

把握业态脉动

电子商务动态

2012年第 3 期

2012/11/30

◎专题研究

直挂云帆济沧海:创建国家首个电子商务示范城市纪实
——对话深圳市经贸信息委贾兴东副主任

◎专家视角

深圳互联网与电子商务产业发展状况及政策建议(上)
——深圳互联网产业蓬勃发展的新格局和新特点

◎热点追踪

永不落幕的 Shenzhen Mall
——“深商 e 天下”深圳商品网上市场正式启动
传统行业与电子商务加速融合

◎业界交流

一达通:要做“中国原创的服务型企业超市”

指导单位:深圳市经济贸易和信息化委员会

主办单位:深圳市电子商务服务中心

contents

目录



2012年 11月 30日 第三期

指导单位

深圳市经济贸易和信息化委员会

主办单位

深圳市电子商务服务中心

支持单位

深圳广播电影电视集团

顾问

陈彪 高国辉 郭立民

柴跃廷 荆林波

指导委员会

吴 优 彭新叶 贾兴东 张立仁

黄爱萍 陈巧华 石兴中 杨忠民

郭波涛 陈跃群 钟 琳

主 编 : 夏 葵

副 主 编 : 田雨弘 王瑞琼

执行主编 : 汪 桂

编 审 : 刘升铨 冯玉麟

记 者 : 陈天喜 高德蒙

徐丹雷 何 玲

编 辑 : 鲁卫平 曹淑慧 黄妙瑜

美 编 : 姚 军

通信地址:深圳市福田区金田路 4028 号

荣超经贸中心大厦六楼 602 室

邮 编: 518035

联系电话: 25160368

传 真: 25160553

电子邮箱: dianshangdongtai@sina.cn

(印数 800 册)

◎专题研究

直挂云帆济沧海:创建国家首个电子商务示范城市纪实 01

——对话深圳市经贸信息委贾兴东副主任

◎专家视角

深圳互联网与电子商务产业发展状况及政策建议(上) 05

——深圳互联网产业蓬勃发展的新格局和新特点

◎热点追踪

永不落幕的 Shenzhen Mall 10

——“深商 e 天下”深圳商品网上市场正式启动

传统行业与电子商务加速融合 12

◎业界交流

一达通:要做“中国原创的服务型企业超市” 15

◎电商大讲堂

新形势下的互联网投融资 18

——记深圳电子商务大讲堂第 22 期

如何打造优质的电商呼叫中心 19

——记深圳电子商务大讲堂第 23 期

变革形势下如何做好电商营销 20

——记 2012 中国(深圳)电子商务营销高峰论坛

◎行业动态

深圳全面推行电子营业执照登记制度 21

深圳电商“OK 管家”上线 22

五大电商签约 阿里预售出 1800 亿广货 22

苏宁拿下易付宝域名 全面发力 23

第三方支付裂变在即:集体逃离电商 24

直挂云帆济沧海： 创建国家首个电子商务示范城市纪实

——对话深圳市经贸信息委贾兴东副主任

电子商务作为现代信息技术与商业模式融合创新的产物，在全球经济领域具有广阔的发展空间和蓬勃的生命力，成为世人公认的商业创新路径。深圳以其改革开放的窗口和信息产业的优势，2009年被国家确定为首个电子商务示范城市。这是时代赋予我们的使命，也是特区持续创新的机遇。三年来，“深圳电商巨轮”在电子商务的时代大潮中“乘风破浪会有时，直挂云帆济沧海”（李白：《行路难》）——尽管前进的道路上遇到了很多困难，但仍然乘着改革开放的春风，在有中国特色的社会主义航道上挂上云帆，冲破万里浪，横渡沧海，奋勇直前驶向成功的彼岸！回顾这段历程，深圳是如何扮演“中国第一个电子商务示范城市”这个角色的？又是如何推进“把深圳建设成为具有国际竞争力和区域辐射力的国家电子商务示范城市”的总体目标，并在电商领域取得不俗业绩？《电子商务动态》（以下简称《电商动态》）特别约请了深圳市经贸信息委贾兴东副主任，就深圳市电子商务示范城市的建设成果、经验、启示以及本土乃至全国电子商务的发展现状、存在问题与趋势，做一权威解读。

《电商动态》：贾主任，作为推动深圳创建国家首个电子商务示范城市建设的部门负责人和开拓者，能否请您介绍一下深圳获得国家发改委和商务部的正式批准，成为全国首个国家电子商务示范城市所具备的优势和战略意义？

贾兴东副主任：创建国家首个电子商务示范

城市的任务之所以落实在深圳，既是国家层面对深圳给予的厚望与重托，同时也与深圳发展的基本要素紧密相连。

归纳起来，我认为深圳在创建示范城市方面的优势有以下几点：一是深圳作为国家改革开放的窗口具有始终如一的创新精神及鼓励探索、宽容失败的创新文化，市委市政府在社会经济发展的重大领域对创新发展给予高度重视与支持，把电子商务作为提升城市经济实力及其在全球产业格局中的市场地位，提高城市基础行业服务和政府公共服务的水平，落实战略性新兴产业的重要抓手，这是非常重要的优势；二是市场经济机制发育领先，市政府一直努力构建公平、公正、便捷的商务环境、优惠宽松的政策环境以及知识产权保护的法制环境；三是具有国内领先的经济发展基础，2011年深圳GDP迈上万亿台阶，外贸进出口连续19年于国内领先，信息化及信息产业等重要指标在国内也是居于领先地位。这些都是深圳电子商务发展的优势。

创建国家电子商务示范城市对支持深圳科学发展、创新发展、转型发展具有的积极而深远的意义，大致可以归纳成以下几点：第一，可发挥我市改革开放优势，为国家制定和实施电子商务发展战略进行探索和提供实践经验；第二，在区域经济发展方面，可以应用互联网进行拓展城市发展空间方面的示范；第三，以电子商务为自主创新的抓手，能推动深圳产业转型升级，促进区域经济融合，化解国际金融危机的冲击；第四，能以电子商

务促进经贸发展,尤其是可进一步扩大内需,促进就业。

《电商动态》:市委市政府把握住经济社会全球化和信息化发展的机遇,建设国家首个电子商务示范城市,无疑为深圳电子商务发展带来了创新动力。请问市委市政府是从哪些方面着手开展首个电子商务示范城市创建工作的?

贾兴东副主任:在承接国家电子商务示范城市创建任务后,我们在两个方面积极推进创建工作的展开:

一是按照国家发改委、商务部等部委的要求,务实推进示范试点各项建设。目前,我市的福田国际电子商务产业园为商务部确定的首批 35 个国家电子商务示范基地之一。国家发改委今年 8 月确定的国家电子商务 118 个试点中有深圳的《中小企业国际贸易电子商务服务》、《深圳市电子商务诚信交易服务》等 8 个项目,评审专家组对于深圳市的项目给予较高的评价,我们也在务实推进。如“一达通”创新的外贸电子商务模式受到省委省政府的肯定,汪洋书记对其在拓展外贸、转变发展模式等方面的作用作出重要批示,10 月省外贸厅在深圳召开了全省各地级以上市外经贸主管部门负责人和省直相关企业负责人参加的现场会,推广其中小企业外贸进出口服务平台。

二是按照既定方案积极推进以下工作:(一)制定《深圳市电子商务创新发展行动计划》;(二)从体制建设入手,构建良好的支撑体系和发展环境;(三)抓好电子商务示范项目,特别是国家发改委批准立项的 8 个全国性电子商务试点的示范工作,形成带动效应;(四)开展电子商务统计指标体系建设和抽样调查工作;(五)起草《关于进一步促进电子商务发展的若干措施》,从整体上强化政策执行的协同性和一致性,鼓励电子商务的创新性发展。

《电商动态》:您在相关会议中强调,深圳已经

确立了要靠自主创新打造深圳质量的发展目标。在这样一个发展过程中,电子商务作为战略性新兴产业起到了至关重要的作用。能否向大家介绍电子商务的发展为深圳经济的发展起到了哪些重要作用?这些作用具体是如何体现的呢?

贾兴东副主任:电子商务对经济及产业发展的重要作用已经有很多表述和社会共识,这里结合深圳情况谈一下。首先,从宏观层面看,电子商务是转变经济发展方式的重要途径。2010 年,市委市政府就作出加快转变经济发展方式的决策。转变经济发展方式路径是多方面的,从信息技术对产业经济的促进作用来观察,加快发展电子商务,可以优化产业结构、提高经济运行质量,进而增强城市国际竞争力。我市中农网、华强电子的交易平台以及一达通的中小企业外贸平台,都是在传统产业运行模式基础上,集成化、创新性地应用电子商务产生的新业态典型范例。其次,电子商务应用互联网为代表的现代信息技术,优化了产业要素、生产要素、经营要素的配置和集成运行,提升了产业和资源的组织化程度,对流通业是一次重构,对产业链是一次优化,对价值链是一次重组。无论是宏观经济,还是微观经济单元,都可以产生提高效率、降低成本的效益。这从供应链的发展可以得到证实。供应链是电子商务深化应用的重要领域,目前广泛应用的现代供应链管理的基础架构就是电子商务平台。供应链电子商务不仅可以实现供应链交易过程的全程电子化,彻底变革传统的上下游商业协同模式,而且可以通过平台帮助企业实现信息流、资金流、商流和物流的全方位管理和监控,实现供应链上下游供应商、企业、经销商、客户的全面业务协同管理。据《深圳市供应链管理行业发展报告(2012)》的数据,目前深圳聚集了国内 80% 的供应链企业,这也是电子商务对我市产业结构影响的一个重要领域。再次,电子商务对于满足和提升消费需求、改善民生和带动就业具有十分重要的意义。国际金融危机爆发后,我国的经济也没有独善其身,拉动经济的

投资、外贸及消费受到冲击。因此,扩大内需成为应对经济困境的重要方面。在商贸及民生消费领域可以看到,电子商务一直保持快速增长势头,据《2011年度中国电子商务市场数据监测报告》的数据,国内电子商务交易额2011年达到6万亿,同比增长33%,相当于全国国民生产总值的12.5%。网络零售占社会消费品零售总额比例达到4%。我市电子商务同样呈现良好态势,2011年全市有电子商务企业约4800多家,电子商务交易额约为2600亿元,占全国的6%;电子商务交易额是全市GDP的22%,高于全国11%的平均水平;网络购物金额占全市社会零售商品消费总额的10%,高于全国平均水平。预计今后几年,深圳电子商务总体交易额增长率将稳定保持在25%以上。目前,电子商务已成为深圳发展战略性新兴产业、优化产业结构、提升民生质量、稳定增长方式的重要动力,对经济和社会的可持续发展产生着愈加深远的影响。

《电商动态》:作为全国首个国家电子商务示范城市,深圳是中国IT业,也是电子商务的前沿城市,国内门户网站、分支机构、行业网站近四成集聚深圳。请介绍在创建工作推进中,深圳电子商务发展所呈现的格局。与国内22个电商示范城市横向对比,我们在创建示范城市方面的优势和亮点有哪些?不足又有哪些?

贾兴东副主任:从深圳电子商务发展的总体来看,保持了国家第一梯队的领先地位。2012年,商务部、工信部的电子商务重要工作会议都是在深圳召开的,深圳电子商务创建工作成效受到国家部委领导及兄弟省市的积极评价。当然,这仅是我们工作的一个方面,与兄弟省市比较,同时还存在不足。

深圳电子商务发展的优势可以归结为:一是国家部委对我市改革创新的大力支持;二是经济发展的厚实基础,2011年我市GDP迈上万亿台阶;三是产业集聚的优势,我市电子信息产业发

达,产值约占全国电子信息产业的六分之一,占高新技术产业产值的九成,并形成深圳及珠三角地区完善的电子信息产业链。其它的,如信息化发展基础设施位居国内前列,电子商务普及率高,信息化指标国内领先,也是我们发展电子商务的良好条件。

依托这些优势条件,创建工作取得一些成果:

(一)涌现出一批具有品牌影响力的龙头企业。如腾讯“拍拍网”成为国内C2C第二大电子商务平台,“中农网”成为全国性农产品价格指数的发布单位,“华强电子网”成为全国最大的电子元器件B2B网站,“芒果网”成为国内旅游电子商务龙头企业之一,“腾邦国际”、“走秀网”在各行业都具有龙头地位。同时,吸引了阿里巴巴集团南方总部、国际运营总部以及百度国际总部、华南总部等电子商务知名企业落户深圳。

(二)电子商务为传统产业发展注入了新的活力。越来越多的传统企业纷纷涉足电子商务,主动运用电子信息技术手段提升企业竞争力。如戴维尼、爱度珠宝、万科地产、太太药业、好百年等陆续推出网上服务。

(三)在外贸、金融、旅游服务等行业涌现出一批业态创新型企业。如深圳顺丰速运、递四方公司是目前中国专业化程度最高、效益最好的跨境电子商务物流供应商;一达通公司是国内首家结合专业进出口代理和电子商务功能的中小企业进出口环节外包服务提供商;众禄投资是中国证监会基金业务创新试点单位;易讯天空是中国第一家在互联网构建中国体育彩票和福利彩票交易资讯平台的公司,自成立以来一直排国内前三名。

辩证地评价我市的示范城市创建工作,我们也有着一些亟待解决的问题:如电子商务相关法律法规、政策环境、市场秩序的建设推进迟缓;电子商务交易支撑环境有待优化,缺乏符合电子商务特点的信用评价机制和失信惩戒机制;电子商务第三方服务平台缺少龙头企业。目前,针对出现的问题,我们已在《深圳市电子商务创新发展

行动计划》里提出了解决的措施和办法,以保障创建示范城市工作的健康发展。

《电商动态》:目前,市政府制定了《深圳市电子商务创新发展行动计划》,请您介绍相关内容和创新点。

贾兴东副主任:《深圳市电子商务创新发展行动计划》既是我市创建国家示范城市的具体行动方案,同时也是我市根据当前国内外电子商务发展的新情况、新问题和新趋势,按照市领导的指示制定的发展策略及发展部署。《行动计划》以创建国家电子商务示范城市为主线、以健全电子商务支撑体系为重点,致力于大力发展电子商务服务产业,持续深化电子商务的应用发展,构建具有国际竞争力的电子商务创新发展环境。《行动计划》的创新特色可以归纳为:以创建示范城市为载体,充分发挥电子商务在打造“深圳质量”、调整产业结构、加快经济转型发展中的重要作用。

在《行动计划》里,确定了七个方面的具体任务、责任单位及完成时限。主要包括:(一)在与电子商务发展的相关政策、法规、规章和规范性文件的基础上,大胆先行先试,研究制定促进我市电子商务加快发展的政策法规体系,为国家制定和完善相关法规政策提供实践基础;(二)研究制定保障电子商务健康发展的标准规范体系框架;(三)积极开展电子商务可信交易支撑环境建设,健全信息安全管理与评估机制,积极开展数字证书互认和电子认证安全支付示范工作;(四)积极引导、支持、推进第三方电子商务服务平台建设,鼓励中小企业利用电子商务公共服务平台开展电子商务活动;(五)鼓励传统企业持续深化电子商务应用,以供应链管理为核心,重点解决网上采购、网上销售、售后服务与企业内部业务及相关信息系统集成问题;(六)集聚电子商务创新发展资源,充分发挥电子商务集聚效应,提高电子商务区域创新发展能力,全面落实《深圳互联网产业振兴发展规划(2009-2015年)》;(七)支撑新一代

信息技术产业发展,进一步深化“三网融合”、“工业化和信息化融合”等试点工作,加快电子商务领域的科技创新,推动第三代移动通信网络、物联网、云计算、移动互联网、下一代互联网、射频识别、智能终端、系统集成网络与信息安全等核心技术与关键技术的产业化和自主创新。

《电商动态》:2009年,深圳市获批成为首个国家电子商务示范城市后,市政府加大力度,在政策、资金及产业配套方面进行扶持。我们了解到深圳特别设立了互联网产业发展专项资金,可否提供相关数据?下一年度,该项资金会否在资助方向上进行调整,资助金额的力度和范围上是否会加大?

贾兴东副主任:根据《深圳互联网产业振兴发展政策》的规定,从2009年开始连续7年每年集中5亿元的新兴产业资金重点支持互联网产业发展。2010—2011年,我市共支持互联网产业和电子商务领域项目资助总额12亿元,电子商务项目占总资助金额的50%,其中2011年市财政资助互联网产业和电子商务领域项目566个,扶持资金6.18亿元。同时,还从该专项资金中连续两年划出3000万元对电子商务应用示范区、电子商务应用示范企业、电子商务支撑研究单位、人才培育和相关专业服务机构等进行资助。这些工作是有成效的,社会及企业反映总体是好的。随着电子商务的发展,政策的执行会与时俱进,进行调整。如第三方服务平台、新业态新模式等创新性应用、传统行业应用、跨境电子商务、供应链电子商务都是下一步支持的重要方向。

《电商动态》:今天的采访非常有价值。我们收获很多,也学习到很多新鲜知识。非常感谢贾主任在繁忙公务中抽时间接受采访,非常感谢您对《电商动态》的支持。

深圳互联网与电子商务产业发展状况及政策建议(上)

——深圳互联网产业蓬勃发展的新格局和新特点

经过十多年的发展,深圳已成为全国互联网行业重镇,本土电子商务网站数量居全国大中城市之首。2010年,深圳互联网产业规模占全国的1/7,电子商务交易额约2100亿。深圳市先后出台了《深圳互联网产业振兴发展规划(2009~2015)》等扶持政策,预计2015年互联网产业规模将达2000亿元。

近年来,深圳互联网产业出现如下新特点:互联网产业聚集不断加强,福田等先导区示范作用突出,物联网成为新增长极,新一代互联网技术“蓄势待发”,电子商务异军突起,互联网产业龙头纷纷落子布局,搭建深港合作和对外开放的平台。深圳互联网产业还引领了产业的全方位创新:电子商务产业园区特色鲜明,腾讯等龙头企业引领行业技术和管理创新升级,云计算和物联网技术探索先行,供应链管理搭建信息化、网络化全过程服务新平台,电商外包和其它在岸服务外包等新业态纷纷涌现。但也还存在一系列突出问题,建议各级政府加大对互联网行业的战略引导和政策扶持,支持行业健康、长远发展。

一、深圳互联网在新起点上确立远大目标

(一)深圳互联网产业站在高起点上

经过十多年的发展,深圳已成为全国互联网行业重镇,拥有70多个龙头电子商务平台,本土电子商务网站数量居全国大中城市之首,五大电子商务园区总建筑面积已达187.6万平方米。

2010年,深圳互联网产业收入突破350亿元,比2009年增长47%,远高于20%左右的全国平均水平,产业规模占到全国的1/7;电子商务交易额约2100亿,占全国4万亿美元的6%左右,比2009年增长25%;电子商务交易额占全社会商品交易额的7%,高于全国的3%,较美国的8%略低。在许勤市长的力推下,2009年11月16日国家发改委、商务部正式授牌深圳建设首个“国家电子商务示范城市”。

据统计,2010年深圳市网民人数达700万,网购人数近300万人次,电子商务企业3230家。其中,电子商务、网络广告、网络游戏、搜索引擎为主要增长领域,市场规模年平均增长率均超过30%。专家称,深圳已是中国国内资讯化程度最高的城市之一,部分资讯化发展指标已接近发达国家中心城市水准。

截至2010年底,全国有网站191万家,深圳市的网站备案数超过5万家,其中企业网站4500多家。深圳的街道、社区均建立了社区服务网站。在深圳,既有中国老牌互联网巨头腾讯、迅雷,也有互联网“新贵”A8音乐网、芒果网、走秀网等。调查显示,全国著名门户网站、分支骨干、品牌网站近4成集中在深圳。目前,深圳占据国内电子商务20%以上的消费市场。阿里巴巴1/5的交易量,百度1/10的收入,淘宝网、卓越网、当当网1/3的交易量均来自深圳。

深圳的互联网和电子商务产业步入高速发展

时期、取得显著成绩,是政府重视、扶持的结果。特别是 2009 年 12 月,深圳先后出台《深圳互联网产业振兴发展规划(2009~2015)》(以下简称《规划》)和《深圳互联网产业振兴发展政策》,决定连续 7 年每年安排 5 亿元的互联网专项支持资金;2010 年 3 月,深圳市又审议通过了《深圳建设国家电子商务示范城市工作方案》,把发展电子商务定位为促进产业发展、体现城市核心竞争力、促进产业升级、实现发展方式与经济结构转变发挥主要作用的重要举措,促使深圳互联网产业抢占了制高点。

(二)2015 年互联网产业规模将达 2000 亿元

今后一个时期,深圳互联网产业将坚持改革开放创新,以提升产业竞争力为核心,以模式创新和技术创新为关键,以互联网应用服务为重点,完善基础设施,优化发展环境,突出优势特色,大力推动互联网技术创新和应用领域拓展有机结合、互联网产业发展和传统产业改造提升相互促进、互联网经济与实体经济渗透融合,发挥引领作用,打造国家互联网产业基地,争取在 2015 年实现如下发展目标:

互联网产业发展环境较为优越,创新能力显著提高,发展水平全面提升,综合实力不断增强,成为我国乃至东南亚地区互联网产业发展的领先城市。

宽带移动通信、下一代互联网基础设施有效覆盖,三网融合有效推进,“无线城市”建设有效实施,商业应用有效拓展,成为我国下一代互联网应用的示范城市。

互联网产业成为重要的新兴产业。2009—2012 年,互联网产业年均增长 50%;2011 年,产业规模达到 540 亿元;2012 年,达到 800 亿元;2012—2015 年,互联网产业年均增长 40%;2013 年,产业规模达到 1100 亿元;2015 年,达到 2000 亿元。

在互联网应用服务领域培育一批知名品牌和龙头骨干企业。到 2012 年,销售收入超百亿元企业 1—2 家,超十亿元 5—10 家,超亿元 30—50 家;到 2015 年,销售收入超百亿元企业 3—5 家、超十亿元 30—50 家、超亿元 50—100 家。

(三)几大战略举措

根据《规划》的设计,深圳要进一步加快建设网络基础设施,持续提升模式创新和技术创新能力,着力构建产业公共服务和投融资服务体系,大力发展电子商务和物联网,积极巩固特色优势领域,不断拓展新兴应用服务,加快推进移动互联网,努力推动互联网与实体经济融合,促进互联网产业快速发展。

1.加快建设基础设施

加强网络基础设施规划。结合城市规划,大力推进光纤接入网、无线接入网建设,实现全市范围内互联网接入的无缝覆盖。推动通信网络和广播电视网络 IP 化、宽带化、移动化和全光化,建设具有国际先进水平的宽带城域网。积极发展下一代互联网、宽带移动通信网和下一代广播电视网(NGB),推进深圳“数字城市”建设,进一步提高城市信息化水平。支持电信运营商加强网络基础设施建设,适度降低互联网企业网络接入、服务器托管等费用,进一步优化互联网产业发展环境。鼓励深圳广电集团与中国电信等行业企业在网络基础设施、业务内容、商业模式等领域开展合作,在三网融合上先行先试并取得突破。

2.持续提升创新能力

促进模式创新,培育新的商业形态和服务。把握互联网产业快速发展的有利时机,结合行业特点和应用需求,促进互联网技术和服务业相互渗透融合,推进应用创新示范,催生新服务和新业态发展,拓展城市和产业发展的新空间。

鼓励技术创新,提高产业核心竞争力。密切跟

踪国内外互联网技术发展趋势,加强产学研合作,建立技术与标准研发平台,积极开展互联网应用基础研究、共性关键技术与前沿技术攻关、技术验证,加强互联网知识产权保护,鼓励企业参与制定行业标准和技术规范,把握产业发展主动权。

3.着力构建支撑体系

完善公共服务体系。推进信用服务体系建设,加强政府监管、行业自律及部门间协调合作,鼓励企业积极参与,按照完善法规、特许经营、商业运作、专业服务的方向,支持建立科学、合理、权威、公正的信用服务机构,完善电子支付手段,构建规范有序、安全诚信的网络环境。建立健全相关部门间信息数据资源的共享机制,推进在线信息数据服务平台建设,实现数据的动态采集、处理、交换。扶持互联网咨询、测评、认证等行业的发展,鼓励相关行业协会、中介机构以及其他各类组织组建联合服务平台,支持互联网中小企业创业发展,促进产业链协同发展,推进跨行业的协调服务。进一步加强监管,明确互联网产业相关主体的职责与义务,维护互联网产业正常秩序。强化网络安全,建立健全网络安全技术保障公共服务体系,保障互联网产业健康发展。建立互联网产业技术标准联盟,开发具有自主知识产权的技术标准,推动行业标准和国家标准的制定。

健全投融资服务体系。完善股权、产权、知识产权交易体系,大力培育上市资源,推动互联网企业上市融资。积极发展债券市场,推广集合型发债模式,支持互联网企业发行企业债券,扩大债券融资规模。完善担保、再担保和互保金制度,积极为互联网企业服务。完善风险投资体系,引导创业风险投资、产业基金等投向互联网产业。鼓励金融产品创新,强化银行等金融机构对互联网产业发展的服务功能。

4.优先发展重点领域

大力发展电子商务,形成新的产业增长极。积

极推进电子商务应用,鼓励企业应用电子商务手段优化供应链和价值链,推动中小企业运用第三方电子商务平台开展在线销售、采购等生产经营活动。发展面向行业、区域、企业及消费者的第三方交易平台,完善支付、征信、认证和数据记录等电子商务支撑平台,促进电子商务健康发展。

着力发展物联网产业,提升经济社会运行效率,加大物联网关键技术攻关力度,构建物联网基础设施,建设物联网共性基础支撑平台,巩固提升物联网产业链优势环节发展水平,切实拓宽物联网应用范围,鼓励物联网商业模式创新。

加快发展应用服务特色优势行业,积极推进综合运营服务。巩固我市既有优势,进一步支持即时通讯、数字音乐、动漫游戏、网络广告和网络下载等互联网应用服务企业做大做强和快速成长。鼓励和支持企业调整优化产业结构,立足核心优势,完善赢利模式,丰富服务方式,拓展增值服务领域,积极打造在网络通信、网络娱乐、网络内容等领域融合发展的互联网综合运营服务商。

不断拓展互联网新兴应用领域,促进实体经济发展。加快推进互联网与实体经济的渗透融合,推动互联网技术在传统产业中的应用,促进互联网产业从“消费服务型”向“生产服务型”延伸,支持开发新的商业模式和业态,开拓数据挖掘、网络安全等新的发展领域,带动传统产业发展,增强实体经济发展后劲。

抢先布局移动互联网,拓展产业发展空间。把握宽带移动通信发展带来的移动互联网服务市场快速扩张的机遇,支持电信运营商推广移动互联网新技术、新应用、新模式,积极推动移动互联网技术在各行业的应用,大力发展移动电子商务、移动多媒体、移动电子政务等服务,带动移动终端产业战略升级,打造移动互联网产业链。

5.实施十个重大工程

实施创新能力提升、基础设施优化、无线网络

建设、下一代互联网示范、电子商务拓展、物联网产业推动、互联网内容产业发展、互联网应用促进、移动互联网推广、三网融合推进等十项工程,全面提升互联网产业发展水平。

二、深圳互联网发展的新格局和新特点

(一)互联网产业聚集不断加强

近几年,深圳市重点打造的深圳互联网产业园、蛇口网谷、福田国际电子商务产业园集聚能力不断增强,成为互联网企业扎堆的“宝地”。其中,深圳市互联网产业园爆满,一期三栋厂房全部租满;蛇口网谷吸引了 50 多家网企,超过了预期 30 多家的目标;福田国际电子商务产业园一年多已扎堆 160 多家网企,还有 50 多家等候入驻。

深圳还注重入园企业的质量。入园企业要么拥有核心技术,要么在商业模式上有创新,形成较强的市场竞争力。仅深圳互联网产业园的 51 家企业网上销售额就高达 181 亿元。福田国际电子商务产业园 2010 年引进了 80 多家互联网企业,虽然大多是初创企业,但发展势头非常迅猛,2010 年创下 3.2 亿元的产值;聚橙网、合购网等刚进来时只租了 60 多平方米,现在则扩大到 300 平方米。蛇口网谷规划建筑面积 42 万平方米,分三期建设,整个园区将于 2013 年建成,计划引入互联网、电子商务和物联网及相关产业企业 300 家以上,带动年产值 300 亿元以上。

相关产业园区成为互联网重点聚集区。根据《规划》,深圳分别在福田、南山和罗湖打造福田国际电子商务集聚区、蛇口网谷互联网产业基地和罗湖莲塘互联网产业区,集聚互联网及电子商务产业链上关联效应明显的企业,使其成为我国具有国际竞争力和影响力的战略性新兴产业重要基地。

(二)福田等先导区示范作用突出

诞生过“腾讯”的福田区一直是互联网企业的

“风水宝地”,华强北、八卦岭、天安数码城、CBD 是福田互联网企业扎堆的集中地,各类网企、电商和平台云集。深圳福田区实施总部经济与现代服务业双轮驱动战略,率先实现向服务经济转型,网络经济是其中重要支柱产业,使福田加快成为深圳互联网产业的核心区。该区硬软环境完善,用户资源丰富,公共服务高效,营商环境优良,形成了高水平的互联网产业集聚和城市空间集聚。目前,中国移动、中国电信、中国联通、深圳广电集团等四大运营商都把福田作为接入资源和应用资源的重点布局地。根据深圳市通信管理局最新数据,福田区互联网电子商务用户数占全市的 90.43%,深圳互联网企业和电子商务相关五大行业协会的 522 家会员企业中,福田区占 42.9%。按照《规划》,2012 年福田区互联网产业规模将达 150-200 亿元,年销售收入超亿元企业 10 家,上市企业 5 家,并会涌现年销售收入超 10 亿元的龙头网企。

(三)物联网成为新增长极

深圳市政府制定了互联网产业发展振兴规划及配套政策。2011 年 9 月,深圳市政府印发《深圳市推进物联网产业发展行动计划(2011-2013 年)》(深府〔2011〕142 号),加快推进物联网产业发展,着力构建物联网基础设施、加强物联网技术研发、发展物联网应用服务、营造物联网拓展环境。鼓励成立物联网产业联盟、建设物联网共性基础支撑平台。加大物联网关键技术攻关力度,支持物联网相关技术专利和标准研制,鼓励物联网商业模式创新。

经过多年的积累,深圳在发展物联网产业方面形成了自身独特的优势。深圳物联网企业有 2000 多家,从业人员超过 10 万人,年交易额超过 500 亿。深圳物联网企业在 2010 年全国物联网百强企业评选中占据 25 席,约占 1/4,总计名次位列第一,在 10 个领域中都有来自深圳的龙头企

业。在 2010 年 RFID 与物联网年度评选中,按获奖名次统计位列第二,仅次于北京。

物联网应用得到广泛推广。近年来,深圳积极扩展物联网应用领域,在深圳大运会、图书馆、高铁、公交、海关、治安、检验检疫等行业领域先行先试,开展示范应用。中国电信、移动和联通在深圳先后推出了警务通、城管通、物流通、企业一卡通、手机支付等物联网应用。此外,深圳也在逐步开展基于物联网技术的车辆监管系统、医疗废弃物监控系统、远程老人监护、食品追溯平台等方面的示范应用,取得了良好的经济和社会效应。

物联网产业知识产权及标准化建设初见成效。随着知识产权和专利的意识逐渐增强,深圳不少高新技术企业已开始甚至善于运用自主研发的先进技术抢占物联网核心产业的制高点。根据广东省物联网产业专利信息分析及预警研究报告,深圳在物联网各个技术方向上(除了传感器之外)在全省独占鳌头。深圳立足于自身的产业发展基础,实施了《深圳市标准化战略实施纲要(2006—2010)》,积极鼓励物联网企业、高校和科研院所参与标准制定,提升主导和参与制修订国际、国内标准的能力,标准化战略工作已初见成效。

(四)云计算、3G 等新一代互联网技术“蓄势待发”

云计算、物联网、3G、4G 等具有代表性的新一代互联网技术逐渐融入当今社会生活中,互联网新的崛起时代悄然来临。在 2011 年高交会上,云计算成为热点中的热点,中兴通讯等一批领军企业发挥引领作用,深圳新一代互联网技术产业“蓄势待发”,展现良好前景。

(五)电子商务异军突起

深圳已拥有 70 多个龙头电子商务平台,本土电子商务网站数量居全国大中城市之首。近年来,深圳占据国内电子商务 20% 的消费市场,阿里巴

巴 1/5 的交易量、淘宝网等 1/3 的交易量,百度 1/10 的收入均来自深圳。

(六)互联网产业龙头纷纷落子布局

继百度在 2010 年初宣布将在深圳兴建国际总部和研发中心后,2011 年 12 月,阿里巴巴集团在南山后海为国际运营总部和商业云计算中心两个项目奠基,掀起阿里巴巴、百度、腾讯三大互联网巨头齐聚深圳布局的新格局,或将揭开深圳网络产业发展新篇章。

一是进一步强化深圳互联网产业集聚效应,吸引更多国内外行业巨头布局深圳,打造网络经济总部基地,延伸配套产业链;二是网络巨头进一步形成与深圳互联网产业发展的互动效应,深圳优越的营商环境、强大的人力资源、辐射全国的零售网络、独到的全球视野以及前瞻性行业规划和政策扶持,为龙头企业跨越式发展升级创造条件,同样巨头的示范竞争外溢助推效应必将打造深圳互联网产业迅速振兴新格局,使以深圳为核心的珠三角地区形成与环渤海、长三角三足鼎立之势;三是在助推腾讯等龙头企业进一步巩固领军者地位的同时,还将催生一大批各种业态、各种商业模式的企业,如供应链服务供应商、电子商务服务外包以及各类行业触网的在岸服务外包等,如一达通服务有限公司在 2009 年推出首个为进出口环节服务的外贸 B2B 平台,通过互联网为中小企业提供全流程进出口服务,2011 年进出口额突破 10 亿美元,2013 年预计将达 150 亿美元。

(七)搭建深港合作和对外开放的平台

随着深港两地交流的深入、深圳互联网产业的快速发展,香港互联网企业进入内地发展的愿望也越来越迫切,而深圳也是他们选择进入内地市场的最好“基地”。

2011 年 12 月 16 日,“深(转第 10 页左下)

永不落幕的 Shenzhen Mall ——“深商 e 天下”深圳商品网上市场正式启动

11月15日上午,历时三个月辛勤筹备的“深商 e 天下”深圳商品网上市场(Shenzhen Mall)(以下简称“深商 e 天下”)在深圳市民中心隆重启动。深圳市政府、有关主管部门领导,市重点行业协会,产业园区以及首批入选“深商 e 天下”平台的第三方电子商务交易平台、电子商务服务企业、网上商城、网店、传统行业企业、电子商务公共服务机构代表和媒体代表约 500 人参加了启动仪式。

“深商 e 天下”涵盖第三方电子商务交易平台、电子商务服务企业、网上商城、网店、电子商务公共服务机构和传统企业等深圳电子商务六类市场主体,集聚合、展示、链接、交易与服务等功能于一体,并逐步向集交易和产业链整合等综合功能过渡,为深圳电商和服务商提供集中展示、平台链接等系列服务;为深圳传统企业搭建集交易、支付、配送为一体的销售平台;结合电子商务可信交易环境生态圈建设,延伸开展参与经营的市场主体身份信息查验、产品信息查验、电子商务交易凭证查验、纠纷维权处理等公共服务。

“深商 e 天下”的构建,是深圳市委市政府在汪洋书记、朱小丹省长关于大力推进我省电子商务发展重要讲话精神的指导下,贯彻落实省委省政府关于“广货网上行”活动部署、推进“广货网上行”活动的特色组成部分。按照许勤市长建设深圳产品虚拟商场(Shenzhen Mall),将深圳的产品通过电子商务销往全球、全国打造平台的重要批示,“深商 e 天下”将承载起推进深圳电子商务深化应用和拓展国内外市场的光荣使命。首批计划遴选 10 家第三方电子商务交易平台、30 家电子商务服务企业、30 家网上商城、300 家网店、1000 家传统企业以及若干家公共服务机构参与深圳商品网上市场建设。

启动仪式上,市经贸信息委主任郭立民介绍了“深商 e 天下”建设的总体情况,强调本次活动是以诚信、质优、价实、便捷为主旨,以宜选、易购、e 天下为口号,并期许借助报业集团等各方资源,建设一个由政府支持、企业搭建、市场化运作的,集信息发布、宣传展示、动态链接和直接交易等功能为一体的电子商务服务平台;借助我市电子商

(上接第 9 页)港互联网专业孵化基地”签约仪式在深圳举行,香港互联网专业协会、深圳产学研基地、深圳市通信学会三方,将依托深港互联网专业孵化基地这一平台,协助香港资讯科技界的中小企业在深圳落户,为之量身定做孵化服务内容,一对一地开展从运营场地提供、工商税务代办到项目对接、业务拓展、产学研合作等一系列深层次的

合作。香港资讯界相关人士认为,互联网是深圳市的战略性新兴产业之一,而香港资讯科技发展与国际接轨比较充分,在产品创意、知识产权保护、创新人才的培养方面都有优势,深港在此方面的合作将会带来共赢的局面。

(商务部驻深圳特派员 王子先)

注:本文下篇将后续刊出

务服务中心“电子商务大讲堂”的平台,提供立体多样的宣传推介,开展有针对性的对接会,帮助企业通过网络空间扩大内销与外销规模,开辟国内外市场;借助深圳市场主体认证工程,使网上市场与电子商务可信交易环境建设相结合,实现可信主体认证、诚信公共服务支撑等公共服务功能。

腾讯电商负责人等分别代表电商企业和公共服务机构宣读《诚信经营承诺书》、《可信交易环境公共服务承诺书》,通过诚信宣言寄望打造一个诚信经营可信交易的平台,树立一个诚信优质的平台形象,维护深圳商品网上市场平台信誉,维护企业和消费者的合法权益,为电子商务诚信生态圈的建设贡献力量。

深圳市市长许勤在致辞中特别指出,作为首个国家电子商务示范城市,深圳特区要充分发挥电子信息企业发达、自主创新能力突出、信息化基础较好和国际化法制化营商环境的优势,不断完善政策法规体系,建设安全可信的交易环境,壮大电子商务企业的梯队,保持全市电子商务快速发展的态势。在政府的大力推动下,以市场化运作机制,建设“深商 e 天下”,就是要打造一个覆盖深圳电子商务全产业链的公共展示平台和交易平台,帮助深圳广大企业在虚拟网络空间拓展新市场,促进深圳电子商务与传统优势企业现代服务业的协同发展,提升深圳全国经营中心的影响力和辐射力,打造科学发展的深圳质量。最后,许勤市长冀望深圳商品网上市场参与各方,坚持质量第一,诚信为本,创新、开放、包容的理念,以深圳商品品质和信誉为出发点,努力将“深商 e 天下”打造成永不落幕的网上展销会,再创深商传奇。

在随后召开的新闻发布会上,深圳市政府副秘书长高国辉详细介绍了“深商 e 天下”的总体方案,深圳报业集团介绍了平台建设和运营情况,并与媒体互动交流。高秘书长特别介绍,“深商 e 天下”与“广货网上行”活动相辅相成,并结合深

圳市电子商务发展的基础和优势,更具有特色和创新性:一是内贸与外贸相结合,主打国内国外两个市场;二是将线上宣传与线下宣传相结合,宣传方式多样;三是短期活动和长期活动相结合,打造一个良性循环,有自我造血功能的深圳商品网上展示平台;四是活动覆盖面广,涵盖了电子商务产业链,六类市场主体;五是平台综合性强,既有展示宣传推广作用,又实现可信主体认证,诚信公共服务支撑,产业统计调查等公共服务功能;六是既卖产品又卖服务,通过平台还可以展示支撑服务和延伸服务,方便交易平台和网上商城开发新功能,延伸新业态。

当前,深圳市正处在深化改革开放、加快转变经济发展方式和经济结构转型的重要时期,同时面临国内外复杂形势的严峻考验。“深商 e 天下”活动是深圳市应对当前全球复杂经济形势、转变经济发展方式的重要举措。党的十八大报告也指出,要加快建立扩大消费需求的长效机制,释放居民消费潜力,加强商业模式的创新。

“深商 e 天下”作为深圳市政府服务市民、服务企业和服务社会的创新性举措,对扩大内需、拓展外需、促进产业转型升级、提高经营质量和效益具有重要作用。此举将深入推动深圳市电子商务和传统优势企业、现代服务业联合协同发展,通过推进优势传统产业、现代服务业虚拟市场展销方式,大力推动深圳企业、商家、产品、服务上网触电,扩宽产品展销渠道,提高流通效率,促进深圳产品与国际、国内市场的广泛结合,增强外溢经济发展能力,提升产业结构的竞争优势。同时,本次活动将通过“政府推动、市场运作”搭建公信度高、品质优、各方资源优势集中的公共服务平台,推动电商企业发展,深化电子商务在传统企业的应用推广,引导完善电子商务发展支撑服务体系。

(市电子商务服务中心 鲁贞松)

传统行业与电子商务加速融合

时下,在人们的日常生活中,“网购”成了出现频率最高的热词。作为一个消费者,如果你没有网购的经历,那你就是标准的“outman”;作为一个现代企业,如果你尚未涉足电子商务或没有电子商务的构想,证明你也 out 了!

正如红孩子高级副总裁、首席运营官陈爽所言:“如果传统零售企业不进入到电商领域,或许会死得更惨。现在 80 后这个主力消费群体已经非常网络化了,这是不可逆转的消费趋势,这种趋势会让很多消费者不去实体门店,而是习惯于到网上购物。正因为这样的市场挤压和威胁,传统零售企业至少要了解电商行业……”

无网则不利,电子商务已是大势所趋,传统企业要做的,就是择机行动。

无网不利——传统行业纷纷“触电”

王府井百货等竞争对手迈入电商行列不到一年,北京最大的商贸服务企业——朝批商贸有限公司日前正式宣布进军电子商务。作为京客隆旗下的公司,朝批经营业绩在北京的同行中无出其右:年销售额达 23.77 亿,占京客隆的一半还多。

几乎就在同时,世界最大的零售巨头沃尔玛追加对中国电子商务网站“1 号店”控股公司的投资,持有股份增至 51%。据了解,“1 号店”是中国最早的“网上超市”,也是发展最快的电商平台之一,目前拥有 2400 万注册用户,在线销售近百万种商品,涵盖食品饮料、美容护理、厨卫清洁、母婴玩具、家居家电、图书等等,去年销售额超过 27 亿元。通过控股“1 号店”,沃尔玛迅速进入中国的电商市场。随后,许多沃尔玛的商品不失时机地

出现在“1 号店”的网站上。

一个是京城商贸的头牌、一个是世界零售业的老大,虽然在传统领域做得风生水起,却也拒绝不了电子商务的诱惑,更何况那些希望借助电商领域进行突破、一试身手的中小企业呢?

传统行业涉足电商,不能不提及 PPG——这个成立于 2005 年,在网上直销男士衬衫的“轻公司”,无疑是行业内第一个吃螃蟹的。更让后来者刮目相看的是它的不俗业绩:销售报表显示,仅凭呼叫中心和互联网,这个公司居然每天就能卖掉 1 万件衬衫……在 PPG 的启发下,中国服装业很多品牌开始试水电子商务,报喜鸟、李宁都是后来居上者。中国电子商务研究中心报告显示,截至 2012 年 6 月末,中国电子商务市场交易额达 3.5 万亿元,同比增长 18.6%;网络零售市场交易规模为 5119 亿元,同比增长 46.6%,现在依然保持快速增长的势头。目前,国内电子商务服务企业达 38780 家,同比增长 8%。10 月 30 日落幕的《2012 中国(深圳)电子商务营销高峰论坛》透露出最新消息:中国电子商务交易额开始逼近美国,中国用户渗透率占整个互联网上游用户的 40%左右。参会的艾瑞咨询集团联合总裁邹蕾告诉记者:“经历近几年的野蛮生长,目前中国电子商务开始转型,步入理性。”作为共识,与会者一致认为,转型的一个最重要标志就是:今年以来,传统企业大举进入电子商务领域,规模空前,且步伐不断加快。

“触电”模式和路径——电商跨界

2012 年 10 月 31 日,家电零售巨头苏宁易

购筹备近一年的图书频道正式上线,“0元售书72小时”的促销活动也同步展开。三天的活动让利幅度超过1000万元,业内惊呼这是“电子商务促销史上力度罕见的开业方案”。总经理李斌向媒体透露,苏宁易购已与国内近百家国有出版社和300多家民营出版商建立了合作关系,届时一次性上线的图书种类可达60万册左右,力争在年底与当当网、京东商城三分天下,跻身图书销售B2C网站的前三甲。

有趣的是,靠图书销售起家的当当网,却在此时尝试销售奢侈品。据了解,目前当当网已引进了百达翡丽、江诗丹顿、天梭、劳力士等在内的品牌名表。除手表外,各种奢侈品牌包袋、黄金饰品、珠宝等也出现在当当的网页上。

业内人士认为,苏宁与当当的这种“不务正业”属于典型的错位经营,代表着电商跨界经营的新趋势。事实上,传统企业开网店、网店开传统实体店,早在两年前,这种跨界融合就已经成为电商行业的潮流。在电子商务领域,类似当当、苏宁这种跑马圈地、互相渗透的多元化经营案例不胜枚举:京东从3C起步,早已涉足图书、家电、食品等诸多领域;而贴着母婴用品标签的红孩子,也早就卖起了家电、食品和化妆品;凡客的品类扩张几乎无所不包,不仅有丝袜、面膜、帆布鞋,菜刀、菜板、拖把、电火锅也都在销售之列……针对这种趋势,中国电子商务研究中心分析师莫岱青的结论是:“电子商务正形成普及化、多元化、混合化与常态化的趋势。”

传统行业加快进入电子商务,而电商行业对传统企业也是不离不弃,尤其是一些大型电商更期待与规模大的知名传统企业合作。电商专家鲁振旺认为,相对于电商企业而言,传统企业存在三大优势:其一是供应链优势,很多传统企业都是业内巨头,与纯电商企业相比,具有成熟的供应链。这决定了它们不需要较大转型,只需完成线上线

下的转换;其二,信息化程度高,传统企业,像苏宁、国美,从信息化程度来看,它们甚至超越国外的一些电子商务公司。值得一提的是,苏宁跟IBM合作已经很长时间了。其三,有较为成熟的可利用平台,2011年淘宝商城最大的变化就是整合了许多传统品牌厂商,而反过来传统品牌厂商也通过淘宝这个平台快速进入电商行业,双方的融合实现了共赢。

业内人士分析,电子商务之所以成为时尚潮流,原因有二:一方面,网络营销是新一代营销手段,费用低,见效快,可以帮助企业快速完成市场调研、网站策划与建设、网站优化、网络广告和网络推广等一系列营销活动;另一方面,消费主体变化带来新商机和新业态,80后、90后逐渐成为社会消费主流,这些人具有宅生活的习惯,这种生活方式被认为是电子商务存在的重要基础。

跨界意义——促进产业转型和升级

在传统企业蜂拥而入的同时,电商企业也在向金融保险、物流快递等传统领域渗透,线下经营蔚然成风。二者在双向的互动中融合、互补,促使电子商务业态和格局出现变化,更有利于产业的升级和转型。具体而言,电子商务扁平化的渠道、高效率物流配送,加上传统企业的供应链和平台优势,这种优势互补,对消费升级大有裨益。而消费升级又间接促进了产业结构的调整,进而带动产业升级。

关于产业升级,艾瑞集团总裁邹蕾的观点是:“如果我们看一下电商对于整个产业升级的改造,实际上我们可以看到无论是服装行业,还是家电、3C行业,大量的品牌商、制造商也开始涌入这个市场。如果电子商务只是几个大的电子商务企业在玩,这个市场一定是不好玩的,或者说这个市场还是处于一个野蛮生长的阶段。只有当真正的品牌商、零售商、制造商把电子商务模式提升到公

司内部非常重要的位置时，我相信这对于整个零售产业的结构升级，已经达到了非常重要的核心高度。”

腾讯电商平台总监罗联栩强调：“这种融合是通过线上传播和线下推广把线上购物人群通过简单的商业服务带到了线下门店，同时利用线下门店本身的天然营销优势和地理位置优势为周边的消费者提供重复购买以及网购以后新的体验，从而创造更多的竞争优势。”

助力发展——政府应加强主导作用

十年磨一剑，电子商务在中国的发展已有 10 年之久。行业资深人士评价这 10 年的发展，一致的看法是“野蛮生长”。言外之意就是电子商务自生自灭，缺乏引导和规范。最典型的事例就是迄今为止，竟然没有出台一部权威、完善的行业标准和法律法规。虽然之前有过《电子签名法》、《关于加快电子商务发展的若干意见》、《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》、《关于促进网络购物健康发展的指导意见》、《网络游戏管理暂行办法》、《非金融机构支付服务管理办法》等一些指导性文件的颁布和实施，但都属于部委制定，限于枝节和局部，大多只是规章和意见，缺乏权威性、全面性和可操作性。

特别是今年，淘宝和京东的价格大战暴露出电商行业在发展和经营方面的不规范。即使是刚刚过去的双“十一”，也有消费者投诉淘宝等大型网店仍然存在虚假广告和价格欺诈。价格欺诈，深层次来说是商业诚信的缺失，更暴露出立法和管理的滞后。而今年又是电子商务走向成熟、面临转型的关键时刻，因此，管理并规范中国的电子商务行业，是政府迫在眉睫的任务。为此，由国家工商总局牵头发起的《网络商品交易及服务监管条例》的立法工作全面启动，并已列入国务院“二类立法”计划。在有关部门的推动下，7 月 1 日《网

络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》首先问世。在业内看来，这个被解读为向网商收税作准备的《办法》，势必会促进网店与实体店加快融合。按照要求，《办法》规定网商必须实行实名制，以有利于监管。

作为互联网大省的广东和中国首个电子商务示范城市的深圳，坐拥电子商务发展的天时地利人和之便，在电子商务的监管和制度创新方面，也不甘人后，做了不少扎实而又有前瞻性的工作：以促消费、扩内需、调结构、稳增长为目标。今年以来，广东省率先在全国部署开展致力于打造电子商务强省的“广货网上行”活动，利用电子商务在商贸领域成本低、高效率的优势，勾画出“十家电商平台、百家网上商城、千家广货网店和万家名优企业”蓝图，进行为期 4 个月的网上促销活动。为贯彻落实《珠三角地区改革发展规划纲要》，广东省人民政府还专门出台了《关于加快发展电子商务的意见》，对省内相关行业进行甄别。

一直以来，深圳市政府都高度重视电子商务产业的发展。2011 年，市财政资助互联网及电子商务项目 566 个，资助资金额达到 6.8 亿元。为助推电子商务的发展，深圳率先推出电子发票，成为电子商务电子发票试点的第一城。为了配合全省的“广货网上行”活动，深圳市于 11 月 15 日启动了集展示、交易、服务等多项功能于一体的深圳产品电子商务平台——“深商 e 天下”深圳商品网上市场，旨在打造深货网上市场整体形象和品牌。接着，深圳市政府还将从政策扶持、法律规范、典型引路等诸多方面充分发挥指导和监管作用，以推动电子商务产业快速、良性发展。

(本刊记者 高德蒙)

一达通:要做 “中国原创的服务型企业超市”

一达通是深圳乃至中国创新型电子商务平台的代表,其通过互联网一站式为中小企业和个人提供通关、物流、退税、外汇、融资等所有外贸交易所需的进出口环节服务。特别是**2010年11月**加入阿里巴巴后,一达通形成了从“外贸资讯”到“外贸交易”一站式服务链条,取得了长足发展和不俗业绩。在**B2B**电子商务领域,一达通有何创新和成就?有何发展规划?有哪些经验值得业界借鉴?又有哪些问题亟需解决?带着疑问和好奇,本刊近日专访了一达通,以期寻找背后的答案。

10月22号,根据广东省委书记汪洋、省长朱小丹和主管副省长招玉芳的指示精神,广东省外贸厅组织全省各地市外贸主管领导和有关企业,在深圳一达通公司召开《深圳一达通“外贸新业态”》现场会。会上,相关领导充分肯定了一达通的创新模式,指出“这是我省转变外贸发展方式的典型平台。”一达通副总经理肖锋告诉记者:“这也预示着一达通电子商务应用,已由商业零售业的‘营销+网购’跨入生产性服务业的‘交易+服务’的崭新阶段。”

从政府到企业:一达通“左右逢源”

“一达通是今年唯一获批的中小企业进出口公共服务类项目的企业,作为中国第一家面向中小微企业的外贸供应链服务平台,一达通能为企业提供哪些服务?”面对记者的疑问,一达通方面介绍,深圳市一达通企业服务有限公司成立于

2001年,是中国第一家面向中小企业的外贸供应链服务平台和在线进出口外包服务平台,即通过互联网一站式为中小企业和个人提供通关、物流、退税、外汇、融资等所有外贸交易所需的进出口环节服务。这种服务的好处是能集约分散的外贸交易服务资源,为广大中小企业和个人减轻外贸经营压力、降低外贸交易成本、解决贸易融资难题,让他们在公共服务和商业服务环节中享受和大型企业同等的待遇。

肖锋强调,在企业 and 政府两大层面上,一达通都能提供良好的服务和解决方案。

首先在企业层面:第一,一达通能为中小企业提高进出口效率。身为**AA**类企业,一达通享有通关和商检的优先权以及银行利率方面的极大优惠。针对中小企业的进出口需求,一达通将大批单量统一打包给海关、商检等部门处理,使得他们享有和大企业同等的通关待遇。

第二,一达通能为中小企业贸易融资,加速资金周转。一达通掌握着每单外贸的信息流、物流和资金流,它能有效破解银行面向中小企业融资的两大障碍——信息不对称和监控成本高,为中小企业提供**50%-70%**的进出口外贸项目的中短期融资、退税融资。

第三,一达通能帮助中小企业降低经营管理成本。仅**2009年**,一达通已为超过**1200**多家中小外贸企业提供进出口外包服务,进出口金额超过**2亿美元**,为企业降低进出口的成本约在**66.7%-90%**,业务量提高**30%**。

其次是政府机构层面:极大地提升了海关、税务等政府监管部门的效率。一达通专业集成客户后统一对海关、税务等结汇,可以减轻政府职能部门的工作压力,减少中小外贸企业因业务不专业而给政府职能部门带来的重复工作,从而减缓企业与政府职能部门的直接矛盾。

记者在采访中了解到,作为深圳创新型电子商务平台 **B2B** 的代表,一达通跳出了传统电子商务平台的老套路。它是生产型服务企业,提供的是“介入式”服务。它有两个不做:不做基础服务商,也不做贸易。鉴于这种定位,一达通作为独立的第三方运营平台,在海关、税务局、银行、运输公司、保险公司等方面为中小企业提供更大规模、更好服务的同时,又为海关、商检、国税等外贸监管部门提供监管数据,企业的贸易情况通过一达通即可在线查询。

目前,一达通正在实施与中国银行进出口环节数据对接的信息工程。预计在不久的将来,一达通还将为更多的政府监管部门提供在线服务。

专注 B2B,避免多元化经营

2010 年 11 月被阿里巴巴收购后,业内人士对阿里一达通疑虑重重:一达通未来会不会多元化发展?作为全程化电子商务平台,一达通是否有能力引领行业发展?

事实证明,加入阿里巴巴后,一达通完善了从“外贸资讯”到“外贸交易”一站式外贸服务链条,实现了电子商务外贸领域应用从“解决信息流问题”到“解决贸易链问题”的升级,为广大中小企业和个人从事对外贸易提供了更为全面的外贸服务,构筑了典型的中小外贸企业类公关服务平台。统计数据表明,阿里巴巴及一达通在珠三角有 1500 名业务人员,每周接触超过一万家中外外贸企业。**B2B** 是他们的核心模式和成功路径。关于一达通,最形象的定义应该是“外贸企业超市”。

一达通公司总经理魏强认为,在推动行业发展方面,一达通有两大使命:

一是推动电子商务行业服务模式变革。一达通平台“化零为整”,将运输、口岸、仓储、外汇、保险、融资等进出口物流和金融领域里的无数碎片式资源集中整合起来——清华大学朱武祥教授将他们的做法总结为“碎片理论”,从而降低各个环节的处理成本,提高环节处理效率,优化中小企业的进出口环节服务。

其二是促进当地城市现代服务业和金融业高效发展。“上海的外贸深圳做、杭州的外贸深圳做、全国的外贸深圳做”,这种格局在过去是很难实现的,但借助互联网技术,一达通平台却轻松地让它成为现实。

目前,一达通在全国各地已经拥有 1500 家企业客户,有三分之二的异地企业全部实现了资源转移与再分配。不仅仅是贸易结算,异地外贸交易集中在本地发生,还会带动本地金融服务业和物流业的发展。从数量上来说,一达通的虚拟外贸行为仅仅是开了个头,三年后累积到 5000 家企业客户,将会产生 1500 亿元的进出口总额,相当于将异地至少 1000 亿元的金额拉到深圳。如果说阿里巴巴将杭州打造成中国的“虚拟内贸”中心,那么一达通为代表的“虚拟外贸服务平台”将在未来推动深圳成为中国乃至全球的虚拟外贸中心!

一达通的盈利模式和优势所在

中小企业贸易融资是世界性难题,其难点在于如何为金融机构解决贷款的“风险 + 成本”瓶颈。贸易融资具有自偿性,第一还款源是贸易本身的应收账款或货物。而一达通创建的“介入式”外贸 **B2B** 平台,正是由于介入交易过程,了解贸易真实性,为银行解决了风险判断难题。同时,它集中处理各类融资需求,为银行解决了贷前、贷中及贷后的运营成本难题,使得原本只适合大企业、大

商社的“贸易融资”产品,覆盖到更多的中小贸易商家,在互联网时代,更好地满足了贸易细分化、服务集约化的发展趋势。可以说,“介入式”外贸B2B平台是贸易金融产品的“渠道”创新,也有人把它称为供应链金融服务。

现在,一达通与银行、信保公司等金融机构联合推出贸易金融产品,基本覆盖所有外贸金融需求,而且对中小商家真正实现了无需固定资产抵押担保的“保理式”融资。

外贸赊销,必须借助电商平台

一达通副总经理肖锋认为,关于外贸出口,目前比较流行的说法有:一是外部需求不足,二是产品过剩。“我觉得对目前的外贸形势和格局,业界和媒体存在误判。理由就是年年都说出口危机,出口量却年年创新高:2007年次贷危机美国订单骤降,可2009年和2010年出口就‘报复性’增长;今年前三季度出口依然保持增长。然而欧美超市,‘MADE IN CHINA’商品占比并未明显下降!这说明什么?说明海外刚需依旧或并未明显减少。”

既然外贸刚需依旧,为什么外贸出口形势严峻呢?多年的外贸实践告诉一达通人:关键还在于信用支付手段的落后。统计数据显示,中国外贸出口中小企业数占九成以上,渐成出口主力。但他们90%不接受信用支付,只能现款现货交易(T/T支付)。这意味着什么呢?打个未必恰当的比喻,30年前深圳房价是每平米500元,买房不用按揭也可轻松搞定。如今房价攀升到每平米几万元,对大多数人而言,买首套房哪怕是刚需,如果不按揭,也很难。对外贸而言,外贸出口30多年了,几乎是一成“按揭”也没有,这“货”还能好卖吗?

由于赊销这一国际惯例无法在国内通行,对外贸易中,老外只能“现款现货”采购,出口商不愿也无法承担任何风险,采购风险和资金压力全部压在买家身上,买家不得不采取货比三家,采取

狠狠压价和减少采购量的做法。这样一来,生产、物流、金融、人工等成本因单笔订单规模缩小而增加,恶性循环的结果造成买卖商家利润都被压缩。

因此,当90%买家希望赊销,而90%的卖家只接受现款现货的矛盾日益突出,中小企业难以维系。解决问题的唯一办法就是基于B2B平台的金融服务创新,跟国际接轨,创新推出虚拟信用卡,采用通行的信用支付手段。

突破瓶颈,希望对示范平台“网开一面”

公司有关人士透露,虽然国家在推动电子商务示范项目的发展方面不遗余力,但在实际操作过程中,仅有示范的牌子,没有配套相应的示范政策,“操盘手”也很难放开手脚。他们期盼在符合我国外贸法律,保障市场公平原则且不改变现有财税体系的前提下,相关政府部门能尽早出台类似《电子商务示范平台试行指导意见》文件的示范政策。这好比给了他们一柄改革创新“尚方宝剑”,可以加快示范创新的步伐。

具体来讲,一达通的政策诉求大致有三个方面:一是海关、国税、国检、外管四大外贸职能部门对示范平台实施按比例监管考核的政策(区别于单一进出口收发货人);二是四大外贸职能部门与示范平台实施专组专柜服务,最好实现系统对接,以提升监管服务效率;三是对示范平台非主观原因出现的与旧的管理规则冲突或事先未知的失误时,给予一定的“宽容度”,允许示范平台采取通关便利化措施。对实际运行状况进行综合评估,利则兴、弊则弃,真正起到示范作用,达到示范效果。

记者了解到,最近浙江义乌为了推动外贸出口,有针对性地出台了《关于申办小额外贸出口市场采购合同》的有关政策。受此启发,一达通也希望深圳能够尽快出台类似的创新性政策——《示范性企业监管指导意见》,为中小企业的外贸出口创造宽松的环境。(本刊记者 高德蒙)

新形势下的互联网投融资

——记深圳电子商务大讲堂第 22 期

针对近半年来中国互联网行业投资规模持续下滑的趋势,松禾资本投资总监张春晖,雷雨资本合伙人、广东天使会发起人俞文辉,盒子支付 CEO 韩森围绕电子商务行业投融资主题发表精彩演讲。

张春晖:让投资人对项目感兴趣才能融资

张春晖认为,就融资现状来讲,整个融资市场比去年还要糟糕,“不要以为外面有那么多的投资公司,随随便便就能拿到钱”。

做计划书的时候,张春晖建议准备三个版本:第一种,几句话能讲清楚的;第二种,10 分钟能讲清楚的;第三种,半个小时能讲清楚的。三种版本必须很熟,如果在电梯遇到投资者,你必须把“我是谁”、“我是做什么的”、“我要达到的目的”表达清楚。让投资人对项目感兴趣,才能进一步融资。

另外,一定要想想以下 11 个问题:第一,你是干嘛的;第二,商业模式是什么;第三,你靠什么东西来赚钱;第四,你解决了什么问题;第五,产品的目标人群是谁,客户是谁;第六,你的状态如何;第七,你的竞争对手是谁;第八,你要融多少钱;第九,现在的投资人是谁;第十,运营架构和团队;第十一,估值。

投资者十分关心技术。近十年来,国内几乎没有技术创新的企业,几乎都是模式创新,比如校内网和 51 网。技术创新和模式创新的区别在于:技术创新相当于找到了母鸡,由此源源不断的鸡蛋就生出来了;模式创新像公鸡,叫得非常响亮,但是很快会有一只叫得更响亮。

俞文辉:欲练神功 必先自攻

俞文辉认为“欲练神功,必先自攻。”他说的“自攻”不是自残,而是对自己的了解。创业的过程,其实就是创始人了解自己、改变自己、成就自己的过程!了解自己非常重要,创始人是一家公司能够走多远的关键。

韩森:良好的执行力与信守承诺是创业成功的决定因素

韩森在演讲中开诚布公地分享了四次创业起落的亲身经历与经验教训,并坦陈良好的执行力与信守承诺是自己创业和融资取得成功的决定性因素。他强调树立宏大计划之后,更重要的是制定汇集团队智慧的详细执行计划与精确的时间点、检测点管理方案。

他认为除了把技术做好,还要找对融资人。与大投资商合作可以学到很多东西。比如,会从新的视角来看待自己的公司:首先树立一个大的目标,然后制定一个很详细的执行计划,再确定一个时间的检测点。具体的行动计划绝对是跟大家一起讨论出来的结果,而不是创始人一个人拍脑袋想出来的。再比如管理理念等等,一个公司超过 50 个人后,一定要有完善的管理体制。

(本刊记者 陈天喜)

如何打造优质的电商呼叫中心

——记深圳电子商务大讲堂第 23 期

电子商务呼叫中心是企业与客户紧密接触的窗口,在企业当中起到宣传、技术支持、销售、售后服务等作用。本次活动围绕呼叫中心展开,出席活动的嘉宾有芒果网总裁助理周源邵先生、深海捷科技总经理国承斌先生、优购电子商务客服部负责人兼百丽集团客服中心经理江建中等。

周源邵:要以客户为中心

周源邵认为基础框架的配置、外呼的配置、业务的快速生成、组织架构和人员配置等,对电子商务企业呼叫中心是非常重要的,而且呼叫中心一定要与业务相结合。因为很多电子商务企业采取分布式部署,不同地域的呼叫中心处理的业务流程和类型也不同。同时,在建呼叫中心时还要注意知识库和互动营销的建立。

以芒果网为例,芒果网呼叫中心在香港设立电话接入点,成功实现香港电话飞线到深圳接听和服务,并实现深圳、香港两地通话免国际长途费。通过 VIOP 技术,芒果网分别在北京、上海、广州设立 4006640066 电话接入点,实现三地落地。

最后他总结称,电商企业的呼叫中心要以客户为中心,没有用户体验的呼叫中心等于“挥剑自宫”,而且呼叫中心不应是成本中心和销售孤岛,应与企业的 ERP 及物流配送体系密切结合。客服直接面对客户,其角色应设置为销售代表,把控服务的每一个重要流程。

国承斌:个性化定制方案提高沟通效率

国承斌介绍,近些年随着技术的发展和完善,

IP化的呼叫中心逐渐成为主流。电子商务企业和客户的沟通比较多元化,它摒弃面对面沟通,采用电话、网站、微博等新媒体方式,所以呼叫中心及其延伸出的统一通信就成了这个沟通平台的必经渠道,重要性日益凸显。

目前,中国的呼叫中心行业市场比较乱。高端的有华为,低端的处于一片混乱状态。呼叫中心没有第几代之分,现在市场上的一些所谓“第五代”、“第六代”都是造出来的概念。

国承斌认为,呼叫中心建设,一要注重融合,保证呼叫中心与业务的无缝集成;二要注重体验,考虑线路质量、流程设计、环境噪音、客服培训四大因素;三要注重通信系统的稳定性;四要注重数据的安全性、保密性;五要注重沟通性。

江建中:如何打造一个优质客服中心

江建中认为,优质的客服中心需要具备优质的平台系统、优质的服务理念以及科学的管理三大核心组。他觉得呼叫中心建设可以分为两个阶段:前期,以需求、搭建、试用为主,包括呼叫中心的建设以及与供应商的沟通等;后期,将试用阶段发现的问题以及一些新的想法和需求进行管理、升级。呼叫中心的作用主要有三个:统一形象;开辟快捷服务通道;数据的统计与分析,包括顾客咨询、问卷调查、投诉等。

江建中称客服中心管理文化需沉淀,各功能小组管理绩效需细化。树立电商客服中心,既是信息收发中心,也是客户体验中心的建设理念。这是优质客服中心的管理精髓。(本刊记者 陈天喜)

变革形势下如何做好电商营销 ——记 2012 中国(深圳)电子商务营销高峰论坛

由深圳市经济贸易和信息化委员会主办,市电子商务服务中心组织承办,艾瑞咨询、腾讯科技、微博易、广东省网商协会等机构共同协办的 2012 中国(深圳)电子商务营销高峰论坛于 10 月 30 日在深圳成功举办。市政府副秘书长高国辉出席论坛并致辞,市经贸信息委、市科技创新委、市市场监管局及罗湖、南山、福田各区等相关部门领导莅临论坛,相关行业协会及传统企业协会、电子商务产业链的标杆企业代表应邀出席。

作为首个国家电子商务示范城市,深圳市政府一直高度重视电子商务的发展,积极落实互联网产业振兴规划和相关扶持政策。2011 年市财政资助互联网及电子商务项目 566 个,资助资金额达到 6.8 亿元。在扶持政策的指导下,今年上半年电子商务企业发展远远超出实体经济的增长。按照商务部电子商务企业认定标准,深圳市电子商务主体已接近 10 万家。高国辉副秘书长在致辞中介绍,十二五期间,深圳将从健全电子商务政策体系、建立电子商务标准规范体系、完善电子商务支撑环境、大力发展电子商务服务业、深化电子商务应用、聚集电子商务创新发展资源等六个方面,加快电子商务示范城市的建设。

本次论坛以“数据驱动营销”的主题为切入点,以社会化电商为聚焦主线,紧扣“变革形势下如何成功做好电子商务营销”、“传统企业如何利用电子商务开展营销”等业界热点,展开系列主题演讲和圆桌对话,以期让参会的电子商务企业了解和认识新形势下提升电子商务竞争力优势的途径及核心要素,为我市传统商贸、生产型企业转

型发展助力,为加快经济结构调整助力,使电子商务真正成为我市战略性新兴产业重要的增长极,使企业在日益复杂严峻的全球经济环境下,构建参与国际竞争的新优势,掌握发展的主动权。

“深圳电子商务大讲堂”是我市经贸信息委主推服务电子商务产业发展的品牌项目。本次论坛作为“深圳电子商务大讲堂”系列活动之一,是政府部门和市场主体合力推动电子商务发展的一项年度盛典。本次论坛同时也是响应省政府的号召,展示由深圳市委市政府统一部署的“广货网上行”活动的成果。此举将为树立深圳本土品牌、打造自我造血功能的深圳商品网上平台、建立诚信优质的深圳商品虚拟市场起到重要的促进作用。

□ 链接

“深圳电子商务大讲堂”系列活动由深圳市经济贸易和信息化委员会主办、深圳市电子商务服务中心承办,于 2011 年初正式启动。它紧密结合电子商务发展趋势、行业热点和企业的实际需求设定主题,每月通过高峰论坛、政策宣讲等各种形式分层次、分领域、分主题、分对象开展活动,活动主题贴近产业动向、信息丰富新鲜、视角开阔活跃,深受企业及参与单位好评,社会影响力日益扩大,从而实现电子商务宣传、应用的在线推广和普及。

◎深圳

深圳电商“航母级”平台起航

深圳作为国家电子商务示范城市,引领电商企业再造“航母级”平台,为深圳传统企业搭建集交易、支付、配送为一体的销售平台——“深商 e 天下”深圳商品网上市场 (Shenzhen Mall) 于 11 月 15 日正式“起航”,消费者可在该平台方便地采购钟表、珠宝、电子等各类具有鲜明深圳特色的产品。(市电子商务服务中心 11 月 15 日)

点评:深圳商品网上市场综合性强,既卖产品,也卖服务,方便交易平台和网上商城开发新功能,衍生新业态,相信对未来深圳电商的发展会起到巨大的推动作用,将提升深圳全国经营中心的影响力和辐射力。

深圳将大规模推广外贸交易电商平台

一手交钱、一手交货的方式一直是深圳大多数外贸型中小企业的传统,而国际上通行的“赊销”(即买家先付两三成订金,收到货后 60~90 天内付清全款)的交易方式既能为中小企业获取周转资金,又能保证企业持续发展。9 月 24 日,商务部驻深办、深圳市经济贸易和信息化委员会等举行“服务强,则外贸强”论坛,广东省将在全省范围内推广外贸交易电商平台。(《深圳晚报》9 月 25 日)

点评:外贸交易电商平台的推广可以将政府政策、大企业与中小企业对接起来,起到外贸服务“转换器”的作用,促进中、小、微企业充分利用外贸交易平台得到发展。

深圳出台措施发展电子商务

10 月 17 日,市长许勤主持召开市政府五届六十八次常务会议,会议审议并原则通过了《深圳市电子商务创新发展行动计划》。根据《行动计划》,到 2013 年底,深圳市网上购物额将占社会消费零售总额的 8%。针对有关发展目标,《行动计

划》明确了 7 个方面的工作任务,即完善电子商务政策法规体系、建立电子商务标准规范体系、健全电子商务交易支撑环境、持续深化电子商务应用发展、集聚电子商务创新发展资源以及支撑新一代信息技术产业发展等。(新浪网 10 月 18 日)

点评:深圳出台创新发展措施,明确行动计划,大力发展电子商务,将从政策、法规、环境、资源等方面有效地为深圳中小企业服务,为深圳制造向深圳创造转变服务,为深圳经济转型升级服务。

深圳全面推行电子营业执照登记制度

9 月 14 日,深圳市政府召开商事登记制度改革组织实施工作部署会议。会议透露,深圳将全面推行网上登记,建立电子营业执照制度。深圳市政府将在近几年改革试点的基础上,进一步深入开展商事登记制度改革工作,加快建立商事主体资格与经营资格相分离,审批与监管、监管与自律相统一的登记制度。(《深圳商报》9 月 15 日)

点评:深圳正式启动商事登记制度改革有望破解当前企业登记注册“住所难、范围难、资本难”三大难题,为商事登记提供方便。

深圳网购排名位居全国第三

据深圳市经贸信息委统计,2009、2010、2011 年深圳市电子商务交易额分别为约 1700 亿元、2100 亿元、2600 亿元,占全国电子商务交易额的 6% 左右。今后,深圳将更重视外贸类电子商务的发展,力推中小企业加入到电子商务应用行列,到年底力争实现电子商务交易额超过 3000 亿元。据了解,深圳的网购交易金额在国内位居上海、北京之后。深圳网购人数约占网民总数的一半,已突破 400 万人,网上购物比例为 31%,高于全国总体水平,网购已成为深圳网民重要网络费用支出项目。(《南方日报》10 月 11 日)

点评:深圳传统产业凭借电子商务迅猛发

展,这不仅能大幅降低企业经营成本,而且扩大了企业活动范围,使企业跨地区、跨国界经营更方便,还能促进企业转型升级。

深圳走秀网获一线品牌菲拉格慕授权

深圳时尚电子商务企业走秀网不久前正式获得来自意大利的顶级奢侈品牌菲拉格慕(Salvatore Ferragamo)官方授权,其线上官方授权店于10月中旬在走秀网正式上线。一直以来,中国奢侈品电商行业无法获取奢侈品牌的正式授权,走秀网此番破冰,意味着以菲拉格慕为代表的一线奢侈品大牌对国内电商渠道的授权限制“松绑”。(《深圳商报》10月8日)

点评:无法获取奢侈品牌的正式授权一直是奢侈品电商之痛,走秀网此番破冰,意味着一线奢侈大牌开始从深圳打开缺口,进入国内电商企业。

QQ网购破500万单:二三线消费占85%

截至10月30日,在为期三天的QQ网购疯抢节中,下单金额达到6.5亿元人民币,订单数突破500万单。此次疯抢节共有200万人次下单,除去北上广深四大城市之外,来自二三线城市的消费者占到了85%以上。由于此次QQ网购疯抢节,腾讯动用了各种社交网络资源为促销造势,其中QQ和QQ空间等社交网络有庞大的用户群体,使QQ网购作为电子商务能深入全国各地,而不仅仅局限于一线城市。(腾讯科技10月30日)

点评:临近年终,消费者换季购物的需求强烈,同时二三线城市网购人群规模的扩大以及传统企业纷纷转型电子商务,使得网购成为了刺激消费、扩大内需的主要驱动力。二三线城市成为了网购的主力,网购势头发展迅猛。

深圳电商“OK管家”上线

10月22日,由好百年前总裁投资10亿元人

民币,深圳市欧凯管家信息技术有限公司创设的生活用品类电商“OK管家”正式上线运营。据了解,该电商网站采取B2F+C(企业对家庭+会员制)的商业模式,目前经营范围包括食品、个人护理等7大类,共2000多种商品,并采用免费的混合物流的商品配送方式,保证在3个小时内送达,但是目前只在深圳市内运送。(搜狐网10月23日)

点评:OK管家网购模式突破了传统的B2C模式,采用B2F+C模式,开发了一系列适合城市两三口之家的家庭方便消费方式,价格比超市低25%,一对一服务,无论大件小件全部免费送货,将为城市宅男宅女提供衣食住行玩的全面服务。

◎国内

五大电商签约 阿里预售出1800亿广货

据悉,“广货网上行”活动开展两个月以来,官网累计点击数超过200万人次,日均点击数3.3万多人次;网购人数大幅攀升,9月成交的买家会员总数达2311万个,同比增长18.8%。跟首批“广货网上行”的12个电子商务平台略有不同,日前签约的五大电商来头不小,每年网销“广货”数千亿元。据了解,阿里巴巴今年广货销售额预计将达到1800亿元,比去年的1200亿元同比增长50%;京东商城广货销量为80亿元,在整个销售额600亿元中占有重要一席。苏宁易购和亚马逊也开始在广东布点运营。(《羊城晚报》11月8日)

点评:“广货网上行”活动将推动万家企业“触电”。五大平台的引入将扩大“广货网上行”的影响力,给消费者带来更多的方便和实惠。

我国将出台电子商务交易国家标准

国家标准委日前表示,企业与消费者之间的电子商务交易平台信用规范将于2012年底前出台,内容涵盖电子商务企业身份验证、产品信息验证、交易凭证查验等商务交易的关键环节。今后,

电子商务交易各方的权责、义务,除了完善相关法规外,也要细化和补充相关标准,《电子商务营销运营规范》等标准已列入制定计划。(新浪网 10月15日)

点评:电子商务交易国家标准以制度促规范,以规范促发展,将促使更多民众参与电商交易,将促进电子商务与网络购物的健康和谐发展。

申通电商平台上线两月即关闭

10月12日,有网友发现,申通旗下电子商务平台爱买网超(www.ibuyday.com)已连续几十天无法打开。知情人士透露,爱买网超已于9月被申通关闭,仅存活两月。据了解,爱买网超于7月28日正式上线,定位为网上生活超市,隶属于浙江申通电子商务有限公司。(亿邦动力网 10月12日)

点评:快递公司进军电子商务,虽然具备物流端的优势,但在电商经营专业性、销售能力、供应链管理方面还缺乏经验。这也许是爱买网超上线两月即关闭的原因。

广州将出台电子商务扶持政策细则

今年以来在经济形势下行压力较大的情况下,广州市的电子商务企业却异军突起,仍保持快速增长势头。广州市经贸委负责人表示,“广州将出台电子商务的扶持政策细则。”他说,广州市有望每年拿出5亿元的财政扶持资金,支持广州电子商务的发展。(《南方日报》10月8日)

点评:广州出台电子商务扶持政策细则,将从政策扶持、法规监管上进一步促进电子商务的发展,值得借鉴。

民企联姻电商平台 欲再造粤商传奇

9月24日,作为“广货网上行”活动的一项重要内容,民营企业与电子商务平台对接会在中博会展馆内举行。此次对接会是政府搭台创造条

件,让更多的民营企业上网“触电”的重要举措。(南方网 9月24日)

点评:由政府搭建桥梁,让民营企业与电子商务平台对接、合作,会使“广货网上行”更加具有影响力,不断创造电商交易奇迹。

平安携阿里、腾讯试水虚拟财产保险

日前,中国平安马明哲、阿里巴巴马云、腾讯马化腾联合成立新公司——众安在线财产保险公司,公司除以上三个主要股东外,还有携程等多个网络科技公司股东。众安在线财险最大特点是,除注册地上海之外,全国不设任何分支机构,完全通过互联网进行销售和理赔服务。其产品主要包含两个方面:基于互联网的产品和基于物联网的产品,例如虚拟货币失盗险。(《上海商报》10月8日)

点评:保险业与电子商务相互渗透、相互推进,无论创新的险种,还是创新的渠道,都将给客户带来更便捷、更新颖的体验,也拓宽了电子商务产业的范围。

苏宁拿下易付宝域名 全面发力

自阿里巴巴支付宝以及腾讯财付通获得独立域名后,据悉,苏宁已悄然拿下易付宝域名 yifubao.com。消息称,此三拼域名成交价格为35万元。这标志着苏宁将加码支付板块的相关业务。苏宁易购去年杀入电商三甲之后,今年加大了在电商领域的投入。有业界传闻,苏宁易购的下一个收购对象为玛萨玛索。(腾讯科技 10月14日)

点评:苏宁要从电器转型百货,从线上走向线下,易付宝将给苏宁易购带来稳定的现金流,从而降低融资成本。

京东战略转型折射电商泡沫化

日前有媒体报道,京东商城CEO刘强东向高管发送邮件,要求京东明年必须盈利止亏,并做适

当收缩。对此,有人惊呼:京东终于熬不住了!数据显示,2011年京东实现营业收入212亿元,净亏损约13亿元。刘强东邮件释放出的信息可以解读为:京东企业战略将发生重大调整,“规模第一”不再是企业第一追求,“盈利第一”才是当务之急。(《南方日报》10月11日)

点评:京东针对电商泡沫,主动调整战略,将盈利放在第一位是正确的选择,有利于消除泡沫,反省失误,修炼内功,建构企业系统竞争力。

淘宝发货规则成恶意索赔途径

受制于人力和物流的限制,长假接单不发货已成为很多淘宝店铺的流行做法。天猫卖家广东珠海的保健品类店铺“十八篮”在国庆休假期间延迟发货被判三万违约金事件,却让这种买卖双方都默许的做法背后的经济风险显现出来。有类似遭遇的淘宝卖家正在集合起来,要求淘宝更改假期期间的发货规则,以免规则成恶意索赔的新途径。而淘宝方面表示,类似事件仅是个案,只有在恶意索赔有数量化增加的趋势时,淘宝才可能考虑对规则进行调整。(新浪科技10月11日)

点评:天猫商城制定的赔付规则从公平角度来讲,体现了一种对买家的保护,但也存在一些漏洞,就是如何规避恶意买家利用一些特殊时间来损害合法卖家的正当权益。从长远来看,有关发货、赔偿等规则应针对特殊情况进行适当修订。

第三方支付裂变在即:集体逃离电商

10月25日消息,随着电商集约程度越来越高,第三方支付公司已开始调整自己的市场策略,逐步缩减在线支付业务的比重,从而转向其他利润率更高的行业和领域。数据显示,单是支付宝、财付通两家公司就牢牢掌控在线支付70%市场份额,其背后有强大的平台和内容支撑,以及率先推出虚拟账户,都十分适合电商支付。而其他的支

付公司则明显活跃度不够,非但格局在短时间内很难打破,且日益边缘化。为了生存,第三方支付公司必须选择绕道而行。(腾讯网10月25日)

点评:电商平台竞相发动价格战,客单价急剧下滑,致使靠支付费率吃饭的第三方支付利润不断被打压,不得不中止与电商企业的合作,电商企业的在线支付必须未雨绸缪。

◎国外

亚马逊进军时尚 奢侈品牌不买账

10月13日消息,据国外媒体报道,亚马逊已经进军时尚领域。但是,据《金融时报》记者巴尼·约普森(Barney Jopson)的一篇文章称,大型奢侈时尚品牌却对亚马逊的这一举动不太关心,似乎无意参与亚马逊的这一进程。(搜狐IT10月13日)

点评:时尚领域是亚马逊尚未取得统治地位的少数几个商品品类之一。但很多品牌仍然没有进驻亚马逊,因为它们认为,亚马逊的网站看上去往往会显得较为廉价,在其网站销售不划算。

Zara中国网店正式上线 线上线下同价

作为全球最大的服装连锁零售品牌之一的Zara网上商店在中国大陆正式上线,线上线下同价。为保持一贯风格,线上平台将会和实体店铺同步销售女装、男装和童装系列,顾客可以通过任何浏览器浏览并下单,用户还可以选择送货到家或送至附近的Zara商店自取的配送方式。“送货上门很方便”、“发货很快”、“网店CN域名非常好记”,深受中国消费者追捧的Zara网店的上线获得了消费者的诸多好评。(网易10月10日)

点评:在广大服装电商拼命以价格取胜的市场竞争中,Zara独树一帜实行线上线下同价的举措可谓一箭双雕,既争取了更多的顾客,也间接打击了其它网店。

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,在市经济贸易和信息化委员会的指导下开展有关业务工作,大力推动和促进深圳电子商务持续、健康、快速发展。

电 话:86-755-88916858、88916846、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》编辑部诚挚地感谢各位领导 and 业内人士的关注和支持,真诚地希望该刊物能成为国内电子商务相关人士的交流阵地。

本刊欢迎主管部门、企业家、电子商务从业者、专家学者、科研机构、媒体等来稿。投稿邮箱:dianshangdongtai@sina.cn。来稿请采用 word 编排,每篇不超过 6000 字,并注明作者姓名、单位、通讯地址、联系电话。稿件一经采用,即付丰厚稿酬。相信您的文章一定会为本刊增色。期待您的来稿!

《电子商务动态》编辑部