



Shanghai eCommerce Association

会员资料 注意保存

电子商务资讯

2013 年 10 月第 9 ~10 合刊总第 128 期

上海市电子商务行业协会主办

目录

【重要消息】

商务部公告 2013 年第 66 号 关于商务部 2013~2014 年度电子商务示范企业的公告.....	1
国家工商行政管理总局关于支持中国（上海）自由贸易试验区建设的若干意见.....	5
工商总局关于开展网络商品交易 非法主体网站专项整治工作的通知.....	7
上海自贸区有望引爆跨境电商 跨境通冲击海外代购.....	9
2013 中国跨境电子商务大会召开.....	10
连维良副主任主持信用记录共建共享 座谈会.....	11

【法律法规】

商务部令 2013 年第 2 号《执行世界贸易组织贸易救济争端裁决暂行规则》	11
--	----

【行业政策】

国家正酝酿电商出口退税.....	12
------------------	----

【行业动态】

国家发展改革委组织召开发挥行业协会作用 加强行业信用建设座谈会.....	14
今年三季度中国电子商务 B2B 市场规模达 42.4 亿元.....	14
中小电商网站数据分析 搜索仍很重要.....	15
中国消费者协会：2013 年中国电子商务企业诚信调查报告.....	19

【协会动态】

关于共同参与 2013 年上海“信息消费主题日”活动的倡议书····· 24

【新增会员】

上海易迅电子商务发展有限公司发展····· 25

上海天栋信息科技有限公司····· 26

上海赛图计算机科技有限公司····· 26

交通银行股份有限公司上海市分行····· 27

春秋航空股份有限公司····· 27

【交流园地】

中石化触电：预计明年网上交易额破百亿····· 27

生鲜电商是个伪命题，机会在于单品类！····· 28

建行上海市分行创新金融服务 践行群众路线····· 29

电子商务产业已经生根落地····· 30

阿里巴巴 1688 淘工厂平台 电子商务服装供应链研讨大会····· 32

【重要消息】

商务部公告 2013 年第 66 号 关于商务部 2013~2014 年度电子商务示范企业的公告

根据《商务部关于开展电子商务示范工作的通知》（商商贸发〔2010〕428号）的有关要求和工作程序，按照公平、公正、公开的原则，通过申报、评审、公示等流程，现确定北京京东世纪贸易有限公司等 100 家企业（见附件）为商务部 2013~2014 年度电子商务示范企业。

附件：商务部 2013~2014 年度电子商务示范企业名单

北京市

北京京东世纪贸易有限公司（京东商城）
中粮我买网有限公司（中粮我买网）
北京当当网信息技术有限公司（当当网）
北京慧聪国际资讯有限公司（慧聪网）
北京小米科技有限责任公司（小米网）
凡客诚品（北京）科技有限公司（凡客诚品）
北京乐友达康科技有限公司（乐友孕婴童用品网）
国富商通信息技术发展股份有限公司（中国诚商网）
北京敦煌禾光信息技术有限公司（敦煌网）
国美在线电子商务有限公司（国美商城）
北京上品科技发展有限责任公司（上品折扣网）
中建材国际贸易有限公司（易单网）

天津市

五八有限公司（58 同城）
天津市广卓信息技术有限公司（BargainOut 网）
天津蒲尚科技有限公司（Pisanio 网）

河北省

河北讯成网络科技有限公司（366 网上商城）
石家庄北国电子商务有限公司（北国购商城）
河北玛世电子商务有限公司（搜丝网）

山西省

山西百事帮科技股份有限公司（百事帮商城）

内蒙古自治区

通辽市草原旭日电子商务有限公司（草原旭日网）

辽宁省

辽宁迈克集团股份有限公司（Equipmentimes 网）
东北参茸中草药材市场管理有限公司（绿金在线）

吉林省

长春欧亚集团股份有限公司（欧亚 E 购）
长春市购够乐科技有限公司（购够乐商城）

黑龙江省

哈尔滨极光文化传播有限公司（国际文化产品交易网）
黑龙江赛格国际贸易有限公司（come365 商城）

上海市

上海携程电子商务有限公司（携程网）
上海钢联电子商务股份有限公司（我的钢铁网）
纽海信息技术（上海）有限公司（1 号店）
上海亿贝网络信息服务有限公司（eBay）
上海农产品中心批发市场经营管理有限公司（上海农产品中心批发市场）
东方钢铁电子商务有限公司（东方钢铁网）
百联电子商务有限公司（百联 E 城）

江苏省

江苏苏宁易购电子商务有限公司（苏宁易购）
无锡买卖宝信息技术有限公司（买卖宝）
焦点科技股份有限公司（中国制造网）
江苏红豆实业股份有限公司（红豆商城）
江苏仕德伟网络科技股份有限公司（5R 网）
宏图三胞高科技技术有限公司（宏图三胞）
同程网络科技股份有限公司（同程网）

浙江省

阿里巴巴集团有限公司（阿里巴巴）
浙江珍诚医药在线股份有限公司（医药在线）
杭州祐康电子商务网络有限公司（祐康健康食品购物网）
浙江网盛生意宝股份有限公司（中国化工网）
浙江搜富网络技术有限公司（中国食品产业网）
浙江英特药业有限责任公司（英特药谷网）
浙江绿森数码科技有限公司（绿森数码商城）

宁波市

宁波太平鸟魔法风尚服饰有限公司（太平鸟商城）

宁波国际物流发展股份有限公司（四方物流网）

安徽省

安徽易商数码科技有限公司（安徽进出口商品网上交易会）

安徽商之都股份有限公司（徽之尚商城）

福建省

福建省讯网网络科技有限公司（环球鞋网）

茶多网络（安溪）有限公司（茶多网）

厦门市

名鞋库网络科技有限公司（名鞋库）

江西省

新余兴邦信息产业有限公司（居无忧商城）

山东省

山东家家悦集团有限公司（家家悦商城）

山东银座信息科技有限公司（银座商城）

潍坊恩源信息科技有限公司（恩源百仕达网）

青岛市

海尔集团电子商务有限公司（海尔商城）

青岛微品网络有限责任公司（微品网上商城）

利群集团青岛电子商务有限公司（利群网上商城）

河南省

郑州华粮科技有限公司（中华粮网）

河南众品食业股份有限公司（众品商城）

河南企汇信息技术有限公司（企汇网）

湖北省

九州通医药集团股份有限公司（九州通网）

武汉良中行供应链管理有限公司（良中行冷链大市场）

安琪酵母股份有限公司（安琪E家商城）

湖南省

湖南御家汇网络有限公司（汇美丽）、

湖南快乐淘宝文化传播有限公司（嗨淘网）

湖南商康医药电子商务有限公司（商康医药网）

鹰皇商务科技有限公司（1872club）

广东省

广州唯品会信息科技有限公司（唯品会）

广州摩拉网络科技有限公司（梦芭莎）

中经汇通有限责任公司（中经汇通）

广州龙媒计算机科技有限公司（环球市场网）

真维斯服饰（中国）有限公司

广东环球汽车用品有限公司（中国汽车用品网）

深圳市

深圳市华动飞天网络技术有限公司（A8 音乐）

兰亭集势贸易（深圳）有限公司（兰亭集势）

深圳市腾讯计算机系统有限公司（QQ 网购）

顺丰速运（集团）有限公司（顺丰速运）

深圳市中农网股份有限公司（中农网）

（注：原深圳市中农网电子商务有限公司）

广西壮族自治区

广西南百电子商务有限公司（美美购）

海南省

海口聚金网络科技有限公司（中国咖啡商城）

重庆市

重庆猪八戒网络有限公司（猪八戒网）

重庆维普资讯有限公司（维普资讯网）

重庆易易商电子商务股份有限公司（每日鲜购物网）

四川省

成都九正科技实业有限公司（九正建材网）

四川文轩在线电子商务有限公司（文轩网）

成都天地网信息科技有限公司（中药材天地网）

贵州省

大唐高鸿数据网络技术股份有限公司（高鸿商城）

家有购物集团有限公司（家有购物）

云南省

云南鲲鹏农产品电子商务批发市场有限公司（昆商糖网）

陕西省

陕西熊猫伯伯农业网络科技有限公司（熊猫伯伯商城）

陕西丝路商旅股份有限公司（丝路商旅）

甘肃省

甘肃烽火网络有限公司（嘉酒视窗网）

青海省

青海聚宝盆电子商务有限公司（中国特产网）

宁夏回族自治区

宁夏恒盛友情网络科技有限公司（中国枸杞商城）

新疆维吾尔自治区

新疆果业集团有限公司

新疆生产建设兵团

（来源：商务部电子商务和信息化司）

国家工商行政管理总局关于支持中国（上海）自由贸易试验区建设的若干意见

建立中国（上海）自由贸易试验区（下称“试验区”）是深入贯彻党的十八大精神、实行更加积极主动开放战略的重要举措。试验区肩负着我国在新时期更加深入参与国际竞争、全面提高开放型经济水平、加快转变经济发展方式的重要使命，是国家战略需要。充分发挥工商行政管理职能作用，对推动试验区建设，实现以开放促发展、促改革、促创新，形成可复制、可推广的经验具有重要意义。根据《国务院关于印发中国（上海）自由贸易试验区总体方案的通知》精神和试验区的实际需要，本着改革创新、先试先行的原则，提出如下意见。

一、试点工商登记制度改革，优化试验区营商环境

（一）试行注册资本认缴登记制。除法律、行政法规对公司注册资本实缴另有规定的外，其他公司试行注册资本认缴登记制。

试行认缴登记制后，工商部门登记公司全体股东、发起人认缴的注册资本或认购的股本总额（即公司注册资本），不登记公司实收资本。公司股东（发起人）应当对其认缴出资额、出资方式、出资期限等自主约定，并记载于公司章程。有限责任公司的股东以其认缴的出资额为限对公司承担责任；股份有限公司的股东以其认购的股份为限对公司承担责任。公司应当将股东认缴出资额或

者发起人认购股份、出资方式、出资期限、缴纳情况通过市场主体信用信息公示系统向社会公示。公司股东（发起人）对缴纳出资情况的真实性、合法性负责。

放宽注册资本登记条件，除法律、行政法规、国务院决定对特定行业注册资本最低限额另有规定的外，取消有限责任公司最低注册资本 3 万元、一人有限责任公司最低注册资本 10 万元、股份有限公司最低注册资本 500 万元的规定；不再限制公司设立时全体股东（发起人）的首次出资额及比例；不再限制公司全体股东（发起人）的货币出资金额占注册资本的比例；不再规定公司股东（发起人）缴足出资的期限。

（二）试行“先照后证”登记制。除法律、行政法规、国务院决定规定的企业登记前置许可事项外，在试验区内试行“先照后证”登记制度。试验区内企业向工商部门申请登记、取得营业执照后即可从事一般生产经营活动；经营项目涉及企业登记前置许可事项的，在取得许可证或者批准文件后，向工商部门申领营业执照；申请从事其他许可经营项目的，应当在领取营业执照及许可证或者批准文件后，方可从事经营活动。

（三）试行年度报告公示制。试验区内试行将企业年度检验制度改为企业年度报告公示制度。企业应当按年度在规定的期限内，通过市场主体信用信息公示系统向工商部门报送年度报告，并向社会公示，任何单位和个人均可查询。企业对年度报告的真实性、合法性负责。建立经营异常名录制度，通过市场主体信用信息公示系统，记载未按规定期限公示年度报告的企业。

（四）试行外商投资广告企业项目备案制。在试验区内申请设立外商投资广告企业的，在试验区内的外商投资企业申请增加广告经营业务的，以及在试验区内的外商投资广告企业申请设立分支机构的，不再受现行《外商投资广告企业管理规定》第九条、第十条和第十一条的限制，同时取消对试验区内外商投资广告企业的项目审批和设立分支机构的审批，改为备案制；试验区内外商投资广告企业设立后需要更换合营方或转让股权、变更广告经营范围和变更注册资本的，无需另行报批，改为备案制，可直接办理企业变更登记。

二、优化企业设立流程，提升试验区登记效能

（五）授予试验区工商部门外资登记管理权。试验区工商部门负责辖区内由上海市人民政府及其授权部门批准设立及备案的外商投资企业的登记注册和监督管理。

（六）试验区内实行企业设立“一口受理”。支持试验区工商部门按照上海市人民政府的要求，企业设立可以通过电子数据交换或者现场办理的方式申

报材料，由工商部门统一接收申请人向各职能部门提交的申请材料，统一送达许可决定、备案文书和相关证照。

（七）试行新的营业执照样式。除《农民专业合作社法人营业执照》、《个体工商户营业执照》以外，将其他各类企业营业执照统一成一种样式。

三、转变市场主体监管方式，维护试验区市场秩序

（八）强化信用信息公示，完善信用约束机制。建立以工商部门经济户籍库为基础的市场主体信用信息公示系统，推动社会诚信体系建设。工商部门通过系统公示市场主体登记、备案、监管信息。企业按照规定通过系统公示年度报告、获得资质资格的许可信息，工商部门可以对年度报告公示内容进行抽查。对被载入经营异常名录的企业、有违法记录的市场主体及其相关责任人，工商部门采取有针对性的信用监管措施。

（九）创新市场主体监管方式，提升行政执法水平。强化工商部门市场监管和行政执法的职能作用，探索建立与国际高标准投资和贸易规则体系相适应的市场主体监管方式。强化部门间协调配合，形成监管部门分工明确、沟通顺畅、齐抓共管的工作格局，增强监管合力，提升监管效能，共同营造统一开放、公平诚信、竞争有序的市场环境。

国家工商行政管理总局关于支持试验区建设的意见，由总局职能司局会同上海市工商行政管理局具体落实。上海市工商行政管理局要在上海市委、市政府的领导下，深入贯彻落实科学发展观，围绕中心、服务大局，切实履行法定职责，加强改革创新，拓展服务领域，提升服务水平，为推动试验区建设作出积极贡献。

（来源国家工商行政管理总局文件 工商外企字〔2013〕147号）

工商总局关于开展网络商品交易 非法主体网站专项整治工作的通知

各省、自治区、直辖市、计划单列市及副省级市工商行政管理局、市场监督管理局：

随着全国工商系统网络经营主体数据库建设工作的不断深入，目前发现大量网络商品交易非法主体网站充斥互联网络。此类网站通常伪造或冒用企业组织形式特别是公司名称租用国内外服务商提供的虚拟空间建立，以经常转换网站名称或域名、编造虚假经营地址等刻意掩盖主体真实身份的方式从事各类严

重侵犯消费者、经营者合法权益的违法活动，严重破坏了网络市场秩序，对消费者和合法经营者的权益损害极大。为积极贯彻落实全国工商行政管理局座谈会议精神，尽职尽责、依法行政、依法规范，防止职能“缺位”、“越位”、“错位”，进一步规范网络市场秩序、净化网络市场环境，工商总局决定开展网络商品交易非法主体网站专项整治工作。现将有关事宜通知如下：

一、工作目的

通过本次专项整治工作，查处一批违法行为，关闭一批从事各种严重侵害消费者和经营者合法权益、社会危害程度较深的网络商品交易非法主体网站，进一步营造健康有序的网络市场环境。同时，各地要通过本次专项整治工作检验利用网络商品交易监管平台及相关技术手段的工作能力与水平，积累工作经验。

二、工作重点及内容

此次专项整治工作的重点是伪造或冒用公司名称、网站服务器物理地址在境内、严重侵犯消费者和经营者合法权益的网络商品交易非法主体网站。

具体工作内容为搜索发现并初步确定一批伪造或冒用公司名称、标称行政区划为本辖区、严重侵犯消费者和经营者合法权益的网络商品交易非法主体网站，并根据网站服务器物理地址进行分类处理：服务器物理地址为本地的，根据《关于建立境内违法互联网站黑名单管理制度的通知》（工信部联电管〔2009〕371号）提交并商请当地通信管理局进行核实并予以关闭；服务器物理地址为外地的，核实相关情况并报送工商总局市场司汇总处理。

三、工作时间安排

此次专项整治工作时间为自本通知下发之日起至11月底。

各地提交当地通信管理局关闭网络商品交易非法主体网站工作应在11月20日前完成；报工商总局市场司汇总处理的网络商品交易非法主体网站名单应在10月底前提交。

四、工作要求

（一）务实高效，依法行政。本次专项整治工作是工商总局承担网络商品交易及有关服务行为监管职责以来首次开展的以清理网络商品交易非法主体网站为主要工作内容的集中行动，是工商部门开展网络市场环境净化所进行的具有深远意义的探索与实践。各地要高度重视，要结合本地工作实际与网络商品交易的行为特点，制定具体实施方案、明确工作职责、严格依法行政。同时积极研究利用技术手段提高专项搜索准确率的方式方法，力求本次专项整治工作高效务实。

(二) 加强研究, 注重长效。各地应充分利用本次专项整治工作的契机, 注重协作配合、强化调查分析, 充分研究网络商品交易非法主体网站清理整治在法律适用、监管技术、监管机制等方面存在的主要问题, 推动法律法规与监管技术的建设与完善, 实现与通信管理部门监管信息的互通、监管资源的共享和监管行动的协同。逐步建立起方便高效的针对网络商品交易非法主体网站发现、确定、核实、关闭的工作通道及监管机制, 以实现随时发现, 随时清理的工作目标。

(三) 认真总结, 及时反馈。请各地于 2013 年 11 月底前将本辖区内专项整治工作的基本情况、处理结果以及工作建议等形成报告, 通过工商总局网络商品交易监管平台报送工商总局市场司。

(来源国家工商行政管理总局文件 工商市字(2013)116号)

上海自贸区有望引爆跨境电商 跨境通冲击海外代购

(中国电子商务研究中心讯) 作为中国内地第一个自由贸易区, 上海自贸区自启动以来, 电子商务也匆忙抢滩登陆。作为首批入驻自贸区的项目之一, 上海唯一的国家跨境贸易电子交易试点——“跨境通”电子商务平台已完成功能测试, 正待通过海关总署的验收即可上线运行。

一直以来, 跨境电子商务因其特殊性, 我国现行的管理体制、政策及法规环境下已经无法满足其发展需要, 跨境 B2C 发展一直受到阻碍。据中国电子商务研究中心跟踪国家发改委的数据显示, 2011 年跨境电子商务交易额达到 1.6 万亿元, 同比增长 33%; 2012 年跨境交易额 2 万亿元, 同比增长超过 25%, 增速远高于外贸增速。2012 年, B2C 跨境电子商务交易额达到 150 亿美元, 年均增幅在 50% 以上。B2B 成交额达到 1000 多亿美元。

如今可以预测, 在政府发文表示支持并改进、完善法规的基础上, 以上海自贸区启用为契机, 2013 年底或 2014 年初我国跨境电子商务行业将会呈现集中爆发式增长。据中国电子商务研究中心(100EC.CN)发布的《2012 年中国电子商务市场数据监测报告》显示(下载链接: www.100ec.cn/zt/2010bgdz/), 2012 年中国海外代购市场交易规模达 483 亿元, 较去年涨幅 82.2%, 2013 年海外代购的交易规模将有望达 744 亿元。

跨境通将对海外代购市场形成冲击。日前, 时隔一年的离职空姐代购案在北京市二中院开庭重审, 逃税金额从一判 109 万元减至 8 万元。目前不管是代

购者还是第三方代购平台都存在一定的法律风险。一直以来“海淘”最大的风险来自商品是否为正品，货源的不明常使“海淘一族”难有保障。跨境通实行全程的电子化管理体系，其购物渠道都比较规范和透明，这样一来容易对从事海外代购的一批商户形成冲击。

目前国内主要的跨境电商平台包括：阿里全球速卖通、敦煌网、兰亭集势、米兰网、易唐网、MFG.com 等，自贸区的启动将对跨境电商平台带来利好。随着电子商务和全球贸易的不断发展，从事外贸电商的商户形态也在发生剧烈变化，大量传统外贸工厂、企业、本土品牌商正在蓄势进入外贸电商领域。商务部等部门发布的《关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策的意见》提出六大扶持政策，其中包括建立适应电子商务出口的新型海关监管模式、建立相应的检验监管模式、支持企业正常收结汇、鼓励银行机构和支付机构为跨境电子商务提供支付服务等。而随着更多的企业进入该领域，行业也将迎来新的发展机遇。

（来源：北京商报）

2013 中国跨境电子商务大会召开

（中国电子商务研究中心讯）2013 中国跨境电子商务大会暨海贸会第三届年会今天在广东东莞市开幕，聚集 1000 余名全球跨境电子商务公司高管和行业协会代表参会，探讨跨境电子商务发展的新趋势。

据介绍，跨境电子商务已成为中国电子商务市场交易的新增长点，2011 年和 2012 年，跨境电商交易额增速分别为 33% 和 25%，远高于外贸增速，2012 年交易额突破 2 万亿元大关。跨境电子商务市场在快速增长的同时，也对平台、物流、支付、结算等环节提出更高的要求，成为目前亟待解决的问题。

面对跨境电商行业的机遇和挑战，海贸会举办一年一度的业界年会，旨在为全球跨境电商企业搭建一个沟通、合作、发展、多赢的平台，让中国小微企业的好产品畅销全球。

（来源：《中国经济网》文/郑杨）

国家发改委连维良副主任主持信用记录共建共享 座谈会

为贯彻落实国务院关于加强“社会成员信用信息的记录、整合和应用”的工作部署，加快建立信用记录共享工作机制，6月8日上午，国家发改委副主任连维良主持召开信用记录共建共享座谈会。

在听取相关部门和单位信用信息基础设施建设情况以及对开展信用记录共享工作意见建议后，连维良副主任指出，加快信用记录建设和共享是当前我国社会信用体系建设的迫切需要，是建立覆盖全社会的信用信息系统、构建守信激励和失信惩戒机制的前提和基础。各部门要高度重视，加强协同，做好六个方面工作。一是做好本部门、本行业信用记录特别是优良和不良信用记录的梳理和建设；二是加快推进信用记录共享；三是加快推进国家级信用信息交换共享平台建设；四是切实发挥信用记录的综合作用，特别是不良信用记录的警示和惩戒作用；五是高度重视信用记录建设主体自身信用建设，起好示范作用；六是建立健全长效工作机制。

部分社会信用体系建设部际联席会议成员单位负责同志，相关征信机构和社会信用服务机构负责人参加了会议。

(来源上海诚信网)

【法律法规】

商务部令 2013 年第 2 号《执行世界贸易组织贸易救济争端裁决暂行规则》

《执行世界贸易组织贸易救济争端裁决暂行规则》已经 2013 年 7 月 27 日商务部第 6 次部务会议审议通过，现予公布，自公布之日起施行。

部长 高虎城

2013 年 7 月 29 日

执行世界贸易组织贸易救济争端裁决暂行规则

第一条 为执行世界贸易组织反倾销、反补贴和保障措施争端裁决，根据有关法律、行政法规的规定，制定本规则。

第二条 世界贸易组织争端解决机构作出裁决，要求我国反倾销、反补贴或者保障措施与世界贸易组织协定相一致的，商务部可以依法建议或者决定修改、

取消反倾销、反补贴或保障措施，或者决定采取其他适当措施。

第三条 在作出本规则第二条的建议或者决定之前，商务部可以对有关案件进行再调查。决定进行再调查的，应当发布公告或者以其他方式通知案件利害关系方。

第四条 再调查可以采用问卷、抽样、听证会、现场核查等方式。

第五条 在得出再调查结果之前，商务部应当将所依据的基本事实披露给利害关系方，并给予合理时间提出评论意见。

第六条 商务部可以就修改或者取消反倾销税、反补贴税、保障措施关税等关税措施，向国务院关税税则委员会提出建议，并根据其决定发布公告。

商务部决定修改或者取消价格承诺、承诺、数量限制等措施，或者决定采取其他适当措施的，应当发布公告或者以其他方式通知案件利害关系方。

第七条 根据我国缔结或参加的其他贸易协定作出的裁决，要求我国反倾销、反补贴和保障措施与该协定相一致的，参照本规则执行。

第八条 本规则自公布之日起施行。

本规则施行之日尚未执行完毕的裁决，适用本规则。

（来源：商务部条约法律司）

【行业政策】

国家正酝酿电商出口退税

近日有消息称，国家税务总局正会同财政部对跨境电商出口退税问题展开密集调研，相关政策将于近期推出，对符合条件的电子商务出口货物实行增值税和消费税免税或退税。

“外贸电商正在迎来政策红利期，频繁的政策发布将把外贸电商从幕后带到台前。”IBM资深战略分析师王祺表示。继7月26日国务院办公厅下发《关于促进进出口稳增长、调结构的若干意见》后，8月29日，商务部网站发布消息，国务院办公厅近日转发商务部等部门《关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策的意见》（下称《意见》），共提出6项具体措施，旨在解决电子商务出口在海关、检验检疫、税务和收付汇等方面的问题。

跨境电商脱胎于一种被称为“小额外贸”的外贸形式。这种形式在国内最早始于 2005 年，主要是交易双方通过互联网达成交易，通过 Paypal 等第三方支付方式进行支付。

目前，外贸电商主要有两种形式：外贸 B2B 也称为外贸小额批发平台，它的买卖双方为国内个人、海外买家和消费者，特点是提供统一的销售平台。另一种是外贸 B2C，即：通过外贸 B2C 平台，或者独自的网店，把国内的产品卖给国外的消费者和零售商。

“这次政策重点是直接产生交易的 B2C 模式。”王祺认为，对于外贸 B2C 平台，由于买家多为个人，交易产品量小、交易金额小，这种模式尤其让规模较小的进出口企业最为受益，显而易见的优势是减少了交易环节；但同时，这类交易因主要采用航空小包、邮寄、快递等方式，而此前大部分在海关登记之外，由于目前无法提供报关单，按现行规定还不能享受退税，但却是外贸电商的“中坚力量”。

根据国家发改委的数据，2011 年跨境电子商务交易额达到 1.6 万亿元，同比增长 33%；2012 年跨境交易额超过 2 万亿元，同比增长超过 25%，增速远高于同期外贸增速。

来自艾瑞《2012~2013 年中国跨境电商市场研究报告》则预测，中国跨境电商交易规模将持续高速发展，到 2016 年将达到 6.4 万亿元，占进出口贸易额的比重将达到 18.5%。

目前，一些外贸电商的架构较为复杂，将主体运营公司分为内地和香港两部分，并将香港的运营公司作为主要的业务单元来减少税收。

一名兰亭集势内部人员表示，国家出台对外贸电商出口退税将对兰亭集势产生利好。按照去年全年 2 亿美元营收和 15% 的退税率粗略计算，相关政策出台后，将为兰亭集势增加 3000 万美元的利润。

（来源：第一财经日报）

【行业动态】

国家发展改革委组织召开发挥行业协会作用 加强行业信用建设座谈会

8月22日上午，国家发展改革委组织召开了发挥行业协会作用加强行业信用建设座谈会。会议由国家发展改革委财政金融司司长田锦尘同志主持。中国纺织品商业协会、中国物流与采购联合会、中国食品工业协会、中国化学制药工业协会、中国煤炭工业协会、中国电子商务协会、中国乳制品工业协会、中国企业联合会、中国医药商业协会、交通运输协会共十家行业协会代表同志与会。

与会同志介绍了各行业协会推进行业信用建设的主要做法、存在的主要问题及下一步工作打算，并就加强我国社会信用体系建设，提出了完善企业信用评价标准体系、拓展企业信用评价结果应用领域、加强企业信用评价工作监督管理、加大诚信宣传教育力度等方面的意见和建议。

会议充分肯定了各行业协会在推进行业信用建设中发挥的作用，并就进一步发挥行业协会作用，加强行业信用建设作了充分讨论，形成了诸多共识。

会议指出，发挥行业协会在行业信用建设中的作用具有十分重要的意义，各行业协会只有切实加强自身信用建设，才能更好地发挥在行业信用建设中的作用。

会议要求，各行业协会要把行业信用建设作为一项常态化的工作推进。要切实加强会员企业信用建设，依法依规获取企业信用信息，加强信用信息共享，尤其是不良信用信息的共享。同时，要继续把诚信宣传教育工作摆在重要位置，不断完善企业信用评价体系，加快健全行业性信用奖惩机制，提高会员企业的自律意识、诚信意识和信用水平。

（来源国家发改委网）

今年三季度中国电子商务 B2B 市场规模达 42.4 亿元

（中国电子商务研究中心讯）易观国际最新发布报告显示，今年三季度，中国电子商务 B2B 市场规模达到 42.4 亿元，环比增长 7.8%，同比增长 23.3%。

易观国际认为，中国 B2B 市场之所以能持续增长，主要有以下原因：一是全球经济的逐渐回暖创造了较好的外部环境；二是国家刺激内需的政策带动了内贸业务的高速增长；三是商家深入挖掘现有客户，发展战略从快速扩张转为稳健经营。

易观国际表示，当前中国 B2B 市场有如下特点：首先，随着市场运营模式的日渐丰富，传统企业正以不同的方式逐步涉足 B2B 市场；其次，大数据是电子商务的未来发展方向，目前 B2B 企业正在尝试大数据的开发与应用，未来可以利用大数据技术探索个性化、精确化和智能化的广告推送和服务推广，创立性价比更高的全新商业模式；再次，金融增值服务是 B2B 平台的一个重要突破点，企业不仅需要信息服务，而且需要资金服务，尤其对于中小企业而言，资金周转尤为重要。

（来源：新华网）

中小电商网站数据分析 搜索仍很重要

跟互联网的其他领域一样，电子商务也因为新的业务，平台和服务的进入而竞争日趋激烈。虽然在网上开个店不需要花上 5 分钟，但要把这个店铺打理好，能够养家糊口，让你过上美满的生活却并非易事，很多人在半路就折返了。

很多人放弃了他们的网络店铺，原因是他们时间不够，需要忙朝九晚五的工作以实现持续稳定的收入，因为他们花在网络上的时间只带来了很少的回报。

1、搜索仍然相关应该重点关注

分析这 18000 家网站和 Yotpo 上的数据发现，30.5% 的网站流量来自 Google, yahoo, bing 以及其他搜索引擎。今天 SEO 的问题是即便是长尾的关键词，竞争也是十分激烈。新的商店几乎没有进入高流量关键词 TOP3 的机会。

投资长期的 SEO 策略能够让你获得好的排名，这对于特定的细分领域并不是一个轻松的工作。

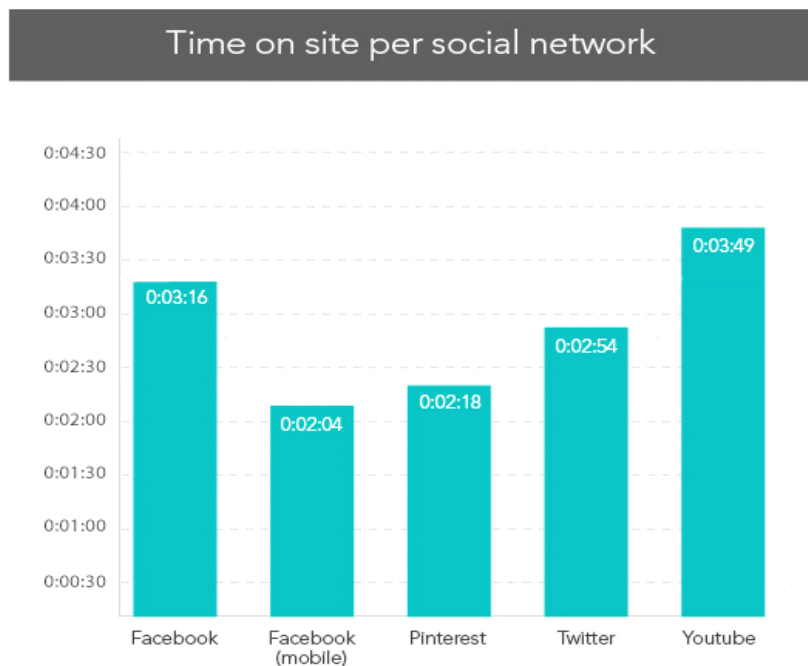
2、社交营销方面，专注于 Facebook, YouTube 和 Twitter

网上已经有大量的文章说明了社交营销的好处，这里提供了不同社交站点的比较数据：

YouTube 是唯一一家拥有更好的站点访问时长和 PV 的网站，视频在提升用户品牌感知和获取新客户方面的作用应该受到重视。

来自 Facebook 移动站点的用户表现较差，可能是因为很多站点没能针对移动进行优化

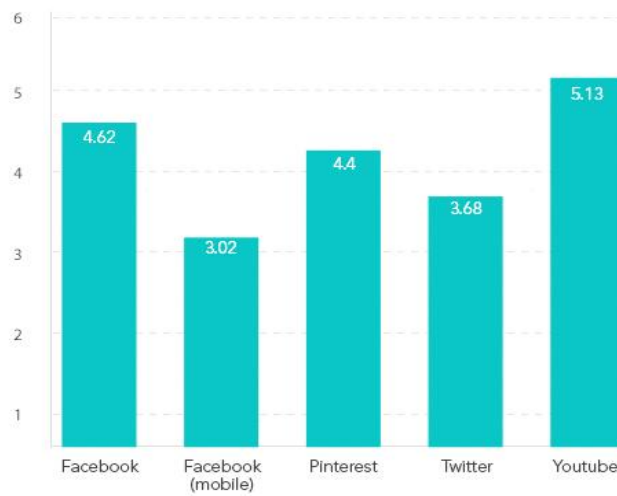
来自 Pinterest 的用户喜欢浏览，但在站上所花的时间少于其他社交网站，要收获来自 Pinterest 的用户，我们需要确保网站导航方便，提供快速的结账流程。



3、手机，CPC 和 YouTube 是电商网站增长最快的流量来源

CPC 广告的使用在增加，电子商务网站需要有高手进行打理；移动是全球的一股趋势，随着流量越来越多，交易也将越来越多来自移动渠道，你需要尽早优化网站的移动访问体验。

Pages per visit per social network



4、工作日大力开展营销项目

traffic by day of the week



跟工作日相比，周末访问电子商务网站的用户流量明显减少。对电子商务网站而言，你应该在工作日多运作你的营销项目。

5、聚焦于挽留你的客户让他们不时回到你的站点上来

网站的回头客比新用户贡献更好。他们之间的差异超过 100%，这些回头客不仅在网站上花费更多的时间，浏览更多的网页，他们也更可能购买。

6、平均每个电子商务网站的 Facebook 粉丝数量少于 500 个

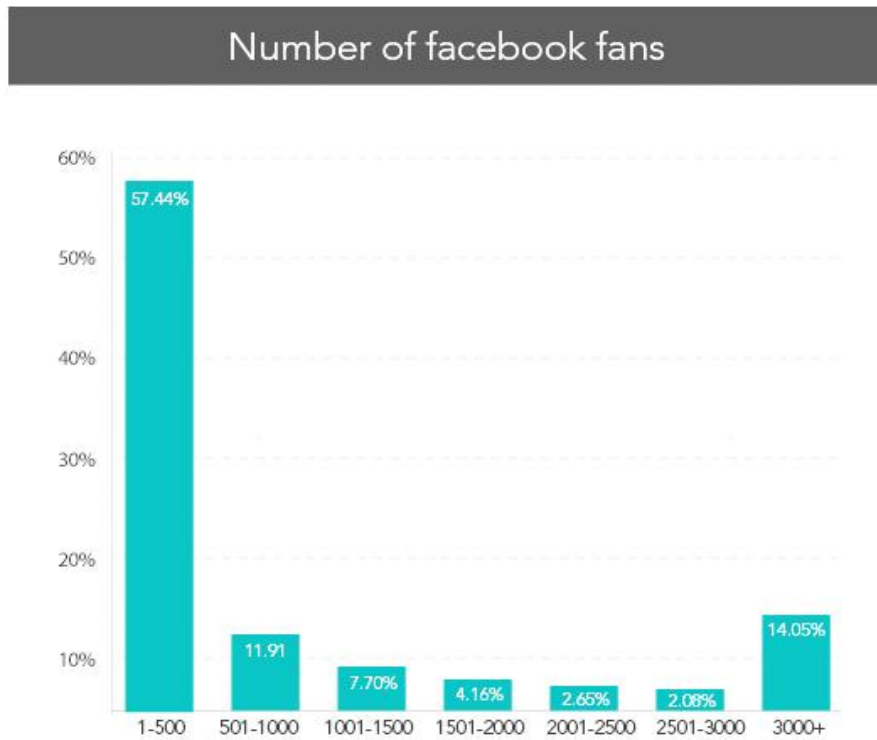
这点并不容易！电子商务站点的粉丝团数量少得让人意外，你应该试着扩大你的粉丝军团。

7、来自 Facebook 每个访客的价值比来自 Twitter 的访客价值高 4 倍

Facebook 的用户价值为 22 分，而 Twitter 只有 5 分，很明显网站应该在 Facebook 上投入更多的精力

8、电子商务网站的移动流量中有 65% 来自 iPhone 和 iPad

用户从哪里来，你就要关注哪里，分配相适应的资源。



欲了解电子商务更多内容，请访问 EnfoDesk 易观智库 www.enfodesk.com 或致电客服 4006-515-715。

(来源：199it)

中国消费者协会：2013年中国电子商务企业诚信调查报告

一、调查背景

近年来随着互联网的普及，网络购物凭借其方便、快捷等优点，已经成为重要的购物途径，甚至已经成为了很多消费者的首选购物途径。根据中国互联网络信息中心统计数字显示，截至2012年12月底，中国网民规模达到5.64亿，网购用户总规模达到2.42亿人，数量规模至今仍呈上升趋势。

尽管网购有着诸多优点，同时也有许多亟待解决的问题。例如各大购物网站的配套设施的完善程度与日益增长的网购消费者数量不成正比；中小团购网站面临诚信危机；网购验货、退换货问题仍是消费者反映强烈的问题，无条件退货承诺践诺难。综合以上，网购诚信问题仍是消费者关注的重中之重。

为了进一步营造放心的网购环境，了解广大网购消费者的诉求，发现网购中需要解决和完善的问题，2013年6月20日，中国消费者协会启动2013年“电子商务企业诚信度调查”，这是中消协“让消费者更有力量”年主题系列活动之一，调查结果将作用于企业诚信平台建设，服务于网购消费者权益保护。本次调查继续由“去哪儿网（Qunar.com）”作为承办方。

二、调查基本结论

本次调查主要针对消费者对网购服务的基本评价、权益维护状况、对改进网购服务的建议等。调查结果显示：

中国消费者的网购行为已经普遍而频繁，主流网购消费群体的年龄仍呈现年轻化特征，同时中年以上网购群体新增趋势明显。

近八成消费者对国内电子商务企业诚信度总体状况表示满意，评价稳中有升。消费者对资金和个人信息安全保障环节规范程度最为满意，其次是电商网站诚信规范体系建设工程，售后服务环节满意度相比较偏低。

主管部门应加大制定规则的力度，尽快完善电子商务的法律法规，确立新型的电子商务市场规则，规范买卖双方和中介方的交易行为，明确各方当事人的法律关系和法律责任，建立企业和个人信用评价体系与监管机构，加大对违法交易行为的处罚力度，加大对典型案例的曝光力度。

2013年入夏以来，各大电商开展大型促销活动，价格竞争成为电商竞争和营销的常规手段。消费者对这种“价格竞争行为”评价更为客观和正面，开始享受价格透明和促销带来的优惠，另一方面“网购疲劳”开始让部分消费者的购买热情降温。

售后问题仍是电商企业面临的重大难题，广大负责任企业应正视用户的需求和投诉，始终将用户放在第一位。在规范自身诚信经营行为之外，还要加强

供应链和平台卖家的管理，本着保障消费者知情权的原则，进一步规范售后服务条款，建立与电子商务活动相配套的现代化物流体系和配送策略，保证交易的高效、顺利进行。

三、调查主要发现

本次网络调查入口为在线旅游网站“去哪儿网”，调研时段自 2013 年 6 月 20 日至 7 月 20 日截止，期间共征集有效问卷 1768 份，与 2012 年首次调查相比样本量增长 74%。调查依据中国电子商务协会诚信中心 2007 年发布的行业规范，将电子商务企业诚信要素划分为企业资质建设、消费者保障和售后服务三个环节，由消费者对每个部分进行总体评价。并对各部分可能会影响诚信满意度因素按照重要程度从高到低评分，10 分最高，1 分最低。

（一）调查样本特征

本次调查的网购用户样本男女比例为 43%：57%，平均年龄为 32 岁。女性网民一直是购物的活跃人群，在网购用户中的份额超过男性 32 个百分点。但在大额产品网购群体中，男性比率则高于女性，尤以电子数码类产品为代表。

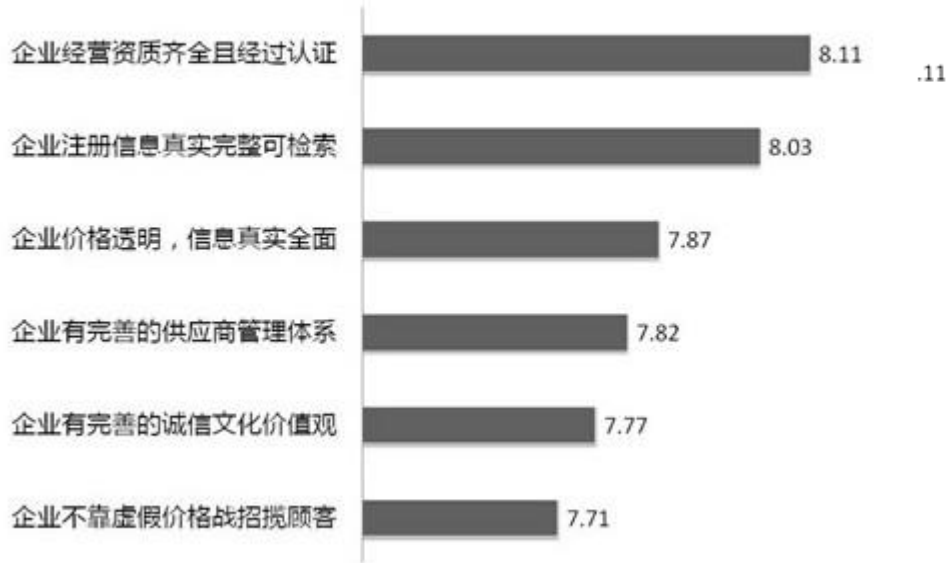
经常使用网购服务的主力人群的年龄为 25 至 34 岁区间，占全体受访者的 54.64%。这也表明凭借对新生事物的高接受能力，年轻人对网购这一新兴消费方式的介入水平远高于年长者。随着以年轻人占绝对大多数的中国网民逐渐走入中年，而未来网购的主流消费群的平均年龄预计将持续增长。

网购者的学历普遍较高，本次调查中本科及以上学历占 60.07%，与 2012 年 54.33% 的比例相比仍有提升。大专学历占 27.94%，高中及以下占 11.99%。而从职业构成上来看，网购人群以企业白领和学生为主。其中公司职员比例最高，占全体受访者的 44%，其次是学生群体，占 11.43%；自由职业者占到 9.95%，公务员和公司管理层各占 7.24% 和 15.61%。由于消费者需要通过一定的学习才可以掌握网购支付技能，受教育水平和计算机学习能力差异已经将人群天然划分为“网购者”与“非网购者”。

（二）权威部门资质认证是电商消费者的信心保障

调查结果显示，七成以上消费者对于现有电商企业在资质诚信度方面的现状基本满意，相比 2012 年的调查结果有所上升。其中影响企业诚信度因素按重要程度排名依次是：企业经营资质齐全且经过政府部门和相关机构认证；企业注册信息完整可检索；价格透明信息真实全面；有完善的供应商管理体系；不靠虚假价格战招揽客户；有完善的诚信文化价值观。

影响企业诚信度的企业资质因素排名



图一：影响企业诚信度的企业资质因素排名

电子商务是在一个虚拟的环境中进行交易，网络的虚拟性导致电子商务主体对交易对象认识模糊，交易双方无法准确地知道彼此的信用状况和真实程度，这导致交易双方相互之间缺乏足够的信任。有别于传统购物以地理位置接近性为导向，消费者往往选择知名度高、信誉度高、评价好的网站。因此电商企业必须比传统行业更注重诚信，从源头上完善企业经营资质、对外公示注册信息和互联网备案信息、主动申请相关诚信认证，从而打消用户疑虑，放心完成在线交易。

供应商管理是平台类电商企业的核心竞争力，其意义不仅在于降低成本保障物流，更在于确保为消费者提供合格的产品与服务。电商企业应从技术、质量、服务、价格、环保等多方面因素全面考核供应商，提高企业的整体生产供给效率，实现全供应链上的负责任采购。以全球最大的中文旅行网站去哪儿网（Qunar.com）为例，该企业从2011年起推出交易安全保障体系“担保通”，确保其平台上的机票代理商100%拥有中国民航运输协会颁发的CATA认证，在消费者的交易环节上提供全面的保障服务和完善的售后服务。

价格透明度和信息全面性是电子商务行业相比于传统零售业最大的优势，也是广大消费者最为关注的特征之一。但也有部分电商企业对产品进行夸大不实的低价宣传，存在信息失真严重，甚至广告与实物不符等现象，严重损害消费者对于网购模式的信任。在旅游、教育、金融、电信行业内，呼叫中心因服

务人员信息掌握不全面或受利益趋使而向用户推荐高价产品的现象一直以来也饱受诟病。

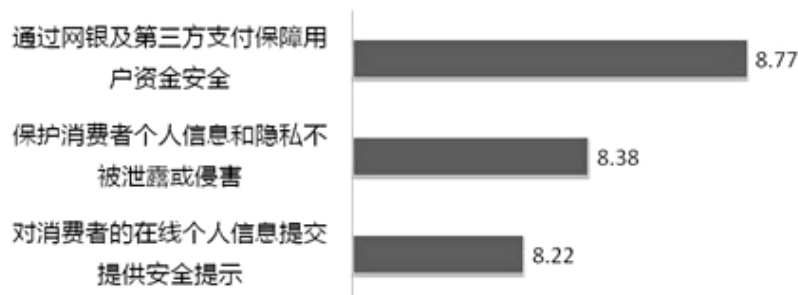
自 2012 年底至 2013 年上半年，电商行业进入“休养生息”阶段，价格战显得相对沉寂。自 6 月 18 日起，国内各大电商将迎来“蓄谋已久”的年中促销大战。以京东、天猫为首的各大电商均推出如火如荼的促销优惠活动。这种“价格战”一方面推动了市场火爆，另一方面也带来了企业营销成本的高涨，产业链中上游利润空间缩小，其服务质量可能打折扣。因此，今后价格战必将逐渐淡化，取而代之的是综合服务能力的竞争。从业者也应当更为理性地看待这种营销手法。

是否拥有完善的诚信文化，也是影响消费者对企业诚信度判断的重要因素。不同于其它管理体系，诚信管理体系是以法律为保障、责任为基础和道德为支撑的管理体系。讲求诚信的企业文化也成为这项工作的重点，企业必须相应地建立起包括方针、目标、程序、制度、记录和档案在内的一整套管理模式。

（三）消费者青睐安全便捷的在线支付模式

在各项消费者保障因素中，消费者最看重资金和个人信息的安全。尽管受当前网络安全技术制约，仍有部分普通消费者对网购持观望态度。但调查显示近八成消费者对于电商企业在资金和个人信息保障方面的工作持肯定态度，在电子商务各个环节横向对比中是最高的。其中“通过第三方支付保障用户资金安全”因素被受访者认为重要程度最高，其次是“对消费者的在线个人信息提交提供安全提示”和“保护消费者个人信息和隐私不被泄露或侵害”。

影响企业诚信度的消费者保障因素排名



支付安全是最受消费者关注的因素，足以影响消费者对电商网站预订、购买渠道的选择。目前各大电商网站普遍采取措施，使用包括各大网银、支付

宝、财付通、快钱等具有良好用户基础及口碑的第三方支付手段，力图最大程度加强用户在线支付时的安全感，保障消费者的支付便捷和安全。

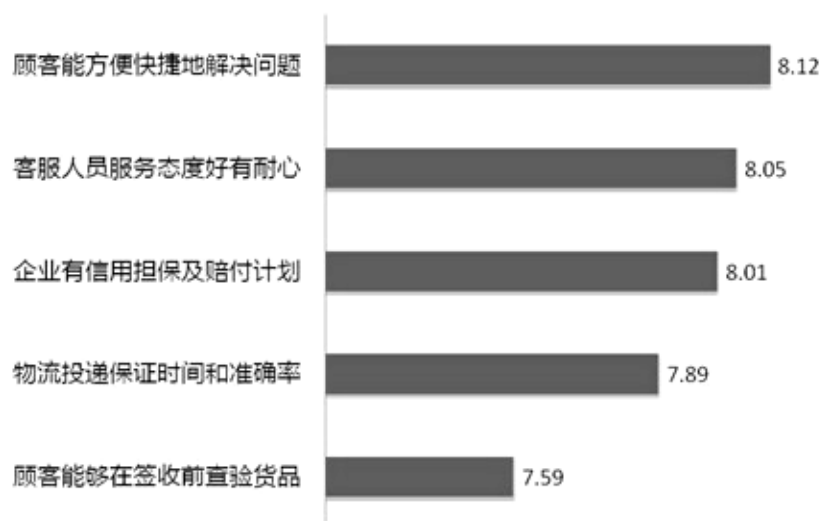
目前，我国尚缺乏相关标准规范和专门保护公民个人信息的法律，对采集公民信息的机构网站也缺乏相应的规定，当消费者的隐私权受到侵犯时，很难获得有效的法律保护，这在一定程度上打击了消费者信心。部分商家对消费者的资料重视不足、管理粗放，极易造成消费者个人隐私的泄露；还有些唯利是图的商家会将客户的个人信息，甚至包括消费记录、消费习惯等作为商品出售或交换。因此诚信电商企业应主动对涉及在线提交消费者个人信息的环节提供安全提示，例如提醒消费者注意填写信息时的周围环境，提醒注册用户定期修改密码等等。

（四）解决消费者售后问题仍是电商企业最大难题

本次调查中，仅有 53.96%的受访者对于现有电子商务企业在售后环节的诚信度表示满意，为各环节最低；而 26.52%的消费者表示不满，这一数字相比 2012 年的 31.23%有明显下降，但仍是各环节的最高。中消协统计数据显示，消费者对网购的投诉主要集中在：到货时间、退款、售后服务、退换货、物流快递等售后环节，占到网购用户投诉总量的一半以上。这反映出网购这种新的购物方式尚未发展成熟，也说明售后仍然是企业诚信度的软肋。

调查结果显示，影响电子商务企业诚信满意度的售后服务环节因素按重要程度排序依次为：有赔付计划并主动承担责任兑现承诺；物流投递时间和准确率；顾客能够便捷地联系到客服人员解决问题；客服人员服务态度好能够倾听顾客诉求；顾客能够在签收前验货。

影响企业诚信度的售后服务因素排名



消费者最为看重的售后因素是：有赔付计划并主动承担责任兑现承诺，这一因素在 2012 年的调查中权重仅为第三位。随着部分业内领先的电商企业率先推出安全赔付计划，这一快速解决纠纷的机制就受到消费者的广泛好评，并逐渐成为行业内普遍接受和效仿的售后服务规范。随着诸多互联网行业纷纷跟进，这一安全保障机制体现的是以人为本的思想，促成了网络交易安全和网民维权机制的创新，在保障弱勢的消费者一方合法利益的同时，也强化了企业和商家诚信经营和自律意识。

调查显示，消费者对于能否便捷的联系到客服人员、客服人员的服务态度和解决问题的能力十分看重，这也是由网购这一特殊的消费模式所决定的。在传统购物方式中，销售者提供的售前、售中、售后服务贯穿消费者消费行为的全过程；而消费者在进行网购时，售前、售中的所需了解的信息往往都涵盖在了商品展示页面中，售后服务——尤其是客服人员的服务质量对于消费感受的重要性就格外凸现出来。

有关“到货迟缓”的投诉表明物流仍是制约电商发展的“瓶颈”。目前网络交易平台的物流配送服务普遍仍采用第三方物流外包模式，自建物流的企业仍属少数。当前第三方物流的发展尚未跟上网购的步伐——运力不足；覆盖范围窄；快递人员素质良莠不齐；与网商信息流通不畅；拒绝当场验货等问题都亟待解决。中国消费者协会在此提醒广大消费者，应当提高网上购物的自我保护意识，认真鉴别各类消费陷阱，积极维护自身合法权益。

(来源：199it)

【协会动态】

关于共同参与 2013 年上海“信息消费主题日”活动的倡议书

各会员企业：

为了响应国务院《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》精神，提升广大市民对信息消费的实际感受，激发市民对于信息消费的参与热情，本市将于“2013 上海智慧城市体验周”（10 月 25 日~10 月 31 日）期间举办“信息消费主题日”活动。本次主题日活动将于 10 月 27 日正式启动，主题为“信息消费、惠享生活”，活动为期一天。为此，我们鼓励各会员企业在“信息消费主题

日”活动期间自主开展信息服务和信息产品让利促销、信息消费知识普及和体验等一系列活动，实现信息消费产品和服务让利于民。

为了更好地举办好体验周，让利市民，烘托“信息消费主题日”活动气氛，我们特此向参加 2013 上海“信息消费主题日”活动的所有会员企业发出如下倡议：

1. 积极参与，让利于民。各会员企业应紧扣“信息消费主题日”主题，以市民喜闻乐见的形式，遵循“惠民、利民”的原则，根据企业实际情况，自主推出各类促销、让利活动。

2. 诚信经营、周密安排。各会员企业应秉持“诚信经营”的理念，认真对待本企业的活动方案，做到活动内容真实、有效，宣传内容与实际内容一致，不虚假宣传、不夸大宣传，让消费者明明白白消费，切实保障消费者的各项权益。

3. 做好预案、保障服务。各会员企业在商品备货、网络运维、物流配送、客户服务等方面做好充分的准备和周密的安排，各会员企业应充分做好后续服务预案，认真对待、妥善处理后续可能发生的客户申投诉，确保各项活动顺利进行。

4. 加强宣传，聚集人气。各会员企业应充分利用各自的门户网站、客户端、微博、微信等宣传渠道，对本企业活动内容与规则进行宣传，以聚集人气、形成消费高潮，有效达到智慧城市建设成果宣传与企业服务（产品）宣传的双赢局面。

倡议人：上海市信息服务业行业协会、上海市电子商务行业协会
二〇一三年十月二十一日

【新增会员】

上海易迅电子商务发展有限公司

易迅网由上海易迅电子商务发展有限公司于 2006 年创建，并通过强大的大规模集约采购优势、丰富的电子商务服务经验和最先进的互联网技术为用户提供最新最好的时尚精选商品。由原来的 3C 逐渐转为 3C（手机/配件、数码 / 音响、电脑（整机 配件））家电（大家电 小家电）、办公耗材、汽车用品、个人护理、母婴、服饰（含运动）、票务旅游等涵盖多类业务的电子商务公司。

(来源：上海易迅电子商务发展有限公司)

上海天栋信息科技有限公司

上海天栋信息科技有限公司是江苏天楹之光光电科技有限公司投资的公司。目前正在开发的天通网城平台将来是天栋信息科技有限公司的主要业务，天通网城是针对 LED 照明及新技术新材料照明的一个 B2B 行业门户网站，通过数据化的集群服务体系，整合行业资源，帮助传统企业拓展新兴渠道，帮助电商企业拓展实体业务，协同发展为终极目标的电子商务平台。

平台为每一个入驻天通网城的企业提供了一个功能强大的网上商铺，具有企业展示、商机发布、电子交易等复合型的在线商业服务，并即将延伸至小额批发、大宗商品交易、仓单贸易、供应链与金融物流等一系列专业领域的深度服务。

除了平台运营，还有代运营、网站建设、网络营销推广及行业分析报告等服务。

(来源：上海天栋信息科技有限公司)

上海赛图计算机科技有限公司

上海赛图计算机科技有限公司是一家专业从事软件开发和系统集成的高科技企业，是上海市注册的高新科技企业，专业从事行业性大型应用软件产品研发、移动商务领域开发、嵌入式开发、软件工程咨询和解决方案、项目外包和各类人才外包的产、研一体化公司。

公司专业致力于为企业级用户提供 IT 产品、技术服务和解决方案，可以结合客户具体的业务需求为客户定制提供 IT 系统全方位的策略整合。公司在位置服务技术和手机终端应用方面卓有建树。历经多年的潜心研究，凭借强大的技术力量、领先的商业理念和敏锐的市场意识，成功地开发了系列 GIS 应用产品、中间件和 GIS 应用平台。在移动互联应用方面，致力于 Android、BlackBerry、Windows Mobile、Brew 智能终端的开发和应用。在大型 IT 应用开发领域积累了丰富的经验，已成功实施众多应用项目。并有幸为上海世博会提供了世博查询亭及掌上世博位置应用服务。

(来源：上海赛图计算机科技有限公司)

交通银行股份有限公司上海市分行

交通银行股份有限公司上海家庭银行是中国境内主要综合金融服务提供商之一，并正在成为一家以商业银行为主体，跨市场、国际化的大型银行集团。作为中国最具竞争力的大型银行之一，交通银行正向着“走国际化、综合化道路，建设以财富管理为特色的一流公众持股银行集团”的战略目标阔步迈进。

（来源：交通银行股份有限公司上海市分行）

春秋航空股份有限公司

春秋航空股份有限公司（以下简称春秋航空）是中国首批民营航空公司之一，是中国唯一一家廉价航空公司。基地在上海。经过民航局对公司严格的运行合格审定，2005年7月18日首航，运营上海飞广州、深圳、珠海、揭阳（汕头）、厦门、三亚、福州、沈阳、哈尔滨、长春、大连、青岛、银川、绵阳、石家庄、昆明、重庆、西安、兰州、乌鲁木齐、呼和浩特等多个城市，共开飞了国内五十多条航线。2010年7月28日，春秋航空开通了中国民营航空公司第一条国际航线上海——日本茨城航线，同年9月28日开通上海——香港航线，2011年4月8日开通上海——澳门航线，提供“安全、低价、准点、便捷、温馨”的航空服务。

（来源：春秋航空股份有限公司）

【交流园地】

中石化触电：预计明年网上交易额破百亿



12日，中国石化广东石油分公司电子商务平台、易捷网广东专区正式上线，广东车主今后可享受“足不出户，网上购油”的便利。

中国石化广东石油公司总经理夏于飞表示，本次上线的两个平台，将广东石油下辖的2000多个加油卡网点、1900多个易捷便利店和100多个直销批

发营业厅的产品和服务搬到了网上，涵盖了广大客户的购油和购物需求，使广东石油传统的实体销售渠道进一步向电子商务领域拓展和延伸。

据介绍，广东石油电子商务平台的主要服务对象是普通车主以及厂矿、公交、企业等各类用油客户。该平台可以实现加油卡的自助充值、消费记录查询、成品油直销和批发业务在线交易以及营业网点查询等功能。

该平台上线后，广东省数百万车主和用油单位不需再到经营部和加油站，不受时间和地点限制就能轻松完成购油流程，随时查询消费记录，真正实现“足不出户，网上购油”。

除了满足网上购油的需求外，本次上线的易捷网广东专区是针对车主的非油品需求打造的综合性 B2B 网购平台。记者在易捷网广东专区看到，该平台包括了八大类上千种单品，以广东特色商品、汽服产品、润滑油、酒类、食品、百货为主。广东专区还精心选择了数百种具有浓郁岭南特色的广货产品，以及响应“幸福广东游”的“旅游专区”。

在商品的配送方面，中石化非油品业务处处长张迎秋告诉记者，客户在购买了商品后，不仅可以选择直接送货上门服务，还可以选择到易捷便利店自提，依托实体店的品牌，线上与线下购物相结合，车主可享受购物更快捷、价格更优惠、品质更有保障的消费体验。

夏于飞预计，两个平台上线后，到 2013 年年底的网上交易额将突破 100 亿元。

(来源：电子商务江湖)

生鲜电商是个伪命题，机会在于单品类！



所谓生鲜，根本不能统归到一类！

生鲜电商的机会，在于单品类！

单品类运作能绕开生鲜电商的大麻烦——物流！

单品类运作，按照现在的物流水平，部分品类是可以满足的。比如大闸蟹，比如甲鱼，他们的物流虽然难，但形态单一，一般都能找到合适的物流公司来满足要求。

第一，从单品类先做。

第二，从物流简单的先做。

第三，从单价高的先做。

第四，在一定时期内价格周期不明显的。

个人认为，现在的农产品市场中，有一些新品类还是非常有机会的。比如鸡蛋，甲鱼，海参，铁皮石斛，三文鱼等，按照我给几个条件去思考，应该还有很多。只要消费者对生鲜电商的接受层度在提高，市场容量会不断地提高。

经营的关键，在于牢牢占位!

农产品整体电商的氛围并不成熟，大部分传统企业还没有觉醒，小品牌还有机会。

尽快进入电商抢占网购市场，并且牢牢占据第一，随着该品类的日渐成熟，消费量的增长，用不了几年，一个名不见经传的品牌就能成为电商品牌第一，进而延展到线下市场，成为行业领袖!

被线下大卖家涌入电商圈之后，电商毛利被极度积压，再不是一个赚快钱的工具，而成为一个恰好的占位渠道。

对于 25~40 岁之间的主力消费人群来说，所谓线上和线下其实没有太大的差别，如果一个品牌能够在线上形成品牌占位，与其在线下具有同等知名度是相当的，而形成这种影响的背后，线上与线下的成本要相差很大。

(来源：电子商务江湖)

建行上海市分行创新金融服务 践行群众路线

提升客户满意度，牢固树立“以客户为中心”的服务理念，着力解决客户服务方面的问题，是建行上海市分行党的群众路线教育实践活动的目标之一。实现这一目标，要求通过创新服务客户群众的方式方法，切实解决客户群众反映的突出问题，切实提升服务客户的能力和水平，树立良好的社会形象。自 7 月 29 日建行上海市分行群众路线教育实践活动开展至今，上海建行积极进行“微创新”，以提升金融服务水平，提高客户满意度。

打造“善融商务”平台 开拓金融服务新渠道

建行“善融商务”今年已经或计划与入驻商家联合开展的大型主题营销活动将达到数十场，活动结合各种节庆主题和行业主题，以期营造亮点，聚焦商城人气和流量。除了活动主题多样化外，活动形式也十分丰富，包括“善融商务优惠 GO”、降价竞购、限时抢购、秒杀、返券送券等，实实在在给消费者让

利、开辟企业电商销售低成本渠道。“善融商务”的分期和融资等金融服务无疑是该平台最重要优势之一，银行电商平台与商业化电商平台不同，“善融商务”是为了使建行金融服务更深入地和 B2B、B2C 等现代化的交易方式联系在一起。建行目的不在于赚取商家的交易费用，而是提供一个有竞争力的平台帮助商家发展，以后续提供包括支付、结算、信贷在内的金融服务来获利。对于企业来说，通过在线交易，可为企业积累网络信用记录，提高企业在银行的信用等级，为企业日后的融资提供便利；对于个人消费者，但凡是大量消费品，都能够在线办理分期和个人消费贷款业务，在满足个人客户提前消费需求的同时又发展了银行的个人信用服务。

(来源：东方早报)

电子商务产业已经生根落地

当前电子商务已经打破常态传统商业模式，它最大的贡献是电子商务形成的产业已经落地，区域聚集的电子商务产业园都是各地政府力推的项目，电子商务的整体规划和推动成为各地政府的重要政绩工程。2013 年由阿里巴巴牵头的网商大会不再举办，这跟阿里的战略布局很有关系。阿里巴巴通过十年的努力，已经完整地搭建电子商务生态链和完整的商业规则。阿里的战略重点放在大物流、大数据、网络银行等更高层面的规划。因此，投入电子商务行业的同行们要跟上阿里整体战略的步伐。

2013 年淘宝商家的日子不好过

在沙龙活动中，大家经常提起的一句话：在淘宝做 B2C 是等死，自己做 B2C 是找死。《淘宝天下》主编赵军在分享中也讲到了今年很多大 C 店普遍投入多，销量不见涨。赵军分析了其中的原因。淘宝的流量入口越来越多，成本越来越贵。以前买一个直通车的入口，淘宝商家可以高枕无忧，2013 年底淘宝流量入口要达到 100 个，2014 年要达到 200 个。流量的总量相对固定，分摊到每个入口就少了，这也造成很多大 C 店今年越来越难做的根本原因。淘宝的整体政策也是做到尽可能公平，不希望一家独大，让小 C 店们看到希望。

未来电商如何寻求突破

从 2012 年后，电子商务已经进入了红海。商家之家使用的促销技巧和手段也都不会相差很大，特别是进入 2013 年，随着阿里整体政策的调整，对于做 C

店的商家来说，越来越难做，那未来电商如何寻求突破？从以下的案例分享可以说让我们眼睛一亮。从中不难看出，任何行业竞争到白热化的时候，营销的手段不外乎以下几种：

产品差异化

此案例举了一个床垫和吹分机的故事。在淘宝搜索中如何用差异化，在搜索结果让用户第一眼关注产品。以往床垫都是白色的，经过策划的床垫图片是一面英国国旗，在第一页搜索结果中，特别明显，能引起 40% 的点击率。小小的一个创新，带来的效果完全不同。而吹分机的差异化在于具有非常时尚的吹分机外观造型。该吹风机以造名车的外观打造吹分机外形，同时提炼了产品的卖点：双重负离子，吹头发、吹身体都非常舒服。一下子把产品的差异化做出来。这样的产品在淘宝的众多产品中一定能脱颖而出。

电商品牌化

在淘宝如此众多的卖家和产品世界里，用户的忠诚度越来越低，如果不做品牌，靠价格战没有出路。越来越多的电商开始筹划建立自己的品牌，与客户能充分沟通和互动。

比较成功的如服装类的百分之一，它打的是环游世界的概念，不断推出世界各地的主题风。男人袜，打宅男的主意，打着像订杂志一样订袜子，定期给你邮寄袜子。同时通过搭建自媒体平台，与客户进行互动。

这里也建议准备筹划电商品牌的商家，要充分利用微信公众平台等工具，与客户进行互动，并建立自己的品牌特色、品牌故事、品牌文化。

巧用移动端入口

在流量越来越贵，入口越来越多的情况下，只有充分挖掘潜在的资源，降低成本。如使用免费流量入口：微淘，如通过商家的微信公众平台导入流量等，都是一些切实可行的办法。移动互联一定是未来的大趋势，能守住这部分流量也是一个不错的方法。

（来源：文/深一度）

阿里巴巴 1688 淘工厂平台—电子商务服装供应链研讨大会

2013. 10.16在上海华美达酒店召开了电子商务服装供应链研讨会

中国网络购物市场已经逐渐进入成熟期，传统商业向电子商务的转型和融合是大势所趋，传统商业只有抓住市场机遇，探索线上线下结合的商业模式，才能使自己立于不败之地。

阿里巴巴 1688 新设淘工厂平台的举措正是顺势而为！它帮助传统的服装工厂向电商化转型，无疑是一种商业上的进步！这是一个创新多赢的商业方案！

来自电商的冲击一直被视为零售行业的洪水猛兽，服装加工厂也或多或少的受到电商影响。而如今，阿里巴巴淘工厂平台，促使服装加工厂“触网”，实现与电商卖家的线上联动，探讨新的商业平衡，这种担忧将逐渐得到化解。

我会会员单位亨谦电商作为服装供应链专家咨询团队在会上做了“成就电商快速供应链”的主旨演讲，阿里淘工厂平台的项目负责人对平台的运作及加入平台的政策给予详细解答，参会的服装企业对淘工厂平台表现了浓厚的兴趣，会议达到了预期效果。协会希望，通过亨谦电商和与阿里巴巴淘工厂的携手，将越来越多的服装企业凝聚起来，通过电商渠道把生意做遍全球！使得服装工厂和电商卖家都能互惠共赢，最终让我们的消费者受益！

（来源：上海电子商务行业协会秘书处）

编辑：黄小平、汪玉申

责任编辑：张承鹤