

电子商务动态

2015第 **1** 期 (总第16期)

◎特别报道

新常态中行进的一年——2014年深圳电子商务综述
深圳电子商务大事记(2014年)

◎专题研究

2013年跨境电子商务报告

◎热点追踪

福田区互联网产业与电子商务发展情况
2014年盐田区互联网产业发展简况

◎数据观察

支付宝十年账单 深圳用户2014年人均支付超2.8万

◎行业动态

市国税局等六部门发布电子发票应用试点公告
深圳开出首张电子发票
李克强见证前海微众银行第一笔贷款

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



2015年1月30日（第十六期）

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

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 刘毅刚
徐 静 石兴中 杨忠民 陈跃群

主 编：夏 葵

副主编：田雨弘 王瑞琼

编 辑：管浩宇 张奕跃
鲁贞松 黄妙瑜

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：88916851
传 真：83786186-8888
电子邮箱：dsdt@szecsc.org.cn

（印数 1000册）

◎卷首语

在新常态中扬帆致远.....01

◎特别报道

新常态中行进的一年
——2014年深圳电子商务综述.....02
深圳电子商务大事记(2014年).....06

◎专题研究

2013年跨境电子商务报告.....08

◎热点追踪

福田区互联网产业与电子商务发展情况.....12
2014年盐田区互联网产业发展简况.....16

◎数据观察

支付宝十年账单 深圳用户2014年人均支付超2.8万.....18

◎行业动态

市国税局等六部门发布电子发票应用试点公告.....20
深圳开出首张电子发票.....20
李克强见证前海微众银行第一笔贷款.....20

在新常态中扬帆致远

时移世易，斗转星移。2014年，在我们的无限眷恋中，渐渐远去；2015年，在我们的热情期待中，款款而至。眷恋，是因为我们对过去的一年有太多的回忆；期待，是因为我们对新开启的一年有太多的憧憬。

刚刚作别的2014年，“新常态”成为分析中国经济发展的最热词汇，也成为中国经济发展的大逻辑。电子商务以其对经济转型和产业升级的重要引擎作用，成为“新常态”这一大逻辑中最受瞩目的领域。一年来，深圳电子商务在“新常态”中砥砺前行，在逢山开路的改革创新中笃行致远。

这一年，深圳电子商务交易额突破万亿元，跨上新的台阶。

这一年，我市跨境贸易电子商务交易额前三季度交易总额达110.62亿美元，国内有近六成的跨境电商出口商集聚深圳，位居全国首位。

这一年，深圳电子商务示范创建工作又有新成果。国家批准深圳开展跨境电商进出口双向全程试点，市政府以“搭平台、建系统、探模式、定规制、推试点、建体系”六条实施路径推进试点工作。前海跨境通关试点项目全程启动；跨境电商支付试点进展顺利，截止10月，第三方支付交易规模已经近3万亿，保持全国最具影响力地位。

这一年，深圳物流业“因电商而热”。以顺丰为龙头的14000余家物流企业集聚深圳，国内80%以上的供应链管理公司在深圳设立总部，深圳正在积极搭建亚太电子商务供应链中心。

这一年，“电子商务大讲堂”、“深商e天下”、“众信网”三位一体构建起社会化、开放式的公共服务平台。深圳电子商务公共服务体系发展成型、日臻完善，成为持续推进电子商务健康发展的强大正能量。

检视过去的一年，深圳以改革者的英姿，保持了国内电子商务领跑者的地位，信心满怀地向国家和人民呈交了2014年的答卷。

2015年是全面贯彻落实党的十八大和十八届三中、四中全会精神，在新常态下促进经济平稳、健康发展的新一年。认识新常态、适应新常态、引领新常态，是国家对深圳电子商务发展的时代拷问。

走过二十年岁月的中国互联网，站在大有可为的新起点上。当前互联网经济、电子商务正以其时代性标志和日益强势的渗透力，成为全球认同的推动传统经济转型升级的新经济形态。以电子商务构建更具效率的大生产、大流通平台，成为经济发展新常态的核心要素。在新常态逻辑里，增长动力已从要素驱动、投资驱动转向创新驱动，电子商务正日益成为经济发展模式创新驱动的先导力量和重要抓手。

天时人事日相催，冬至阳生春又来。

生活总是充满希望的，成功总是属于积极进取、不懈追求的人们。新的一年来临之际，我们期望深圳电子商务“扬帆破浪再远航”，我们祝愿充满希望的生活、充满活力追求的人们，共同谱写电子商务发展的时代新篇，共同见证我们投身的事业与宏伟“中国梦”波澜壮阔的前行。

新常态中行进的一年

——2014年深圳电子商务综述

毫无疑问,2014年是深圳电子商务带着世人瞩目的光彩,实现重要跨越的一年。在过去的一年里,深圳电子商务坚定贯彻市委市政府的“三化一平台”的战略决策,抓紧国内外经济调整带来的发展机遇,在全球经济及国内经济“低速增长”的变局中,仍旧保持可持续的增长势头。“拥抱互联网经济,传统企业加快电商化转型升级”成为2014年深圳经济发展模式的年度特征。电子商务的深化应用成为打造“深圳质量”,实现有质量的稳定增长和可持续的全面发展的强劲动力。生机勃勃的电子商务应用与创新发展成为深圳经济发展的新常态。

宏观进展——第一梯队的领跑者

据统计,2014年前三季度深圳电子商务交易额达10350.22亿元;网络零售额达727.11亿元,预计全年将超过1000亿元;由此前50%的年增速,可预期今后几年深圳电子商务交易额仍将前行在每年30%以上增速的快车道。在2013年外贸出口总额连续21年居全国大中城市首位、外贸进出口以5373.6亿美元占全国进出口总值的12.9%等先进业绩的支撑下,2014年前三季度,深圳跨境电子商务交易总额达110.62亿美元,继续保持国内领先地位。

根据“阿里巴巴电子商务发展指数”(aEDI)体系测评,阿里研究院评测的中国电子商务发展百佳城市榜单中,深圳名列榜首,超过北京、上海、广州和杭州。在外贸网商密度、网购消费者密度和内贸网商密度、零售网商密度等四个细分指标排名中,深圳分别列居全国两个第一和第二。

据支付宝发布的“十年全民账单”显示,深圳2014年人均支付28185元(其中人均购物支出为11127元),是2004年的34.3倍,居广东省首位、全国第9位。2014年“双十一”期间,深圳在淘宝和天猫平台交易额为16.1亿元,位居广东省第一。企业方面,华为和富安娜入选成交额排名前20的商家名单。

电商生态日趋完善

2014年,深圳持续推进国家电子商务示范城市创建工作,政府宏观层面的政策创新导向与时俱进。在《深圳互联网产业振兴发展规划》等战略决策的定位指引下,今年相继推出、实施《深圳市关于进一步促进电子商务发展的若干措施》、《关于促进深圳电子商务物流业发展的若干措施》、《关于促进互联网金融创新发展的指导意见》等重要政策,以创新和务实性的政策导向,助力传统产业破解在物流、支付、跨境贸易等环节的电子商务瓶颈。

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,电子商务标准规范体系的基本框架基本呈现,目前,已出台包括《电子商务市场主体分类及编码规范》在内的电子商务标准规范36部。

“深商e天下”的电子商务公共交易服务平台、“众信网”的电子商务诚信公共服务平台以及“电子商务大讲堂”电子商务宣传推广公共服务平台,三位一体构建起的深圳电子商务公共服务体系,成为持续推进电子商务健康发展的正能量。由市经贸信息委牵头的跨部门电子商务统计工作联席会议制度,加强了对全市电子商务统计工作的指导和协调,补齐了新兴产业统计的短板。深圳市电子商务信息管理平台建设运行平稳,2014年已全面启动电子商务统计的季报和年报统计工作,定期发布统计报告。

整体而言,2014年,深圳的电子商务不仅在深化应用迈上万亿交易额的新台阶,而且跨接信息流、物流、资金流及商流的电商产业链日趋稳健而兴旺,在构建电子商务发展的良性生态环境方面体现了新思维、取得了新进展。深圳电子商务的各项指标稳居国内第一梯队,继续保持创建国家电子商务示范城市的领跑者。

跨境电商——稳居国内半壁江山

2013年,我市跨境贸易电子商务交易额达到133.9亿美元,同比增长151.7%,占全年外贸进出

口总额的2.5%。2014年前三季度,跨境电子商务交易总额达110.62亿美元,异军突起的跨境电子商务,已成为我市转变外贸发展方式的重要抓手。根据海关的统计,国内有近六成的跨境电商出口商集聚深圳,位居全国首位。国际邮寄小包的数量,深圳也占五成以上。

在国家跨境电商试点方面,海关总署批准深圳开展跨境电商的进口与出口双向试点。为此,市政府制定《推进跨境贸易电子商务服务试点实施方案》,提出“搭平台、建系统、探模式、定规制、推试点、建体系”6条实施试点路径。结合电子商务重构传统贸易方式的目标,研究制定既适合深圳特点,又具有全国示范效应的跨境电子商务落地政策、管理制度及标准规范,创新全流程业务管理模式。作为深圳“三化一平台”战略重心的前海,率先启动前海服务区跨境电商进出口双向通道的全流程试点,50余家跨境电商企业完成6万个品类的备案,16家企业通过前海保税港区出货。这预示着连接国内外两个市场的电商“新丝路”将从前海扩展。

在外贸综合服务领域,阿里巴巴完成对一达通的全资收购成为年内业界热点。一达通在深圳首创了以电子商务形式为中小企业提供外贸综合服务模式,建立了国内第一家进出口流程外包服务平台,通过互联网(IE+IT)一站式功能,为中小企业和个人提供通关、物流、外汇、退税、金融等主要进出口环节服务,集约应用分散的外贸服务资源,实现了对传统外贸经营模式的创新性变革,目前服务客户数量已将近1.8万家。阿里巴巴的收购是深圳电商创新成就与全球化电商平台巨子的融合亮点,在客户资源、市场拓展、业务融合的双向激励方面,以及借力发展深圳电商模式创新方面,前程未可限量。

电商物流——欲创亚太供应链中心

物流是电商产业链不可或缺的重要支撑环节,截止2014年11月,深圳现代物流业增加值1223.56亿元,港口货物吞吐量20343.93万吨;集装箱吞吐量2190.36万标准箱,年均增速超过15.4%。深圳物流产值已突破1000亿元,发展水平

接近先进国家和地区。据《全球互联网供应链创新观察报告》,深圳现有物流公司14800多家,供应链公司300多家,且集中了全国80%以上的供应链管理公司的总部,这些公司的业务触及全球,深圳创建亚太供应链中心的目标指日可待。深圳是第一个把物流作为支柱产业的城市,深圳也是第一个提出供应链金融的城市;在深圳起家的怡亚通是国内第一家以供应链业务上市的企业。阿里巴巴正是看好深圳物流的区位与创新优势,才将其“大物流”战略的菜鸟网络科技有限公司注册在深圳,并与大铲湾港口投资发展有限公司合作启动“中国智能物流骨干网”项目。

深圳市也是国家供应链优秀企业、示范企业最多的城市之一,无论是供应链的理论研究,还是供应链的实践都走在全国的前列。

2013年海关总署公布的中国一般贸易出口企业百强榜中,深圳有4家外贸供应链企业进入榜单的前20名。供应链管理服务与电子商务、金融服务融合互动,打造“二合一”、“三合一”的服务外包平台,已成为深圳供应链服务发展的方向和一大特色。领军企业怡亚通在全球拥有150多家分子公司,服务网络遍布全国380个主要城市及欧美、东南亚、澳洲等主要国家,为全球100余家世界500强及1000多家国内外知名企业提供专业供应链服务,已建成覆盖国内380个城市的深度分销与分销执行平台,涉及IT、家电、快速消费品、粮油、汽车后市场等领域,平台上至少集纳了全球数千亿元资金,受到平台辐射的企业不下2万家,怡亚通已成为我国专业化服务外包企业的先行者。

在跨境供应链服务领域,递四方发展成为目前中国最专业、市场份额最大的跨境电子商务物流供应链服务商,在全球5个国家或地区建立了海外仓和40个分销服务网点,可以满足跨国电子商务所有类型的物流需求,是3万家B2C商户的首选物流仓储服务商。

7月1日,在全国铁路实行新列车运行图中,北京、上海、广州、深圳四地开通3对6列“电商专列”。铁路总公司推出的“电商专列”,用特快旅客列车的速度,专门针对网络购物商品进行运输,并逐步形成覆盖长三角、珠三角、环渤海及中西部地区的

快递铁路运输网络。深圳成为国内“电商专列”的首选目的地，深圳顺丰也成为首批加入“电商专列”的四家公司之一。

传统产业触网——转型升级助推力

大力推进传统企业以电子商务实现转型升级，是2014年深化电商应用的重点。2014年，传统产业触网有两条清晰的发展路径：

一是支持大型骨干企业以其产业供应链协同为重点，深化电子商务应用，进而带动中小企业的电子商务应用，形成以产业链条为主导的纵向发展。这一模式在传统供应链企业和电子信息制造企业成效显著。信利康、华富洋等传统供应链企业整合传统业务资源，搭建以互联网技术支撑、以电子商务经营的供应链服务平台，为客户提供包括国际采购、分销执行、VMI服务、虚拟生产、进出口通关、运输管理、仓储、配送、资金结算、供应链金融等服务。降低企业的运营成本，优化企业服务水平与供应链运作成本的平衡，提升企业核心竞争力。富士康、华为、中兴等全球知名的电子信息制造企业，在力推产业链电子商务方面也成效显著，其B2B的上下游配套供应厂商交易额成为我市电商交易的主体。近年来，这些制造业巨头强化了对电子商务的应用，大力推进F2C(B2C)。富士康启动了富连网，主要销售富士康代工品牌的产品，拓展在线销售渠道；华为启动了华为商城（VMALL），网上营销手机、平板电脑、宽带网络产品；中兴启动了中兴手机商城（MYZTE）。

二是推进O2O，创新业态产业链。传统商贸企业是最先涉足互联网和电子商务的领域。面对电商的冲击，深圳传统百货正努力在“触网”和实体店经营实行“两线作战”，越来越多的传统百货巨头开始涉足电商业务，选择了O2O的大融合发展战略。天虹商场是深圳本土百货“触电”走得最远的企业，自1998年启动网上天虹，积累了丰富的O2O营销模式，依托天虹品牌在全国60家直营分店布局，已经建立了O2O融合的天虹网上商城。2014年天虹商场电子商务实行新拓展，联手腾讯微生活，推出了“天虹微信”、“天虹微店APP客户

端”等多种购物体验渠道，成为国内首个接入微信O2O的百货公司。至今移动端粉丝过150万、移动端可销售约6万单品。茂业、岁宝等品牌零售商也将启动O2O全渠道战略，减少专柜数量，调整商业业态，实现线上线下全渠道购物体验。

深圳珠宝知名连锁企业周大福也在试水通过线上社交媒体传播，加强实体店的产品体验及售后服务，打造O2O模式，并使之成为其未来的核心竞争力。该公司2013年电子商务的零售额同比增长90.7%，其线上店面日均访问量达12.2万人次，同比增长50.6%。

电商企业与实体企业销售方式的相互融合进一步推动了深圳电子商务的发展，实体经济的电子商务化将成为传统产业发展和转型升级的主要特点。

垂直细分领域——龙头平台强势

深圳的电商平台优势，没有向天猫、京东、苏宁这样的超级电商综合交易平台方向发展，而是依托深圳产业、服务和创新优势，创新出众多细分领域的龙头企业，体现出较高的特色化和专业化水平。如：

在商旅服务领域，腾邦国际是国内最大的航空客运销售代理企业之一，也是商旅服务领域首家登陆国内资本市场的上市公司；芒果网成为目前国内排名第三的在线旅游服务提供商，也是中国最全最大的邮轮预订平台。

在电子信息领域，华强电子网打造出了中国最大最完善的电子元器件B2B服务平台，注册用户遍及全球200多个国家和地区，覆盖600万电子元器件型号。

在外贸综合服务领域，一达通首创了以电子商务形式为中小企业提供外贸综合服务模式，建立了国内第一家进出口流程外包服务平台，受到国务院及国家发改委、海关总署的高度肯定。

在农产品流通领域，中农网作为国内一流的农产品流通领域信息化服务承建商，已经为全国100多家农产品批发市场搭建信息化建设项目，并制订了全国性农产品价格参考指数。

在文化艺术领域，雅昌艺术网在国内艺术界独占鳌头，已拥有50万专业会员，几乎垄断了国内艺术品资源。

在服装时尚设计领域，蝶讯网旗下的服装网、鞋业网、箱包网、商务网、代购网、EPD高端趋势网是目前国内最大、亚洲领先的服装、鞋、箱、包等领域的专业设计资讯网站。蝶讯网的VIP会员在2013年11月份已突破110万（独立设计师）和16.5万（企业会员），国内一线品牌95%以上公司成为网站会员。

运营服务——基础稳健业态完善

深圳在国家电子商务格局中始终保持强劲的发展势头，得益于坚实的基础服务支撑。

在电商支付领域，至2014年，央行批准深圳第三方支付牌照计20家，并批准财付通和钱宝作为国家跨境支付的试点。截止2013年12月末，两家机构实现跨境收支量合计约660多万美元，还原交易约4万笔，在全国处于领先地位。

虽然，深圳执牌机构数不足全国十分之一，但是，此前年平台交易额已占据全国四分之一，初步统计，2014年第三季度深圳第三方支付交易规模突破2.7万亿，成为国家第三方支付的重镇。中国银联从深圳起步，开始走向全国、走向世界。财付通作为腾讯公司创办的在线支付平台，按交易额来算，国内排名第二，占据20%的市场份额，仅次于阿里巴巴公司的支付宝。财付通支持拍拍网及40多万家购物网站购物支付，与广大商户共享3亿腾讯QQ营销用户资源。同时提供提现、收款、付款等配套账户功能，以及手机充值、游戏充值、信用卡还款、机票专区等特色便民服务。快付通、银盛科技、钱宝科技、网购科技、快汇宝、年年卡网络都是国内具有行业影响力的电子商务支付与技术支撑平台，其业务不仅涵盖国内主要大中银行，而且实现与美国运通、美国发现金融服务、JCB、万事达和VISA国际合作，取得PCI数据标准认证。

在技术服务领域，金证科技以其技术优势和创新的商业模式，成为互联网金融领域有影响力的技术服务商。华阳信通以与淘宝、天猫、京东商城和一号店等知名平台的二维码电子凭证服务战略合作，雄踞国内二维码全产业链应用服务提供商和O2O综合服务提供商。左键视觉以其目前国内工业

化程度最高、专业化程度最强、规模最大的互联网全媒介视觉服务，已成为腾讯电商、淘宝商城、TCL官网等知名购物平台视觉标准制定的服务机构。

在资本运作领域，电子商务企业掀起新一轮上市浪潮，2013年至今，深圳已有兰亭集势、易迅天空（500彩票网）、环球易购（上市公司并购）、科通芯城等多家电子商务企业上市，市值达100亿元。据可调查资料，2014年有资本经营机构向深圳8家电子商务企业（项目）投资7.5亿元。腾讯支付2.146亿美元获取京东上市前在外流通普通股15%，并与京东在B2C平台、QQ网购、C2C平台进行资产权益合作，在微信和手机QQ客户端开展运营资源的合作，成为深圳电子商务资本运作的亮点。

在国家宏观政策的引导和全社会共同奋斗下，2014年是深圳电子商务高潮迭起的一年，是企业创新活力迸发的一年，也是进入新常态发展轨道的一年。“雄关漫道真如铁，而今迈步从头越”，中央经济工作会议指出，我国经济正在向形态更高级、分工更复杂、结构更合理的阶段演进，经济发展进入新常态。认识新常态，适应新常态，引领新常态，是当前和今后一个时期我国经济发展的大逻辑。集约性发展、互补性发展、创新性发展，在进一步改革创新中创机遇、谋发展是深圳电子商务在新形势下的发展逻辑。掌握这个发展逻辑，跟上这个发展逻辑，就能顺势而为，开拓新领域，成就新业绩。伴随时代列车驶入2015年，电子商务新常态的壮丽画卷正在徐徐展开，让我们满怀信心，充满朝气，健步前行。

（根据深圳市经济贸易和信息化委员会生产服务业处提供资料编写）

附件：深圳电子商务大事记（2014年）

深圳电子商务大事记（2014年）

一、《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》发布

3月15日,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》,提出将依托深圳高新技术产业发达、互联网资源丰富和金融创新突出的优势,着力推动互联网和金融的融合,进一步巩固和提升深圳全国金融中心地位。5月9日,市政府对福田、南山、罗湖互联网金融产业园进行授牌。11月6日,深圳市互联网金融协会正式筹建。

二、深圳市电子商务统计直报平台进入常态化运行

2014年深圳市政府建立由市区两级21家行政管理单位组成的电子商务统计工作联席会议制度,由市电子商务服务中心运维管理深圳市电子商务信息管理平台,编制年度、季度报告。4月,市电子商务服务中心配合商务部完成针对典型电子商务企业的电子商务行业发展分析报告。7月,联合统计局发布深圳市2014年上半年电子商务发展报告。

三、国家批准深圳开展电子商务进出口双向跨境试点,前海正式启动试点

7月,在国务院的直接关心下,深圳获批进口电商试点资质,成为第七个国家跨境电商进口试点城市。8月26日,市政府常务会议通过《深圳市推进跨境贸易电子商务服务试点实施方案》。9月9日,前海湾保税港区跨境贸易电子商务进口试点正式启动,标志着前海在跨境电商领域进出口双向通道的全程开通,预示着连接国内外两个市场的电商“新丝路”将从前海扩展开来。应行业发展需求,深圳市跨境电子商务协会正式成立。

四、《关于促进深圳电子商务物流业发展的若干措施》出台

9月4日,市政府常务会议审议并原则通过了

《关于促进深圳电子商务物流业发展的若干措施》。《若干措施》将通过促进电商物流创新融合发展、完善基础设施建设、推进行业规范管理、营造优良发展环境等方面措施,加快发展电子商务物流业。

五、深圳立法规范快递业发展 支持快递业与电子商务融合发展

5月27日,市政府常务会议审议并原则通过了《深圳市发展快递业管理规定》,于8月1日起实施,深圳由此成为全国首个对快递业立法的城市。内容包括:支持快递业与电子商务、金融业融合发展;制定电商平台业务高峰期应急预案;完善跨境贸易电子商务快件管理和跨境快递服务通关环境。

六、深圳出台促进外贸发展28条,大力发展跨境电子商务

6月4日,《深圳市促进外贸稳定增长和提升质量的若干措施》出台,《措施》重点提出了大力发展跨境电子商务,支持服务贸易重点企业加快发展。

七、深圳发布国内首个跨境电子商务地方标准

4月1日,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。

八、罗湖区发布促进电子商务发展行动计划

4月17日,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)》,并升级产业扶持政策,结合罗湖电子商务产业发展的实际需要,出台《罗湖区产业转型升级专项资金扶持电子商务发展实施细则(试行)》。2014“礼享罗湖”突出移动消费,美食文化节引入1000多商

家。12月20日，深圳市罗湖区电子商务产业联盟正式揭牌成立。

九、深圳第三方支付持牌企业达20家

7月15日，央行发放第五批第三方支付牌照。深圳新增4家企业获批，分别是：瑞银信息技术有限公司、国采支付科技有限公司、乐刷科技有限公司、迅联智付网络有限公司。在跨境电子商务外汇支付业务试点方面，除了财付通、钱宝科技获得试点资质外，深圳快汇宝（智付平台）也在申请批准中。

十、深圳居全国“电商百佳”之首

阿里研究院发布的《2013中国城市电子商务发展指数报告》显示，深圳的电子商务发展指数位列全国第一。在外贸网商密度、网购消费者密度和内贸网商密度、零售网商密度等四个细分指标排名中，深圳分别列居全国两个第一和第二。

十一、深圳电子商务企业受资本追捧

3月6日，中环运控股集团成功登陆澳洲亚太证券交易所。6月24日，迅雷网络技术有限公司在美国纳斯达克上市。7月18日，科通芯城在香港联合交易所上市。8月7日，乐逗游戏母公司深圳市创梦天地科技有限公司成功登陆纳斯达克。

在并购领域，阿里巴巴完成对深圳一达通企业服务公司全资收购；新浪全资收购深圳市中网彩网络旗下网站爱彩网；华谊兄弟以2.66亿元收购深圳市华宇讯科技有限公司旗下卖座网；百圆裤业以10.32亿元收购深圳跨境电商环球易购；亿赞普3亿元收购深圳钱宝科技有限公司。

在投融资领域，递四方获得IDG融资5000万美元；深圳人人聚财完成A轮融资1亿元；深圳彼爱钻石获得3000万美元C轮融资；爱美购获得同创伟业A轮数千万元投资；深圳土巴兔获红杉资本价值近亿元B轮投资；深圳珠宝垂直电商东方美宝商城获A轮2000万元融资；深圳他拍档电子商务有限公司获得2250万元A轮投资；科通芯城获得慧聪网2000万美元F轮融资；深圳市找库科技有限公司获得数千万元A轮融资；深圳红酒电商品尚红酒完成1.5亿元C轮融资；顺友物流获得数千万元融资。

十二、“深商e天下”国际版上线

“深商e天下”国际版于8月26日正式上线。“深商e天下”国际版是由深圳市政府特别支持、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有限公司与深圳市对外经济贸易服务中心承办的专业外贸平台。

十三、我市完成三个电子商务法立法调研

深圳市今年完成了《电子商务可信交易环境建设研究》、《数据电文及电子合同研究》、《在线数据产品产权保护研究》三个电子商务法立法课题调研，项目成果合计34万字，共计90个立法条文。

十四、首列电商铁路专列启动 深圳迎来“快递春天”

首列电商快递专列于7月1日正式在上海与深圳之间运行，这是铁路部门为适应电商发展在运输模式上的创新。电商专列将改变过去以公路运输为主的模式，大大降低运输成本，提高快件时效。

十五、深圳互联网明星企业腾讯投资京东，成立前海微众银行

2014年，腾讯先后投资华南城、京东等企业。其中，3月10日，腾讯支付2.146亿美元获取京东上市前在外流通普通股15%，并与京东在B2C平台、QQ网购、C2C平台进行资产权益合作，在微信和手机QQ客户端开展运营资源的合作，成为深圳电子商务资本运作的亮点。7月25日，银监会批准深圳前海微众银行筹建申请。12月12日，前海微众银行股份有限公司正式获批开业。前海微众银行为国内首家民营银行，由腾讯、百业源、立业等企业发起。

十六、顺丰开通国际线路

6月，顺丰与立陶宛邮政签订战略合作协议，二者将合作建立欧洲第二大物流枢纽中心，开拓欧洲战场。7月23日，顺丰速运启动中国至俄罗斯的跨境B2C服务项目。随后，顺丰速运“全球顺”业务首批开通香港至内地线路。11月17日，顺丰联手荷兰邮政推出“欧洲小包”。

2013年跨境电子商务报告

根据全球无卡支付网和国际支付方案提供商 Payvision 公司对投资方、商业服务提供方、独立销售组织方、支付服务提供方以及在线商人进行的一次全球性调查结果显示: 2012年, 全球跨境电子商务市场规模超过1万亿美元, 同比增长约21%。跨境B2C电子商务达到3000亿美元。

从区域上看, 欧洲地区成为全球最大电子商务市场。2012年, 欧洲电子商务市场规模实现4126亿美元, 占全球电子商务市场的35.1%; 北美地区电子商务市场规模达到3895亿美元, 占全球33.1%; 亚太地区是全球增长最快的第三大电子商务市场, 总交易额达到3016亿美元, 占全球的25.7%; 拉美地区是电子商务的新兴市场, 交易总额达到557亿美元, 占全球的4.8%; 最后是中东和北非地区, 交易额占到全球的1.3%。

一、欧洲跨境电子商务市场规模最大

欧洲的8.2亿居民中有5.3亿互联网用户, 2.59亿在线购物用户。2012年, 欧洲在线购物包裹达到35亿个, 电子商务为欧洲贡献了大约5%的GDP。欧洲B2C电子商务的税收同比增长19%, 达到3116亿欧元, 其中61%的税收由英国、德国和法国这三个国家贡献。在欧盟28国电子商务销售量达到2770亿欧元, 占整个欧洲市场的88.7%, 年增长率达到18%。欧洲电子商务协会希望, 在2016年底之前, 欧洲B2C电子商务市场能够翻倍, 达到6250亿欧元。

在欧洲, 移动电话渗透率超过100%, 这意味着每个人至少拥有一部以上的手机。平均来说, 5.5%的电子商务交易都是通过移动设备进行的。欧洲跨境电子商务买家的主力军是挪威、瑞典、芬兰、比利时、荷兰、卢森堡, 这些国家的消费者对于从网上购买国外的东西尤为热衷。

欧洲电子商务市场可以分为北部成熟的市场、南部增长迅速的市场和东部新兴市场。一旦资金和

物流体系有所改善, 东欧将会有很大改变。仅以俄罗斯来说, 该国共有6000万互联网用户、1500万在线购物用户和很高的移动设备渗透率, 电子商务发展环境较好。但俄罗斯较低的信用卡渗透率、民众对银行缺少信任以及落后的运送服务等, 导致俄罗斯的电子商务仍停留在现金交易阶段。尽管如此, 俄罗斯的在线零售市场依然有望在2016年达到160亿美元。

想要攻克欧洲市场的商户们, 应该调整多渠道策略以适应地区偏好, 在这些地区, 印刷商品目录或搞“交易周”活动很受欢迎。商户必须理解不同地区之间的差异, 包括语言、文化、法律、顾客喜好和支付方式之间的区别。以支付方式为例, 荷兰的 Ideal、比利时的 Mister cash、法国的 Carte Bleue, 都是各自国家很受欢迎的支付方式。欧洲立法的多样性, 也阻碍了跨境电子商务的进一步发展。埃森哲对146家欧洲商户进行了调研, 超过四分之一的受访者认为, 如果能够利用多渠道机会销售在线和跨境物品, 他们的销售额会增长25%。

促进在线商务增长, 目前已成为欧盟的经常性议题。超过一半的欧洲前300强在线零售商都在跨境销售, 欧盟在线买家的数量也在不断扩大。如果产品和服务是线上销售, 那么产品和服务会是来自美国商户或是欧洲近邻的商户。在欧洲, 能看见由一个共同语言所驱动的跨境电子商务环境; 澳洲和瑞士会从德国的电子零售商买货, 比利时的商店会在法国的网站上卖东西, 这些都取决于他们有共同的语言。2012年, 欧盟对美国的电子商务销售额也增长了9.8%。

二、美国跨境电子商务市场最受欢迎

美国拥有3.15亿居民, 2.55亿网民, 1.84亿在线购买者。美国和加拿大在线总销售额达到3895亿美元, 占到全球的33.1%, 在在线零售领域, 美国是世界上最大的市场。除拍卖外, 2013年美国在线零售预期为2620亿美元, 比2012年增长13%。美国

在线零售行业从业人数超过40万人，由于手机等移动设备的应用，美国电子商务的销售额在2017年有望达到3700亿美元。

CyberSource的调研显示，超过半数的美国电子商户都从国外接受订单。尼尔森调查表明，美国（45%）是最受欢迎的跨境市场，紧接着是英国（37%）、中国大陆（26%）、中国香港（25%）、加拿大（18%）、澳大利亚（16%）和德国（14%）。在跨境运送服务方式中，45%的美国商户会选择标准邮政渠道。商品类别方面，服装、消费电子以及家庭用品网店的增长率较大。信用卡成为美国在线支付的首选。

在线支付是美国3/4网购者的钟爱，但是具有可替代性的移动支付方式正越来越流行。虽然移动电子商务在2011年只占了电子商务的9%的份额，但这一比例在2012年已经上升到了20%。美国移动支付在全球的份额达到了1/3。

平板电脑也逐渐在全球在线买家中流行起来。北美平板电脑用户占到全球的47%。平均来说，通过智能手机或平板电脑网购的人要比用电脑的人买得更多。目前，88%的美国网民都在网购，这一数字还在上升。

美国与邻国加拿大以及英国、澳大利亚、新西兰都使用英语，消除了电子商务的语言障碍。西班牙语是美国的第二大语言，亚利桑那州、加利福尼亚州、得克萨斯州、新墨西哥州等地方，有3700万美国公民说西班牙语。中文和法语也是美国特定地区的语言，这可以推动美国与相应语言的地区之间开展电子商务。

加拿大的互联网、手机和银行服务的普及率很高，但由于加拿大地广人稀，物流对于加拿大偏远地区来说是一个挑战。加拿大也是美国跨境电子商务的重要市场之一，因为其税率比美国要更加优惠。60%的加拿大人从美国网购，其中38%的加拿大人生活在安大略省。这里相对较低的物流费和相对较低的汇率，使加拿大居民的网购热情有增无减。加拿大信用卡的渗透率也非常高，81%的在线支付都是信用卡支付，紧随其后的是使用PayPal

（42%）。这些因素都促进了跨境金融的发展。

三、亚洲跨境电子商务市场中国中产阶级人数已超过美国

亚洲各地区之间有着极强的联系。排名前三的跨境电子商务地区分别是：中国香港（96%），中国大陆（90%），日本（71%）。从卡的支付总量来看，前五名都分布在环太平洋地区。

亚洲数字产业发展呈现出不同的情况。在一些国家，例如印度，互联网的渗透率只有8%，但使用互联网的用户数量却很高。相比之下，日本有着相当高的互联网普及率（78%），但它的网民却只有1.01亿，明显小于印度的1.37亿网民。中国有5.86亿互联网用户，没有达到总人口的一半，但由于总量大，中国的网购十分活跃。

在亚洲在线销售中，日本和韩国独树一帜，他们有80%的人活跃在网上，大部分人都会网购。韩国拥有4G网络服务于电子商务市场，连接速度位列世界前茅。25%的韩国人和18%的日本网购者都会海淘。中国有5.64亿网民，其中50%的人会网购及海淘。中国增长的中产阶级数量已经达到了3亿（和整个美国的人口差不多），同时拥有5亿多网民，2亿多的在线买家和从2006年开始每年78%的增长率，中国对于想拓展海外市场的商户来说是一个大金矿。

中国的城市和郊区在手机、银行、电子消费者方面有着很大差异。农村的体系十分不健全，在物流和配送等电商看中的关键性因素方面，更是存在较大差距。上海、北京和深圳是中国前三大电商市场，香港和澳门紧随其后。

Payvision首席执行官认为：“亚洲正在出现越来越多的电子零售商，也正在生产越来越多的消费电子产品，亚洲正在吸引着全世界的消费者直接到这里购买。”中国的物流服务提供者和全球收购方将努力推动中国跨境电子商务的发展。由于中产阶级增长较为迅猛，中国正日益成为最吸引国际零售商的天堂。只要中国商户能够与全球收购方和国际支付服务提供者展开合作，中国出口产品很快就能到达国外商店。

在全世界的互联网使用者中,前5名中有3个亚洲国家:中国、日本和印度。在12亿人口的印度有1.37亿人使用互联网。这一比例相对较小,主要是由于在印度偏远地区只有3%的人口拥有网络。印度的网络状况十分多样化,城镇和农村的情况相差悬殊。20%的印度城市人口上网,在中国,这一比例是60%。尽管如此,印度在线交易量在2011年仍达到了1亿美元,其中2/3的在线交易是通过手机完成的。马来西亚也是未来电子商务发展的潜力股,超过半数的人口都上网,并且银行客户比例很高。而在印度,旅行开支占了在线支付的大部分,其次是书籍销售。

日本和韩国电商成熟度较高。日本是亚洲第二大电子商务市场,电子商务的渗透率达到了97%,2012年,在线销售额达到640亿美元。日本的卡支付业务普及率非常高,信用卡是52%的日本在线购物者支付的首选,共有5600万张日本银行卡在市场上流通。半数的日本电子买家会用智能手机和平板电脑在线购物。旅行支付收入达到16亿美元,化妆品、衣服、小商品的零售额增长了125%。

四、拉丁美洲的跨境电子商务市场

预计拉丁美洲的电子商务市场将从2011年的430亿美元增长到2013年的690亿美元。2012年,巴西9400万互联网用户在电子商务中的消费达到160亿美元,同比增长26%。在互联网普及率方面,哥伦比亚、阿根廷、委内瑞拉以及乌拉圭表现不俗。这些数据反映了一个持续增长的拉丁美洲电子商务市场和在这些邻近国家之间的跨境交易机会,这些国家中的大多数都使用西班牙语。尽管这些地区信用卡普及率相对较低,74%的拉丁美洲网民网购时倾向于使用信用卡。除信用卡之外,拉丁美洲的网民也使用电子资金转账(41%)、借记卡(41%),还有26%的用户在交易时使用现金。除了服装和电子产品外(41%),拉丁美洲的网上购物者们也购买多媒体/娱乐产品(36%)、电器(35%)、电脑硬件(33%)、演出和活动门票以及应用程序(31%)。

拉丁美洲是一个新兴市场,预计到2013年年底,B2C电子商务销售额将达到690亿美元。在过去5年里,拉丁美洲电子商务规模几乎增长了两倍。在巴西,到2015年,在线销售将增加178%,达到260亿美元。拉丁美洲居民越来越多地购买电子消费品、书籍、美妆和时尚产品,旅游、电子产品和在线门票销售从电子商务中获益匪浅。在线旅游产生的收益占巴西全部电子商务收入的33%。

2015年,估计有1亿巴西人将通过他们的智能手机访问互联网,这将促进移动商务的增长。由于其规模和地理原因,巴西同中国一样,面临着来自物流和运输方面的挑战。除了扎实的基础设施和交通设施外,更需要额外的安全措施。巴西政府正对空中运输、装运港口进行投资,并通过补充立法来防止欺诈。尽管巴西商人关注于国内贸易,但对于国外电商来说,这个幅员辽阔、人口最密集的地区蕴藏着巨大潜力。

阿根廷、智利和乌拉圭是拉丁美洲典型的使用西班牙语的国家。2013年,阿根廷电子商务增长了45%;哥伦比亚在线销售额增长了40%。墨西哥互联网协会调查显示,2012年,墨西哥电子商务增长了46%,达到60亿美元。截至2018年底,墨西哥将会有超过1.5亿的活跃的手机用户。Ipsos OTX公司调查数据显示,48%的墨西哥网民愿意用智能手机或者平板电脑来支付。墨西哥因邻近美国,所以电子商务方面有着巨大的潜力。唯一阻力是互联网速度比其他地方慢很多。

墨西哥B2C电子商务市场在2013年将会增长30%。在线销售将在2013年底增长到80亿美元。墨西哥有1.15亿人口,如果墨西哥发展互联网经济系统,那么,它将会跟随着巴西的步伐。墨西哥的金融和物流体系都在发展,同时它还有许多非银行客户的居民,信用卡的普及率也很低,因此拉丁美洲是跨境电子商务未开掘的金矿。

智利在线商务市场规模约15亿美元。智利宣称拥有强大的技术体系,较高的手机、信用卡和互联网普及率以及世界上很高的购物敏感度。智利人在线消

费比北美人花得更多。智利人平均每人拥有2.6张信用卡。

eBay在Mercado Libre（译为“自由市场”，阿根廷著名的电子商务网站）拥有18%的市场份额，并在整个拉丁美洲形成了一个电子商务平台，其近一半的收入来自巴西买家。自由市场吸引了拉丁美洲81%的在线买家，55%的人会购物。拉丁美洲人喜欢上购物网站浏览、比价，但不一定会完成购买。90%的电子买家会用智能手机来浏览网页上的商品，商店和通过社交媒体来讨论产品的质量和价格。只有23%的消费者会通过移动设备来下订单。

社交媒体在拉丁美洲非常受欢迎，平均每天都有1.15亿人访问社交网络，因此Facebook和Twitter也是电子商务的驱动力。由于地理位置和共同的语言及文化，智利、阿根廷、乌拉圭之间的跨境电子商务都非常有潜力。出于同样的原因，哥伦比亚在线买家也会从西班牙语邻国搜索产品。

五、澳大利亚和新西兰的跨境电子商务市场

根据Fiftyone公司的调查，世界上超过三分之一的“强力”买家来自北美，超过四分之一的“强力”买家来自欧洲。而澳大利亚和新西兰的“强力”买家的数量超过了英国的三倍，尽管人口数量并不太多。

2013年，澳大利亚在线电子商务市场规模约为377亿美元。澳大利亚邮局中，超过66%的包裹来自电子商务交易。从2011年开始，包裹总量以每年13%的速度增长。国际邮政公司估计，通过电子商务交易的包裹将会超过传统邮件，澳大利亚是第一个在下一个十年内达到这个目标的国家。

澳大利亚超过90%的网购者都使用信用卡。2010年，在线旅行购物超过64亿美元，年增长率达到11%，旅行和食品已经占到澳大利亚零售商销售的50%，其次是电脑和个人电子产品。在线销售已经占据澳大利亚零售市场的较大份额，其中超过四分之一的是零售业。

作为大洋洲的一部分，新西兰也开始意识到电子商务会带来巨大益处。超过半数新西兰人都在网

上冲浪，但97%的新西兰人上网是为了搜索产品信息和在线服务。新西兰PriceMe在线比价网站调查了在线客户行为，20%的受访者认为他们在线购物的一半来自于离岸网站，30%的受访者认为用移动电话购物更加舒心。

当进入到多渠道的线下和线上商务时，品牌营销、物流和配送成为在线商户面临的三大挑战。由于地域较广，在大洋洲发展物流和运送需要更多投资，因此成本需要和顾客共摊。致力于现代物流服务的商户们将会获得更多的客源，并会在电子商务提供的机会中获得更多利润。

驱车到达下一个大城市购买生活用品需要6个小时，这就解释了为什么在这一区域的网购者中，35%的人是农村居民。对购买者而言，主要的驱动力是便利性。跨境电子商务的买家并不是被价格和舒适度所吸引，而是被国外多种多样的商品和服务所吸引。

92%的澳大利亚人曾经进行过网购。全球19%的跨境电子商务买家住在澳大利亚和新西兰。澳大利亚已经成为国际出口的新宠。40%的在线花费都指向海外，占澳大利亚每年包裹服务的19%。

太平洋地区的“强力”买家对亚太地区电子商务增长有着促进作用。共同的语言可以促进美国、加拿大、英国以及澳洲的“强力”跨境电子商务市场的增长。美国电商还应该考虑针对澳大利亚出口产品低于1000澳元免除关税的情况，太平洋地区是一个有着巨大上升空间的跨境电子商务市场。

（编译：工业和信息化部国际经济技术合作中心）

深圳市电子商务巡礼

福田区互联网产业与电子商务发展情况

一、福田区互联网产业发展总体情况

福田区互联网产业稳步发展，网民规模、企业规模、电子商务交易规模、互联网渗透率、优质企业数量等均全市领先，产业发展环境不断完善、产业资源加速聚集，行业覆盖广、产业链条日益优化，良好的基础与支撑环境进一步推进物联网、云计算、移动互联网等新一代信息技术的创新与应用。

（一）网民数量规模突破百万

据深圳市网络媒体协会联合中国互联网络信息中心发布的《2012-2013深圳市互联网发展状况研究报告》，2013年我区网民规模达111万人。其中，网民中本地户籍网民比例达47.1%，比全市平均水平高12.6%；宽带网民比例达96.2%；95.5%的网民在家里上网；上网时长每周达31.9小时，高于全市的30.1小时，远高于全国的9.6小时。

（二）互联网渗透率全市第一

《2012-2013深圳市互联网发展状况研究报告》显示，2013年，我区互联网渗透率在全市各区中排名第一，达82.0%，高于全市的78.1%，超过北美（78.6%）和日本（79%）。

（三）政策环境不断优化完善

我区从2009年起，陆续出台多项政策文件，先后发布了《加速推动战略性新兴产业发展的指导意见（2013-2017年）》、《福田区促进科技创新发展二十一条工作方案》等政策文件，推动互联网产业发展，使互联网服务业和电子商务成为辖区高端服务业的重要组成部分，使我区成为深圳乃至全国的互联网产业和电子商务领先城区。

（四）企业主体数量规模居首

据深圳市市场监督管理局工商登记注册数据搜索结果，截止2013年12月，我区共有互联网与电子商务企业主体17690家，全市居首，占比27.9%。在市场监管局统计的深圳市重点网络商品交易网站中，我区企业占比约四成，远高于其他兄弟城区。

（五）产业规模、交易规模递增

2013年，我区互联网产业规模与电子商务交易规模持续增长，据测算，互联网产业规模月均增长率约14%，电子商务交易规模约3000亿元。据福田区统计局数据，2013年我区互联网产业规模为182.7亿元。

深圳市电子商务产业区域结构总体以我区、罗湖区与南山区为核心，三区电子商务交易总规模约占全市60%。据估测，2012年，我区电子商务交易规模约2000亿元，占全市近四成。按全市近三年42.2%的平均增长速度计，2013年我区电子商务交易规模可达3000亿元。

（六）产业优势资源加速聚集

互联网以科技为本，区委区政府高度重视科技工作及产业空间挖掘，且我区科技园区已纳入深圳大高新区范畴，辖区更多的企业将能享受到未来深圳大高新区的优惠政策。目前，由我区政府主导的“福田国际电子商务产业园”、“上沙创新科技园”、“八卦岭基地”、“英达利科技数码园”四个产业园与科技孵化基地总建筑面积达11.8万平方米，高效集聚了大量产业优秀资源。其中，“福田国际电子商务产业园”成为首批商务部认定的“国家电子商务示范基地”，是深圳市唯一一家获此殊荣的园区，聚集了爱婴岛等300多家互联网与电子商务企业，包括互联网基础服务、互联网应用服务、网络新技术研发、电子商务等多种业态；园区启动“新一代孵化器”为集聚园区的孵化企业提供全面服务，并建设CEO智库聚集产业优质人才。

“梅林国际电子商务产业带”建设启动，按照《梅林片区规划产业带规划方案》，沿北环大道北侧一带将打造成为电商及全产业链集聚中心和转型升级示范区，梅林将成为电子商务全产业链高端要素的集聚地和国际性电商企业与人才汇集平台，加速促进“环CBD高端产业带”实体经济与网络经济的融合发展。

（七）行业覆盖广、产业链条全

我区已聚集众多优秀互联网与电子商务企业与龙头，覆盖实体行业如电子、服装、农产品、艺术品

等,代表企业有华强电子网、走秀网、中农网等;服务行业如旅游、文化、票务、设计、人力资源、搜索等,代表企业有芒果网、蝶讯网、宜搜科技等。涵盖互联网基础服务、商务服务、网络交易、支付金融、供应链物流、信用安全等产业链关键环节,代表企业有快付通、顺丰速运、夏龙通信。此外,还有移商网、蝶塘电子商务等模式创新电商企业,华联粮油等电子商务应用转型企业,更有软件开发环境国家重点实验室(深圳)、国家卫星应用产品质量监督检验中心等5家高端创新企业相继落户我区。

(八) 新型信息技术创新应用

我区从科技政策创新、科技投入、产业空间挖掘、创新资源聚集、高新技术产业和科学普及等方面不断优化科技发展环境,基于良好的科技发展环境,物联网、云计算、移动互联网等新一代信息技术的创新应用进一步深入,助推区域企业转型、产业升级,助力“数字福田”、“智慧城市”建设。四个科技孵化基地、新落成的“深圳国际创新中心”,以及“深圳物联网检测中心”、“新一代信息通信技术试验及演示平台”、“福田区软件公共技术平台”等公共技术服务平台,为区内企业,尤其是中小企业提供了发展平台,创新企业、创新产品陆续涌现。

二、福田区电子商务发展主要特点

日渐完善的网络基础环境、可信交易环境、服务支撑环境为我区电子商务的健康有序发展提供了保障。结合调研数据,从发展环境与支撑体系、电商发展与企业运营两大方面分析,我区电子商务主要呈现如下特点:

(一) 发展环境与支撑体系

1、互联网络基础环境进一步优化

我区实现高端商务楼宇和区、街道办、社区工作站居民办事场所WIFI全覆盖,推进智慧福田项目深入发展;中国移动已基本完成我区4G网络覆盖,可支撑涵盖市政管理、商务办公、居民休闲、公共交通、工业区、文教区等各种价值区域的业务应用。

2、可信环境建设参与度加速提升

我区全力支持深圳市电子商务可信交易环境建设试点工作,从资金上支持落户我区的可信交易环

境建设承担单位众信中心,并从产业政策上对电子商务可信交易环境配套和应用工程予以支持,在推进电子商务可信交易环境建设方面成效显著。我区企业积极参与配合网络诚信体系共建,主动申请主体身份与资质验证、参与标准编写等。截止2013年底,深圳市成功申领标识的网站(铺)共计约8万4千家,在其中近1万家独立网商中,我区企业占比27.7%。

3、服务体系应需而优并有效支撑

我区电子商务产业链结构随着产业专业化、细分化的发展之势与市场之需自我调整,电商支撑服务体系仍以企业基础服务为主,如广告服务、企业建站、咨询培训服务等。顺应近年在线支付、电商人才、搜索技术、微信营销支付等关键要素的发展需要与热门工具的应用需求,网上支付、人力资源招聘、搜索引擎、即时通讯等相关服务在产业链中的位置有所提升。

(二) 电商发展与企业运营

4、电商应用增长,电商加速渗透市场

在企业总数增长的同时,我区电子商务应用企业占比提升。根据抽样调查显示,53.5%为电子商务应用类企业,提升近15个百分点;46.5%为电子商务服务类企业,为应用类企业提供支撑。

5、重点行业为电子商务主要应用领域

我区电子商务应用仍主要集中在区重点行业,在电子商务应用行业方面,通信电子类产品占32.2%、数码电脑产品占21.8%、服装服饰占8.5%、礼品工艺饰品占8.5%。此外,相比2012年调研数据,服装服饰、农产品两行业的电子商务应用程度有所增长。

6、企业主体依托大电商平台发展电商

调研数据显示,我区近六成的电商企业通过入驻第三方交易服务平台设立网店网铺开展电子商务,阿里巴巴及淘宝网等主流平台仍是企业首选;参与调研的企业中有约40%的企业建立了企业网站或自建交易平台,其中九成左右为信息展示类网站。

7、年轻态,竞争烈,电商“小而美”

电子商务企业大部分为年轻企业,据调研数据,我区近五成是年龄在1-2年的初创型企业,80%的经营时间在1-5年。同2011年相比,企业成

立后1~3年内退出市场的比例较高，大约在5%~10%。

员工规模方面，我区电子商务企业中，84.5%的电子商务从业人员10人以下，员工规模在200人以上的大中型企业占比约0.4%。

8、电商企业稳步发展，成长空间巨大

从经营状况来看，2013年，区内通过开展电子商务实现50万以下销售额的电子商务应用企业占区电商企业总数的89.0%，90.4%的企业通过电商服务实现的年经营收入在100万元以内，与2012年分布情况相当。

从发展情况来看，调研数据显示，应用类企业中，75%以上的企业在电子商务业务中实现销售增长。4.1%的增长在五成以上，81.5%的企业增长率在10%以下，其中约24.8%的企业未实现增长或负增长；服务类企业中，有81.2%的企业电商营收增长在10%以下，有6.4%的企业电商营收增长率在50%以上，其中约31.2%的企业未实现增长或负增长。

从发展空间来看，参与调研的企业中，64.6%的企业以电商模式实现的销售额占总销售额的10%以下，回落约1个百分点；8.8%的企业为纯电商应用企业，增长约0.7个百分点。电子商务服务类企业中，64.5%的电商服务营收占各企业总服务收入比例的10%以下，回落约1.3个百分点，21.0%的企业达到80%以上，增长约1个百分点。

两期调研数据的变动情况反映出：一是我区更多企业以电商作为手段促进发展与转型，对线上与线下、传统与新型、横向与纵向进行业务拓展、创新与融合；二是我区开展或涉足电子商务的企业数量增长，但以初创及年轻型企业为主，电商应用深度仍有巨大挖掘空间；三是少部分企业电商运用力度加大，实现了电子商务业务的深入与扩展。

三、福田区互联网产业与电子商务发展突破口

我区作为全市中心，有良好的网络设施与网络用户基础，从产业发展状况来看，下述五点将是我区下一阶段产业发展升级的突破口：

一是支撑体系与发展环境优化，但服务需求有待培育，服务覆盖面仍有巨大拓展空间，公共服务

平台功能有待进一步完善；

二是产业链资源丰富，行业覆盖广，但聚集效应有待进一步提升，以促进产业协同发展；

三是互联网与电子商务企业多，但有待培育更多龙头企业，带动产业效率加速提升；

四是电子商务应用面广且规模增长，但应用深度、模式创新有待进一步挖掘与推动；

五是科技环境不断完善、创新应用不乏，但重大攻关技术、创新技术有待更多突破，应鼓励创新活动与宣传，加强品牌建设。

四、下一步工作思路

（一）深化落实产业目标，持续完善发展扶持政策

积极推动并深化落实区政府《加速推动战略性新兴产业发展的指导意见（2013-2017年）》中关于互联网与电子商务，以及相关的新一代信息通讯技术、物联网、云计算等战略性高端产业的发展举措与目标。进一步推进梅林国际电子商务产业带的建设规划及配套管理、扶持、优惠等政策的研究制定。统筹安排《福田区产业发展专项资金科技发展分项》，重点扶持科技领域前沿技术、共性和关键技术攻关、电子商务产业链关键环节培育、创新能力提升、人才培育和引进等，鼓励扶持第三方电子商务交易平台建设、供应链电子商务服务平台建设等项目。

（二）推进市场秩序规范，指导产业健康有序发展

继续支持鼓励技术联盟、产业联盟、标准联盟、行业协会的成立发展，加强行业中介协调与产业标准体系建设，进一步推广自下而上的标准研制模式，鼓励企业参与标准化建设，加速推进市场主体、在线产品、电子支付、交易凭证、物流配送、纠纷维权、安全认证、信用服务等电子商务全流程标准规范的研制与应用推广。大力支持深圳市电子商务知识产权与在线纠纷解决等方面的立法工作。

（三）进一步优化产业的发展环境与支撑服务体系

推进智慧城区、数字福田建设，加快移动电子商务基础设施和公共平台建设完善，进一步推进电子政务、电子公共服务应用，推广“智慧福田WIFI通”应用。全力支持深圳市电子商务可信交易环境建设工作，配合建立全市统一的电子商务服务企业交易诚信档案与诚信共享机制。充分依托第三方公

共服务机构进一步推广主体身份认证查验、在线非诉讼纠纷解决服务，推进产品查验追溯、交易凭证存储查验、电子凭证（发票）应用等服务及功能，推进数字证书在电子商务全过程的深化应用，加快建设安全可信的发展环境。加强电子商务服务业发展，鼓励第三方电子商务交易服务平台建设，构建和完善移动支付、物流配送等电子商务服务体系。

（四）加快产业载体建设升级，集聚高端产业资源

继续推进落实我区“十二五”规划对互联网产业的战略目标，推动新兴产业集聚区与孵化器的建设升级，充分利用深圳国际创新中心等科技园区空间政策优势、借力梅林国际电子商务产业带建设契机，大力推广互联网技术，加快产业空间释放，加速产业集聚、产业链融合；积极引进新的国家级重点实验室、检测机构、公共技术平台，同时重点引进世界500强、全国100强和创新型领军企业总部，发挥龙头带动作用；构建汇集电子商务交易平台、电子商务支撑服务和电子商务衍生服务的全产业链，引导区内外核心服务资源聚集与联动。

（五）全面开拓和深化互联网与电子商务应用领域

全面拓展电子商务在商贸流通、金融、外贸、旅游、城市与社区管理等领域的应用，大力支持电子商务在重点行业的深入应用，鼓励发展结合综合性批发市场、旧货流通市场、专业化市场等线上线下协同的电子商务应用。鼓励大型骨干企业以供应链管理为核心，实现网上采购、销售、售后和内部业务的全面、深度信息化管理。积极引导中小企业利用第三方服务平台拓展国内外市场并进行网上采购、在线销售等生产经营活动。加强引导企业参与电子商务应用知识培训；积极利用孵化基地、产学研等资源优势，鼓励开展“电商导师”行动，辅导传统行业的中小企业利用云计算、移动互联网等各种新兴技术开展电子商务经营活动。

（六）加速推动核心技术创新突破与产品创新应用

加强创新科技基础设施和创新载体管理体制建设，支持龙头企业、高等院校和科研院所落户我区组建重点实验室、工程实验室、工程中心和企业技术中心等电子商务创新载体。深化产学研合作共建，充分发挥区内新一代信息技术产业平台与重点

平台作用，积极开展科技创新、研发，鼓励在下一代移动通讯网络、下一代互联网、移动互联网、物联网、云计算、大数据、智能终端、传感技术、信息安全等电子商务核心技术和关键技术等重点领域实现突破，开发具有自主知识产权的新技术和新产品，并加强宣传和应用推广。

（七）加强专业人才建设，吸引高端创新资源汇集

大力推广利用我区产业园区、集聚区资源与政策优势，引进国内外知名互联网与电子商务企业设立国际性或全国性管理总部、业务运营总部等，通过企业和产业的发展集聚人才；充分发挥我区“国际人才交流大会”、“优才中国行”、大学生实习基地等政策作用，利用电子商务人才培训基地、培训机构等资源，吸引和培养互联网与电子商务专业人才。鼓励国内外优秀企业、高等院校和科研机构在我区设立培训机构，大力扶持开展专业人才培养培训。进一步研究完善互联网与电子商务人才创业、安居、奖励等政策，积极吸引深圳市“孔雀计划”电子商务创新创业高端人才与项目落户我区，鼓励我区人才参与“孔雀计划”申报，持续优化我区人才库。

（八）高效落实招商引资，推进区域品牌创建示范

充分利用各种媒体和中介组织，加强区域发展和产业促进的宣传推介，积极参与举办产业发展论坛、应用发展大会、领袖峰会、成果展会等宣传交流活动，筹办行业主题专业招商会，加大对外宣传与招商引资力度、加强与国内外知名互联网与电子商务企业的合作。对区重大投资项目、招商引资重大洽谈项目定期协调、明确责任、加快推进，加强重大项目与产业规划、空间规划之间的对接，进一步研究完善招商引资优惠政策、第三方招商引资奖励机制等。借“梅林国际电子商务产业带”建设契机，依托国家级电子商务产业示范基地福田国际电子商务产业园已形成的电子商务产业链基础优势，积极推进电子商务品牌示范区创建工作，建立区域品牌经济模式，提升我区影响力。

（深圳市福田区科技创新局供稿）

深圳市电子商务巡礼

2014年盐田区互联网产业发展简况

2014年,盐田区积极贯彻落实《深圳互联网产业振兴发展规划(2009-2015)》、《深圳互联网产业振兴发展政策》等规划部署,以“深圳质量”为标杆,加快互联网产业结构调整和发展方式转变,在产业规划布局、典型示范项目推广等方面着力,自主创新能力进一步增强。

一、盐田区互联网产业发展现状

据不完全统计,我区从事互联网产业的企业超过130家,总注册资本约2.89亿元人民币,涉及物流、黄金珠宝、电子、服装、批发和零售等行业,其中主营电子商务、网络技术开发的公司17家,从事网上销售、数据库管理服务、网站建设开发、信息咨询等业务。

二、盐田国际创意港电子商务建设成果初显

盐田国际创意港依托互联网技术和网络市场通道,通过建设“文化+电商”、“学院+园区”复合型文化产业园,将园区运营从园区内拓展到了无限空间的网络平台,形成“物理园区+虚拟园区”的服务体系,为入园企业提供了全新的线上交易服务平台和载体。自开园以来,盐田国际创意港在基础设施建设、招商推广、电子商务等方面进展顺利,阶段性成果显著。一是产业集聚效应初步显现,成功引入天涯网络国际部、畅想飞扬等一批电商企业,带来天涯网络的国际电商旅游项目、海都科技跨境电商项目、深圳机场T3航站楼新媒体广告项目等,为打造文化电商复合性产业集群创造了良好的开局。二是特色学院及中外联合办学取得阶段性成果,深圳大学(盐田)工业设计特色学院正式开学,学院首批8名导师成员全部确定。此外,特色学院已与比利时安特卫普皇家艺术学院签署了中外联合办学的框架协议,将逐层报省教育厅、国家教育部等单位,积极推动联合办学事宜。三是深港(国家)电商广告产业园建设顺利推进。今年2月,国际创意港顺利通过国家工商总局专家评审考核,获批准建设国家

级广告产业园,并通过打造数字化发布与展映中心、电商广告大数据平台、广告信息共享平台、品牌推广与展示平台等,促进广告园在创意港内“广告+设计”、“广告+电商”的融合创新对接。四是创意港二期建设推进顺利。在圆满完成一期空间建设和入驻企业饱和的情况下,创意港着力打造二期拓展区梅沙广告影视基地,目前意向入驻基地的企业达20多家,将为盐田区导入一批优质资源。

三、深圳义乌华贸电子商务商贸城集聚效应初步显现

义乌华贸城采用“实体经营+电子商务”的全新模式,将仓储优势与电商手段有机结合,一方面通过网店吸引更多的消费人群,使小商品批零业务得到极大拓展,另一方面盘活盐田区物流仓储资源,有效避免空仓过剩导致的低价恶性竞争,为传统物流企业从仓储物流向商贸物流高增值业态转型开辟了新路。目前,义乌华贸城一期已开业运营,日均人流量达1500多人,与其配套的电子商务交易平台华贸城网也正式上线,网上平台已有包括日用百货、日化用品、汽车用品、小电器小五金、户外旅游用品及奇石玉器等各类别的1100多家网店在运营。

四、盐田港国际物流信息服务平台建设稳步推进

2014年,平台实现营业收入约1500万元,同比增长34%;平台总访客量约470万人次,同比增长22.1%;IP总访问量约280万,同比增长9.1%。信息增值服务用户数同比上升16.5%,电子支付缴费箱量同比增长31.1%,快速通关服务箱量同比增长11.6%;码头信息增值服务注册用户达到356家,目前已基本覆盖盐田区内报关行企业。码头增值服务、电子支付以及快速通关等产品,截止目前已为企业节约开支上千万元。目前,平台三期建设正在稳步推进,主要目标是建立电子商务平台,并将服务内涵逐步扩大,延伸至珠三角地区乃至全国,吸引广大货主及国外买家在盐田开展进出口贸易,提

升区域整体竞争力。

五、黄金珠宝企业进军电子商务市场成效初显

周大福通过企业自建网络旗舰店和完善网络销售平台,拓展网络零售渠道,依托实体店面和物流配送体系,组织线上线下互动,不断探索网络与实体销售的结合模式,实现了良好的销售业绩。东丰珠宝集团旗下设立了傲宝珠宝文化发展(深圳)有限公司(以下简称傲宝公司)和东丰网络科技有限公司(以下简称东丰网络公司)。其中,傲宝公司通过整合设计师、品牌公司、加工基地、电子商务平台、设计院校、杂志传媒等各方面资源,搭建以设计创意文化为核心的设计交易D2B平台傲宝网,通过支付宝或网银的方式进行设计方案的购买。目前已吸引546名设计师、11家设计工作室入驻,完成设计任务68件,提交设计作品457件。东丰网络公司,以丰富的网络营销运营经验,专业的网络营销团队,利用天猫、京东、1号店、亚马逊等网络渠道平台为周大福、金至尊等品牌做网络销售及品牌推广。

六、本地自主创新品牌电商企业表现抢眼

码隆科技公司自主研发的基于智能手机的视觉决策引擎(StyleAI),是全球第一个实现无限搭配浏览体验让用户在海量图片中冲浪的产品,同时也是全球第一个实现对用户所拍摄服饰进行自动分类并智能推荐的产品,它可以通过智能化管理用户的衣橱,并可社会化分享用户的时尚品味。在刚刚结束的2014年中国创新创业大赛中,码隆科技创业团队一路过关斩将,取得深圳赛区第一名、全国第二名的优异成绩,荣获“优秀企业”称号。畅想飞扬公司专注于互联网社区平台及大型网络游戏开发和运营,核心社区产品肥猪游戏网(www.fz222.com),推出6款SNS社交游戏以及独有的视频游戏平台,致力成为游戏玩家享受游戏、快乐游戏、分享新游、互动娱乐的全新载体。该公司推出的试用游戏,上线360手机助手客户端一周,即冲到游戏的前50位,目前公司和91手机助手、百度、腾讯、苹果等都建立了合作联系。万朝科技公司开发的国际网购商城(巴西站:www.tchina.com.br;俄罗斯站:

www.pekingmall.com),注册卖家700万,注册买家40000余人,已成为欧洲、南美最流行的网上商城之一。

七、下一步努力方向

(一)实现盐田网络经济特色发展。找准定位,以服务应用为重点,结合现代制造业、高新技术产业、现代服务业发展,大力发展服务于高端物流、生态旅游、黄金珠宝、生物科技的互联网产业,实现互联网产业的错位发展,避免同质竞争。

(二)做实做好盐田国际创意港项目。支持田心国际创意港打造成为全国首个“文化创意+电子商务+工业设计特色学院”三位一体的复合产业园,继续发挥盐田国际创意港作为文化创意、电子商务等战略性新兴产业的孵化器和助推器的作用,通过政策创新,培育盐田现代服务业集群,增强辖区经济软实力。

(三)加快重点项目承载空间的建设。目前,田心国际创意港一期项目已落成并开园,二期建设逐步推开。随着华大基因产业发展基地、中兴通讯盐田研发培训基地、北山高新技术产业基地、太平洋工业区改造项目、盐田现代产业服务中心等重大项目的深入推进,为将来我区互联网产业发展释放更多的产业空间,也给盐田区网络经济发展带来更多的活力。

(四)探索将盐田综合保税区与中英街打造成“网上自贸区”。盐田区拥有享誉海内外的中英街“购物天堂”,高效国际深水良港盐田港,完善的物流仓储设施和成熟的港区,盐田综合保税区成立后更有政策支持,探索将盐田综合保税区与中英街打造成“网上自贸区”,推动电子商务与物流、金融以及其他的贸易配套服务业的融合,促进资金流、信息流和实物流的整合。

(五)强化人才培养和引进。积极引进“科技外脑”,引进国内外高端互联网专家人才,支持对互联网产业创新人才予以资助,支持创业,鼓励互联网产业专业人才申报高层次专业人才认定、产业发展与创新人才奖,营造良好的创新创业环境。

(作者:深圳市盐田区经济促进局 黎斯达)

数据观察

◎ 趋势数据

工信部：2014年我国信息消费规模达2.8万亿，电子商务交易额超12万亿元

工业和信息化部部长苗圩透露，预计2014年我国信息消费规模达到2.8万亿元，同比增长25%，电子商务交易额超过12万亿元，同比增长20%。电信业、软件和信息技术服务业、互联网行业收入分别增长4%、20%和50%。

2015年，工信部将协调推动落实和完善配套政策措施，支持各类智能终端产品关键技术研发和产业化。推动基于数字家庭技术的影音娱乐、智能家电、健康保健、居家养老等产品的推广应用。实施宽带中国2015专项行动，加快老旧小区改造，深入实施通信村村通工程，积极发展移动互联网、IPTV、手机电视等新型消费，抓好信息消费试点城市和智慧城市建设，进一步壮大信息消费。苗圩说，“2015年，4G用户力争突破2.5亿，信息消费总额力争突破3.2万亿元，同比增长15%。”（来源：根据《人民日报》相关内容编写）

商务部：2014年1-11月全国重点零售企业网购增长33.3%

据商务部公布的统计数据显示，2014年前11个月，我国实现社会消费品零售总额23.7万亿元，同比增长12%，增速比上年同期放缓1个百分点。网络零售继续保持高速增长，商务部监测的5000家重点零售企业数据显示，1-11月网络购物增长33.3%；限额以上单位网上零售额增长55.9%。

根据国家统计局发布的数据显示，2014年三季度我国社会消费品零售总额达到6.5万亿元，网络购物在社会消费品零售总额中的占比为10.6%，单季度渗透率继续攀升。（来源：根据《南方日报》相关内容编写）

海关总署：跨境电子商务试点达2000余家

海关总署发布数据，2013年7月至2014年11月

底，跨境电子商务服务试点出口、进口分别约7亿元人民币、7.4亿元人民币。据悉，跨境电子商务服务试点已备案的企业2000余家，海关通关监管系统已与购物网站等实现数据互通，消费者从下单付款到海关通关审核通过不到5分钟。（来源：本刊编辑部整理）

◎ 区域数据

支付宝十年账单 深圳用户2014年人均支付超2.8万

据支付宝发布的“十年全民账单”显示，从2014年人均支付金额来看，广东省以21224元居全国第四位，排在上海、北京、浙江之后。深圳2014年人均支付28185元，是2004年的34.3倍，居广东省首位、全国第9位。从十年的总支付金额占全国的比重来看，广东、浙江、上海、北京和江苏稳坐前五，占比分别为15.5%、12.5%、9.3%、9%和8.8%。（来源：本刊编辑部整理）

2014年前11个月北京市限额以上批发零售企业实现网售1267.4亿

北京市第三次全国经济普查数据显示，北京市网上零售由2010年的120亿元增长到2013年的926.8亿元，2014年前11个月，限额以上批发零售企业实现网上零售额1267.4亿元，同比增长68.3%，网上零售额5年间增长10倍多。

电子商务已成为拉动首都消费增长的新引擎。2014年1至11月，网上零售额占比达到15.4%，对社会零售额增量的贡献度达到79.3%，拉动社零额增长6.8个百分点。（来源：本刊编辑部整理）

2014年中国淘宝村研究报告 浙江以62个居首

阿里研究院发布的《中国淘宝村研究报告（2014）》显示，截止到2014年12月，全国已发现

淘宝村数量增至211个，同时全国涌现了19个淘宝镇，以淘宝村为代表的农村电子商务正在深刻改变中国农村的面貌。淘宝村分布在福建、广东、河北等10个省市。其中，浙江62个、广东54个、福建28个、河北25个、江苏24个，这五个省已发现的淘宝村数量在全国占比超过90%。（来源：本刊编辑部整理）

上海电子商务快讯：2014年1-10月保持平稳增长

2014年1-10月，上海电子商务继续保持平稳增长，实现电子商务交易额10133亿元，同比增长25.5%。其中，B2B交易额7908亿元，同比增长20.5%；网络购物（B2B/C2C）交易额2225亿元，同比增长47.2%。

2014年前三季度，上海市电子商务实现交易额9066亿元，同比增长28.1%；其中B2B交易额7062亿元，同比增长22.8%；网络购物交易额2004亿元，同比增长50.8%，网络购物中商品交易相当于社会消费品零售总额的17%左右。据悉，上海2014年全年电子商务交易额有望达到1.2万亿元，2015有望达到1.5万亿元。（来源：根据上海《电子商务动态》相关内容编写）

◎ 行业数据

我国共有第三方支付机构269家 2014年前三季度支付规模达24.1万亿元

央行副行长潘功胜在“中国支付清算与互联网金融论坛”上透露，截至2014年9月末，我国共有第三方支付机构269家，2014年前三季度共发生支付金额24.1万亿元；全国P2P网络借贷平台1400余家、融资余额超过1100亿元，全国范围内活跃的股权质押众筹平台超过20余家。（来源：根据《证券时报》相关内容编写）

2014年P2P网贷成交量超过3000亿元

第一网贷数据显示：截至12月19日，2014年

P2P网贷成交量高达3057亿元，与2013年全国P2P网贷成交额874.19亿元相比，同比增长了250%，呈现爆发式增长。

另据网贷之家研究院数据显示，截至2014年11月30日，目前全国正在运营的网贷平台共计达1540家。其中，网贷平台数量最多的地区为广东、浙江、北京、山东和上海，其正在运营的平台分别为352家（广东）、225家（浙江）、176家（北京）、137家（山东）、113家（上海）。在广东中，又以深圳的平台数量最多，整体氛围最活跃，使得深圳成为“中国网贷第一城”。

2014年1月~11月，问题平台达183家，其中，诈骗、跑路类问题平台占57%。而据不完全统计，截至2014年11月（从2011年开始），问题平台数量达275家，涉及金额超30亿元。截至2014年12月18日，12月P2P问题平台数已达47家，再创历史新高。截至2014年11月，我国网贷行业贷款余额达896.41亿元。网贷之家研究院预计，2014年底将超1000亿元。而截至2013年，我国网络借贷平台贷款余额为268亿元，同比增长234%。这意味着网贷行业在迅速成长的同时安全隐患也在不断增加。（来源：根据《深圳商报》相关内容编写）

在线医疗市场规模突破百亿元

据易观国际数据显示，2014年中国互联网医疗市场整体规模预计为113.9亿元，其中移动医疗将达到30.1亿元，占比26.4%。到2017年预计整体规模将达到365.3亿元，移动医疗将突破200亿元，占比达到55%。

易观国际认为，海外在线医疗起步较快、服务形式多样，O2O完美闭环成为行业成熟驱动力。目前行业处于市场启动期，转型移动医疗为行业发展驱动力。在线医疗同质化现象严重，医疗资源与创新能力将成为主要竞争点。医疗健康互联网化作为互联网渗透的中后期产物，是医疗产业发展的必然趋势。互联网巨头、医药电商企业纷纷布局在线医疗，三足鼎立的市场竞争格局将显现。（来源：本刊编辑部整理）

行业动态

◎ 深圳

市国税局等六部门发布电子发票应用试点公告

12月24日,深圳市国税局联合市发改委、市财政委、市经贸信息委、市市场监督管理局、市地税局发布《关于开展深圳市电子发票应用试点的公告》。深圳市华为终端销售有限公司、深圳市优购科技有限公司、深圳市盐田港股份有限公司,以及其他5家企业纳入深圳首批试点电子发票的电子商务企业。(来源:本刊编辑部整理)

链接:2012年5月,《国家发展改革委办公厅关于组织开展国家电子商务示范城市电子商务试点专项的通知》提出示范城市组织开展网络(电子)发票应用试点。2013年4月1日,国家税务总局出台的《网络发票管理办法》施行。2013年4月15日,国家发改委等13部委发布的《关于进一步促进电子商务健康快速发展有关工作的通知》提出加快网络(电子)发票应用与推广。2014年初国务院在深圳等国家电子商务示范城市部署开展电子发票试点工作。

深圳开出首张电子发票

1月4日,优购科技开出全市第一张电子发票。深圳正式成为全国无纸化发票城市的成员之一。此次深圳市个人消费电子发票的启用率先在电商行业试水,不仅保障了消费者的权益,更让电商行业增强了自身的软实力,同时开票企业可以进一步降低纸张、耗材的消耗,对促进区域内电子商务的发展起到重要作用。除优购时尚商城在深圳开出的电子发票外,全国已经有京东、苏宁易购、1号店等在北京、江苏、上海等省市展开电子发票的试点。(来源:根据《深圳商报》相关内容编写)

李克强见证前海微众银行第一笔贷款

1月4日,李克强率财政部、发改委、工信部、银监会、证监会等多个部委一把手视察深圳前海微众银行,并见证其作为国内首家开业的互联网民营银行完成第一笔放贷业务。该银行既无营业网点,

也无营业柜台,更无需财产担保,而是通过人脸识别技术和大数据信用评级发放贷款。

李克强总理表示,希望微众银行要在互联网金融领域闯出一条路子,给普惠金融、小贷公司、小微银行发展提供经验。要降低成本让小微客户切实受益,这也能倒逼传统金融加速改革。可以说,微众银行一小步,金融改革一大步。

12月12日,深圳银监局批复微众银行正式获准开业。前海微众银行为国内首家民营银行,由腾讯、百业源、立业等企业发起,其中,腾讯认购该行总股本30%的股份,为最大股东。深圳前海微众银行注册资本30亿元人民币。经营范围包括吸收公众、主要是个人及小微企业存款;主要针对个人及小微企业发放短期、中期和长期贷款;办理国内外结算以及票据、债券、外汇、银行卡等业务。

前海微众银行是一个全新、纯粹的网络银行,业务主要通过科技手段实现,其竞争优势可以归结为“互联网基因”、“创新”和“连接”。前海微众银行将结合腾讯的客户基础、充沛的互联网产品数据及便利的网络优势,为消费者提供低成本、高便利性、普及性的金融产品,建设开放式平台,构建金融生态系统。银行将不走传统银行的借贷业务思路,而是完全依靠大数据和技术来进行信贷业务。这种模式在国内尚无案例可循,对核心系统的功能性及拓展性都是极大考验。(来源:根据《深圳特区报》相关内容编写)

电子商务渐成龙岗经济发展“新引擎”

12月,龙岗跨境电商企业傲基国际并购深圳亿谨通科技有限公司,双方将进一步深入拓展以西班牙和德国为主的欧洲市场。近年来,深圳市龙岗区涌现了一批像深圳傲基一样的知名电子商务平台及企业。产业部门的数据显示,龙岗传统企业的电子商务内外贸B2B占总交易额约90%,传统企业的电子商务内贸B2C交易额约占总交易额的9%。

为整合服务资源，龙岗区加大了推动电子商务发展力度，成立龙岗区电子商务商会、龙岗区鹏城网商会等电子商务类社团。制定并推动电子商务专项扶持政策出台，组织编制《龙岗区电子商务发展分析评估报告》，搭建龙岗区电子商务公共服务平台。（来源：根据《深圳侨报》相关内容编写）

品尚红酒融资1.5亿元

12月9日，深圳品尚红酒宣布C轮融资1.5亿元已经完成，品尚红酒同时启动股改仪式，其将选择先登陆新三板，再通过转板上市或海外上市。（来源：本刊编辑部整理）

互联在线获得2000万美元B轮融资

深圳互联在线获得2000万美元的B轮融资。互联在线未来将推出完全移动化的新产品和大数据云平台，即从商家管理后台，到消费者前端均为纯移动端开发，辅以数据分析、客户管理、营销支持，为用户带来更加便捷的体验。（来源：本刊编辑部整理）

罗湖电商产业联盟揭牌

12月20日，深圳市罗湖区电子商务产业联盟揭牌仪式举行。该联盟是顺应罗湖区7000家电子商务企业发展需求，由TTG、一达通、佐卡伊、欧莎等辖区9家电子商务龙头企业发起，黄金资讯、网邦商务、美讯在线、桐松、灯谷会等100家创始会员企业响应而成立的罗湖区区域性、专业领域的企业联盟。据悉，罗湖电商发展已在珠宝、服装、旅游等细分领域形成初步特色，分类聚集了大批电商企业。2014年，罗湖电子商务全年实现交易额2100亿元，网络零售规模366亿元，已成功开辟罗湖经济第二“战场”。（来源：本刊编辑部整理）

深圳领跑全国互联网供应链经济

深圳市怡亚通供应链股份有限公司与美国供应链

管理专业协会中国分会发布的《全球互联网供应链创新观察报告》预测：2020年我国供应链金融市场规模将接近15万亿元人民币。2020年物流供应链行业增加值将从2013年的3.9万亿上升至6.7万亿元。其中，由中国政府推出的“一带一路”战略将成为推动全球互联互通的“中国模式”，以贯穿欧亚连接全球供应链，中国由此将成全球供应链动力源。中国二三线城市、农村等底层供应链平台将迎来新的商机，而拥有全国80%以上的供应链管理公司总部的深圳，将抢占先机，引领中国乃至全球供应链革命。

深圳是第一个把物流作为支柱产业的城市，也是第一个提出供应链金融的城市，怡亚通是第一个以供应链上市的企业。深圳市供应链优秀企业、示范企业是全国所有城市里面最多的城市之一，深圳无论是供应链的理论研究还是供应链的实践都走在全国的前列。

据统计，2009年至2013年间，深圳现代物流业增加值由789.53亿元增长到1400亿元以上规模，年均增速超过15.4%。深圳物流产值已突破1000亿元，发展水平接近先进国家和地区，现有物流公司14800多家，供应链公司300多家，且集中了全国80%以上的供应链管理公司的总部，其中包括怡亚通、飞马国际、普路通等行业龙头企业。（来源：本刊编辑部整理）

前海打造供应链总部 跨境电商具优势

随着中国供应链经济高速发展以及打造全新的互联网供应链产业经济的战略，深圳前海在其中的作用将更为重要。据了解，供应链行业作为现代物流业是前海深港现代服务业合作区重点发展的产业之一，自2013年以来，中国供应链行业巨头们就开始布局深圳前海，在今年前海税收优惠目录公布以来，怡亚通、飞马国际、越海物流、信利康、朗华、华鹏飞等众多供应链巨头纷纷“抢滩”前海，一些非供应链类型的企业出于业务拓展需要，也在前海设立了相应的配套供应链公司。（来源：本刊编辑部整理）

◎ 国内

商务部：2015年实施《规范促进电子商务发展行动计划》

12月18日，商务部电子商务与信息化司司长蔡裕东透露，商务部将从2015年开始实施《规范促进电子商务发展行动计划》，推动中小型电子商务发展，针对中小城市的特点制定相应的扶持政策，同时促进农村电子商务应用。

据蔡裕东称，2014年，是我国零售业发展形势非常复杂的一年，根据商务部对3965家零售企业的统计数据显示，2014年，前三季度我国零售企业的销售额增长10.5%，增速有所下降，下降了1个百分点。其中，专业店、百货店和大型超市等传统业态分别增长了6.7%、7.1%和6.6%，增速稍微有所下降。传统零售业态的增速持续回落，部分企业大幅削减门店数量。

与此同时，我国的网络零售仍然保持高速发展的态势。前三季度，网络零售市场规模达到1.82万亿，增速接近49%，基本接近去年全年1.85万亿的网络零售销售规模。预计在2014年仍然能够保持世界第一网络零售大国的位置。

蔡裕东称，在这种形势下，传统业态增长趋势是进入换挡期。网络零售等新业态仍将继续保持持续增长，并不断扩大市场份额。新技术的应用还将催生更多的商业模式，市场格局在业态创新中将持续调整。这就是零售业发展的新常态。

关于零售业的未来发展，商务部有两个基本判断。一个是回归商业本质，真正以服务消费者为核心任务。二是积极地拥抱电子商务，在企业管理、供应链管理、营销等各个环节全面进行信息化改造，开展全渠道的运营。商务部认为线上、线下的融合将是未来零售业发展的主流方向。（来源：根据中国证券时报网相关内容编写）

商务部开展创建2015-2016年度电子商务示范企业工作

商务部通知要求各地总结2013-2014年度电子

商务示范企业工作，并开展2015-2016年度电子商务示范企业创建工作。各地应全面摸查本地区电子商务企业发展情况，遴选优秀电商企业创建国家级电子商务示范企业。同时，商务部决定开展第二批国家电子商务示范基地创建工作。（来源：根据商务部网站相关内容编写）

商务部：电商平台改规则需提前一周公示

商务部发布《网络零售第三方平台交易规则制定程序规定（试行）》，对第三方交易平台规则的制定和修改提出要求，其中，电商平台如果修改规则，需要提前7天征求意见。规定将于2015年4月1日起开始实施。（来源：本刊编辑部整理）

央行允许8机构开展个人征信业务

人民银行印发《关于做好个人征信业务准备工作的通知》，通知要求芝麻信用管理有限公司、腾讯征信有限公司、深圳前海征信中心股份有限公司、鹏元征信有限公司、中诚信征信有限公司、中智诚征信有限公司、拉卡拉信用管理有限公司、北京华道征信有限公司八家机构做好个人征信业务的准备工作，准备时间为六个月。这也表明央行已逐步放开个人征信业务。

值得注意的是，8家机构中有3家深圳企业，表明央行对深圳在个人征信业务领域的工作寄予厚望。（来源：本刊编辑部整理）

2014年中国快递业务量达140亿件 跃居世界第一

2014年，我国快递业务收入完成2040亿元，同比增长42%。2014年我国快递业务量达140亿件，同比增长52%，已连续46个月累计同比平均增幅超过50%，跃居世界第一。最多的一天，有超过1亿件快件在寄递途中。

中国快递市场增长空间仍然十分巨大

例如，去年140亿件快件中，农村市场快递包裹量仅为20多亿件。全国还有将近一半的乡镇不通

快递。同时，冷链快递市场潜力也十分巨大。去年全国只有20多个城市启用了冷链快递。国家邮政局局长马军胜表示，2015年将持续加大政策扶持力度，扩大冷链快递服务范围。鼓励和支持外资快递企业在华投资经营冷链快递、供应链管理等高端服务，创新国内快递供给。预计2015年快递业务量将完成196亿件，同比增长约40%；业务收入将完成2650亿元，同比增长可达30%。

行业规范将继续加强

2014年，国家邮政局出台了8部规范性文件，启动了16项基础类、安全类和信息化类标准的制订工作。国家邮政局局长马军胜表示，2015年将抓紧制订快递安全生产操作、快递末端服务、邮政业个人信息保护等行业标准，将保障人体健康、人身财产安全的内容纳入强制性标准。同时引导企业加强数据分析与应用。今年，快递包装纸箱的回收使用或许也将有所突破。国家邮政局提出，要加强节能减排新技术新工艺推广应用，出台行业推广应用环保技术材料指导意见，启动绿色低碳试点示范工程。（来源：根据《人民日报海外版》相关内容编写）

广东省县域电子商务峰会召开 阿里签署战略合作协议

12月18日，2014广东省县域电子商务峰会在广州召开。广东省政府此次与阿里巴巴集团签署战略合作框架协议，在智能物流骨干网、云计算和大数据、公共服务电商化、县域电子商务等领域开展密切合作，打造阿里巴巴华南区域中心，三年内共启动50个县，电商覆盖1万个村点。

根据双方协议，阿里巴巴将积极参与广东省县域电子商务和农村信息化建设，推动“特色中国-广东馆”的上线，整合广东省特色农产品、旅游手工艺品以及特色旅游等资源，在有条件的市县建设淘宝“特色馆”；在有条件的县镇村开展农村电子商务试点。阿里巴巴还将在广东大力发展云计算和大数据，在深圳建设华南云计算中心。会上，淘宝网“特色中国-广东馆”和阿里巴巴农村电子商务清远市试点正式启动。（来源：根据《南方都市报》相关内容编写）

李克强主张建立次区域跨境电商平台

12月20日，国务院总理李克强在曼谷出席湄公河次区域经济合作第五次领导人会议开幕式时表示，中方主张建立次区域跨境电子商务合作平台。中方将与湄公河流域国家开展跨境贸易本币结算试点，扩大本币直接兑换规模，支持双方扩大经贸合作。（来源：本刊编辑部整理）

首份互联网金融监管文件将出炉

12月10日，保监会公布了《互联网保险业务监管暂行办法（征求意见稿）》。这将是国内首份针对互联网金融领域的监管文件。对于业界关注度最高的互联网保险产品销售区域限制问题，《征求意见稿》规定，今后保险公司在互联网上销售人身意外险、定期寿险和普通型终身寿险，以及涉及个人的家庭财产险、责任险、信用险和保证险，可将经营区域扩展至未设立分支机构的省市。（来源：本刊编辑部整理）

股权众筹监管办法征求意见稿出台

12月18日，中国证券业协会发布《私募股权众筹融资管理办法（试行）（征求意见稿）》（以下简称《征求意见稿》），对股权众筹融资的性质、投资人门槛、融资者的准入范围等做出初步界定。（来源：本刊编辑部整理）

中国东盟电子商务产业园揭牌

12月19日，位于广西省的中国—东盟电子商务产业园举行揭牌仪式。产业园定位为“中国—东盟电子商务合作示范区”，园区占地866亩，项目投资35亿元。产业园将建设电子商务总部基地、电子商务企业孵化基地、传统产业电子商务基地等十大基地和生活配套区。（来源：本刊编辑部整理）

义乌启动跨境电子商务出口试点

杭州海关12月26日透露，义乌跨境电子商务监管中心正式启用，标志着义乌跨境电子商务出口试点

正式开展。近年来，依托实体市场和产业链优势，义乌跨境电子商务呈现良好的发展态势，已成为市场采购贸易之外新的外贸增长点。今年以来，“义新欧”国际集装箱专列全线开通、义乌市场采购贸易方式正式落地、义乌航空口岸通过国家验收、义乌保税物流中心封关运作。（来源：根据《法制日报》相关内容编写）

万达布局互联网金融战略：投资快钱完善产业链

12月26日，万达集团战略投资快钱支付，未来将打通其O2O支付的环节，也或将展开互联网金融领域的布局。快钱支付，是国内成立较早的第一批第三方支付公司之一，上线于2005年，并且于2012年5月获得证监会颁发的基金第三方支付牌照。根据艾瑞咨询发布的《2013Q3-2014Q3中国第三方互联网支付市场交易规模份额》显示，2014Q3中国第三方互联网支付交易规模份额中，支付宝占比49.2%，财付通占比19.4%，银商占比11.6%，快钱占比6.9%，排名第四。（来源：根据21世纪经济报道相关内容编写）

中国银联：移动支付风险形势严峻 10%被访者曾遭遇诈骗

中国银联发布的《2014移动互联网支付安全调查报告》显示，2014年，在移动支付井喷式发展的同时，风险形势更为严峻。10%的被访者曾遭遇过网上交易诈骗，比2013年提高了4个百分点；其中钓鱼网站、木马病毒及虚假退款仍是主要的欺诈手段。（来源：本刊编辑部整理）

2014中国电商十大关键词

【关键词一：上市】

2014年9月19日，阿里巴巴在纽交所进行全球最大IPO，发行价每股68美元，融资218亿美元。截至12月12日美股收盘，阿里巴巴总市值为2613亿美元，已经超过纳斯达克交易所中概股市值总和。同样在2014年，京东也上市，估值246亿美元；唯品会估值两年增长了40倍；后起之秀聚美优品的市值达到国内电商第一股麦考林上市时估值2.1亿美元的19倍。

另外需要指出的是，58同城、去哪儿网、500彩票网等中小电商企业相继于去年下半年完成IPO，再次掀起中国电商赴美上市热潮。在国内，酒仙网和美团等B2C电商密谋上市成风。可见，2014年成为中国电商IPO大年。

【关键词二：假货】

工商总局12月11日公布“双十一”期间对电商平台促销商品的抽检结果：已确认8批次样品为假冒商品，天猫3个，1号店2个，乐蜂网、苏宁易购、亚马逊各1个；7批次样品涉嫌假冒商品正在分析确证中。另有7批次样品质量不合格或标签不合法。

【关键词三：规模】

管理咨询公司贝恩8月份发布报告称，中国电子商务市场销售额2014年有望超过美国跃居世界第一，十年内有望占到中国总零售额的一半。报告显示，2009年至2012年，中国电子商务市场平均增长率为71%，而美国为13%。2015年，中国电子商务市场总规模有望达到3.3万亿元。

【关键词四：微商】

2014年是微商发展最迅速的一年，下半年微商迅速火爆。所谓微商，移动端上进行商品售卖的小商家。随着微信的普及，一种全新的“微店”购物方式悄然而生，并在微信中呈现出“野蛮生长”的态势。据第三方机构统计，目前已有1000余万微店

问世，并且每天以3万至5万的速度快速增长。

【关键词五：烧钱】

2014年年初，为抢占市场份额，滴滴打车和快的的打车上演了过山车式的补贴大战。统计数据显示，滴滴和快的占据了打车软件90%以上的市场份额，并在2014年下半年先后推出针对商务人群的专车业务。继滴滴打车宣布获得7亿美元投资之后，百度战略投资Uber12亿美元。至此，国内打车软件市场滴滴快的双寡头局面结束，BAT“三国杀”格局将形成，或将掀起新一轮“烧钱”大战。

【关键词六：物流】

数据显示，2014年11月10日到11月17日的7天时间，全行业需要处理的快件量近6亿件，日最高处理量将接近1亿件，是2014年以来日常处理量的3倍。7月1日开始，铁路在京沪、京广、沪深间每天开行3对6列电商快递班列。铁路货运介入电商市场，在历史上还是第一次。

【关键词七：数据泄密】

这两三年以来，不断传出互联网企业信息泄露事故，特别是2012年密集曝光的快递公司用户资料泄露事故，2013年10月份的“酒店开房信息遭泄露”事件，以及今年的携程“泄密门”，泄露的信息越来越逼近用户的核心利益。

【关键词八：O2O】

8月29日，万达集团、百度、腾讯在深圳举行战略合作签约仪式，宣布共同出资在香港注册成立万达电子商务公司。

此外，阿里巴巴新组建O2O事业部，并披露了其2014年的重要目标“千军万码”和“四通八达”。其中，“千军”指今年将有近五千家品牌商进入到整个阿里O2O战略范围，“万码”指二维码计划，“四通”指所有O2O场景中必须打通的四个重要环节，“八达”则是八个重要场景里阿里为传统企业提供的解决方案。

除了大企业加紧布局O2O，原本不起眼的社区小店以其便利性，正在成为电商的新宠和O2O的“试验田”；杭州首家跨境电商O2O体验店亮相下沙；顺丰布局全国的三万家嘿店，等等。其它零售商、服务商也都在积极尝试各种O2O创新。

【关键词九：跨境】

4月，世界工厂网推出外销通服务，发力跨境电商并成为Google大中华区核心合作伙伴。10月底，亚马逊（中国）宣布开通海外六大站点直邮中国服务，高调推出“海外购”国外商品直采供应国内市场。随后的“双十一”期间，阿里巴巴高调公布了进军全球的市场战略，联合旗下天猫国际、淘宝海外、速卖通等三个平台首次亮相。

资本市场上，成立仅1年的蜜淘网获得3000万美元B轮融资，估值超过1亿美元。做C2C海淘模式的洋码头也完成最新一轮融资，融资金额超过5000万美元。

包括京东、苏宁、聚美优品、唯品会、一号店、顺丰优选等国内电商平台也纷纷推出自己的海外购物项目，一场热战已经开启。

【关键词十：众筹】

2014年3月26日，阿里巴巴数字娱乐事业群宣布推出娱乐宝，用户出资100元即可投资热门影视作品，预期年化收益率7%。据中视网监测数据显示，截至2014年12月，娱乐宝一共发布四期项目，总投资额3.05亿元。2014年11月11日，京东金融与远洋地产上线众筹项目。

12月18日，《私募股权众筹融资管理办法（试行）（征求意见稿）》正式发布。该意见稿明确了股权众筹平台净资产不得低于500万元人民币，融资者或融资者发起设立的融资企业的股东人数累计不得超过200人，投资者为投资单个融资项目最低金额不低于100万元人民币的单位或个人。

（来源：根据《经济参考报》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