

电子商务

动态

2011年第**1**期(创刊号)

2011/01/25

◆业界动态

深圳市电子商务大讲堂开启第一讲

深圳广电携手淘宝进军网购

GROUPON将与腾讯成立合资公司进入中国市场

◆行业数据

2010年中国B2C网上零售市场规模突破1000亿元

摩根大通预测2011年全球电子商务市场规模将达到6800亿美元

1月14日服装电子商务网站马萨玛索完成B轮融资

◆专题策划

回望——电子商务2010

◆决策参考

杭州“百镇(街道)联网”工程已初见成效

商务部公布了87家电子商务示范企业名单

指导单位：深圳市科技工贸和信息化委员会

主办单位：深圳市电子商务服务中心

创刊词

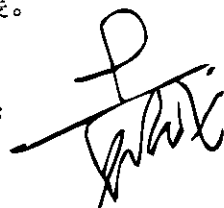
电子商务是现代科学技术发展的产物，是全球化、信息化浪潮在当代的重要表现。它伴随着互联网的应用而迅速兴起，不仅催生商务活动方式的革新，而且催生人们的消费方式、生活方式与企业生产经营方式的革新，进而将引起广泛社会变革。这样一场巨大的变革，在经济生活中带来了重大机遇与挑战。谁紧跟乃至引领电子商务的创新与应用，谁就将在现代生活、现代经济中先行一步，获得新的市场、新的商机、新的竞争优势。相反，谁要是固守原有的经营理念、经营方式，当电子商务深深渗透到经济各领域、各行业、各环节的时候，它必然要面临市场、商机的丧失和严重的发展困境。

加快发展电子商务，是深圳经济特区深入贯彻落实科学发展观，推动国家创新型城市建设，促进经济发展方式转变、经济结构调整和社会民生的改善，建设现代化国际先进城市的必然要求，也是深圳经济特区在前30年改革开放巨大成就的基础上，为谋求今后30年更大发展，根据深圳经济社会发展实际和产业状况作出的理性选择。深圳作为改革开放的窗口和试验田，市场环境优越，创新创业活跃，信息产业发达，交通、物流、金融服务完备，经济社会保持快速健康发展，具备发展电子商务的良好基础与条件。目前，深圳30%以上的企业已经开展电子商务业务，其中大中型企业开展电子商务的比例更是达到了85%；2009年，深圳电子商务交易额约为1700亿元，占全国比重的6.1%。未来深圳要强化经济中心城市的功能，在全球、全国经济中培育竞争优势，推动城市服务水平的提高和产业的优化升级，打造“高、新、软、优”现代产业体系，必须加快发展电子商务。为此，深圳在国家发改委、商务部的大力支持下，已经正式启动创建国家电子商务示范城市的工作，同时在深圳战略新兴产业政策中，也加大了对电子商务的支持力度。

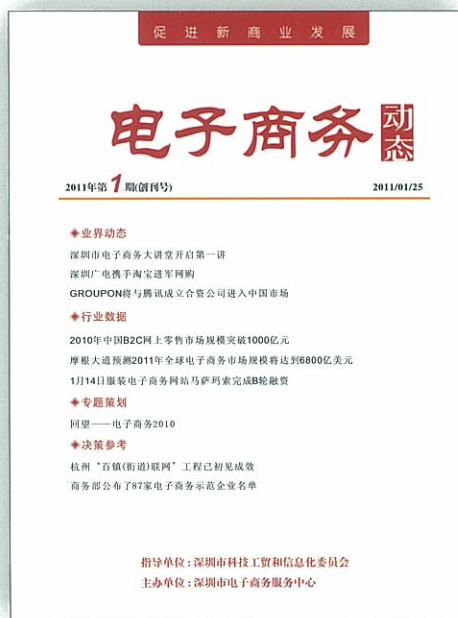
深圳市电子商务服务中心的内部刊物《电子商务动态》在这样的形势下创刊，可谓是“应运而生”。希望它秉承“关注热点、反映动态、共享信息、辅助决策”的宗旨，以独特的观察视角和快捷准确的资讯，密切关注国内外行业动态，及时反映深圳电子商务领域的成果与进展，强化产业热点的追踪和深度分析，致力于推动电子商务技术业务创新，致力于促进政府、行业、企业以及研究机构的电子商务信息共享、观点碰撞、工作交流。也希望社会各界给予热心关注，积极参与组稿、交流活动，支持《电子商务动态》的创办。

我深信，通过深圳市电子商务服务中心的努力耕耘，在社会各界的关心和支持下，《电子商务动态》将发挥重要平台作用，有力促进深圳电子商务的交流、研究与发展。

深圳市人民政府副市长：



目 录



2011/01/25 第1期 总第1期

指导单位：深圳市科技工贸和信息化委员会
主办单位：深圳市电子商务服务中心

编辑部联系方式：

电 话：86-0755-88916893

传 真：86-0755-83786186

邮 箱：ds@szfetsc.com.cn

地 址：深圳市福田区金田路4028号荣超经贸中心大厦六楼

邮 编：518031

鸣谢：深圳市迪蒙科技有限公司（商机网）

业界动态

深圳市电子商务大讲堂开启第一讲.....	1
雷柏电子商务旗舰平台正式上线运营.....	1
深圳广电携手淘宝进军网购.....	1
GROUPON将与腾讯成立合资公司进入中国市场.....	1
国家交通运输物流“电子枢纽”落户杭州.....	2
阿里公布物流战略：一期将投200至300亿建仓储.....	2
北京新增三家电子商务信用认证购物网站.....	2
国外零售商纷纷进军中国电子商务.....	3
eBay推出全新的物流服务软件.....	3

行业数据

2010年中国B2C网上零售市场规模突破1000亿元.....	4
摩根大通预测2011年全球电子商务市场规模将达到6800亿美元.....	4
2010年中国网购订单量TOP10省份榜单.....	4
鞋类电子商务网站乐淘网完成第三轮融资.....	4
服装电子商务网站马萨玛索完成B轮融资.....	4

专题策划

回望 2010电子商务.....	5
------------------	---

专家视角

下一个Groupon?哈佛华裔生想出一个让商家、消费者都无法拒绝的点子.....	5
--	---

决策参考

杭州“百镇(街道)联网”工程已初见成效.....	9
“绿叶行动”扶助武汉企业发展绿色电子商务.....	9
《2010年成都电子商务发展研究报告》发布.....	9
“2011云品大集”活动在上海举行.....	10
商务部公布了87家电子商务示范企业名单.....	10

深圳市电子商务服务中心简介.....	11
--------------------	----

业界动态

深圳

1月7日深圳市电子商务大讲堂 开启第一讲

为了推动“国家电子商务示范城市”创建工作深入开展，由市科工贸信委主办，深圳市电子商务服务中心承办的电子商务大讲堂系列讲座第一讲“在线外贸探索之旅”大型专题讲座开讲。敦煌网创始人兼CEO王树彤，一达通总经理魏强等几位专家就在线贸易与传统贸易的差异及前景等内容进行了介绍。我市外贸企业代表200多人参加了讲座。

（深圳商报）

点评：软环境是电子商务发展中的土壤，一个区域产业氛围的营造将从生态上影响到产业的发展。深圳聚集着大量的出口加工型、出口贸易型企业，电子商务将是这部分企业的转型升级的重要工具。

1月10日雷柏电子商务旗舰平台正式上线运营

雷柏电子商务平台通过对京东商城、淘宝等网络销售渠道的摸索与研究，并在此基础上融进自己的创新技术搭建而成，对原有的电子商务平台进行了系统的整合和全面的提升，其中，产品精确选购、产品信息详尽披露、与雷柏粉丝俱乐部积分互动共享和用户帐号定制管

理是该平台的四个最具创新性的亮点。

（深圳商报）

点评：“前店后厂”的传统企业将逐步到“前网后厂”中来，传统企业通过电子商务完成转型升级。

1月11日深圳广电携手淘宝 进军网购

淘宝天下“壹报壹店”深圳馆是由阿里巴巴旗下淘宝网与深圳广播电影电视集团共同打造的一个全新电子商务购物平台。它将依托深圳广电集团的频道、频率、移动电视、网站、网络和电视报等媒体资源，借助淘宝这个大的网络平台，打通网络销售渠道，实现线上线下的互动，把深圳的特色商品推向全国各地。与其他购物网站相比，这种建立在传统媒体的强大传播力和公信力下的电子商务平台，具有无可比拟的优势。

（深圳新闻网）

点评：深圳广电在去年上线了宜和网试水电子商务，但效果不明显。如今依托自身优势和阿里巴巴强强联合将具有很大的发展优势。

1月20日GROUPON将与腾讯 成立合资公司进入中国市场

美国团购巨头Groupon将以与腾讯成立合资公司的方式进入中国市场，新公司CEO将由腾讯选派。Groupon独创的网上团购模式特点为：一天只促销一款商品或服务，促销折扣力度极大，通常为原价的2到4折。Groupon于成

立后半年开始盈利。在2010年, Groupon将触角从美国伸出, 业务扩展至35个国家;与全球5.8万家地方企业合作, 提供了超过10万笔交易服务。

(新京报)

点评: Groupon的估值已经达到47.5亿美元。《福布斯》杂志把它评为“历史上增长最快的公司”, 《时代》杂志将之选入去年最佳50网站之一, 《纽约时报》称它可能是史上最疯狂的互联网公司。

国内

12月4日国家交通运输物流 “电子枢纽”落户杭州

日前, 国家交通运输物流公共信息共享平台新址在浙江杭州揭幕。浙江省交通运输厅方面表示, 该平台不仅推动了传统运输行业向现代物流的转型, 提高了物流效率, 同时也将直接带来巨大的社会和经济效益。据预测, 远期建设充分共享后, 全国可减少物流总费用数千亿元、以及上百亿元的信息化建设费用。

(中新社)

点评: 物流是电子商务的基础, 运输物流电子枢纽在杭州落户, 将进一步推动杭州电子商务的发展。

1月19日 阿里公布物流战略 一期将投200至300亿建仓储

阿里巴巴集团在京首次对外宣布了阿里集

团的物流战略, 阿里集团将以千亿资金投资建设现代物流体系, 并推出了提供物流服务的平台“物流宝”。阿里巴巴集团将投资200-300亿人民币, 逐步在全国建立起一个立体式的仓储网络体系。中期以后, 阿里巴巴集团希望能与电子商务生态圈中的其他合作伙伴共同集资超过1000亿人民币, 来发展物流系统。

(凤凰网)

点评: 阿里巴巴逐步完善对整个电子商务产业链的布局, 将电子商务的信息流、资金流和物流完全打通。信息流上独立开发商品搜索“一淘”、注资“搜狗”; 在资金流上前有支付宝, 后有2010年10月成立的阿里巴巴小额贷款公司; 在物流上收购了百世物流, 注资星辰急便, 建立了北京、杭州、成都和华南的四大仓储体系。此次物流平台中的工具“物流宝”的推出, 以及alibank域名的收购, 阿里巴巴将完全打通整个电子商务的产业链。

1月19日北京新增三家电子商务 信用认证购物网站

大麦网、好特会、康Q网通过中国国际电子商务中心信用认证。根据《电子商务信用认证规则》的规定, 中国国际电子商务中心对这三家网站进行了真实性审核, 即对电子商务网站和网店的经营资质, 工商登记、企业经营等进行审查并备案, 其次, 从商务信用的角度对认证对象的信用状况和履约能力进行评价。

(网易)

点评: 第三方的电子商务信用认证, 将是国家和政府信用认证的强有力的补充。同时更加快速的契合企业的需求, 加强对第三方信用

认证机构的资质评定和推广,是发展电子商务中的一个重要环节。

海外

2010年10月8日国外零售商纷纷进军中国电子商务

据报道,全球最大的零售商沃尔玛准备在中国推出一个服务于山姆会员的网站。沃尔玛全球电子商务主管艾德华上周在投资者会议上表示,对中国在线销售的机会规模感到振奋。沃尔玛预计中国在未来五年会超过日本和英国,成为全球第二大电子商务市场,在线销售额达2300亿美元,美国预计会达到4900亿美元。这是全球零售商对中国在线销售兴趣大增的信号之一。

未来六个月内,美国服饰品牌盖普也将在中国试水在线销售,以补充它在中国的的第一个零售商店。日本优衣库已经于去年在中国推出在线电子商务。今年8月,阿迪达斯在淘宝的网店开张。美国皮包零售商coach明年也会在中国推出网上在线商店。

麦肯锡报告中说:三年,甚至不需要三年,中国三分之二的人将会连上互联网,在过去,一个网民转变成在线购物者需要3年。假定中国也按此转变,那么成千上万的电子商务消费者正处在拐点。

(金融时报)

2010年11月15日eBay推出全新的物流服务软件

eBay11月15日宣布,针对中国卖家推出一款全新的物流服务软件eGO。这意味着中国的eBay卖家现在可以使用Webgistix订单执行服务直接和美国的消费者进行联系了。“全球电子订单”(eGO)产品由Webgistix与中国订单执行服务商4PX联合推出,与eBay的销售经理专业版完全整合,从而使eBay中国卖家可以迅速给美国的eBay买家发货。

ebay的中国卖家可登陆eglobalorder.com,开始使用Webgistix位于纽约和拉斯维加斯的太平洋两岸的订单履行中心,快速实现订单履行。同时在eBay“销售经理专业版”的卖家工具栏中可以显示订单查询和货运信息。

eBay在中国的运营总裁华彬表示:“相信同为全球订单执行领导者的Webgistix和4PX之间的合作,可以为eBay中国卖家在美国这个目前世界最大的电子商务市场上扩展业务提供技术、物流和执行订单所需要的专业技术。”

(中国产经新闻报)

行业数据

产业

1月3日2010年中国B2C网上零售市场规模突破1000亿元

易观国际最新发布的B2C电子商务报告显示, 2010年中国B2C网上零售市场规模突破1000亿元大关, 达到1040亿元, 环比增长373%。而到2013年, 这一数字将达到6500亿元。

(易观国际)

1月4日摩根大通2011年全球电子商务市场规模将达到6800亿美元

摩根大通高级分析师伊姆兰说, 2011年全球电子商务市场总规模将达到6800亿美元, 同比增长18.9%; 2013年这一数字将达到9630亿美元。此外, 2011年全美在线零售额将达到1870亿美元, 同比增长13.2%。

(摩根大通)

1月19日2010年中国网购订单量TOP10省份榜单

根据艾瑞监测结果显示, 2011年中国网购订单TOP10省份排名, 广东省以18225万笔的订单数量名列第一位, 其次是浙江和江苏。中国网购用户主要分布在粤、苏、浙、鲁、沪等经济较发达的省市; 从这十个省份的增长率情况

来看, 以黑龙江和山东增长速度最快, 其Q3下单笔数的同比增长率分别达到153.2%和117.2%。从分布区域中我们可以看出, 东部地区仍然独占鳌头, 2010年前11个月华东地区的下单笔数整体达到了34698.4万笔, 名列第一, 其次是华南和华北地区。

(艾瑞网)

资本

1月6日鞋类电子商务网站乐淘网完成第三轮融资

乐淘网在京正式宣布: 第三轮总计2亿人民币的融资已经全部到账, 此次乐淘的C轮投资方全部为乐淘的老股东: 乐淘第一轮投资方策源基金继续追投, 第二轮领投德同资本也继续跟进, 而乐淘第二轮投资方中全球最大的对冲基金之一老虎基金此次C轮领衔投资乐淘。

1月14日服装电子商务网站玛萨玛索完成B轮融资

玛萨玛索(北京九合尚品科技有限公司)正式宣布已完成B轮融资, 该轮融资由北极光创投领投, 曾在2010年初投资玛萨玛索的红杉资本跟投, 易凯资本在本次融资交易中担任了Masa Maso的独家财务顾问。

综合点评: 目前电子商务的相关企业风险投资的成功案例, 很大比重在北京、华东和江浙一带。

专题策划

回望——2010电子商务

网购持续火爆创造历史

2010年中国网络购物市场延续用户规模、交易规模的双增长态势。据艾瑞咨询统计,2010年中国网络购物市场交易规模近5000亿元,达4980.0亿元,占社会消费品零售总额3.2%,网络购物用户达到1.48亿,在网民中的渗透率达30.8%。其中,淘宝网2010年交易额接近4000亿元,11月11日峰值达到19.5亿元,超过北京、上海、广州三地单日社会消费品零售总额。

团购集体崛起,竞争激烈化

《2010年中国网络团购调查报告》数据显示:截止2010年8月底,国内初具规模的网络团购企业数量已达1215家。其中尚未包括未开团、或已倒闭的256家团购网站,及刚开团或开团次数很少的小型团购网站。网络团购行业兴起近一年,启动门槛低以至于众多企业进入此领域意在圈钱,导致各行业乱象频现,标准亟待建立。而随着纯网络团购企业如拉手网及具有行业资源背景的如糯米网、QQ团等进入,团购行业竞争将激烈化。此时若想占领全国范围的团购市场,资金不仅仅是必备粮草,能否解决行业频现的团购消费投诉,真正服务于用户更是其竞争的核心因素。

B2C爆发式成长,国内B2C企业填补上市空白

2010年,中国本土B2C企业快速发展,麦考林、当当在美国上市,打破了国内B2C企业无上市公司的空白。B2C大势所趋:平台类商城乐酷天上线、淘宝商城独立,自主类商城京东商城、当当网纷纷开放平台。富士康(飞虎乐购)、苏宁(苏宁易购)、国美(库巴网)、银泰百货(银泰网)中粮集团(中粮我买网)、中国邮政(邮乐网)、中国银联(银联在线商城)、中国移动(积分商城),纷纷在2010年高调上线。用户网络购物理念将由重价格购物提升到重服务品质购物的全新时代,而此时“B2C时代”将正式来临。同时竞争加剧,京东商城与当当网的图书战,反映出重价格轻服务非正途。

电子商务政策密集出台

2010年,国家工商总局、商务部、海关总署、央行、财政部等国家机构出台了一系列针对电子商务的法规政策。广东、浙江等地也相继出台了多项支持网商和电子商务发展的措施。电子商务相关政策的密集出台,显示了各级政府对电子商务的日益重视。

网商服务商高速增长

2010年,面向网商提供服务和产品的服务商明显增加,服务领域覆盖软件、营销、物流、运营外包等环节,服务模式不断推陈出新。截止2010年10月底,基于淘宝网的大中型衍生电子商务服务商数量高速增长,其中仅通

过淘宝严格认证的大中型服务商就达到159家，同比2009年增长了近8倍。

农村网商异军突起

2010年，农民网商创业热潮兴起，由农民个体扩展到村、镇、县的大规模农民群体，如江苏沙集镇、浙江义乌青岩刘村、河北清河县，这些地方逐步形成了一个农民网商集群，并引发了政府、媒体、学术界乃至全社会的广泛关注。

网货品牌涌现

2010年，一大批“生于网络，长于网络”的网货品牌成长迅速。Justyle、裂帛、佐卡伊等被第七届网商大会评为“2010年十佳网货品牌”。1号店、春秋航空、何洪伟、吴芳芳等优秀网商荣膺“2010全球十佳网商”，大会还首次评出了十大外包服务商、最佳网商商盟、最佳网商摇篮和最佳网商沃土等生态奖项。2010年9月，《新商业文明宣言》在杭州举办的新商业文明论坛上正式发布，这是中国经济新旧规则交替的标志性事件。

央行“第三方支付新规”出台 为第三方支付明正身

2010年9月1日，中国人民银行出台的《非金融机构支付服务管理办法》正式执行；12月初，又正式公布了《非金融机构支付服务管理办法实施细则》。实施政策的出台，标志着央行开始加大对第三方支付的规范化管理，使第三方支付行业结束了原始成长期，被正式纳入国家监管体系，并将拥有合法的身份。

电商“跨国交易”成新趋势

2010年5月，淘宝网与日本软银集团控股的雅虎日本共同宣布，双方6月1日将同时上线淘宝网“淘日本”和雅虎日本“中国商城”，合建跨国网购平台。淘宝网的商品将直接以日文形式出现在雅虎日本“中国商城”中，同时雅虎日本的日本商品也将以中文形式出现在淘宝网的“淘日本”上。中日网购者在“淘日本”和雅虎日本“中国商城”进行跨境交易时，只需按照各自在国内的交易模式就可完成买卖。2010年7月，eBay中国宣布同李宁公司达成合作，李宁eBay海外网店正式上线，李宁产品将通过eBay平台销往海外。

第三方物流持续发展，平台 电子商务企业布局物流

阿里巴巴入资星辰急便、收购百世物流，京东商城自建物流体系，平台类电商纷纷布局物流。同时传统物流行业进一步与互联网零售对接，一些对互联网敏锐的物流企业，比如宝供、特能、虹迪等第三方物流服务提供商，都与互联网零售进行了更深层次的磨合。电商产业链的专业化分工正在逐渐完善。

专家视角

新模式

下一个Groupon?哈佛华裔生
想出一个让商家、消费者都无法
拒绝的点子

文 刘威麟

近日,看到美国有一个极有趣的新商业模式,它的高度,让它可能可以挑战Groupon两年前的那种态势,据当地的《Boston Globe》报道,这是一位哈佛刚毕业的华裔年轻创业家张怡芳,决定挑战健身事业,创立了一个新的健身中心的获利模式,她称为Gym-Pact,中文翻译成健身合约。

这个Gym-Pact,你想健身可以免费加入。免费加入后,免费使用健身的设施,只有在你今天明明该来健身,却没有出现在健身房里?那么,你就要付钱了!

换句话说,你看到在健身房运动的那些人群,他们并没有付钱,反而是没看到的那些人群,是由那些人来支付、支持这间健身房,让这间健身房继续存活下去!

你说,这样的定价模式,有道理吗?

有!

首先,Gym-Pact打的旗帜是,它是要来帮助大家约束自己的,大家都只会在那边说要每周健身三次,但大家都无法实现诺言,因此,Gym-Pact说服大家,来吧,免费的健身房!如果你没按时来,才需要付钱!这位创业家很有信心,因为她从哈佛经济学教授那边学到,人

们对于哪种事情最容易有动力?虽然未来的梦想(变瘦、变更健康)会很有动力,但人们倾向对立刻的好处会更有动力,所以,Gym-Pact不至于被人说是在“骗”用户的一时冲动,因为应该会有一些客户真的因为Gym-Pact而开始每天运动、每天享受免费的运动!

签约的时候,客户不必缴一毛钱,但Gym-Pact应该会先留下客户的信用卡号码,虽然客户一开始要谢谢创业家帮他们付钱,让他们可以免费加入这个健身房立刻开始运动,但只要有一个星期没有好好照着原定的运动日期过来,Gym-Pact就马上收了25美元,如果整个不玩了,那么Gym-Pact要马上收75美元。

更有趣的是后面的设计,你说,创业家是要自己开健身房吗?

不,原来,她只需要去和一些健身房谈,健身房会给她优惠价,让她代替那些想运动的客户,以优惠价,来大量购买十个、二十个、甚至上百位的健身房会员卡,你说,哪一家健身房会反对呢?这为它们瞬间带来平常好几倍的生意呢!全部的风险,都由Gym-Pact自己承受了呢!所以,目前他们似乎很轻松就已经和二间知名健身中心谈好了,这两间分别是“Bally Total Fitness”和“Planet Fitness”。像后面才谈成的Planet Fitness,一开始就和他们买了二十位会员,商家真的是眉开眼笑啦!

但,更妙的来了,Gym-Pact会赔钱吗?

可能会,但,它更有可能赚到不成比例的超丰厚利润!为什么?Gym-Pact等于一开始就打乱了市场的价格。怎么说呢?由于一开始是免费(或者是非常夸张的二三折的打折价),所以这些用户几乎是想都不必想,就直接签约了,问题是Gym-Pact之后会开始扣钱,你说,他们可以扣多少钱?大家觉得,Gym-Pact可以扣的最大额度,应该要比一般健身房还高,还

是低呢？答案是：高！如果原本一个月健身只要30美元，Gym-Pact可以大胆的叫没遵守或提前结束的付75美元，而这些客户还都会想要付，因为他们都太相信自己，相信自己一定不会被罚款，一定能继续享受这个美好的免费健身！而且，客户也会知道，Gym-Pact应该卖高一点，因为，这就好像保险公司一样，为了要负担其它人的理赔，每个人理所当然的应该多付一点，这样的逻辑，让Gym-Pact的定价可能可以非常的海阔天空，天啊！类似Gym-Pact这样的获利模式，可能可以瞬间做出一间类似保险公司的规模，现金一大堆，多到必须赶快拿出去投资不动产或什么！

而且，保险公司，一般人不能乱开保险公司的！但Gym-Pact呢？有相关法令的规范吗？没有啊！没有规范！我们问：客户又不必先付钱，目前的法令要怎么管？

哇塞，这个点子让我非常兴奋，已经努力在想，还有什么点子是类似Gym-Pact的呢？

不只是对创业家，对于营销人员来说，Gym-Pact也是一个完全不一样的方向。一般我们做生意，当然是尽量给潜在的客户一些诱因，采用折价、削价、砍价、跳楼价，让客户会想要过来试试看，但这位华裔创业家的想法却很特别，它以免费成诱因，但利用客户一定会自己出状况、自己会放弃了他们的福利，客户无话可说，商家也高兴的赚。之前我们看到类似的逻辑出现在Rebate券，客户懒得寄回去，商家赚到了；类似的逻辑也出现在礼券簿，预购了一大堆为了贪便宜，期限内却用不完，但以上的都是有价，我们可以来想一想，还有哪些是可以让客户免费加入的？

目前Gym-Pact唯一缺点是，它的定价的变化性还不够，未来应该有各式各样的变化模式，让人们可以更依照他们现在的状况，设计出最适合他们自己的健身时程，这样一来，有

更多人会想加入这个疯狂的免费健身服务，而且，只要人性永远都是这样，那么，Gym-Pact永远都是赚钱的。人容易太相信自己的决心，那么，Gym-Pact永远都会赚钱，而人类也得乖乖的付钱，都是为你们好啦！

我想，当初的Groupon也是摸出了一套新的逻辑，让商家有兴趣，客户也有兴趣。现在，Gym-Pact也是摸出了一套逻辑，目前看来，似乎商家也无法拒绝（因为Gym-Pact都直接帮他们付好钱了），而客人也同样的无法拒绝。这位年轻的华裔女创业家的这次创业绝对不只是小众的健身市场的创新模式而已，大家快来想一想，下一个Groupon或许已经呼之欲出！

作者：Mr. 6，本名刘威麟，美国史坦佛电机、管理双硕士，14岁移民加拿大，而后移居美国硅谷，互联网经验超过15年，出版12本书，返台后投入创业投资与网络产业中。

（文章来自：Mr. 6）

点评：在线销售十分普及的美国市场，不断的诞生更个性化服务的电子商务模式。这些新模式将不断的被引进到国内。国内的电子商务高速发展，即使目前，各行业已经有了龙头企业，但国内互联网零售市场仍然有第二、第三名存在的巨大空间。单看淘宝近几年，前10大交易额最高的品类，这将是一个不断细分的垂直市场，2011年也将出现更多的电子商务新模式。

决策参考

杭州

1月11日杭州“百镇(街道)联网”工程已初见成效

由市经委牵头并委托杭州市中小企业服务中心、网盛生意宝和杭州电信正式启动了“百镇(街道)联网”工程。工程主要由“乡镇(街道)电子商务平台搭建”、“组织企业平台应用培训”和“成功经验(案例)推广与交流”三部分内容组成。目标在一年半的时间内,帮助100个乡镇(街道)重点优势产业及其企业融入电子商务,实现电子商务应用由点到面、由镇到区(县)、市立体全覆盖;通过企业集中上网方式,形成乡镇特色块状产业的集群效应。平台采用“小门户+联盟”的构架思路,有效破解各乡镇(街道)原有的“信息孤岛”状态和中小企业信息不对称格局,实现数据共享,资源共享,为乡镇经济和中小企业健康发展提供引力,为推动杭州产业结构转型升级和经济发展方式转变发挥重要作用。平台已有超过4000家企业入驻,覆盖了58个乡镇平均近五成企业。截至目前,共举办乡镇企业电子商务培训58场次,对近5000家企业、核计6000余人进行了平台电子商务应用培训,及省市有关信息化建设的相关扶持政策的宣讲,超过一半的企业通过培训对于电子商务有了新的认识。

(腾讯科技)

点评: 如何促进区域内电子商务的发展,浙江省政府和杭州市政府出台了一轮又一轮的措施,从浙江省的“万企”工程到杭州市政府的“386上网工程”以及中小企业的“雏鹰计划”,几项政策都围绕本地平台和传统企业应用电子商务展开。

武汉

1月18日“绿叶行动”扶助武汉企业发展绿色电子商务

武汉市服务外包行业协会、武汉市软件行业协会面向武汉市各企业共同发起了“绿叶行动”(基于电子商务的绿色扶贫项目)。该项目由艾立卡电子等7家电子科技企业作为首批发起单位,共同倡议设立,旨在号召武汉市企业积极参与两型社会建设,在行业发展的同时承担起更多的社会责任。

(腾讯大楚网)

点评: 行业组织在产业发展中将承担更大的责任。

成都

1月18日《2010年成都市电子商务发展研究报告》发布

由成都市电子商务企业协会等编制的《2010年成都市电子商务发展研究报告》发布。报告建议,政府部门应从政策措施、建立

网上采购制度来“提速”成都电子商务发展,尤其是可制定奖励措施,激励个人网上创业。同时提出电子商务人才建议,就此报告建议,成都市教育部门应联合各高校和职业培训机构认真分析电子商务岗位的特点和需求,形成正确的人才标准,重点培养既懂商务又熟悉信息技术的网络经济人才。

(国务院发展研究中心网)

点评:电子商务的人才建设关系到一个区域的电子商务的根本,成都市具有高校众多、人力成本低、生活成本低、物流成本低的相对优势。相比深圳区域内高校相对较少,人力成本高,如何培养和引进扎根于本土的电子商务特有人才,将是电子商务企业、行业组织和各级政府花大力研究的课题。

上海

1月25日,“2011云品大集”活动在上海举行

1月25日,2011“云品大集”活动在上海举行,云南数十个厂家250多个特色产品参加展销。活动中,云南省商务厅与上海市商务委共同签署了《电子商务平台对接,东西联动促进发展合作协议》,并举行了云品上海电子商务平台开通仪式。

(云南省商务厅)

点评:区域电子商务的发展,两种路径同时走:一只手从外部引进、一只手扶持本地发展。引进外部不仅仅局限于外部企业和资金,还应该包含引进外部商品资源。随着网络生活的日益渗透和电子商务的大力发展,未来电子商务综合平台同质化将越来越严重,竞争越来越

越激烈,垂直细分平台越来越个性化,为此商品资源将是新的、强大的争夺点。

商务部

1月27日,商务部公布了87家电子商务示范企业名单

1月27日,商务部公布了电子商务示范企业名单,阿里巴巴、网盛生意宝、慧聪网、当当网、京东商城等知名电子商务企业入选。其中北京市15家、上海市10家、浙江省9家、江苏省6家、广东省共6家,其他省市41家。广东省入选的企业分别是:环球市场集团(广州龙媒计算机科技有限公司,环球市场www.globalmarket.com)、中国南方航空股份有限公司(中国南方航空 www.csair.com)、广东新环球汽车用品有限公司(汽车用品网 www.car2100.com)、广东盛世商潮投资有限公司(易批发www.e-pifa.com)、广州市广百股份有限公司(广百商城 www.igrandbuy.com)、深圳市腾讯计算机系统有限公司(拍拍网 www.paipai.com)。

(商务部)

点评:电子商务示范企业的评选,加大电子商务示范企业宣传力度,发挥其示范引导作用,推广应用电子商务开拓市场、是提升效益的好经验、好做法,有利于带动企业加强电子商务应用,增强电子商务模式、技术和服务创新能力,扩大电子商务应用领域和市场规模。

但如何建立电子商务应用情况跟踪评估与统计分析工作机制将会是示范企业评选标准制定时的一项重要工作。

深圳市电子商务服务中心简介

深圳市电子商务服务中心（以下简称电商服务中心）于2010年4月经由深圳市政府批准成立，隶属于深圳市对外经济贸易服务中心，是深圳市促进电子商务发展、承接政府外延职能的第三方服务平台，是深圳市电子商务发展过程中政企对接、产业联合协作的公共服务场所。电商服务中心曾协助深圳市政府组团参加第二届中国国际电子商务应用博览会，体现良好的组织能力；曾主持深圳市电子商务发展情况统计指标体系研究等多项课题研究，表现出良好的学术水准；定期开展深圳电子商务大讲堂大型专题讲座，体现出良好的服务意识。电商服务中心坚持“服务政府、服务企业”的宗旨，发挥促进政企对接、产业联合协作的纽带作用，在市委市政府指导下开展产业研究、产业推进、产业培训、产业会展、人才培养与认证、产业宣传和产业公共秘书服务。我们愿与您携手并进，大力推动中国首个“电子商务示范市”建设，促进深圳电子商务持续、健康、快速的发展。

业务联系：张喜会、洪培林、柳霜

电 话：86-755-88916893、88916894、88916895

邮 箱：ds@szfetsc.com.cn

地 址：深圳市福田区金田路4028号荣超经贸中心大厦六楼

邮 编：518035

网 址：www.szecsc.org.cn

征稿启示

《电子商务动态》编辑部诚挚的感谢各位领导和业内人士的关注和支持，真诚的希望该刊物能成为国内电子商务相关人士的交流阵地。

欢迎主管部门、企业家、电子商务从业者、专家学者、科研机构、媒体等来稿，稿件一经采用，支付相应稿酬。

投稿邮箱：**ds@szfetsc.com.cn**

《电子商务动态》编辑部

《电子商务动态》编辑部

电话：86-0755-88916893

传真：86-0755-83786186

邮箱：ds@szfetsc.com.cn

地址：深圳市福田区金田路4028号荣超经贸中心大厦六楼

邮编：518031