

把握业态脉动

电子商务动态

2013第 1 期 (总第 4 期)

◎特别报道

振奋精神 形成合力

全面推进我国电子商务又好又快发展

——国家商务部副部长姜增伟在全国电子商务应用促进与信息化工作会议上的讲话

◎专题研究

2012 年深圳电子商务产业发展综述

◎热点追踪

“深商 e 天下”初期建设追踪

◎专家视角

围绕战略目标,着力培育电子商务典型示范企业

◎电商大讲堂

微信时代下的电子商务新机遇

——记深圳电子商务大讲堂第 26 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

contents

目录



2013年 1 月 30 日 第四期

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 徐丹雷 张 森

编 辑 : 黄妙瑜 鲁贞松

鲁卫平 曹淑慧

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)

◎新年致辞

2013 深圳电商机遇与挑战并存 01

◎特别报道

振奋精神 形成合力

全面推进我国电子商务又好又快发展 02

——国家商务部副部长姜增伟在全国电子商务应用促进与信息化工作会议上的讲话

◎专题研究

2012 年深圳电子商务产业发展综述 10

◎专家视角

围绕战略目标,着力培育电子商务典型示范企业 15

◎热点追踪

“深商 e 天下”初期建设追踪 16

◎电商大讲堂

“企业人才团队建设”专题讲座暨深圳网商会特训营实战分享 19

——记深圳电子商务大讲堂第 24 期

走进腾讯微博 2012 年度开放论坛 20

——记深圳电子商务大讲堂第 25 期

微信时代下的电子商务新机遇 21

——记深圳电子商务大讲堂第 26 期

◎行业动态

深圳电商交易额 2013 年将超 4000 亿元 22

深圳电子商务统计调查进展顺利 22

去年深圳人均网上消费居全省之首 23

广东放宽电子商务企业市场准入 24

2013 深圳电商机遇与挑战并存

律回春晖渐,万象始更新。我们告别了欢乐与艰辛并存的 2012,迎来了充满希望与挑战的 2013。

2012,是深圳电子商务大发展的一年。从宏观上看,一是深圳电子商务交易规模稳步上升,网购金额在全国仅次于上海、北京;二是电子商务参与主体增多,目前深圳共有各类电子商务企业过万家,电子商务园区总建筑面积已达 187.6 万平方米;三是电子商务市场构成日益多元化,电子商务龙头企业以 B2B 企业为主体,B2B 市场交易额占总体市场份额近 90%。从微观来看,深圳在电子商务、移动互联网、物联网、云计算等热点领域的发展尽显风头。从“深商 e 天下”深圳商品网上市场(Shenzhen Mall)的正式启动,到《深圳电子商务大讲堂》渐成深圳电商软环境品牌;从深圳开展首次电子商务产业统计调查工作,到深圳率先启动建设电子商务可信交易环境;从腾讯大手笔在电商领域进行整合确认战略方向,到专注于外贸领域的一达通自主研发打造国内第一个面向中小企业的外贸进出口服务平台……深圳电子商务的发展势头领先全国。

2013 年,注定是深圳电子商务充满机遇与挑战的一年。中小型电商企业如何在激烈的竞争中存活?传统企业如何转型?电商的下一个新机遇在何处?对一些电商企业而言,新的一年或许是个淘汰年、生死年;对另一些电商企业而言,2013 年在深圳市政府对于电商政策扶持力度持续加大和大众对于电商的接受度持续增强的大背景下,注定会散发出更加耀眼的光芒。

2013 年,本刊将继续坚持“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,深刻反映广大电商企业改革创新的发展状况和诉求,热情服务于政府部门、电商企业和相关机构,将本刊越办越好,新的一年再上新台阶。

《电子商务动态》编辑部

振奋精神 形成合力 全面推进我国电子商务又好又快发展

——国家商务部副部长姜增伟在全国电子商务应用促进与信息化工作会议上的讲话

同志们：

这次全国电子商务应用促进与信息化工作会议，是在全党上下认真学习贯彻党的十八大会议精神的背景下召开的，也是 2012 年 2 月份全国电子商务工作会议后的又一次全国性的重要会议。此次会议的主要任务是以十八大精神为指导，认真总结交流近年来组织开展电子商务示范城市、示范基地、示范企业和农村商务信息服务试点的经验和成果，明确下一步电子商务工作的主要任务和目标，进一步提高认识、理清思路、狠抓落实，推动我国电子商务又好又快发展。

下面，我就电子商务和信息化工作讲几点意见：

一、提高认识，充分发挥电子商务的带动和引领作用

（一）发挥电子商务优势，推进经济发展方式转变

电子商务是新经济的典型代表，伴随互联网应用的逐步深入，电子商务在促进经济发展方式转变，保持经济创新活力等方面发挥的作用不可替代。电子商务打破了时间、空间限制，依托网络虚拟市场，减少了实体店的很多费用，减少了环节，降低了管理和物流成本，实现了营销模式、管理方式的创新。随着社会经济发展和人民生活水平的提高，商品流通功能的作用在逐渐放大，电子

商务对流通行业的深刻影响是一个客观存在，我们必须要认真加以研究并提出相应的对策。

近年来，我国电子商务保持快速增长态势。在技术创新和市场需求的驱动下，电子商务服务业快速发展，市场规模不断扩大，企业电子商务应用不断深入，网络购物等电子商务消费群体增长迅速，电子商务已成为我国重要的现代流通方式和现代服务业的重要组成部分，电子商务对传统流通产业的冲击和带动作用日益显现，也成为调整经济结构、转变经济发展方式的重要途径。同时，电子商务服务产业也已经成为我国把握全球市场定价权和营销渠道，促进由“中国制造”向“中国创造”产业升级的有效手段，其战略性带动作用不容忽视。

面对当前复杂的国内外经济形势，充分利用电子商务在稳增长、扩消费、调结构方面的独特作用和优势，推动经济发展方式转变，显得尤为重要。

（二）发挥电子商务引领作用，促进流通转型升级

近年来，我国电子商务一直保持快速增长态势。2011 年，我国电子商务交易额达 5.88 万亿元，同比增长 29.2%；网络零售额超过 7825.6 亿元，同比增长 53.7%，已相当于社会消费品零售总额的 4.3%。2012 年，网络零售总额将突破 1 万亿元。2012 年，国务院出台了《关于深化流通体制

改革 加快流通产业发展的意见》，总计二十条，指导思想 and 目标任务明确，其中对创新流通方式、加快发展电子商务、全面提升流通信息化水平提出了明确要求。

电子商务是高效的商品和服务的流通方式，是我国建立现代市场流通体系的重要组成部分。要充分利用电子商务对于传统流通业转型升级的引领和带动作用，利用好传统流通企业在品牌商誉、供应链体系、仓储物流、门店资源和零售行业经验等优势，探索开展线上、线下协同运营的有效模式，不断提升效率、优化流程、创新机制，满足未来消费者多元化、个性化的消费需求，实现行业的转型升级。

（三）加强引导和规范，促进电子商务健康快速发展

电子商务发展快、影响大、作用强，但在发展过程中出现的问题我们要高度关注。一是电子商务发展的制度环境尚不完备，电子商务相关法律法规建设滞后，保障电子商务健康发展的监管体系、信用体系、统计监测体系亟待建立；二是网络购物领域侵犯知识产权和制售假冒伪劣产品等违法犯罪现象时有发生，规范有序的电子商务市场秩序和网络消费环境有待完善；三是现代物流服务体系尚不完善，物流配送、仓储服务已远不能满足电子商务发展的需要；四是电子商务应用在城乡、地区和企业间发展不平衡；五是电子商务服务业的商业模式尚不成熟，服务能力、服务水平和服务范围尚待拓展提高，电子商务创新能力不足，电子商务人才匮乏；六是网络安全对电子商务发展形成严峻挑战。

政府在这些问题的解决上要有所作为，通过政府的引导和规范，带动市场的力量去共同解决。我们在工作中要进一步提高对电子商务发展规律的认识和把握，找准政府定位，创新管理模式，抓

住工作重点，落实工作任务，取得工作成效。今天我们总结前期开展的国家电子商务示范城市、示范基地、示范企业、农村商务信息服务、信息化建设等方面的工作，就是要在明确认识的基础上不断总结好的经验，找到促进电子商务及信息化工作的突破口，明确下一步推进电子商务和信息化工作的思路和目标，促进电子商务健康、快速、可持续发展。

二、总结经验，不断探索电子商务应用促进的新手段

（一）以创建国家电子商务示范城市为先导，完善电子商务发展环境，促进战略性新兴产业发展和现代市场体系建设

商务部、国家发展改革委等八部委组织开展的国家电子商务示范城市创建活动，是新时期探索我国电子商务发展新思路、解决新矛盾的重要抓手。首批确定的 22 个“国家电子商务示范城市”，坚持以科学发展观为指导，围绕促进电子商务健康快速发展这一核心目标，针对我国电子商务发展中的突出矛盾和问题，在营造电子商务发展良好环境，推动电子商务在重点区域和特色领域创新应用等方面做了积极探索。本次参与交流的南京市、深圳市、成都市等示范城市均高度重视电子商务示范城市的创建工作，形成了很好的示范效果。

商务部会同国家发展改革委等八部委建立起了推进有序、沟通顺畅的工作协调机制。在八部委的指导下，各示范城市高度重视电子商务工作协调机制的建立，形成了多部门分工明确、相互配合的工作机制，一个“上下联通、纵横协同、政企合作、全面推进电子商务发展”的新格局已经初步形成。

各示范城市把电子商务政策环境和支撑体系

的完善作为重要突破口。电子商务企业公共信息服务、网络(电子)发票、电子商务支付基础平台、跨境贸易电子商务服务、电子商务诚信交易服务、电子商务标准和交易产品追溯服务等试点项目进展顺利,在网络零售规范、电子发票应用、电子商务统计等多方面的电子商务政策已经形成了局部突破。

各示范城市把深化电子商务应用作为主要工作方向。注重吸引和培育电子商务服务企业,支持大型骨干企业以供应链协同为重点发展电子商务,积极引导中小企业利用第三方电子商务服务平台拓展国内外市场,取得良好效果。

(二)以创建国家电子商务示范基地为驱动,优化电子商务载体,带动区域产业和社会经济健康快速发展

商务部开展的创建国家电子商务示范基地活动,是充分利用电子商务产业集聚优势,进一步加强电子商务支撑和服务载体建设,整合社会服务资源,创新应用模式所采取的重要举措。首批确定的34个示范基地,已经在基础环境、企业聚集、创新能力等方面形成了一定优势,创建工作正在有条不紊地全面开展。

各示范基地高度重视政策环境的优化和支撑体系的完善,根据各自优势资源制定和出台了一系列优惠政策和奖励措施,在吸引国内外知名电子商务企业落户的同时,积极培育本地电子商务企业发展壮大。

各示范基地在创建工作中注重创新公共服务模式,规范电子商务交易行为。商务部组织天津、青岛、哈尔滨、福州、南宁5个国家电子商务示范基地开展了公共服务平台试点,探索政府公共服务与监督的新机制,收到了良好的效果。

各示范基地注重强化基地孵化功能,积极推动电子商务产、学、研、用战略合作和建立产业创

新联盟,逐步建立起产学研用合作与创新机制。同时,通过基地聚集和辐射效应,形成了特色优势产业集群,促进经济结构调整与传统产业转型升级。

(三)以商务部电子商务示范企业为引导,推动电子商务健康发展

电子商务的主体是企业,关键在应用。商务部在开展国家电子商务示范城市、示范基地创建活动,营造良好法治和政策环境的同时,首批确定了83家电子商务示范企业,涵盖了当前电子商务的各主流模式,以流通企业为主覆盖到工业、农业、旅游、医药、航空、生活服务等多个领域。

83家示范企业在各级商务主管部门的指导下,积极推进模式创新、产品创新、技术创新和制度创新,从不同领域发挥了良好的示范作用。京东商城等电子商务企业日益重视拓展物流配送等网下业务,并积极开展线上线下服务。上海百联、苏宁等大批传统零售企业利用渠道和品牌优势,通过自建平台或第三方平台方式开展电子商务。京东商城、凡客诚品等B2C服务企业“试水”境外零售业务,这将进一步发挥“中国制造”的产品优势,促进“中国制造”向“中国创造”加速转变。电子商务企业的快速成长也直接催生了与电子商务相关的金融支付、物流快递、信用认证、业务流程外包和IT外包等服务行业的快速发展。

各级商务主管部门要进一步加强电子商务示范企业的动态管理,激励示范企业不断创新发

三、融合优质资源,提升农村商务信息服务水平

农业、农村、农民问题关系党和国家事业发展全局,党中央、国务院始终高度重视。2012年,中央1号文件《关于加快推进农业科技创新持续增

强农产品供给保障能力的若干意见》明确提出了“开展农村商务信息服务”，体现了这项工作在“三农”中的重要地位和作用。

商务部 2006 年开通了新农村商网，通过为农民提供大量实用的农产品供求和市场信息、咨询服务，开展购销对接等活动，为农民增收致富做了许多卓有成效的工作。特别是自 2010 年商务部和中组部全国远程办共同决定在全国 8 个省、自治区的 54 个县（市）开展农村商务信息服务试点工作以来，各试点地区党员教育机构和商务主管部门按照统一部署，密切配合，积极落实有关要求，充分发挥党员远程教育网点多、覆盖面广、组织管理制度机制健全和新农村商网动态信息丰富的优势，认真组织基层党员干部开展农村商务信息服务，积极探索和改进服务方法、途径，不断提高服务成效，较好地实现了“党员受教育、农民得实惠”的目标，受到农民群众的好评，有力地促进了农村经济社会的发展和稳定。

这次会议上，河南、湖南、山东肥城、重庆潼南等四个地区的组织部门或商务部门的同志分别介绍了合作开展农村商务信息服务试点工作的经验做法，讲得很好，希望能对其他地区有所启发、有所借鉴。

（一）试点工作成效显著

一是拓宽了农产品销售渠道，农民增产又增收。据统计，2010 年以来，新农村商网累计发布农产品供求信息 70 多万条，购销对接促成农产品交易金额近 300 亿元，有力地促进了农产品流通和农村经济的发展。

二是帮助农民树立品牌意识，带动特色农业发展。商务信息服务使越来越多的农民意识到，品牌产品、特色产品容易找到销路，还能卖出好价钱，这培养了农民的品牌意识，改变了农民的生产经营方式，促进了农村由小农经济向协作经济发

展。

三是促进订单农业发展，有效降低农业生产风险。农村商务信息服务，不仅把农产品推销出去，还促使一些经营规范的合作社，与采购商建立了稳定的供销关系。合作社根据市场需求与农民签订收购合同，降低了农户生产的风险。

四是增强农民信息意识，培养了新型致富带头人。农村商务信息服务不仅帮助农民解决一时“卖难”，还帮助农民转变了传统生产经营理念，增强了对互联网作用的认识，提高了把握市场的能力。很多农民学会利用互联网寻找商机，成为致富带头人。

五是增强了农村基层党组织的凝聚力和战斗力，提高了干部的工作能力和素质。各试点地区农村基层党组织把信息服务与农村基层党组织建设、农村经济发展结合起来，增强了基层党组织的凝聚力和战斗力。

（二）试点工作积累了宝贵经验

一是信息站点和信息员队伍建设是试点工作的基础。各试点地区把站点和队伍建设当作主要工作来抓，形成了县（市）、镇、村、农户四级信息网络。截至目前，各试点地区已建站点 1.2 万个，培训信息员 2 万多人。

二是融合利用各种优势资源是做好信息服务的有效途径。各地重视整合利用现有各种资源，提高了农村商务信息服务效率。如河南省将“新农村商网 TV 版”植入省党员教育平台，构建“以 TV 版为基础、网络版为主体、手机版为补充”的农村商务信息“快速通道”。

三是因地制宜是创新服务模式的有效措施。各地在党委、政府领导下，紧密结合自身实际，积极探索符合当地实际的试点建设模式。湖南省桂阳县积极探索农村移动信息平台建设，打造农村政务、商务、便民服务一体化综合移动平台，使农

村商务信息服务可直达农户。

四是信息真实可靠是提高服务成效的保证。试点地区普遍建立了信息查询下载、信息采集上传、信息把关审核、购销对接服务及交易成功即时反馈等规程和机制,使商务信息服务工作逐步规范化、制度化。

(三)试点工作还存在一些问题

虽然各地积极主动采取措施、克服困难,试点工作取得了很大成绩,但个别地区试点工作进展缓慢,存在一些问题。部分试点地区党员教育和商务主管部门之间工作协调不够一致,配合不够密切,抓试点的合力不够强,两部门的优势没有得到充分发挥;一些试点地区抓工作的力量不足,信息员队伍不够稳定,信息的收集、审核、报送、服务等工作质量需要进一步提高;部分地区因财力不足,存在工作硬件设施条件不能满足工作需要、信息员培训有待加强等困难和问题。

(四)试点工作下一步的考虑

两年来的试点实践表明,依托党员远教系统开展农村商务信息服务,是一项深受干部群众欢迎和好评的“民心工程”、“富民工程”,是深入贯彻落实科学发展观,合理利用资源、避免重复投资的“集约工程”、“绿色工程”。下一步应着重在巩固成果和扩大试点上下功夫,切实提高农村商务信息服务成效,促进农民增收和农村经济发展。

一是加大整合资源力度,探索建立全国农产品电子商务公共信息服务平台。提高新农村商网和党员远程教育网资源融合和共享水平,加强同涉农部门、科研机构、龙头企业的合作,丰富新农村商网信息和服务功能,简化平台使用方法,创新服务模式、拓展服务方式,开发手机终端访问平台,便于在广大农村地区推广使用。

二是加大信息采集和服务力度。加大各地特色农副产品的信息收集力度,建立全国特色农产

品产销信息数据库,为构建覆盖全国所有行政村和农产品生产加工企业、农贸市场的农村商务信息服务体系提供基础数据,帮助农民及时把握市场需求,引导农业生产。

三是加强技能培训和商贸流通知识的普及。制作商贸流通、营销知识等内容的视频课件,以新农村商网和党员远程教育网为载体,帮助农民群众掌握农产品种养殖和购销技术。发挥全国党员干部现代远程教育网、共产党员网、共产党员手机报等资源优势,对新农村商网和农村商务信息服务进行宣传,推广普及农村商务信息服务平台应用。

四是加大资金支持力度。农村商务信息服务从设备更新、网络维护、人员培训到站点管理都需要大量工作经费。希望各地商务主管部门和党员教育部门在今后的工作中继续形成合力,积极争取资金对这项工作予以支持。商务部在下一步工作中,将加大对农村商务信息服务工作的资金支持力度,改善信息站点的工作条件,保障试点工作的有序开展。

五是在总结经验的基础上扩大试点范围。下一步,商务部将会同中组部全国远程办,在深入总结试点经验和成果的同时,把有效的经验和做法形成共识,扩大试点工作范围,让更多的农民朋友受惠。各地商务主管部门要积极会同和配合组织部门,充分发挥工作的主观能动性和各自的优势资源,进一步拓展和提升农村电子商务信息服务发展空间和水平,切实为我国商务事业发展和新农村建设做出更大贡献。

四、统一思想,扎实做好电子商务和信息化各项工作

党中央、国务院高度重视电子商务发展,2012年政府工作报告中提出“要积极发展电子商务、网络购物等新兴服务业态”。国务院领导同

志特别强调通过环境的培育促进电子商务持续、健康发展。商务部和各级商务主管部门要充分认识到电子商务工作的重要意义,积极引导电子商务服务于搞活流通、扩大内需、推动外贸增长的商务发展大局。要通过不断学习,树立信心,增强荣誉感和责任感,以实际行动创造性地开展工作。

关于下一步的工作任务,总体考虑是:以十八大精神为指导,以调整经济结构、转变发展方式为主线,以改革创新为动力,以降低流通成本、提高流通效率为切入点,以扩消费、惠民生、增就业、保增长为目的,进一步优化发展环境、提高应用水平、加强示范引导,不断开创电子商务工作新局面。重点做好以下几项工作:

一是完善电子商务法规和政策环境。我国电子商务法制环境相对滞后,存在执法难和消费者维权难等一系列问题。今年以来,电子商务领域出现的微博战、价格战,成为社会关注热点的同时,也反映出行业面临的发展困境。与此同时,网络欺诈、销售假冒伪劣和侵犯知识产权商品时有发生,网上知识产权、隐私保护、信息安全、交易与支付安全、身份与信用认证等还没有建立统一、可信、可控的监管体系。所以,我们要把电子商务规制建设作为重点工作来抓,加快建章立制的步伐。

目前,商务部正积极贯彻落实国务院领导同志关于“推进网络零售法规起草工作”的指示,推进网络零售立法工作。同时将继续研究制定出台一批电子商务行业和服务标准规范。各地方商务主管部门应结合国家层面的立法思路,积极探索完善本地区的电子商务政策环境,结合自身特点在局部进行突破,为国家整体立法提供实践经验。

二是加强电子商务研究、规划和统计工作。我国电子商务目前仍处于快速发展的初级阶段,其发展规律需要在实践中进一步发现和认识。各地

要结合当前商务领域的中心工作,结合转变经济发展方式的重大命题和当前电子商务热点、难点问题,开展有针对性的课题研究,将研究成果用于电子商务促进工作实践当中。

目前,随着网络零售规模的迅速扩大,电子商务对传统流通方式形成了冲击;未来,随着网民数量的大幅增加,新一代消费主体购物习惯的改变,电子商务对传统流通方式的冲击还将不断加大。对此,我们要高度重视、认真研究。要重视电子商务对于实体经济转型升级的促进作用,积极引导传统流通和生产企业充分利用品牌价值、供应链体系、仓储物流、管理经验等优势资源,探索开展线上、线下协同运营的模式,不断提升效率、优化流程、创新机制,满足未来消费者多元化、个性化的消费需求。

要高度重视电子商务规划工作,通过规划制定,进一步明确电子商务发展的战略目标和思路,找准政府及商务主管部门在电子商务促进中的定位,加强对电子商务促进工作的指导,并制定有效措施来保障规划的落实。

为了给电子商务相关政策制定和决策提供科学依据,商务部正在积极推进建立国家电子商务统计监测体系。此次会议,我们对正在建设的中央和省市两级电子商务综合管理统计分析平台做了介绍。下一步我们要抓紧建设,完善功能,加强培训,做好服务,各地方商务主管部门要充分利用平台资源,积极参与电子商务统计工作的实施,实现对本地区电子商务数据的分析和把握,促进本地区电子商务的应用和发展,同时为中央平台提供数据支撑。

三是继续扎实开展电子商务示范工程。目前,商务部通过国家电子商务示范城市、国家电子商务示范基地的创建和商务部电子商务示范企业的认定,已经初步形成了涵盖政策环境、载体建设和

企业引导在内的多层次的国家电子商务示范工程体系。

从目前情况看,各地方工作不平衡的问题依然存在。一部分地方对示范城市、示范基地建设不够重视,申请时积极性很高,但落实起来进度慢、无起色、效果差。在示范企业中,存在为了自身利益,打“擦边球”,在社会上造成了负面影响的现象。下一步,我们将依托电子商务示范工程体系,加强工作组织与落实,严格监督检查和考核。各地、各级商务主管部门应高度重视电子商务示范工作,在积极参与、落实国家示范体系建设任务的同时,积极推动地方电子商务示范工程建设。

四是重点发展农村和农产品电子商务。完善农村流通基础设施,挖掘农村地区消费潜力,建立农产品现代流通体系是我国“促消费”的重要方向。我国农产品流通领域长期面临着“小生产”、“大市场”的矛盾,形成了多级批发的农副产品流通体制,造成了农产品流通和生产信息的不对称,经常会出现价格大幅波动的现象。电子商务在沟通信息、减少环节、提高效率等方面具有先天优势,我们要高度重视电子商务在农村和农产品流通领域的应用。

下一步要结合农村和农产品现代流通体系建设,在农村地区和农产品流通领域推广电子商务应用,引导社会性资金重点加大在农产品电子商务中的投入,规范大宗农产品现货电子交易市场,鼓励传统农产品批发市场开展包括电子商务在内的多形式交易,把农产品流通电子商务和农村电子商务应用作为建设城乡现代市场流通体系的重要组成部分。

加强与中组部全国远程办的合作,在认真总结经验和成果的基础上,扩大合作试点范围,让党员受教育的同时,使更多的农民得到实惠。

五是积极开展电子商务国际交流与合作。电

子商务无国界,在 market 需求的吸引下,国外电子商务企业拓展中国市场,中国电子商务企业“走出去”将成为必然趋势。在保证我国经济安全的前提下积极推进电子商务的国际交流与合作,支持中国电子商务企业“走出去”,拓展海外市场,建立面向海外消费者和企业的直接渠道,培育中国流通品牌,助力中国制造向中国创造、中国营销升级。在政府层面要积极推进各国际合作组织在电子商务领域的交流与合作,加强在电子商务法规、标准和服务模式创新等领域的交流与合作,促进电子商务国际合作项目的开展。

六是结合内外贸市场工程同步推进信息化建设。近年来,我部开展了万村千乡、双百市场、家电下乡、流通追溯、现代流通试点、现代服务业试点等市场工程,取得了良好的效果。下一步,我们要结合各项市场工程进一步做好商贸流通领域的信息化应用工作。要高度重视信息化对于现代市场体系建设过程中的重要支撑和促进作用,做好行业信息化应用规划和指导,结合内外贸、国际合作、走出去等业务领域的市场促进工程,加强公共信息服务平台建设,加大对行业企业信息化应用的支持,大力提升行业企业的信息化发展和应用水平。

七是挖掘政务信息资源价值，搞好公共商务信息服务。商务部网站在部党组的领导和重视下，坚持服务社会、服务公众的办站宗旨，以加强政务公开和官民互动为重点，不断完善和创新网站功能，促进了我部转变政府职能，树立了我部务实开放新形象，在切实为社会、企业和公众服务建立公正、透明、廉洁、高效的服务型政府等方面做了大量卓有成效的工作。自 2002 年我国开展政府网站绩效评估以来，商务部网站已连续十年荣获部委网站第一名。我部政府网站除包括部机关主站、各派驻机构子站外，特别是 3700 多个各地方商

务之窗子站也是网站群重要组成部分，所以网站取得任何成绩，都离不开各地方商务主管部门的共同努力。

下一步，要在已有成绩基础上高度重视政务信息资源整合，在支持政府决策的同时充分挖掘政务信息资源的社会服务价值。要进一步以网站为核心做好公共商务信息服务工作，积极探索与地方商务主管部门在公共商务信息服务方面建立服务工作机制，共同满足企业与社会公众对于公共信息服务的迫切需求。

八是落实各项保障措施，务求工作取得实效。首先要加强领导，健全机构。各级商务主管部门要提高认识，把电子商务作为商务工作的重要抓手。各厅、局要建立电子商务工作机制和独立的工作机构，没有条件建立独立工作机构的，要有专门处室领导和工作人员负责这项工作；建立健全促进电子商务发展的工作保障机制，加强组织领导，制定明确的电子商务发展规划，提出阶段工作目标，确立商务部门在电子商务工作中的地位和作用。

其次，要推动建立电子商务协调工作机制。电子商务和信息化工作是一项跨部门、跨领域的工作，我们负责电子商务和信息化工作的同志一定要立足全局，在发展电子商务和信息化工作方面要统筹考虑内贸、外贸、外资、外经和对外合作等领域的发展需要，积极推动各项业务顶层设计、协调配合。在工作机制上，商务主管部门要主动与相关兄弟部门进行沟通、协调，建立起电子商务和信息化工作的跨部门协调工作机制，从不同层面共同促进电子商务和信息化工作的开展。

最后要加强电子商务和信息化工作的资金保障。商务部将继续加大对电子商务、信息化工作资金的支持力度，发挥政府资金的引导和带动作用，协同社会性的资金投入，重点支持解决制约我国电子商务发展的突出问题，发展一批能够切实发

挥拉动消费、服务民生等方面作用的重大项目，扶植一批重点企业主体发挥引导和带动作用。各地方商务主管部门在利用好国家专项资金的同时，也要积极筹措地方性资金，与国家专项资金互为补充，共同支持电子商务和信息化工作的有效开展。

同志们，随着我国经济结构调整的深入、经济发展方式的转型以及工业化、信息化、城镇化、市场化和国际化的深化发展，商品流通在经济中的作用越来越重要，电子商务将迎来加速发展的新的春天。电子商务以及信息技术的快速发展要求我们不断去学习、认识电子商务和信息化推进工作的新规律、新问题。我们要在实践中不断调整、改进我们的工作思路和工作方法。希望同志们以本次会议为契机，以十八大精神为指导，以科学发展为主题，以创新发展为动力，以普及深化电子商务应用为重点，以营造良好制度环境和社会环境为保障，以加快电子商务促进流通方式现代化为目标，抓住机遇、开拓创新、努力工作、务求实效，全面推进我国电子商务又好又快发展，为我国商务事业的健康发展做出新的更大的贡献！为 2020 年全面建成小康社会而努力奋斗！为国家的振兴贡献我们的力量！

（根据 2012 年 11 月 22 日南京会议资料整理，未经本人审阅）

2012 年深圳电子商务产业发展综述

新年钟声传捷报,鹏城电商续华章。

“深商 e 天下”深圳商品网上市场启动,我市成为推动“广货网上行”的先锋主力,仅 QQ 网购和拍拍网两个平台的促销流量就超过 50 亿次。

国内先行先试的深圳电子商务统计调查顺利推进,数据显示 2012 年电子商务交易额突破 4000 亿元。

我市电子商务示范城市创建工作新增亮点,鹏元征信《电子商务信用信息共享及评价服务》、一达通《中小企业国际贸易电子商务服务》等 8 项目列入国家示范项目名单。

外贸电子商务在世界经济萧条中逆势破局,eBay、PAYPAL、谷歌看准我市外贸“二十连冠”的外向型经济优势,抢占深圳作为在线跨国贸易的首选平台,力推与递四方、走秀网、怀众科技等规模化企业的外贸电子商务合作。

淘淘谷在澳大利亚上市,成为国内首例 O2O 模式电子商务上市企业、深圳第一家上市的电子商务平台企业。

.....

这样的成绩,是在国内外总体环境趋紧、不确定因素增多和经济下行压力较大的情况下取得的,难能可贵;凝结着深圳人在电子商务领域开拓进取的智慧和汗水,来之不易。

回首 2012 年,我们可以荣耀地评点深圳电子商务产业成绩斐然的亮丽答卷,可以自豪地告诉业界:深圳创建国家电子商务示范城市的步伐坚定,依然保持着电子商务产业创新进取排头兵的领先地位!

一、2012 年深圳电子商务产业发展基本情况

(一)电子商务交易规模持续增长

随着电子商务可信交易环境逐渐成形以及各项政策共同助力,深圳电子商务保持着快速发展势头。2012 年深圳电子商务交易额可突破 4000 亿元,整体占全国电子商务交易额的 6% 以上。预计今后几年,深圳市电子商务总体交易额增长率将稳定保持在 25% 以上,2015 年将达到 7000 亿元。

(二)电子商务参与主体众多

深圳 80% 以上的大型企业、半数以上的中小型企业已通过各类网站开展电子商务业务。2011 年,根据市市场监督管理局企业年检数据统计,我市共有电子商务企业 4800 余家;2012 年,据不完全统计,深圳电子商务企业多达上万家。其中,大部分为电子商务应用企业,电子商务服务平台类企业仅为五六百家。另外,全市共有 14 个电子商务产业园,园区总建筑面积已达 187.6 万平方米,超过 1000 家互联网企业入驻,从业人员达 80 万人。

(三)电商细分领域优势日趋明显

通过持续经年的业态创新,深圳电子商务企业构成多元化发展格局,许多细分领域都涌现出龙头企业,发展优势明显。如腾讯“拍拍网”是国内 C2C 第二大电子商务平台;“华强电子网”是全国最大的电子元器件 B2B 网站;“中农网”是国内一流的农产品流通行业服务运营商;“芒果网”是国内旅游电子商务龙头企业之一;“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

排名国内前三位;“众禄投顾”是中国证监会基金业务创新试点单位,2012年获全国首批第三方基金销售牌照;“一达通”是2012年全国唯一获批“中小企业进出口公共服务平台类”项目的企业。

二、2012年深圳电子商务成就探因

受全球互联网迅猛发展的影响以及深圳整体良好的电商发展大环境的促成,2012年深圳电子商务发展取得了巨大的成绩。这其中,既离不开政府主管部门的决策优先、在政策上鼓励电商企业敢闯敢试;也离不开电商企业的自主创新,实现“华丽转身”;还离不开全体深圳网民对电子商务发展的集体贡献。

(一)全球互联网发展规律和趋势的影响

2012年,全球互联网发展依然势头强劲。现在是全球化时代,全球互联网的发展不能不波及到各个国家,特别是深刻影响了改革开放中的中国。从地域来看,尽管亚马逊、苹果、Facebook与谷歌仍然保持着领导者地位,但来自中国和俄罗斯的互联网公司也正在崛起,比如百度、腾讯、Yandex,都在变得越来越成功,越来越有影响力。

据统计,截至2011年底,深圳互联网网民已达797万人,普及率高达76.8%,是全国首屈一指的互联网城市。与全国网民相比,深圳市网民年轻化特点更为突出,年龄分布介于20-39岁之间的网民占到59%,高于全国平均水平3.5%。年轻的深圳网民群体购买力和消费需求旺盛,网络购物服务的深化带动了更多的网民通过网购实现日常消费。购物网站的频繁促销也激发了网民新的购买需求,带动了网络购物用户规模的稳健增长。

据支付宝《2012全民年度对账单》统计,从地区来看,2012年,广东用户的网上支出占全国14.06%,成为全国网上消费第二大省份,同比增长了67.61%。在广东支付宝用户中,人均网上支出最多的城市是深圳,人均达到17400多元,排全国城市第9名。

(二)电子商务企业自身创新发展

在强有力的政府政策支持下,深圳的电商企业自主创新,进行了各自的“华丽转身”。如腾讯大手笔在电商领域进行整合确认战略方向,显示了腾讯长期耕耘电子商务的决心;专注于外贸领域的一达通自主研发打造国内第一个面向中小企业的外贸进出口服务平台,第一次真正实现了贸易和服务的分离,这是高新技术在服务领域的应用创新,也是外贸服务业的一次革命性创新;定位为奢侈品网站的走秀网实施国际化发展战略进而成功“破冰”海外市场,开拓了深圳电商企业与国际时尚品牌、奢侈品供应商建立沟通合作的桥梁,确保了今后获取更多优质品牌的上游供应链渠道。

通过电商企业自身的努力,形成了电商企业你追我赶、风生水起的良性竞争局面,同时也带动传统企业顺势而为,涉足电商领域,从而推进了深圳整体电商发展的大飞跃。

(三)电子商务支撑体系日趋成熟

一是深圳具有强大的物流配送体系。全市有物流企业14800多家,从业人员超过100万人,年营业额超过1亿元以上的企业近百家。其中顺丰以其独创的供应链管理模式,成为行业领军者,业务量占了全国快递业的18%。

二是电子商务支付应用国内领先。深圳是我国各大城市当中网上支付应用推广较快的城市,支付市场占有率高。拥有财付通、快付通、深圳银盛电子支付等14家已获《支付业务许可证》的第三方支付平台企业。其中财付通占据了中国在线交易平台市场23.1%的市场份额,名列国内第二。此外,在移动支付方面,深圳各大运营商都将移动支付作为重点开展了多样化的尝试与推广,深圳本地的商业银行也借助自身在支付和计算方面的优势,开展丰富的移动电子商务跨行业合作。

三是深圳重视电子认证和信用体系建设。深圳已有5家电子认证服务机构,企业信用信息征集、评估、披露等已纳入法制轨道。深圳率先尝试首

推“电子商务可信交易环境”建设,努力促进交易主体、交易客体、交易平台经营行为的规范。

四是电子商务标准体系基本框架初步形成。2010年深圳市电子商务企业标准联盟成立后,围绕电子商务主体、产品、交易、信用及纠纷处理五个基本要素形成了电子商务标准体系基本框架,并已向国家标准委等相关部门递交了《电子商务可信交易生态圈基础规范》、《电子商务主体身份认证流程》等12项国家标准申报材料,为深圳电子商务可信交易环境建设奠定了良好的基础。

(四)系列政策将电商带入“黄金时期”

深圳市政府高度重视互联网和电子商务产业的发展,将电子商务作为战略性新兴产业给予支持。2009年,深圳出台了《深圳互联网产业振兴发展规划(2009-2015)》和《深圳互联网产业振兴发展政策》,将电子商务列入互联网产业优先发展的重点领域,并每年安排5个亿的财政专项资金,连续7年用于支持互联网和电子商务发展。之后,又出台和实施了《深圳电子商务创新行动计划(2011-2012年)》和《关于服务深圳市电子商务市场健康快速发展的若干措施》,为深圳电子商务的发展提供有力保障;为推动物联网、云计算产业发展,还出台了《深圳推进物联网产业发展行动计划(2011-2013年)》和《深圳市云计算创新发展试点示范实施方案(2011-2013年)》;出台了“孔雀计划”、互联网产业基地集聚区专项规划等人才与用地方面的综合性政策,从而保障互联网产业发展的人才、土地需求。除了政策保障,还成立了深圳新兴高科技产业发展领导小组,建立了战略性新兴产业发展联席会议制度。

三、深圳电商发展中存在的问题

(一)电商复合型人才稀缺

据艾瑞咨询调查,未来10年中国电子商务人才缺口将达200多万人。深圳各个传统行业都在向电商渗透,但在人才极度稀缺的背景下,由于

较高的生活成本,深圳对于人才的吸引力在不断下降,相关部门也没有出台直接性的扶持政策引进行业人才,电商人才难以享受到深圳市人才待遇,再加上企业之间相互挖角,人才薪金大幅上涨,从业人员难免频繁跳槽。

(二)相关法律法规制定滞后

随着电子商务影响力逐渐加强,行业发展中出现了不少法律之外的空白和盲区。现有电子商务相关法律法规体系大多建立在信息不对称的基础之上,保护的是传统供货商的利益。电子商务的发展对于传统利益者造成了一定的冲击,但相应的法律法规并没有更新,导致电子商务较多地面临来自传统企业的不正当竞争。

(三)税收政策不配套

专业的税收政策缺失,经营范围限制阻碍电商业务的拓展,这是电子商务快速发展带来的影响,也是所有电商企业都面临的问题。

(四)扶持政策覆盖范围不够

目前,电子商务的扶持政策主要针对从事电子商务第三方经营和服务的平台企业,而对于广大的传统企业应用电子商务、商贸流通企业开展电子商务等经营活动并没有覆盖到。

四、2013年深圳电商产业的工作重点

据了解,2013年深圳电子商务产业工作将重点从以下几个方面入手:

(一)加快《关于进一步促进电子商务发展的若干措施》的制定和出台

该措施将总结过去两年深圳互联网产业政策在实施过程中的先进经验和不足之处,同时借鉴兄弟省市的一些好经验、好做法,围绕深圳发展电子商务需要的组织机构、资金支持、人才政策、商贸流通行业与传统行业的电子商务应用促进等核心问题,以构建“模式创新技术领先、支撑服务形态丰富、普及应用蓬勃发展、标准规范诚信可靠”的国际化电子商务产业生态为目标,以外贸领域和优势传

统细分领域电子商务为发展重点,主打国际和国内两个市场。该措施在征求市发改委、人力资源和社会保障局等 13 个政府直属单位的意见后已再次修改,争取早日出台。

(二)促进传统企业的产业转型升级

要使深圳整体电子商务产业发展规模上一个新台阶,需要更多的企业加入到电子商务应用中来,传统企业的电子商务应用潜力巨大。2013 年将支持有条件的大企业建设 B2B 电子商务平台,并鼓励中小企业借助第三方平台发展电子商务,有效促进传统企业的转型升级。

(三)推动“深商 e 天下”网上市场建设

继续打造好“深商 e 天下”平台,支持深圳市电子商务重点企业和各行业龙头企业加入到这个市场当中。集中优势资源,对加入平台的深圳优秀商品和优秀企业进行宣传推广,提升深圳商品网上市场在全国、全球电子商务行业中的影响力。

(四)加强产业基地建设,创造良好环境

优化深圳电商产业发展空间布局,鼓励社会各界兴建产业基地,引导有条件的特区企业有序扩张。同时通过为产业基地搭建公共服务平台,帮助园区摆脱单靠收取物业管理费实现营收的现状,让他们切实发挥园区“孵化器”的功能,为电子商务企业提供资金、管理等多种便利,从而为企业集聚发展创造良好的外部环境。

(五)进一步发挥“电子商务大讲堂”的平台优势

电子商务大讲堂自 2011 年启动以来,以转变经济发展方式,优化产业结构调整为主线,以推动深圳市“国家电子商务示范城市”创建工作深入开展为目标,围绕推进互联网产业发展和创建电子商务示范城市的一系列工作内容,重点在电子商务领域开展政策宣传、产业培育、应用示范、人才培养、交流合作、市场拓展等系列活动。它已经成为具有一定公信力和影响力的电子商务公共服务平台。2013 年,将最大限度地发挥其资源优势,让更多的企业参与进来,力争为电商企业的发

展提供更加务实的服务。

2013 年已经来临,新年是岁月步履踏出的一声脆响、是一串酿熟了的期盼。新年踩着历史的钟声自信地走来,像一面鲜红的旗帜高高飘扬,像一阵暖洋洋的春风吹拂鹏城大地。新年的雄风将鼓舞我们满怀美好憧憬,续写深圳电子商务引领全国的崭新华章。

□相关链接

2012 年深圳电子商务创新发展十大事件

1.建设“深商 e 天下”深圳商品网上市场

2012 年 11 月,“深商 e 天下”深圳商品网上市场(Shenzhen Mall)正式启动。“深商 e 天下”平台的构建是市委市政府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,为树立深圳本土品牌,打造具有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网上市场创造了坚实的环境基础。“深商 e 天下”平台面向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。

2.开展深圳首次电子商务产业统计调查工作

为加快深圳市电子商务统计体系建设,市经贸信息委、市发展改革委、市统计局与市电子商务服务中心多方联动,正式启动深圳市首例电子商务产业统计调查工作。此项工程以共同探索和设计电子商务产业统计制度、方法和构建电子商务统计体系框架为目标,力求在统计指标设计、统计制度创新等方面,建立符合我市电子商务发展规律,具有科学性、可操作性和常态化的电子商务统计调查与监测体系。

3.两个全国性电子商务会议在深圳召开

2012年2月29日—3月1日,由商务部主持的全国电子商务工作会议在深圳召开;2012年5月23日—25日,由工信部主持的全国电子商务和物流信息化推进大会在深圳召开。这两个会议作为国家层面大力推进电子商务工作的大会,同时选择在深圳召开,说明在全国电子商务领域,深圳起到了“窗口”示范和行业引领的作用,受到国家部委的重视及兄弟省市的关注。

4.深圳外贸出口额保持20年全国排名第一

2012年深圳外贸出口额继续稳居全国第一,电子商务对深圳外贸的发展起到了巨大的推进作用。全球经济动荡,深圳外贸一枝独秀,电子商务功不可没。

5.率先启动建设电子商务可信交易环境

2012年3月,深圳正式成为国家工商总局授牌的试点示范城市,率先提出并推进电子商务可信交易环境建设工作,实现了制度创新、机制创新、职能创新、思路创新和整合资源创新,打造了可信、可靠、健康、安全的电子商务交易生态圈,为促进我市电子商务市场规范与健康发展起到了重要作用。

6.深圳福田首个国家电子商务示范基地揭牌

2012年11月16日下午,福田区政府在福田国际电子商务产业园隆重举行了国家电子商务示范基地揭牌仪式。据了解,福田国际电子商务产业园自创园以来,积极开展园区基础设施建设和提升各项服务功能,取得了一定的成效,已经成为服务功能比较完善,产业链最完整的产业园区。

7.深圳启动“翔计划”免费为2万家中小企业建网站

由深圳市中小企业服务中心指导,百度、深圳

市商业联合会以及深圳市中小企业生产经营运行监测平台联合举办的“翔计划”启动仪式,于2012年8月在深圳举行。据悉,2012年百度投入超过4500万元的公司资源扶持深圳中小企业发展,预计到2015年,将免费为超过2万家的深圳市优秀中小企业建设网站。

8.腾讯电商“整合年”,确认战略方向

2012年被视作腾讯电商的整合年。2012年年中,在腾讯第二次组织架构调整中,腾讯电商控股公司成为其唯一独立运营的公司,并获得10亿美元的资金注入,此举显示了腾讯长期耕耘电子商务的决心。

9.一达通“科技兴贸”,运作模式全省推广

专注于外贸领域的一达通“科技兴贸”,自主研发打造了国内第一个面向中小企业的外贸进出口服务平台,将传统手工作业的外贸服务流程搬上互联网,第一次真正实现了贸易和服务的分离,“一达通”为此获评国家试点。在2012年10月召开的“一达通”外贸新业态现场会上,广东省外贸厅负责人认为,其运作模式具有先进性,并向全省推广。

10.淘淘谷在澳上市,成为国内首例O2O上市企业

深圳市淘淘谷信息技术有限公司(简称TTG),仅用一年零八个月的时间就在澳大利亚ASX证券交易主板成功上市,并创造了IT企业的多个第一:深圳市第一家上市的电子商务平台企业;国内首家O2O模式电子商务平台上市公司;全球首家上市的金融互联网企业。

(本刊记者 陈天喜)

围绕战略目标， 着力培育电子商务典型示范企业

发展电子商务，对于推进我国产业结构调整和经济方式转变，实现由“中国制造”转变为“中国创造”、由“世界工厂”转变为“世界市场”、由“中国被动”转变为“中国主动”，具有重要的战略意义。作为国家电子商务试点城市的深圳，应充分利用国家电子商务示范城市的品牌及先行先试的政策机遇，变“坐等”为“先行”，变“被动”为“主动”，进行一系列制度及政策创新，围绕电子商务发展的战略目标，按照“抓重点、出亮点、促发展”的思路，着力培育电子商务典型示范企业，为全国电子商务的发展起到引领和示范作用。

一、培育自有品牌电子商务企业，树立由“中国制造”向“中国创造”转变的典型

培育自有品牌的电子商务服务企业，可以加快传统产业转型升级，在全球范围内配置优势资源，占据产品或产业价值链高端，转移产品或产业链低端。例如，2011年，我国纺织服装行业销售达13457.26亿元，同比增长率为27.61%，但由于大多服装企业的核心业务是加工制造，居纺织服装产业链低端，平均利润率约为5%。而凡客诚品网，通过网络创建自有服装品牌——凡客，在全球范围内配置服装设计、制造和物流等优势资源，占据产业链高端——服装销售，实现品牌经营（毛利率约50%），通过电子商务逐步实现纺织服装业由“中国制造”向“中国创造”的转变。

深圳在互联网应用服务领域培育了一批知名

品牌和龙头骨干企业。到2012年，销售收入超百亿元的企业有1-2家，超十亿元的有5-10家，超亿元的有30-50家。但这并不够，还应该在此基础上加快步伐，采取切实措施培育更多的本地电商自有品牌，占据高端产业链，将低端低收益的“中国制造”提升为具有广阔发展前景的“中国创造”。

二、培育网络平台型电子商务企业，树立由“世界工厂”向“世界市场”转变的典型

中国具有世界上最庞大的制造产业集群，被誉为“世界工厂”，但世界市场的核心在欧美等发达国家，中国外贸出口依赖度高，利润率低，物资资源消耗大。

培育网络平台型电子商务服务企业，可建立规模庞大、具有国际影响力的各类网络市场。据统计，目前中国网络购物市场，年交易额近万亿的网络平台有1家，年交易额过百亿元的B2C购物网站有2家，年交易额介于10-30亿元的购物网站不少于7家，年交易额介于1-10亿元的购物网站超过20家。2008年至2011年，中国年均交易规模增长80%以上，是全球交易规模增长最快的地区。加快发展网络平台型电商企业，有望使中国成为世界市场的信息中心、交易中心和结算中心，由“世界工厂”逐步转变为“世界市场”，外移加工制造环节，降低外贸出口依赖度和物资资源消耗量，占据各产业价值链高端，提（下转第16页）

“深商 e 天下”初期建设追踪

“深商 e 天下”深圳商品网上市场(www.shenzhenmall.com.cn)(以下简称“深商 e 天下”)2012 年 11 月 15 日在市民中心举行启动仪式,其后于 2012 年 12 月 14 日召开深圳商品网上市场首场企业对接会,标志这个覆盖深圳电子商务全产业链的公共展示和交易平台,承载着“深圳产品网上行”、打造深圳产业品牌重任的电商项目业已启程。几个月过去了,它运行得怎样,企业的关注度、信任度和参与度又如何?日前,本刊记者带着这些问题走访了一些企业及相关部门,追寻答案。

深企热情触电“e 天下”

“深商 e 天下”与“广货网上行”相辅相成,是广东省政府“广货网上行”活动的组成部分。同时,也是深圳市政府推动产业、服务企业和服务民生的重要体现。此次活动目的是通过“政府推动、市场运作”,搭建一个公信度高、品质优、各方资源优势集合的公共服务平台,深化电子商务在传统企业的应用推广,推动电商产业发展,引导构建完善的电子商务支撑服务体系。

据市经贸信息委提供的信息,对接会后,企业

(上接第 15 页)高利润率。

深圳电子商务交易规模稳步提升,电子商务参与主体众多,电子商务市场构成多元化,消耗资源的低端制造业正逐步向外转移。总之,深圳电子商务的产业基础在重点城市当中具有一定的优势,完全有条件将网络平台型电子商务产业向国外发展,形成国内与国际相结合的庞大网络市场,实现由“世界工厂”向“世界市场”的转变。

三、培育大宗物品电子商务企业,树立由“中国被动”向“中国主动”转变的典型

长期以来,我国在粮食、各类有色金属等重要战略物资领域没有定价权和控制权,经济发展在一定程度上处于被动局面。但是,通过规模大、有绝对竞争优势的网络交易平台可以获得物品定价权、重要战略物资控制权、经济发展的主导权。例如,“我的钢铁网”形成的中国钢铁市场价格指数,被众多国内企业及国外机构认同,通过价格指

数,可以逐步影响或掌控国内及国际钢铁市场定价权。大力发展网络交易平台,并进一步结合金融要素可以逐步获得重要战略物资控制权,通过获取物品定价权、重要战略物资控制权,可以逐步把握经济发展的主动权,实现由“中国被动”向“中国主动”转变。

深圳的电商龙头企业以 B2B 类企业为主体,以集成行业资源的垂直 B2B 平台为主要体现形式,在外贸业务以及电子元器件、农产品等领域在全国范围内拥有较强的话语权和定价权。2012 年,深圳 B2B 市场交易额超过 2000 亿元,成为市场主体。相信,只要深圳继续努力,大力培育规模大、有绝对竞争优势的网络交易平台,就可获得众多国内企业以及国外机构的认同;通过价格指数,就能逐步影响或掌控国内外某些重要物品的定价权和战略物资的控制权,从而掌握经济发展的主动权,由“中国被动”转变为“中国主动”。

(清华大学教授 柴跃廷)

入驻该平台的热情空前高涨。按计划,“深商 e 天下”首批将遴选 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建设。据主办“深商 e 天下”的深圳报业集团电子商务公司董事长宋革透露,通过“政府推动,企业参与”等多种方式,目前入驻平台的企业已近 200 家,另有近千家企业申请入驻。

“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六类市场主体。目前已报名企业中最多的为两类企业:一是电子科技企业,二是传统企业。宋革分析出现这种现象的原因是:首先从产业格局上讲,电子科技是深圳优势产业,因此此类企业数量庞大;其次,从行业属性讲,很多传统的未触网企业接触电商较少,但这些企业都希望利用“深商 e 天下”拓宽各自赢利渠道。主办方计划举行形式多样的企业对接会,着力推进与探索解决传统商贸、制造业企业上网“触电”、快速转型等问题。

作为应用电子商务的传统企业代表之一,米兰娜家纺运营总监魏喜平表示,“深商 e 天下”活动搭建了企业与政府的交流平台,加强了电商企业间的沟通交流,提升了深圳本土品牌的知名度,企业销售也直接受益。仅 2012 年 12 月份,米兰娜家纺产品中的记忆枕和素色双拼四件套,在一系列促销活动中的成交额就达到 100 万,相比 11 月份增加 40%。

深圳电商独树一帜

“深商 e 天下”由深圳市人民政府支持、深圳市经济贸易和信息化委员会组织、深圳报业集团主办、深圳报业集团电子商务公司承办。“深商 e 天下”平台堪称深圳电子商务正宗“官网”。工欲

善其事,必先利其器。宋革介绍,“深商 e 天下”建设初期,报业集团主要有以下几方面的举措:

1.平台搭建:“深商 e 天下”自上线以来,初步建立电子商务六类市场主体的“官网”,深圳商品网上交易市场雏形已现,深圳电子商务有了一面旗帜。

2.平台功能:目前,平台实现宣传展示、互相链接、数据挖掘以及通过链接而实现交易等方面的功能。

3.平台宣传推广:主办方通过报纸、地铁、网络、户外等方面,投入价值超过 5000 多万的宣传推广资源,与入驻平台企业互链,放大平台的辐射力与影响力。目前,“深商 e 天下”已成热门词汇,经谷歌(google)搜索出的词条达 2400 多万个。另外,“深商 e 天下”还特设“e 家名品”专区,为深圳没有触网的企业提供商品展示与销售的服务平台,同时也为已触网、在行业内有一定影响力的企业提供分销平台,品类不限,该平台集“展示、建站、营销、服务、数据化”等功能于一体,未来将成为深圳最大的 B2C 购物平台。

目前已参与“深商 e 天下”的企业,希望主办方可以多开展有关电商或市场发展系列的高峰论坛,让企业发生“碰撞”,产生“火花”。一些目前没有入驻平台的企业,在一定程度上是由于对“深商 e 天下”缺乏了解。另有一些则希望降低参与门槛,让更多深企加入“深商 e 天下”大家庭。“‘深商 e 天下’不仅是深圳的,更是中国的。”宋革呼吁所有深企都入驻平台,“‘深商 e 天下’是展示您风采的舞台”。

同一平台,不同角色

“深商 e 天下”不仅搭建了面向深圳传统企业的集交易、支付、配送于一体的销售平台,在企业和网络销售平台对接的同时,对其自身素质发

展也产生了新需求。

米兰娜家纺运营总监魏喜平表示,经触电“深商 e 天下”,“一方面对企业产品提出要求,包括提高产品质量,丰富产品种类和花色;另一方面,也促使企业提高员工要求,比如运营人员对店铺的运营策略要适时调整 and 变化,仓储环节要缩短发货时间,提高发货速度等。”通过“深商 e 天下”,包括米兰娜家纺在内的深企意识到不断优化企业自身组织结构和管理方式的重要性。可以说,这是“深商 e 天下”的衍生成效。

具备交易功能的“深商 e 天下”是电商平台,但在一些企业眼中,此“电商”不同于彼“电商”,此“平台”不同于彼“平台”,国内知名的深圳走秀网亦有同感。面向“深商 e 天下”时,走秀网更像是包括服务在内的优势商品供应商,而“深商 e 天下”则是一个富有保障的强势渠道,同时还具教育优化功能,可促进参与企业本身品质的提升。

2012 年以来,走秀网通过与包括电商巨头 eBay 在内的大型电商合作,以开放性姿态接入国际,成为具有开放性的大电商平台。走秀网副总裁钟琳认为,企业的这种做法与“深商 e 天下”平台融合汇集深圳本土优质品牌和重点电商平台的做法一样,都是用开放性构造出最务实有效的解决方法。因此在钟琳看来,“深商 e 天下”对深圳企业中所起的开放性电商平台作用,和走秀网在全球在线时尚领域的影响很相似,只是企业在其中扮演的角色不同。

下一步,走秀网希望“深商 e 天下”能在政府主导下进一步加大独立电商平台在运营层面的投入资源和力度,“特别要运用广深地区传统优势的媒体集群,将该平台打造成深圳电商的一个品牌,不仅展示功能要发挥得淋漓尽致,在交易功能上也能够有所亮点,真正成为深圳电子商务面向全国消费者的一个名片和窗口。”

打造深圳闪亮名牌

把“深商 e 天下”打造成深圳闪亮名牌则是平台建设方的目标。深圳商品网上市场建设周期将持续两年,分三个阶段。2013 年的任务是完成平台功能建设,举办电子商务大讲堂、论坛、沙龙人才对接会等多种形式的主题宣传。宋革介绍,为完善“深商 e 天下”展示交易平台的作用,下一步,“深商 e 天下”制定了一系列的举措,确定了清晰的目标——

1.发展目标:2013 年,“深商 e 天下”在成为深圳企业与深圳商品集成平台的同时,将建成深圳最大的 B2C 购物网站,争取通过直接和间接方式实现 2 亿元交易额,提升深企销售额,为深圳经济社会的发展做出应有贡献;

2.相关举措:“深商 e 天下”上线不久,主办单位就聘请全国知名专业公司为平台量身定制技术领先的购物网站系统,3 月份前,一个功能完善、安全、方便、快捷的购物网站——“深商 e 天下”将争取以崭新面貌出现。该平台以交易功能为主,全面实现宣传推广、服务、产业链整合、数据服务等功能。另外,今年主办方将整合价值超过 5 亿的宣传资源,搭建包括纸媒、电子媒体、地铁、网络、线下活动、户外媒体等资源在内的立体宣传体系,对平台进行全方位立体推广;

3.入驻企业数量:预计 2013 年,入驻“深商 e 天下”的企业将达到 2000 家,平台销售商品种类达 10 万多种。

宋革表示:“未来,深圳报业集团将整合自身在全国的报业资源及地铁资源,助推深圳企业和商品进入更多的国内一线城市,平台覆盖到哪里,我们的宣传推广就跟进到哪里。”

(本刊记者 许凡)

“企业人才团队建设”专题讲座

暨深圳网商会特训营实战分享

——记深圳电子商务大讲堂第 24 期

从根本上讲,企业经营的不是产品,而是人才,人才的背后是专业的甄选技术、留用策略和机制环境。本次活动邀请了中国人才评鉴第一人、2006 年度中国十佳培训师、北京大学营销总裁班主讲师、清华大学继续教育学院客座教授龙平和他的学员邓一鸣、张献公,来分享人才团队的建设经验。

企业建设的三大要素

龙平教授认为,对企业发展而言三个要素最为核心:1.企业价值观。价值观很难后期培养,每个人寻找企业的同时,也是在选择一种与自己价值观相符的工作方式和理念;2.确定战略方向。所谓“战略”是将不切实际的方向去掉,专注于企业的发展道路;3.分配与机制。合理分配,平衡企业、员工、客户三方的关系,将每一步的流程标准化。

企业成功的关键是用对人

优秀工作者的外在简历条件和实际工作业绩之间没有实质性的关系。大部分会找工作的人,往往不是工作高手;而大部分工作高手,往往在应聘过程中表现不佳,所以企业在人才评鉴录用标准方面要找到科学的依据。

龙平教授强调,优秀人才在很大程度上由其性格决定,后期的组织支持及培训系统只能因人而异发挥局部作用。如果一开始就选错了种子,那

么付出再多也不要指望它能开花结果。企业的发展就是在不同的阶段让适合的人上车,让不适合的人下车,保证企业的永续经营。与其徒劳地花费精力去培训和改造一个不胜任岗位的平庸人员,不如把精力首先花在选对人这件事上。选到需要的人才之后,还要将“信任”作为维系领导与员工的重要纽带,领导要在鼓励员工的同时,勇于承担起责任,给员工最大的进步和发挥空间。

如何在企业配置高端人才

龙平教授的学员邓一鸣、张献公也分享了企业人才配置的经验。邓一鸣认为企业对人才的选择大于培养。人才的进步不在于改正缺点,而是最大程度地发挥长处,她还以自己公司的人员测评、岗位调配、领导层变动等为例,生动讲述了领导在搭建团队时,不能只按照个人喜好来选择人才,而是要综合考虑角色特点、性格优势以及与岗位的匹配度,要利用有限的时间将企业调整到最优的状态。

房道网创始人张献公则提到对人和资源的整合。他通过企业文化建设,将互联网技术运营人才、房地产营销人才和连锁加盟人才融为一体,把他们的优势整合起来。(本刊记者 张森)

走进腾讯微博 2012 年度开放论坛 ——记深圳电子商务大讲堂第 25 期

微博,即微博客(MicroBlog)的简称,是一个基于用户关系的信息分享、传播以及获取平台,用户可以通过 WEB、WAP 以及各种客户端组建个人社区,以 140 字左右的文字更新信息,并实现即时分享。本次论坛特别邀请腾讯微博事业部总经理邢宏宇、腾讯微博技术总监舒军、腾讯微博开放平台技术负责人袁昌文、腾讯微博开放平台负责人徐志斌、JiaThis 创始人蔡凌云、唱吧 CEO 陈华、啪啪创始人许朝军等嘉宾,分享各自的运用经验。

邢宏宇:未来微博将加大对开发者的支持

邢宏宇介绍,目前腾讯微博注册用户已超过 5 亿,日活跃用户 9000 万。开放平台方面,有上百万网站接入腾讯微博平台,通过短链接带给第三方的日均流量超过 5000 万。经过两年多的发展,腾讯微博的开放平台已形成基础非常好的储备库,今后将从以下几个方面加大投入力度:一是对开发者的支持和服务体系,让 API 接入更简单;二是在开放平台上打造更多的精品和优质应用,满足细分领域的用户需求;三是在某些功能特性上不跟开发者争利益。

舒军:开放平台将从接口型演进为服务型

舒军提到,腾讯微博开放平台 2013 年将投入 1000 万元支持第三方开发者,并提供 100 亿频次的渠道支持,帮助第三方开发者获得更多回流,开放平台将从接口型演进为服务型。对于未来腾讯微博开放平台发展,舒军提出三个关键词:一是服务,找出有益的接口和支持,让普通开发者也

能享受到微博实时数据带来的好处;二是开放,加强数据的流动和实时性,加强权限的下放,输出更多详细和细分数据,同时将数据的转播、互动同步到应用;三是无线,提升无线流程等级,且建立应用频道,提供更完整的 SDK 等。

袁昌文:微博组件是连接第三方的重要桥梁

袁昌文介绍,2012 年腾讯微博在组件方面取得不少成就,如网站的接入数量和回流上都持续保持领先;在一键转播组件进行关系链提炼,把有价值的信息分享给比较愿意看到消息的听众等。2013 年,将从四个方面突破:一是加大人力、物力在组件上的投入;二是组件的行业化,重点在电商、社交和媒体方面发力;三是关注运营思想,为微博第三方的应用或网站提供更好的展现渠道;四是对数字的深度化挖掘,将用户访问组件的第三方用户进行垂直方向划分,并提供数据帮助第三方来提升回流。

徐志斌:开放平台运营产品的思考与建议

面对垂直领域与腾讯微博合作的逐渐展开,徐志斌指出目前最迫在眉睫的事情是服务器,这是为企业服务的根本所在。而且随着微信产业链的迅速扩展,腾讯也看到了微信和微博结合的前景。在互动过程中,徐志斌特别强调了“闭环”的关键性,只有让个体用户和腾讯用户在产品之间发生流动,让用户群和产品链融合在一起,才能最大程度上提高信息回流,做到信息的 Rich 化。

(本刊记者 张淼)

微信时代下的电子商务新机遇

——记深圳电子商务大讲堂第 26 期

微信是腾讯公司于 2011 年 1 月 21 日推出的一款通过网络快速发送语音短信、视频、图片和文字,支持多人群聊的手机聊天软件。从打造移动社交平台,到开通会员卡、开发 APP 对接端口、开发公众平台、探索结合 API、力推 O2O 商业模式,微信的未来平台趋势和商业价值引起众多企业的高度关注。本次活动围绕微信所带来的电子商务新机遇,邀请金种子创投公司创始人董江勇、浙报集团传媒梦工厂总监朱晓鸣、皮皮精灵助理总裁管鹏、盛世瑞智国际文化传媒集团 CEO 赵黎、真购网副总经理方雨等重量级嘉宾,共同探讨微信发展趋势以及与电商的结合。

董江勇:微信将成为最大移动开放平台

金种子创投公司作为国内第一个专注于为微信平台的第三方应用开发者提供创业机会及投资的公司,其创始人董江勇认为从用户数量、用户关系紧密度、语音和图文吞吐量来看,微信是全国乃至全球第一大的移动通信运营商和移动社交网络,未来微信还将成为全球最大的移动开放平台。

董江勇认为微信开放平台主要体现在两个方面:一是公众账号,每个人都可以打造自己的微信公众账号,实现和特定群体的文字、图片、语音的全方位沟通、互动;二是数据开放,如果微信的关系链完全开放,那么创业者只要专注提高本身产品的品质、改善用户体验,根本不用担心用户来源。

董江勇表示,微信是金种子创投基金的重点项目,基金规模为 1 亿元人民币,只要在微信开放平台上申请了 APPkey 的开发者都可申请。

朱晓鸣:微信是移动互联网大金矿

朱晓鸣认为微信不仅颠覆了传统 PC 互联网产品,还颠覆了新浪微博等移动互联网产品。之所以要在微信上做电商,是因为未来的营销不需要太多的渠道,只需产品消费者有手机。另外,传统电商和传统企业要想进入移动互联网,不仅需要开发 APP,还需要刷网、打榜、应用市场等,成本很高,有了微信作为平台,进入移动互联网的门槛就降低了许多。二维码的广泛应用,也让微信这样的公众平台成为了广阔的交互空间。朱晓鸣还以微信会员卡、美肤汇、微团购、个性化定制为例,阐明了电商与微信结合后的便捷、即时、精准等优点。

管鹏:微信的成功在于抓住了用户关系链

作为中国最早探索微信营销的专业人士,管鹏认为微信的成功在于抓住了用户间的关系链。由此特点出发,微信的营销重点在于精准推送和品牌营销,同时微信的精准定位、即时回馈,也让企业很容易开展二次营销。管鹏建议品牌在利用微信公众平台进行传播时,最好进行认证,这样不仅能够增强公信力,还可以让用户更容易搜索到品牌的相关内容。

最后,管鹏还详细对比了微博营销和微信营销的区别,同时结合天猫的案例做了分享,更强调了几点容易被忽视的微信管理规范:1. 运作微信公众平台时,一定要将其当作博客来撰写内容、发布图片;2. 图片大小控制在 2M 以内,降低用户流量消耗;3. 语音运用 60 秒的格式;4. 视频最好使用 MP4 的格式。

(本刊记者 张森)

◎深圳

“深商 e 天下”首场企业对接会启幕

为提升深圳市企业对“深商 e 天下”服务平台的关注度、信任度和参与度,2012 年 12 月 16 日,深圳市成功举办了首场“深商 e 天下”深圳商品网上市场企业对接会。在对接会上,腾讯电商、走秀网、依谷网、华强电子网、雅昌艺术网、迪蒙网络科技有限公司、腾邦票务、怀众科技、环球市场、慧聪网等电商平台企业作了专题推荐。据了解,与会企业对“深商 e 天下”信心十足。

点评:“深商 e 天下”平台助力深圳企业上网触电、提高流通效率、促进产销对接、增强外溢经济发展能力,可有效推进深圳地区的电子商务交易平台、电子商务服务企业、网上商城、网店、传统企业和公共服务机构的合作。

深圳电商交易额 2013 年将超 4000 亿元

据深圳市经贸信息委消息,为电子商务加速创新发展营造良好“生态”,深圳市已编制完成《电子商务创新发展行动计划》。该计划提出,到 2013 年底,全市电子商务交易额超过 4000 亿元,第三方电子商务服务平台企业达到 600 家,全市电子商务服务收入超 800 亿元,网上购物额占社会消费零售总额比例达到 8% 的发展目标,并针对电子商务发展不可回避的“安全”、“诚信”问题,提出多条措施。

点评:政府助力,让更多的企业有机会接触电子商务。此外,政府部门还应该加强人才的引进和培养,这是电商企业能够持续发展的重要动力。

深圳电子商务统计调查进展顺利

2012 年 11 月上旬,市经贸信息委正式启动了“深圳市电子商务统计调查工作”,要求我市电

子商务企业通过“2012 深圳市电子商务统计调查网上直报系统”在线上报数据。下一步,在 2012 年全市电子商务统计调查工作的基础上,2013 年第一季度将发布《深圳市电子商务统计调查报告》,届时将呈现并预测深圳市“十二五”期间电子商务交易额、网上采购额、网上支付水平、物流情况等关键核心指标,为深圳市政府制定电子商务宏观决策、推进信息化建设提供重要依据。

点评:深圳电子商务产业发展一直居于全国前列,尤其近几年发展迅速,在各个细分领域都有代表性的龙头企业。但产业规模究竟有多大,交易总额具体是多少……这些都需要统计数据来说明和支撑,而“深圳市电子商务统计调查工作”无疑将为政府提供决策参考,助力电商企业在深圳腾飞。

深电商企业借力“广货网上行”业务“井喷”

2012 年 9 月至 11 月期间,参与“广货网上行”活动的电商平台、网上商城和广货网店实现销售额近千亿元。以腾讯电商、走秀网等领衔的深圳重点电商企业借力“广货网上行”东风,实现业务“井喷”。据统计,2012 年 8 月 31 日至 12 月底,腾讯电商自营平台易迅组织了三次平台级大促和五次“广货网上行”特卖,会员数实现 16% 的增长,华南站订单稳定在日均 2 万单以上。同时,QQ 网购和拍拍网这两大开放式平台在两次平台级大促中,累计下单 950 万笔,下单金额 20 亿,下单人数 530 万。商户数量比去年同期增长 20%,下单金额增长 106%,下单人数增长 98%。

点评:“广货网上行”对广东而言,是“促内销、稳增长”,拉动消费的有力手段;对电商而言,是提升规模、跨越发展的好契机;对广货而言,是拓展销路、抢占线上消费市场的新平台。

深圳代表建议加大移动电商品牌建设

“移动互联网”的迅速崛起,引起多位两会代表委员的高度关注。他们认为,作为首个国家电子商务示范城市,深圳应该加大力度推进移动互联网建设,尤其是移动电商品牌建设,而现在正是最好时机。不少代表同样认为,移动互联网正加快信息流动和生活方式的转变,孕育着巨大的商机。他们提出,深圳是移动 4G 网络建设的重点城市,希望在移动电商上也成为全国的领军城市。

点评:这是前所未有的两会代表建议,也表明这一领域已引起深圳决策层的高度重视,并将有可能成为深圳未来经济的增长点。

去年深圳人均网上消费居全省之首

日前,支付宝发布 2012 全民年度对账单。数据显示,在广东支付宝用户中,人均网上支出最多的城市是深圳,人均达到 17400 多元,排全国城市第 9 名。不过,深圳人用手机支付的比例还是不够活跃,用手机支付的笔数占该地区支付宝总交易笔数的比例为 6.99%,甚至略低于全国 9.2% 的水平。

点评:深圳处于网民后续资源相对丰富、对互联网产业发展十分有利的“黄金时期”。深圳网民商务交易类应用使用热度较高,商务类应用全面领先全国,这为深圳电子商务的进一步发展打下坚实基础。

走秀网携手韩国 G market 推出新平台

2012 年 12 月 10 日消息,中国时尚在线购物平台走秀网与韩国最大的综合在线购物平台 G market 宣布,双方合作的一站式韩国时尚购物平台 gmarket.xiu.com 已正式上线,网站将直接面向中国消费者推荐最能代表韩国潮流风尚的品牌与商品。这是走秀网继和 eBay 合作推出 ebay.

xiu.com 海外购物平台后,又一家海外合作平台。

点评:走秀网与 G market 的合作,意味着在更多优质品牌、更丰富当季新品方面获得了更有保障的供应链渠道。

腾讯投入 10 亿美元发力电子商务

据 IT 商业新闻网消息,腾讯电商今年与京东、天猫等电商的竞争将升级。2012 年 5 月,腾讯完成新一轮组织架构重组,成立腾讯电商控股公司(ECC)专注运营电子商务业务,计划斥资 10 亿美元重新打造其品牌、技术以及商业模式,并委派腾讯公司高级执行副总裁吴宵光掌舵。

点评:虽然腾讯在线零售方面慢了半拍,但在移动电商方面,腾讯电商先人一步,其 2013 年的动作值得期待。

淘淘谷(TTG)澳洲成功上市

2011 年 3 月成立的深圳市淘淘谷信息技术有限公司(TTG),2012 年 11 月 27 日在澳大利亚 ASX 证券交易主板成功上市。TTG 创造了 IT 企业的多个第一:深圳市第一家上市的电商平台企业;国内首家 O2O 模式电子商务平台上市公司;全球首家上市的金融互联网企业。据介绍,TTG 上市发行价 0.6 澳币,开盘 0.75 元澳币,当日收盘 0.95 元澳币,创澳交所本年度最佳上市交易记录,市值超 6 亿澳币。为激励企业依靠自主创新进入国际资本市场,罗湖区政府奖励淘淘谷 210 万元。

点评:TTG 是中国首家电子金融凭证解决方案商,是全国首家银行卡增值服务提供商。它携手银联金融网络有限公司,构建了国内唯一线上到线下闭环支付解决方案及平台“U 联生活”,免费让亿万银联卡持卡用户更加方便享受优惠,成为一种全新的 O2O 应用平台。

福田建设首个国家电子商务示范基地

2012年11月16日,福田区政府在福田国际电子商务产业园隆重举行国家电子商务示范基地揭牌仪式。据了解,在全国33个省、106个电子商务产业园申报“国家电子商务示范基地”创建工作中,该园区被国家商务部认定为首批“国家电子商务示范基地”之一(全国34家,广东省仅有2家),这是深圳唯一一家获此殊荣的电子商务产业园区。

点评:福田区可凭借全国最优的示范基地,建设电子商务市场和网络硬件基础设施;利用产业优势及稳定健全的电子商务服务企业,发展成为深圳乃至全国电子商务发展最活跃的区域。

◎国内

广东放宽电子商务企业市场准入

近日,广东省政府办公厅发布了《关于加快发展电子商务的意见》。作为广东省政府首个电子商务发展意见,在扶持电子商务发展上有诸多政策突破。广东将进一步放宽电子商务企业市场准入条件,允许企业在登记注册时冠“电子商务”行业名称。

点评:电子商务作为新兴行业,政府对行业的把握和理解需要一个过程,但广东此次出台的《意见》较为全面地涵盖了电子商务的产业链。政府对于电子商务发展进行全面引导,显示出广东省推动电子商务全面发展的决心。

广东出台“31条”发展农产品流通电商

日前,广东推出促进农产品流通的31条举措。在31条举措中,广东创新提出发展农产品流通电子商务。广东将支持农产品生产、流通和销售主体建立网络销售平台,培育发展大型知名的农产品流通电子商务平台,进一步推动农产品生产、销售网上衔接,扩大网上交易规模。

点评:电子商务以及集中化信息平台,可去掉传统农产品流通体系中信息不对称带来的渠道损耗,解决农产品“卖难买贵”的问题,提高农产品流通效率,降低流通成本。更重要的是,电子商务手段集合起来的物流与融资功能还能农产品的发

电商平台交易佣金现“乱收费”

中国商业联合会1月10日发布2013年中国商业十大热点展望,其中包括一系列流通产业政策密集出台、大型零售企业加快自营模式探索、零售商重视单店绩效时代到来等。针对火爆的网络购物,专家指出,诸如商场超市等各种乱收费现象,已经在电商平台有所显现,电商平台交易佣金收费乱象正在危害电商行业的健康发展。

点评:2013年网络零售将延续火爆走势,不过其经营“习惯”需要反思和改善。电商平台出现平台使用费、交易佣金“乱收费”现象,所谓平台使用费其实就是网上的“通道费”,而交易佣金则是网上的“销售扣点”,行业监管部门应清理整顿。

◎国外

亚马逊全球开店高速增长

据亿邦动力网消息,亚马逊中国的全球开店业务近来进入快速发展阶段。据知情人士透露,该项目近3个月每月新增店铺1300家,月营业额超过100万美元的店铺已达100多家。如此累计,平台月销售额已突破1亿美元。亚马逊中国负责全球开店业务的相关人士表示,全球开店项目测试版自2012年3月启动以来确实得到了市场的踊跃回应,上线卖家数量每个月都有突破。

点评:亚马逊全球开店业务并未受到外贸不景气的过多影响,由此分析,以B2C为主的跨境交易极有可能成为未来阶段外贸电商的主流。

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

征稿启事

《电子商务动态》编辑部诚挚地感谢各位领导和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、通信地址、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