



Shanghai eCommerce Association

会员资料 注意保存

# 电子商务资讯

2014年8月第7期总第138期

上海市电子商务行业协会主办

## 目录

### 【重要消息】

上海关于促进本市互联网金融产业健康发展的若干意见.....1

上海市创新型新兴服务业示范企业颁奖大会成功召开.....4

### 【政策规范】

企业信息公示暂行条例..... 6

即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定..... 10

### 【行业动态】

盘点：跨境电商产业发展概况及发展形式..... 12

未来推动移动支付普及的三个趋势..... 13

### 【新增会员】

上海杰图天下网络科技有限公司..... 14

上海诚泰志邦网络通讯工程有限公司..... 15

萨嘎网络科技（上海）有限公司..... 15

### 【交流园地】

盘点：发展电商要跳出的“四大误区”..... 16

大数据营销的十大切入点..... 18

## 【重要消息】

### 上海市人民政府印发关于促进本市互联网金融产业健康发展若干意见的通知

各区、县人民政府，市政府各委、办、局：

现将《关于促进本市互联网金融产业健康发展的若干意见》印发给你们，请认真按照执行。

上海市人民政府

2014年8月4日

### 关于促进本市互联网金融产业健康发展的若干意见

互联网金融是基于互联网及移动通信、大数据、云计算、社交平台、搜索引擎等信息技术，实现资金融通、支付、结算等金融相关服务的金融业态，是现有金融体系的进一步完善和普惠金融的重要内容。其表现形式既包括以互联网为主要业务载体的第三方支付，金融产品销售与财富管理，金融资讯与金融门户，金融大数据采掘加工，网络融资与网络融资中介等新兴、新型金融业态；也包括持牌互联网金融机构，以及各类持牌金融机构设立的主要从事互联网金融相关业务的法人机构或功能性总部。为把本市建成互联网金融发展的高地，进一步提升上海国际金融中心的影响力、辐射力、创新力和资源配置能力，推动中国（上海）自由贸易试验区金融改革创新，助力上海打造具有全球影响力的科技创新中心，现就促进本市互联网金融产业健康发展提出如下若干意见：

#### 一、明确指导思想，突出“四个坚持”

（一）坚持服务实体经济，促进产业转型升级。鼓励互联网金融为符合国家及本市产业导向领域的中小微企业和家庭居民提供多样、灵活的金融服务；支持互联网金融与电子商务、现代物流、信息服务、跨境贸易等领域融合发展，促进相关行业转型升级。

（二）坚持鼓励金融创新，形成竞争发展格局。切实转变观念、创新政府管理模式，以更加包容的态度支持互联网金融企业与持牌金融机构在互联网金融领域进行产品创新、技术创新、服务创新、管理创新和模式创新，在细分领域和行业解决方案方面做专、做深、做精、做细，错位竞争、特色发展，持续提升核心技术水平和综合竞争力。

（三）坚持营造发展环境，完善行业基础设施。立足当前、着眼长远，整

合现有政策资源，加强人才培育、研究创新、信用体系、法治环境等方面的基础设施建设，着力营造有利于行业健康发展的良好环境。

（四）坚持规范健康发展，切实防范金融风险。坚持底线思维，妥善处理互联网金融创新发展和风险防范的关系，切实加强投资者教育与金融消费者权益保护，引导互联网金融企业合理有序竞争、规范健康发展。

## 二、加强政策支持，促进集聚发展

（五）鼓励有条件的企业发展互联网金融业务、申请有关业务许可或经营资质。鼓励有条件的企业在本市发起设立以互联网为主要业务载体或以互联网业务为主要服务领域的各类持牌金融机构。支持电子商务平台等大型互联网企业在本市设立小额贷款、融资担保、融资租赁、商业保理等新型金融企业。支持有条件的互联网金融企业依法申请有关金融业务许可或进行有关金融业务备案，申领增值电信业务经营许可证等经营资质。允许主要从事互联网金融业务的企业在名称中使用“互联网金融”或“网络金融”字样，并在工商登记等环节提供便利。

（六）加大对互联网金融企业的支持培育力度。对互联网金融领域的新兴业态和创新模式，本市战略性新兴产业发展专项资金、服务业发展引导资金、高新技术成果转化专项资金等财政资金予以重点支持。支持有条件的互联网金融企业进行软件企业、高新技术企业、技术先进型服务企业等方面认定，按照规定享受相关财税优惠政策。

（七）拓宽互联网金融企业融资渠道。充分发挥上海市大学生创业投资基金、上海市创业投资引导基金等政策性基金的助推作用，探索设立主要投向互联网金融领域早期创业企业的创业投资基金和天使投资基金。支持社会资本发起设立互联网金融产业投资基金、并购基金，鼓励各类机构投资有发展潜力的互联网金融企业。支持互联网金融企业在境内外多层次资本市场上市（挂牌）。

（八）支持持牌金融机构向互联网金融领域拓展转型。支持银行业、证券业、保险业持牌金融机构积极开展互联网金融领域的产品和服务创新，提升金融服务广度、深度和能级。对持牌金融机构在沪设立的主要从事互联网金融相关业务的法人机构或功能性总部，市、区县两级政府可根据相关政策给予支持。

（九）鼓励互联网金融企业合理集聚。积极支持有条件的区县、园区结合自身产业定位，建设有特色的互联网金融产业基地（园区），制定有针对性的政策措施，引导互联网金融企业合理集聚。对优秀互联网金融产业基地（园区），市、区县两级政府可给予一定支持。

### 三、加强基础建设，营造发展环境

(十) 吸引集聚互联网金融人才。支持互联网金融企业的高级管理人员和高级技术人才享受本市人才引进政策，在居住证等入沪手续办理方面提供便利。支持作出突出贡献的互联网金融企业高级管理人员和技术人才申报本市有关高级人才项目。支持高等院校、专业机构加强互联网金融领域人才培养，探索开展从业人员资质认证，对有关培训认证费用可给予适当补贴。

(十一) 鼓励互联网金融领域研究创新。鼓励互联网金融企业、持牌金融机构、高等院校等开展互联网金融产业理论、标准、技术和产品等方面的研究。支持设立专业化的互联网金融研究机构，打造具有国际、国内影响力的互联网金融论坛。对互联网金融领域的重要创新成果，支持申报本市金融创新奖。

(十二) 加强互联网金融领域信用体系建设。支持互联网金融企业充分利用各类信用信息查询系统，规范信用信息的记录、查询和使用。支持信用服务机构面向互联网金融领域加强信用产品研发和服务创新，建设互联网金融信用信息服务平台。对为互联网金融企业提供专业信用服务的机构，可按照规定给予一定支持。支持市公共信用信息服务平台与互联网金融企业加强合作，促进公共信用信息、金融信用信息、社会信用信息互动共用。

(十三) 完善配套支持体系。鼓励持牌金融机构与互联网金融企业在客户资金存管（监管）、渠道营销、风控外包等方面开展深度合作，构建互联网金融产业联盟，促进信息技术手段与金融业务的融合运用。支持设立、发展提供数据存储及备份、云计算共享、大数据挖掘、信息系统及数据中心外包、信息安全维护等基础服务的机构，支持建立互联网金融数据共享交换平台。

(十四) 营造良好法治环境。探索开展互联网金融相关领域地方立法研究，加大对互联网金融企业专利、软件、品牌等知识产权的保护力度。充分发挥上海金融法治环境建设联席会议等工作机制的作用，针对互联网金融行业特点，着力营造良好法治环境。

### 四、强化风险防控，引导规范发展

(十五) 严厉打击互联网金融领域各类违法犯罪行为。充分发挥本市金融稳定例会、打击非法金融活动领导小组等工作机制的作用，积极配合中央金融监管部门开展工作，严厉打击互联网金融领域的非法集资、洗钱犯罪、恶意欺诈、虚假广告、违规交易、买卖客户信息等违法犯罪行为。

(十六) 引导互联网金融企业增强合规经营意识、提升风险防控能力。引导互联网金融企业明确经营“底线”、政策“红线”，健全风险管理、信息披

露、纠纷处理等方面的内控机制。推动互联网金融企业开展客户资金存管（监管）、做实各类准备金账户，切实提升自身风险防控能力。推动互联网金融企业提升信息技术水平与信息安全防护能力，强化对企业金融数据和客户信息的安全保护。

（十七）支持开展行业自律与第三方监测评估。支持建立互联网金融行业协会、联盟，制定自律公约、行业标准，加强对会员企业及其从业人员的职业道德和职业纪律约束。充分发挥第三方机构作用，探索对有关领域互联网金融活动开展监测评估，建立社会力量参与市场监督的工作机制。

（十八）健全互联网金融风险防控与安全保障机制。针对互联网金融特点，探索建立行业风险监测、预警和应急处置机制。配合国家相关部门健全互联网金融领域支付安全、信息安全等方面的监管制度、技术规范及标准体系。加强相关政府部门间的信息共享，完善本市互联网金融企业及其从业人员诚信体系。

（十九）加强投资者教育和金融消费者权益保护。通过电视、广播、报刊、网络等多种形式，加强互联网金融适当性教育，提高投资者风险意识及产品认知、风险识别能力。畅通互联网金融消费投诉渠道，加强金融消费者权益保护。

## **五、健全工作机制，完善部门协同**

（二十）健全促进本市互联网金融产业健康发展的工作机制。由本市相关部门、中央在沪监管单位参与，建立本市互联网金融产业发展联席会议（以下简称“联席会议”）。联席会议主要职责是跟踪分析互联网金融产业发展的新情况、新问题，积极向国家有关部门争取先行先试政策，研究确定本市互联网金融产业发展的重点领域和政策措施，协调解决互联网金融产业发展中遇到的困难和问题，推动完善互联网金融领域风险防控和应急处置机制。联席会议召集人由市政府分管领导担任，日常事务由市金融办会同市经济信息化委承担。

## **上海市创新型新兴服务业示范企业颁奖大会成功召开**

8月5日下午，由上海现代服务业联合会主办，上海现代服务业发展研究院承办的“上海市创新型新兴服务业示范企业颁奖大会”在联合会本部多功能厅举行。联合会会长周禹鹏、副会长兼秘书长赵效定、副会长周伟民、孙振鸿、巢卫林及联合会各部门领导；市发改委、市商务委、市经信委、市金融办

有关部门领导，相关行业协会领导或代表；示范企业、提名企业领导或代表；联合会下属机构领导或代表等 60 余人参加此次颁奖大会，会议由联合会副会长、研究院院长周伟民主持。

首先，联合会副会长兼秘书长赵效定宣读上海市创新型新兴服务业示范企业评选表彰决定，并由联合会会长周禹鹏、副会长赵效定、周伟民、陈振鸿、巢卫林分别向示范企业及提名企业颁发奖牌及证书。

会上，市发改委副主任张素心讲话，他对此次活动的成功举行及获奖单位表示肯定及祝贺。示范企业代表上海万得信息技术股份有限公司、上海宝信软件股份有限公司和号百信息服务有限公司也分别派代表进行发言。

最后，联合会会长周禹鹏讲话，他对荣获上海创新型新兴服务业示范企业光荣称号的单位表示热烈的祝贺和崇高的敬意。并指出此次开展示范企业评选活动，目的是为上海现代服务业的发展壮大提供强大的榜样力量。示范企业是促进企业发展的旗帜，其示范的先进性是推动企业发展的动力。研究探索实践示范企业的成长规律，发挥好示范带动作用，对于带动产业持续快速发展具有至关重要的作用。许多企业在工作实践中积累了大量的先进经验，产生了许多创新发展的典型案例，形成了一批新模式、新产业、新技术、新业态的“四新”企业。我们要不断探索先进典型的成长规律，大力弘扬先进典型的榜样示范作用，营造学习先进典型的浓厚氛围，不断推动上海现代服务业企业又好又快的健康发展。

#### **附：获奖企业名单**

示范企业：（10 家，其中本协会企业 3 家）

上海万得信息技术股份有限公司

上海大智慧股份有限公司

上海齐家网信息科技股份有限公司

上海宝信软件股份有限公司

上海迪爱斯通信设备有限公司

号百信息服务有限公司

汉海信息技术（上海）有限公司

卡斯柯信号有限公司

龙旗科技（上海）有限公司

快钱支付清算信息有限公司

提名企业：（11 家，其中本协会企业 3 家）

上海二三四五网络科技股份有限公司

上海大唐移动通信设备有限公司  
上海东方希杰商务有限公司  
上海付费通信息服务有限公司  
上海华勤通讯技术有限公司  
上海陆家嘴国际金融资产交易市场股份有限公司  
上海国兴农现代农业发展股份有限公司  
上海诺亚金融服务有限公司  
上海圆迈贸易有限公司  
上海海得控制系统股份有限公司  
上海携程商务有限公司

(来源：信息中心)

## 【政策规范】

### 企业信息公示暂行条例

中华人民共和国国务院令 第 654 号

《企业信息公示暂行条例》已经 2014 年 7 月 23 日国务院第 57 次常务会议通过，现予公布，自 2014 年 10 月 1 日起施行。

总理 李克强

2014 年 8 月 7 日

### 企业信息公示暂行条例

**第一条** 为了保障公平竞争，促进企业诚信自律，规范企业信息公示，强化企业信用约束，维护交易安全，提高政府监管效能，扩大社会监督，制定本条例。

**第二条** 本条例所称企业信息，是指在工商行政管理部门登记的企业从事生产经营活动过程中形成的信息，以及政府部门在履行职责过程中产生的能够反映企业状况的信息。

**第三条** 企业信息公示应当真实、及时。公示的企业信息涉及国家秘密、国家安全或者社会公共利益的，应当报请主管的保密行政管理部门或者国家安全机关批准。县级以上地方人民政府有关部门公示的企业信息涉及企业商业秘

密或者个人隐私的，应当报请上级主管部门批准。

**第四条** 省、自治区、直辖市人民政府领导本行政区域的企业信息公示工作，按照国家社会信用信息平台建设的总体要求，推动本行政区域企业信用信息公示系统的建设。

**第五条** 国务院工商行政管理部门推进、监督企业信息公示工作，组织企业信用信息公示系统的建设。国务院其他有关部门依照本条例规定做好企业信息公示相关工作。

县级以上地方人民政府有关部门依照本条例规定做好企业信息公示工作。

**第六条** 工商行政管理部门应当通过企业信用信息公示系统，公示其在履行职责过程中产生的下列企业信息：

- (一) 注册登记、备案信息；
- (二) 动产抵押登记信息；
- (三) 股权出质登记信息；
- (四) 行政处罚信息；
- (五) 其他依法应当公示的信息。

前款规定的企业信息应当自产生之日起 20 个工作日内予以公示。

**第七条** 工商行政管理部门以外的其他政府部门（以下简称其他政府部门）应当公示其在履行职责过程中产生的下列企业信息：

- (一) 行政许可准予、变更、延续信息；
- (二) 行政处罚信息；
- (三) 其他依法应当公示的信息。

其他政府部门可以通过企业信用信息公示系统，也可以通过其他系统公示前款规定的企业信息。工商行政管理部门和其他政府部门应当按照国家社会信用信息平台建设的总体要求，实现企业信息的互联共享。

**第八条** 企业应当于每年 1 月 1 日至 6 月 30 日，通过企业信用信息公示系统向工商行政管理部门报送上一年度年度报告，并向社会公示。

当年设立登记的企业，自下一年起报送并公示年度报告。

**第九条** 企业年度报告内容包括：

- (一) 企业通信地址、邮政编码、联系电话、电子邮箱等信息；
- (二) 企业开业、歇业、清算等存续状态信息；
- (三) 企业投资设立企业、购买股权信息；

(四) 企业为有限责任公司或者股份有限公司的，其股东或者发起人认缴和实缴的出资额、出资时间、出资方式等信息；

- (五) 有限责任公司股东股权转让等股权变更信息；
- (六) 企业网站以及从事网络经营的网店的名称、网址等信息；
- (七) 企业从业人数、资产总额、负债总额、对外提供保证担保、所有者权益合计、营业总收入、主营业务收入、利润总额、净利润、纳税总额信息。

前款第一项至第六项规定的信息应当向社会公示，第七项规定的信息由企业选择是否向社会公示。

经企业同意，公民、法人或者其他组织可以查询企业选择不公示的信息。

**第十条** 企业应当自下列信息形成之日起 20 个工作日内通过企业信用信息公示系统向社会公示：

- (一) 有限责任公司股东或者股份有限公司发起人认缴和实缴的出资额、出资时间、出资方式等信息；
- (二) 有限责任公司股东股权转让等股权变更信息；
- (三) 行政许可取得、变更、延续信息；
- (四) 知识产权出质登记信息；
- (五) 受到行政处罚的信息；
- (六) 其他依法应当公示的信息。

工商行政管理部门发现企业未依照前款规定履行公示义务的，应当责令其限期履行。

**第十一条** 政府部门和企业分别对其公示信息的真实性、及时性负责。

**第十二条** 政府部门发现其公示的信息不准确的，应当及时更正。公民、法人或者其他组织有证据证明政府部门公示的信息不准确的，有权要求该政府部门予以更正。

企业发现其公示的信息不准确的，应当及时更正；但是，企业年度报告公示信息的更正应当在每年 6 月 30 日之前完成。更正前后的信息应当同时公示。

**第十三条** 公民、法人或者其他组织发现企业公示的信息虚假的，可以向工商行政管理部门举报，接到举报的工商行政管理部门应当自接到举报材料之日起 20 个工作日内进行核查，予以处理，并将处理情况书面告知举报人。

公民、法人或者其他组织对依照本条例规定公示的企业信息有疑问的，可以向政府部门申请查询，收到查询申请的政府部门应当自收到申请之日起 20 个工作日内书面答复申请人。

**第十四条** 国务院工商行政管理部门和省、自治区、直辖市人民政府工商行政管理部门应当按照公平规范的要求，根据企业注册号等随机摇号，确定抽查的企业，组织对企业公示信息的情况进行检查。

工商行政管理部门抽查企业公示的信息，可以采取书面检查、实地核查、网络监测等方式。工商行政管理部门抽查企业公示的信息，可以委托会计师事务所、税务师事务所、律师事务所等专业机构开展相关工作，并依法利用其他政府部门作出的检查、核查结果或者专业机构作出的专业结论。

抽查结果由工商行政管理部门通过企业信用信息公示系统向社会公布。

**第十五条** 工商行政管理部门对企业公示的信息依法开展抽查或者根据举报进行核查，企业应当配合，接受询问调查，如实反映情况，提供相关材料。

对不予配合情节严重的企业，工商行政管理部门应当通过企业信用信息公示系统公示。

**第十六条** 任何公民、法人或者其他组织不得非法修改公示的企业信息，不得非法获取企业信息。

**第十七条** 有下列情形之一的，由县级以上工商行政管理部门列入经营异常名录，通过企业信用信息公示系统向社会公示，提醒其履行公示义务；情节严重的，由有关主管部门依照有关法律、行政法规规定给予行政处罚；造成他人损失的，依法承担赔偿责任；构成犯罪的，依法追究刑事责任：

（一）企业未按照本条例规定的期限公示年度报告或者未按照工商行政管理部门责令的期限公示有关企业信息的；

（二）企业公示信息隐瞒真实情况、弄虚作假的。

被列入经营异常名录的企业依照本条例规定履行公示义务的，由县级以上工商行政管理部门移出经营异常名录；满 3 年未依照本条例规定履行公示义务的，由国务院工商行政管理部门或者省、自治区、直辖市人民政府工商行政管理部门列入严重违法企业名单，并通过企业信用信息公示系统向社会公示。被列入严重违法企业名单的企业的法定代表人、负责人，3 年内不得担任其他企业的法定代表人、负责人。

企业自被列入严重违法企业名单之日起满 5 年未再发生第一款规定情形的，由国务院工商行政管理部门或者省、自治区、直辖市人民政府工商行政管理部门移出严重违法企业名单。

**第十八条** 县级以上地方人民政府及其有关部门应当建立健全信用约束机制，在政府采购、工程招投标、国有土地出让、授予荣誉称号等工作中，将企业信息作为重要考量因素，对被列入经营异常名录或者严重违法企业名单的企业依法予以限制或者禁入。

**第十九条** 政府部门未依照本条例规定履行职责的，由监察机关、上一级政府部门责令改正；情节严重的，对负有责任的主管人员和其他直接责任人员

依法给予处分；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

**第二十条** 非法修改公示的企业信息，或者非法获取企业信息的，依照有关法律、行政法规规定追究法律责任。

**第二十一条** 公民、法人或者其他组织认为政府部门在企业信息公示工作中的具体行政行为侵犯其合法权益的，可以依法申请行政复议或者提起行政诉讼。

**第二十二条** 企业依照本条例规定公示信息，不免除其依照其他有关法律、行政法规规定公示信息的义务。

**第二十三条** 法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织公示企业信息适用本条例关于政府部门公示企业信息的规定。

**第二十四条** 国务院工商行政管理部门负责制定企业信用信息公示系统的技术规范。

个体工商户、农民专业合作社信息公示的具体办法由国务院工商行政管理部门另行制定。

**第二十五条** 本条例自 2014 年 10 月 1 日起施行。

## 即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定

**第一条** 为进一步推动即时通信工具公众信息服务健康有序发展，保护公民、法人和其他组织的合法权益，维护国家安全和公共利益，根据《全国人民代表大会常务委员会关于维护互联网安全的决定》、《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》、《最高人民法院最高人民检察院关于办理利用信息网络实施诽谤等刑事案件适用法律若干问题的解释》、《互联网信息服务管理办法》、《互联网新闻信息服务管理规定》等法律法规，制定本规定。

**第二条** 在中华人民共和国境内从事即时通信工具公众信息服务，适用本规定。

本规定所称即时通信工具，是指基于互联网面向终端使用者提供即时信息交流服务的应用。本规定所称公众信息服务，是指通过即时通信工具的公众账号及其他形式向公众发布信息的活动。

**第三条** 国家互联网信息办公室负责统筹协调指导即时通信工具公众信息服务发展管理工作，省级互联网信息内容主管部门负责本行政区域的相关工

作。

互联网行业组织应当积极发挥作用，加强行业自律，推动行业信用评价体系建设，促进行业健康有序发展。

**第四条** 即时通信工具服务提供者应当取得法律法规规定的相关资质。即时通信工具服务提供者从事公众信息服务活动，应当取得互联网新闻信息服务资质。

**第五条** 即时通信工具服务提供者应当落实安全管理责任，建立健全各项制度，配备与服务规模相适应的专业人员，保护用户信息及公民个人隐私，自觉接受社会监督，及时处理公众举报的违法和不良信息。

**第六条** 即时通信工具服务提供者应当按照“后台实名、前台自愿”的原则，要求即时通信工具服务使用者通过真实身份信息认证后注册账号。

即时通信工具服务使用者注册账号时，应当与即时通信工具服务提供者签订协议，承诺遵守法律法规、社会主义制度、国家利益、公民合法权益、公共秩序、社会道德风尚和信息真实性等“七条底线”。

**第七条** 即时通信工具服务使用者为从事公众信息服务活动开设公众账号，应当经即时通信工具服务提供者审核，由即时通信工具服务提供者向互联网信息内容主管部门分类备案。

新闻单位、新闻网站开设的公众账号可以发布、转载时政类新闻，取得互联网新闻信息服务资质的非新闻单位开设的公众账号可以转载时政类新闻。其他公众账号未经批准不得发布、转载时政类新闻。

即时通信工具服务提供者应当对可以发布或转载时政类新闻的公众账号加注标识。

鼓励各级党政机关、企事业单位和各人民团体开设公众账号，服务经济社会发展，满足公众需求。

**第八条** 即时通信工具服务使用者从事公众信息服务活动，应当遵守相关法律法规。

对违反协议约定的即时通信工具服务使用者，即时通信工具服务提供者应当视情节采取警示、限制发布、暂停更新直至关闭账号等措施，并保存有关记录，履行向有关主管部门报告义务。

**第九条** 对违反本规定的行为，由有关部门依照相关法律法规处理。

**第十条** 本规定自公布之日起施行。

（网信办 2014 年 8 月 7 日发布）

## 【行业动态】

### 盘点：跨境电商产业发展概况及发展形式

#### 1. 我国跨境电商市场规模

我国跨境电子商务产业的发展远远领先于全球其他国家和地区，据商务部发布的统计数据，2013年全国跨境电商交易额达到3.1万亿人民币，占进出口总额的12.1%，比2008年提高7.5个百分点。据权威机构预测：到“十二五”时期末，我国跨境电商交易额占进出口总值的比例将达到16.9%，2016年预计达到6.5万亿人民币。

#### 2. 跨境电商的4种发展形式

跨境电子商务是指不同国别或地区间的交易双方通过互联网及其相关信息平台将传统国际贸易加以网络化和电子化，实现在线批发和零售的一种新型国际贸易模式。

第一种发展形式是传统制造业、商贸企业、经纪人通过阿里巴巴、环球资源、中国制造等网站发布商品信息，寻找商机，开展网站大额国际贸易批发业务。

第二种发展形式是传统制造业、商贸企业、经纪人通过敦煌网等网站发布商品信息，寻找商机，开展小额在线支付国际贸易批发业务。

第三种发展形式是在第三方跨境电商平台上开设店铺，通过这些平台以在线零售的方式销售商品到国外的企业和全球终端消费者。

第四种发展形式是企业建立一个独立的跨境网站，如易宝科技、炽昂科技、兰亭集势、大龙网、走秀网等，以在线零售的方式将商品直接销售到全球终端消费者。

#### 3. 跨境电商通关物流方式

根据调研，在跨境电子商务经营中，在线批发多采用传统的通关物流方式；在线零售多以商业快件和个人行邮为主要的通关物流方式，并由此衍生出包裹集中后以百家货方式清关到香港转运以及批量货物海外仓转运的模式。

#### 4. 跨境电商支付方式

在线批发多采取线下传统结算方式，包括邮政汇款、银行转账、信用证等，近两年也开始探索线上的大额第三方支付模式。在线零售采取的网络结算方式，包括第三方支付、信用卡支付、邮政汇款、银行转账多种支付方式。

#### 5. 跨境电商的检验检疫、结汇与退税情况

在线批发由于在进出口经营者身份备案、国际交易真实性确认、支付结算、检验检疫、通关、物流等方面与传统贸易采取的方式一致，所以结汇和退

税遵照传统国际贸易方式进行。

在线零售由于是以在线零售订单和第三方支付等方式确认交易合同的真实性，以个人行邮、商业快件等非货物贸易方式通关和运输，同时进出口交易者也不一定进行了进出口经营者备案，所以检验检疫部门无法给予正常贸易方式的检验检疫，海关也无法出具相应的商业贸易通关单，因此企业无法进行正常结汇和退税。

（来源：中国工商报；编选：中国电子商务研究中心）

## 未来推动移动支付普及的三个趋势

8月18日，据科技博客网站 TechCrunch 报道，在推动移动支付发展的众多趋势中，下述三种趋势在推动移动支付在消费者和商家中的普及方面最有潜力。

### 1、交易前和交易后的服务

很显然的是，消费者和商家都不会为使用移动支付而使用移动支付服务。目前，我们使用移动支付服务的方式不存在重大问题，但是，交易前和交易后的许多措施，能给消费者和商家带来巨大价值，分别提高两个群体的方便性和拉动营收增长的能力。

这些措施包括以数据分析为基础的、创新的新产品和服务发现方式，通过价格比较工具节约支出，利用基于地理位置的服务使用户的需求得到即时的满足等等。只有移动技术才能使这一切成为可能，因为通过移动支付生成的相关数据量数倍于银行卡。

### 2、“记录银行卡信息”的广泛使用

很长时间以来，商家一直利用“记录银行卡信息”服务，更好地为回头客服务。“记录银行卡信息”服务适合重复发生的客户-商家交易，而不适合偶尔(甚至一次性的)客户-商家交易，例如，乘客不会让上午乘坐的出租车记录自己的银行卡信息。

随着应用生态链的出现，移动成为流媒体音乐、共享经济服务等多种服务的主要渠道，“记录银行卡信息”已经成为在移动设备上完成交易的关键启动者。这不仅使支付与交易无缝地集成，也使得支付对消费者透明。

除启动数字生态链外，电商的许多特性也可以通过相同的工具引入实体零售环境。一旦实体零售店使用移动服务的愿景成为现实，“记录银行卡信息”将

成为移动支付在线下普及的主要动力。

### 3、提高安全性

过去，支付服务安全更像是一种保健品，尽管被寄予厚望，但并未创造额外的价值。但是，在发生多起大范围的敏感数据泄露事件后，安全本身已经成为一种价值主张。

调查显示，在阻碍消费者和商家采用移动支付服务的因素中，安全的排名一直相当靠前。但是，部分担心只是人们的意识在作怪而已，并非事实。事实上，在其他因素相同的情况下，移动支付比使用银行卡的支付交易更安全。

支付产业的一些计划——例如采用令牌技术，可能大幅度提高移动支付的安全性，从而改变公众对支付的看法——尤其是移动支付。

移动支付的普及不能只靠便利性。为了真正影响人们行为的改变，我们必须专注于开发一致的、有益的用户体验，提供增加营收的机会。

（来源：搜狐 IT）

## 【新增会员】

### 上海杰图天下网络科技有限公司

**主要业务经营范围：**网络技术的研发，网络工程，计算机软件的开发、设计、制作、销售，计算硬件的开发、销售（除计算机信息系统安全专用产品），系统集成，并提供相关的技术咨询、技术服务、技术转让、技术培训，广告的设计、制作、代理，自媒体发布，从事货物与技术的进出口业务。**【企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营】**

**会员企业情况介绍：**上海杰图天下网络科技有限公司注册于上海张江高科技园区，是一家掌握虚拟现实核心技术的公司，是国内外公认的三维全景行业的领导企业。公司专门从事基于图像虚拟现实软件系统的研究和开发，已获多项国家技术专利。公司以推动视觉科技发展为使命，以助力客户成功为宗旨，为政府组织、研究机构、服务提供商、企业等提供视觉信息化产品、服务及解决方案，业务范围覆盖房产、工程、展览、文化、公安、消防、旅游等方面。客户包括绿地集团、中国移动、中国华能、大连公安、上海世博局、广州亚运会组委会等。

杰图公司同时是街景技术的发明者、开拓者和领航者，在全球范围内率先

推出街景地图服务网站“城市吧”，并为百度、腾讯等互联网巨头提供街景地图服务，致力于推动视觉技术在电子商务领域的发展。

单位网址：<http://www.city8.com>

（来源：上海杰图天下网络科技有限公司）

## 上海诚泰志邦网络通讯工程有限公司

**主要业务经营范围：**计算机网络工程

**会员企业情况介绍：**上海诚泰志邦网络通讯工程有限公司成立于 2013 年，是一家全球无线沟通，三网无线覆盖，信息无线传播为一体的电子信息综合推送平台。

公司秉承“帮助客户实现价值最大化”的服务理念和“成就自己，成就客户”的愿景，让客户与员工和公司建立起真正的“共赢”格局。我们相信帮助别人就是帮助自己，分享价值才能实现价值。公司一直致力于以专业的角度平和的心态对社会对行业做出杰出的成绩。公司现拥有员工 300 多人，人才荟萃，各岗各位按需分配。公司将员工积极进取的心态、良好的技能、团队凝聚力等诸方面的建设作为重点工作。公司本着“诚信为本，志者事成”的经营理念，吸引着一批又一批的高素质人才涌入，汇集庞大的营销、技术等中高层管理精英，创建起一套属于自身企业发展的管理体系。

作为上海全新的综合信息推广平台企业，诚泰志邦全新利他 O2O 移动商务模式志在社会资源的合理利用，让线上线下资源弥补，相互依存。让百姓生活跟随着平台科技发展变得更加便捷。同时也让移动电子商务不再是以往单一的商业行为同时也是一种服务行为，引领人们走上一条信息化实体服务的光明大道上，使电子商务迈向新的领域。我们有理由相信未来的时代绝对是电子信息推送的时代。诚泰志邦愿与社会各界优秀企业优势互补、同创辉煌！

单位网址：[www.bbzg.com](http://www.bbzg.com)

（来源：上海诚泰志邦网络通讯工程有限公司）

## 萨嘎网络科技（上海）有限公司

**主要业务经营范围：**网络科技领域内技术服务，技术开发，技术转让，技术咨询，电子商务，销售：劳防用品，体育用品，安防设备（除专项）。

**会员企业情况介绍：**公司位于普陀区。成立于 2014 年 4 月。现有人员 10

名，软件开发人员 5 名，高级工程师 3 名，工程师 5 名。主要经营网络科技领域内技术服务，技术开发，技术转让，技术咨询，电子商务，销售：劳防用品，体育用品，安防设备（除专项）。

单位网址：<http://www.esaga.com.cn>

（来源：萨嘎网络科技（上海）有限公司）

## 【交流园地】

### 盘点：发展电商要跳出的“四大误区”

近年来，在国家宏观经济整体下行的大趋势下，电子商务逆市发展，成为低迷形势中难得的亮点。于是，包括我省在内很多地方政府都开始“高度重视”电子商务，出台了很多政策措施，也投入了不少人力、资金，希望推动当地经济增长和产业转型升级。

但同时，电子商务作为互联网技术在商业流通领域的应用，有其自身发展规律和特点，部分地区，由于对电子商务的客观规律认识不足，也出现了一些偏差。近日，阿里巴巴集团政策研究室资深专家希疆分析提醒，有效推动电商发展，也要避免传统工业经济思维下的几个误区。

#### 误区一：电子商务就是开网店

互联网在改变人们生活方式的同时，也给企业的生产经营带来了很大的改变，企业基于互网络开展电子商务目前也十分普遍。

最常见的就是许多中小企业、商家在开始经营活动时，首先会建个网站，或者在淘宝上开个网店，以为企业电子商务就是开个网店。

事实真是这样吗？

专家认为，电子商务是用互联网技术和思维改造传统的商业流通业，开展网络零售只是一个方面。

事实上，企业电子商务应用不仅仅是开网店，它能做的更多。概括的说，目前，企业电子商务已经能够为企业提供从前端营销到后端管理，从人力资源流、物流到资金流，从企业内部协调到企业间协同的全程电子商务服务，从而从整体上改变、提升传统商务的模式及效率。

更重要的是如何利用互联网、大数据、云计算等技术和基础设施，推动本地的零售业、批发业、社区商业、外贸、制造业、本地生活服务业等转型升

级。

企业单纯开一个网店，很难获得成功。而多种电子商务应用整合在一起应用，却能产生巨大经济效应，这也恰恰代表了未来电子商务发展的一个方向。

### **误区二：自建平台易出政绩**

“我们的判断是，全国性的综合电商平台不会超过 10 家；细分行业的电商平台，每个行业最多 1~2 家。有实力发展平台经济的地方主要集中在北上广深等一线城市，其他地方受人才、技术制约机会并不大。目前来看，很多地方、企业在自建平台上走了弯路。”希疆分析。

很多地方都提出“以平台为抓手”，鼓励自建本地的综合平台或行业、垂直类电商平台。“对这个问题要特别地慎重，平台经济确实有巨大的生态聚集效应，容易成为地方政府发展电商的抓手，也容易出政绩；但同时也存在巨大的投资风险。”他认为，电商平台具有基础设施的属性，除了信息汇聚，还需要配套交易支付、云计算支撑、商业大数据服务、物流快递、金融服务等服务配套，是一个商业生态体系。

平台投资大、周期长，初期动辄上亿元的投资，同时需要大量的技术人员，不断升级改造，历经数年才能形成自我循环的生态圈。即使各地确有发展自己平台的机会，之前也需要深入调研国内外现有平台运营情况，以便做出理性科学的判断。

### **误区三：过分重视招商引资**

近年来，我省部分地方政府，包括中西部地区都希望引入知名电商平台投资、入驻。

“但互联网的根本特点就是跨地域，即使平台企业的注册地，或者服务器在上海、北京、杭州等发达地区，也一样可以服务全国，全球范围的客户。”专家分析。这一点不同于传统的工业经济。

所以，地方政府发展电子商务的重点是推动本地优势企业利用互联网转型升级，即扶持本地网商、服务商发展。在发展服务商方面，初期可以借助于发达地区的服务商，同时慢慢培育本地服务商，最终在当地形成完善成熟的服务商体系，包括物流快递、代运营、数据服务、视觉美工、摄影、模特等产业。

聚焦本地优势名特优产品，做好生产、加工等供应链，辅助于运营、营销环节，才是目前电商发展的正确选择。

另外，可大力推动本地外贸出口企业利用电子商务开展在线的 B2B、零售业务。调查显示，电子商务可以带给外贸企业四倍的订单机会。有数据显示，直接针对海外消费者的跨境 B2C 电子商务方兴未艾，基本上是每年 100~200%

的增速，机会巨大。

#### 误区四：一味追求“高大上”

电子商务的发展特点是从边缘到主流，一开始总是小微企业反映最快。很多大型电商企业也是从小微企业做起的，但在互联网上，电商企业成长非常迅速。茵曼、韩都衣舍这样销售十亿规模的企业，也只有 5~6 年的时间。千万级的电商企业一般也只需要 2~3 年的时间。

因此，在电子商务欠发达的中西部地区，一方面要推动当地传统的大企业利用互联网转型升级；另一方面要鼓励年轻人创业，培育千军万马。

另外，电商初期都具有小微企业特征，因此电商产业园要避免一味“高大上”追求，而应该是多层次的业态，既要有中大型电商企业，也要有“蜂窝状”的，适应 3~5 人创业小团队入住的场所和配套。

未来，要收获互联网经济的全部果实，各级政府需要进一步降低准入门槛，放松管制，激发市场活力，鼓励小微企业、草根群体的创业创新活力。对于电子商务领域出现的各种新鲜事物，坚持“先发展、后规范，在发展中逐步规范”的原则，鼓励尝试和创新，允许失误和失败。

（来源：安徽经济报；编选：中国电子商务研究中心）

## 大数据营销的十大切入点

许多人感觉到大数据时代正在到来，但往往只是一种朦胧的感觉，对于其真正对营销带来的威力可以用一个时髦的词来形容——不明觉厉。实际上，还是应尽量弄明白，才会明白其厉害之处。对于多数企业而言，大数据营销的主要价值源于以下几个方面。

**第一，用户行为与特征分析。**显然，只要积累足够的用户数据，就能分析出用户的喜好与购买习惯，甚至做到“比用户更了解用户自己”。有了这一点，才是许多大数据营销的前提与出发点。无论如何，那些过去将“一切以客户为中心”作为口号的企业可以想想，过去你们真的能及时全面地了解客户的需求与所想吗？或许只有大数据时代这个问题的答案才更明确。

**第二，精准营销信息推送支撑。**过去多少年了，精准营销总在被许多公司提及，但是真正做到的少之又少，反而是垃圾信息泛滥。究其原因，主要就是过去名义上的精准营销并不怎么精准，因为其缺少用户特征数据支撑及详细准确的分析。相对而言，现在的 RTB 广告等应用则向我们展示了比以前更好的精

准性，而其背后靠的即是大数据支撑。

**第三，引导产品及营销活动投用户所好。**如果能在产品生产之前了解潜在用户的主要特征，以及他们对产品的期待，那么你的 产品生产即可投其所好。例如，Netflix 在近投拍《纸牌屋》之前，即通过大数据分析知道了潜在观众最喜欢的导演与演员，结果果然捕获了观众的心。又比 如，《小时代》在预告片投放后，即从微博上通过大数据分析得知其电影的主要观众群为 90 后女性，因此后续的营销活动则主要针对这些人群展开。

**第四，竞争对手监测与品牌传播。**竞争对手在干什么 是许多企业想了解的，即使对方不会告诉你，但你却可以通过大数据监测 分析得知。品牌传播的有效性亦可通过大数据分析找准方向。例如，可以进行传播趋势分析、内容特征分析、互动用户分析、正负情绪分类、口碑品类分析、产品属 性分布等，可以通过监测掌握竞争对手传播态势，并可以参考行业标杆用户策划，根据用户声音策划内容，甚至可以评估微博矩阵运营效果。

**第五，品牌危机监测及管理支持。**新媒体时代，品牌危机使许多企业谈虎色变，然而大数据可以让企业提前有所洞悉。在危机 爆发过程中，最需要的是跟踪危机传播趋势，识别重要参与人员，方便快速应对。大数据可以采集负面定义内容，及时启动危机跟踪和报警，按照人群社会属性分 析，聚类事件过程中的观点，识别关键人物及传播路径，进而可以保护企业、产品的声誉，抓住源头和关键节点，快速有效地处理危机。

**第六，企业重点客户筛选。**许多企业家纠结的事是：在企业的用户、好友与粉丝中，哪些是最有价值的用户？有了大数据，或 许这一切都可以更加有事实支撑。从用户访问的各种网站可判断其最近关心的东西是否与你的企业相关；从用户在社会化媒体上所发布的各类内容及与他人互动的内 容中，可以找出千丝万缕的信息，利用某种规则关联及综合起来，就可以帮助企业筛选重点的目标用户。

**第七，大数据用于改善用户体验。**要改善用户体验，关键在于真正了解用户及他们所使用的你的产品的状况，做最适时的提 醒。例如，在大数据时代或许你正驾驶的汽车可提前救你一命。只要通过遍布全车的传感器收集车辆运行信息，在你的汽车关键部件发生问题之前，就会提前向你或 4S 店预警，这决不仅仅是节省金钱，而且对保护生命大有裨益。事实上，美国的 UPS 快递公司早在 2000 年就利用这种基于大数据的预测性分析系统来检测全 美 60000 辆车辆的实时车况，以便及时地进行防御性修理

**第八，SCRM 中的客户分级管理支持。**面对日新月异的新媒体，许多企业

想通过对粉丝的公开内容和互动记录分析，将粉丝转化为潜在用户，激活社会化资产价值，并对潜在用户进行多个维度的画像。大数据可以分析活跃粉丝的互动内容，设定消费者画像各种规则，关联潜在用户与会员数据，关联潜在用户与客服数据，筛选目标群体做精准营销，进而可以使传统客户关系管理结合社会化数据，丰富用户不同维度的标签，并可动态更新消费者生命周期数据，保持信息新鲜有效。

**第九，发现新市场与新趋势。**基于大数据的分析与预测，对于企业家提供洞察新市场与把握经济走向都是极大的支持。例如，阿里巴巴从大量交易数据中更早地发现了国际金融危机的到来。又如，在2012年美国总统选举中，微软研究院的David Rothschild就曾使用大数据模型，准确预测了美国50个州和哥伦比亚特区共计51个选区中50个地区的选举结果，准确性高于98%。之后，他又通过大数据分析，对第85届奥斯卡各奖项的归属进行了预测，除最佳导演外，其它各项奖预测全部命中。

**第十，市场预测与决策分析支持。**对于数据对市场预测及决策分析的支持，过去早就在数据分析与数据挖掘盛行的年代被提出过。沃尔玛著名的“啤酒与尿布”案例即是那时的杰作。只是由于大数据时代上述Volume（规模大）及Variety（类型多）对数据分析与数据挖掘提出了新要求。更全面、速度更及时的大数据，必然对市场预测及决策分析进一步上台阶提供更好的支撑。要知道，似是而非或错误的、过时的数据对决策者而言简直就是灾难。

（来源：i天下网商）

编辑：汪玉申、黄小平  
责任编辑：张承鹤