



Shanghai eCommerce Association

会员资料 注意保存

电子商务资讯

2014年9、10月合刊第8期总第139期

上海市电子商务行业协会主办

目录

【重要消息】

2014（上海）智慧乡村高峰论坛——电子商务、物联网技术助推美丽乡村建设.....	1
---	---

【政策规范】

国务院关于印发物流业发展中长期规划（2014~2020年）的通知.....	17
国务院关于加快科技服务业发展的若干意见.....	30

【行业动态】

盘点：我国跨境电子商务面临的挑战及对策.....	36
盘点：未来3年电商七大趋势.....	39

【新增会员】

天津通源兆泰信息技术有限公司.....	43
上海集盛信息技术有限公司.....	44
上海市信产通信服务有限公司培训中心.....	45

【交流园地】

生鲜电商回光返照？不！是起死回生！.....	46
O2O领域添新军，正品网加快布局的战略考量.....	49

【重要消息】

2014（上海）智慧乡村高峰论坛——电子商务、物联网技术助推美丽乡村建设

作为第三届上海市智慧城市体验周的重要活动之一，为助推本市郊区智慧农村建设和电子商务的发展，由上海市电子商务行业协会联合上海市物联网行业协会、中国电信号百信息服务有限公司和诚泰志邦企业集团，于 2014 年 10 月 29 日在奉贤南桥古华山庄召开了首届以“电子商务、物联网技术助推美丽乡村建设”为主题的“2014（上海）智慧乡村高峰论坛”。莅临本次论坛的领导有：市经信委和信息化委员会副主任傅新华、市农委副巡视员李维良和奉贤区副区长缪京，三位领导从各自所分管的领域对论坛的召开表示热烈祝贺，对应用电子商务和物联网技术推动智慧乡村的建设提出殷切的希望；上海现代服务业联合会副会长周伟民宣读了会长周禹鹏的贺信：“希望借助互联网和电子商务这一平台，为进一步加强乡村农副产品与城市日用消费品的流通，为确保城市食品安全提供更为便捷可靠的保障，为广大消费者造福。”市政府相关委办、奉贤区、青浦区、金山区、宝山区、崇明县相关委办的领导及部分省市市政府、企业代表也出席了论坛。中国电信号百服务有限公司总经理、上海市电子商务行业协会会长王玮在会上致欢迎词。

本次论坛邀请了众多业界和高校著名专家学者及企业家，就农村电子商务发展环境、趋势与展望；物联网技术在农产品全程产业链的应用；农产品生鲜冷链配送（商业模式）及安全追溯；农产品电商公共服务平台应用；农村产权（要素）交易及互联网金融应用等进行了深入探讨。

上午的主会场上，上海财经大学电子商务研究所执行所长崔丽丽博士、市农委信息中心丰东升主任、复旦大学信息科学与工程学院院长郑立荣教授就农村电子商务、物联网技术助推农村信息化建设和食品（农产品）安全发表了精彩的主旨演讲。演讲后由中国电信号百信息服务有限公司电商服务平台与来自奉贤、金山和崇明的 6 家农产品生产企业进行签约，为大型央企与涉农企业联手应用电商平台推广优质农产品开辟了新的合作模式。



市经信委和信息化委员会副主任傅新华致辞



市农委副巡视员李维良致辞



奉贤区副区长繆京致辞



上海现代服务业联合会副会长周伟民致辞



上海市电子商务行业协会会长王玮致辞



上海财经大学电子商务研究所执行所长崔丽丽嘉宾演讲
“农村电子商务发展环境、趋势与展望”



上海市农业科技服务中心（上海市农委信息中心）主任嘉宾丰东升演讲
“农业物联网为上海都市农业插上信息化的翅膀”



复旦大学信息学院院长郑立荣嘉宾演讲
“基于物联网的国家食品质量安全控制体系研究与进展”



电信号百信息服务有限公司副总经理肖栋明与六家农产品生产企业签约
“号百公司农产品电商服务平台”



主会场

下午设有三个分论坛：分论坛一“农产品电商平台及物联网技术应用；分论坛二“生鲜冷链配送（商业模式）与农产品安全追溯”；分论坛三“农村产权（要素）交易与互联网金融应用”。论坛内容丰富，富有前瞻性和现实指导意义。



分论坛一会场



分论坛一：上海农业物联网工程技术研究中心副主任杨张兵嘉宾演讲
“物联网技术的安全产业链应用”



分论坛一：上海农信电子商务有限公司副总经理宋轶勤嘉宾演讲
“菜管家农产品电商公共服务平台的探索”



分论坛一：上海农科院信息所研究员李琳一嘉宾演讲
“农业物链网机遇与挑战”



分论坛一：上海国兴农现代农业发展股份有限公司董事长郭之兵演讲
“电子商务及物联网技术在现代农业应用中的商业模式探讨”



分论坛一：号百信息服务有限公司副总经理肖栋明嘉宾演讲
“号百农副产品电商平台介绍”



分论坛二会场



分论坛二：农业商业模式与产业链融合专家周凯歌博士嘉宾演讲
“农产品冷链配送的商业模式”



分论坛二：上海质量体系审核中心副主任谭平嘉宾演讲
“食品安全管理体系在生鲜冷链配送业的应用”



分论坛二：华东区食品业务总监博士（莱茵技术（上海）有限公司）陈俊东嘉宾演讲
“德国莱茵的食品安全追溯”



分论坛二：上海盛锐软件技术有限公司总经理博士赵国华嘉宾演讲
“互联网思维下的农产品及食品冷链物流配送云服务平台”



分论坛二：国家邮政局上海市邮政公司副总经理方向阳嘉宾演讲
“上海邮政农产品配送模式探索与展望”



分论坛三会场



分论坛三：中国银联产品部总工程师徐晋耀嘉宾演讲
“农产品电商领域的支付与结算”



分论坛三：上海农业要素交易所 CEO 王正乙嘉宾演讲
“互联网思维下农村产权 O2O 交易模式的实践与展望”



分论坛三：上海启汉国际贸易有限公司总经理方谋庆与参会嘉宾互动
“安徽绩溪聚土地项目介绍”



分论坛三：民生银行上海分行电子银行部总经理陶军嘉宾演讲
“农村电商惠民生、小为金融助你行”



分论坛三：中国电信天翼电子商务有限公司上海分公司产品创新部总经理助理邹健演讲
“翼支付助力农产品交易快捷支付”

各相关领导和嘉宾对本次论坛的圆满召开给予了高度评价，与会人员纷纷表示，通过此次论坛，对当前农村电子商务和物联网技术应用及发展趋势有了

深刻的了解，提高了相关企业知名度，也搭建了一个互相合作交流平台。主办单位相信，本次论坛对农产品全程供应链环节的电子商务、物联网技术应用和食品安全管理将起到积极的推动作用。

本论坛参会人员来自政府主管部门、企业及各区（县）农村合作社、种养（植）生产基地和专业户代表，共计 430 余人。

上海市电子商务行业协会

【政策规范】

国务院关于印发物流业发展中长期规划（2014~2020 年）的通知

国发〔2014〕42 号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

现将《物流业发展中长期规划（2014~2020 年）》印发给你们，请认真贯彻落实。

国务院

2014 年 9 月 12 日

物流业发展中长期规划（2014~2020 年）

物流业是融合运输、仓储、货代、信息等产业的复合型服务业，是支撑国民经济发展的基础性、战略性产业。加快发展现代物流业，对于促进产业结构调整、转变发展方式、提高国民经济竞争力和建设生态文明具有重要意义。为促进物流业健康发展，根据党的十八大、十八届三中全会精神和《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》、《服务业发展“十二五”规划》等，制定本规划。规划期为 2014~2020 年。

一、发展现状与面临的形势

（一）发展现状。

“十一五”特别是国务院印发《物流业调整和振兴规划》以来，我国物流业保持较快增长，服务能力显著提升，基础设施条件和政策环境明显改善，现代产业体系初步形成，物流业已成为国民经济的重要组成部分。

产业规模快速增长。全国社会物流总额 2013 年达到 197.8 万亿元，比 2005 年增长 3.1 倍，按可比价格计算，年均增长 11.5%。物流业增加值 2013 年达到

3.9 万亿元，比 2005 年增长 2.2 倍，年均增长 11.1%，物流业增加值占国内生产总值的比重由 2005 年的 6.6% 提高到 2013 年的 6.8%，占服务业增加值的比重达到 14.8%。物流业吸纳就业人数快速增加，从业人员从 2005 年的 1780 万人增长到 2013 年的 2890 万人，年均增长 6.2%。

服务能力显著提升。物流企业资产重组和资源整合步伐进一步加快，形成了一批所有制多元化、服务网络化和现代物流管理现代化的物流企业。传统运输业、仓储业加速向现代物流业转型，制造业物流、商贸物流、电子商务物流和国际物流等领域专业化、社会化服务能力显著增强，服务水平不断提升，现代物流服务体系初步建立。

技术装备条件明显改善。信息技术广泛应用，大多数物流企业建立了管理信息系统，物流信息平台建设快速推进。物联网、云计算等现代信息技术开始应用，装卸搬运、分拣包装、加工配送等专用物流装备和智能标签、跟踪追溯、路径优化等技术迅速推广。

基础设施网络日趋完善。截至 2013 年底，全国铁路营业里程 10.3 万公里，其中高速铁路 1.1 万公里；全国公路总里程达到 435.6 万公里，其中高速公路 10.45 万公里；内河航道通航里程 12.59 万公里，其中三级及以上高等级航道 1.02 万公里；全国港口拥有万吨级及以上泊位 2001 个，其中沿海港口 1607 个、内河港口 394 个；全国民用运输机场 193 个。2012 年全国营业性库房面积约 13 亿平方米，各种类型的物流园区 754 个。

发展环境不断优化。“十二五”规划纲要明确提出“大力发展现代物流业”。国务院印发《物流业调整和振兴规划》，并制定出台了促进物流业健康发展的政策措施。有关部门和地方政府出台了一系列专项规划和配套措施。社会物流统计制度日趋完善，标准化工作有序推进，人才培养工作进一步加强，物流科技、学术理论研究及产学研合作不断深入。

总体上看，我国物流业已步入转型升级的新阶段。但是，物流业发展总体水平还不高，发展方式比较粗放。主要表现为：一是物流成本高、效率低。2013 年全社会物流总费用与国内生产总值的比率高达 18%，高于发达国家水平 1 倍左右，也显著高于巴西、印度等发展中国家的水平。二是条块分割严重，阻碍物流业发展的体制机制障碍仍未打破。企业自营物流比重高，物流企业规模小，先进技术难以推广，物流标准难以统一，迂回运输、资源浪费的问题突出。三是基础设施相对滞后，不能满足现代物流发展的要求。现代化仓储、多式联运转运等设施仍显不足，布局合理、功能完善的物流园区体系尚未建立，高效、顺畅、便捷的综合交通运输网络尚不健全，物流基础设施之间不衔接、

不配套问题比较突出。四是政策法规体系还不够完善，市场秩序不够规范。已经出台的一些政策措施有待进一步落实，一些地方针对物流企业的乱收费、乱罚款问题突出。信用体系建设滞后，物流业从业人员整体素质有待进一步提升。

（二）面临的形势。

当前，经济全球化趋势深入发展，网络信息技术革命带动新技术、新业态不断涌现，物流业发展面临的机遇与挑战并存。伴随全面深化改革，工业化、信息化、新型城镇化和农业现代化进程持续推进，产业结构调整 and 居民消费升级步伐不断加快，我国物流业发展空间越来越广阔。

物流需求快速增长。农业现代化对大宗农产品物流和鲜活农产品冷链物流的需求不断增长。新型工业化要求加快建立规模化、现代化的制造业物流服务体系。居民消费升级以及新型城镇化步伐加快，迫切需要建立更加完善、便捷、高效、安全的消费品物流配送体系。此外，电子商务、网络消费等新业态快速发展，快递物流等需求也将继续快速增长。

新技术、新管理不断出现。信息技术和供应链管理不断发展并在物流业得到广泛运用，为广大生产流通企业提供了越来越低成本、高效率、多样化、精益化的物流服务，推动制造业专注核心业务和商贸业优化内部分工，以新技术、新管理为核心的现代物流体系日益形成。随着城乡居民消费能力的增强和消费方式的逐步转变，全社会物流服务能力 and 效率持续提升，物流成本进一步降低、流通效率明显提高，物流业市场竞争加剧。

资源环境约束日益加强。随着社会物流规模的快速扩大、能源消耗和环境污染形势的加重、城市交通压力的加大，传统的物流运作模式已难以为继。按照建设生态文明的要求，必须加快运用先进运营管理理念，不断提高信息化、标准化和自动化水平，促进一体化运作和网络化经营，大力发展绿色物流，推动节能减排，切实降低能耗、减少排放、缓解交通压力。

国际竞争日趋激烈。随着国际产业转移步伐不断加快和服务贸易快速发展，全球采购、全球生产和全球销售的物流发展模式正在日益形成，迫切要求我国形成一批深入参与国际分工、具有国际竞争力的跨国物流企业，畅通与主要贸易伙伴、周边国家便捷高效的国际物流大通道，形成具有全球影响力的国际物流中心，以应对日益激烈的全球物流企业竞争。

二、总体要求

（一）指导思想。

以邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观为指导，深入贯彻党的

十八大和十八届二中、三中全会精神，全面落实党中央、国务院各项决策部署，按照加快转变发展方式、建设生态文明的要求，适应信息技术发展的新趋势，以提高物流效率、降低物流成本、减轻资源和环境压力为重点，以市场为导向，以改革开放为动力，以先进技术为支撑，积极营造有利于现代物流业发展的政策环境，着力建立和完善现代物流服务体系，加快提升物流业发展水平，促进产业结构调整和经济提质增效升级，增强国民经济竞争力，为全面建成小康社会提供物流服务保障。

（二）主要原则。

市场运作，政府引导。使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用，强化企业的市场主体地位，积极发挥政府在战略、规划、政策、标准等方面的引导作用。

优化结构，提升水平。加快传统物流业转型升级，建立和完善社会化、专业化的物流服务体系，大力发展第三方物流。形成一批具有较强竞争力的现代物流企业，扭转“小、散、弱”的发展格局，提升产业规模和发展水平。

创新驱动，协同发展。加快关键技术装备的研发应用，提升物流业信息化和智能化水平，创新运作管理模式，提高供应链管理和物流服务水平，形成物流业与制造业、商贸业、金融业协同发展的新优势。

节能减排，绿色环保。鼓励采用节能环保的技术、装备，提高物流运作的组织化、网络化水平，降低物流业的总体能耗和污染物排放水平。

完善标准，提高效率。推动物流业技术标准体系建设，加强一体化运作，实现物流作业各环节、各种物流设施设备以及物流信息的衔接配套，促进物流服务体系高效运转。

深化改革，整合资源。深化物流业管理体制改革，进一步简政放权，打破行业、部门和地区分割，反对垄断和不正当竞争，统筹城市和乡村、国际和国内物流体系建设，建立有利于资源整合和优化配置的体制机制。

（三）发展目标。

到 2020 年，基本建立布局合理、技术先进、便捷高效、绿色环保、安全有序的现代物流服务体系。

物流的社会化、专业化水平进一步提升。物流业增加值年均增长 8% 左右，物流业增加值占国内生产总值的比重达到 7.5% 左右。第三方物流比重明显提高。新的物流装备、技术广泛应用。

物流企业竞争力显著增强。一体化运作、网络化经营能力进一步提高，信息化和供应链管理明显提升，形成一批具有国际竞争力的大型综合物流企

业集团和物流服务品牌。

物流基础设施及运作方式衔接更加顺畅。物流园区网络体系布局更加合理，多式联运、甩挂运输、共同配送等现代物流运作方式保持较快发展，物流集聚发展的效益进一步显现。

物流整体运行效率显著提高。全社会物流总费用与国内生产总值的比率由2013年的18%下降到16%左右，物流业对国民经济的支撑和保障能力进一步增强。

三、发展重点

（一）着力降低物流成本。

打破条块分割和地区封锁，减少行政干预，清理和废除妨碍全国统一市场和公平竞争的各种规定和做法，建立统一开放、竞争有序的全国物流市场。进一步优化通行环境，加强和规范收费公路管理，保障车辆便捷高效通行，积极采取有力措施，切实加大对公路乱收费、乱罚款的清理整顿力度，减少不必要的收费点，全面推进全国主要高速公路不停车收费系统建设。加快推进联通国内、国际主要经济区域的物流通道建设，大力发展多式联运，努力形成京沪、京广、欧亚大陆桥、中欧铁路大通道、长江黄金水道等若干条货畅其流、经济便捷的跨区域物流大通道。

（二）着力提升物流企业规模化、集约化水平。

鼓励物流企业通过参股控股、兼并重组、协作联盟等方式做大做强，形成一批技术水平先进、主营业务突出、核心竞争力强的大型现代物流企业集团，通过规模化经营提高物流服务的一体化、网络化水平，形成大小物流企业共同发展的良好态势。鼓励运输、仓储等传统物流企业向上下游延伸服务，推进物流业与其他产业互动融合，协同发展。鼓励物流企业与制造企业深化战略合作，建立与新型工业化发展相适应的制造业物流服务体系，形成一批具有全球采购、全球配送能力的供应链服务商。鼓励商贸物流企业提高配送的规模化和协同化水平，加快电子商务物流发展，建立快速便捷的城乡配送物流体系。支持快递业整合资源，与民航、铁路、公路等运输行业联动发展，加快形成一批具有国际竞争力的大型快递企业，构建覆盖城乡的快递物流服务体系。支持航空货运企业兼并重组、做强做大，提高物流综合服务能力。充分发挥邮政的网络、信息和服务优势，深入推动邮政与电子商务企业的战略合作，发展电商小包等新型邮政业务。进一步完善邮政基础设施网络，鼓励各地邮政企业因地制宜地发展农村邮政物流服务，推动农资下乡和农产品进城。

（三）着力加强物流基础设施网络建设。

推进综合交通运输体系建设，合理规划布局物流基础设施，完善综合运输通道和交通枢纽节点布局，构建便捷、高效的物流基础设施网络，促进多种运输方式顺畅衔接和高效中转，提升物流体系综合能力。优化航空货运网络布局，加快国内航空货运转运中心、连接国际重要航空货运中心的大型货运枢纽建设。推进“港站一体化”，实现铁路货运站与港口码头无缝衔接。完善物流转运设施，提高货物换装的便捷性和兼容性。加快煤炭外运、“北粮南运”、粮食仓储等重要基础设施建设，解决突出的运输“卡脖子”问题。加强物流园区规划布局，进一步明确功能定位，整合和规范现有园区，节约、集约用地，提高资源利用效率和管理水平。在大中城市和制造业基地周边加强现代化配送中心规划，在城市社区和村镇布局建设共同配送末端网点，优化城市商业区和大型社区物流基础设施的布局建设，形成层级合理、规模适当、需求匹配的物流仓储配送网络。进一步完善应急物流基础设施，积极有效应对突发自然灾害、公共卫生事件以及重大安全事故。

四、主要任务

（一）大力提升物流社会化、专业化水平。

鼓励制造企业分离外包物流业务，促进企业内部物流需求社会化。优化制造业、商贸业集聚区物流资源配置，构建中小微企业公共物流服务平台，提供社会化物流服务。着力发展第三方物流，引导传统仓储、运输、国际货代、快递等企业采用现代物流管理理念和技术装备，提高服务能力；支持从制造企业内部剥离出来的物流企业发挥专业化、精益化服务优势，积极为社会提供公共物流服务。鼓励物流企业功能整合和业务创新，不断提升专业化服务水平，积极发展定制化物流服务，满足日益增长的个性化物流需求。进一步优化物流组织模式，积极发展共同配送、统一配送，提高多式联运比重。

（二）进一步加强物流信息化建设。

加强北斗导航、物联网、云计算、大数据、移动互联等先进信息技术在物流领域的应用。加快企业物流信息系统建设，发挥核心物流企业整合能力，打通物流信息链，实现物流信息全程可追踪。加快物流公共信息平台建设，积极推进全社会物流信息资源的开发利用，支持运输配载、跟踪追溯、库存监控等有实际需求、具备可持续发展前景的物流信息平台发展，鼓励各类平台创新运营服务模式。进一步推进交通运输物流公共信息平台发展，整合铁路、公路、水路、民航、邮政、海关、检验检疫等信息资源，促进物流信息与公共服务信息有效对接，鼓励区域间和行业内的物流平台信息共享，实现互联互通。

（三）推进物流技术装备现代化。

加强物流核心技术和装备研发，推动关键技术装备产业化，鼓励物流企业采用先进适用技术和装备。加快食品冷链、医药、烟草、机械、汽车、干散货、危险化学品等专业物流装备的研发，提升物流装备的专业化水平。积极发展标准化、厢式化、专业化的公路货运车辆，逐步淘汰栏板式货车。推广铁路重载运输技术装备，积极发展铁路特种、专用货车以及高铁快件等运输技术装备，加强物流安全检测技术与装备的研发和推广应用。吸收引进国际先进物流技术，提高物流技术自主创新能力。

（四）加强物流标准化建设。

加紧编制并组织实施物流标准中长期规划，完善物流标准体系。按照重点突出、结构合理、层次分明、科学适用、基本满足发展需要的要求，完善国家物流标准体系框架，加强通用基础类、公共类、服务类及专业类物流标准的制定工作，形成一批对全国物流业发展和服务水平提升有重大促进作用的物流标准。注重物流标准与其他产业标准以及国际物流标准的衔接，科学划分推荐性和强制性物流标准，加大物流标准的实施力度，努力提升物流服务、物流枢纽、物流设施设备的标准化运作水平。调动企业在标准制修订工作中的积极性，推进重点物流企业参与专业领域物流技术标准和管理标准的制定和标准化试点工作。加强物流标准的培训宣传和推广应用。

（五）推进区域物流协调发展。

落实国家区域发展整体战略和产业布局调整优化的要求，继续发挥全国性物流节点城市和区域性物流节点城市的辐射带动作用，推动区域物流协调发展。按照建设丝绸之路经济带、海上丝绸之路、长江经济带等重大战略规划要求，加快推进重点物流区域和联通国际国内的物流通道建设，重点打造面向中亚、南亚、西亚的战略物流枢纽及面向东盟的陆海联运、江海联运节点和重要航空港，建立省际和跨国合作机制，促进物流基础设施互联互通和信息资源共享。东部地区要适应居民消费加快升级、制造业转型、内外贸一体化的趋势，进一步提升商贸物流、制造业物流和国际物流的服务能力，探索国际国内物流一体化运作模式。按照推动京津冀协同发展、环渤海区域合作和发展等要求，加快商贸物流业一体化进程。中部地区要发挥承东启西、贯通南北的区位优势，加强与沿海、沿边地区合作，加快陆港、航空口岸建设，构建服务于产业转移、资源输送和南北区域合作的物流通道和枢纽。西部地区要结合推进丝绸之路经济带建设，打造物流通道，改善区域物流条件，积极发展具有特色优势的农产品、矿产品等大宗商品物流产业。东北地区要加快构建东北亚沿边物流带，形成面向俄罗斯、连接东北亚及欧洲的物流大通道，重点推进制造业物流

和粮食等大宗资源型商品物流发展。物流节点城市是区域物流发展的重要枢纽，要根据产业特点、发展水平、设施状况、市场需求、功能定位等，加强物流基础设施的规划布局，改善产业发展环境。

（六）积极推动国际物流发展。

加强枢纽港口、机场、铁路、公路等各类口岸物流基础设施建设。以重点开发开放试验区为先导，结合发展边境贸易，加强与周边国家和地区的跨境物流体系和走廊建设，加快物流基础设施互联互通，形成一批国际货运枢纽，增强进出口货物集散能力。加强境内外口岸、内陆与沿海、沿边口岸的战略合作，推动海关特殊监管区域、国际陆港、口岸等协调发展，提高国际物流便利化水平。建立口岸物流联检联动机制，进一步提高通关效率。积极构建服务于全球贸易和营销网络、跨境电子商务的物流支撑体系，为国内企业“走出去”和开展全球业务提供物流服务保障。支持优势物流企业加强联合，构建国际物流服务网络，打造具有国际竞争力的跨国物流企业。

（七）大力发展绿色物流。

优化运输结构，合理配置各类运输方式，提高铁路和水路运输比重，促进节能减排。大力发展甩挂运输、共同配送、统一配送等先进的物流组织模式，提高储运工具的信息化水平，减少返空、迂回运输。鼓励采用低能耗、低排放运输工具和节能型绿色仓储设施，推广集装单元化技术。借鉴国际先进经验，完善能耗和排放监测、检测认证制度，加快建立绿色物流评估标准和认证体系。加强危险品水运管理，最大限度减少环境事故。鼓励包装重复使用和回收利用，提高托盘等标准化器具和包装物的循环利用水平，构建低环境负荷的循环物流系统。大力发展回收物流，鼓励生产者、再生资源回收利用企业联合开展废旧产品回收。推广应用铁路散堆装货物运输抑尘技术。

五、重点工程

（一）多式联运工程。

加快多式联运设施建设，构建能力匹配的集疏运通道，配备现代化的中转设施，建立多式联运信息平台。完善港口的铁路、公路集疏运设施，提升临港铁路场站和港站后方通道能力。推进铁路专用线建设，发挥铁路集装箱中心站作用，推进内陆城市和港口的集装箱场站建设。构建与铁路、机场和公路货运站能力匹配的公路集疏运网络系统。发展海铁联运、铁水联运、公铁联运、陆空联运，加快推进大宗散货水铁联运、集装箱多式联运，积极发展干支直达和江海直达等船舶运输组织方式，探索构建以半挂车为标准荷载单元的铁路驮背运输、水路滚装运输等多式联运体系。

（二）物流园区工程。

在严格符合土地利用总体规划、城市总体规划的前提下，按照节约、集约用地的原则，在重要的物流节点城市加快整合与合理布局物流园区，推进物流园区水、电、路、通讯设施和多式联运设施建设，加快现代化立体仓库和信息平台建设，完善周边公路、铁路配套，推广使用甩挂运输等先进运输方式和智能化管理技术，完善物流园区管理体制，提升管理和服务水平。结合区位特点和物流需求，发展货运枢纽型、生产服务型、商贸服务型、口岸服务型和综合服务型物流园区，以及农产品、农资、钢铁、煤炭、汽车、医药、出版物、冷链、危险货物运输、快递等专业类物流园区，发挥物流园区的示范带动作用。

（三）农产品物流工程。

加大粮食仓储设施建设和维修改造力度，满足粮食收储需要。引进先进粮食仓储设备和技术，切实改善粮食仓储条件。积极推进粮食现代物流设施建设，发展粮食储、运、装、卸“四散化”和多式联运，开通从东北入关的铁路散粮列车和散粮集装箱班列，加强粮食产区的收纳和发放设施、南方销区的铁路和港口散粮接卸设施建设，解决“北粮南运”运输“卡脖子”问题。推进棉花运输装卸机械化、仓储现代化、管理信息化，加强主要产销区的物流节点及铁路专用线建设，支持企业开展纺织配棉配送服务。加强“南糖北运”及产地的运输、仓储等物流设施建设。加强鲜活农产品冷链物流设施建设，支持“南菜北运”和大宗鲜活农产品产地预冷、初加工、冷藏保鲜、冷链运输等设施设备建设，形成重点品种农产品物流集散中心，提升批发市场等重要节点的冷链设施水平，完善冷链物流网络。

（四）制造业物流与供应链管理工程。

支持建设与制造业企业紧密配套、有效衔接的仓储配送设施和物流信息平台，鼓励各类产业聚集区域和功能区配套建设公共外仓，引进第三方物流企业。鼓励传统运输、仓储企业向供应链上下游延伸服务，建设第三方供应链管理平台，为制造业企业提供供应链计划、采购物流、入厂物流、交付物流、回收物流、供应链金融以及信息追溯等集成服务。加快发展具有供应链设计、咨询管理能力的专业物流企业，着力提升面向制造业企业的供应链管理服务水平。

（五）资源型产品物流工程。

依托煤炭、石油、铁矿石等重要产品的生产基地和市场，加快资源型产品物流集散中心和物流通道建设。推进晋陕蒙（西）宁甘、内蒙古东部、新疆等煤炭外运重点通道建设，重点建设环渤海等大型煤炭储配基地和重点煤炭物流

节点。统筹油气进口运输通道和国内储运体系建设，加快跨区域、与周边国家和地区紧密连接的油气运输通道建设，加强油气码头建设，鼓励发展油船、液化天然气船，加强铁矿石等重要矿产品港口（口岸）物流设施建设。

（六）城乡物流配送工程。

加快完善城乡配送网络体系，统筹规划、合理布局物流园区、配送中心、末端配送网点等三级配送节点，搭建城市配送公共服务平台，积极推进县、乡、村消费品和农资配送网络体系建设。进一步发挥邮政及供销合作社的网络和服务优势，加强农村邮政网点、村邮站、“三农”服务站等邮政终端设施建设，促进农村地区商品的双向流通。推进城市绿色货运配送体系建设，完善城市配送车辆标准和通行管控措施，鼓励节能环保车辆在城市配送中的推广应用。加快现代物流示范城市的配送体系发展，建设服务连锁经营企业和网络销售企业的跨区域配送中心。发展智能物流基础设施，支持农村、社区、学校的物流快递公共取送点建设。鼓励交通、邮政、商贸、供销、出版物销售等开展联盟合作，整合利用现有物流资源，进一步完善存储、转运、停靠、卸货等基础设施，加强服务网络建设，提高共同配送能力。

（七）电子商务物流工程。

适应电子商务快速发展需求，编制全国电子商务物流发展规划，结合国家电子商务示范城市、示范基地、物流园区、商业设施等建设，整合配送资源，构建电子商务物流服务平台和配送网络。建成一批区域性仓储配送基地，吸引制造商、电商、快递和零担物流公司、第三方服务公司入驻，提高物流配送效率和专业化服务水平。探索利用高铁资源，发展高铁快件运输。结合推进跨境贸易电子商务试点，完善一批快递转运中心。

（八）物流标准化工程。

重点推进物流技术、信息、服务、运输、货代、仓储、粮食等农产品及加工食品、医药、汽车、家电、电子商务、邮政（含快递）、冷链、应急等物流标准的制修订工作，积极着手开展钢铁、机械、煤炭、铁矿石、石油石化、建材、棉花等大宗产品物流标准的研究制订工作。支持仓储和转运设施、运输工具、停靠和卸货站点的标准化建设和改造，制定公路货运标准化电子货单，推广托盘、集装箱、集装袋等标准化设施设备，建立全国托盘共用体系，推进管理软件接口标准化，全面推广甩挂运输试点经验。开展物流服务认证试点工作，推进物流领域检验检测体系建设，支持物流企业开展质量、环境和职业健康安全管理体系认证。

（九）物流信息平台工程。

整合现有物流信息服务平台资源，形成跨行业和区域的智能物流信息公共服务平台。加强综合运输信息、物流资源交易、电子口岸和大宗商品交易等平台建设，促进各类平台之间的互联互通和信息共享。鼓励龙头物流企业搭建面向中小物流企业的物流信息服务平台，促进货源、车源和物流服务等信息的高效匹配，有效降低货车空驶率。以统一物品编码体系为依托，建设衔接企业、消费者与政府部门的第三方公共服务平台，提供物流信息标准查询、对接服务。建设智能物流信息平台，形成集物流信息发布、在线交易、数据交换、跟踪追溯、智能分析等功能为一体的物流信息服务中心。加快推进国家交通运输物流公共信息平台建设，依托东北亚物流信息服务网络等已有平台，开展物流信息化国际合作。

（十）物流新技术开发应用工程。

支持货物跟踪定位、无线射频识别、可视化技术、移动信息服务、智能交通和位置服务等关键技术攻关，研发推广高性能货物搬运设备和快速分拣技术，加强沿海和内河船型、商用车运输等重要运输技术的研发应用。完善物品编码体系，推动条码和智能标签等标识技术、自动识别技术以及电子数据交换技术的广泛应用。推广物流信息编码、物流信息采集、物流载体跟踪、自动化控制、管理决策支持、信息交换与共享等领域的物流信息技术。鼓励新一代移动通信、道路交通信息通讯系统、自动导引车辆、不停车收费系统以及托盘等集装单元化技术普及。推动北斗导航、物联网、云计算、大数据、移动互联等技术在产品可追溯、在线调度管理、全自动物流配送、智能配货等领域的应用。

（十一）再生资源回收物流工程。

加快建立再生资源回收物流体系，重点推动包装物、废旧电器电子产品等生活废弃物和报废工程机械、农作物秸秆、消费品加工中产生的边角废料等有使用价值废弃物的回收物流发展。加大废弃物回收物流处理设施的投资力度，加快建设一批回收物流中心，提高回收物品的收集、分拣、加工、搬运、仓储、包装、维修等管理水平，实现废弃物的妥善处置、循环利用、无害环保。

（十二）应急物流工程。

建立统一协调、反应迅捷、运行有序、高效可靠的应急物流体系，建设集满足多种应急需要为一体的物流中心，形成一批具有较强应急物流运作能力的骨干物流企业。加强应急仓储、中转、配送设施建设，提升应急物流设施设备的标准化和现代化水平，提高应急物流效率和应急保障能力。建立和完善应急物流信息系统，规范协调调度程序，优化信息流程、业务流程和管理流程，推

进应急生产、流通、储备、运输环节的信息化建设和应急信息交换、数据共享。

六、保障措施

（一）深化改革开放。

加快推进物流管理体制改革的，完善各层级的物流政策综合协调机制，进一步发挥全国现代物流工作部际联席会议作用。按照简政放权、深化行政审批制度改革的要求，建立公平透明的市场准入标准，进一步放宽对物流企业资质的行政许可和审批条件，改进审批管理方式。落实物流企业设立非法人分支机构的相关政策，鼓励物流企业开展跨区域网络化经营。引导企业改革“大而全”、“小而全”的物流运作模式，制定支持企业分离外包物流业务和加快发展第三方物流的措施，充分整合利用社会物流资源，提高规模化水平。加强与主要贸易对象国及台港澳等地区的政策协调和物流合作，推动国内物流企业与国际先进物流企业合作交流，支持物流企业“走出去”。做好物流业外资并购安全审查工作，扩大商贸物流、电子商务领域的对外开放。

（二）完善法规制度。

尽快从国民经济行业分类、产业统计、工商注册及税目设立等方面明确物流业类别，进一步明确物流业的产业地位。健全物流业法律法规体系，抓紧研究制修订物流业安全监管、交通运输管理和仓储管理等相关法律法规或部门规章，开展综合性法律的立法准备工作，在此基础上择机研究制订物流业促进方面的法律法规。

（三）规范市场秩序。

加强对物流市场的监督管理，完善物流企业和从业人员信用记录，纳入国家统一的信用信息平台。增强企业诚信意识，建立跨地区、跨行业的联合惩戒机制，加大对失信行为的惩戒力度。加强物流信息安全管理，禁止泄露转卖客户信息。加强物流服务质量满意度监测，开展安全、诚信、优质服务创建活动。鼓励企业整合资源、加强协作，提高物流市场集中度和集约化运作水平，减少低水平无序竞争。加强对物流业市场竞争行为的监督检查，依法查处不正当竞争和垄断行为。

（四）加强安全监管。

加强对物流企业的安全管理，督促物流企业切实履行安全主体责任，严格执行国家强制标准，保证运输装备产品的一致性。加强对物流车辆和设施设备的检验检测，确保车辆安全性符合国家规定、设施设备处于良好状态。禁止超载运输，规范超限运输。危险货物运输要强化企业经理人员安全管理职责和车

辆动态监控。加大安全生产经费投入，及时排查整改安全隐患。加大物流业贯彻落实国家信息安全等级保护制度力度，按照国家信息安全等级保护管理规范和技术标准要求同步实施物流信息平台安全建设，提高网络安全保障能力。建立健全物流安全监管信息共享机制，物流信息平台及物流企业信息系统要按照统一技术标准建设共享信息的技术接口。道路、铁路、民航、航运、邮政部门要进一步规范货物收运、收寄流程，进一步落实货物安全检查责任，采取严格的货物安全检查措施并增加开箱检查频次，加大对瞒报货物品名行为的查处力度，严防普通货物中夹带违禁品和危险品。推广使用技术手段对集装箱和货运物品进行探测查验，提高对违禁品和危险品的发现能力。加大宣传教育力度，曝光违法违规托运和夹带违禁品、危险品的典型案件和查处结果，增强公众守法意识。

（五）完善扶持政策。

加大土地等政策支持力度，着力降低物流成本。落实和完善支持物流业发展的用地政策，依法供应物流用地，积极支持利用工业企业旧厂房、仓库和存量土地资源建设物流设施或者提供物流服务，涉及原划拨土地使用权转让或者租赁的，应按规定办理土地有偿使用手续。认真落实物流业相关税收优惠政策。研究完善支持物流企业做强做大的扶持政策，培育一批网络化、规模化发展的大型物流企业。严格执行鲜活农产品运输“绿色通道”政策。研究配送车辆进入城区作业的相关政策，完善城市配送车辆通行管控措施。完善物流标准化工作体系，建立相关部门、行业组织和标准技术归口单位的协调沟通机制。

（六）拓宽投资融资渠道。

多渠道增加对物流业的投入，鼓励民间资本进入物流领域。引导银行业金融机构加大对物流企业的信贷支持，针对物流企业特点推动金融产品创新，推动发展新型融资方式，为物流业发展提供更便利的融资服务。支持符合条件的物流企业通过发行公司债券、非金融企业债务融资工具、企业债券和上市等多种方式拓宽融资渠道。继续通过政府投资对物流业重点领域和薄弱环节予以支持。

（七）加强统计工作。

提高物流业统计工作水平，明确物流业统计的基本概念，强化物流统计理论和方法研究，科学划分物流业统计的行业类别，完善物流业统计制度和评价指标体系，促进物流统计台账和会计核算科目建设，做好社会物流总额和社会物流成本等指标的调查统计工作，及时准确反映物流业的发展规模和运行效率；构建组织体系完善、调查方法科学、技术手段先进、队伍素质优良的现代

物流统计体系，推动各省（区、市）全面开展物流统计工作，进一步提高物流统计数据质量和工作水平，为政府宏观管理和企业经营决策提供参考依据。

（八）强化理论研究和人才培养。

加强物流领域理论研究，完善我国现代物流业理论体系，积极推进产学研用结合。着力完善物流学科体系和专业人才培养体系，以提高实践能力为重点，按照现代职业教育体系建设要求，探索形成高等学校、中等职业学校与有关部门、科研院所、行业协会和企业联合培养人才的新模式。完善在职人员培训体系，鼓励培养物流业高层次经营管理人才，积极开展职业培训，提高物流业从业人员业务素质。

（九）发挥行业协会作用。

要更好地发挥行业协会的桥梁和纽带作用，做好调查研究、技术推广、标准制订和宣传推广、信息统计、咨询服务、人才培养、理论研究、国际合作等方面的工作。鼓励行业协会健全和完善各项行业基础性工作，积极推动行业规范自律和诚信体系建设，推动行业健康发展。

七、组织实施

各地区、各部门要充分认识促进物流业健康发展的重大意义，采取有力措施，确保各项政策落到实处、见到实效。地方各级人民政府要加强组织领导，完善协调机制，结合本地实际抓紧制定具体落实方案，及时将实施过程中出现的新情况、新问题报送发展改革委和交通运输部、商务部等有关部门。国务院各有关部门要加强沟通，密切配合，根据职责分工完善各项配套政策措施。发展改革委要加强统筹协调，会同有关部门研究制定促进物流业发展三年行动计划，明确工作安排及时间进度，并做好督促检查和跟踪分析，重大问题及时报告。

国务院关于加快科技服务业发展的若干意见

国发〔2014〕49号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

科技服务业是现代服务业的重要组成部分，具有人才智力密集、科技含量高、产业附加值大、辐射带动作用强等特点。近年来，我国科技服务业发展势头良好，服务内容不断丰富，服务模式不断创新，新型科技服务组织和服务业态不断涌现，服务质量和能力稳步提升。但总体上我国科技服务业仍处于发展

初期，存在着市场主体发育不健全、服务机构专业化程度不高、高端服务业态较少、缺乏知名品牌、发展环境不完善、复合型人才缺乏等问题。加快科技服务业发展，是推动科技创新和科技成果转化、促进科技经济深度融合的客观要求，是调整优化产业结构、培育新经济增长点的重要举措，是实现科技创新引领产业升级、推动经济向中高端水平迈进的关键一环，对于深入实施创新驱动发展战略、推动经济提质增效升级具有重要意义。为加快推动科技服务业发展，现提出以下意见。

一、总体要求

（一）指导思想。

以邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观为指导，深入贯彻落实党的十八大、十八届二中、三中全会精神和国务院决策部署，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，以支撑创新驱动发展战略实施为目标，以满足科技创新需求和提升产业创新能力为导向，深化科技体制改革，加快政府职能转变，完善政策环境，培育和壮大科技服务市场主体，创新科技服务模式，延展科技创新服务链，促进科技服务业专业化、网络化、规模化、国际化发展，为建设创新型国家、打造中国经济升级版提供重要保障。

（二）基本原则。

坚持深化改革。推进科技体制改革，加快政府职能转变和简政放权，有序放开科技服务市场准入，建立符合国情、持续发展的体制机制，营造平等参与、公平竞争的发展环境，激发各类科技服务主体活力。

坚持创新驱动。充分应用现代信息和网络技术，依托各类科技创新载体，整合开放公共科技服务资源，推动技术集成创新和商业模式创新，积极发展新型科技服务业态。

坚持市场导向。充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，区分公共服务和市场化服务，综合运用财税、金融、产业等政策支持科技服务机构市场化发展，加强专业化分工，拓展市场空间，实现科技服务业集聚发展。

坚持开放合作。鼓励科技服务机构加强区域协作，推动科技服务业协同发展，加强国际交流与合作，培育具有全球影响力的服务品牌。

（三）发展目标。

到 2020 年，基本形成覆盖科技创新全链条的科技服务体系，服务科技创新能力大幅增强，科技服务市场化水平和国际竞争力明显提升，培育一批拥有知名品牌的科技服务机构和龙头企业，涌现一批新型科技服务业态，形成一批科技服务产业集群，科技服务业产业规模达到 8 万亿元，成为促进科技经济结合

的关键环节和经济提质增效升级的重要引擎。

二、重点任务

重点发展研究开发、技术转移、检验检测认证、创业孵化、知识产权、科技咨询、科技金融、科学技术普及等专业技术服务和综合科技服务，提升科技服务业对科技创新和产业发展的支撑能力。

（一）研究开发及其服务。

加大对基础研究的投入力度，支持开展多种形式的应用研究和试验发展活动。支持高校、科研院所整合科研资源，面向市场提供专业化的研发服务。鼓励研发类企业专业化发展，积极培育市场化新型研发组织、研发中介和研发服务外包新业态。支持产业联盟开展协同创新，推动产业技术研发机构面向产业集群开展共性技术研发。支持发展产品研发设计服务，促进研发设计服务企业积极应用新技术提高设计服务能力。加强科技资源开放服务，建立健全高校、科研院所的科研设施和仪器设备开放运行机制，引导国家重点实验室、国家工程实验室、国家工程（技术）研究中心、大型科学仪器中心、分析测试中心等向社会开放服务。

（二）技术转移服务。

发展多层次的技术（产权）交易市场体系，支持技术交易机构探索基于互联网的在线技术交易模式，推动技术交易市场做大做强。鼓励技术转移机构创新服务模式，为企业提供跨领域、跨区域、全过程的技术转移集成服务，促进科技成果加速转移转化。依法保障为科技成果转移转化作出重要贡献的人员、技术转移机构等相关方的收入或股权比例。充分发挥技术进出口交易会、高新技术成果交易会等展会在推动技术转移中的作用。推动高校、科研院所、产业联盟、工程中心等面向市场开展中试和技术熟化等集成服务。建立企业、科研院所、高校良性互动机制，促进技术转移转化。

（三）检验检测认证服务。

加快发展第三方检验检测认证服务，鼓励不同所有制检验检测认证机构平等参与市场竞争。加强计量、检测技术、检测装备研发等基础能力建设，发展面向设计开发、生产制造、售后服务全过程的观测、分析、测试、检验、标准、认证等服务。支持具备条件的检验检测认证机构与行政部门脱钩、转企改制，加快推进跨部门、跨行业、跨层级整合与并购重组，培育一批技术能力强、服务水平高、规模效益好的检验检测认证集团。完善检验检测认证机构规划布局，加强国家质检中心和检测实验室建设。构建产业计量测试服务体系，加强国家产业计量测试中心建设，建立计量科技创新联盟。构建统一的检验检

测认证监管制度，完善检验检测认证机构资质认定办法，开展检验检测认证结果和技术能力国际互认。加强技术标准研制与应用，支持标准研发、信息咨询等服务发展，构建技术标准全程服务体系。

（四）创业孵化服务。

构建以专业孵化器和创新型孵化器为重点、综合孵化器为支撑的创业孵化生态体系。加强创业教育，营造创业文化，办好创新创业大赛，充分发挥大学科技园在大学生创业就业和高校科技成果转化中的载体作用。引导企业、社会资本参与投资建设孵化器，促进天使投资与创业孵化紧密结合，推广“孵化+创投”等孵化模式，积极探索基于互联网的新型孵化方式，提升孵化器专业服务能力。整合创新创业服务资源，支持建设“创业苗圃+孵化器+加速器”的创业孵化服务链条，为培育新兴产业提供源头支撑。

（五）知识产权服务。

以科技创新需求为导向，大力发展知识产权代理、法律、信息、咨询、培训等服务，提升知识产权分析评议、运营实施、评估交易、保护维权、投融资等服务水平，构建全链条的知识产权服务体系。支持成立知识产权服务联盟，开发高端检索分析工具。推动知识产权基础信息资源免费或低成本向社会开放，基本检索工具免费供社会公众使用。支持相关科技服务机构面向重点产业领域，建立知识产权信息服务平台，提升产业创新服务能力。

（六）科技咨询服务。

鼓励发展科技战略研究、科技评估、科技招投标、管理咨询等科技咨询服务业，积极培育管理服务外包、项目管理外包等新业态。支持科技咨询机构、知识服务机构、生产力促进中心等积极应用大数据、云计算、移动互联网等现代信息技术，创新服务模式，开展网络化、集成化的科技咨询和知识服务。加强科技信息资源的市场化开发利用，支持发展竞争情报分析、科技查新和文献检索等科技信息服务。发展工程技术咨询服务，为企业提供集成化的工程技术解决方案。

（七）科技金融服务。

深化促进科技和金融结合试点，探索发展新型科技金融服务组织和服务模式，建立适应创新链需求的科技金融服务体系。鼓励金融机构在科技金融服务的组织体系、金融产品和服务机制方面进行创新，建立融资风险与收益相匹配的激励机制，开展科技保险、科技担保、知识产权质押等科技金融服务。支持天使投资、创业投资等股权投资对科技企业进行投资和增值服务，探索投贷结合的融资模式。利用互联网金融平台服务科技创新，完善投融资担保机制，破

解科技型中小微企业融资难问题。

（八）科学技术普及服务。

加强科普能力建设，支持有条件的科技馆、博物馆、图书馆等公共场所免费开放，开展公益性科普服务。引导科普服务机构采取市场运作方式，加强产品研发，拓展传播渠道，开展增值服务，带动模型、教具、展品等相关衍生产业发展。推动科研机构、高校向社会开放科研设施，鼓励企业、社会组织和个人捐助或投资建设科普设施。整合科普资源，建立区域合作机制，逐步形成全国范围内科普资源互通共享的格局。支持各类出版机构、新闻媒体开展科普服务，积极开展青少年科普阅读活动，加大科技传播力度，提供科普服务新平台。

（九）综合科技服务。

鼓励科技服务机构的跨领域融合、跨区域合作，以市场化方式整合现有科技服务资源，创新服务模式和商业模式，发展全链条的科技服务，形成集成化总包、专业化分包的综合科技服务模式。鼓励科技服务机构面向产业集群和区域发展需求，开展专业化的综合科技服务，培育发展壮大若干科技集成服务商。支持科技服务机构面向军民科技融合开展综合服务，推进军民融合深度发展。

三、政策措施

（一）健全市场机制。

进一步完善科技服务业市场法规和监管体制，有序放开科技服务市场准入，规范市场秩序，加强科技服务企业信用体系建设，构建统一开放、竞争有序的市场体系，为各类科技服务主体营造公平竞争的环境。推动国有科技服务企业建立现代企业制度，引导社会资本参与国有科技服务企业改制，促进股权多元化改造。鼓励科技人员创办科技服务企业，积极支持合伙制科技服务企业发展。加快推进具备条件的科技服务事业单位转制，开展市场化经营。加快转变政府职能，充分发挥产业技术联盟、行业协会等社会组织在推动科技服务业发展中的作用。

（二）强化基础支撑。

加快建立国家科技报告制度，建设统一的国家科技管理信息系统，逐步加大信息开放和共享力度。积极推进科技服务公共技术平台建设，提升科技服务技术支撑能力。建立健全科技服务的标准体系，加强分类指导，促进科技服务业规范化发展。完善科技服务业统计调查制度，充分利用并整合各有关部门科技服务业统计数据，定期发布科技服务业发展情况。研究实行有利于科技服务

业发展的土地政策，完善价格政策，逐步实现科技服务企业用水、用电、用气与工业企业同价。

（三）加大财税支持。

建立健全事业单位大型科研仪器设备对外开放共享机制，加强对国家超级计算中心等公共科研基础设施的支持。完善高新技术企业认定管理办法，充分考虑科技服务业特点，将科技服务内容及其支撑技术纳入国家重点支持的高新技术领域，对认定为高新技术企业的科技服务企业，减按 15% 的税率征收企业所得税。符合条件的科技服务企业发生的职工教育经费支出，不超过工资薪金总额 8% 的部分，准予在计算应纳税所得额时据实扣除。结合完善企业研发费用计核方法，统筹研究科技服务费用税前加计扣除范围。加快推进营业税改征增值税试点，扩大科技服务企业增值税进项税额抵扣范围，消除重复征税。落实国家大学科技园、科技企业孵化器相关税收优惠政策，对其自用以及提供给孵化企业使用的房产、土地，免征房产税和城镇土地使用税；对其向孵化企业出租场地、房屋以及提供孵化服务的收入，免征营业税。

（四）拓宽资金渠道。

建立多元化的资金投入体系，拓展科技服务企业融资渠道，引导银行信贷、创业投资、资本市场等加大对科技服务企业的支持，支持科技服务企业上市融资和再融资以及到全国中小企业股份转让系统挂牌，鼓励外资投入科技服务业。积极发挥财政资金的杠杆作用，利用中小企业发展专项资金、国家科技成果转化引导基金等渠道加大对科技服务企业的支持力度；鼓励地方通过科技服务业发展专项资金等方式，支持科技服务机构提升专业服务能力、搭建公共服务平台、创新服务模式等。创新财政支持方式，积极探索以政府购买服务、“后补助”等方式支持公共科技服务发展。

（五）加强人才培养。

面向科技服务业发展需求，完善学历教育和职业培训体系，支持高校调整相关专业设置，加强对科技服务业从业人员的培养培训。积极利用各类人才计划，引进和培养一批懂技术、懂市场、懂管理的复合型科技服务高端人才。依托科协组织、行业协会，开展科技服务人才专业技术培训，提高从业人员的专业素质和能力水平。完善科技服务业人才评价体系，健全职业资格制度，调动高校、科研院所、企业等各类人才在科技服务领域创业创新的积极性。

（六）深化开放合作。

支持科技服务企业“走出去”，通过海外并购、联合经营、设立分支机构等方式开拓国际市场，扶持科技服务企业到境外上市。推动科技服务企业牵头组

建以技术、专利、标准为纽带的科技服务联盟，开展协同创新。支持科技服务机构开展技术、人才等方面的国际交流合作。鼓励国外知名科技服务机构在我国设立分支机构或开展科技服务合作。

(七) 推动示范应用。

开展科技服务业区域和行业试点示范，打造一批特色鲜明、功能完善、布局合理的科技服务业集聚区，形成一批具有国际竞争力的科技服务业集群。深入推动重点行业的科技服务应用，围绕战略性新兴产业和现代制造业的创新需求，建设公共科技服务平台。鼓励开展面向农业技术推广、农业产业化、人口健康、生态环境、社会治理、公共安全、防灾减灾等惠民科技服务。

各地区、各部门要充分认识加快科技服务业发展的重大意义，加强组织领导，健全工作机制，强化部门协同和上下联动，协调推动科技服务业改革发展。各地区要根据本意见，结合地方实际研究制定具体实施方案，细化政策措施，确保各项任务落到实处。各有关部门要抓紧研究制定配套政策和落实分工任务的具体措施，为科技服务业发展营造良好环境。科技部要会同相关部门对本意见的落实情况进行跟踪分析和督促指导，重大事项及时向国务院报告。

国务院

2014年10月9日

【行业动态】

盘点：我国跨境电子商务面临的挑战及对策

据统计，我国 500 万家中小外贸企业，其中正在使用电子商务从事跨境交易的仅占非常小的比例。而一位在线交易公司负责人则表示，目前仍有数量极其庞大的中小外贸企业还没有接触电子商务，其主要表现及相应措施有以下几个方面。

第一，跨境电子商务法律体系亟须建立。

电子商务对国际贸易法律方面的冲击，主要是因为现今应用于国际贸易的法律不健全而造成的。我国相关法律制度的制定远远滞后于信息产业的发展。所以，目前一个迫切需要解决的问题是制定一些相应的电子商务法律，以解决电子商务上发生的各种纠纷。

鉴于电子商务发展受到技术、信用水平的缺陷和法律滞后的阻碍，电子商务立法既要以确定性的安排弥补技术和信用的不足，又要给其发展创造宽松自由的环境。构建这样的法律体系需要制定新的法律，也要合理解释原有法律和创造有利于电子商务发展的配套法律规范。

2014年7月23日，海关总署公布了第56号公告《关于跨境贸易电子商务进出境货物、物品有关监管事宜的公告》，该文件是对前段时间电子商务跨境试点进行的总结梳理，文件明确了跨境电子商务的合法地位，强调后续口岸海关对电商需要进行系统监管的思路，这意味着跨境电子商务将从试点走向推广。

第二，信用评价和标识亟待统一。

电子商务具有虚拟的特点，它不仅具有传统商务活动的风险，而且还具有自己独特的开放性、全球性、低成本、高效率特点。交易双方的行为、市场中介的行为等都具有极大的不确定性，不守信用的行为在电子商务领域中更加突出。

而建立电子商务信用保障体系还存在着许多制约因素，如缺乏信用意识和信用道德规范、企业内部电子商务信用管理制度不健全、信用中介服务落后、缺乏有效的法律保障和奖惩机制等。跨境交易更加要求完善的、跨区域、跨文化、跨体制的信用体系来支持更加复杂的交易环境，对当事人的商业信用提出了更高的要求。

第三，在线支付需要安全环境。

电子支付是国际电子商务进行的必要条件，也是交易得以实现的重要环节。如果没有第三方支付，就没有电子商务产业的今天。跨境电子商务也离不开第三方支付。因此，第三支付的国际化已然成为占领未来消费市场的重要条件。

目前，海外买家欺诈是中国中小外贸商户的心头大患。对于交易安全问题，调查显示，一半以上的受访商户表示担心与海外客户交易时遭遇欺诈，27%的商户担忧他们现在使用的支付系统在进行跨境交易时不够安全。此外，25%的商户认为未来三个月内海外买家拒绝支付的风险将增加。

对于电子商务应用在国际贸易中的安全性问题，应该紧随电子商务技术的进步，继续完善法律及各种规范性的措施，而各行业及相关机构应通过制定各种行业规范和完善认证体系来促进电子商务在国际贸易中安全性问题的解决。

第四，物流难题是制约外贸电子商务发展的重要短板。

从中国发货到全球，一般至少需要7~15天，有的甚至要1个月。目前来看，从中国发货到全球的物流模式，还是粗放式的。中国的外贸电子商务，还

是主要以低廉的价格来赢得客户。这对中国外贸电子商务而言是一个很大的挑战。只有改善物流，才能掌握竞争的主动权。也只有这样，在这个行业中才能出现真正与国际一流电商相抗衡的中国企业。

第五，“品牌化”瓶颈。

从目前来看，中国外贸电子商务所出售的产品，大多是配件类的商品，所卖的多数是边缘化、非主流的东西，靠这样的产品来赢得客户，通过价格优势获得市场。但是随着行业不断发展，高质量的产品和更好的服务才是竞争的核心。从长远来看，品牌化的创建才是中国制造商的未来之路。中国制造商必须拥有自己的设计和内涵，代表着中国的形象，这才是品牌化的道路。

第六，税收及仿货方面。

一方面是税收：跨境 B2C 交易金额有一定限制，超过规定额度需缴纳关税；而海外买家使用 Visa 和 MasterCard 信用卡完成的交易无法进行核销退税。收款到结算存在一定的时间差，供应商可能面临汇率的波动或损失。另一方面是仿货：B2C 平台因产品数量多，产品审核压力大，尽管各平台会加大仿货、知识产权的控制与审核，但一旦存在仿货交易，可能面临被投诉以及海关查验没收的风险。

第七，跨境电子商务人才缺乏。

与在国内利用电商不同，跨境电商支付、物流等要复杂得多，中小外贸企业在发展电商时也面临诸多风险。我国中小外贸企业由于规模小、实力不强、发展空间小，难以吸引相对紧缺的技术高、能力强的高级电子商务人才。而电子商务人才短缺，严重阻碍我国中小外贸电商的发展。这方面亟须进一步加强。

目前，越来越多的国内中小企业商户认识到跨境电子商务带来的广阔市场空间以及更丰厚的利润空间，开始着手实施从传统的“线下外贸”到“在线外贸电子商务”的商务模式转变。然而，在线跨境业务起步阶段所面临的一系列问题和挑战，如网店搭建、市场推广、收付款、国际物流等，让很多中小企业商户望而却步。面对跨境电子商务的机遇，广大中国商户需要适应这一全新的商务模式，拓展新的业务能力，以摆脱在传统外贸体系下的低利润率困境。

（来源：中国信息产业网；编选：中国电子商务研究中心）

盘点：未来 3 年电商七大趋势

三年后，2017 年中国的电子商务将是什么样的？这个问题很多人都在思考和探讨。

2014 年，大型平台电商陆续上市，垂直电商所剩无几，唯有潜力但一时很难盈利的就在生鲜和农产品电商了。今天要探讨的不是生鲜农产品电商，是三年后电子商务的发展趋势。为何要谈这个话题？前几天受邀参加葫芦岛的中国服装电子商务大会，面对记者的采访，提出了产业群电商化的发展趋势，如何依托电子商务打造扁平化的产业供应链服务体系，从基地到用户，彻底消灭了中间的各个环节，成功实现商、物流的分析。在与葫芦岛杨市长交流的时候，政府领导高度重视，而且对于我提出的未来产业供应链的发展趋势有着深度共鸣。不光是葫芦岛杨市长，今年我在于山东新泰市市长、浙江温州瑞安市市长等交流中，也看出三线城市政府对产业互联网化的急迫。

下面我把产业基地电商化，打造扁平化供应链架构的推进思路一一呈现给大家。

一、二三线城市产业群互联网化成必然趋势，渠道将被陆续干掉，包括部分线上渠道

2014 年的今天，一线城市的品牌几乎全线电子商务化，进入线上、线下全渠道模式。受此影响，二三线城市的产业群也看到了互联网发展的商机，陆续拥抱电子商务。但由于过去人才和思维的差异，更多的依附于第三方渠道商，通过第三方渠道上在电商平台上推动交易。随着互联网和移动互联网的发展，今天的产业基地，已经开始建立自有电商平台了。下面以两个例子来说明：

1、泳装产业的互联网化趋势：8 月中旬，在葫芦岛的服装电商大会上，葫芦岛作为全国泳装 70% 份额的产业基地，目前开始全面推动电子商务化，直接在产业基地孵化电商企业，从品牌基地直接打通到天猫、京东、聚美优品等平台，实现电子商务化，目前葫芦岛的泳装电商已经达到 573 家，年销售额到 131 亿元。未来的趋势看，产业群的电商很可能会绕过平台电商，直接进入移动端、社区。

2、农产品电商直供成趋势：过去两年，顺丰优选、本来生活等成功农村品电商搭建了 B2C 的电子商务平台，以及天猫的 B2BC 的天猫农业、天猫国际等都是基于基地直采模式，原因就是农业基地根本不懂互联网。随着农业基地的互联网化，未来基地的品牌化，未来的农产品电商将不是平台电商拉动农业基地，而是农业基地推向互联网、移动互联网。甘肃成县的农业、阳澄湖的大闸蟹，今年都已经主动互联网化了。未来的农业电商，将是品牌基地直接到社

区。

观点：二三线城市、县级城市的互联网从 2014 年开始将愈演愈烈，新型的产业群基地电商化会带来新的商机，所有渠道都必须“思变”了。

二、政府思维已经转型，成为主要推力，但如何落地，需要第三方专业机构引导

产业群互联网趋势发展是必然，真正能成功推动转型升级，需要多个维度的支持。

政府的互联网思维转型非常重要，在于辽宁葫芦岛、山东新泰、浙江瑞安等政府高层的交流过程中，明显感觉到他们的思维已经开放，已经虚心拥抱互联网，他们对推动产业互联网转型升级很有决心，但如何落地，他们的思路还不是很清晰。

企业角度来看，推动力会严重不足。因为电子商务的发展，渠道互联网化是最快的，产业群基地，特别是二三线产业基地，经营管理者接触互联网机会本来就少，因此要有这个意识，并能主动的推动，确实挑战很大。

观点真正要推动，需要有第三方机构懂互联网、懂电子商务、懂新型供应链发展趋势、同时能统筹整合资源，从政府、企业角度进行思路引导，电商平台、物流供应链机构，要从服务角度引导。政府要跳出来，作为组织和资源支持者，这样才能真正快速推进。

三、三年后，平台电商面临新变革，B2C、B2B2C 面临缩水

未来 3 年后的电商，流量不再是重要因素，更重要的是精准的用户。大数据驱动的末端消费，直接营销到线上社区和线下社区，未来的消费人群是 90 后聚集的线上社区和 60 后聚集的线下社区。末端社区平台基于社区人群需求导向的 C2B 的电子商务将逐步成为主流。品牌基地直供到社区，通过快速的物流网络从基地到消费者是必然趋势，这样一来，3 年后传统的 B2C 电商和开放平台的 B2B2C 的电商，同样面临缩水。

观点这一切的因素都是消费人群的购物习惯变了。产业群基地与“两个社区”直接打通，便利店+最后一公里物流会迎来绝对的商机，未来的产业基地电商化，将陆续走向移动电商、社区 O2O 平台，绕过 B2C、B2B2C 平台。

四、C 端用户之争将愈演愈烈，共同属性会员共享成为商机

线上线下社区会员之争将愈演愈烈，会员之争是多维度的，有从最后一公里物流角度、有从线上社区角度、有从用户历史消费信息角度.....这些都是大数据驱动精准营销基础。

上周在葫芦岛服装电商大会上演讲完毕记者采访我的时候，我特别强调

了，产业电商的发展，一方面推动基地的电商化，另一方面要抓住末端用户，谁先抓住精准的用户群，谁将抓住未来的商业。移动互联发展的今天，微信、微博是一个非常有价值的工具，特别是微信。

未来的产业群的电商可以通过如下方式去挖掘会员：

1、与最后一公里平台合作：包括猫屋、嘿客、社区 001 等企业，目前目前都在大面积的整合社区消费人群。产业群直接与这些末端平台打通，是未来的趋势。

2、与同类消费人群的品牌共享会员：对于同样的消费人群的非竞争类品类，完全有会员共享的价值。曾经有星巴克与优衣库的捆绑营销案例就是非常好的一个创意。

观点品类精准的用户人群，是产业群电商的商业核心，抓住客户是第一步，培养忠诚度，带动口碑营销，同时打通末端的 O2O 体验，终身拴住用户是关键。

五、三年之内，中国物流大网将面临重组

2014 年，原来服务于 B2C 的落地配物流小红帽、深圳银捷陆续被顺丰收购后，接下来他们的服务将不仅仅是在 B2C 落地配，更多的将服务未来的嘿客的 O2O 物流。

未来的全网的物流服务必将面临重组，具体重组趋势如下：

1、物流园区变革重组：过去以存货为主的大型物流园区将陆续变革，未来的物流园区将成为快速的运转中心，因为未来的每一件商品都是由末端驱动的，二不是库存驱动的零售。

2、快运网络成为主流趋势：不管是零担、还是专线，以及当今的高铁快递，整个快运网络将全面兴起，从产业群基地到末端社区的快运网络将成为主流趋势。

3、最后一公里物流平台成为核心：最后一公里和便利店的融合发展成主流趋势，产业群的商品会直接送往末端的物流集散点。这个方面亚马逊在美国今年年初做的更极致，在客户还没有下单之前，就根据大数据的预测，将商品送到最后一公里物流的集散地。

4、物流运力平台整合互联网化是必然趋势：在中国社会运力最主流的物流载体，在互联网化的今天，司机的移动互联网化是主流趋势，通过移动互联快速调动社会运力是必然。这样的整合方式分为三大类。

- 1) 基于城市配送的运力资源整合；
- 2) 基于区域物流的运力资源整合；

3) 基于全国全网的运力资源整合。

越到后面难度越大，当然难度大的，一旦成功成功，商业价值将不菲，但要说明的是，不是用一个软件就能实现的，这里有多维度的复杂因素，有兴趣的朋友可以去看我两个月前的文章《互联网在如何重塑物流？》。

5、物流平台将直接渗透到产业基地，重组原有模式。产业群的互联网化过后，商、物流分离成为主流趋势，产业基地直接进入大网的物流模式将是热点，这当前大部分物流公司根本没有重视的市场，这个价值我就不细说了，具体怎么玩，要结合每个产业基地的情况和物流企业的网络优势而定，这里我就不细说，大家可以通过“黄刚有约”各站（线上微信群、线下各站活动）与我交流。

观点互联网时代，物流会因为前段的商业变化而发生，产业群互联网化将带动物流体系的重新组合，里面蕴藏着各种商机。

六、产业供应链将从工业时代模式转向互联网模式，彻底扁平化

产业群的供应链因互联网的变革，将从驱动方式上将发生的变化，C 端用户驱动模式下，供应链结构将彻底变化，采购、生产、渠道、客户体验、信息等角度全面发生变化，盘点一下从工业时代供应链与互联网时代供应链有着 10 大差异。

- 1、工业时代的供应链是工厂或渠道驱动，互联网时代是 C 端驱动。
- 2、工业时代的库存是实物,互联网时代是信息代替库存。
- 3、工业时代的产品以研发和生产为中心批量生产，互联网时代是个性定制用户 DIY 为中心。
- 4、工业时代生产制造是集中生产，互联网时代数据化云端柔性制造。
- 5、工业时代是跨机构多部门协同，互联网时代是扁平化组织。
- 6、工业时代是以合同物流为主，互联网时代是以零担快运和快递。
- 7、工业时代的物流园区以存储商品为重心，互联网时代的物流中心以快速中转功能为重心。
- 8、工业时代的订单是集中订单模式，互联网时代的订单是多批次少批量模式。
- 9、工业时代的供应链信息是单向传递，互联网时代的信息全程可视。
- 10、工业时代供应链中的大数据价值在渠道,互联网时代的供应链大数据价值在线上 and 线下的两个社区。

观点产业群互联网化，供应链彻底扁平化，真正懂得趋势，并能够玩的供应链几个凤毛麟角，这需要懂供应链、懂电子商务、懂互联网、懂大数据、懂

商业变革，未来的行业，将是由这样的机构主导的。

七、产业群互联网化转型过程中面临最大的挑战：思维、人才

最后要说的是，产业群互联网化转型所面临的挑战，看到方向了，要看清楚挑战，解决这些问题才能成功实现落地。

1、思维是最大的挑战，不管是政府思维还是企业经营者的思维，都要因为末端用户的变化而变化，末端用户的变化是受电子商务、移动互联的影响而变的。因此推动产业群互联网化发展的各大角色，都要用新思维变革自己，只有变革自己拥抱变化才能获得落地的价值。

2、人才是第二大挑战：集中在二三线城市的产业群，往往缺乏一线城市的互联网思维，真正用有新思维的人往往也不愿意呆在二三线城市，所以各大产业群推动互联网化，人才是最大的短板。如果解决这个问题？走出去，引进来，是最佳的方式，组建新思维的 85 后、90 后团队，走到互联网发达区域，将新的思维、新的管理模式、新的互联网企业的基因带回去，这是一个不错的方式。另外一个方式就是请资深的电商运营团队、物流平台团队到产业群，进行不同的深度交流。

观点思维和人才本质上是人的问题，政府和企业要从人才结构和培训孵化上下功夫，尽可能的情况下组织，这种组织方式可以是 O2O 的方式，线上组建对口交流，同时线下对接相结合。

总结：产业群互联网化是必然趋势，新型的供应链结构将快速裂变，电商、物流、供应链都将迎来新的变革，这个时代不缺商机，缺的是能认识和把握商机的人。

（来源：物流指闻；文/黄刚；摘自：中国电子商务研究中心）

【新增会员】

天津通源兆泰信息技术有限公司

主要业务经营范围：技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务、技术推广、计算机系统服务、软件开发、软件咨询；设计、制作、代理、发布广告；经济贸易咨询、电脑动画设计；销售计算机、软件及辅助设备、通讯设备、电子产品（未取得行政许可的项目等等）

会员企业情况介绍：微信海，成立于 2012 年 10 月，微信营销行业开辟

者，为国内唯一一家微信营销一体化解决方案公司。业务覆盖微信公众账号搭建（微信海 saas 云平台）、微信公众账号代运营、微信粉丝推广、微信自媒体公关、微信营销培训及移动互联网营销、电商在线教育等服务。不到两年的时间，在全球已拥有 160 多位优质员工，以北京为中心，建立了三大分公司和北京、硅谷、苏州三大研发中心，并在全球拥有近 300 家代理商合作伙伴。2014 年 4 月获得浙商创投、上海联创等 8000 万人民币的联合投资，微信效果广告平台广点通首家微信第三方合作伙伴。微信海作为微信营销行业开辟者，基于微信海云平台（包含微网站、微商城、微现场、微信墙、微喜帖、微汽车、微餐饮、微酒店、微团购、微支付等），已服务包括中国银行、修正药业、绿地集团等超过 18 万家大中小企业。公司著作《微信营销解密》和《微信营销与运营攻略》为行业圣经级读物，已畅销 22 万余册。与此同时，微信海还是中国互联网协会微信营销唯一运营商、联合国工业发展组织咨商机构全球中小企业联盟理事单位。因对行业的开辟贡献，被评为 2013 年度行业领军企业（新华社颁发）。微信海致力于助力全球亿万传统企业移动互联网化，企业无需任何技术开发及背景，即可通过微信海平台轻松便捷完成公众账号微商城、微网站、客服系统、微支付等功能搭建，进而对目标移动用户进行品牌宣传、客户关系管理、电子商务，完成企业 O2O、移动互联网布局。与此同时，微信海独家研发了强大的线下拉粉硬件，通过微信智能 WIFI 路由器、微信照片打印机、小票机等，轻松助力企业进行粉丝积累，最终获得销售转化。并在此基础上提供微信运营、微信加粉、微信自媒体公关、移动互联网营销、电商在线教育培训业务。

单位网址：www.weixinhai.com.cn

（来源：天津通源兆泰信息技术有限公司）

上海集盛信息技术有限公司

主要业务经营范围：农业互联网，电子商务等。

会员企业情况介绍：公司成立于 2008 年 4 月 30 日，注册资金 550 万元，是一家领先的基于 O2O 的农业互联网运营服务商（简称：4° 生活，其域名：www.4dolife.com），专注于农业食品领域提供“端”到“端”，“云”到“端”的服务。利用物联网、移动互联网、云计算和大数据技术，以社群为基础提供 4° 生活网、4° 生活圈、4° 供应链和 4° 金融，旨在打造一个国际国内领先的

垂直农业产业互联网平台。

4° 生活通过自主 OCS (Open Cloud Systems) 开发开放平台, 以 O2M (Online to Mobile; Offline to Mobile; Online to Machine) 模式提供多维度的“端到端”服务, 致力于打造基于 Open to Open 的生活服务社群运营平台, 打造农业和食品行业的 4° 鲜品, 以社区生活服务为品牌的 4° 生活圈, 为用户呈现出贴心的“360° 安全、360° 质量、360° 健康和 360° 服务”, 传达从舌尖至心灵的愉悦感受。

从“农场”到“社区”在今天还需要很多步, 利用我们的 SCS (Supply Chain Service Systems) 平台为农业及食品企业提供了“云”到“端”的服务, 只需要两步, 这两步在互联网领域叫“2”, 也称“To”, 简单的“2”使传统农业及食品行业与互联网实现了商业化融合, 实现了真正意义上的“互联网农业”, 自称农业 2.0。农业 2.0 的本质是以服务为本, 用户为中心, 实现农业服务社会化、农业产业资本化、农业供应链金融化。

4° 源自最新鲜的温度, 更诠释了 4° 品质, 4 度生活源自: 亲近新鲜天然的湿度、赋予用心手作的温度、增进情感心意的浓度、还原本真生活的净度。我们坚持: 品质、安全、健康、快乐的理念, 让用户享受品味而不失品位的“4° 人生”。

我们的使命是: 把农业搬到家, 让你享受天然的生活。

我们的口号是: “快乐生活、以此为度, 从 4° 生活开始”。

单位网址: www.4dolife.com

(来源: 上海集盛信息技术有限公司)

上海市信产通信服务有限公司培训中心

主要业务经营范围: 行业内职工培训, 教育信息咨询, 企业管理咨询, 会务会展服务, 体育活动策划咨询; 有毒有害有限空间作业、高处作业(电力、电信等高安装、维修作业)、生产经营单位负责人、安全生产管理人员的培训; 通信技术领域内的技术开发, 技术转让, 技术服务及技术咨询; 计算机软硬件的开发。

会员企业情况介绍: 上海市信产通信服务有限公司培训中心成立于 2007 年, 是一家集企业员工内训、IT 行业培训咨询服务和成人高等学历教育助学的教育实体。是上海职工素质工程教育培训基地、全国职工教育培训示范点、上

海市高技能人才培养基地、工业和信息化部 IT 行业的实训基地、原信息产业部认定的信息产业涉外培训基地。

中心以“成为绩效卓越的信息产业培训服务商”为企业定位，拥有二个校区和一个 IT 技能实训基地，教学设施先进，教学条件完善，建有远程教学系统、计算机教学机房和实训场地等。IT 技能实训基地内设多种业务的实训环境，能同时满足不同工种上课。中心锻造形成一支具有丰富教学经验、严谨工作作风和良好敬业精神的专兼职师资队伍。已形成较成适应职业培训市场的管理体系。

中心面对激烈的市场竞争和企业的战略转型，结合自身优势，通过多种途径，提升科学化管理水平，确立了符合自身发展需求的战略解码。在多渠道、多手段、多形式做好上海电信主、实业企业员工内训的基础上，进一步发挥国有企业和 IT 行业优势，大力拓展行业和政企客户市场，在支撑 2010 年世博会、2012 年城市光网和 2013 年智慧城市的过程中，做出了自己的贡献。

中心紧扣信息时代脉动，紧跟企业发展方向，培训课程注重针对性、有效性和时效性，涵盖 IT 技术、计算机、管理、外语、社科、营销、认证、现代远程教育 and 网上培训等。与上海交大、北邮、电大合作开设有文、理专科和专升本学历教育。依托电信网络优势助力企业员工实现“5A”学习。为实现员工个性化培训提供“一站式”解决方案。ASP 服务模式助力企业迅速构建自己的网上大学，并为政企客户提供在线网络学习平台的研发。

单位网址：www.sttc.com.cn

（来源：上海市信产通信服务有限公司培训中心）

【交流园地】

生鲜电商回光返照？不！是起死回生！

去年引发的生鲜电商是“伪命题”的争论不仅没有打击生鲜行业的发展，反倒是极大的促进了生鲜行业的快速崛起。

过去一年可谓是生鲜电商的黄金期，除了消费者对生鲜电商的消费意愿增强了，资本市场也开始对其青睐有加，在 5 月份美味七七获得亚马逊 2000 万美元投资后，我买网宣布 B 轮融资 1 亿美金，与此同时，本来生活也宣称在今年 1 月份已完成一笔融资。似乎新一轮的生鲜电商淘汰赛一触即发。

目前，业界看待生鲜电商普遍存在几点共识，第一，冷链是命脉;第二，物流损耗较大;第三，品控难度较大;第四，高客单价才可维生;第五，复购率是核心;第六，规模是关键;第七，配送密度是基础。这些在经营过程遇到的难题，基本是生鲜电商们的一致共识，不过，也因这些共识让一些人对生鲜电商产生了些许认识误区。

误区一：巨人的游戏 小玩家难生存

近期，有论调称生鲜电商是巨人的游戏，嗯，这个没错，在我看来任何有市场前景的项目都是巨人的游戏，但小玩家未必难生存。

哪里有前景哪里就有巨头的身影，这是市场规律，但不代表巨头进入后小玩家都难以生存了。大多时候巨头的切入形式实际上是通过投资小玩家来完成了，在我看来，生鲜电商市场小玩家仍有极大的发展空间，不然也不会有美味七七、本来生活、坨坨公社、易果、莆田等如此之多的生鲜垂直电商的存在。

目前，阿里、京东、我买网、1号店、顺丰优选等会被划入参与生鲜电商市场的巨头行列，而美味七七、本来生活、坨坨公社、易果、莆田等会被划入小玩家阵营。事实上，目前真正生鲜电商做的好是这些被认为小玩家的企业，而巨头更多是在利用资源与影响力来撬动舆论的追捧。

有人认为，上述总结的七点难题将会困扰小玩家们的发展，只有有烧钱实力的巨头才能度过难关。其实不然，巨头有巨头的格局观，小玩家有小玩家的打法。

巨头一般都想抢占全国市场，不怕烧钱，只要能成为行业领导者就行，在这种思维下，巨头们需要在全国范围内建立冷链系统，尽可能多的丰富 SKU，大量的投入营销费用，不断的促销活动，通过烧钱来换取规模是巨头们通常打法。有内部消息就透露，我买网就将斥巨资用于完善全国 60 城市冷链物流建设、全国范围内进行大量广告投放和促销。

而小玩家们一般都比较专注，集中一点发力，有的集中在品类，有的是地域，例如坨坨公社主打有机，而美味七七则专注以上海地区为主向周边辐射，以小而精的打法将客户的满意度放在发展的首要位置，所以在上海地域获得了不少用户的支持。当然，专注点不是绝对的，会随着成长过程而不断调整。

集中一点的最大好处就是可以尽可能的节约成本，我买网融资 1 亿美元的消耗速度肯定比美味七七融资 2000 万美元要消耗的快得多。毕竟，我买网是做全国市场，在各地都要烧钱，而美味七七目前的精力比较集中，可能被视为巨头的我买网的日子紧巴巴的，而美味七七却可以很滋润，将更多注意力和重心放在提高品质和客户满意度上，在上海及周边地区的压倒性优势就也就没什么好

意外的了。

误区二：生鲜电商市场问题太多 难以推动

现在再想进入生鲜电商市场，门槛肯定已经非常高了，没有烧钱心理准备的要慎重考虑。不过，在淘宝开个店卖冷冻牛排、鸡排类产品的店也算是生鲜电商的话，还是可以做的，一般泡沫箱+冰袋保温，在一两天的快速配送范围内还是不成问题的，但要自己做冷链，做供应链难度可就大了。

另外，虽然生鲜电商面临的问题比较多，但人是活的，总会有办法解决，目前所说的这些问题只是行业共性问题，不代表每家都会被这些问题所困扰。

冷链建设成本高是生鲜电商市场公认的核心问题。半程冷链虽然节约成本但问题诸多，全程冷链才是生鲜电商的王道。然而，品质提高与成本控制兼得并不是天方夜谭，换个角度思考，不是搞全国冷链建设，专注于一个或几个城市的话完全可以做到投入小质量高。类似于这样的遇到困难、解决困难的例子不少，行业发展是都建立在问题基础上的，只有有效解决了问题的企业才能活下去。

事实上，困扰部分生鲜电商企业的不是市场本身，而是企业自身缺乏解决问题的能力。而打法精确、定位准确、经营务实，即使是小玩家也能得到投资者的青睐，全国范围内并不特别出名的美味七七能获得谨慎的亚马逊的投资就很能说明问题。

另外，烧钱也不再是困扰生鲜电商发展的因素，现在资本市场开始热捧生鲜电商市场，美味七七成为亚马逊在华 10 年首个投资对象，此轮融资，亚马逊承诺不干涉其经营，并将美国亚马逊生鲜的先进技术带入中国进行技术援助，以帮助美味七七达到更严谨的管理和商品更严格的等级标准，似乎也说明了亚马逊对国内生鲜电商市场发展的期待，这进一步刺激了投行对此的关注程度。

误区三：高客单价才能维持生鲜电商立足

这个误区是生鲜电商在运管过程中比较有趣的矛盾所在，既想要高客单价维持利润，又想要提升用户规模，这或许才是生鲜电商的伪命题。

客单价越高，用户规模越小，这是市场规律，另外，过高的客单价还会影响复购率(电商复购率最可观的唯品会是建立在低价基础上的)，用户规模小、复购率低也就没有什么配送密度可言了。现在的情况是，在高昂的运营成本压力下，生鲜电商只有选择高端产品才能维持发展，所以，现在没有几家生鲜电商在主打低价策略，但未来或许会有很大不同。

说到这里，似乎有人已经发现，生鲜电商也是有迹可循的，在城市的高档住宅区发展生鲜电商是不错的选择，这里的消费者消费能力强，网购认可度

高，非常适合生鲜电商发展。

话是这样说，虽然高端社区能保证高客单价，但消费者毕竟是少数，又不能保证稳定的复购率，高端社区只是生鲜电商起步阶段时主攻的地域，毕竟生鲜电商是要面对整个全国消费者，所以高客单价模式并不是生鲜电商长久的策略。

目前，生鲜电商冷链建设拼的厉害，用不了多久就要走上拼价格的道路了。冷链是拼价格的基础，冷链配送畅通，保证了产品品质后，再拼低价才会赢得更多的消费者。对比各家生鲜电商上海地区的产品价格可以发现，美味七七已经率先开始尝试低价策略来赢得更多的上海消费者，这与其目前专注在上海市场有关，可以将更多的资源集中利用，而同期本来生活、坨坨公社、顺丰优选、我买网等在集中精力进行着全国的范围的冷链“军备竞赛”。

生鲜电商才刚迎来爆发的机会，整个市场仍处在前期的探索阶段，不过在资本市场进入这以领域后，会加快行业发展进程。这个市场会有巨头，同样也会有小玩家，有困难，但更有机会，生鲜电商也是电商，拼价格、拼服务、拼物流是必须的。毋庸置疑的是，率先建立行业品质标准、完善物流体系，让消费者能买得起吃得好，即使是小玩家，也能占领先机，走得很远。

（来源：速途网专栏；作者：王利阳）

O2O 领域添新军，正品网加快布局的战略考量

前不久，正品网采购虚拟运营商 30 万 170 号码的招标公告引发了业界的广泛关注，一方面，虚拟运营商正处于“徘徊不定”的十字路口，据业内知情人士透露，目前 12 家虚拟运营商企业共放号在 20 万左右，一纸 30 万的采购大单对虚拟运营商而言可谓是千载难逢的商机。另一方面，更多人则是对此表示怀疑，正品网采购 30 万 170 号码意欲何为？这会不会是一桩无厘头的商业炒作呢？

据介绍，正品网是一家于 2013 年 5 月上线的 O2O 专卖店商总机平台，目前主要商业模式为，将各行业协会审查通过的 57 万家专卖店实现正品总机专卖店接入。按照这一模式，正品网可以将线下实体店通过正品总机 专卖店接入，每个专卖店配备 1 个专属号码，实现对专卖店以“号码辨真伪”动态加密保护。这种模式和 BAT 等巨头所推出的 O2O 模式截然不同，因此，其商业模式能否做大做强成为了业界热议的话题。

现如今，O2O 已经不是一个新的概念，我们所熟知的团购即是 O2O 的一种

实现模式。随着移动互联网的发展，O2O 早已成为兵家必争之地，BAT 等互联网巨头都在通过各种方式积极部署 O2O，当然，O2O 的服务形式也越来越多样化，对其他公司而言，要想和 BAT 争夺 O2O 领地却非常困难。

而正品网所开辟的 O2O 模式显然绕过了 BAT 的控制，因为它和普通 O2O 的实现模式完全不同，堪称 O2O 领域的蓝海。当然，这一模式能否做大做强，还需要更长时间来检验，不过从目前来看，正品网的模式至少已经赢得了商家的普遍认可。

据了解，正品网目前已经审查收录了涉及烟草、酒类、食用油、乳制品、奢侈品、保健品等 337 个品牌(企业)专卖店 57 万家，开通转接 11 万家，如果一家专卖店免费提供三部无线终端，正品网对 170 号码的需求量将超过 160 万个，如此说来，上面提到的 30 万的采购大单还远不能满足正品网的需求。

那么正品网是如何迅速获得商家和企业们的认可的呢?这就得说说门槛的事儿了。众所周知，目前很多商家通过淘宝、天猫、京东等平台开展线上业务，但这些平台都有门槛，比如天猫的入场费就高达十几万，这让很多商家叫苦不迭。而正品网却让这些专卖店免费搭上了电商的直通车。正品网正品总机技术来源于点石卓越(北京)通信技术有限公司，点石卓越十多年的技术优势、运营资源、运维经验均保证了正品总机长期处于较低的运营成本区间，据正品网负责人介绍，正品总机的布局得到了中国联通、中国电信以及代表中国移动拥有固网牌照的中国铁通等基础运营商及爱施德、巴士在线、迪信通、苏宁云商等大多数虚拟运营商的支持，特别是此次正品网 170 号卡的招标活动，很多虚拟运营商都积极参与，使得专卖店正品总机转接业务能够快速开展。同时，正品网保障对店铺坚持“三不”原则——不收取进场费、不收取交易佣金、不做竞价排名，只收取最低的正品总机使用费，如此低的门槛，又如何不受欢迎呢?

基础运营商与虚拟运营商会如此看重正品网，主要还是看中了正品网专卖店保护模式的巨大市场，而且虽然正品网团队是通讯行业出身，但其与运营商们并不存在同行业竞争，反而随着正品网的发展，他们之间的联系与合作会更加紧密，带来多赢的效果。

随着我国经济的迅速发展，消费者市场多样化，能够方便、实惠的买到正品逐渐成为消费者关注的问题。正品网所做的正是政府与各行业协会在近几年一直想做而没有好的资源、好的手段没能做起来的事情。据悉，早在两年前，就有不少行业协会与正品网接触，要做相应的“正本清源”布局，由于当时存在一些技术及尤其是号卡的门槛，此模式并没有广泛的推广开来。此次，正品网得到基础运营商和虚拟运营商的一直认同和支持参与，除了加快食品、

乳制品等八大日用品行业实体店铺的转接认证外，将会根据行业协会的要求针对黑中介、黑导游等乱象推出旅行社、培训机构、品牌假店厂商的维修网店转接服务。

这一模式看起来美好，但实施起来还是可能存在一些问题，比如厂商如何对专卖店进行监管，确保其对用户提供满意周到的服务？对专卖店上游厂商，正品总机推出了垂直号码监管模式，对专卖店身份审核验证，无线终端对专卖店经营服务做通话录音，从技术上解决了厂商对旗下专卖店无力监管的问题，而且不需要厂商投入资金。

目前正品网已拥有 57 家专卖店信息，对于正品网为何能够在短时间内积累了如此大规模的数据，正品网负责人是这样说的，“正品网做的是一件对社会公益的事情，该模式既不损害各方利益，又能够解决假店泛滥问题，自然得到了大家的广泛支持。在行业协会的鼎力协助下，各厂商、品牌经营者、实体专卖店主动向我们提交了数据。说明我们的模式大家是认可的，经得起市场的检验的”

当然，正品网最重要的运营宗旨还是对消费者创造价值，实际上，正品网让消费者真正可以“一眼辨真伪，一点就找到、一按就接通”，以此把所有正品连锁店联盟会员店与其他店区分开。这有什么意义呢？众所周知，包括淘宝、天猫这样的电商平台是很难完全杜绝假货的，因为这些平台具备很强的开放性，只要满足开店门槛都能上去，管理自然就很困难。而正品网“正本清源”，从源头确保必须是正品店才有资格享受其服务，所以也就能完全杜绝假货，加上其只收取电话费，因此能保证客观公正。

应该说，正品网的模式符合专卖店、厂商和消费者三方的利益，通过正品总机将厂商、专卖店、消费者紧密连接起来形成正品商圈，这填补了现有模式的空白，对推进 O2O 和电子商务发展具有非常重要的意义。

（来源：速途网专栏；作者：王易见）

编辑：汪玉申、黄小平

责任编辑：张承鹤