



Shanghai eCommerce Association

会员资料 注意保存

电子商务资讯

2013年12月第12刊总第131期

上海市电子商务行业协会主办

目录

【重要消息】

| | |
|--|---|
| 全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的决定····· | 1 |
| 《互联网终端安全服务自律公约》····· | 2 |
| 上海市电子发票的应用试点····· | 6 |
| 市商务委关于公布“2013年本市电子商务示范企业、示范园区”评选结果的通知····· | 6 |

【法律法规】

| | |
|-----------------------------------|----|
| 商品现货市场交易特别规定（试行）商务部令2013年第3号····· | 7 |
| 征信机构管理办法——中国人民银行令（2013）第1号····· | 10 |

【行业动态】

| | |
|----------------------------|----|
| 75家机构发起成立互联网金融专业委员会····· | 16 |
| 外贸电商推广销售秘笈分享会12月13日举行····· | 18 |
| 互联网金融推动生态圈繁荣····· | 20 |

【协会动态】

| | |
|-------------------------------|----|
| 移动电子商务跨域发展研讨会——便捷交易、安全支付····· | 22 |
| 2013电商与快递供应链发展论坛····· | 24 |
| 上海市电子商务行业协会第三届第二次理事会····· | 25 |

【新增会员】

| | |
|----------------------|----|
| 中国电信股份有限公司上海研究院····· | 26 |
|----------------------|----|

| | |
|--------------------------|----|
| 顺丰速运集团（上海）速运有限公司..... | 27 |
| 上海润孚信息技术有限公司..... | 27 |
| 苏州市伸越纺织贸易有限公司..... | 28 |
| 【交流园地】 | |
| 电子商务供应链管理与传统供应链管理对比..... | 28 |
| 企业如何利用信息化成果拓展信息化建设..... | 31 |

【重要消息】

全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的决定

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业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，采取消除等处置措施，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。

《互联网终端安全服务自律公约》

第一章 总则

第一条 为规范互联网终端安全服务，保障互联网用户的合法权益，维护公平和谐的市场竞争环境，促进互联网行业的健康发展，制定本公约。

第二条 本公约适用于中国互联网协会会员单位，以及加入《中国互联网行业自律公约》的从业者，并且倡议其他从业企业、组织和个人积极遵守。

第三条 本公约所称互联网终端安全服务，是指为用户终端（包括移动终端）提供的系统运行安全、数据安全、通信安全以及系统性能优化等服务。

第四条 互联网终端安全服务产品是指提供互联网终端安全服务的软件硬件产品，其功能包括病毒防护、木马查杀以及软件管理、系统优化等。

第五条 开展互联网终端安全服务的企业，应当拥有具有合法知识产权的安全产品。根据国家有关规定，产品必须经过国家相关主管部门检测的，在检测合格并获得正式许可后方可开展相关安全服务。

第二章 互联网终端安全服务企业应遵守的原则

第六条 遵纪守法原则。开展互联网终端安全服务，应当遵守国家有关法律、法规和规章，遵守互联网行业自律公约和规范，合法经营，公平竞争，维护互联网行业声誉和利益，不得滥用安全服务功能危害国家利益和社会公共利益，不得侵害其他企业正当权益。开展安全服务应当自觉接受国家有关主管部门监管和行业协会监督。

第七条 诚实信用原则。遵守社会公认的诚实信用原则，对本企业提供的安全服务功能或效果的宣传应当实事求是，不做虚假和夸大描述，不得公正地毁损其他企业的产品性能或企业形象，禁止使用虚假、夸大或晦涩语言欺骗、误导用户使用或不使用特定服务或产品。

对其他产品或服务的评价及服务提示应当客观、公平，评价方式或提示用语范本另行制定供互联网终端服务企业参照使用。

第八条 公平竞争原则。提倡公平竞争，反对滥用市场支配地位侵害其他企业和用户的合法权益，维护公平有序的竞争秩序。

互联网终端安全服务企业同时提供非安全类终端软件服务的，应当客观公正对待本企业和其他企业的终端软件。

第九条 自主创新原则。尊重和保护安全软件知识产权，提倡自主创新，努力提高自身研发能力和技术业务水平，反对和抵制各类侵权行为，维护规范有序的发展环境，提升中国互联网行业的竞争力。

第十条 优化服务原则。互联网终端安全服务企业有责任根据技术发展和用户需求优化安全产品的安装与运行，提供升级更新等服务。

第三章 保护用户合法权益

第十一条 保证用户享有知情权。收集、使用和保存用户个人信息时，应当明确告知用户；对用户提供服务时，对用户的服务提示应当清晰、客观、公正；互联网终端安全服务软件在用户系统中所进行的安全服务操作及处理结果，应当明示用户。

为用户信息安全免受病毒或者木马、蠕虫等恶意程序的侵害，可在用户服务协议中做出明确约定的前提下，直接采取安全防护操作。

第十二条 保证用户享有选择权。尊重用户的自主选择，互联网终端安全服务产品在安装、运行、升级、修改默认设置等时，应当明确提示用户并经用户确认，但病毒库更新和查杀引擎升级除外。

除恶意程序外，互联网终端安全服务软件发现其他软件运行中存在对用户终端造成或可能造成危险的情况可以提示用户，但不得代替、欺骗、误导或强

迫用户做出选择，不得违背用户意愿修改用户已确认的选择设置。用户忽略提示而选择进一步操作的，应当尊重用户的选择。

允许用户自主选择是否卸载，并提供通用可行的卸载方式。不得在用户选择过程中采用故意隐藏选项或其他手段妨碍或剥夺用户选择权。

第十三条 保护用户个人信息安全。用户个人信息包括个人身份信息、个人网上通信内容、个人上网行为日志、个人文件（用户在终端上创建或者保存的文件），以及其他能够据此直接或者间接识别出用户个人身份或者其它与用户个人利益相关的信息。收集、使用和保存用户个人信息时应当明确告知用户，包括告知用户收集、使用和保存的目的及范围；未经用户同意，不得擅自收集、使用和保存用户个人信息。收集、使用和保存用户个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则。

第十四条 未经用户许可和同意，移动终端的安全服务产品，不得打开各种通讯接口，如 WLAN、GPRS、蓝牙、红外、NFC 等。未经用户同意，不得扫描及上传用户通讯录、短信、电子邮件正文等个人信息。不得违反中国互联网协会所发布《移动互联网恶意代码描述规范》中对于恶意行为的相关规定。

第十五条 履行企业社会责任，推进网络安全普及与应用，客观公正地对用户进行网络安全科普宣传。

第四章 禁止恶意行为

第十六条 禁止恶意排斥。恶意排斥是指互联网终端安全服务产品在设计、安装、运行过程中，无正当理由，故意给其他合法产品设置障碍，妨碍用户安装或者使用其他合法产品的行为。不得恶意干扰或者破坏其他合法产品的正常使用，不得以任何形式欺骗或者误导用户使用或者不使用其他合法终端软件。

第十七条 禁止恶意拦截。恶意拦截是指互联网终端安全服务产品在安装、运行、升级过程中，欺骗、误导或强迫用户修改默认设置，或强行修改用户设置，导致其他合法产品功能受影响或无法正常使用的行为。

第十八条 禁止歧视性对待。歧视性对待是指互联网终端安全服务企业，对待和本企业产品具有竞争关系的其他终端软件产品，利用安全软件的功能，在同等情况下采用歧视性处置标准的行为。不得滥用安全软件的功能及权限干扰或破坏其他企业的终端软件服务。

第十九条 互联网终端安全服务企业对其他企业的终端产品进行评测时应客观公正，不得利用评测结果欺骗、误导或强迫用户对被评测产品作出处置。

第五章 公约的执行

第二十条 中国互联网协会行业自律工作委员会作为本公约的执行机构，负责

组织本公约签署和实施，并及时向签署单位宣传国家相关政策、法律和法规。

第二十一条 签署单位应当自觉遵守本公约各项规定，违反本公约并造成不良影响的，任何单位和个人均有权向本公约执行机构进行举报。本公约执行机构在查证核实或者组织测评后，视情况给予内部警告、公开谴责等处罚。中国互联网协会行业自律工作委员会将委托中国互联网协会举报中心受理互联网终端安全服务领域中的违规现象，受理用户举报，企业和用户均可对互联网终端安全服务企业的违规现象进行投诉。

第二十二条 互联网企业之间发生争议和纠纷时，应当本着互谅互让、维护行业团结和整体利益的原则，争取以协商方式解决；协商无法解决的，可以提请本公约执行机构进行调解；本公约执行机构有义务通过合理合规的方式在接到申请后一周内完成调解工作；同时，如需要第三方机构测评的，可由本公约执行机构委托的或双方均认可的第三方机构同步组织测评。本公约执行机构根据调解结果督促相关企业限期整改，如相关企业有异议的，由本公约执行机构组织专家或机构论证后进行裁定。

第二十三条 建立互联网终端服务白名单机制，降低互联网终端安全服务产品对其他终端服务产品的误拦、误报等操作，维护互联网公平竞争环境。白名单机制另行制定。

第六章 附则

第二十四条 本公约的签署单位为在中国境内提供互联网终端安全服务的企业，本公约经签署单位法定代表人或者其委托的代表签字并加盖单位公章后生效，由中国互联网协会向社会公布，自公布之日起施行。

第二十五条 本公约遵循“动态修订、逐步完善”的原则。经本公约执行机构或者本公约三分之一以上签署单位提议，并经三分之二以上签署单位同意，可以对本公约进行修改。

第二十六条 本公约关于恶意程序的描述，执行《互联网主机恶意程序描述格式》（YD/T 2383-2011）、《移动互联网恶意程序描述格式》（YD/T 2439-2012）。

第二十七条 本公约由中国互联网协会行业自律工作委员会负责解释。

（中国互联网协会 2013 年 12 月 3 日发布）

上海市电子发票的应用试点

目前，经上海市商务委员会、上海市国家税务局、上海市发展和改革委员会

会确认纳入本市首批试点电子发票的电子商务企业为：京东商城华东总部（上海圆迈贸易有限公司）、1号店（纽海信息技术（上海）有限公司）、易迅网（上海易胜迅驰电子商务发展有限公司）、东方购物（上海东方电视购物有限公司）。为稳妥推进电子发票应用试点工作，以上四家试点企业在其自营电子商务平台面向个人销售商品时可开具电子发票；待相关条件成熟后，在向上海市注册登记的企业销售商品时也可开具电子发票。

（来源：上海市商务委员会）

市商务委关于公布“2013年本市电子商务示范企业、示范园区”评选结果的通知——沪商办〔2013〕895号

各区（县）商务主管部门、有关行业组织和企业：

按照《商务部办公厅关于进一步做好电子商务示范企业工作的通知》（商办电函〔2013〕116号）和《商务部关于促进电子商务应用的实施意见》（商电函〔2013〕911号）文件要求，我委开展了2013年电子商务示范工作。各区（县）商务主管部门积极开展工作，完善示范企业、示范园区动态管理机制，遴选推荐了2013年本市电子商务示范企业、示范园区。截至规定时间，市商务委共收到15个区（县）商务主管部门推荐的56份申报材料。

依据《市商务委关于进一步做好本市电子商务示范企业（园区）工作的通知》（沪商〔2013〕316号）相关要求，市商务委在行业、区（县）推荐基础上，委托市电子商务促进中心组织专家对申报材料进行了评审，并提交了相关初审意见。根据初审意见，我委会商相关委办，遴选出2013年本市电子商务示范企业、示范园区，共42家（详见附件），其中新增2013年本市电子商务示范企业12家，示范园区1家。

特此通知。

市商务委委员会

附件：电子商务示范企业—35家（其中属于本协会的企业22家占比62.8%）

百联电子商务有限公司、上海农产品中心批发市场经营管理有限公司、上海携程商务有限公司、上海亿贝网络信息服务有限公司、上海大宗钢铁电子交易中心有限公司、东方钢铁电子商务有限公司、纽海信息技术（上海）有限公司、上海东方希杰商务有限公司、上海齐家网信息科技有限公司、上海春宇供

应链管理有限公司、快钱支付清算信息有限公司、上海火速网络科技有限公司、银联商务有限公司、上海爱姆意机电连锁设备有限公司、汇付天下有限公司、上海商派网络科技有限公司、迅付信息科技有限公司、史泰博（上海）有限公司、汉海信息科技（上海）有限公司、上海跨国采购中心电子商务有限公司、上海陆上货运交易中心有限公司、上海易迅子商务发展有限公司、新蛋贸易（中国）有限公司、上海菜管家电子商务有限公司、上海徐家汇商城集团电子商务有限公司、上海特易信息科技有限公司、上海第一财经传媒有限公司、上海鸿洋电子商务有限公司、上海国际酒业交易中心有限公司、号百商旅电子商务有限公司、上海悠哉国际旅行社有限公司、上海格瓦商务信息咨询有限公司、上海易饰嘉网络科技有限公司、上海付费通信息服务有限公司、上海锦江国际电子商务有限公司

电子商务示范园区（7家）

唐镇电子商务港、嘉定电子商务产业园、上海智力产业园、3131 电子商务创新园、上海虹桥临空经济园区、天地软件园、上海汇力得电子商务产业园

【法律法规】

商品现货市场交易特别规定（试行） 商务部令 2013 年第 3 号

第一章 总则

第一条 为规范商品现货市场交易活动，维护市场秩序，防范市场风险，保护交易各方的合法权益，促进商品现货市场健康发展，加快推行现代流通方式，根据国家有关法律法规以及《国务院关于清理整顿各类交易场所切实防范金融风险的决定》（国发〔2011〕38号），制定本规定。

第二条 中华人民共和国境内的商品现货市场交易活动，应当遵守本规定。国家另有规定的，依照其规定。

第三条 本规定所称商品现货市场，是指依法设立的，由买卖双方进行公开的、经常性的或定期性的商品现货交易活动，具有信息、物流等配套服务功能的场所或互联网交易平台。

本规定所称商品现货市场经营者（以下简称市场经营者），是指依法设立商品现货市场，制定市场相关业务规则和规章制度，并为商品现货交易活动提供场所及相关配套服务的法人、其他经济组织和个人。

第四条 从事商品现货市场交易活动，应当遵循公开、公平、公正和诚实信用

的原则。

第五条 商务部负责全国商品现货市场的规划、信息、统计等行业管理工作，促进商品现货市场健康发展。

中国人民银行依据职责负责商品现货市场交易涉及的金融监管以及非金融机构支付业务的监管工作。

第六条 商品现货市场行业协会应当制定行业规范和行业标准，加强行业自律，组织业务培训，建立高管诚信档案，受理投诉和调解纠纷等。

第二章 交易对象和交易方式

第七条 商品现货市场交易对象包括：

- (一) 实物商品；
- (二) 以实物商品为标的的仓单、可转让提单等提货凭证；
- (三) 省级人民政府依法规定的其他交易对象。

第八条 商品现货市场交易的实物商品，应当执行国家有关质量担保责任的法律法规，并符合现行有效的质量标准。

第九条 商品现货市场交易可以采用下列方式：

- (一) 协议交易；
- (二) 单向竞价交易；
- (三) 省级人民政府依法规定的其他交易方式。

本规定所称协议交易，是指买卖双方以实物商品交收为目的，采用协商等方式达成一致，约定立即交收或者在一定期限内交收的交易方式。

本规定所称单向竞价交易，是指一个买方（卖方）向市场提出申请，市场预先公告交易对象，多个卖方（买方）按照规定加价或者减价，在约定交易时间内达成一致并成交的交易方式。

第十条 市场经营者不得开展法律法规以及《国务院关于清理整顿各类交易场所切实防范金融风险的决定》禁止的交易活动，不得以集中交易方式进行标准化合约交易。

现货合同的转让、变更，应当按照法律法规的相关规定办理。

第三章 商品现货市场经营规范

第十一条 市场经营者应当履行下列职责：

- (一) 提供交易的场所、设施及相关服务；
- (二) 按照本规定确定的交易方式和交易对象，建立健全交易、交收、结算、仓储、信息发布、风险控制、市场管理等业务规则与各项规章制度；
- (三) 法律法规规定的其他职责。

第十二条 市场经营者应当公开业务规则和规章制度。制定、修改和变更业务规则和规章制度，应当在合理时间内提前公示。

第十三条 商品现货市场应当制定应急预案。出现异常情况时，应当及时采取有效措施，防止出现市场风险。

第十四条 市场经营者应当采取合同约束、系统控制、强化内部管理等措施，加强资金管理力度。

市场经营者不得以任何形式侵占或挪用交易者的资金。

第十五条 鼓励商品现货市场创新流通方式，降低交易成本；建设节能环保、绿色低碳市场。

第十六条 鼓励商品现货市场采用现代信息化技术，建立互联网交易平台，开展电子商务。

第十七条 市场经营者应当建立完善商品信息发布制度，公布交易商品的名称、数量、质量、规格、产地等相关信息，保证信息的真实、准确，不得发布虚假信息。

第十八条 采用现代信息化技术开展交易活动的，市场经营者应当实时记录商品仓储、交易、交收、结算、支付等相关信息，采取措施保证相关信息的完整和安全，并保存五年以上。

第十九条市场经营者不得擅自篡改、销毁相关信息和资料。

第四章 监督管理

第二十条 县级以上人民政府商务主管部门负责本行政区域内的商品现货市场的行业管理，并按照要求及时报送行业发展规划和其他具体措施。

中国人民银行分支机构依据职责负责辖区内商品现货市场交易涉及的金融机构和支付机构的监督管理工作。

国务院期货监督管理机构派出机构负责商品现货市场非法期货交易活动的认定等工作。

第二十一条 市场经营者应当根据相关部门的要求报送有关经营信息与资料。

第二十二条 县级以上人民政府商务主管部门应当根据本地实际情况，建立完善各项工作制度。必要时应及时将有关情况报告上级商务主管部门和本级人民政府。

第五章 法律责

第二十三 条市场经营者违反第十一条、第十二条、第十三条、第十四条、第十七条、第十八条、第十九条、第二十一条规定，由县级以上商务主管部门会同有关部门责令改正。逾期不改的，处一万元以上三万元以下罚款。

第二十四条 市场经营者违反第八条、第十条规定和《期货交易管理条例》的，依法予以处理。

第二十五条 有关行政管理部门工作人员在市场监督管理工作中，玩忽职守、滥用职权、徇私舞弊的，依法给予行政处分；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第六章 附则

第二十六条 本规定自 2014 年 1 月 1 日起施行。

征信机构管理办法

中国人民银行令〔2013〕第 1 号

第一章 总则

第一条 为加强对征信机构的监督管理，促进征信业健康发展，根据《中华人民共和国中国人民银行法》、《中华人民共和国公司法》、《征信业管理条例》等法律法规，制定本办法。

第二条 本办法所称征信机构，是指依法设立、主要经营征信业务的机构。

第三条 中国人民银行依法履行对征信机构的监督管理职责。中国人民银行分支机构在总行的授权范围内，履行对辖区内征信机构的监督管理职责。

第四条 征信机构应当遵守法律、行政法规和中国人民银行的规定，诚信经营，不得损害国家利益、社会公共利益，不得侵犯他人合法权益。

第二章 机构的设立、变更与终止

第五条 设立个人征信机构应当经中国人民银行批准。

第六条 设立个人征信机构，除应当符合《征信业管理条例》第六条规定外，还应当具备以下条件：

- （一）有健全的组织机构；
- （二）有完善的业务操作、信息安全管理、合规性管理等内控制度；
- （三）个人信用信息系统符合国家信息安全保护等级二级或二级以上标准。

准。

《征信业管理条例》第六条第一项所称主要股东是指出资额占公司资本总额 5% 以上或者持股占公司股份 5% 以上的股东。

第七条 申请设立个人征信机构，应当向中国人民银行提交下列材料：

- （一）个人征信机构设立申请表；
- （二）征信业务可行性研究报告，包括发展规划、经营策略等；

- (三) 公司章程;
- (四) 股东关联关系和实际控制人说明;
- (五) 主要股东最近 3 年无重大违法违规行为的声明以及主要股东的信用报告;
- (六) 拟任董事、监事和高级管理人员任职资格证明;
- (七) 组织机构设置以及人员基本构成说明;
- (八) 已经建立的内控制度, 包括业务操作、安全管理、合规性管理等;
- (九) 具有国家信息安全等级保护测评资质的机构出具的个人信用信息系统安全测评报告, 关于信息安全保障措施的说明和相关安全保障制度;
- (十) 营业场所所有权或者使用权证明文件;
- (十一) 工商行政管理部门出具的企业名称预先核准通知书复印件。

中国人民银行可以通过实地调查、面谈等方式对申请材料进行核实。

第八条 中国人民银行在受理个人征信机构设立申请后公示申请人的下列事项:

- (一) 拟设立征信机构的名称、营业场所、业务范围;
- (二) 拟设立征信机构的资本;
- (三) 拟设立征信机构的主要股东名单及其出资额或者所持股份;
- (四) 拟任征信机构的董事、监事和高级管理人员名单。

第九条 中国人民银行自受理个人征信机构设立申请之日起 60 日内对申请事项进行审查, 并根据有利于征信业公平竞争和健康发展的审慎性原则作出批准或者不予批准的决定。决定批准的, 依法颁发个人征信业务经营许可证; 决定不予批准的, 应当作出书面决定。

第十条 经批准设立的个人征信机构, 凭个人征信业务经营许可证向公司登记机关办理登记, 领取营业执照; 个人征信机构应当自公司登记机关准予登记之日起 20 日内, 向中国人民银行提交营业执照复印件。

第十一条 个人征信机构拟合并或者分立的, 应当向中国人民银行提出申请, 说明申请和理由, 并提交相关证明材料。

中国人民银行自受理申请之日起 20 日内, 作出批准或者不予批准的书面决定。

第十二条 个人征信机构拟变更资本、主要股东的, 应当向中国人民银行提出申请, 说明变更事项和变更理由, 并提交相关证明材料。

中国人民银行自受理申请之日起 20 日内, 作出批准或者不予批准的书面决定。

第十三条 个人征信机构拟设立分支机构的, 应当符合以下条件:

- (一) 对拟设立分支机构的可行性已经进行充分论证;
- (二) 最近 3 年无受到重大行政处罚的记录。

第十四条 个人征信机构申请设立分支机构,应当向中国人民银行提交下列材料:

- (一) 个人征信机构分支机构设立申请表;
- (二) 个人征信机构上一年度经审计的财务会计报告;
- (三) 设立分支机构的可行性论证报告,包括拟设立分支机构的 3 年业务发展规划、市场分析和经营方针等;
- (四) 针对设立分支机构所作出的内控制度安排和风险防范措施;
- (五) 个人征信机构最近 3 年未受重大行政处罚的声明;
- (六) 拟任职的分支机构高级管理人员履历材料。

中国人民银行自受理申请之日起 20 日内,作出批准或者不予批准的书面决定。

第十五条 个人征信机构变更机构名称、营业场所、法定代表人的,应当向中国人民银行申请变更个人征信业务经营许可证记载事项。

个人征信机构应当在个人征信业务经营许可证记载事项变更后,向公司登记机关申办变更登记,并自公司登记机关准予变更之日起 20 日内,向中国人民银行备案。

第十六条 个人征信业务经营许可证应当在个人征信机构营业场所的显著位置公示。

第十七条 个人征信机构应当妥善保管个人征信业务经营许可证,不得涂改、倒卖、出租、出借、转让。

第十八条 个人征信业务经营许可证有效期为 3 年。有效期届满需要续展的,应当在有效期届满 60 日前向中国人民银行提出申请,换发个人征信业务经营许可证。

有效期届满不再续展的,个人征信机构应当在个人征信业务经营许可证有效期届满 60 日前向中国人民银行报告,并依照本办法第二十条的规定,妥善处理信息数据库,办理个人征信业务经营许可证注销手续;个人征信机构在个人征信业务经营许可证有效期届满 60 日前未提出续展申请的,中国人民银行可以在个人征信业务经营许可证有效期届满之日注销其个人征信业务经营许可证,并依照《征信业管理条例》第十二条的规定处理信息数据库。

第十九条 设立企业征信机构,应当符合《中华人民共和国公司法》规定的公司设立条件,自公司登记机关准予登记之日起 30 日内向所在地的中国人民银行

省会（首府）城市中心支行以上分支机构办理备案，并提交下列材料：

- （一）企业征信机构备案表；
- （二）营业执照复印件；
- （三）股权结构说明，包括资本、股东名单及其出资额或者所持股份；
- （四）组织机构设置以及人员基本构成说明；
- （五）业务范围和业务规则基本情况报告；
- （六）业务系统的基本情况，包括企业信用信息系统建设情况报告和具有国家信息安全等级保护测评资质的机构出具的企业信用信息系统安全测评报告；
- （七）信息安全和风险防范措施，包括已经建立的内控制度和安全管理制度。

企业征信机构备案事项发生变更的，应当自变更之日起 30 日内向备案机构办理变更备案。

第二十条 个人征信机构因解散或者被依法宣告破产等原因拟终止征信业务的，应当在拟终止之日前 60 日向中国人民银行报告退出方案，并依照《征信业管理条例》第十二条第一款规定处理信息数据库。

个人征信机构终止征信业务的，应当自终止之日起 20 日内，在中国人民银行指定的媒体上公告，并办理个人征信业务经营许可证注销手续，将许可证缴回中国人民银行；逾期不缴回的，中国人民银行应当依法收缴。

第二十一条 企业征信机构因解散或者被依法宣告破产等原因拟终止征信业务的，应当在拟终止之日前 60 日向中国人民银行报告退出方案，并依照《征信业管理条例》第十二条第一款规定处理信息数据库。

第三章 高级任职人员管理

第二十二条 个人征信机构的董事、监事、高级管理人员，应当在任职前取得中国人民银行核准的任职资格。

第二十三条 取得个人征信机构董事、监事和高级管理人员任职资格，应当具备以下条件：

- （一）正直诚实，品行良好；
- （二）具有大专以上学历；
- （三）从事征信工作 3 年以上或者从事金融、法律、会计、经济工作 5 年以上；
- （四）具有履行职责所需的管理能力；
- （五）熟悉与征信业务相关的法律法规和专业知识。

第二十四条 有下列情形之一的，不得担任个人征信机构董事、监事和高级管理人员：

（一）因贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序，被判处刑罚，或者因犯罪被剥夺政治权利，执行期满未逾 5 年的；

（二）最近 3 年有重大违法违规记录的。

本办法所称重大违法违规记录，是指除前款第一项所列之外的犯罪记录或者重大行政处罚记录。

第二十五条 个人征信机构向中国人民银行申请核准董事、监事和高级管理人员的任职资格，应当提交下列材料：

（一）董事、监事和高级管理人员任职资格申请表；

（二）拟任职的董事、监事和高级管理人员的个人履历材料；

（三）拟任职的董事、监事和高级管理人员的学历证书复印件；

（四）拟任职的董事、监事和高级管理人员最近 3 年无重大违法违规记录的声明；

（五）拟任职的董事、监事和高级管理人员的个人信用报告。

个人征信机构应当如实提交前款规定的材料，个人征信机构以及拟任职的董事、监事和高级管理人员应当对材料的真实性、完整性负责。中国人民银行根据需要对材料的真实性进行核实，并对申请任职资格的董事、监事和高级管理人员进行考察或者谈话。

第二十六条 中国人民银行依法对个人征信机构董事、监事和高级管理人员的任职资格进行审查，作出核准或者不予核准的书面决定。

第二十七条 企业征信机构的董事、监事、高级管理人员，应当由任职的征信机构自任命之日起 20 日内向所在地的中国人民银行省会（首府）城市中心支行以上分支机构备案，并提交下列材料：

（一）董事、监事、高级管理人员备案表；

（二）董事、监事、高级管理人员的个人履历材料；

（三）董事、监事、高级管理人员的学历证书复印件；

（四）董事、监事、高级管理人员的备案材料真实性声明。

企业征信机构的董事、监事、高级管理人员发生变更的，应当自变更之日起 20 日内向备案机构办理变更备案。

第四章 监督管理

第二十八条 个人征信机构应当在每年第一季度末，向中国人民银行报告上一年度征信业务开展情况。

企业征信机构应当在每年第一季度末，向备案机构报告上一年度征信业务开展情况。

报告内容应当包括信用信息采集、征信产品开发、信用信息服务、异议处理以及信用信息系统建设情况，信息安全保障情况等。

第二十九条 个人征信机构应当按规定向中国人民银行报送征信业务统计报表、财务会计报告、审计报告等资料。

企业征信机构应当按规定向备案机构报送征信业务统计报表、财务会计报告、审计报告等资料。

征信机构应当对报送的报表和资料的真实性、准确性、完整性负责。

第三十条 征信机构应当按照国家信息安全保护等级测评标准，对信用信息系统的安全情况进行测评。

征信机构信用信息系统安全保护等级为二级的，应当每两年进行测评；信用信息系统安全保护等级为三级及以上的，应当每年进行测评。

个人征信机构应当自具有国家信息安全等级保护测评资质的机构出具测评报告之日起 20 日内，将测评报告报送中国人民银行，企业征信机构应当将测评报告报送备案机构。

第三十一条 征信机构有下列情形之一的，中国人民银行及其分支机构可以将其列为重点监管对象：

- (一) 上一年度发生严重违法违规行为的；
- (二) 出现可能发生信息泄露征兆的；
- (三) 出现财务状况异常或者严重亏损的；
- (四) 被大量投诉的；
- (五) 未按本办法第二十八条、第二十九条、第三十条规定报送相关材料的；

- (六) 中国人民银行认为需要重点监管的其他情形。

征信机构被列为重点监管对象的，中国人民银行及其分支机构可以酌情缩短征信机构报告征信业务开展情况、进行信用信息系统安全情况测评的周期，并采取相应的监管措施，督促征信机构整改。

整改后第一款中所列情形消除的，中国人民银行及其分支机构可不再将其列为重点监管对象。

第三十二条 中国人民银行及其分支机构可以根据监管需要，约谈征信机构董事、监事和高级管理人员，要求其就征信业务经营、风险控制、内部管理等有关重大事项作出说明。

第五章 罚则

第三十三条 申请设立个人征信机构的申请人隐瞒有关情况或者提供虚假材料的，中国人民银行依照《中华人民共和国行政许可法》的相关规定进行处罚。

第三十四条 个人征信机构的个人信用信息系统未达到国家信息安全保护等级二级或者二级以上要求的，中国人民银行可以责令整顿；情节严重或者拒不整顿的，中国人民银行依照《征信业管理条例》第三十八条的规定，吊销其个人征信业务经营许可证。

第三十五条 申请个人征信机构的董事、监事、高级管理人员任职资格的申请人隐瞒有关情况或者提供虚假材料的，中国人民银行不予受理或者不予核准其任职资格，并给予警告；已经核准的，取消其任职资格。

禁止上述申请人 3 年内再次申请任职资格。

第三十六条 个人征信机构任命未取得任职资格董事、监事、高级管理人员的，由中国人民银行责令改正并给予警告；情节严重的，处 1 万元以上 3 万元以下罚款。

企业征信机构任命董事、监事、高级管理人员未及时备案或者变更备案，以及在备案中提供虚假材料的，由中国人民银行分支机构责令改正并给予警告；情节严重的，处 1 万元以上 3 万元以下罚款。

第三十七条 征信机构违反本办法第二十九条、第三十条规定的，由中国人民银行及其分支机构责令改正；情节严重的，处 1 万元以上 3 万元以下罚款；涉嫌犯罪的，依法移交司法机关追究其刑事责任。

第六章 附则

第三十八条 本办法由中国人民银行负责解释。

第三十九条 本办法自 2013 年 12 月 20 日起施行。

【行业动态】

75 家机构发起成立互联网金融专业委员会

12 月 3 日，中国支付清算协会互联网金融专业委员会发起成员单位大会在北京举行。

会上，包括银行、证券、第三方支付及 P2P 等 75 家机构共同参与并审议通过了《互联网金融专业委员会章程》（以下简称《章程》）、《互联网金融自律公约》（以下简称《公约》），中国平安保险（集团）股份有限公司董事长马明哲

当选为委员会主任。

多位金融人士对《每日经济新闻》记者表示，互联网金融专业委员会成立是源于互联网金融的快速发展，出现的新商业模式；但目前业内对互联网金融业务模式、风险防范等问题都有待于进一步研究，业务规则也有待进一步规范。该委员会的成立有利于加强互联网金融行业的沟通与协作，促进互联网金融行业进一步发展。

探索互联网金融创新模式

在发起成员单位大会上，相关负责人介绍，截至目前，互联网金融专业委员会在筹备过程中，邀请的以及自愿申请加入的发起单位共 75 家。其中，包括综合性金融集团 1 家、商业银行 18 家、证券公司 2 家、支付机构 28 家、人民银行相关单位 2 家、银行卡清算机构 1 家、从事 P2P 网络借贷业务的公司 10 家，高校和研究机构 6 家，其他相关机构 7 家。

该委员会的主要职责是“研究、交流、服务、自律”。具体来说，一是重点研究互联网金融运行机制和发展趋势，积极探索创新模式，发展规律，推动行业可持续发展；二是加强沟通交流，总结发展经验，分享发展成果，通过组织研讨会、论坛、培训等方式，促进同业交流，推动创新发展；三是为会员单位经营和行业整体发展做好服务，如加强与政府部门沟通，反馈行业发展情况等；四是推动自律，探索建立互联网金融自律机制，引导成员单位加强内控建设等。

“互联网金融涉及业务类型多样，参与主体众多，目前关于互联网金融的监管主体和监管规则等都尚未明确，而互联网金融所涉及的资金管理、风险防范和信息安全保护等问题需引起重视。”中国支付清算协会副秘书长王素珍在会上指出。

此背景之下，会上还审议通过了《公约》。《公约》主要针对合规经营、风险管理、客户身份识别、交易资金安全、消费者保护等方面进行约定。比如针对风险管理，《公约》明确要求成员单位“构建覆盖全面的风险管理体系、制定切实可行的风险防范措施”；针对交易资金安全，《公约》提出要确保交易资金的可追溯性、切实保障客户资金安全；针对消费者保护方面，《公约》要求成员单位强化信息披露，平等对待客户、保障客户信息安全等。

王素珍指出，《公约》将促以进互联网金融健康发展、维护公平、有序的竞争秩序，防范业务风险，保护客户合法权益，促进成员单位合作共赢作为指导思想，以互联网金融参与主体所面临的共性问题为出发点，着重从规范市场秩序，建立风险管理和内控制度，保护客户资金安全和信息安全等方面制定了相

应的自律条款。

旨在提供行业自律平台

王素珍表示，“近年来，互联网金融业务依托云计算、大数据、移动支付等技术快速兴起，互联网金融作为新兴业态，向金融领域广泛渗透，非金融支付机构以及众多互联网企业依托平台优势，开展供应链金融业务；传统的金融机构也通过创新纷纷涉足互联网金融业务；P2P网络借贷平台，众筹融资等涉及互联网金融业务的机构数量日益增加，规模不断壮大，出现了新的商业模式。但目前业内对于互联网金融的概念界定、业务规模、风险防范等问题都有待于进一步研究，对于互联网金融业务规则也需要进一步规范。”

她进一步指出，协会搭建一个有效平台，组织行业相关单位，共同对互联网金融业务进行研究，有利于加强互联网金融各界的沟通与协作，积极为互联网金融各方提供支持和帮助，探索推进行业自律，促进互联网金融与支付技术和手段的结合运用，推动行业健康发展。

“目前互联网金融快速发展，但对于互联网金融的边界、业务模式等都没有明确的定义，此次央行召集 75 家横跨银行业、第三方支付、P2P、证券等方面的机构成立专业委员会，为草根发起的互联网金融行业提供了一个自律可行性的平台，将对整个行业带来益处。一方面，从业单位有了规范，从业者行为有了监管。另一方面，有利于加强互联网金融各界的沟通与协作，深入研究互联网金融理论和实际问题，推动互联网金融行业自律，防范互联网金融业务风险，促进我国互联网金融产业健康快速发展。”翼龙贷董事长王思聪告诉《每日经济新闻》记者。

中国银行国际金融研究所所长、战略规划部副主任宗良也指出，互联网金融专业委员会的成立有利于传统银行顺应互联网快速发展的时代潮流，加强与互联网金融行业的交流与协作，提高传统银行的金融创新能力。

（来源:每日经济新闻）

外贸电商推广销售秘笈分享会 12 月 13 日举行

在全球经济一体化的大背景下，越来越多的中国企业将目光投向了海外市场。对于想要进军海外市场的中国企业来说，通过外贸电子商务平台和海外推广策略实现增益，是一个低成本、高效率的选择，对于服饰、家居、时尚用品等类型电商企业尤为适用。

品众互动 COO 王敏正在分享品众的服务

2013 年 12 月 13 日，品众互动在苏州举行了一场外贸电商推广销售秘笈分享会。全球最大的搜索平台 Google、全球最大的社交平台 Facebook 以及广告监测衡量专家 Kenshoo 共同来到苏州凯莱酒店，就“如何帮助外贸电商进行海外推广”和会议现场的 150 多家外贸电商进行了经验分享，旨在为中国外贸电商提供一套全方位的外贸电商推广解决方案。

Facebook 大中华区电商行业销售总监周雁冰分享成功案例

1. Facebook——外贸电商的效果营销平台，带来的不仅仅是销量

“电子商务有 3 个关键营销目标：获得新客户、促进销售增长和建立忠诚度，从而避免不断地重新开发新客户。Facebook 作为一个拥有每月 11.5 亿用户、移动设备上每天 8.2 亿用户的社交媒体，可以帮助电商企业实现这三个目标，Facebook 大中华区电商行业销售总监周雁冰说到，“这需要简单的 3 个步骤：第一步，只需在 facebook 上建立一个企业专业，然后发布引人注目的内容，便可以建立粉丝群，吸引海外客户，将新客户带往企业的官网;第二步，凭借先进的广告定位选项，企业可以更有效地向合适的受众推广。比起传统销路，带来更有效的转换。第三步，发布吸引人的内容并与您的粉丝交流，从而建立良好的关系，促进口碑传播，无时无刻，您都有机会接触粉丝。”

2. Google 升级外贸电商解决方案——搜索广告+产品信息广告（PLA）+动态再营销

会上，谷歌中国渠道销售经理汤琳带来了主题为“Google Shopping——新平台带来新商机”的演讲。汤琳表示，“当电商企业定制整体电商策略时，应该聚焦在最基本的商业目标上，例如增加销量、降低转化成本、扩大利润、营销策略简单可行、增加客户生命周期的价值等等。但是，在现有的商业解决方案下想兼顾所有目标并不是十分容易。在这个需求变化快，个性化要求越来越高，注意力分散的多屏世界，零售商（在线销售）需要找到一种全新的方式来继续保持竞争力。”对此，汤琳以专业的角度揭示了 Google 通过“搜索广告+产品信息广告+动态再营销”的方式，成功帮助企业用最经济的成本带来高质量的新客户转化，并同时通过利用动态再营销的功能把潜在的回头客通过个性化的广告再次召回网站完成订单。

3. 品众互动——服务，创造整合的价值

会议最后一场演讲，品众互动 COO 王敏表示，品众作为 facebook 中国大陆地区独家代理，Google 中国最大代理商，致力于构建两大平台与中国外贸电商企业之间的通路。“提供服务，创造整合的价值”是品众给出的解决方案。具

体分为两点内容：一是，品众可以帮外贸电商做选择，选择最合适的境外媒体、最合适的技术解决方案、最正确的投放方式；二是，品众为外贸电商提供整合解决方案，通过综合分析不同媒体属性和客户所需目标，为客户获取新客户，做高 ROI，做多老客户重复购买的多重分阶段的复合目标。

（来源：比特网）

互联网金融推动生态圈繁荣

2013 年，电商融资、价格不再是热点，服务受到关注，“练内功”、开放成为主流。随着 O2O、移动互联、大数据、C2B 反向定制等模式的“渐入佳境”，2014 年究竟谁会拔得头筹？就此，我们总结了电商发展的十大趋势，试图来勾勒明年的行业轮廓。

1. O2O 模式真正落地

2013 年，O2O “很忙”，但无论是阿里巴巴双十一主打 O2O 引发线下商户“抵制”，还是京东与太原唐久连锁试水的双向整合 O2O 样本，都透露着明年 O2O 将摆脱概念真正进入发酵期。原因何在？电商发展到了一个临界点，线下渠道互联网意识也开始增强，只有取长补短、互补协同，才能给用户带来更便捷、个性化的服务。

2. 移动电商走向成熟

2013 年前三季度，移动互联网的交易金额统计约 6.55 万亿，同比增长 52%。2014 年，4G 网络商用，智能手机普及，移动购物、支付、二维码等技术的成熟，将推进移动互联的发展进程。目前，京东移动客户端用户突破 1 亿，订单比例近 20%，形成了突前“抢人”的架势。2014 年，移动电商会走向成熟。

3. 互联网金融体系化

2013 年，阿里巴巴推出余额宝，百度推出百度理财，京东在对公业务方面实现突破，推出 3 分钟融资到账的“京宝贝”。可以预见，明年在扭转中小企业贷款难、手续多、环节复杂等现状方面，将出台更为优质的解决方案，2014 年互联网金融将形成对公和对私业务两翼齐飞的局面，银行、基金等金融机构也将主动参与进来，推动整个生态圈的繁荣。

4. 跨境电商与国际化起步

中国电子商务研究中心监测数据显示，2012 年跨境电商交易额达 2 万亿

元，同比增长超 25%，高于线下传统外贸交易额增幅，加之跨境电商可有效缓解我国严峻的进出口形势，因此，2014 年跨境电商在境外本地化、外贸进出口两种模式上或将有所起色。2013 年京东已在新加坡试水体验店，相信 2014 年跨境电商会更活跃。

5. 反向定制（C2B）不再是概念

大打国际牌的同时，电商在国内还有一片蓝海亟待开发——“反向定制（C2B）”。但无论是阿里聚划算，还是京东 JDPhone 计划，都是电商依托技术优势从用户需求出发定制产品的做法。2014 年，电商将更充分释放消费需求驱动力，让 C2B 模式走出概念范畴形成体系，为用户带来更个性化的产品。

6. 本地生活服务大行其道

近年来，本地生活服务市场因更“接地气儿”，更贴近区域消费群等优势逐步升温，艾瑞咨询数据显示，2013 年通过网络购买或预定本地生活服务的用户预计达到 1.85 亿，市场规模有望突破 1200 亿元。2013 年底，B2C 巨头京东上线“京品惠”，意图以买断模式聚焦重点城市和商家抢占市场；阿里巴巴则在生活服务类领域建立移动产品家族，打造集团优势；大众点评、腾讯微信等也争相出手布局。可以预见在 2014 年，这个战场将成为互联网大佬们的“兵家必争之地”。

7. 大数据打开电商新空间

在产品推荐、洞察挖掘用户需求、分析购买行为等环节，大数据帮了电商企业们的大忙。电商企业在后台可以对海量用户数据进行挖掘分析，针对不同用户推荐最佳产品，促进销售额的同时，极大提升了用户体验。从京东 618 到天猫双十一，两大网购狂欢节到处充斥着大数据的影子。2014 年，大数据热潮仍不会冷却，它将成为电商运营的主引擎，并在电商营销、互联网金融等方面产生更大推力，最终成为电商竞争的重要指标。

8. 智能物流升级

2014 年，智能化物流系统将是发展王道。谈到这一点，就不得不提京东在物流、配送上的大手笔投入，以及推出极速达、夜间配等多样化服务，在面临订单激增的情况下，仍然能够为平台保驾护航。未来，无论是阿里巴巴的“菜鸟”，还是京东的“亚洲一号”，结合大数据、云计算、GIS 等技术的智能化物流的对抗将成为电商竞争的主旋律。

9. 智能硬件兴起

硬件能否回归？环顾已推出的智能手表、手环、眼镜等产品，虽还处于初期阶段，但其背后的商业价值已涌现出来。2014 年，互联网巨头大举进军智能

硬件，会是一个重要趋势。如京东在数月前改版了其网站的商品分类，专门增加了“网络盒子”板块，并对外透露加速智能硬件布局的意向。

正如行业分析所指，结合互联网服务和云计算，互联网公司通过智能硬件这枚武器来争夺家居、健康等市场的入口战，已悄然打响。

10. 电商城镇化突围

随着一二线城市网购渗透率接近饱和，电商城镇化布局将成为 2014 年的重点，三四线城市、乡镇等地区将成为电商“渠道下沉”的主战场。阿里巴巴 20 亿投资日日顺，打通区域配送落地；京东贵阳投建综合性物流园、发展订单农业等举措，都是看中了城镇消费能力释放后的巨大能量。

（来源：新京报）

【协会动态】

移动电子商务跨域发展研讨会——便捷交易、安全支付

2013 年 12 月 19 日在中国联合网络通信有限公司上海市分公司召开“移动电子商务跨越发展研讨会”

主办单位：上海市电子商务行业协会移动专业委员会。

承办单位：中国联合网络通信有限公司上海市分公司。

指导单位：上海市电子商务行业协会。

参会单位：上海现代服务业联合会、国内知名电商企业及相关媒体等单位。

研讨大会由主办方致欢迎辞，由下单位嘉宾讲述：

复旦大学凌力论述——移动电子商务发展机遇与挑战：从国内移动电子商务的发展状况出发，简要简述这一热点领域的关键问题、业务特点、支撑技术和成长趋势，并着重分析移动电子商务可能面临的风险和挑战，探讨如何抓住宝贵机遇进行创新发展的方向。

华为终端有限公司中国区副总裁郑普江简述——移动智能终端演进趋势：在日益进步的互联网时代，终端发展趋势正在向移动化和智能化发展，终端不再是一个简单的通话工具，而是一个集成各种各种通信和非通信功能的个人信息处理中心。而移动支付全球发展不均衡导致支付全球发展不均衡导致中国市场很激进；至今移动支付发展核心问题已解决，各大阵营从竞争到合作，推出

移动支付手机移动支付解决方。

中国联通上海市分公司互联网业务运营部总经理沈可演讲——运营商与移动电子商务：随着移动互联网时代的来临，移动电子商务正逐步走入人们的生活，其影响日渐显现。运营商作为移动电子商务产业链中重要的一个环节，在传统提供平台和通道的角色之外，正在积极依靠大数据等新技术为移动电子商务的进一步发展贡献自己的力量。

1 号店高级运营主管王冠宇讲述——移动互联网时代电商的创新与发展：对移动电商的规模和发展趋势进行分析，并通过对比传统零售业、传统电商和移动电商的特质，证明移动电商是一场对电商的革命，而不仅是进化。再以 1 号店为例，举例分享移动电商在市场竞争过程中的种种创新案例。

上海银联电子支付服务有限公司副总经理费捷讲述——移动电子商务创新进程：2013 年全球移动支付交易值将达到 2,354 亿美元，到 2017 年，全球移动支付预计将达到 7,210 亿美元，拥有 4.50 亿移动支付用户。在全球移动支付市场规模有加速发展背景下，本文目的旨在透过对海外支付业 Paypal、Square、Google 移动支付业务的发展给我们的启示，为国内行业相关方提供移动支付业务发展沈考。

交通银行上海市分行电子银行副总经理鲁晓东讲述——银行在移动电子商务时代的因应之道：互联网金融以及移动电子商务是近期为各界探讨的热点话题，而银行将被“脱媒”甚至“革命”的质疑也甚嚣尘上。本次演讲将直面该质疑，并从策略、方法、产品三个层面深入剖析银行在移动电子商务时代的因应之道。

上海交通大学施勇讲述——构建安全可靠的移动电子商务：电子商务在中国蓬勃发展，双 11 创造世界瞩目的成交量。随着各种电子支付平台的日趋完善和成熟，电子商务从电脑日益向便捷终端设备上转移。在此过程中，信息安全和网络安全问题始终是困扰和阻碍电子商务发展的一个重要因素。如何看待网络安全对电子商务的影响？新技术和支付方式对电子商务带来的新的安全风险有哪些？如何在发展电子商务过程中做到网络与信息安全并重是今后电子商务发展的又一重要课题。

（上海市电子商务行业协会）

2013 电商与快递供应链发展论坛

2013 年 12 月 26 日在上海四季酒店召开“2013 电商与快递供应链发展论坛”

主办单位：上海市电子商务行业协会物流与信息专业委员会。

承办单位：顺丰速运集团（上海）速运有限公司。

指导单位：上海市经济和信息化委员会、上海市邮政管理局、中国快递协会、上海市电子商务行业协会、上海生产性服务业促进会。

参会单位：国际国内知名电商企业和相关媒体等单位。

出席本次论坛的政府部门和相关机构企业类型包括：上海市经济和信息化委员会、上海市邮政管理局、中国快递协会。

近年来，电子商务呈现爆发式增长的势头，电子商务与传统商务活动相比有着诸多优势，随着电商新业态的不断涌现，大量优秀的线下企业纷纷转战线上，或线上线下相结合，推动着电商行业的迅猛发展。国家在制定“十二五规划”中将电子商务列入战略性新兴产业的重要组成部分，而各地也纷纷出台本地的《电子商务产业“十二五”发展规划》，大力扶植电子商务；目前，电子商务发展遇到的一个重要瓶颈就是快递配送的制约，当前我国的快递配送体系相对滞后于电子商务的发展速度，而快递的滞后、业务的优良及供应链的健全与否会严重影响电商企业的服务质量和消费者的购物体验，因此如何在电商发展的同时带动快递产业升级，为电商企业提供全供应链服务，同时促进快递行业自身的发展，这是本次论坛的聚焦点。

本次论坛首先由顺丰速运集团华东经营本部总裁曾治平致欢迎词，中国快递协会常务副会长兼秘书长李惠德致辞：近年来，电子商务的发展在神州大地上呈现风起云涌、爆发式增长的态势，不仅孕育产生了新的商业模式、业态，带动了社会经济的转型升级发展，而且极大地影响和重塑了百姓的生活方式。电子商务已经成为打造“中国经济升级版”的一支重要驱动力量，顺丰快递作为快递行业的实践者和领航者，“双十一”充分证明了中国电子商务的发展潜力。对各类企业而言，已经不是“要不要做电子商务”的问题，而是如何“更好地发展电子商务”的问题。快递是电子商务的重要配套组成部分，也是确保电子商务服务到位、水平提升的关键性保障环节，中国快递协会将继续在国家邮政局的领导下，本着服务会员的宗旨，不断加强企业与政府、快递业与相关产业间的协调沟通，积极参与有关法律法规、规划标准和政策制定工作，更好地发挥行业协会应有的作用。

上海交大中美物流研究院与顺丰速运进行了合作备忘录签字仪式

论坛首先由上海交大中美物流研究院院长朱道立教授讲述：智慧地球与智慧物流（现代物流发展历程和趋势、智慧地球是未来发展的趋势、智慧物流的基本环节和特征），智慧城市物流（世界城市化和问题、全球化和城市化背景下货运变化包括城市的货运、种类及城市的物流、和物流中的难题、城市物流管理目标；城市物流信息和决策包括信息系统、车速控制和道路天气信息系统车队管理、路线指导和导航等；城市配送，对不同物品采用的技术系统、决策系统以确保安全；城市物流最后一公里问题及其解决方案），智慧汽车物流（物流的一体化管理；整车物流物流设计等）；并向各参会单位提供在诚信、平等互利原则提供快递业务的全面合作的“合作意向书”。

顺丰速运有限公司（上海）总经理徐丽平讲述：顺丰发展历程；本公司的核心价值观，诚信基本准则，服务（分时效、经济、跨境、特运三类服务），仓储配送，呼叫中心、自助服务等。顺丰速运有限公司顺银支付事业部市场销售部总监牟磊讲述：顺丰金融，助力电商发展所提供的服务（寄件机付——代收货款结算和垫付货款服务；顺丰安心购——售后保障是为商家提供增值服务以及派件提醒以降低客户签收的顾虑，提高商品妥投率服务）。

易迅网配送中心副总裁林捷讲述：易迅物流配送实例。

上海宝尊电子商务有限公司总监梁涛讲述：电商企业供应链快递实例。

（上海市电子商务行业协会秘书处）

上海市电子商务行业协会第三届第二次理事会

今年七月，我协会进行了换届改选。近半年来，在理事会的领导下，围绕促进上海电子商务行业的发展、提高协会自身建设、协助政府开展系列工作、大力发展协会会员等方面，做了大量工作。根据协会章程，就当前遇到的一些重大事项，必须提交理事会讨论，故特召开本次理事会。会议由戴佩华副会长主持，王玮会长出席并讲话。

本次理事会主要议程：

- 1) 第三届改选以来工作情况通报；
- 2) 关于提议现三个专委会主任单位继续担任主任单位以及恢复和新成立两个专委会的情况说明（支付专业委员会、制造业专业委员会、移动专业委员会；恢复物流与信息专业委员会、新成立贸易专业委员会）；

3) 对新增理事、副会长单位事项讨论表决；

4) 对制造业（上海爱姆意机电设备连锁有限公司）、支付（银联商务有限公司）、移动（中国联合网络通信有限公司上海分公司）三个专业委员会续任主任单位事项的表决；

5) 对成立贸易专业委员会事项的表决；

6) 对恢复物流与物流与信息专业委员会事项的表决；

以上表决均获通过。

最后，王玮会长对协会工作提出了要求：1) 要大力助推上海电商企业加快发展；2) 要努力营造电子商务企业诚信发展环境；3) 协会要继续充分发挥各专委会作用；4) 要重点关注平台企业、鼓励和扶持新模式、新业态的发展；5) 要继续做好会员发展工作，提升行业影响力。

（上海市电子商务行业协会秘书处）

【新增会员】

中国电信股份有限公司上海研究院

主要业务范围：通信设备、电信业务、信息技术、系统集成领域内开展技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，通信设备安装及施工，通信设备维护（涉及许可经营的凭许可经营）。

中国电信股份有限公司上海研究院是中国电信集团公司产品开发和业务研究的主要科研机构，是中国电信集团研发和创新体系的重要组成部分，是中国电信股份有限公司上海公司的主要科研基地，拥有雄厚的科研基础设施，强大的科研开发团队和高水平的研发成果。总建筑面积 20000 平方米的科研大楼座落于上海浦东陆家嘴金融区，建有中国电信 3G 实验室、中国电信下一代网络（NGN）实验室、中国电信智能网业务开发平台、中国电信宽带网络实验室，以及中国电信交换机软件管理与测试平台、中国电信交换网管系统软件管理与测试平台等集团重点实验室。研究院拥有产品开发、业务研究、技术支撑等各类专业人员 300 余名，其中博士和硕士 100 余名。研究院自成立以来，科研成果和开发项目多次获得部级和上海市优秀科研成果奖，一大批拥有自主知识产权的科研成果在集团你得到广泛应用，并获得了良好的经济效益和社会效益。

(来源：中国电信股份有限公司上海研究院)

顺丰速运集团（上海）速运有限公司

主要业务范围：国际、国内快递

顺丰上海区于 2002 年 4 月成立，总注册 2182 万元。营业网络已经覆盖上海市全部 16 个行政区域以及崇明县，拥有 190 个营业网点，现有运输车辆 700 多台。

十一年来，上海区一直致力于打造成为最值得信赖和尊敬的速运公司，秉承诚信经营，客户至上的理念，努力实现员工满意、客户满意和社会满意的目标。

(来源：顺丰速运集团（上海）速运有限公司)

上海润孚信息技术有限公司

主要业务范围：投资咨询、软件开发、技术服务、数据研究、广告服务等。

信托网创设于 2000 年 2 月，是中国最早的信托业门户网站。网站拥有信托资讯，信托产品库，分析研究等六大板块、二十四子栏目，建立了专业的希诺咨询平台与数据研究中心体系。

信托网在业内拥有强大的品牌影响力和丰富的行业资源，并一直与主要信托公司、众多大型理财机构、各大金融媒体及行业专家保持着良好的合作关系，是业内唯一同时被中国人民银行、中国信托业协会网站收录超级的信托专业网站。

在互联网金融爆发式发展的大趋势下，信托网倾情打造了一个融合信托业内各参与主体的新型理财产品聚众分销平台——“聚信托”。

聚信托是大资管行业垂直搜索平台，是 B2B 交易撮合平台，为信托、资管、私募等理财行业相关机构及从业人员服务。内容包括：为第三方理财机构、理财师优先获得理财产品推介权；为信托等理财产品发行机构开拓产品营销、路演渠道，优选包销、分销商；帮助融资企业快速对接理财产品发行机构并提供专业意见。

(来源：上海润孚信息技术有限公司)

苏州市伸越纺织贸易有限公司

主要业务范围：镇纺织，化学纤维。

苏州市伸越纺织贸易有限公司是一家集产品开发和生产贸易为一体的企业。经营各式各样的面料：尼丝纺、牛津布系列、锦棉、棉锦、涤棉布、锦涤棉、锦涤纺、春亚纺、阳离子，金属导电丝面料，各类纬弹 / 四面弹面料，各类平纹 / 斜纹里布及涤纶提花布等。

公司以“领衔时尚，创导潮流”为宗旨，永远走在时尚的最前沿，并不断的创新与开发。

(来源：苏州市伸越纺织贸易有限公司)

【交流园地】

电子商务供应链管理与传统供应链管理对比

电子商务在当今的社会中得到了越来越多的发展，企业在物流与供应链的方面都发生了很大的变化，其中在以信息化、集成化为基础的电子商务的供应中的变化是比较大的。本文主要是以电子商务的供应链的管理与传统的供应链进行对比分析。

现在传统的供应链的管理中存在着很多的问题，主要是结构和系统思想的问题，而电子商务的出现就是供应链的管理出现了新的特点，本文就是首先分析一下传统的供应链的管理中存在的问题以及电子商务下的新型的供应链的特点进行总结分析。

1. 概述

电子商务的概念是在 1994 年提出的，直到今天随着产业信息化的不断发展，电子商务的应用也越来越广泛，网络的发展也为电子商务提供了良好的发展前景。电子商务就是利用网络来进行全部的交易活动，主要指的就是资金流、商流、信息流等的物流在网络上的完全实现。供应链的管理就是一种先进的管理模式，它集敏捷化、集成化、信息化为一体，集合了当今管理模式的新思想和新技术、新思路，它的主要运行模式就是对增值流、信息流、资金流、

物流、业务流等的供应链中的关键因素进行有组织、有计划、相协调及控制的一体化的管理过程。其中最主要的就是思想就是系统理论。供应链的管理与电子商务存在着很多共同点，它们都是一个价值增加的过程，这种过程就是从生产商到最终用户的过程。电子商务的特点就是它是建立在网络的平台上的，是一种更新的、更加快速有效的进行供应链构建的过程，简单的说供应链的管理过程在电子商务中的体现就是电子商务实现价值增值的一个过程。

2. 传统的供应链管理现状

从结构上来说，传统的供应链的管理只是通过一定的通讯介质把制造商、供应商、零售商、分销商以及客户等的一些预先制定的一些因素简单的链接起来，仅仅是一种横向的联系，更侧重于内部之间的联系，这种管理模式的灵活性比较差，只是在点与点之间进行单向联系以及集成，具有效率低、成本高的缺点，而且各个要素之间联系只要有一点断了就会使整个的链接无法运行。这种供应链的管理因其过于横向性的特点对于现在经济的全球化的发展很难适应，在现在市场竞争如此激烈的形势下，对于我国的企业在市场上的表现有着非常严重的制约，具体表现在以下几个方面：

(1) 对于自供、自产、自销的模式过于重视强调。这种模式从表面上看好像可以什么事都能在企业的内部解决，但是却严重的影响了企业核心的重点任务的开发，使企业在市场的核心生产力上失去了竞争力，造成了许多供应和分销商都是分离在外的，在企业的内部操作上都是只注重对于自身的资源的利用以及对于物流的关注，但是却对资本流、工作和信息流缺乏重视，使企业与外部的合作伙伴缺乏了适当的联系，各个环节无法进行很好地沟通与联系独立存在，造成了资金浪费、产品的严重积压的现象，这些都与企业的目标相冲突。

(2) 过分的强调竞争而忽略了合作的重要性。在传统的各个供应链的要素之间不是合作伙伴的关系而是作为交易的关系来相处，造成相互之间的诚信缺乏、货款拖欠、讨价还价的现象发生，使供应链中的各个要素竞争更加激烈，通常都是采用价格战争甚至是亏损经营，这种竞争的后果一般是两败俱伤。

(3) 服务的平台以及电子的交易手段比较缺乏，市场的响应机制也比较缺乏。信息的服务平台以及电子的交易平台不够安全规范以及可靠，对于客户的需求没有做到及时的跟踪以及建立相应的系统，对于客户的需求没有进行及时的回应，使客户的满意度越来越低，使企业的形象和信息受到严重的影响，而且在供应链的各个要素之间的步伐无法做到一致，所以造成了信息传递和共享的速度太低。

(4) 对于原材料的供应商的认识不够，重视度也达不到，只是注重顾客的

需求，认为供应商是有求于我的，致使双方的信任度越来越小。

(5) 在供求信息方面，一些客户的信息不准造成单方面的毁约，这种情况的发生是由于供应链的信息传递发生扭曲，对于制造商来说无法根据订单上的数字进行生产，只能根据预测来完成，使库存的成本比较高，企业的竞争力相应的下降。

(6) 企业之间的信息管理系统缺乏完善，是相互之间的联系减少，造成信息的无法共享、重复、失真以及滞后等等问题。

3. 供应链管理在电子商务下的特点

3.1 管理的信息化特点

消息的灵通是现代企业在市场管理中想要得到持续健康发展的一个重要的条件，只有在完全掌握用户的需求变化以及竞争对手的信息后，才能做到知己知彼。在供应链系统中要想做到信息共享就要求很好的对信息技术进行应用，使整个系统信息的供应更加的精确及时、高效，可以更好地提高供应链的绩效。所以作为一个企业来说，供应链的信息平台的建设，比如电子数据交换、数据库、条形码、电子订货系统等一些信息交换技术和网络技术相结合，构建起一种完整的供应链的集成系统就变得越来越重要。

3.2 网络与横向一体化的特点

以往的企业都是采取纵向一体化的方法来实现控制的高度，认为这样可以更好地对资源进行整合，但是纵向一体化的存在着业务的领域太庞杂、在管理组织上太过臃肿的缺点，所以造成了成本的上升，风险也比较强。所以横向一体化的供应链管理的思想就应运而生了，主要的模式就是要利用外部的一些资源对市场的需求进行积极地响应，使企业抓住了市场和产品发展的方向。这种体系的形成使供应商、制造商以及分销商贯穿到所有的企业链接中。使现代的信息技术对于集成业务流程和改造起到了很好地作用，使客户与供应商之间建立起一种业务合作的伙伴联盟。

3.3 在生产和经营上更加的敏捷和柔性。

在市场竞争全球化的影响下，企业单单凭借自身的力量来进行自我调整是非常艰难的，所以企业敏捷的制造模式就由上个世纪美国提出，这种模式是在动态联盟以及虚拟的企业基础上提出的。这种模式是由分布式的充分自治的协同工作来代替以前的协同式的金字塔式的管理结构，比较重视人的创造性的发挥。使企业之间达到互赢的关系。主要的特点就是强调对信息开放，实现信息的共享。

3.4 物流系统更加专业和系统

物流在当下的企业经营的管理中只是作为一种辅助商务活动的职能而存在的，在企业管理的领域中并没有起到构成的作用，不存在统一的控制和协调，在管理上也往往是分散进行的。而在电子商务的环境下，物流的作用就变得更加重要了，而且物流的业务完成程度将对于整体的业务完成来说具有很重要的意义，将影响到整个交易的服务水平和水准，最重要的作用就是可以及时的掌握商品的流动以及市场的需求，所以必须对物流活动进行综合系统化的管理。所以说物流系统建立的科学性以及企业和社会物流的建立，从全方面的纵深化的对物流进行管理和协调。

4. 结束语

电子商务在供应链管理中的应用，有效的弥补传统的供应链的管理缺陷，使供应链的管理不再局限于企业管理的内部，而是对于客户和供应商都可以起到相应的作用，甚至于客户的客户，供应商的合作伙伴，建立起一种覆盖产品设计、预测需求、外部的协助和购买、储运、制造、分销以及对于客户服务的全体过程的跨企业的相互协作。

(来源：中国电子商务研究中心)

企业如何利用信息化成果拓展信息化建设

企业信息化建设为企业管理者提供了大量的科学的数据和先进的管理手段，为业务人员和基础管理人员及时了解企业运转状态提供了简便、快捷的方式和手段。然而信息化建设投入之大、风险高，见效慢等特殊性的存在，使得企业信息化建设的积极性不是很高，发展缓慢。下面我通过分析企业信息化现状，剖析信息系统的结构，分解信息系统的功能，通过求同存异的方法将现有成熟的信息系统功能，拓展到其他生产和管理中去，实现信息化建设的推广和运用。

一、企业信息化现状

1. 企业信息化建设资金问题。一个信息化项目从调研、设计、开发、测试、实施、培训等到完全实现信息化项目的实际需求并运行正常，往往经历的时间很长，投入的资金较大，风险较高。所以很多企业虽然很重视信息化建设，但在实际投入上还是有一定的顾虑，不会轻易投入大量的资金去投入信息化项目建设。

2. 企业信息化建设技术问题。企业信息化建设遇到的最大难题是企业信息化建设人才缺失问题，懂得信息技术的人员不明白企业的真实业务流程和管理体制，懂得企业的业务流程和管理体制的人员不太了解信息技术，不能完成信息系统建设。

3. 企业信息化建设开发风险问题。在推进企业信息化建设的进程中，由于企业和软件公司都缺乏熟悉企业特点、业务流程、管理特色又具有一定的信息技术、懂设计、会管理的综合性人才，使得很难整理出一份详尽的项目调研报告，设计出符合企业实际的需求方案，即使信息化项目前期都符合要求，在开发过程中也有可能由于技术、应用或实现方法等方面的原因，导致信息化项目最终失败。

二、深入分析企业信息化建设的成果，分解信息系统的功能模块

随着现代信息技术的发展，信息化产业的不断进步，越来越多的企业已无法脱离信息技术的支撑，离开信息化技术，企业的生产和管理都可能陷入困境，更谈不上健康快速发展了。所以信息化建设，信息技术的应用，特别是信息系统的管理也在逐步成为企业生存和发展的主要支撑之一。但由于信息化建设投入大，风险高，见效慢的特点，使得很多企业只是在主要业务或特殊业务实施了信息系统管理。下面我将举例说明利用企业使用的信息系统，拓展信息系统使用范围，推动信息化建设的进程。

1. 深入分析信息化建设的成果。我们将企业信息化建设的比较成熟的项目材料进行重新捋顺，找出当时的调研报告，需求分析，业务流程、设计方案等相关材料，进行深入研究分析，尽可能的捋出信息化项目建设的共性问题 and 标准的业务和管理流程。开滦国际物流公司通过对综合物流信息系统的贸易子系统调研报告、需求分析、业务流程设计等相关材料的分析研究。总结和优化出系统的业务流程：

类似这样的业务流程将成为我们拓展信息化建设项目的第一手资料。

2. 分解信息系统的功能模块。我们将信息系统的业务流程和管理架构进行分析，按照功能进行流程设计。我们还以开滦国际物流公司综合物流信息系统中贸易子系统为例，贸易子系统的业务和管理流程为：

我们通过分解开滦国际物流公司综合物流信息系统贸易子系统可以得到诸如：收货管理、发货管理、票据管理、收付款管理等模块功能。我们通过对这些模块的二次开发和修改，使其能够拥有独立的功能和衔接的接口。

3. 按照新项目的功能要求和已有的功能模块，进行新项目的方案实施。我们通过分解信息系统功能可以得到充足的功能模块，将调试好的模块进行整

理，作为我们用于开发和实施新项目的内在资源。新项目的需求确定以后，我们按照需求和已掌握的功能模块进行方案设计。一个新项目就像盖一座大楼，我们的各类功能模块就像是盖大楼用的砖和钢筋，我们通过自己的技术水平将砖和钢筋有效结合起来，盖好大楼。开滦国际物流公司就通过此方法引用贸易子系统中收货完成了库存的采购、利用发货完成了库存支领，利用票据管理完成了库存的结算，最终成功的完成了库存管理系统的设计和实施。

4. 利用信息技术和数据库知识完成特殊业务需求。一个项目从需求调研到最终的实施使用，不可能做到尽善尽美，或多或少的都有些小遗憾，存在一些细节的功能没有实现，但我们可以通过信息技术和数据库知识，将所需要的数据进行重新整理、关联、计算，得到我们想要的结果。

三、利用信息化成果，拓展信息化建设的优势。

1. 节约大量资金。让软件公司给定制开发一个信息管理系统，少说也得几十万，动辄上百万。即使项目成功实施运行，后期的维护和培训费用也是很大一笔开支。利用信息化成果，拓展开发实施的项目，成本很低，除了需要对专业技术人员进行技术培训和学习费用外，其他几乎不产生费用。

2. 减少人力、物力的投入。由于软件公司不了解企业的生产和管理情况，如果开发一个新项目，前期的需求调研，需求确认、方案讨论等涉及到很多部门和人员，占用大量的时间和精力。后续的实施及培训也牵涉很大精力。利用信息化成果，拓展开发实施的项目，由于开发实施的人员就是企业的员工，对企业的生产和管理相当了解，没有必要大范围的调研，实施和培训也不会牵涉很大精力。

3. 降低新项目的实施风险。由于新项目是利用信息化成果，拓展开发实施的项目，是企业内部人员编制完成的，对于企业的特点、员工的操作习惯，管理架构等都可以考虑的更全面。设计和开发出系统更利用员工的使用和企业的管理。

4. 有益于新项目的维护和数据安全。利用信息化成果，拓展开发实施的项目不涉及企业外部人员的介入，不仅降低了企业内部数据外泄的风险，保障了数据安全，也使得企业内部人员完全掌握了新项目的设计方案和程序代码，能够根据业务需求和功能要求随时进行维护，满足新需求。

5. 为企业培养了一批信息技术人才，增强了企业的技术实力。利用信息化成果，成功拓展开发实施一个新项目，那就标志着企业拥有了一批高素质信息化建设人才。

四、总结

企业利用自身的信息化成果，拓展信息化建设不仅节约了信息化建设的投入资金，也有效的降低了信息化建设的风险，也为企业信息化建设培养了一批高素质信息技术人才。

（来源：中国电子商务研究中心）

编辑：黄小平、汪玉申

责任编辑：张承鹤