

电子商务动态

2014 年第 **3** 期（总第 12 期）

◎特别报道

大时代·新变革 大趋势·新契机
——2014 中国（深圳）电子商务论坛专题报道
高瞻远瞩 纵观全局 见微知著 细析条缕
——2014 中国（深圳）IT 领袖峰会专题报道

◎专题研究

《2013 年深圳电子商务发展白皮书》发布

◎热点追踪

深圳互联网金融发展现状

◎专家视角

解决跨境电子商务若干问题的思路

◎电商大讲堂

跨境电子商务系列讲座
基于 O2O 模式的服装行业电商发展趋势沙龙

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

目录



2014 年 5 月 30 日 第十二期

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

淘金地 www.taojindi.com

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
陈跃群

主 编:夏 葵

副 主 编:田雨弘 王瑞琮

执行主编:向 隼

记 者:黄胜群 许水活 谢小明

编 辑:黄妙瑜 鲁贞松

美 编:李素霞

通信地址:深圳市福田区金田路 4028 号

荣超经贸中心大厦 6 楼 602 室

邮 编:518035

联系电话:88916846

传 真:83786186-8888

电子邮箱:dsdt@szecsc.org.cn

(印数 1000 册)

◎卷首语

深圳电商的“小得盈满”..... 01

◎特别报道

大时代·新变革 大趋势·新契机
——2014 中国（深圳）电子商务论坛专题报道 02
高瞻远瞩 纵观全局 见微知著 细析条缕
——2014 中国（深圳）IT 领袖峰会专题报道..... 06

◎专题研究

《2013 年深圳电子商务发展白皮书》发布 10

◎热点追踪

深圳互联网金融发展现状..... 12

◎专家视角

解决跨境电子商务若干问题的思路 16

◎电商大讲堂

跨境电子商务系列讲座..... 19
基于 O2O 模式的服装行业电商发展趋势沙龙..... 20

◎行业动态

深圳三家互联网金融产业园区挂牌..... 21
阿里巴巴集团正式赴美 IPO..... 22

深圳电商的“小得盈满”

农历4月中，即阳历5月下旬，古文谓之小满，“物致于此小得盈满”。意即一年之中，事物发展到这个时节应该小有成就。这些成就既是阶段性“盈满”，也是下一个季度丰收的铺垫和保证。

在过去的3月份，深圳陆续举办了两场互联网和电子商务的重大盛会。28日，中国（深圳）电子商务发展论坛成功举办，《2013年深圳电子商务发展白皮书》在论坛上发布。白皮书显示，2013年全市电子商务总体的交易额达到了9510亿，同比增长了51%。深圳电子商务保持了国家第一梯队的地位，网购已达到发达国家水平。30日，2014中国（深圳）IT领袖峰会盛大开幕，众多政府领导、IT行业精英和知名专家学者莅临出席。许勤市长表示，IT领袖峰会已经发展成为中国业界最高层次的信息产业盛会，IT界领袖和精英的交流碰撞，对于促进IT产业的转型升级和推动我国加快向信息产业强国迈进发挥了实际的作用。

今年两会政府工作报告首次将互联网金融列入其中，于是更多的镁光灯投射到这个领域，争论也越来越激烈。在深圳3月底举办的两场盛会中，互联网金融始终成为贯穿其中的焦点话题，可见其炽热程度。3月15日，为了贯彻落实2014年深圳市政府1号文件对于互联网金融发展创新的政策，抢占新一轮互联网金融发展先机，市政府正式发布《深圳市人民政府关于支持互联网金融创新发展的指导意见》。因此本期《动态》也借势对深圳互联网金融的各种形态及其市场发育，进行了简要梳理和分析。希望通过《深圳互联网金融发展现状》一文向大家展示一幅深圳互联网金融发展的局势图，帮助大家预判其发展形势及其所带来的影响。

深圳是全国的外贸重镇，也是跨境电子商务发展的领军城市，跨境电子商务有望成为深圳外贸出口的新增长点。本期《解决跨境电子商务若干问题的思路》一文，将与大家分享清华大学柴跃廷教授在跨境电子商务方面的精辟观点。同时，为了给深圳有意发展外贸的企业提供一个整合资源、快速搭建跨境电商渠道的交流平台。《深圳电商大讲堂》——跨境电子商务系列讲座也继续举行，本期也节选三场的精彩内容与读者见面。

对于2014年深圳电子商务发展来说，进入6月份，意味第二个季度即将过去。为了能踏过“小得盈满”的蹊径，转入“硕果沉甸甸”的金秋大道，深圳在推进互联网金融、跨境电商、移动电商等方面的动作不仅不能放慢，更应该加大力度、增速、稳健、有序地推进。我们期待下一个季度深圳电商的丰收捷报！

《电子商务动态》编辑部

大时代·新变革 大趋势·新契机

——2014 中国（深圳）电子商务发展论坛专题报道

3月28日，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执行的“2014 中国（深圳）电子商务发展论坛”在深圳五洲宾馆举行。本届论坛以“重装上阵·新未来”为主题，设立主论坛——“2014 中国（深圳）电子商务发展论坛”和三场分论坛——“APEC 中小企业峰会跨境电子商务论坛”、“互联网金融论坛”和“电商人才论坛”。

深圳市副市长陈彪、市经贸信息委主任郭立民、商务部驻深圳特派员办事处副特派员曲维玺、中国国际人才交流基金会秘书长苏光明、艾瑞咨询联合总裁邹蕾、Ebay 大中华区首席战略官胡蓉蓉、电子科技大学教授周涛、敦煌网创始人兼 CEO 王树彤等相关政府领导和电商行业领军人物出席。

论坛聚焦探讨了“电子商务推动城市经济革新”、“互联网金融井喷发展的企业机遇”、“大数据时代电子商务发展趋势”、“传统企业电子商务从尝试到规模化发展的转变”、“2014 电子商务热点预判”等专题。内容紧扣产业热点，更加突出国际化、高端化和趋势化。

陈彪副市长在致辞中表示，电子商务是信息时代迅速发展的新型商业模式，对于有效拉动消费需求，促进产业转型升级具有重要作用。深圳市作为电子商务示范城市，致力于发展信息时代的电子商务新经济，依靠电子商务拉动消费需求，促进产业转型升级。2014 年，深圳将继续推进国家电子商务示范城市的建设工作，积极做大做强电子商务产业，不断完善电子商务支撑服务体系优化电子商务的发展环境，为推动全国电子商务的发展做出新的贡献。

一、综述篇

（一）深圳电子商务发展进入国家第一梯队

深圳市经济贸易和信息化委员会主任郭立民在论坛上发布《2013 年深圳电子商务发展白皮书》并作简要报告，报告显示，深圳电子商务已经进入国家第一梯队，网购已经达到发达国家水平。

2013 年深圳电子商务总体的交易额达到了 9510 亿，同比增长了 51%。高于全国平均水平，也占到全国交易总额的 9%。从交易额、电子商务应用、专业化服务、大中型企业开展电子商务比例等指标上来看，都处于全国领先地位，并保持着良好的发展态势。从交易结构来看，B2B 依然是主流，2013 年 B2B 交易额占深圳电子商务总体交易额的 86%，B2C 交易额占比为 13.4%，C2C 交易额占比为 0.6%。

（二）电子商务平台化、集中化趋势明显

2014 年，国内电子商务产业正在呈现出新的发展趋势，艾瑞咨询集团联合总裁邹蕾认为主要表现在四个方面：一是平台化。以天猫、京东等为主的网购企业，都在极力推动平台业务，不仅希望能够卖出产品，同时也是在建立一个商贸中心，以商贸中心的服务来吸引所有的卖家、商家进驻其场地。二是集中化。企业之间并购已经出现了，例如唯品会投资乐峰，就是希望实现 $1+1 > 2$ 的效果，在资本层面已经出现集中化的状态。三是差异化。电子商务企业只有做到差异化才能实现自己的竞争优势。比如说苏宁、京东，到目前为止，家电类数码类产品仍然是他们最核心的部分。聚美优品，仍然是以化妆品部分作为核心内容。四是 O2O。O2O 不再停留在线上与

线下营销的结合，而是传统企业转型应用电子商务和互联网化的重要形态。由于移动电商的到来，对于传统企业来说，这是一次绝佳的弯道超车的机会，O2O 也将成为移动电商的主要发展模式之一。

（三）跨境电商，中国卖家的新机遇与挑战

Ebay 大中华区首席战略官胡蓉蓉表示：在 ebay 平台上，有 20% 的交易是发生在跨境电商上的。并且这个比例，每年都在高速增长。跨境交易是一个发展趋势，对中国卖家来说既是机遇也是挑战。跨境电商涉及的物流、资金流以及诚信机制非常复杂，以物流供应链管理为例，如果是境内交易，打个电话给快递，收货、送货就完成了。但对于跨境贸易来说，首先卖家在发货的原场地物流仓库入仓，然后送到出口海关进行报关，再送到集装箱装货，然后通过海运或者空运的方式运到目的地的机场或者海港，再做一个入口海关的动作，才运输到海外仓，最后是当地境内送货到顾客手里，整个过程非常分散和复杂。因此，Ebay 提出海外仓储的概念，通过销售商品的库存预测，提前了解未来可以卖多少，然后算好时间，把它预先放到海外仓库里面。

除物流之外，现金流的概念，外汇结算和外汇收付的问题也比较复杂。在现金流的管理上更多是风险管理，就是把钱放在第三方帐户，这样买家和卖家谁都拿不到，等到交易完成的时候，再给到卖家。最后，她建议中国的卖家，要建立品牌意识，打造自己的品牌，避免单纯的价格竞争，增强产品附加价值以促进跨境销售。

（四）大数据应用将增强电子商务的竞争力

大数据是近几年一直在热炒的概念，不过大数据技术究竟能给电子商务带来什么价值？发挥哪些用途？电子科技大学教授周涛认为，大数据是一个大的概念，这里面既有机遇，也有泡沫和危机。大数据不是一蹴而就，其背后有很多与电子商务密切相关的大趋势。第一个是数据总量一直在极速上升，现在一天能产生的数据大概有 2

个 Z（兆），相当于 1000 年前，我们 10 年才能产生的数据总量。第二个是数据形态发生很多变化，现在电商平台中不仅有商品图片，也有视频和音频等。第三个是数据关联形态发生变化，一个人既在微信中，也在微博中，还在手机通讯网络中，通过这些来自不同领域的的数据，有助于全面理解个人的兴趣需求，定位其所需产品。

对于电子商务来说，数据是全程大数据驱动，一个传统的品牌商，通过高效、精准的数据驱动将客户引入网站，然后通过精准化的推荐，提供个性化的产品和服务，提高购买转化率。同时，还可以利用这些数据，进行销量的预测、库存的预测等渠道管理。周涛认为开放流动的数据才能真正带来价值，被割裂的、碎片化的数据价值有限。他相信通过大数据的应用，将会带来一个全新的个性化、精细化、最有竞争力的电子商务。

二、分论篇

（一）中小企业跨境电子商务

中国有望成为全球网上世贸中心

敦煌网创始人兼 CEO 王树彤认为，跨境电子商务的发展，对中小企业来说是未来国际贸易中一条切实可行的道路。她认为，在电子商务时代有两个非常重要的推动力，让中国有机会成为全球在网上世贸中心：第一、中国在互联网时代、电子商务时代，一点也不落后于任何一个国家，完全有实力建立一个全球领先的电子商务交易平台；第二、中国有几千万的中小微企业，有世界最庞大的、最丰富的会员。这两个因素是其他国家难以比拟的，在全球化的背景下，跨境电商为中国中小企业展现一片非常值得想象的蓝海市场。对于想做跨境电商的传统企业，王树彤觉得，跨境电商就像把大象装进冰箱里，也是三个步骤：打开冰箱门，把大象装进去，把冰箱门关上。今天的跨境电商已经有足够大的冰箱让大象进去，有足够的设施、服务更方便大家来网上做交易。因此，很多传统贸易公司，或者是工厂，

不要在门口徘徊，要把门打开。对于传统企业，建议第一步做产品，第二步上平台，第三步继续做好自己的产品。

跨境电商将成为中国向贸易强国转型升级的新动力

对于跨境电商带来的机遇，中国国际电子商务中心研究院副院长李鸣涛认为，跨境电子商务将成为中国从贸易大国向贸易强国转型升级的新动力。跨境电子商务最核心的价值点在于，它提供了一个更加高效更加便捷的通道，这个通道一方面连通了国内生产商，另一方面也连通了海外的消费者和贸易主体。围绕跨境电子商务，一个新兴的产业链正在加速的完善和形成。从下一步趋势上看，跨境电子商务面临的具體政策问题，还会进一步完善，进一步促进跨境电商的阳光化，渠道的建立和形成。从跨境电子商务从业者角度，需要高度关注消费者的消费行为和消费方式变化，需要利用一系列的像大数据这样的分析技术，从产品的思维逐步转向需求的思维。从政府角度上，需要进一步推动全球跨境电子商务基础设施的进一步完善，包括物流、支付、信用、消费者权益保护、法规等等。从协调国际跨境电子商务法律法规方面，中国政府也一直把这个作为主要的国际谈判的方向，无论是在中日韩自贸区，还是打造新的丝绸之路经济带这些领域上，跨境电子商务相关机制相关法律的完善，都是政府下一步重点关注和解决的方向。

（二）互联网金融

互联网金融浪潮中，银行的金融产品创新

华润银行网络银行部总经理樊萌表示，互联网金融浪潮让传统银行面临巨大的压力，并倒逼银行进行业务创新。华润银行在这样的背景下推出了供应链金融解决方案、社区金融和直销银行等创新金融服务。

樊萌表示，华润银行提供的小微贷金融解决方案，首先是打通银行和核心企业的信息系统，

从核心企业里面获取经销商在过去跟核心企业经营状况，掌控了企业经营状况和实际经营能力后不仅仅会对其授信，还会提供类似于支付结算的通道，目的是为了真正掌握他们的订单数据、资金数据，将其完全串联起来，实现资金流、信息流、物流三流合一，达到真正掌握客户实际情况的目的。针对零售业务端客群分散的特点，华润银行3年前就开始探索在实体店推售社区金融模式。而直销银行的模式，华润去年年底已经在内部开始试行，在监管允许下把目标客户锁定在华润集团的员工以及产业的上下游零售客户，提供高品质的产品和金融服务。

互联网金融在渠道上具备巨大优势

91金融CEO许泽玮认为，互联网企业在金融产品设计上并没有优势，用户是否需要购买某款产品，产品本身的性质是关键，这方面传统金融机构更擅长，所以可以由他们去完成。但当用户已经确定需要购买某一款产品，互联网渠道的优势就发挥出来了。用户可以通过搜索、比较、筛选来最终确定需要购买的产品。互联网公司做金融最大的优势是会考虑用户需求在哪里以及如何解决。传统金融机构首先讲收益、风险。互联网公司考虑的首要因素是规模，而不是盈利，但银行考虑的首要因素则是是否能带来利润。对于互联网金融来说，只要实现用户规模的扩张，盈利是迟早的事情。

互联网金融监管会促进行业良性发展

艾瑞高级金融分析师王维东认为，在互联网金融的整体进程中，互联网支付已经逐步进入运作期，行业监管成熟，用户行为习惯基本上培养完成。P2P网贷行业处于整形阶段，一些目的不那么单纯的企业将会被淘汰掉，基于数据供应链的小贷还处于膨胀期阶段，虚拟货币通过央行一系列的方式在进行监管。众筹处于萌芽期，企业数量在国内还不是很多。

另外，他认为监管会限制创新，但在某种层面上也会促进行业的良性发展。其次就是跨越金

融加剧，互联网企业之前更多的是在支付层面对银行产生一定的影响，使银行获取不到用户的交易数据。但现在互联网企业已经拓展到很多层面，P2P 贷款、贷款业务、存款业务、中间业务，甚至其他相关的产业模式，因此，互联网企业与传统银行在未来的竞争会进一步加剧。

（三）电商人才

建议成立电商人才专项基金

中国国际人才交流基金会秘书长苏光明表示，在人才交流方面，中国国际人才交流基金会有其专注度和优越性，比如请国外的专家、资助国内高端管理人员、资助课题人员，搞区域人才发展，搞区域双边人才交流等等。中国国际人才交流基金会已经成立建议成立一项电子商务人才专项基金，一方面可以利用国家政策的优势，宣传各种计划；另一方面还要动用社会力量，用社会的力量来培养人才。做到取之于民用之于民，引进高端人才，培养中高端人才，资助高端人才、课题人才，使电子商务有真正飞跃性的发展。

立体化培养电子商务人才

关于怎样培养电子商务人才，什么样的教育方式适合现代年轻人学习，北京中清研信息技术研究院院长张志千提出了立体化人才培养模式。通过对电子商务三百多家企业、一千多个岗位的提炼，建立了一个能力体系的标准，然后不断跟各类电商企业合作，与各类院校研究他们的课程设置，并关注招聘网站对电子商务岗位的能力要求，将这些提炼出来以后，建立了基于电子商务领域的资历架构，也就是电商的标准体系，为电商人才培养搭起了桥梁。另外，还有一种一体化的人才培养模式，用能力标准体系，就某个区域如广东或深圳做深入的分析和研究，具体到什么样的领域需要什么样的人，在现在的整体产业结构过程中，应该对哪类人进行哪种方式的培养。

电商人才培养中的互联网思维

京东大学高级总监马成功觉得，互联网思维堪称简单粗暴，即以最快速、最直接、最易懂、

最好操作的方式，直击用户内心深处最直白、最原始、最人性的想法。

如何用互联网思维进行电商人才的培养？马成功举例说，比如针对公司缺干部，员工又没时间上课的情况，可以通过一对一的情景测试，在很短的时间达到和培训同样的效果。这是一种用更短的时间解决用户需求的方法。

另外，他觉得很多公司不希望专业人才成为管理者，他们更希望这些专业者能在专业上走得更远，因此专业者虽然想转成管理者，却不受重视，没有话语权。但从京东大学的角度，马成功觉得应该给这些专业者更多的机会和舞台，让他们能在公司内部展现其价值。

《2013 年中国互联网雇主品牌调研报告》发布

艾瑞优才副总经理巨颖在论坛上发布了《2013 年中国互联网雇主品牌调研报告》，报告说，中国互联网企业发展速度较快，员工流动性也比较大，在过去的一年当中，企业平均招聘占比高达 36%。在招聘中，企业除了费用成本，还有隐性成本，招聘一个普通员工的周期是 45 天，招聘一个高管是 70 天，由此可见互联网中人才招聘的困难性。

互联网企业的离职率相当高。报告中可以看出，在对入职企业的要求中，有三项占比非常大，第一是经济回报；第二是专业建树；对男生来说，排在第三位的是挑战和自我超越，而对于女生来说，排在第三位的则是平衡的工作与生活。从这些要求中可以看出，男女对工作和自身要求在互联网公司 and 传统企业并没有太多本质性的差别。公司如果想留住潜在人才，可以从五个方面去影响他的决定。首先是个人感知方面，就是薪酬方面，其次是这个公司有没有可能给予员工更好的发展空间，再就是团队凝聚力，同时，公司的声誉和名望，给人正向的影响力，也是相当重要的。

（整理：黄胜群）

高瞻远瞩 纵观全局 见微知著 细析条缕

——2014 中国（深圳）IT 领袖峰会专题报道

“2014 中国（深圳）IT 领袖峰会”于 3 月 29-30 日在深圳五洲宾馆举行，本届峰会以“IT 新价值与产业互联网”为主题，开设了“互联网金融与金融互联网”、“产业互联网”两个主题高端对话以及“智能汽车与互联网”、“软硬件谁领风骚”、“4G 与信息消费美好生活”、“移动互联网下一个浪潮”四个主题论坛，深圳作为主办城市发布 IT 产业发展报告。

工信部副部长刘利华、广东省委常委、深圳市委书记王荣、广东省副省长刘志庚、深圳市长许勤、国家发改委高技术司副司长伍浩以及马云、雷军、李小加等政府领导、IT 行业精英和知名专家学者与会出席。

深圳市长许勤在本届峰会致辞中表示，IT 领袖峰会已经发展成为中国业界最高层次的信息产业盛会，为加强 IT 界领袖和精英交流合作，促进 IT 产业转型升级、推动我国加快由信息产业大国向信息产业强国迈进发挥了实际性的作用。

一、主题篇

2013 年信息产业规模达 12.4 万亿

国家工信部副部长刘利华指出，信息产业发展环境持续优化，产业继续保持了良好发展势头。信息基础设施不断完善，截至今年 2 月底，全国移动电话用户达到 12.4 亿户，其中 3G 用户 4.3 亿户，互联网宽带接入用户 1.92 亿户，其中 4M 以上宽带用户比例达到 80.5%，电子信息产业结构调整不断加快，2013 年销售收入总规模达到 12.4 万亿，其中软件和信息技术服务业 3.1 万亿，移动智能终端等产品加速发展，信息消费快速增长，电子商务整体市场规模达到 10.67 万

亿元，增长 33.5%。信息消费作为新的经济增长点拉动作用日益明显。

2014 年，工信部将重点抓好以下工作：一是推进宽带网络基础设施建设，实施宽带中国 2014 行动计划，推动城市百兆光纤工程，推动 4G，在全国加强三网融合。推动移动智能终端、电子商务发展。二是提升信息产业核心竞争力，推动设立国家产业投资基金，促进提升跨越式发展，夯实产业基础能力，培育发展新一代移动通讯、物联网、大数据等战略性新兴产业。三是推进两化深度融合，加强政策和标准引导，在更广范围、更大深度强化信息技术推广应用，推动制造业高端化、服务化，加快发展生产性服务业。四是提高互联网行业管理水平，进一步健全完善自主规范、技术标准和工作机制，抓好互联网技术资源和接入管理，互联互通和市场竞争秩序监管，加强个人信息和消费者权益保护，切实维护网络与信息安全。

不能用管理媒体的办法管理互联网产业

国家发改委高技术司副司长伍浩表示，信息技术发展是大趋势，以互联网为代表的新兴产业在这个发展过程中，新的业态不断涌现，商业模式和服务模式不断创新，新的经济增长点不断形成，也对传统的产业带来冲击，但也有促进作用。他认为，新生事物发展也需要有一定的游戏规则。监管部门在游戏规则的制定不能套用现有的传统管理办法来管理新兴产业。互联网产业有媒体属性，但更多是产业属性，不能用管理媒体的办法来管理互联网产业，要鼓励支持和发展。

伍浩介绍，从推动整个信息技术、信息产业和信息化发展的角度，发改委高技术产业司将会

同有关方面做好以下六个方面的工作：第一，从政策法规上加强，要完善有利于新兴产业发展的制度环境，也要完善健康的市场竞争环境，保障信息安全。第二，加快宽带中国战略实施，构建起新一代国家的信息基础设施。第三，加快发展、加快推动信息消费，加快信息产业向跨领域、跨行业的渗透，激发新的市场消费热潮。第四，推进两化融合，改造提升传统产业。第五，通过信息技术应用改善我们治理的能力，从政府的角度提高政府效能，转变政府管理方式，更好地为社会服务、为百姓服务。第六，信息惠民方面开展一系列工程，在教育、医疗等方面通过信息技术的应用更好地惠及全国十亿人民，通过政府公共服务和市场的民生产业的互动发展取得更好的经济效益和社会效益。

广东将加快信息基础设施一体化建设

广东省副省长刘志庚认为，近年来广东省的信息基础设施不断完善，信息产业持续快速发展，信息化的应用不断深入。新兴信息技术和现代金融业业态发展迅猛，涌现出一批竞争力较强的创新型的IT企业，成为全国重要的信息产业基地。下一步广东省将以信息化和工业化深度融合和创新作为抓手，进一步加快信息基础设施一体化建设。大力推进光纤入户、三网融合和无线城市的建设，构建物联网、云计算、大数据挖掘、超级计算中心四大应用创新平台。加快培育发展新一代信息技术产业和信息技术新业态，全力打造全国信息化的先导区。

深圳确立“三化一平台”改革方向，前海是主攻平台

广东省委常委、深圳市委书记王荣在峰会中表示，IT产业是一个朝阳产业，孕育着机会和希望。在IT技术有力推动下，当今世界已经进入互联网时代，互联网的迅猛发展正重塑着全球经济、社会和人们的生活。2014年是全面深化改革的开局之年，深圳确立了市场化、法治化、国际化和前海开发开放战略平台这“三化一平台”

深化改革主攻方向。这些方面率先突破，将使深圳在未来竞争中赢得“三化一佳”的新优势，加快形成更适合创新创业发展的一流商业环境。以此来更好服务IT科技和产业发展，让更多的IT企业、IT人才能够在深圳成就梦想、大展宏图。

未来科技发展的七大趋势

中国工程院院士邬贺铨表示，新一轮信息化浪潮正在显现重塑产业链的影响力，产业正表现出更程度的融合和渗透。面对急速变化的时代，互联网思维将影响所有企业。

他对科技产业近期发展的趋势作了总结：

1. ICT(信息、通信和技术)制造业服务化，互联网走向软硬件一体化。IBM已经成功转型为生产型服务业公司。戴尔从前年开始组建软件集团，爱立信已经是全世界第五大软件公司，软件在它们的服务收入中分别占到50%和38%。Google通过安卓进入智能终端。
2. 电信业务OTT化，运营商沦为管道。微信提供点对点 and 点对多点通信，并出现广播媒体平台的属性。电信业以加快互联网化应对，中国电信与网易推易信，中国联通与微信推沃卡。
3. 影视网站IM化，从重播平台变为新媒体平台。Netflix根据大数据分析用户行为决定导演、决定演员，修改剧本。
4. 电商服务呈现O2O化。腾讯把商务部分转给京东，但是从京东获得15%股权，以便把电商服务更好跟物流服务结合在一起。
5. 金融服务互联网化。比如电商系自营小贷或者担保公司，资产证券化，民营企业合资试点民营银行；银行系自建电商平台等。
6. 商业模式注重后向化。科技公司的商业模式是靠聚集人气，先让利培养消费习惯，从后向(广告或其他业务)收费。比如微信敢于用免费的微信来颠覆自身主要收入来源的QQ，用补贴方式培养打车习惯和微信支付消费习惯；
7. 跨界竞争白热化。电信运营商开展互联网服务，互联网企业要做金融；金融企业要做电商；电商企业要成为运营商。

二、高端对话篇

（一）互联网金融与金融互联网的激辩

从四个层面看互联网金融博弈

港交所行政总裁李小加认为，互联网巨头和传统金融机构的博弈中存在四个层面的问题：第一个层面，是建立包括支付、信用等在内的金融互联网的生态系统。这是最主要的、在最草根阶层建立的支付系统，由于传统银行对这一领域并没有做太多投入，对中小企业的服务业还不算到位，所以这个领域的生态环境已经完全靠创新而做出来了。这个领域在未来会对中国经济有巨大贡献和巨大功绩；第二个层面，是互联网和其他新型经济与现有金融体系利益分配之间的格局；第三个层面，是金融机构本身的安全和风险；最高的层面，是整个金融体系的风险问题，在金融体系这样一个大的金字塔里面，需要来分析在哪个环节、哪个层次上出现了重大的冲突，并且如何协调。金融系统出风险，一定要进行绝对监管。他表示，“现在到了互联网已经能够和银行在讨论第二层面利益上的分配问题了。”他同时认为，如果真的对金融创新进行扼杀，损失将会很大。

银行不应把矛头指向互联网金融

关于支付宝与四大行的PK，金沙江创投董事总经理丁建认为，传统金融机构不应该把矛头指向互联网金融。他觉得，目前的状况，是互联网金融这个7、8岁的小孩打了传统金融一拳，让其感觉到疼痛，但事实上这种疼的根本原因并不是因为互联网金融这一拳，而是传统金融体系自身出了问题。他认为，目前的金融体系已经扭曲到不能容忍一个基于互联网的金融创新，中国银行系统应当及时纠正自己的问题，必须加速改革，脱离危机，不要让老百姓、民营企业、中国经济为这种问题买单，更不应该说把矛盾转嫁给互联网金融。同时他也提醒互联网企业，在未来产业互联网时代，应该尽量以合作双赢的高度来改良提升中国互联网产业。而不是动不动拔刀，

否则这样的态度是会遭到竞争对手拼命反击的。

互联网金融与银行可以有合作空间

中国国际金融有限公司总裁兼首席执行官朱云来认为，互联网公司和银行双方有一定的合作空间，例如互联网金融在系统性的数据收集、用户行为的分析上具有优势，可以为金融机构提供决策的科学依据。互联网金融最大的特点，是可以随时、随地、随意地发生业务，并且用户数量巨大，一旦用户的行为集中出现，将对银行系统造成巨大的冲击，这是目前银行系统处理不了的。他强调，互联网系统不可能完全独立，要跟传统银行体系接口。传统银行体系它的帐务支付、交割都需要物理处理、需要时间，如果这个没有匹配的话，银行系统也不安全。总体上看中国金融系统效率偏低、系统建设不完整，经常容易出现一些重大潜在风险。应该积极探讨如何建立更有效、更完整、整体的金融系统，为经济发展服务提供有效的工具。

（二）产业互联网趋势探讨

互联网未来将进入物理化

微软全球资深副总裁张亚勤表示，互联网未来5年、10年要进入物理化，主要包括：一是互联网的进程加快，包括传感的技术、可穿戴计算、智能家电、汽车或者制造业的先进技术；二是思维的方式，互联网思维不仅仅是一个商业模式，而且是一种全新的文化和产业，是一种思考战略的新角度；三是互联网进入了传统行业，在这个时候进入物理化、进入产业。

为什么在这个时间点会出现互联网的物理化？张亚勤认为有三大关键因素：一是技术的发展，包括运算和网络的技术，特别是现在可穿戴设备的逐渐普及，实现了收集数据、存储、处理和管理的功能，让这些数据变得有价值。二是人机交流，以及人工智能的发展；三是用大量数据去推断人的感知和未来的预测，这个是由于我们数据很多，人的数据、机器的数据、行为的数据，

这些数据可以通过机器学习的方式然后来产生新的智能，这个智能比过去的模型更重要。

互联网与传统产业的融合进入新的阶段

汉能投资集团董事长陈宏表示，随着移动互联网的发展，互联网与传统产业的融合进入新的阶段，传统企业纷纷转型互联网。他认为移动互联网与传统产业的融合不可阻挡，当前车联网发展迅猛，汽车成为新的智能终端，车联网正在诞生越来越多的产业机会。产业互联网，因移动互联网的出现变得极其受关注，不过他认为这里面充满挑战，也面临一些困境，因为移动互联网和传统产业的思维方式并不一致。传统企业需要转变思维，适应新技术的发展和挑战。两者如果能找到一种方式进行很好的结合，将在产业互联网时代迎来强劲的爆发力和执行力。

中国产业能更上一层楼

惠普中国董事长毛渝南表示，不管是移动互联网、还是产业互联网时代的来临，中国产业都可以抓住机会更上一层楼，因为中国拥有大的格局，中国拥有 13 亿人口，每年有 2000 万的新汽车诞生。同时他相信产业互联网的到来，能够创造更多更新的企业，但对这些企业来说，最大的挑战是能不能“走出去”。这不仅需要靠快速的信息传播、精细的信息分析，同时也包括同外界人文进行有效地接触和交流。产业互联网和目前的互联网可能有点不同。目前的互联网是对个人的，而且经济模式都还围绕着跟广告费直接有关系，产业的互联网是让产业的运作更有效率，不是直接的，而它的回报就不再是全由广告来。互联网一直演进，它就是对信息的处理过程越来越个人化，越来越及时化，在这个大前提之下，做电商也好，做门户也好，就要越来越专一，找到一块能够增加附加值的地方。

三、IT 产业报告篇

《中国 IT 产业发展年度报告》

数字中国联合会常务理事李颖发布《中国 IT 产业发展年度报告》。报告表示，2013 中国 IT 发展有七大进展：一、产业规模保持增长，增速放缓；二、产业结构调整步伐加快，产业服务化趋势明显；三、产业结构调整步伐加快，产业服务化趋势明显；四、产业结构调整步伐加快，产业服务化趋势明显；五、投融资活跃，互联网软件服务形成新的热点；六、知识产权竞争更加激烈；七、政策环境不断宽松和优化。她表示，当前 IT 发展的三大特点：一是 IT 与各个行业加速融合，促进产业互联网发展；二是互联网思维，推动 IT 产业的自身变革，用互联网改变别人的同时用互联网改变我们自己，信息服务界限正在被打破，进入创新变革的新时代；三是伴随着 IT 和互联网的发展，信息安全等问题以及产业类问题上升关系到国家、经济、政治、军事等战略问题，IT 发展得到更高的重视和关注。

《深圳 IT 产业发展报告》

深圳市科技创新委员会主任陆健发布《深圳 IT 产业发展报告》。报告显示，2013 年深圳 IT 产品产值 12430 亿，同比增长 9.3%，相当于全国电子新型制造业的 1/10 左右，占深圳所有高新技术产品产值的 88.7%，2013 年 IT 产品增加值 3160 亿元，同比增长 12.8%，相当于深圳规模以上工业增加值的 44%。去年 IT 产品出口额占全国电子信息产品出口的 19.2%。报告称，未来深圳市将加快网络与信息安全产业的发展，扶持和壮大网络信息安全产业，重点支持网络与信息安全关键核心技术的突破，加强试点应用示范，发展信息安全产品与服务，构建产业链协同发展的产业发展格局。打通设备、供应商、信息安全产业和企业的上下联动，同时继续加快云计算产业的发展，推动云计算系统支撑技术的终端，以平台为载体发展具有大规模应用的云计算服务。

（整理：黄胜群）

《2013 年深圳电子商务发展白皮书》发布

编者按:

《2013 年深圳电子商务白皮书》由深圳市经贸信息委策划编制,首次体系化地汇集了深圳电子商务的发展状况。在调查研究和数据收集的基础上,置于国家发展层面进行对比、分析,是对深圳市推进战略性新兴产业,发展电子商务实践与理论成果的阶段性总结。白皮书旨在介绍深圳电子商务的基本情况,宣传相关政策,阐述深圳电子商务的特点及面临的挑战,提出发展思路与建议,以期为行业发展提供有价值的基础性资料 and 方向性引导,共同推动我市电子商务的自主创新与应用发展。

本文根据市经贸信息委郭立民主任在“2014 中国(深圳)电子商务发展论坛”上的白皮书发布演讲稿整理。

一、发展现状

(一)当前我国电子商务蓬勃发展,2013 年全国电子商务市场交易额达到 10.2 万亿,同比增长 29.9%。电子商务带动的就业人数超过 1680 万人。深圳从 2009 年创建国家电子商务示范城市以来,电子商务交易额一直保持在 50% 左右的增长。2013 年深圳电子商务总体的交易额达到 9510 亿,同比增长了 51%,高于全国平均水平,占全国交易总额的 9%。同比看来,我市电子商务可列为国家第一梯队。从交易额、电子商务应用、专业化服务、大中型企业开展电子商务比例等指标上来看,都处于全国领先地位,并保持良好的发展态势。

(二)2013 年深圳网络零售规模达 889 亿元,全市社会消费品零售总额为 4433 亿元,网络零售规模占全市社会消费品零售总额的 20%,已经达到电子商务发达国家水平。

(三)1、从电子商务交易结构来看,B2B 依然是主流,2013 年 B2B 占比为 86%,B2C 占比为 13.4%,C2C 占比为 0.6%。2、从电子商务交易主体上来看,应用型企业交易主体占了 72%,服务型企业占 28%。其中,企业的电子商务收入超过 700 亿元。3、从电子商务交易商品类别上来看,电子元器件的交易额占商品类电子商务交易额的 82.7%,其次是文化办公产品、通讯器材、服装鞋帽针织品、家用电器、日用品、机电、基础材料以及珠宝。4、从深圳跨境电子商务交易额来看,2007 年以来,增长率保持在 30% 以上,2013 年总体交易额达到了 133.9 亿美元,增长率为 151.7%,占全市电子商务交易额比重为 8.6%,占深圳外贸交易总额的 2.5%。5、从深圳本地移动电子商务发展情况来看,总体市场规模 2013 年达到了 260 亿,占全市电子商务交易总体交易额的 2.7%,占据了全国移动电子商务交易额 1500 亿元的 17.3%,整个产业在未来几年有望与全国同步保持高速的增长态势。6、从 2013 年电子商务交易额比较来看,罗湖、福田、南山等区域电子商务增长相对比较稳定,基本保持在 50%;有重点企业拉动的龙华新区增长率为 28.5%;其他区域的电子商务交易额虽然不太高,但是增长率比较高,特别是龙岗、坪山新区、光明新区增长率都在 100% 以上。7、从电子商务服务型企业的区域分布来看,罗湖、福田、南山和宝安是企业较为集中的区域,电子商务服务企业数量比例分别占到了 32.8%、27.2%、16.9% 和 4.3%,关外其它地区电子商务服务企业数量相对比较少。8、从电子商务服务企业交易额的区域分布情况看,南山、罗湖、福田仍然是交易规模最大的区域,龙华新区也有一定份额,其他区域比重不到 1%。9、从电子商务

应用型企业的分布来看，整体布局与电子商务服务型企业差距不大。福田仍然是企业最集中的区域，企业数量比率为 32.4%，南山、罗湖、宝安分别占 21.4%、16.5 和 15.1%。龙岗、龙华新区等工业区域企业比例也有所提升。10、从电子商务应用型企业的交易额上来看，龙华新区由于富士康等大型企业的入驻，交易规模较为突出，其次是南山、福田和罗湖，其他区域比重总体加起来 3% 左右，相对比较少。

二、深圳电子商务发展主要特点

深圳电子商务发展具有以下六个方面的特点：（一）产业基础环境优越。1、深圳互联网产业发达，网民数量大，深圳网民规模已经达到 819 万，网购比例占到 35%。2、深圳连续 21 年外贸进出口总额位居全国首位，特别是出口，2013 年全市外贸出口总额达到了 3000 亿以上美金；3、深圳物流规模领先，深圳物流产业规模居全国第二，超过了北京、广州，仅次于上海。4、深圳的制造业产业优势明显，特别是在电子信息、医学医药、服装等传统产业，居于全国领先地位。（二）区域特色突出。我市电子商务在市场化竞争中，形成了具有优势的区域特色，比如政策激励的实操性和灵活性，外贸领域龙头突出地位，制造业产业的基础等。（三）跨境电商国内领先。突出表现在交易额快速增长与模式创新两方面。2013 年深圳跨境电子商务交易额增速在全国具有显著优势，并且首创了国内外贸电子商务综合服务平台，降低外贸交易成本，帮助企业低成本扩展外贸市场。（四）专业化、规模化、集聚化的电子商务发展体系。深圳市电子商务应用已经比较深入地渗透到制造业、批发零售业当中。（五）多元化产业生态体系。深圳的创业气氛非常好，企业以及从业人员创新性和务实性很强，对于产业新趋势新机遇的把握能力比较好，擅长在产业某一节点寻求突破，形成规模效应。（六）较完善的产业支撑体系。深圳在

信息化基础设施、第三方支付、物流和信用体系建设方面优势突出。多年内外贸服务经验，使得深圳具有很强的电子商务支撑服务能力。

三、深圳电子商务面临的挑战

我市电子商务发展面临着一些问题，主要包括：缺少行业领先的大型电子商务交易类或者服务类的平台，龙头规模优势不突出；物流人工等运营成本比较高，制约企业进一步发展；土地资源缺乏，导致部分物流企业外迁；人才短缺，特别是缺少高端人才的教育和输送服务资源；中小电子商务企业融资难依然存在。虽然这些问题表现的程度和影响不太一样，但都需要我们高度重视，通过分析问题拿出对策，破解难题，推动深圳电子商务实现有质量的稳定增长和可持续的全面发展。

四、发展思路及措施

我市电子商务发展思路比较明确，就是要把握电子商务全球化、龙头化、移动化的趋势，立足于我市经济发展产业基础，结合产业特点、优势和重点领域，以发展电子商务服务业、做大做强龙头服务为重点，深化普及应用，将电子商务渗透到社会发展、产业发展，占领电子商务发展第二个十年的制高点。最近我市提出了应对电子商务全球化发展新趋势一系列举措，主要包括做大做强电子商务的新业态，深化普及电子商务应用，完善电子商务支撑体系以及优化电子商务发展环境这四个方面。市委市政府把以电子商务为重点的互联网产业，作为六大战略型新兴产业，电子商务已经成为深圳促进产业结构优化，实现增长方式转变的一个非常重要的手段。下一步深圳将认真贯彻中央省、市全面深化改革的决策部署，围绕深圳创建“三化一平”台战略，大胆改革创新，努力在发展网络经济、推动电子商务应用上，形成新的核心竞争力，继续创造新的辉煌。

深圳互联网金融发展现状

编者按：

深圳互联网金融发展走在全国前列。目前，深圳拥有 15 家第三方支付公司，其中包括市场占有率第二的财付通。数量仅次于上海、北京。在 P2P 领域，深圳是全国 P2P 网贷平台数量和注册资金最多、成交金额最大的城市，保守估计，截止 4 月底，深圳较具规模的 P2P 平台已经超过 100 家。在人民银行 2 月份公布的全国网贷平台 100 强中（按平台交易额计算），深圳占据了四分之一。虚拟货币方面，腾讯的 Q 币体系是全国最大最完整的网络虚拟货币体系。深圳是首批电子商务示范城市，拥有全国 80% 的供应链企业，在发展供应链金融方面拥有显著的优势。

互联网金融为何如此备受关注？

互联网金融之所以能发展得如火如荼，中国 6.18 亿网民的规模和 45.8% 的互联网普及率是基础。但更重要的是隐藏在 6.18 亿网民背后未被满足的庞大的市场需求，这些需求跟中国的整体金融体系、融资环境都有很大的关系。

互联网金融并非“去中介化”，而是使中介高效化。互联网金融实际上解决了两个问题：平民理财的渠道缺失和小微企业的融资困难。中国的银行，其存款利率是固定的，活期为 0.35%，定期在 2.85 到 4.75 之间徘徊。银行的理财产品虽然利率较高，但门槛也高，动辄几万到十几万的买入基准让“平民屌丝们”望而却步。余额宝、理财通等理财产品的出现，通过创新的思维，高效便捷、操作简单的手段打破了银行的限制，抹平了理财门槛，同时也唤醒了平民用户沉睡已久的理财意识，让互联网理财一骑绝尘。

在融资方面，传统银行把控了大部分的社会资本，但它们却只服务于 20% 都不到的国有或

者大型民营企业，80% 的中小微企业长期得不到应有的金融服务。据有效统计，2013 年，美国共有银行 12517 家，而中国仅有 375 家，美国目前仍有近 8000 家社区银行服务于一定区域内的小微企业、家庭和个人，这也可以解释互联网金融为什么在美国没有被广泛讨论，反而在中国如此火热。在社会发展需要进一步壮大资本市场的强烈需求下，中小微企业正在寻求拓宽自己融资渠道的新模式，将更多的社会资金转换为投资资本，而互联网金融无疑具备广阔的前景，倍受青睐。

深圳互联网金融的主流形态

互联网金融强调用户，强调大数据驱动，在此基础上其创新模式层出不穷，不仅互联网公司、电商企业、银行等纷纷卷入，证券、保险、基金公司等也显得异常活跃，大家似乎都不想错过这场盛宴。目前已经出现的互联网金融形态主要表现在三个方面：支付、信息（大数据）处理、资源配置（渠道）。具体可分为：第三方支付、P2P 网贷、虚拟货币、大数据金融和众筹。虚拟货币（如比特币）目前难于触及国家金融体系，所以本文只重点介绍深圳第三方支付、P2P 网贷、大数据金融和众筹的发展情况。

第三方支付：深圳企业占全国总数的 6%，财付通独撑大局

第三方支付经过 10 年的发展，市场已基本成熟。截止至 2013 年 7 月份，拥有第三方支付牌照的公司已经多达 250 家，2013 年第三方支付总体交易规模达到 17.9 万亿。第三方支付之所以能成功，是因为其平台特性，打破了银行各自为战的僵局。

目前，深圳已经获得第三方支付牌照的公司

共有 15 家，分别为财付通、银盛电子支付、壹卡会、快付通、钱宝科技、腾付通、泰海网络科技、深银联易办事金融、银联金融、神州通付、嘉联支付、快汇宝、中付电子、商联商用、兄弟高登，占全国总数的 6%。虽然领先于广州的 7 家，杭州的 12 家，但远落后于上海的 54 家，北京的 51 家。

在互联网支付领域，财付通市场份额约占 18.7%，仅次于支付宝，排在第二。但深圳其他第三方公司规模都较小，占比均小于 2%。从全国范围看，第三方支付市场格局已定，形成了支付宝和财付通两大寡头，未来互联网支付领域的竞争将在这两者之间分出胜负。支付宝目前占据了互联网支付近 50% 的市场份额，远领先于财付通。但在移动互联网的趋势下，财付通依靠与手机 QQ 和微信的合体，有望逆转形势。目前手机 QQ 拥有 5 亿用户，微信拥有 4 亿用户，而且社交软件在用户黏性方面具有天然的优势，因此只要植入足够的支付场景，培养好用户的支付习惯，财付通弯道超车不是梦。

第三方支付经过多年的蓄力和创新，正在逐步蚕食银行的中间业务，目前已经不仅仅停留在结汇方面，基金代销和融资业务也正在悄悄介入。哪怕第三方支付看起来日益凶狠，但最多只能摊薄了银行的部分利润，银行的基础依然难以撼动。银行作为第三方支付的资金托管方，同时也是第三方支付的资金来源方，牢牢掌控着第三方支付的资金命脉。近日，四大行联手限额第三方支付已经证明他们才是操作主动的一方，但暂时的强势并不代表银行就可以高枕无忧，毕竟体制内的特权和红利终有一天会消失。而且，阿里和腾讯民营银行的申请已经获批，第三方支付有望摆脱传统银行的束缚获得更大的发展空间。

P2P 网贷：100 强平台，深圳占据四分之一

P2P 网贷，本义是个人对个人的借贷，但在中国，P2P 平台的借款方却大部分是小微企业。P2P 网贷近两年高速发展，2013 年底可统

计平台数量已经超过 800 家。而深圳在这一领域的发展更是遥遥领先于全国各地，2014 年 1 月份，据来自中国 P2P 网贷指数课题组的指数显示，被纳入中国 P2P 网贷指数的深圳 P2P 平台共 66 家，占全国总数的 18.54%；总注册资本达 11.22 亿元，占全国网贷平台总注册资本的 22.97%。

今年 2 月份，据来自中国人民银行的内部资料显示，全国交易额最大的 100 家 P2P 平台中，深圳占据了四份之一，前 20 名中深圳占据了 8 名，比例高达 40%。其中，进入前十名的 4 家 P2P 平台分别是融资城、合拍在线、红岭创投和微贷网。融资城和合拍在线单月成交额均超过 2 亿，红岭创投和微贷网则分别为 1.6 亿和 1.5 亿。红岭创投出借人数最多，达 8150 人次。借款人数则是微贷网最多，接近 2000 人。

P2P 网贷的迅猛发展，说明市场存在巨大需求，一方面是中小微企业的融资需求长期没有获得满足，另一方面是大众小额投资渠道的缺失。对于小微企业来说，由于缺乏有效担保和抵押，安全系数较低，而且贷款数额小、次数频繁，个体服务成本高，所以一直被银行拒之门外；对于大众网民来说，在股市不振、基金门槛高、银行存款收益低的情况下，P2P 网贷为他们提供了一条收益不错的投资理财渠道。

P2P 网贷目前并没有给银行造成太大的冲击，主要是因为双方的客户并没有太多重叠，各行其道，各尽其事，银行专注于服务市场上 20% 的高富帅企业，而 P2P 网贷平台则意在填补市场上另外 80% 的空白。目前，受 P2P 网贷冲击最大的是民间借贷市场，大部分小贷公司和担保公司也都纷纷借机将业务搬到网上，成为伪 P2P 平台。总体上说，P2P 平台降低了借贷市场的信息不对称和业务成本，提高了资本运用的效率，并且有利于提高民间借贷利率的市场化和透明化。在政策日趋明朗和监管日趋规范的情况下，P2P 网贷将告别良莠不齐、鱼龙混杂的局面，后

期，安全和风控将成为制约 P2P 网贷发展的主要瓶颈。

大数据金融：电商普及与应用程度高，潜力巨大

大数据金融狭义上可以称为电商金融，因为目前其依托的平台大多数为电商平台。从模式上看，又可以分为平台型和供应链型。

若论全国最大的平台金融体系，当非阿里金融莫属，其基于淘宝、天猫构建的阿里小贷业务已经非常成熟，坏账率远低于银行。深圳与阿里金融类似的，是腾讯旗下的财付通小贷。财付通小贷主要服务于腾讯旗下的电商企业和个体工商户，包括易迅、拍拍、QQ 网购的卖家等。财付通小贷采用的风控模式与阿里大同小异，也是充分利用电商平台的商户交易数据进行贷款授信，然后通过与关联公司开展个人和小微企业的小额贷款业务。

供应链金融是指供应链管理的参与者作为组织者，对供应链资金、物流、信息进行有效整合，然后通过与银行等机构合作，为供应链上下游企业提供融资服务。深圳目前涉及供应链金融服务的企业主要有电商平台淘金地、慧聪、供应链企业怡亚通、外贸服务企业一达通等。

淘金地和慧聪网的供应链金融模式大同小异，主要都是为企业和个人提供小额贷款撮合服务，通过分析申请贷款用户的线上流通数据，划分出不同的信用评级，提供给银行和 P2P 网贷公司，并由他们最终确定给用户的贷款金额。除了电商平台，供应链企业介入供应链金融也是水到渠成。深圳目前有供应链管理企业 300 多家，占全国供应链管理企业的 80%，发展供应链金融潜力巨大。怡亚通就是一个很明显的例子，怡亚通的供应链金融模式是通过以客户应收帐或货品为抵押物，实现订单融资、库存融资、应收融资。银行或担保公司根据怡亚通平台上各生产商的交易数据、物流数据的监控，获得可靠的数据支持来给出不同公司的信用评级，有效监控风险。

另外，外贸服务企业一达通在供应链金融方面也颇有建树，一达通是通过深入掌握企业从报关、运输、仓储、外汇结算、退税结算等外贸交易环节，为企业做无抵押担保，帮助他们从银行获得融资。

大数据金融与传统金融最明显的区别在于其对数据的充分挖掘与利用。大数据提供了新的信息处理和风险评估方式，通过海量数据的核查和评定，给出资金需求者的风险定价或动态违约概率。风控体系是金融业成败的关键，也一直是互联网金融不被看好的薄弱环节。大数据可以说为互联网金融提供了一套全新的风控建设体系。因此，大数据金融在政策和监管允许的情况下，其对银行的冲击将比其他互联网金融模式都来得更凶猛。大数据金融的成败将取决于数据的采集范围、数据的真伪性鉴别、数据的分析和运营，并最终体现在能否落地到企业的风控能力和个性化服务等方面。

众筹：悄然萌芽的创新融资模式

众筹可以理解为资金层面上的众包，该模式 2009 年兴起于国外，2011 年进入中国，主要利用互联网和 SNS 传播的特性，让创业者、艺术家或个人通过展示他们的创意及项目，获取公众的关注和支持，进而筹集所需资金。

众筹模式主要有奖励式、捐赠式和股权式。在国内的法律环境下，众筹网站上的项目发起人不能给支持者提供股权、债券、分红等作为回报，也不能许诺任何资金上的收益，只能提供相应的实物、服务等作为回报，否则将有非法集资的嫌疑。因此，大部分平台都采取奖励制，只有极少数在进行变通后的股权式众筹。

国内目前具有一定规模的众筹网站大约在 20 家左右，如点名时间、众筹网等，深圳比较成型的众筹平台仅有大家投等数家。大家投采用的正是变通后的股权式众筹，创业者在平台发布项目进行融资，并以出售股份给投资者作为回报。投资者可以选择领投或者跟投这一项目，如果认领的额度达到创业团队的要求，项目融资成功，

投资者可以成立一个有限合伙企业，由领投入负责把钱分期投给创业团队，并获取股份回报。

与声势浩大的 P2P 相比，众筹尚处于悄然萌芽阶段。众筹模式为创业公司提供一种全新的融资方式。创业者进行众筹，不仅门槛低，而且提出的创意或项目必须先得到大众的认可，相当于为产品提前做了市场预热。但如果国内法律条件不适当放宽，股权式众筹难以获得发展，对金融体系的影响将十分有限。

深圳互联网金融的发展前景

互联网金融对深圳来说是个重大历史机遇，因为深圳两大优势产业恰巧是互联网和金融。深圳是全国互联网发展的前沿阵地，也是首批电子商务示范城市，拥有华为、腾讯这样的全球 IT 行业巨头，金融服务和金融体系创新也一直走在全国前列，深交所是全国两大证券交易所之一，招商银行、平安银行已经成为股份商业银行的领头羊。

2014 年，许勤市长在作深圳市政府工作报告时指出，“（深圳）网络支付、借贷和股权众筹等互联网金融发展居全国前列”、并提及将“出台互联网金融政策，大力发展互联网金融等创新业态”。此前，深圳市政府发布的 2014 年一号文件——《深圳市人民政府关于充分发挥市场决定性作用全面深化金融改革创新若干意见》中，多次提及科技金融、网络金融、金融创新等内容，并用近 300 字的篇幅提及规范互联网金融的发展。2 月 13 日，为了进一步贯彻落实一号文件，深圳市政府常务会议审议并原则通过《关于支持促进互联网金融创新发展的指导意见》，强调要充分发挥深圳在金融、互联网和创新方面的叠加优势，大力推进互联网金融快速健康发展。

深圳市政府的上述动作可谓给深圳互联网金融发展注入了一针强心剂，起码从政策上来看是前景无限的。

互联网金融有利于解决中小企业融资问题和

促进民间金融的阳光化、规范化，因此，政府政策上肯定是采取支持鼓励的态度。互联网金融的发展变数主要来自于传统金融机构。双方将经历一场利益再分配的拉锯战。存汇贷是银行的基本业务，其中存贷利率差、理财产品代售为银行的主要利润来源。存贷业务，银行依然维持着高门槛，互联网公司暂时还未能有效介入，但理财产品代售已经让银行感受到了压力。去年“余额宝”的疯狂，让传统金融机构大跌眼镜。

在互联网金融的冲击下，银行“存款搬家”现象不断出现。2014 年 1 月份，银行短期存款骤降近万亿元。另据普华永道《2013 年中国十大上市银行业绩分析》中数据显示：截止到去年年末十大上市银行的存款总额为 65.07 万亿元，同比增长 9.53%，比 2012 年的 12.1% 放缓了近 3 个百分点。从总量上来看，互联网金融分流了几千亿到一万亿元之间，虽然和十大银行 65 万亿元的规模相比，影响有限，但这种趋势已经让银行有点坐立不安。

低息吸储、高息放贷，赚取中间利息差一直是银行的主要利润来源，一旦核心阵地被围，银行只能坐以待毙。因此，央行以“安全”为名叫停了腾讯和阿里的虚拟信用卡和二维码支付，而后，工行、农行、中行、建行四大行联手限额第三方支付，快捷支付单笔额度和单日累计基本限制在万元以下，最低的仅为 5000 元。从形势上看，监管日趋严格，传统银行正联手监管机构对互联网金融发起第一轮的防卫战争。但其防卫思路值得商榷。

在中国现行的体制下，互联网金融要获得健康快速发展，关键在于把握创新与监管之间的平衡。太激进的创新不利于金融体系的稳定，但太严苛的监管一样不利于金融体系的完善与革新。因此，在完善监管、扼守金融安全底线的同时，也应该积极鼓励互联网金融创新，推进金融体系的更新迭代。

（向隽 黄胜群）

解决跨境电子商务若干问题的思路

编者按：

近年来，国际市场贸易格局的变化几乎让传统外贸停滞不前，但跨境电商却逆势上扬，取得了快速的发展。据商务部公布数据显示，2012年，我国跨境电子商务交易额达到2万亿元人民币。2013年上半年，我国跨境贸易额增长了72.5%，深圳通过跨境电子商务模式出口的贸易量年均增速超过200%。跨境电商正在成为拉动深圳外贸出口增长的强劲动力。

《动态》总第9期，我们选刊了清华大学柴教授对于网络环境下国际贸易新特征的分析和对跨境电子商务现状和趋势的解读。本篇根据柴教授在深圳跨境电子商务课题研讨会的演讲，整理其中对若干问题的精辟观点，以飨读者。

跨境电子商务虽然在快速发展，但它仍然存在许多问题。我们该怎么看待这些问题？又怎样去提出解决方案呢？目前，跨境电子商务的问题大致可以概括为八个方面。

第一个是基础信息问题。基础信息问题无非是主体与客体的问题。主体问题是商家的资质，客体问题是商品的质量。如果这些都要平台去验证就增加了他们的经营成本。大多数商品的信息来源，可以说是灰色的。因为很多政府资源不对外开放。民间的平台想去质检总局，查询某个产品质量的好坏，质检总局不会告诉你他们的检验结果。政府拥有庞大的资源，我们主体信息、客体信息都散落在政府的不同部门，但它不对外开放。因此，企业的权威性、合法性，商品信息的准确性，商品的质量，事先都不知道。

基础信息问题是我们面对的第一个大问题。所以我一再强调要借力电子商务可信交易保障环

境。保障企业本身的基础信息和商品基础信息，要由企业自己通过公共的设施来进行发布。然后由公共设施和政府相关部门进行连同、确认，确保企业信息的真实和准确。确认完以后，形成一个规范、真实、准确、合法的主体和产品的信息库，然后免费开放给广大的网站。这样大家的经营成本就降低了。同时针对中国的跨境电子商务，可以再加一个多语言的处理环境，同时附上不同的语言，当它向俄罗斯人开放的时候用俄语，向美国人开放的时候用英语，这是一种公共设施。这种公共设施，我认为应该由中介机构提供，然后政府来买单，因为这不是一个企业能完成得了的事情。

第二个是通关问题。通关包括两大类，一大类是一般的货物贸易，一大类是快件。但通关的流程都一样，只不过一般的货物贸易有征税的环节，快件则没有。这种通关流程已经不适应国内的电子商务环境。因为一般的相对大批量的货物通关，时间周期长、费用高。这和电子商务小批量、高频、分散的特点相矛盾。在网络环境下，国际贸易的新特征注定了一般贸易通关不适合这种形式。同时，我们目前的规定是小件500块元以下可以快捷通关，这个如果不打破，国际贸易电子商务就很难发展。关于通关问题的解决方案，最关键的一条，是分送集报，这是总体原则。分送集报和我们现有的通关法规之间产生的最大矛盾是报关单上的问题和内部的商品信息问题。我们原来的报关单上，写的都是单个收货人，单个发货人，符合编码的商品。现在是一堆，多个发货人，多个收货人，多种商品，但是通关完之后要分拣。也就是整个通关过程是一个集散的过程。这种过程不能靠人工，要靠电子订单的自动处理。

现在完全可以做到。这才是一个通融化的解决方案。对于通关，要解决的最关键问题是什么？现在的电子商务法规，如果要结合跨境电子商务特点和通关的业务流程，就不仅仅是修订某一个，我梳理了一下，和通关相关的比较大的法规一共有十四项，包括国际贸易法、通关法等，如果每一个法规都挑出条款的话，那么就有一大堆需要修改，非常复杂。应该出台一个跨境电子商务的通关管理办法，把通关这些事情说清楚，只要它的范围是属于网上贸易的就适用这个办法。另外，指定相应的单证标准，单证已经变了，报关单的内容也变了，所以通关证也变了。

第三个是商检问题。传统的商检流程很简单，报检、审核、受理抽样、检验，就这几个步骤。商检的问题，跟海关相比，例外的情况或者说特殊的情况少了一点点，但是都是对事的。一般货物的商检主要是针对大批量的商品，周期长、费用高，而且按照目前的法律规定，非生产企业是没有报检资格的，但是我们目前发展跨境电子商务的都是平台，这就是一个障碍。所以报检的解决方案，也是集中报检的基本流程。一个报检单上有多个收货款单位，报关检验检疫后，再分散出去，这是一般性的流程，这个流程前提就是单独制定适合跨境电子商务发展的商品管理办法。和商品相关的法规有八个左右，如果需要修订的话，也太复杂了。所以要制定专门的管理办法，制定相应的单证标准。这是商检问题的解决方案，流程和通关基本差不多。

第四个是结汇问题。目前的结汇，把企业分为 ABC 三类。A 类主要是规模大的企业，其信誉好、合规性好，它可以凭报关单、合同或者发票其中一项就可以直接就去办结汇。对于 B 类和 C 类企业，监管则非常严格，尤其是 C 类企业，每一笔都要去登记一次。根据目前电商结汇的相关规定，所有的电商企业，想结汇的话，就需要去外汇管理局登记。它给你分类，分完之后才能

办理后面的结汇手续，去银行、外汇管理局办理。但目前的电商企业不太可能满足这个流程，于是想各种招数应付。有的和中国银行信用卡公司合作，通过信用卡结汇。另外比较规范的一类，就是直接由外币帐户结汇。还有一类，之前关于外汇管理局试点的 5 号文出来，说一部分满足条件的第三方支付机构，可以到外汇备付金银行里面，代理结汇。目前还是刚刚有这个想法，没有真实地进入试点阶段。

结汇的现状，问题出在哪？我觉得还是特点相关性。因为高频小额逐笔结汇，太复杂，即使能够结汇，也非常繁琐。虽然说现在外汇管理局要试点，但面临一个很重要的问题，就是怎么监管。如果是从事犯罪活动的，比如贩卖毒品、洗钱等，结款就成大问题了。我们的解决方案就是：第一，企业的 ABC 分类管理一定要取消。这里面好多的环节都是手工化、纸质化内容，没办法非常快速、有效、低成本地验证真实性、合法性。取消分类更想说清楚一件事情，是明确结汇必须有效地变成单证。而且这些电子单证，怎么出来？到什么地方去？只要明确这个，就用不着再去划分好几类企业，流程也就相应地简化。企业按需结汇，而不是按时结汇。这也可能是以后的一个大方向。至于结汇问题的解决方案，同样和上面一样，也要出台一个关于电子商务结汇的管理办法。因为经过梳理，和结汇相关的法规不下十个，并且其中有冲突或重复现象。

第五个是退缴税的问题。现在跨境电商主要是出口，由于卖家没有办法报关，谈不上征税和退税的问题，这些问题目前仍然在我们的视线以外，所以解决方案必须明确地把跨境电子商务退缴税纳入管理范畴。未来电商是一种主渠道，要把它纳入我们的管理范畴，制订退缴税政策。其实只要解决前面几个问题了，这个环节就容易了。这个环节的重要问题就是跨境电子商务退缴税，税费怎么制订？适合什么货物？我个人的观点

是：在试点跨境电子商务的时候，可以按照原来的税率去算，因为前面的环节打通以后，税率的调整，适合这个税率的范围。现在问题的根本实际上是不要把它纳入正常的规范管理渠道。

第六个是跨境支付问题。境内的第三方机构跨境支付的业务起步太晚。境外的支付企业尤其是贝宝，优势非常明显，贝宝深入到中国的支付领域去，怎样对它监管呢？这实际上涉及到国际游戏规则。关于解决方案，在制定相关的扶持政策促进境内支付企业发展的时候，要再仔细地琢磨一下。我们给政府提解决方案一定要具体化，出台什么优惠政策要说清楚。这种具体化目前还没做到位。政府支持加强跨境支付的监管力度，但是怎样去加强？加强监管，具体的方案是什么？不管是国内的还是国际的，都要监管，这样才有利于我们整个支付结算环节的规范发展。

第七个是跨境物流问题。有以下几个要点：第一个是出口货物，出口以前，流转时间长，从业人员不专业，这个和其它物流相比情况也差不多；第二个是传统等大宗货物进口，因为有进口税的限制，所以虽然有些进口口岸可能更方便，但是它不被选择；第三个是快件的渠道，商品在快件中间运转，很多进口口岸因为没有快件中心，所以就没办法用。最后一个，邮政基本上脱离了监管。这是目前跨境物流列出来的几个主要问题。关于跨境物流的解决方案，第一条是制定跨境物流的企业规范，明确企业的经营资质应该满足什么条件，规范企业和从业人员的行为，这是可行的。第二条，在我国主要口岸建设进口产品保税仓库，也有可能做得到。尤其是进口，为了提高用户体验，一定要预通关，就是先让货物进来，有了订单后再配送，订单完了之后再缴税。这种模式肯定是今后的趋势，问题也不是太大。关键是第三个，就是在国际口岸设置快件中心，具体什么才叫国际口岸？是不是不同的国际口岸，有的有快件中心，有的没有？另外，设置这么多快

件中心，怎样才算统一运作的流程？关于这一条，我们还得再斟酌斟酌。

第八个是跨境交易纠纷处理问题。第一，因为是跨境电子商务，暂时还没法律依据，我们想做一些事，但是不知道该做不该做。正因为如此这才是我们的机会。第二，没有机制，没有法律依据也就没有机制可言了。第三，没人。从事这个行当的人比较少，特别是面向网上渠道的。网下渠道，过去我们比较普遍的做法就是找国际纠纷的仲裁委员会，这是个基本的渠道。目前，处理跨境电子商务纠纷的渠道几乎是空白。关于这个问题的解决方案，众信中心研究了很长时间，现在也开始做试点。整体方案还是可以的。这件事情需求量很大，国际交易纠纷越来越多，需求增大的话，就需要一个政府部门来授权，应该有一个专业化的跨境电子商务纠纷解决机构来做这件事情。这个机构和电商企业、相关的专业团队，尤其和国外同等地位的交易纠纷服务机构对接，才能解决问题。既然是跨境贸易电子商务交易纠纷解决方案，解决纠纷的日常手段，一定是网络渠道。我们通过网络，通过信息交换共享，把境外的贸易商和境内的消费者，或者把境内的贸易商和境外的消费者，他们之间的纠纷，通过境内的服务机构和境外的服务机构进行网络上的对接，然后形成解决通道和调节机制。要特别需要注意的是，这个解决方案不涉及打官司，也就是采用非诉讼的解决办法。非诉讼的解决办法，就是律师咨询、调解，最严重就是仲裁。方案基本上是这样一个思路，比较符合目前电子商务发展的主要需求，或者说交易纠纷的主要需求。目前最主要的是要把这个主渠道建立起来。

上面说的这八个问题，瞄准的都是我们认为目前在跨境电子商务领域，比较受关注，或者是比较关键的问题。

跨境电子商务系列讲座

——第 42、44、45 期深圳电商大讲堂

编者按：

近年来，跨境电子商务成为国家层面关注的重点，陆续开放跨境电子商务试点城市，并在政策层面上对跨境电商予以重视和扶持。跨境电商市场规模的快速增长，吸引了越来越多的传统外贸企业和电商企业开始抢滩这一片诱人的外贸蓝海。作为全国的外贸重镇，深圳跨境电商成为外贸出口的新增长点。为帮助我市企业顺利开展跨境电商业务，为传统外贸企业及有意向开拓外贸市场的企业提供一个整合资源、快速搭建跨境电商渠道的交流平台。深圳市电子商务服务中心于今年上半年，联合递四方科技集团陆续举办六场跨境电子商务系列讲座。本期刊出系列讲座的前三场摘要内容。

一、企业如何在跨境电商渠道中选品

3月6日，举办了第42期电商大讲堂——《企业如何在跨境电商渠道中选品》。此次大讲堂是跨境电商系列讲座的第一期，旨在帮助国内传统外贸企业以及有意开拓外贸市场的企业提升产品的海外畅销度，借国家政策积极扶持之机拓展外贸电商的“蓝海”，将“中国制造”推向海外。递四方科技集团 ECOSS 供应链业务中心 COO 陈聪从跨境电商热销分类、品类结构构建、选品策略以及海外仓产品选品技巧四个方面为到场的嘉宾们深度讲解了跨境电商链条中最重要的选品环节。

陈聪表示，每个国家消费者的需求偏好决定了每个国家站点热门分类的差异，服装、电脑与电脑周边产品、汽车配件、手机通讯、珠宝以及家居类产品依然是国外消费者最为青睐的几个分类，美容护理和婚纱礼服等分类也在近几年迅速

崛起。一个合格的跨境电商企业，不仅要有好的产品，同时必须构建完善的品类结构。陈聪同时介绍了海外仓的优势：曝光率的提升、产品卖价的提升、物流时效的提升、产品规模的提升以及客户服务度的提升。他认为：产品周期较长的产品、热销的爆款以及被各大卖家看好的潜力新品比较适合备货海外仓。电子产品、户外用品、汽配产品、服装、家居用品、安防等产品则是备货海外仓的好选择。

二、跨境电商如何选择物流渠道

4月22日，举办了跨境电子商务系列讲座第二期——“跨境电商如何选择物流渠道”，递四方科技集团高级副总裁刘向东详细介绍了货源管理、销售门户、在线营销推广、管理系统、在线支付及物流管理等跨境电商主要环节，重点讲解目前跨境电商主要选择的物流渠道、以及海外物流及国内物流的对比分析等内容。最后，他强调，电商的基础是供应链物流，未来跨境电商竞争的焦点将集中在供应链物流解决方案上。

刘向东详细讲解了如何根据产品的类型、货物重量、物品价值等属性选择不同的物流渠道。目前以国际小包为主的邮政体系依然占据跨境物流市场的主导，服装、配件等小轻便的产品通过邮政体系配送，成本较低。但随着跨境电商产品结构的逐步升级和用户体验的改善，邮政专线、商业快递以及海外仓逐渐取代邮政小包，以家居类、汽配类为代表的重货越来越多的通过海外仓模式发货，基于海外仓，卖家能更好地进行供应链管理和库存预测，进而降低海外仓的使用成本，海外仓将是未来跨境电商的物流渠道首选。

三、跨境电商如何进行多渠道推广

5月13日，举办了跨境电商系列讲座第三期——“跨境电商如何进行多渠道推广”。递四方科技集团 ECOSSE 供应链业务中心 COO 陈聪受邀担任此次会议的主持人。谷歌高级行业经理庄斌，思齐软件营销副总监王睦超，博展集团项目总监陈佳胜以及比邻互动创始人傅志明莅临现场，并就搜索引擎优化、EDM 推广、海外媒体推广、以及海外知名社交媒体营销等线上线下等多渠道营销推广等话题分享了各自的经验和见解。

谷歌高级行业经理庄斌以 Google 最新研发的 google shopping 工具为案例，与到场嘉宾分享如何通过优化产品信息、优化产品关键字来提高自身产品的曝光度以及如何通过“再营销”的方式来获取优质客户，从而直接提升产品的销量和品牌的宣传。思齐软件营销副总监王睦超

通过介绍东南亚知名电商 Zalora、BUY.COM、Newegg 以及 Apple 等国际知名电商平台及企业的邮件营销案例，与大家分享如何通过市场定位、促销推广、客户信息收集等方式来增加客户的数量和忠诚度，从而进行更为精准的 EDM 投放。

虽然在国内传统媒体有江河日下之势，但在欧美等国家和地区，传统媒体依然占据着无法替代的地位。博展集团项目总监陈佳胜在现场与大家分享了如何通过传统媒体营销推广使自己的产品快速进入到海外消费者的眼球，最大效益化地提升产品的知名度和品牌效应。

比邻互动创始人傅志明与大家分享了多年来在社交网络媒体累积的营销推广方面的技巧。社区网站是全球网民的一大网络门户和流量入口，Facebook，Twitter 以及 Youtube 等知名社交网络媒体已经成为融入到国外消费者的生活当中，成为不可或缺的一部分。（电商中心采编）

基于 O2O 模式的服装行业电商发展趋势沙龙

——第 43 期深圳电商大讲堂

为了助推深圳传统优势领域服装产业的持续良性发展，帮助更多服装企业有效开展电商，提升品牌运营效能，开展更多精细化服务。深圳市电子商务服务中心联合深圳市服装行业协会、深圳市左键视觉科技有限公司于 3 月 18 日共同举办第 43 期电子商务大讲堂——“基于 O2O 模式的服装行业电商发展趋势沙龙”。

本次沙龙是深圳电子商务大讲堂促进产业资源整合、推动传统企业转型升级的一次重要实践。到场嘉宾就服装行业在移动互联网和 O2O 的趋势下如何发展展开了一场深度沟通和思维碰撞。

服装行业协会张洪涛秘书长表示，服装产业在电子商务转型中前赴后继，涌现了不少成功的商业模式，但无论什么模式，都需要回到产业本身，实现产业资源的整合与品牌价值回归。华阳

信通董事长黄新山觉得 O2O 是服装行业不可逆转的大趋势，传统零售企业的 O2O 核心是“三流”顾客流、粉丝流、交易流之间的相互转化，线下聚合传统零售企业的到店顾客流，线上激活粉丝流的参与度，最后打通线上线下，实现跨平台运营，脱离平台束缚，打造真正属于自己的顾客粉丝和数据运营体系。伊华欧秀电商总监李涛认为服装电商成功的四大要素：产品、推广、服务和视觉。在此过程中，科学有效的视觉营销凭借其精细化的服务成为企业实现品牌化的强大助力。深圳市左键视觉科技有限公司总经理易远认为移动互联时代品牌精准营销是大势所趋。传统企业以内容驱动产品的时代大幕业已拉开，品牌企业的互联网思维改造刻不容缓。（电商中心采编）

◎深圳:

深圳三家互联网金融产业园区挂牌

5月9日,深圳有三家互联网金融产业园区正式挂牌,规划总面积超过百万平方米,将集聚和培育一批互联网金融创新型企业,促进深圳互联网金融产业快速健康发展。这三家产业园分别位于深圳南山、福田和罗湖区。其中,南山互联网金融产业园将由政企合作共建,深圳市金融办、南山区政府与科技园集团合作共建“互联网金融产业园”服务中心。福田互联网金融产业园区坐落在福田保税区,由腾邦集团承接产业园的规划、建设和运作。罗湖互联网金融产业园位于蔡屋围、水贝黄金珠宝产业集聚区、莲塘互联网产业基地等之间,将与周边产业园区形成产业互动、空间衔接的大产业格局,共同构筑罗湖互联网金融产业园。(根据《深圳商报》相关内容编辑)

深圳多项云计算建设项目被纳入《广东省云计算发展规划》

4月11日,广东省政府印发《广东省云计算发展规划(2014-2020年)》。规划提出在2020年底前,将我省建设成全国云计算技术创新高地、云计算应用服务先行区、云平台和软件集聚区,打造成国际绿色云计算数据中心基地、全球云基础设施和云终端核心制造基地。

深圳市多项云计算领域建设项目被纳入广东省云计算发展重点工程。其中包括加快推进深圳超级计算中心建设,支持其建设综合型云计算公共平台;支持深圳软件园发展云计算产业,打造高端信息服务业发展高地;推进深圳国家云计算创新发展试点城市建设,探索云计算应用和服务模式;在深圳重点布局云终端及设备制造业,加强云终端技术创新及产业化,推出完整的云计算端到端解决方案等内容。(来源:电商中心采编)

深圳发布国内首个跨境电子商务地方标准

日前,由深圳检验检疫局编制的地方标准《网上交易进口商品质量信息规范》正式发布实施。该标准不仅是深圳市为创建国家电子商务示范城市制定的首个地方标准,也是国内首个跨境电子商务领域地方标准。该标准定义了符合网上商品交易需求的质量信息、服务平台、信息机构、登记单位等术语,规定了网上交易进口商品质量信息服务的基本要求和管理要求,并对进口商品质量信息服务系统进行了全面描述,对于规范网上交易的进口商品质量信息具有重要指导意义,将进一步推动深圳市乃至全国电子商务产业发展,提升深圳市进口商品质量信息管理水平。(来源:根据国家质量监督检验检疫总局网站相关内容编写)

罗湖区发布促进电子商务发展行动计划

日前,罗湖区政府常务会议通过《罗湖区促进电子商务发展行动计划(2014-2015年)》。这是该区先行先试打造国际消费中心、促进信息消费扩大内需、发挥电子商务对产业转型升级支撑作用的一项具体举措。按照行动计划,至2015年,罗湖电子商务企业聚集效应将明显提升,形成一区多园产业布局。即以莲塘互联网产业集聚区为中枢,依托辖区产业基础和电商聚集现状,分类建成3个以上电商主题园区,全区集聚电商企业2000家以上。电子商务交易总额力争达到2500亿元,其中网络零售额达到230亿元。(来源:根据罗湖区电子政务网相关内容编写)

腾讯前海银行正在资质审查阶段

关于腾讯是否已经拿到银监会关于民营银行的批文一事。深圳金融办称,“并无腾讯前

海银行拿到批文这一说，民营银行的所有消息均以银监会的发布为准。”腾讯方面称，已根据银监会批准牵头成立民营银行，目前仍在资质审查阶段。

自五家民营银行试点名单公布以来，民营银行的筹备情况备受瞩目，不断有各种消息传出。腾讯回应称，将完全依照银监会对民营银行的相关法律和规定筹建该民营银行。在传统银行业务基础上，借助腾讯在互联网行业的优势，围绕互联网金融进行创新，更高效率、更大范围地服务好用户。至于相关的银行筹备和业务模式等细节则暂不披露。（来源：根据《深圳特区报》相关内容编写）

深圳两家 P2P 网贷公司泡沫破裂

4 月份，深圳接连有两家 P2P 网贷公司“出事”：旺旺贷平台突然关闭，经查是跑路；钱海创投涉嫌非法吸收公众存款，多名犯罪嫌疑人已被警方刑事拘留，网站暂停运营。公开信息显示，旺旺贷推出的理财项目年化利率均在 18%—24%，并表示能提供本息保障，其担保公司为深圳纳百川担保有限公司，但据投资人及横岗派出所调查，该担保公司注册资料系伪造。另据深圳市公安局经侦局披露的消息显示，钱海创投法人代表王义等人未经金融监管部门批准，以泰喜航公司、久龄久集团有限公司等名义，在全国多地设立分公司或指定负责人，以高息为诱饵，通过公开宣传方式，向社会不特定对象吸收资金。其行为严重扰乱金融秩序，涉嫌触犯刑法，构成非法吸收公众存款犯罪。（来源：根据《深圳特区报》相关内容编写）

财付通打造手机 QQ 支付

近日，财付通对接手机 QQ 推出 QQ 钱包，这是继微信支付后，财付通布局移动支付业务的

又一产品。与微信支付不同的是，QQ 钱包立足于 QQ 社交生态圈，旨在为 QQ 用户提供个性化、全面、畅快的支付体验。财付通相关负责人表示，财付通 QQ 钱包的出现，将帮助手机 QQ 优化支付体验，实现消费闭环，整体拉升游戏等服务的营收，助力手机 QQ 由沟通工具向一站式生活消费平台转变；而手机 QQ 拥有高达 5.5 亿的月活跃用户，这个移动端优势也将为财付通在移动支付领域带来极强的延展性。（来源：根据《南方日报》相关内容编写）

深圳信息职业技术学院应届毕业生开发电子商圈平台

目前，深圳信息职业技术学院应届毕业生团队开发的“凯特利 O2O”电子商圈平台即将正式运行，平台现已与东门新白马商业广场和 1000 多家商户签订合作协议，并吸引了一些风投公司的关注与支持。据悉，该创业团队注册成立了深信圈圈电子商务有限公司，“凯特利 O2O”电子商圈平台是一种类似于淘宝的电子商务平台，通过打造商家与商家之间的合作，为商家提供电子商务运营管理服务。不同于商家与商家呈分割状的传统 O2O 模式，“凯特利 O2O”平台主要通过促使商家之间产生合作，交换自身优势产品来降低成本，最终让普通消费者得到更多实惠。（来源：根据《深圳特区报》相关内容编写）

◎国内：

阿里巴巴集团正式赴美 IPO

阿里提交 IPO 招股书

北京时间 5 月 7 日，阿里巴巴集团正式向美国证券交易委员会提交了 IPO 招股书。招股书显示，阿里巴巴集团计划通过此次交易筹集

10 亿美元资金，拟在纽约证券交易所或纳斯达克全球市场挂牌，股票代码尚未确定。分析人士称，按照惯例，这是招股书的第一版本，10 亿美元数字仅属于占位符，目的是为了便于测算费率，募资金额有可能在此后的发行过程当中，在新版本招股书中出现调整。华尔街分析师预测，阿里巴巴集团的筹资额将在 150 亿美元到 200 亿美元之间，瑞士信贷、德银、高盛、摩根大通、摩根士丹利和花旗负责此次 IPO 的承销。招股书披露了阿里巴巴的股权结构：日本软银集团持股 34.4%，雅虎持股 22.6%，马云持股 8.9%，阿里巴巴联合创始人蔡崇信持股 3.6%。

招股书被指缺少细节数据 重要问题悬而未决

许多投资者与分析师表示，在阿里提交的长达 2000 多页的招股书中，许多重要的问题悬而未决，其中包括：占大部分营收来源的主要电商平台各自的业绩表现、电子支付关联公司支付宝业务的细节、公司近期一连串高额收购的意图以及公司改善物流的方案。

招股书显示，马云所持的股权少于大股东软银与雅虎，但他和一组由 28 人组成的合伙人可以提名大多数董事。招股书并未给出这些合伙人的名字，只是说这些人是阿里或相关公司管理层的成员。支付宝对阿里业务运营至关重要，但阿里公司并没在支付宝中占股。招股书也未披露支付宝的财务数据。在招股书中，阿里并未清楚地列出它同 14 家地方物流公司合作的财务细节。

移动业务存在局限

移动业务对于阿里巴巴的重要性不言而喻。在招股书中，阿里巴巴提到了公司的快速增长以及不断扩大的利润率，但是这也令外界对于该公司手机流量盈利能力的担忧升温。在移动互联网的趋势下，如果一家公司的业务无法展现出从个人电脑到移动设备的良好转变，那么无疑将失去

投资者的青睐。阿里的移动业务面临巨大竞争压力，尤其是来自腾讯的压力。微信的成功，令腾讯在移动领域占得先机。腾讯目前正在通过微信将潜在消费者导向京东，腾讯持有京东 15% 的股权。为了弥补自身在移动端的弱点，阿里上市前进行了大量投资，如收购 UC 66% 的股份和高德软件全部股权。阿里表示，可能将在移动领域收购更多资产。但这些投资，再加上移动领域的激烈竞争，可能会开始侵蚀阿里巴巴水平极高的营业利润率，该公司去年第四季度的营业利润率超过 50%。

为何着急上市

根据与雅虎的协议，阿里必须在 2015 年 12 月之前上市才能回购雅虎手中的一半股份。同时，京东的突袭上市，也给阿里带来了不小的压力。这些都迫使阿里必须加快上市步伐。尽管阿里在中国电子商务市场占据主导地位，但阿里过分依赖电子商务板块的问题凸显。阿里近年来大力投资的其他业务，如阿里云、高德地图、小微贷款等业务，但占比不足 5%。阿里在移动电商领域的销售份额占 81%，但其危机明显。阿里目前还没有一款拳头产品主导移动市场的未来发展，在和腾讯、百度的竞争中，已处于下风。因此，在移动端之争有阶段性成果之前，为了规避竞争可能给自己带来的负面影响，阿里必须抓紧时机上市。

再次错失互联网巨头，中国股市资本投资政策引反思

截至今年 3 月 24 日，在美国上市的中国互联网企业已有 39 家，包括新浪、搜狐、网易、百度、奇虎、唯品会等，腾讯则在香港上市。互联网是中国经济最具成长性的产业，但是过去十多年，大量优质企业出走，应该引起中国资本市场的反思。

许多中国互联网公司大股东是海外风投，政

策上只能允许海外上市，阿里巴巴集团的招股书显示，其最大股东并非创始人马云，而是日本企业软银集团。阿里集团股权架构采用的是 VIE 结构和合伙人制度。VIE 结构，也称之为“协议控制”。具体而言就是，境内公司为了境外私募与境外上市，在境外注册离岸公司，境外离岸公司再与境内公司签订一系列协议来成为内资公司业务的实际受益人和资产控制人。因为国内对外商投资互联网有限制，VIE 架构则可规避这一限制。互联网是新兴产业，很难从银行贷款，多数寄希望于风投。回顾国内各大互联网公司的发展历程，会发现扶持这些企业走过“死亡谷”的大多是海外风险投资。在目前政策框架下，外资在国内上市，是有障碍的，只能选择在海外上市。（根据网络相关内容编写）

李克强：网购是趋势不应该挡 要扶持发展

3 月 26 日，国务院总理李克强在经济形势座谈会上表示，“网购在大幅度增长，这是个趋势，不应该挡，反过来讲，它又带动了大量的就业。所以，作为一种新兴业态，我们还要扶持它健康发展。” 网上购物确实已经成为一种趋势。商务部统计数据显示，2013 年，我国网络购物销售额增长 31.9%，增长幅度远高于实体购物销售，分别比百货店、超市和专业店高出 21.6、23.6 和 24.4 个百分点。李克强建议统计工作要特别小心，不要因为统计、税收等措施，压制打压到新兴业态的发展。他表示，政府要把市场和准入标准放宽，适度监管，既要控制风险，也要给网购市场一个发展的空间。（来源：根据《每日经济新闻》相关内容编写）

央行：互联网金融监管应遵循五大原则

中国人民银行近日发布的《中国金融稳定报

告（2014）》提出，我国互联网金融还处于发展的观察期，需要处理好鼓励创新与消费者权益保护、风险防范之间的关系，按照“鼓励创新、防范风险、趋利避害、健康发展”的总体要求，对其予以适度监管。《报告》认为，我国互联网金融监管应遵循五大原则：一是互联网金融创新必须坚持金融服务实体经济的本质要求，合理把握创新的界限和力度；二是互联网金融创新应服从宏观调控和金融稳定的总体要求；三是要切实维护消费者的合法权益；四是要维护公平竞争的市场秩序；五是要处理好政府监管和自律管理的关系，充分发挥行业自律的作用。（来源：根据《人民日报》相关内容编写）

银监会：P2P 网络借贷不得触碰四条红线

4 月 21 日，银监会处置办负责人刘张君表示，P2P 网络借贷平台作为一种新兴金融业态，在鼓励其创新发展的同时，要明确四条边界：一是要明确平台的中介性质，二是要明确平台本身不得提供担保，三是不得将归集资金搞资金池，四是不得非法吸收公众资金。另外，刘张君介绍，网络借贷涉嫌非法集资主要有以下三种情况：一是搞资金池；二是网贷平台未能及时发现甚至默许借款人在平台上以多个虚假借款人的名义募集资金，用于投资房地产、股票、债券、期货等；三是个别 P2P 网络借贷平台经营者，发布虚假的高利借款标的募集资金，采取借新还旧的庞氏骗局模式，短期内募集大量资金。（来源：根据中国网相关内容编写）

互联网金融分类监管加速

4 月 10 日，中国人民银行条法司司长穆怀朋表示，人民银行正在会同有关部门制订《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》。对互联网金融从业机构仍然要实行必要的监管。第三方

支付、P2P 网络借贷、股权众筹以及网销基金等业务的本质内容,仍然是传统金融所处理的支付、借贷、股权融资和投资的业务。因此,可以在现有金融监管部门的职能框架内,对互联网金融实行分类监管。在博鳌论坛期间,银监会副主席阎庆民称,由银监会牵头承担对 P2P 监管的相关研究工作刚刚开始。另据了解,众筹和余额宝类产品归属证监会监管,第三方支付归属人民银行监管。可见,互联网金融分类监管已经有所明确,落地工作也在加速推进。(来源:根据《第一财经日报》相关内容编写)

广东省电子商务专项资金支持项目启动

4月4日,广东省经济和信息化委和广东省财政厅联合下发《关于组织申报省级电子商务专项资金支持项目的通知》。文件针对在广东省注册成立的企业法人或企业法人从事电子商务业务进行资金扶持,具体支持方向有以下三个方面:一是电子商务公共服务中心、园区建设项目,要求为注册登记的实体机构、具有公益性质;二是支持家电、陶瓷、服装、家具等省内优势行业性电商平台建设,要求平台交易额超过10亿元;三是农村电子商务集聚区升级项目,要求以村为单位申报,全村年电子商务交易额超过1亿元,农家网店数超过1000家。详情登陆网站 www.gdczt.gov.cn。(来源:电商中心采编)

第115届广交会成交额下降12.64%

5月5日,第115届广交会落幕,本届广交会累计出口成交1911.84亿元人民币,同比下降12.64%。对此,广交会新闻发言人、中国对外贸易中心副主任刘建军认为,关于此次参会人数和成交额出现下降,根本原因是外贸形势复杂。虽然有电子商务等一些因素的影响,但比较有限。

因为,大多数的商家还是愿意采取线上线下相结合的方式,既在互联网上了解商品信息,也到实体展会,例如广交会这种重要的展会来收集用户体验。同时,他也表示,广交会不仅仅是企业看样成交的平台,更是展示营销和交流的平台,企业参加广交会已经不单纯是以成交为目的。因此,不能简单以到会客商数和成交额作为衡量广交会成果的标准。(根据凤凰网相关内容编写)

余额宝走下神坛,收益连续破5

根据天弘基金公布的数据显示,5月11日,余额宝的7日年化收益率为4.985%,首次跌破了5%,12日晚间,余额宝收益率再度下降至4.969%,这也是余额宝收益连续第七天下跌。值得注意的是,5月12日仅百度百赚利滚利、壹钱包活钱宝、京东小金库嘉实活钱包等9款宝宝类产品7日年化收益率居于5%以上,其他理财产品均跌入“4时代”。而余额宝的有力竞争对手理财通也在近日跌破了5%,11日,理财通的7日年化收益率报4.893%。4月以来,市场资金面相对宽松,也是余额宝等“宝宝军团”收益率持续回落的一个原因。根据银行间市场利率显示,中短期利率持续下降。分析人士表示,随着市场资金面的持续宽松,余额宝等互联网理财产品将出现持续下跌的局面。有统计数据显示,货币基金平均年化收益率在3%-4%之间,超过5%的很少。(根据《北京商报》相关内容编写)

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。

本刊欢迎政府主管部门、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：dsdt@szecsc.org.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