



Shanghai eCommerce Association

会员资料 注意保存

电子商务资讯

2013年11月第11期总第130期

上海市电子商务行业协会主办

目录

【重要消息】	1
商务部关于促进电子商务应用的实施意见.....	1
【行业政策】	5
商务部：重点零售企业前三季网购增长 34.7%	5
【协会动态】	6
电子商务协会电子支付委员会召开 2013 上海互联网金融创新论坛.....	6
小微电商创业企业创新商业模式交流沙龙会.....	10
【行业动态】	12
电子商务尼尔森：日用品吸引大约 73%的网购消费者	12
双十一出乎意料数据.....	13
【新增会员】	14
上海朗华供应链管理有限公司.....	14
【交流园地】	15
1号店再推“准点达”电商物流竞争白热化.....	15
上海抽查网购小家电 京东易迅 1号店上黑榜.....	16

【重要消息】

商务部关于促进电子商务应用的实施意见

各省、自治区、直辖市、计划单列市及新疆生产建设兵团商务主管部门：

为进一步促进各地电子商务应用，推动我国电子商务均衡发展，针对当前电子商务发展面临的突出问题，结合电子商务应用促进工作的实际需求，根据《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》（国发〔2013〕32号）和《商务部“十二五”电子商务发展指导意见》（商电发〔2011〕375号）的有关要求，提出以下意见：

一、工作目标和原则

（一）工作目标。

到2015年，使电子商务成为重要的社会商品和服务流通方式，电子商务交易额超过18万亿元，应用电子商务完成进出口贸易额力争达到我国当年进出口贸易总额的10%以上，网络零售额相当于社会消费品零售总额的10%以上，我国规模以上企业应用电子商务比例达80%以上；电子商务基础法规和标准体系进一步完善，应用促进的政策环境基本形成，协同、高效的电子商务管理与服务体制基本建立；电子商务支撑服务环境满足电子商务快速发展需求，电子商务服务业实现规模化、产业化、规范化发展。

（二）工作原则。

1. 市场主导、政府推动。坚持以市场为导向，以企业为主体，运用市场机制优化资源配置，制订本地区电子商务发展政策，综合运用政策、服务、资金等手段完善电子商务应用发展环境。

2. 重点扶持、平衡促进。全面拓展电子商务应用，重点发展零售、跨境贸易、农产品和生活服务领域电子商务，重点扶持中西部地区应用电子商务，促进我国电子商务在区域和行业领域的均衡发展。

3. 典型示范、引导发展。以典型城市、基地、企业为主体建立电子商务试点示范体系，发挥示范带动作用，引导行业发展方向。

二、重点任务

（一）引导网络零售健康快速发展。

引导网络零售企业优化供应链管理、提升客户消费体验，支持网络零售服务平台进一步拓展覆盖范围、创新服务模式；支持百货商场、连锁企业、专业市场等传统流通企业依托线下资源优势开展电子商务，实现线上线下资源互补和应用协同；组织网络零售企业及传统流通企业开展以促进网络消费为目的的各类网络购物推介活动。

（二）加强农村和农产品电子商务应用体系建设。

1. 结合农村和农产品现代流通体系建设，在农村地区和农产品流通领域推广电子商务应用；加强农村地区电子商务普及培训；引导社会性资金和电子商务平台企业加大在农产品电子商务中的投入；支持农产品电子商务平台建设。

2. 深化与全国党员远程教育系统合作，深入开展农村商务信息服务。完善商务部新农村商网功能，建设“全国农产品商务信息公共服务平台”，实现农产品购销常态化对接。探索农产品网上交易，培育农产品电子商务龙头企业。

3. 融合涉农电子商务企业、农产品批发市场等线下资源，拓展农产品网上销售渠道。鼓励传统农产品批发市场开展包括电子商务在内的多形式电子交易；探索和鼓励发展农产品网络拍卖；鼓励电子商务企业与传统农产品批发、零售企业对接，引导电子商务平台及时发布农产品信息，促进产销衔接；推动涉农电子商务企业开展农产品品牌化、标准化经营。

（三）支持城市社区电子商务应用体系建设。

支持建设城市家政服务网络公共服务平台，整合各类家政服务资源，面向社区居民提供供需对接服务；鼓励和支持服务百姓日常生活的电子商务平台建设，功能涵盖居家生活所需的各类服务，如购物、餐饮、家政、维修、中介、配送等；鼓励大型餐饮企业、住宿企业和第三方服务机构建立网上订餐、订房服务系统，完善餐饮及住宿行业服务应用体系。

（四）推动跨境电子商务创新应用。

1. 各地要积极推进跨境电子商务创新发展，努力提升跨境电子商务对外贸易规模和水平。对生产企业和外贸企业，特别是中小企业利用跨境电子商务开展对外贸易提供必要的政策和资金支持。鼓励多种模式跨境电子商务发展，配合国家有关部门尽快落实《国务院办公厅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》（国办发〔2013〕89号），探索发展跨境电子商务企业对企业（B2B）进出口和个人从境外企业零售进口（B2C）等模式。加快跨境电子商务物流、支付、监管、诚信等配套体系建设。

2. 鼓励电子商务企业“走出去”。支持境内电子商务服务企业（包括第三方电子商务平台，融资担保、物流配送等各类服务企业）“走出去”，在境外设立服务机构，完善仓储物流、客户服务体系建设，与境外电子商务服务企业实现战略合作等；支持境内电子商务企业建立海外营销渠道，压缩渠道成本，创立自有品牌。

3. 支持区域跨境（边贸）电子商务发展。支持边境地区选取重点贸易领

域建立面向周边国家的电子商务贸易服务平台；引导和支持电子商务平台企业在边境地区设立专业平台，服务边境贸易。

（五）加强中西部地区电子商务应用。

中西部地区可因地制宜，通过加强与电子商务平台合作，整合政府公共服务和市场服务资源，创新电子商务应用与公共服务模式，引导企业电子商务应用。加强电子商务企业和人才引进，加强电子商务宣传，开展电子商务人才培养；重点结合本地区特色产业发展需求，发展行业领域电子商务应用；吸引和支持优秀电子商务企业到中西部地区设立区域运营中心、物流基地、客服中心等分支机构；与电子商务平台企业对接销售中西部特色商品。

（六）鼓励中小企业电子商务应用。

引导中小企业利用信息技术提高管理、营销和服务水平；鼓励中小企业利用电子商务平台开展网络营销，开拓境内外市场；鼓励中小企业在电子商务平台上开展联合采购，降低流通成本；支持第三方电子商务平台发展，带动中小企业电子商务应用；支持电子商务领域金融服务创新，拓宽中小企业融资渠道；扶持面向中小企业的公共服务平台和服务机构，加强对小企业应用电子商务的技术支持和人才培养服务。

（七）鼓励特色领域和大宗商品现货市场电子交易。

鼓励通过电子商务手段开展再生资源回收、旧货流通、拍卖交易、边境贸易等领域电子商务应用。鼓励大宗商品现货市场电子交易经营主体进一步完善相关信息系统,研究制订商品价格指数、电子合同及电子仓单标准、供应链协同标准、运营模式规范，增强市场价格指导能力、供应链协同能力和现货交易服务能力，促进我国大宗商品现货市场电子交易的规范化发展。

（八）加强电子商务物流配送基础设施建设。

各地要按照国家加快流通产业发展的总体要求，规划本地区电子商务物流，推进城市物流配送仓储用地、配送车辆管理等方面的政策出台，推动构建与电子商务发展相适应的物流配送体系。开展电子商务城市共同配送服务试点，逐步建立完善适应电子商务发展需求的城市物流配送体系。

（九）扶持电子商务支撑及衍生服务发展。

鼓励电子支付、仓储物流、信用服务、安全认证等电子商务支撑服务企业开展技术和服务模式创新，建立和完善电子商务服务产业链条；发挥服务外包对电子商务的促进作用，发展业务流程外包服务和信息技术外包服务，如设计服务、财务服务、运营服务、销售服务、营销服务、咨询服务、网络建站和信息系统服务等。

(十) 促进电子商务示范工作深入开展。

国家电子商务示范城市要深入推进创建工作，落实各项工作任务，结合商务领域应用需求，大力推进项目试点，开展政策先行先试。国家电子商务示范基地要发挥电子商务产业集聚优势，创新公共服务模式，建设和完善面向电子商务企业的公共服务平台，搭建完整的电子商务产业链条，提高区域经济核心竞争力，要按照中央财政资金管理的相关规定，做好财政支持项目的组织实施。培育一批网络购物平台、行业电子商务平台和电子商务应用骨干企业，发挥其在模式创新、资源整合、带动产业链等方面的引导作用，结合电子商务统计、监测、信用体系建设推进电子商务示范企业建设。各地应按照国家电子商务示范城市、示范基地、示范企业的有关要求，积极开展本地电子商务示范体系的建设。

三、保障措施

(一) 建立健全协调保障机制。

各地要高度重视电子商务工作，提高思想认识，落实电子商务工作职能，把电子商务作为商务工作的重要抓手；建立完善本地区跨部门电子商务工作协作机制，发挥商务主管部门对电子商务发展的协调指导作用，主动与相关部门沟通、协调；加强与商务部的联系，建立中央与地方的工作互动机制。

(二) 完善电子商务政策、法规体系建设。

各地要加快完善地方电子商务政策体系，结合本地区实际，针对电子商务面临的突出问题，从促进电子商务产业发展的角度，先行先试出台本地区电子商务法规政策，配合国家有关部门促进电子商务立法工作。

(三) 落实政策配套措施。

各地要结合落实国家流通产业的相关政策，充分运用中央财政资金，加大对电子商务发展的支持力度。

各地可根据本地区电子商务发展的具体情况，安排专项资金用于推动电子商务发展，选择重点领域进行突破。

各地应加快建立促进电子商务发展的多元化、多渠道投融资体制，充分发挥企业的主体作用，吸引更多民间资本进入电子商务领域。支持金融机构和社会资本投资电子商务项目。

(四) 加强电子商务统计监测及信用体系建设。

各地要根据国家关于电子商务统计报表制度，依托商务部电子商务信息管理分析系统，组织本地区电子商务企业及时填报数据，做好统计工作；参照国家统一标准推动建立本地区电子商务统计报表制度，开展地方电子商务统计及

重点企业监测；利用电子商务交易平台信用数据和社会信用数据，建设地方电子商务信用信息基础数据库，建立数据共享和应用机制，积极培育面向电子商务的第三方信用服务业。

（五）组织开展电子商务研究和人才培养。

各地要以国家电子商务人才继续教育基地为依托，推动建立地方电子商务继续教育分基地，组织开展电子商务紧缺人才、高端人才和专业技能人才的培养。鼓励行业组织、专业培训机构和企业，开展电子商务人才培养及岗位能力培训。建立电子商务专家咨询机制，发挥电子商务专家的指导与咨询作用。有条件的地方可设立电子商务研究机构，整合产学研资源，开展电子商务发展的现状、问题、趋势专题研究，提出促进与规范电子商务的措施建议。

（六）培育行业组织加强行业自律。

各地应加强对电子商务行业组织的培育，充分发挥各级电子商务协会、学会、产业联盟等中介组织作用，配合政府部门落实电子商务政策和规划。鼓励中介组织制订行业规章、行业标准，加强行业自律。

（七）加强领导抓好落实。

各地要结合本地区实际，因地制宜，制订具体实施办法、工作行动计划，细化工作目标，确保各项任务落实到位。

各地要建立和完善重点工作联系机制和考核机制，加强监督检查，及时解决工作中的各类问题，并向商务部报告相关情况；做好跟踪、总结、交流和宣传工作，保证各项工作取得实效。

（来源：商务部电子商务和信息化司）

【行业政策】

商务部：重点零售企业前三季网购增长 34.7%

北京 11 月 20 日电 中国商务部流通业发展司副司长王德生日前透露，电子商务的快速发展给传统商业领域带来革命性的变化。据商务部监测，今年前三季度全国三千家重点零售企业网络购物同比增长 34.7%，大部分企业已开始“触电”。

王德生在“第十五届中国连锁业会议”上说，目前中国零售业已进入创新

转型的关键时期，面对多重挑战。首先是成本费用持续上涨的压力，据商务部典型调查数据显示，2012年全国零售企业平均费用上涨8.3%。

其次是经过近三十年的高速增长，中国消费市场已经告别20%左右的高增速。今年前三季度，中国社会消费品零售总额同比增长11.3%，进入平稳增长的新阶段。

再次是电子商务等新型商业模式带来巨大挑战。虽然大部分实体企业已开始“触电”，但受出租柜台、联营扣点模式形成的惯性制约，传统零售企业转型提升步履艰难。

王德生表示，商务部将从两方面入手，为零售业加快改革、创新发展营造良好外部环境：

一是推动零售业加快模式创新，研究通过试点示范等多种方式支持和引导企业开展供应链资源整合，O2O商业金融等方面的交流与合作。

二是促进商贸物流发展。第三方物流是当前基于互联网营销的零售企业普遍面临的问题。商务部将加强部门协调，大力培育第三方物流企业，为物流业发展营造良好的政策环境。

（来源：新华网）

【协会动态】

上海市电子商务行业协会电子支付专业委员会成功举办 2013 上海互联网金融创新论坛

“2013 上海互联网金融创新论坛”于 11 月 22 日在上海顺利落下帷幕。本次论坛在上海市经济和信息化委员会、上海现代服务业联合会、上海市电子商务行业协会的指导下，由上海市电子商务行业协会电子支付专业委员会主办，银联商务有限公司和瀚韬企业管理咨询（上海）有限公司执行承办，中国小额信贷联盟全程合作。

本次论坛围绕互联网金融兴起带来的机遇与挑战、P2P 网络借贷、电子商务与金融服务创新、银行与互联网融合、跨境支付的新机遇与新挑战、上海自贸区的建立所带来的机遇与挑战等议题，聚集高质量庞大的演讲嘉宾阵容，400 余位来自政府监管部门、行业协会、商业银行、卡组织、网商、电子商务公司、电信运营商、第三方支付服务商、系统集成商、设备供应商、综合方案解

决商等机构和企业的高级管理人员和企业家莅临本次论坛。

首先由电子支付专委会主任单位银联商务有限公司卢建魁副总裁的开幕致辞后，随后市电商协会王玮会长及现代服务业陈振鸿副会长发表领导致辞。





本次大会的一项重要内容是发布“关于成立上海互联网金融创新发展联盟倡议书”，此举旨在更好的贯彻落实上海“创新驱动、转型发展，建设创新型城市”精神，促进我国尤其是上海互联网金融产业的大发展、大繁荣，发挥各行业各单位的积极性。上海互联网金融创新发展联盟是由各行业和地方从事互联网金融产业经营、管理、研究的企事业单位和服务领域的企业家自愿组成，以科学发展观为指导，坚持以为企业服务、为行业服务、为政府服务为方针，发挥好纽带和桥梁作用。



在云计算、大数据、物联网、移动支付、网络社交等新一代信息通讯技术

风起云涌的浪潮下，以及银行、保险、证券等金融业面临转型升级的背景下，互联网金融已经成为很多公司转型的方向之一，很多人对以数字化和互联网为核心的第三次产业革命寄予厚望，希望借此契机重塑产业边界和商业模式，互联网金融彰显了巨大市场空间。

与会代表与演讲嘉宾在互联网金融热背景下，就传统银行如何突破，电商与银行如何融合，P2P 网络借贷创新精神等问题采用演讲和互相交流（小组讨论和圆桌讨论）方式进行了深刻探讨。



围绕互联网创新演讲的嘉宾和主要内容有：

1) 中国互联网协会互联网金融信息服务工作委员会专家代表，上海拍拍贷金融信息服务有限公司 CEO 张俊讲述“聚焦未来：互联网金融兴起带来的机遇与挑战”；

2) 中国银联互联网市场发展部副总经理肖涵讲述“开发、创新融合——互联网竟然背景下的银行卡组织”；

3) 支付宝金融事业部助理总经理孙杰讲述“电子商务与金融服务创新——阿里金融创新经验分享”；

4) 华夏银行中小企业信贷部总经理卢小群讲述“聚焦银行：当银行遇上互联网”；

5) 中国建设银行上海分行电子银行部总经理龚山讲述“战略启示：银行跨界电商、寻找融合之道”；

6) 互利网 CEO 袁建春讲述“互利网 P2P 网络借贷创新经验分享”。

小组讨论：主持人和嘉宾进行关于“P2P 网络借贷的模式创新与监管”的

讨论，包括：P2P 互联网借贷模式是否得到了市场的验证？，从事 P2P 借贷的门槛有哪些？，本土 P2P 借贷网站前景如何进行风险防控？，政府机构是否可以将其纳入相关征信系统，实现有效监管？。

圆桌讨论：主持人和嘉宾深度讨论了“跨境支付的新机遇与新挑战——如何走向国际化”的问题，包括：跨境电子商务市场不断扩大所带来的机遇？，如何打造快捷便利的跨境支付体系？，跨境支付方式以及支付技术所带来的挑战，如何多方合作最小化跨境支付风险与程序？，第三方支付成为结售汇主题的可能性？。最后，主持人和嘉宾深度讨论了“上海自贸区的建立所带来的机遇与挑战”的问题，包括：支付业如何把握宽松政策所带来的积极影响？，有哪些方面的金融创新值得期待？，国内外金融机构如何合作与竞争？。

有关会议与演讲内容详情可见以下网页：

<http://www.paycircle.cn/special/201311/19/5.html>

(来源：上海市电子商务行业协会秘书处)

小微电商创业企业创新商业模式交流沙龙会

为推动小微电商创业企业应用新技术创新运行模式，提高成长速度与创业成功率，上海市电子商务行业协会于 2013 年 11 月 15 日下午邀请宝山智力园区和市北高新园区相关企业共聚虹口北外滩开业园区，探讨交流小微企业电商创业发展心得。参加本次活动的企业有：入驻北外滩开业园区企业：上海摩道软件技术有限公司、上海倬得通信设备有限公司、上海陶木食品有限公司；入驻宝山智力园区企业：上海热像机电科技有限公司、爱德威软件开发（上海）有限公司、上海贯城信息科技有限公司、亿鸣信息技术有限公司、盘石传播机构；入驻市北高新园区企业：上海通购电子商务有限公司、上海通购电子商务有限公司、上海辰明生物科技有限公司、纽莱可（上海）营养品有限公司、上海千卓国际贸易有限公司、上海石易电子科技有限公司、馥稷生物科技发展（上海）有限公司、淘宝大学上海培训中心、琛澜传媒、上海电子商务职业培训中心等。会上，上海摩道软件技术有限公司、上海贯城信息科技有限公司以及琛澜传媒、淘宝大学上海培训中心、上海电子商务职业培训中心都作了精彩的演讲和讨论。

网络社交以及电子商务已经成为网民生活中的一个组成部分，两者之间的联系也逐渐显现出来。通过网络社交平台，电子商务网站寻找到新的入口，为

许多企业带来了直接的销售收入；另一方面，网络社交随着智能手机的普及和国内移动通信网络环境的改善，移动社交既包涵了社交的互动性，又有移动终端的灵活性和多样性，随之也出现了如“微信”，“陌陌”、“兜兜友”、“闪聚”、“奇遇”等基于 LBS 的移动社交应用。如何建立一个“移动社交, 助力成长”的健康模式，充分利用两者关联及优势，成为人们今天需要思考和讨论的话题。

宝山智力园区的上海贯城信息科技有限公司的负责人和我们分享了一组数据，数据显示 2013 年 5 月的第一周，Facebook 所产生的流量占到美国互联网总量的 10.4% 的比例，超过了谷歌 7.94%。从而意味着，社交网站超过了搜索引擎成为网民联接互联网的首先入口。在美国如此，国内亦是。人人网、开心网、微博，这几个关键词已经参透中国网民的日常生活。虹口园区参上海摩道软件技术有限公司的周忠庆也谈到了移动电商快速发展的主要原因，其中包括：1、智能手机的普及和 3G 网络、WIFI 的覆盖；2、手机自身的随身、随意、随时性；3、传统电子商务成熟化表现；4、更强的购买欲。与此同时，市北高新园区的上海电子商务职业培训中心的宋海娟老师也就政府对电商创业政策作了解析，其中包括对企业实习生的就业支持。通过一个下午讨论充分探讨，与会者体会一致电子商务形态是非常多样化的，完全可以融合无线、社区、搜索、点评等不同的模式与形态，而各种配比看企业各自的优势和积累。电子商务通过社交平台互动也提高品牌的价值，加强客户粘度，从而促进企业的发展。



(来源：上海市电子商务行业协会虹口工作站)

【行业动态】

电子商务尼尔森：日用品吸引大约 73%的网购消费者

来自尼尔森的调查报告显示，尽管传统渠道仍然占据 94% 的中国零售市场，但传统零售渠道增速缓慢已成事实，电子商务正高歌猛进。网购规模中，数码产品、家电、手机，服饰、箱包、鞋帽，以及母婴用品，居于前三类。

从 2005 年开始，尼尔森开始监测 60 个国家消费的消费者信心状况、关注热点及意愿。尼尔森中国区总经理董沛德介绍了这份三季度调查报告显示，他表示，中国消费者消费意愿的上涨主要表现在低线城市和农村地区，这归功于居民收入提高和扩大医疗保险覆盖范围等因素。

同时，与线下销售相比，电子商务作为新兴的零售渠道增长迅速。电商渠道对整体零售市场的贡献率在过去 5 年中增长了 9 倍多，从 2007 年的 0.6% 增长到 2012 年的 5.6%。

在这种情况下，对于电商渠道来说，挑战在于如何更好地去了解客户是谁、他们在网上购买的是什么。据尼尔森调查研究显示，服饰、箱包的网购渗透率为最高，达到 88%。日用品位居第二，吸引了大约 73% 的网购消费者。

尽管只有约 30% 的受访者称他们曾经网上购买母婴用品，但在尼尔森调研的 8 项网购产品类别中，母婴用品的网购规模在电商市场中排名第三，紧随数码产品/家电/手机和服饰/箱包/鞋帽之后。

智能手机在消费者中的普及率已达 66%，电子商务正向移动电子商务进一步发展。尼尔森大中华区副总裁许丽平表示，如何通过正确的市场战略，与不同的手机用户实现互动，是制造商、零售商快速增长的关键。

（来源：腾讯财经）

双十一出乎意料数据

双11销售额增长率top10平台 ebrun亿邦动力

	双十一当天比日均增幅	双十一环比增幅
京东	633%	253%
苏宁	777%	62%
易迅	926%	288%
当当	583%	670%
1号店	550%	455%
国美	918%	44%
唯品会	139%	339%
聚美优品CPS	568%	622%
亚马逊	256%	610%
顺丰优选CPS	1630%	55580%

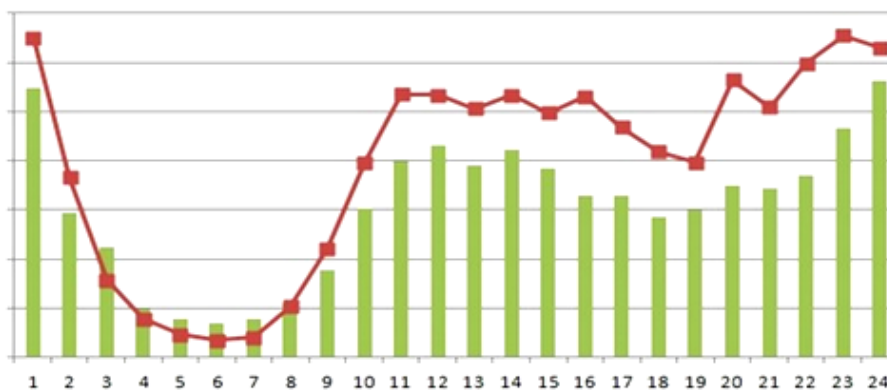
据亿玛在线监测到的数据显示，双十一当天，几乎所有大型 B2C 平台的销售额均同比增长一倍以上。其中，涨幅最为惊人的是顺丰优选，其双十一当天成交额超出日常的 1630%，而环比增幅更是高达 555 倍。

而京东作为天猫最重要的潜在竞争对手，其双十一当天同比日均销售额增幅也达到了 633%，而易迅也达到接近 10 倍的增长。

平台top6商品销售占比 ebrun亿邦动力

京东	家电，3C数码	69%
	品牌直销	19%
	母婴、玩具、乐器	3%
	家居、家具、家装、厨具	3%
	个护化妆	2%
易迅	特惠特价商品	64%
	大家电、生活电器	15%
	手机通讯、摄影、音频设备	12%
	电脑器材	5%
	电脑外设	3%
	配件类	1%

双11当天用户购买行为24小时分布 ebrun 亿邦动力



此外，在双十一销售额增长前 10 的 B2C 电商中，苏宁、当当、1 号店、国美、聚美优品、亚马逊都在双十一同期获得了不错的增长。而唯品会受限于特卖模式，促销常态化也造成其双十一成交额增长并不明显。

另一个值得质疑的数据是，虽然双十一在天猫平台上是鞋服类商品的主战场，但在京东接近 7 成的销售额来自 3C 数码和家电产品。而在易迅方面，大家电、生活电器、3C 数码类商品在双十一当天贡献的销售额则占比相当有限。由此可见，双十一在不同平台间无论是产品还是用户群，都有明显的分化迹象。

据亿玛在线此前披露的数据，双十一当天在天猫购物的用户有 63% 去了京东，41% 去了当当，45.6% 去了易迅网。

（来源：亿邦动力网）

【新增会员】

上海朗华供应链管理有限公司

上海朗华供应链管理有限公司成立于 2007 年，是中国率先与国际接轨的供应链服务公司。

公司利用自主研发的“获国家科技部创新立项”的供应链信息系统管理模式，实现了物流、资金流、信息流、商流和增值流“五流合一”的创新经营模式，并在全国各中心城市设立了物流配送中心，专业为通信、机电设备、光电、农产品、高端消费品、食品、汽车零配件等行业提供全球采购及采购执行、虚拟生产、供应链金融、进出口通关、供应商管理库存、仓储分拣与配

送、国际及国内物流、设备供应链等一体化供应链服务，树立了专业、高效的供应链服务品牌，客户包括多家世界 500 强企业。如 Philips、富士施乐、利盟、法雷奥等，以及清华同方、华为、康佳等国内骨干企业。

【交流园地】

1 号店再推“准点达”电商物流竞争白热化

据 1 号店物流相关负责人介绍，此项服务将首先在上海的中环内区域进行试点推广，未来时机成熟，会考虑扩大服务范围。本次“1 小时准点达”服务是对今年 5 月推出的“准时达”服务的再次升级。藉由本项服务，消费者可以根据自己的工作和生活安排，自由“订制”自己的收货时间。1 号店相关负责人表示，“这就让我们的顾客可以更好的区隔自己的生活与工作。”1 号店董事长于刚也曾表示，“顾客在一个地方等收货的时间是有限的，既不希望空等着，也不希望配送员白送一趟。”

据国家邮政局监测，以淘宝网为代表的主要网商在“双 11”全天共产生订单快递物流量约 1.8 亿件，其中 80%由“淘宝系”产生，较去年同期增长 85%。在双十一结束后，物流仍然没有让消费者完全满意，不少消费者投诉 10 天过去了，快递仍然“在路上飞”，甚至部分收到的快递也存在由于分拣不规范造成损坏的现象。

目前电商物流的比拼大多还集中在“快”字上，但在很多评论家看来，速度仅仅是品牌营销的噱头，而电商物流的真正核心应该是“准”，只有更精准的物流才能体现其物流能力。这样的配送体系在美国屡见不鲜，美国的电商物流基本上是点餐式的服务体系，无论选择慢物流或者快物流都需要付出成本，承诺客户的是标准配送时间；各地顾客下单后均能清晰知道到货时间；订单额度与物流费用关联度高；不同额度享受不同价格。

但无论“快”还是“准”，为消费者提供优质的消费体验才应该是电商的最终目标。

（来源：网易科技）

上海抽查网购小家电 京东易迅 1 号店上黑榜

据 1 号店物流相关负责人介绍昨日，上海新闻办公室官方微博公布了“上海工商局 2013 年第三季网络销售小家电质量监测不合格名单”，涉及易迅、新蛋、百联 E 城、京东商城、1 号店等 6 家电商 15 批次小家电。

这次涉事的商品，主要是与空气、环境有关的小家电。百联 E 城涉事的 3 批次小家电包括了加湿器、电风扇、净化器，京东涉及的三批小家电也都是加湿器，而易迅网此次涉及的是鼎能牌充电式电灭蚊拍，1 号店涉事的两批产品中也包括加湿器，新蛋涉事的两批产品中包括了电风扇。

京东商城相关人士向本报记者表示，京东已立即安排与商家核实，对相关产品会安排下架。

家电业观察人士刘步尘认为，进入大连锁的费用较高，许多小家电产品尤其是小品牌愿意选择电商。但电商对小品牌可能把关不严，进驻不是很规范，有的可能连证书都是假的。

“很正常”，上海交家电行业协会秘书长韩建华向本报记者说，电商不是区域概念，已是面向全国；而且，小家电与大家电比，品牌集中度没那么高，门槛较低，容易良莠不齐，所以上海工商局这次抽查“选点不错”。

韩建华说，从结果看，电商更重视低价，但“对产品质量的把关有欠缺”，电商很少有一个部门专门对质量进行监控；其次，一些知名电商和厂家出现在榜单中，有可能是为了追求低价，厂家对部分商品采取了订制的方式。

（来源：第一财经日报）

编辑：王智翔 汪玉申

责任编辑：黄小平 张承鹤