



Shanghai eCommerce Association

会员资料 注意保存

电子商务资讯

2013 年 04 月第 03 期总第 124 期

上海市电子商务行业协会主办

目录

【重要消息】

国务院网络实名制明年六月前强制启动——善政尚须善为	2
工商总局：电商违规促销将进黑名单	2

【协会动态】

协会开展多项“关注小微企业，发展专精特新”主题系列活动	3
协会组织电商企业与俄罗斯企业“商界 Dasreda”交流合作	5

【新增会员】

上海中韵网络科技有限公司	6
--------------------	---

【电商新模式介绍】

电子商务创新模式系列介绍之三——按月订购模式	7
按月订购模式企业案例介绍：	7
GLOSSYBOX 按月定制	7
拉比盒子	8

【行业动态】

芦山 4.20 地震 电商在行动	9
上海嘉定工业区行成“电商之城” 集聚 250 余家电商	10

【交流园地】

上海钢联涉足农产品 B2B 完善产业链布局	13
-----------------------------	----

【重要消息】

国务院网络实名制明年六月前强制启动——善政尚须善为

3月28日，国务院办公厅向国务院各部委、各直属机构下发了《关于实施〈国务院机构改革和职能转变方案〉的任务分工的通知》。通知规定2014年将完成的28项任务中，包括建立以公民身份号码为基础的公民统一社会信用代码制度，出台并实施信息网络实名登记制度等。

备受关注的信息网络实名登记制度，终于被提上实施日程。实行网络实名制利大于弊，已成社会共识，其最大益处就是使网络世界也能像现实生活一样，遵循法律法规和道德准则。对于这一善政，实施宜早不宜迟。

有质疑者认为，网络实名制最大的安全隐患，就是对公民言论自由、个人隐私等权利的直接或变相剥夺。笔者认为，正相反，网络实名制是对自由的保护，其限制的是那些别有用心者的自由，非但不会成为交流障碍，反而可以提升人们的责任感和坦诚度，让互联网和现实生活真正接轨。

善政尚须善为，要让网络实名制真正转化为“网络实利制”，即在制度上确保网民的权利，尤其是自由言说和个人隐私不受侵犯的权利，使之落到实处。这就要求做好制度设计，加快监管措施的跟进。如，定期开展网络内容大检查，清理整治影响较大的网站论坛、博客播客、个人主页等栏目、频道，及时查处、严厉打击涉及淫秽色情视频、图片、文字、链接、广告等不良内容；逐步将手机网站、视频网站会员专区、聊天室、即时通讯群组、视频下载服务等纳入清理整治范围；最大限度地挤压淫秽色情和低俗内容的网上传播空间。同时，可以借鉴社区警务理念，布设虚拟警察，创建网上警务室，探索建立虚拟社会治安防控体系。

（来源：中国新闻出版报）

工商总局：电商违规促销将进黑名单

今年《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》要启动修订，国家工商总局有关负责人透露，网购电商行业如违规打价格战等不正当竞争将受约束。

国家工商总局市场监管司相关负责人透露，今年国家工商总局将从市场准入、不正当竞争、按片区管理等方面，对 2010 年实施的《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》展开修订，目前还正在征求意见阶段。

当下，一些社交网站也存在陷阱，如借助交友假象诈骗金钱，泄露用户个人信息等。该负责人透露，修订的办法中也会对社交网站进行规范。据介绍，工商总局已初步建立了网购电商信息库，网上经营的监管将与线下一样具有可操作性，有营业执照的网络经营者信息进入数据库后，全国各级工商可实行联动，对虚拟性、跨区域的网上交易行为进行监管，届时网上经营者的违法行为典型特征也会被建成数据库，便于工商人员在执法过程中对违法行为进行判定。

据称，工商总局也正在加强电商诚信体系建设，设立黑名单制度，将来网上经营者的违法行为，如不正当竞争的违规价格促销等会被记录在案。

根据监测数据显示，去年全国大规模的电商价格战不下 10 次，每次价格战过后的半个月，均为顾客投诉的高峰期。其中网络购物投诉占 55.4%，网络团购为 21.32%。

（来源：新快报）

【协会动态】

协会开展多项“关注小微企业，发展专精特新”主题系列活动

为贯彻落实十八大关于“支持小微企业特别是科技型小微企业发展”及《上海市人民政府贯彻〈国务院关于进一步支持小型微型企业健康发展的意见〉的实施意见》等精神。从 2013 年 1 月开始，本市每月围绕一主题开展“关注小微企业，发展专精特新”系列主题服务活动。

随着 4 月到来，由上海市促进中小企业发展协调办公室承办的“科技创新促转型”主题活动正式拉开帷幕。

而电子商务作为扶持小微企业创新转型发展的重要手段越来越多得到了小微企业认可。对此，上海市电子商务行业协会针对中小微企业开展一系列的扶助服务活动。

电子支付专委会召开“创新支付方案推介会”

4月11日上午，在浦东张江银联商务大楼，召开了由银联商务主办的“创新支付方案推介会”。针对此次服务活动，支专委会主任单位银联商务有限公司邀请了新蛋网、携办网、仁果网、乐食麦等多家企业代表参加，针对电子支付新的发展方向、最新技术及产品做了介绍。

此次活动主要构建银联商务有限公司与中小电商面对面交流的平台。一方面，促使中小企业对支付行业有更深入的认识；另外，使得支专委会能够深入了解各类电子商务企业对支付行业的需求，为更多中小企业提供优质的专业化的服务。作为综合支付产品提供商，银联商务有限公司针对中小电商企业，有着丰富的线上线下个性化的创新产品，力求满足各电商与众不同的独特需求。

制造业专业委员会化推进制造业中小企业转型

协会下制造业专委会四月份“围绕“科技创新促转型”主题，开展制造业中小企业转型推介会活动。专委会主任单位爱姆意机电针对中小企业精品参展企业名单，从322家企业中筛选了93家符合电商平台发展的供应商，把供应商发展成为爱姆意平台的注册供应商。另外，制造业专委会举行《电子商务推进中小型企业转型》研讨会，与行业内企业一起共同探讨中小企业发展电子商务的机遇及挑战。此外，专委会还积极推介中小型电子商务企业参加行业协会举行的“最具影响力、最具创新、最佳服务三类优秀制造业电子商务企业”评选活动。

北外滩虹口园区活动——园区建设助力中小企业发展

园区建设与发展一直是协会推进中小微企业电子商务应用、帮助中小企业快速良好发展的重要手段。4月25日下午，在协会虹口北外滩园区，协会召开了O2O电商模式讨论会，邀请到了三十多家企业参与，其中中小企业、园区企业占比一半多数。

此次主讲人是协会下齐家网信息科技有限公司的副总裁郑文军先生，他首先简述了齐家网从2005年初期开始一直到至今近8年时间的发展，并向大家分享了齐家网在家居建材领域中应用O2O发展模式的一些经验。在此过程中，他特别强调，齐家通过这种O2O新模式地有效运行，实时准确地了解客户的需

求，通过方案实施，到最后客户体验分析，高效地流程为客户提供更准确、更便捷、更个性化的服务。流程的持续优化与创新，让客户的服务体验有了更好的提升，让客户原本感觉繁琐地装修问题其实像喝茶一样简单。随后，摩道网络、高洁信息等公司的代表郑副总裁就 O2O 模式发展交换了意见。

会议最后，上海市电子商务行业协会副秘书长曹文君教授还为园区入选的“优秀电子商务创业企业”三家单位进行了颁奖，他们分别是：上海摩道网络科技有限公司、上海海嘉睿博电气设备有限公司、上海韵赞电子商务有限公司。

(来源：协会秘书处)

协会组织电商企业与俄罗斯企业“商界 Dasreda”交流合作

应俄罗斯总领事馆的邀请，来自俄罗斯地区的“商界”企业公司与 4 月 15 日计划于上海地区电子商务 B2B 企业进行面对面的交流及合作。协会着手组织了包括东方钢铁、第一钢市、环讯支付、特易等 16 家电子商务企业参与此次会晤。

会上，作为俄方“商界”企业代表也是“商界”公司的 CCO Gabriel 对来此次前来参加会议的中方企业家代表表示热烈欢迎，并表达了与中方企业一起，推进中俄两国贸易往来，创造中俄企业互利共赢的希望。随后，Gabriel 先生详细介绍了“商界”公司的运营状况、业务发展模块及未来一段时间内的发展规划。

在听取了“商界”公司的发言之后，以东方钢铁、特易、环讯支付、斑马物流网、双击等多家公司详细询问了合作需求及俄罗斯境内行业的发展状况。会谈讨论气氛热烈、会谈持续了 2 个多小时。此次会议结束后，协会秘书处收到了俄罗斯领事馆商务代表处的感谢，并称

据悉，“商界”公司是俄罗斯最大的商业银行 SBERBANK 储蓄银行的下属子公司，是一家致力于为各企业借助互联网开展贸易提供服务的现代化网络平台。商务平台“商界”拥有着优秀的企业资源，商务人士可在数百万的法人客

户中进行筛选，直至最终找到适合的合作伙伴。同时，平台还可以在网
上支付、开立银行保函及其它外贸相关领域提供服务。

(来源：协会秘书处)

【新增会员】

上海中韵网络科技有限公司

上海中韵网络科技有限公司为上海市虹口区工商局正式注册企业。公司业务除包括网站基本信息注册、申请之外，主要从事各类网站的前期策划及程序的开发，拥有一支技术能力过硬的团队；此外还备有专门的英语、日语、德语等多语种翻译的辅助服务，能满足各种不同用户的需要。多年来凭着一流的技术和服务，我公司积累了一批各行业不同层次的客户资源，伴随着公司的成长而不断发展壮大。

公司所能提供的服务包括：

一、从事生产经营活动，有生产实体的产品宣传、业务推广及信息管理型动态网站；二、提供各类服务如法律、翻译、会展、广告、房屋租赁、商务策划等服务型企业的业务推广及信息管理类动态型网站；三、实行连锁经营如超市、卖场、培训、餐饮、娱乐、物流等各类公司，公司将为您提供资源及时调配网上共享系统，充分利用网络信息化优势，为集团化管理提供电子平台，实现网上订餐、订座、订车、购物等便利服务；四、各类专一、综合的电子商务网站开发：对于致力于网络商城、综合服务索引类网站，我公司提供具有个性的策划和程序开发；五、各类事业单位对外服务平台的开发建设和维护：为各类事业单位提供信息建设平台的程序开发和维护；六、程序开发前期规划和内容策划等；七、日常维护、信息更新等服务外包。

公司文化：注重人才培养 加强企业自身修养 追求技术创新！

(来源：上海中韵网络科技有限公司)

【电商新模式介绍】

电子商务创新模式系列介绍之三——按月订购模式

按月订购模式，也称月订购制，是欧美新一轮的热门电商模式，即只要做一次订购选择、设定频率、绑定支付账户，就可以享受货物按时送到家的服务了。

按月订购模式适于规律性的消费品如生活用品的销售，可以省去寻找、选择、付款这些环节的重复行为，其“早买早实惠”的预付费购物理念必将得到众多消费者的热捧，从而改变传统购买行为。在 2012 年美国科技网站 BusinessInsider 评选的本年度最具潜力的新创公司中按月订购电商 Honest 在八家中排名居首。不少采用此模式的新兴电商企业在融资中成功获得了高额投资，让更多人看到了该模式蕴藏的潜力。

模式特点

- 1、便于帮助用户发掘特色新品；
- 2、使目标受众更明确化，更针对性地满足用户需求；
- 3、为用户提供便利，让用户成为品牌传播者；

由于直接面向消费者，商家可以将所有的资金都花在提高产品质量上，这种直接面向消费者的企业更容易得到新的客户，由于建立了一个优质的产品服务，企业自然会在用户间的口耳相传中达到宣传的效果。对于品牌商来说，在通过获取消费者的反馈后可以及时改善产品。

该模式目前已被应用于不同行业，主要涉及的有高档化妆品、女鞋到男士内衣裤袜、电影票、儿童玩具等领域，这种模式在这些领域内都取得了极大成功，其中，国内先行先试的网站有：我的盒颜悦色 myluxbox，拉比盒子，一瓶一罐，glamabox，包年优品男人袜，袜管家。

心理价格的接受度以及包年包月的预付费模式被创业者们认为是用户能否接受按月订购的最大挑战。

按月订购模式企业案例介绍：

GLOSSYBOX 按月定制



GLOSSYBOX 礼盒每月

寄出惊喜的美丽礼盒，里面包括五件由

公司的美容编辑精心挑选的高端品牌美妆产品试用装。GLOSSYBOX 与知名高端品牌直接合作，百分之百的保证产品质量，满足 GLOSSYBOX 订购者的期望。公司提供免费递送上门，以及配套的线上杂志。

GLOSSYBOX 为渴望发现和尝试最流行的高端美妆产品的女性们提供了一个极富吸引力的个人定制化化妆品体验式服务。GLOSSYBOX 中国由 John Loong 创办。GLOSSYBOX 礼盒的全新体验式服务为爱美女性们营造一个最为舒适的购物空间，帮助客户避免在与美容顾问咨询后迫于压力而购买产品。客户可以在完全放松的私人环境里，慢慢体验各类产品。没有了购物时的匆忙，并且可以通过多次尝试来确定最适合自己的产品。这样，在购买产品时，就能避免昂贵的错误。

汇聚全球美妆产业的最新潮流，已经与超过 150 个国际知名品牌合作，在全球 19 个国家上线，拥有超过 250,000 名会员，这个数字仍在持续增加中。同时，我们已登上众多知名时尚杂志及其网络专题，包含 VOGUE、ELLE、BAZAAR、COSMOPOLITAN、SELF、Rayli、Onlylady、YOKA 等。

公司的理念：美丽，是情感、探索和灵感的结合体。力求开创一种特别的美妆体验，让用户全面升级为美丽时尚达人。公司展示的每个细节都是经过精心设计的，每个品牌都符合 GLOSSYBOX 至高的质量标准，每个产品的挑选都经过精心的策划，希望每一次都能带给用户愉悦和惊喜。

拉比盒子



拉比盒子隶属小小盒子（北京）科技信息技术有限公司，是国内首家引进美国先进儿童动手教育的互联网公司。产品名称为拉比盒子。公司于 2012 年 2 月 26 日在北京创办成立，引进源自美国的家庭亲子创意教育理念。专注为 3-7 岁儿童，设计研发创意动手产品，并按月快递到家，主题涵盖：自然、科学、艺术、人文等。

拉比盒子提供创意方案和安全环保的素材，采用国际标准，已获得欧盟 CE 认证，销往美国、加拿大、德国、台湾等地区。服务人群主要针对中高端家庭，通过有趣的动手项目激发孩子探索、认知世界，培养好奇心、想像力、创造力，致力于让亲子教育更轻松、更有趣。

产品特点:

每月一个主题，每个主题有 2-3 个任务；创意任务方案+安全环保素材，主题涵盖人文、自然、科学、工艺等领域；每月都不一样，每年都不一样，按月快递到家，按月订购：81.6 元/盒/月。包年订购：816 元/年（共 12 盒 每月免费快递到家 1 个全新盒子，每月 25 日发货）。盒子的主题会有比如：色彩、恐龙、海底世界等，但是用户在购买的时候并不知道会收到什么主题的盒子，更像一本杂志，每月出新刊，孩子收到的每一个盒子都是新的，都是一个惊喜。

（来源：协会秘书处）

【行业动态】

芦山 4.20 地震 电商在行动

四川省芦山“4.20”7.0 级强烈地震发生后，举国震动。国内电商企业纷纷向震区伸出援手捐款捐物，还有不少电商平台搭建起捐款平台，面向社会募集捐款。除了捐款外，电商企业在这次大难面前表现出的力量还远不止于此：利用平台资源，进行物资提供、平台捐款、物流配送等不同于传统企业的核心优势体现的淋漓尽致。

勇担社会责任 积极投身救灾

地震发生后，电商企业发挥了一向快速反应的特点，积极行动，成了后方支援队伍中一支不可忽视的力量。最为直接的方式就是捐款捐物。阿里巴巴 500 万元现金、苏宁电商 500 万元现金……据统计，截止 4 月 22 日下午，全国各类电子商务企业共捐款现金约 1950 万元人民币。

电商企业尤其电商主流企业在抗震救灾中主动承担起的社会责任，为灾区筹集善款与救灾物品，充分体现了应有大企业的社会责任感，展示了中国电商行业领先企业的风范，为后续中小电商企业，乃至各行各业起到了很好的示范作用。

充分利用平台资源 贡献自身力量

不过，最为明显的是，电商企业除了出钱出力外还可以充分利用其平台优势、渠道优势、网络优势和物资储备资源，利用自己的物流配送团队为灾区运送继续的赈灾物资，并开辟群亲通道专区等，体现了不同于传统企业的一大核

心优势。

作为第三方支付平台的支付宝，在第一时间开通了捐款平台，并对网友每一笔捐赠汇款进行详细的记录，力求做到公开透明，充分提高了网友捐款的积极性和信任度。截止 4 月 23 日下午，通过支付宝平台募捐额已经达到 1830 万元。另外，其它电商平台也发挥各自优势，都想为灾区人民尽一份爱心。大众点评开通“爱心团捐”通道，并捐出起始 50 万人民币，给广大网友提供了一条捐助的爱心通道。易迅网和 1 号店分别捐助 500 万元人民币和 100 万元救灾物资。

呼吁周边用户减少网购 让出绿色通道

当然，如此多的电商企业积极投身救灾不是喊口号、打广告，或者盲目跟风，对外高调宣布后就要真正落实到实处，相关捐赠汇款凭证要第一时间向社会大众公开，透明化处理。同时，有相关部门、第三方机构、新闻媒体、社会大众对电商款项物资的捐赠，进行有效监督，杜绝只见雷声不见下雨的害群之马。

而在当地依然缺少物资的情况下，电商企业也要积极呼吁其平台用户尤其四川尤其震区周边用户近期尽量减少网购，以让出一条绿色通道，确保各地进川物资顺畅抵达震区

(来源：新闻中心—中国网)

上海嘉定工业区行成“电商之城” 集聚 250 余家电商

嘉定工业区，背靠林立厂房、面向富沃田野的一处空地，而网购买家们或许不知，虚拟交易许多就发生在此；京东、新蛋、凡客、国美……电商大佬们的货品分分秒秒从此出发，送往千家万户。去年，嘉定工业区的 200 多家电商创造 150 亿元的销售；今年一季度刚过，工业区电商数目就突破了 250 家。距上海市中心近 40 公里的北郊，成了新的经济活跃之地。

在相关了解过程中发现，当地“电商之城”繁荣背后，并非像传统产业园一样，照着政府政策的“指挥棒”发展。“电商之城”里，没有过细规划，没有所谓的筑巢引凤。对于入驻电商的电商企业，园区管委会对他们的税收要

求，社会贡献等都不作为引入的初衷。

不画圈的土壤

2008 年嘉定工业区引进电商时，行业正值一波新的发展浪潮。此时“画圈”不难，靠扶持免税的办法招徕成熟的电商，“硬造”一个产业园区也不难。嘉定工业区却选择了一种新的方式：大门敞开，欢迎光临，有啥需求尽管说；至于怎么发展，完全放手，提供自由的土壤。

周昭武两年前从台湾来到上海，去年就任新蛋中国区总裁表示里，总部和仓库离得太远，沟通效率很低。公司正准备把中国区万航渡路的总部办公室搬迁到嘉定工业区，很快就要告别楼下的车水马龙了。运营总部贴近物流中心，已是当前国内外电商行业流行的趋势，物流中心需要大量用地，只能在郊区，因此总部外迁顺理成章。

和成熟稳重的新蛋相比，疯狂成长的京东正面临“满世界找仓库”的困扰。2007 年京东进入上海，从普陀区的写字楼辗转到虹口的创意园，“螺蛳壳”显然容不下“大象”。两年后，京东拿下嘉定工业区位置最好的一栋三层小楼，建起华东区总部。

京东华东区营销总监彭程讲述曾经的烦恼：运营总部虽然安定了，但爆发式的业务增长带来巨大的仓储需求，仓库一个个加建，如今已在上海建了 8 个分仓。“就像‘鸡窝’一样，东一个西一个，物流成本非常高。”

直到 2011 年，京东开始有了“化零为整”的想法，他们考察了世界各地的物流供应商，但供应商们惊叹于京东上百万种商品的仓储需求，没有一家敢接招。当京东老板刘强东下决心自己建“亚洲一号”时，嘉定区倾力相助。

人的自由生长

每一家电商来到嘉定工业区，招商者从未问过“你能帮我解决多少就业”。但恰恰是电商在“自由土壤”上的生长，让本地居民、外来人口、大学毕业生等不同人群看到了机会。

8 年前，沙先理从安徽来上海打工，第一份工作是新蛋仓库的打包员。仓库里分拣货、收货、检验等岗位，打包员是最简单、最基础的一种。“打包的时候，看着别人收货也羡慕，就想做点‘高级’的事情。”在新蛋工作的前两年，沙先理根本不知道电商是干什么的；但经过 8 年的摸爬滚打，如今他已是新蛋物流中心的运营管理总监。

沙先理的故事，在“电商之城”并不罕见。按新蛋物流中心企划室主任李弘毅的说法，快递员对路线熟了，可以升任调度主管；仓库里从打包、拣货开始，可以做到小组长、主管、经理、总监……“很少有行业像我们电商一样，一线做苦差事的，几年变白领，再几年管大事。”

产业结构变化，其根本是人的转变，电商的成片到来，让“汗衫背心变成西装衬衫”的变化悄悄加速。当前不管市郊市区，要进好企业，往往名校毕业是门槛，海归镀金则更好。但电商不同，很多企业需要的人才未必从象牙塔里来，他们更需要有想法、有拼劲、敢冒险的人才。懂计算机的可以做平台开发，擅长销售的能制定营销方案，哪怕学历不高的外来务工者，肯吃苦，求上进，眼前也充满改变命运的机会。

“国内电商人才少之又少，许多管理人员就是从一线体力活做起来的。”彭程介绍，“亚洲一号”投运之后，将为当地创造上千个工作岗位，其中有打包员这样的体力岗位，也有负责运营的管理岗位，更有两种岗位之间的人才培养通道。

嘉定工业区管委会负责人表示，“电商之城”带来的就业结构转变，完全是企业主导，政府平时不介入，只在企业员工有切实需求时出现。比如人才公寓、房租补贴等服务政策。不是事先拍脑袋，而是听电商说需求，听职工说苦恼，再根据实际需求推出和调整。

追着企业跑

嘉定工业区和上海许多远郊经济开发区一样，每天下午三四点，企业就到了下班时间，一辆辆班车将员工接回城里。加班不是常见事，因为稍一拖延错过班车，返程员工就得披星戴月。

但在工业区里的电商企业，“白加黑”却是常态。晚上过了八九点，还常灯火通明，穿西装的经理和穿工装的工人一起搬箱子。这并不难理解，发展太快了，天南地北的消费者随时都在下单，他们不可能像其他成熟企业，朝九晚五过日子。

“他们节奏太快了，所以我们能不打扰就尽量不打扰。”嘉定工业区管委会副主任赵焯说，有什么需求，碰到什么困难，电商人能通过手机随时与园区管理者直接沟通。日子长了，京东、新蛋等多家电商经营者都把赵焯和她的团队称为“圈里人”。

赵焯告诉，她的手机响时，收到最多的是电商企业的抱怨。而在电商抱怨

声中，园区管理者找到了服务方向。一次交流中，听说百度建完总部大楼后，李彦宏抱怨说这辈子也不想盖楼了。百度这样的大公司都嫌建楼烦，何况中小电商们？业务几何式增长，企业自身没有时间精力，也没有合适的团队来建房盖楼。怎么解决？园区有自己的专业团队，帮电商代建楼宇。每次开工建设前，还请企业一起来画图纸做布局。一来两去，沟通更畅了，心也更近了。“没人能猜到电子商务会发展到今天的样子。”赵焯认为，面对新经济，政府要做的是跟着跑，虚心学、耐心问、用心服务，才能跟上这场变革的步伐。

上千家电商注册在叶城工商所的辖区，有些是华东总部，有些甚至是全国总部。这意味着小小的北郊工商所，现在要管整个上海、华东甚至全国的消费者申诉，成了全上海最忙碌的工商所之一。

业务量越大，流程越难控制，产品质量、物流配送、照片和实物的区别……雪花般飞来的投诉把电商压得喘不过气来。为了解决企业的“头疼病”，去年底，园区与嘉定工商部门联手，与区内主要电商共建“国家级电子商务园区指导站”，工商人员平日里就走进企业，培训客服人员怎么跟顾客有效沟通，和网页设计者商讨怎么宣传商品才不会陷入虚假的麻烦。

开始也有电商不理解，说政府干嘛又来管我们。可近来各大电商在客户体验上拼得“刺刀见红”，工商所的服务与企业合拍，很快成了众人争抢的“香饽饽”。今年“3·15”前，嘉定工商部门与各大主流电商坐在一起，热烈探讨怎么把服务承诺做到位。一名电商代表表示，这样的“头脑风暴”让他大受启发，认识到服务才是21世纪最大的竞争利器。

（来源：解放日报）

【交流园地】

上海钢联涉足农产品 B2B 完善产业链布局

最新消息，我的钢铁网 CEO 朱军红日前透露，上海钢联旗下农产品 B2B 平台“我的农产品网”已于4月正式上线。这也是继钢铁、有色金属、煤炭、石油之后，上海钢联新进入的一个大宗商品行业。

目前进入“我的农产品网”查看，网站板块内容主要包括农产品综合资讯、主要农产品现货价格行情及分析，农产品期货动态、农产品企业动态，股市中农产品版块信息，以及农产品热点分析。涉及的农产品有13种：白糖；豆粕、菜籽粕；豆油、棕榈油、菜籽油；大豆、菜籽；小麦、玉米、稻米；棉花和棉纱。

“除了钢铁，我们的煤炭也做得相当好。因为钢铁非常重要一项原材料是焦炭，煤炭非常重要一项是炼焦煤，所以炼焦煤基本上都是卖给我们。”朱军红表示。而切入农产品领域，也主要是为了上海钢联完善产业链的布局，上海钢联的拓展思路是沿着产业链一步步构建非常完整的产业。除了我的农产品网，几个月前，上海钢联还上线了一家名为“百年建筑网”的建筑行业B2B网站，也是出于完整产业链的考虑。因为钢铁等大宗商品主要的流向是基础设施建设。

而在具体进入某一新的细分行业时，朱军红表示主要会有两方面的考虑：对于行业是否熟悉以及行业内是否已有足够强大的竞争对手。

“想切入某一个领域，B2B和B2C有非常大的不同，光有钱不行。首先你要对这个产业了解，你了解这个产业才能了解客户的需求。你凭什么能切入这个市场，你对这个产业熟吗？如果对这个产业一点不熟，你切入就是把钱扔进大海。”朱军红认为，B2B从业者对于线下行业的熟悉程度是能否成功的一个关键。

此外，如果行业内已有较为出色的前行者，我的钢铁网则主要采取与其合作的方式，而不会独立去做。朱军红表示对农产品我并不熟悉，但我发现这个领域做的人不多，如果有一个很大的人在做，那我肯定不做。我发现他们都不做，我就弄一些人先去做一两年，从不熟到熟。从产业链的完善来讲，我觉得有必要跟踪，在财力可控制范围内，为什么不去做呢？

（来源：亿邦动力网）

责任编辑：王玉

编辑：唐迪