与京东、当当、易迅、库巴等均有深入的合作，在整个 B2C 网购市场的线上支付份额超过 30%，位居行业第一。而包括宅急送、微特派、联邦等在内的各类型物流企业都

在全面使用快钱 COD 解决方案，惠及数万家网购企业和数千万消费者。

快钱相关负责人表示，电子商务交易规模的日趋扩大以及产业链条上行业的交叉渗透，电商、物流企业对财务管理、企业运营的要求越来越高。未来，快钱将会持续在行业内深耕，通过全面、独立的电子支付解决方案，支持电子商务生态圈的整合发展。

(来源：腾讯财经)

### **“我的钢铁网”在沪召开“2013年中国钢铁市场展望”**

由冶金工业经济发展研究中心和“我的钢铁网”(Mysteel.com)共同主办为期三天的“2013年中国钢铁市场展望”暨“我的钢铁”年会在16日下午16时许在上海浦东圆满落下帷幕。

本届年会将以“重振信心、开启未来”为主线，力邀相关的政府部委领导、知名的经济学家以及建筑、机械、汽车、家电、造船和金融等相关产业链上的精英人士从各自不同角度，进行系统、深度和前瞻性解读，为钢铁行业结构调整和发展方式的转变提供有益的参考和指导。

会议吸引了3000余名来自建筑、机械、汽车、家电、造船和金融等相关产业链上的精英人士代表前来参加。主办方上海钢联总裁朱军红感慨道，今年的相聚显得分外珍贵。在过去的2012年，钢铁乃至整个大宗商品行业经历了严酷寒冬的洗礼，行业内的每一位或都体会到了这种不景气的切肤之痛。

主办方上海钢联亦表示，上海钢联所取得的成绩，每一步都离不开广大会员单位的大力支持。从2000年成立，到成为全球领先的大宗商品互联网平台综合运营商，从一家只有8个人的小企业，到成为目前拥有1100多名员工，31家分支机构，并于2011年成功登陆创业板市场，上海钢联始终不懈努力，创新无限。

(来源：上海钢联)

责任编辑:王玉

编辑:唐迪