

电子商务动态

2015年第**2**期（总第17期）

◎专家视角

我国电子商务发展方向及对策

——2015中国（深圳）电子商务发展论坛柴跃廷演讲实录

专业化是电商平台发展方向

——聂林海对我国电子商务发展的若干解读

◎特别报道

“创新·开放·未来”

——2015中国（深圳）电子商务发展论坛综述

认准“互联网+”的战略机遇

——2015中国（深圳）IT领袖峰会专题报道

◎专题研究

《2014年深圳市电子商务发展白皮书》

◎热点追踪

商务部印发《2015年电子商务工作要点》

种好梧桐树，引得凤凰来

——2015年国家电子商务示范基地发展研讨会摘要

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3月31日 第十七期

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

播种希望的季节.....01

◎专家视角

我国电子商务发展方向及对策.....02

——2015中国（深圳）电子商务发展论坛柴跃廷演讲实录

专业化是电商平台发展方向.....07

——聂林海对我国电子商务发展的若干解读

◎特别报道

“创新·开放·未来”09

——2015中国（深圳）电子商务发展论坛综述

认准“互联网+”的战略机遇10

——2015中国（深圳）IT领袖峰会专题报道

◎专题研究

《2014年深圳市电子商务发展白皮书》（摘要）.....13

◎热点追踪

商务部印发《2015年电子商务工作要点》.....15

种好梧桐树，引得凤凰来.....18

——2015年国家电子商务示范基地发展研讨会摘要

◎数据观察

前海湾保税港区跨境电商业务井喷式增长.....21

◎行业动态

深国际西部物流欲打造跨境电子商务集聚区.....24

播种希望的季节

阳春三月，万物复苏。本期编辑成稿时逢举世瞩目的“两会”圆满落幕，疾驰的中国号列车已驶入崭新历史区间。春天是播种希望的季节，两会播下的种子，孕育着累累硕果。今年政府工作报告提出“促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展”，制定“互联网+”行动计划以及李克强总理“很愿意为网购、快递等新业态做广告”的表态，组合成春天里的激情交响，让人听见更美好的未来一步步走近的声音。

本期选刊的《我国电子商务发展方向及对策》等专稿作为撷取的几束报春花，以飨读者。

聂林海副司长在“2015年国家电子商务示范基地发展研讨会”演讲专稿，是对《国务院办公厅关于加快电子商务发展的若干意见》2005年下发十年来，我国电子商务发展的回顾。2005年中国电子商务交易总额是1.3万亿元，到2014年已超过13万亿元，十年增长十倍。网络零售2014年达到2.7万亿元，是十年前的180倍，占社会消费品零售总额的比例已达到10%。结论是：近十年来我国电子商务取得了快速的发展，2015年将成为电子商务由快速发展向高速发展的转折点。电子商务的快速发展，对于促进传统产业转型升级和产业集聚水平提升作出了积极贡献。

2015中国（深圳）IT领袖峰会在深圳举行。IT产业是近半个世纪以来世界最具活力的新兴产业之一，深圳起步于一个荒芜的边陲小镇，在时代浪潮中能抓住机遇、集聚资源、营造环境，实现了IT产业从无到有、从弱到强的飞跃式发展，培育出华为、中兴、腾讯等一大批领军型企业，形成了全球最为完整的产业链和最具竞争力的产业集群。可以说，深圳这片沃土支撑了IT业的繁荣发展，IT产业也成就了深圳这座创新城市。在峰会上，市科技创新委员会发布了《深圳IT产业发展报告》。陆健主任介绍了深圳市在IT领域将要着重推动全面实施“互联网+”战略，发展消费型互联网产业，加速推进电子商务开放式发展等四个领域。

“中国（深圳）电子商务发展论坛”作为年度盛会依例举办，今年变化的是突出了对新常态、打造中国经济升级版的聚焦。深圳作为改革开放的“先行地”“排头兵”，如何承担起电子商务创新示范的时代使命，如何实施“互联网+”行动计划，群贤毕至，共议良策。国家电子商务专家组组长柴跃廷教授应邀发表了主旨演讲，他以“互联网+”为视角，深入剖析了消费品电子商务、大宗商品电子商务、生活服务电子商务、跨境电子商务进入新常态的特点、趋势和对策。去年深圳电子商务交易额为15070亿元，同比增长58.5%，增速高于全国平均水平，继续保持国家第一梯队的领先地位。

东风劲吹处，满目春色新。世人关注深圳，因为深圳是改革开放的“先行地”和“排头兵”；世人期待深圳，是因为深圳不断探索创造可复制、可示范的模式和经验，继续为国家新一轮改革开放作出新贡献。深圳人一定牢记使命，勇于担当，锐意改革，在“四个全面”中创造新业绩，在“一带一路”战略的实践中探索、创新、奉献，并迎来更加繁荣的春天。

本刊编辑部

我国电子商务发展方向及对策

——2015中国（深圳）电子商务发展论坛柴跃廷演讲实录

各位来宾上午好，非常高兴有机会跟大家分享我个人的观点，我特别强调我讲的所有东西是我个人的观点，并不代表任何的政府和企业。

谈到中国电子商务的发展方向，其实中国的电子商务和全球的电子商务是一样的，我想通过四句话来概括。

一、消费品电子商务：进入新常态。也就是以网购为主要特征的电子商务将进入新常态。

二、大宗商品电子商务：走向交易。大宗商品的交易，或者说大宗商品电子商务将由过去的信息发布走向交易。

三、生活服务电子商务：高速发展。今天进入到我们生活的交通、旅游、家政等这些生活服务类电子商务，大致的走势是高速发展。

四、跨境电子商务：正在蓄势待发。跨境电商，大家都很期待，但是我对跨境电商的大致判断，是正在蓄势待发，还没有迸发出强大的发展动力。

一、消费品电子商务：进入新常态

首先看第一点，为什么说消费品网购，或者说消费者的电子商务步入新常态？基本的特征，今后若干年，大致上是这样的。网购现在已经深入人心，我相信我们在座的，百分之百都网购过，所以说它已经深入人心，是一种常态化的东西。

第二，增速趋于平稳。我们看各种各样网购，在今后若干年将基本上在40%左右的增长，基本上趋于平衡。

第三个主要特征是模式相对稳定。甭管是团购、秒杀，反正都是在网上卖东西，模式相对稳定，这是消费电子商务步入新常态的最主要特征。

在消费品电子商务领域里边最主要的问题，我觉得是两大问题。

1、对于大多数电商企业来说，最要命的或者说最大的痛点是什么？没赚多少钱。也就是说经营成本高，赢利能力低，这是我们大多数电商企业最大的痛点。

2、摆到政府部门面前的最大痛点是什么？就是非法违规、假冒伪劣的现象和行为充斥着整个网络市场。这是目前消费类电子商务里面最大的两个问题。

那么怎么应对？怎么解决？我个人的观点，对于大多数的电商企业来说，要想降低自己的成本、提高赢利能力，最主要的方向是两个：

1、在目前大家模式相同的情况下，要有点特色。也就是说向个性化的网购方向发展。由过去的追求流量、追求规模，要追求价值。要向消费者提供更多的价值，规模不一定很大，但是赢利能力或者赢利水平很高，我个人观点这才是到了真正我们做电商，或者发展电商的基本位。所以我觉得从电商的角度，第一个突破的方向应该是向个性化的方向发展。

2、往深了做，往垂直做。我们依托今天的网购平台，一定要背后和我们生产企业直接连接。取消大多数的中间环节，这也是我们发展电子商务的初衷，集约化程度更高，整个供应链效率更高，中间环节更少。一个

是个性化，一个是和制造企业的结合，这是我们消费品电商奋斗的主要方向。

对于政府部门，怎么样应对这种违法违规？假冒伪劣？我觉得一定要转变监管思路和方式，实施合理的法规和政策，合理化政府、企业、公众的责任和义务。我说这句话是有所指的。大家记得前一段时间，工商总局和淘宝的对峙，这件事情已经在国际上引起了一定的影响，大家想过没有？这件事情最后受伤的是谁？其实受伤的是中国电子商务，回过头想想是工商总局做错了吗？我觉得也没完全做错。淘宝做错了吗？我觉得也没有完全做错。那么究竟是谁错了呢？我个人观点，最大的错点或者最大的错误，就是用传统的监管手段和方式去管理网络。因为我们仔细去看一下，工商部门发布的所有法规文件，其实内含一个基本的思路，我不知道大家注意到没有？它是把今天的网购平台，比作是过去的线下市场。例如我们的农贸市场、小商品市场以及各种各样的线下市场。假如说把今天网购平台类比于过去的市场，过去市场的管理办法是什么？是市场的开办者，要对介入市场的企业主体，真与假、好与坏负责任，要对进入市场的商品，它的真与假、好与坏负责任，这是我们传统的管理思想和方式。

但是，今天把这一套东西搬到网上，去管理、规范网络市场，远远不是这样。为什么？因为今天的网购平台虽然是类似于传统的市场，但是量变引起质变，因为传统的市场最多也就是几十家、几百家、几千家，或者上万家。在市场里面活动的人数也就是几千人、几万人。但是今天的网购平台，动辄就是几亿人，动辄就是几百万商户，量变引起质变，马云再有本事，也不可能把他的网购平台管理得像过去的市场一样。

言外之意是什么意思？言外之意是说不否政府有责任去分担一部分规范和监管？问题就出在这个地方。也就是说过去在针对传统市场的规范和监管方式上面，政府、企业和公众的责任、义务，今天到了网购市场上面，应该发生变化。问题根源出在这个地方，所以我说我们一定要改变监管思路和方式，合理化企业、政府和公众的责任义务。合理化的方式或者手段之一，就是要加强电子商务基础设施建设，增加公共服务供给，降低企业的经营成本。

什么是电子商务的基础设施？三年以前我记得我在深圳第一次提出来这个概念，其实电子商务的基础设施就解决四个最基本的问题。

一、协助市场开办者，电商平台运营者去识别主体的真与假、好与坏，而不要全部推给平台运营商；

二、协助平台运营商解决商品的真与假、好与坏；

三、协助平台运营商，确定交易的有效性（电子发票）；

四、协助平台运营商解决通关、商品结汇和退缴税的共性问题（跨境）。

这四个基本问题，应该是整个电子商务市场或者说网络市场里边，政府有责任和义务去做的事情，因为这些事情单个企业做不了。

最后是以一种公共服务的方式，提供给企业，真正降低企业的经营成本。我调查过我们今天的电商，甭管是大电商还是小电商，在识别主体的真与假、好与坏，识别商品的真与假、好与坏的过程当中，我们消费了大量的成本。如果这种基础设施能够建立起来的话，其实我们整个电子商务的发展层次就提高一个档次。大家说对不对？应该是这样的。所以说在消费品领域里面我们应解

决这个关键问题。

二、大宗商品电子商务：走向交易

应该说这几年和消费品电子商务相比，大宗商品的电子商务显得比较安静，不在风口上。为什么？是不是大宗商品电子商务就应该是这样的？不是。原因是什么？因为大多数的大宗商品电子商务服务平台，还停留在信息发展和处理阶段。对于大多数的企业而言，仅仅解决了商机和价格发现问题，真正的网上采购、网上销售的环境还没有形成，真正降低企业采购和销售成本的作用还没有显现。也就是说企业没有那么大的积极性进行网上采购、网上销售。

1、固有的利益格局；

我们知道企业的采购和销售，远远比我们老百姓网购一个东西复杂得多，因为它牵扯到企业采购和销售的管理制度。同时，企业的采购和销售领域，它的采购员、销售员都有一个固定的利益格局。这个事情什么时候能解决？我觉得今年就进入了快速解决的时候，因为我早就说过，2015年将是电商发展由快速向高速发展的关键时候，因为我们的90后新新人类已经上台了，所以说这个问题解决以后会越来越快，利益格局的问题很快就会消失。

2、政策法规；

因为我们大宗商品领域里边老出事，要么是虚开价格，要么就是携款潜逃。所以搞得政府部门没办法，没办法就只能关。所以说在大宗商品领域里边，我们出台了很多的政策文件，实际上是收紧的。就是为了防止出大事，所以是相对收紧的，因为没有别的好办法。但是我不知道大家注意没有？从今年开始，各个部门的文件里边，对大宗商品的网上市场，已经开始缓和。为什么？大家都觉得这个时候该到了。

3、基础设施；

其实一个企业在网上进行采购和销售，它必须要涉及到两个基本的东西；一个是合同，一个是发票。如果电子合同、电子发票不付诸实施，没有法律效力，企业在网上交易完以后，还要线下去订合同、盖章、开发票，这个实际上对企业真正的降低成本、提高效率没有作用。但是今天我们看，电子发票、电子合同即将走上舞台。所以说基础设施的问题也会解决。所以通过这样一个东西，我们说大宗商品电子商务将由过去的信息发布和处理，走向真正的交易。

我们应对这样一个现状，我们觉得对于政府部门来说，我们要正确定位网络环境下，现货、期货以及服务平台，因为我们始终有一个纠结，相关的政府部门也有一个纠结，一定要区分在大宗商品领域里边，现货交易还是期货交易。我个人观点，在网络环境下面，要区分现货和期货，其实是没有意义的。为什么？大家知道，为什么会出现期货？就是因为过去信息高度的不对称，才诞生了期货市场。期货市场最主要的作用就是发现价格，但是今天，有了网络市场，信息越来越对称，所以期货和现货的区别逐渐模糊，逐渐的一体化。所以要正确定位期货和现货的说法，制定合理的法规，这是政府部门要做的第一件事情。

第二件事情，强化电商的基础设施建设，加快推进电子合同、电子发票在大宗商品电子商务领域的应用。目前这个事情还没启动，但是我相信会越来越快。

三、生活服务电子商务：高速发展

包括我们的滴滴打车（专车）这种交通出行，今年非常的火热，网上卖药，甚至卖处方药也即将变成现实。保险理财、家政物业、休闲旅游、餐饮娱乐一大堆，生活服务

类的电商将高速发展。

在这个领域里边实际上我们列明的最主要的挑战是两个：

1、市场开放程度；

我们交通部的官员说，永远不让私家车成为专车，其实这句话我认为说的有点过。私家车是不是能够成为专车？全看怎么规范市场，怎么开放市场。是不是这样？其实在生活服务类电商领域里边，市场开放是关键问题。市场开放和第二个问题是紧密相关的。

2、规范管理方式；

只有一种创新的规范化的管理方式，才营造出开放的市场。如果没有创新的、规范的管理方式，这个市场是不可能规范的。所以说生活服务类电子商务的发展，最主要的关键点，或者说最主要的痛点，是在政府相关部门。老百姓和市场是非常活跃的，有可能在生活服务类电子商务领域里边，形成一种更强大的倒逼机制，来改善整个市场的环境。

四、跨境电子商务：正在蓄势待发

大家都说跨境电商是一片蓝海，我用四句话描述目前的跨境电商。

1、政府高度重视；我相信我们在座的没一个人反对，我们从国务院到各个部门，发了一系列的文件，都要鼓励跨境电商的发展，没错吧。我们的企业热情高涨，都认为跨境电商能够好好的干一把，因为国家高度重视。

2、企业热情高涨；

3、市场需求旺盛；我们的市场需求旺盛不旺盛？有些地方搞线下国美商品店，一会儿就爆满了，说明我们市场需求还是很旺盛的。

4、发展举步维艰；

但是跨境电商发展到今天，仍然是举步维艰。我曾经调查过跨境电商企业，说我们现在政府部门搞的通关、商检、结汇、退税综合试

点、单项试点，对于我们跨境电商来说，是否真正的做到了降低成本、提高效益和便利化程度，做到了没有？其实距离还很远。

今天的跨境电商，甭管是大的电商平台，小的电商平台，一个基本的现状就是，围绕日用品的小卖家、小买家比较热闹，或者相当的热闹。但是真正做国际贸易的大买家、大卖家在观望。为什么观望？因为他由过去的线下渠道往网上渠道走的过程当中，发现没给他带来很多的便利，没给他降低很多的成本，没给他提高多少效率。所以真正做国际贸易的大卖家、大买家在观望。这就是当前的现实，所以我用一个词叫“跨境电商蓄势待发”。

为什么这是今天的现状？我们看一下，真正的原因是，真正的低成本、高效率、便利化的跨境电商国内通道及境内外通道还未打开，或者说还没有打通，相关的服务体系建设还没有到位。

为什么这样讲？我们知道，跨境电商和做国内贸易的最大不同就是有关口，我们从2012年开始由海关总署牵头试点通关的电子商务，走过几年，有没有成效？有。很多地方都实施了新的通关方式，各个部门也在积极配合，但是目前所做的工作，距离跨境电商的需求、差距还很大。我们看到的现象是缺乏顶层设计，法规不一致，标准不统一，系统不互联。而且大多数是在通关环节，还没涉及到后面，像商检、结汇、退缴税，这是现状之一。

我们政府部门之间的协同运作机制，其实现在还没有完全建立起来，因为跨境电商需要我们的通关、商检、结汇、退缴税协同运作，但是这种机制目前还没有完全建立起来，这还是我们境内或者国内，其实跨境不仅仅要解决我们境内的问题，还得解决境外的问题。跨国、跨界的这种协同运作的谈

判，还没有提到日程。我们这边相当的便利化，那么我们对方不便利的话仍然不通，所以说国际谈判还没有提上日程，这就是背后的原因。

所以我个人的观点，主要的对策其实可以是两步：

第一步，踏踏实实在现有的基础上，实施跨境电商的综合服务体系建设。真正建立高效、便捷、低成本的境内跨境电商通道。在第一步的基础上，来实施第二步。

第二步，走出去。和对方谈判，把我们对方的通道打通。在实施第一步的过程当中其实很简单，我们有一系列的跨境电商，我们中间就需要这么一个综合服务平台，把我们的电商和政府相关部门有机地连接起来。使得整个跨境电商的过程全部电子化、自动化、流程化。

最后，我们应该达到的效果是什么效果？我们建设一个综合服务体系，我们希望的效果就是，对于进出口企业来说，只要通过跨境电商平台，进行国际贸易活动，就如同进行国内贸易一样，背后的通关、商检、结汇、退缴税完全透明化。如果是这样一种状态，是不是整个跨境电商的境内通道打通了？这是我脑袋里面的目标状态。

对于我们老百姓来说，甭管通过哪一家跨境电商，去买外国人的东西，只要支付人民币就OK，背后的币种兑换是自动化进行的。这就是我们所谓要建设跨境电商的综合服务体系，来达到这样一个结果，这就是真正实现低成本、高效率。

第二步，假如说深圳和德国经贸往来比较密切，我们就要和德国相关城市去谈判我们通关、商检的规则，然后打通国际通道。打通国际通道的含义就是要能够实现双边或者多边综合服务平台的互联互通，共享双边企业的商品订单、合同、发票、运单所有信息或者必

要的信息。其实我们希望能够是一个什么目标状态？就是真正实现单边放行、单边商检。也就是说货物从我们深圳出去以后，走到德国就不要再通关了，直接放行。为什么？因为我们信息已经互联互通。今天全球国际贸易，所有商品、所有企业，都要进行两次或者多次的放行或者商检，这个实际上是浪费很多资源和成本，这是我个人的建议。

如果，使得跨境电商真正进入大发展时期，这两个通道一定要打通，我相信，我们相关政府部门也正在着手努力做相关的工作，尤其是当前，在“一带一路”整个大战略的布局下面，我相信会加速推进，所以明天还是非常美好的，谢谢大家！

（根据柴跃廷教授在2015中国（深圳）电子商务发展论坛上主题演讲实录稿整理，未经本人审阅）

专业化是电商平台发展方向

——聂林海对我国电子商务发展的若干解读

在2015中国（深圳）国家电子商务示范基地发展研讨会上，商务部电子商务和信息化司副司长聂林海作为与会嘉宾做了题为“规范促进电子商务发展”的主题演讲。聂林海指出，中国电子商务十年来取得了快速发展，2005年中国电子商务交易总额是1.3万亿元，2014年预计实现13万亿元，即十年增长十倍。网络零售在2005年为150多亿元，2014年估计将达到2.7万亿元，是十年前的180倍，占社会消费品零售总额的比例已达到10%。2015年将成为电子商务由快速发展向高速发展的转折点，预计到“十三五”末，网络零售额在全社会消费品零售总额的占比可能达到50%。电子商务的快速发展，对于促进传统产业转型升级和产业集聚水平提升起到积极贡献。聂司长从未来市场、用户体验、产业产品等几个方面对电子商务发展做了解读。

一、从市场角度提出“四化”观点：

首先是平台化：未来需要大量垂直、专业、区域性平台

国内电子商务经过多年急剧竞争，已经形成了京东、天猫这样的大平台，但是大量工厂、企业、卖家都要上这些平台，平台的资源非常有限，能够挤进去的商家寥寥无几，造成千军万马挤独木桥，很多人掉到河里。未来我们需要大量垂直、专业、区域性的平台，分散卖家到新的平台上去。

其次是专业化：电子商务应要“做专”

在实践中电子商务应该走专业化的道路。我个人提倡“小而美”的经营策略，像

SKOMART名鞋库，专注于鞋子这一领域。企业不要一味贪大求全，而应专注于做细分市场，这样才能做好售后服务，并有利于聚集人才，赢得更多顾客。

第三是品牌化：打造高知名度品牌形成定价权

从众多电商卖家的运营成本分析来看，流量费、物流配送费、排名费、人工费占有很大比重，而且大多数产品都存在恶性价格战，因此，卖家要不断通过优质的产品和服务，赢得顾客对品牌的信任，建立良好的企业信誉，提升品牌美誉度。只有拥有自己的品牌，卖家才可能有自己的定价权，走出价格战的误区，实现盈利生存下去。

第四是平台国际化：任何一个平台，未来都可以是国际化平台

相对于传统营销模式，电子商务突破了时间、空间、国界和地区的限制，使得交易活动可以在任何时间、任何地点进行。电子商务的发展使得整个世界的经济活动都紧紧联系在一起。只要在网上开一个店，你将会面对一个向全世界开放的市场，任何一个平台，未来都可以是一个国际化平台。

二、从客户体验方面提出“八化”观点

一是网上网下融合化：O2O模式已实现突破

现在百货商店已经沦为试衣间和样品展示区，但其线下满足客户体验的功能不可替代，所以未来网上网下结合起来，才是最大的发展路径。未来大的电商企业平台一定是在传统企业中产生，实体店电商企业更有

优势，连锁企业会有较大发展空间。通过调研，我们发现成都“1919”实现了线上线下同价，实体商店、网上商城、移动终端所有服务标准一致，他们“去品牌、去生产厂、去人为”的O2O模式已经真正的突破。

二是平台虚拟化：拿手机扫二维码就可以下单购物

移动互联网时代的到来改变了我们的生活，你可以拿手机扫二维码就实现下单购物，打开手机APP就可以看见琳琅满目的商品，像逛大型超市一样，手机上可以实现随时下单。随着未来4G技术和3D视频技术的运用，我们以后打开手机就可以面对面和服务员谈价钱、看货，体验会越来越好。

三是营销精准化：通过云计算、大数据分析挖掘，能够准确分析消费者需求

传统营销手段致使大量广告陷入“营销黑洞”，而通过互联网、云计算对大数据分析挖掘，能够准确分析每一个消费者的消费特征、行为偏好，实现营销精准定位。现在全世界有6.6亿个网站，仅淘宝网就超过10亿种商品，对于生产企业和卖家来说，通过精准营销把产品推荐给消费者是一个必然趋势。

四是服务专业化：企业专注质量和品牌，关联服务外包给专业公司去做

截止2011年底，国内提供电子商务服务的专业企业已有15万家，业务涵盖网页设计、网站建设、物流配送等环节。这些专业外包公司为我们传统企业，特别是中小企业做电子商务提供了最专业的服务。未来，传统企业只要一心一意做好设计，做好产品质量，把握好品牌关，其他都可以交给专业服务公司去做。

五是支付网络化：网络支付更加便捷安全

现在很多电子商务配送是货到付款，然而其间存在很多弊端，比如很多高端商品

在网上卖，如果配送员把货送来，客户把钱给了他，配送员私自把钱转走了，会给卖家造成很大损失。因此网络支付将提高交易安全性。

六是金融生态链化：企业动态数据上网，不需要抵押，就可以取得贷款，解决中小企业融资难问题

中小企业创造了60%的GDP，50%的税收，是国民经济发展的重要组成部分。中央每年出台政策，要求金融企业扶持中小企业，而电子商务生态链的形成，可以解决融资难的问题，比如你在平台上开一个店，每个月销售十万以上，你的动态数据都在网上，银行看到动态数据，对你的个人信用做评估，可以实现不需要抵押，就可以给你贷款，这将是解决中小企业融资难的一个最佳途径。

七是终端移动化：移动终端将无处不在

据统计，截至2014年12月，我国网民是6.49亿，手机网民是5.57亿，网民中使用手机上网的人群占比提升至85.82%，网络购物用户是3.61亿。2013年网络零售已经超过美国成为世界第一大网络零售市场。下一步移动互联网、终端移动化一定是大的趋势，智能手机和iPad在任何地方都可以使用，国航、东航和南航的很多航线都在试点wifi网络。同时智能手机还有很多新的功能在开发，例如水下使用，未来移动终端将无处不在。

八是物流智慧化：建立一个智慧平台，实现双向物流，成本降低，效率提高

2013年，我国物流成本占全年GDP的18%，明显高于发达国家及经济处于同等水平的金砖国家。国内物流成本居高不下主要是两大原因，一个是高速公路收费，一个是燃油费的提高。所以要降低（转第12页）

“创新·开放·未来”

2015中国（深圳）电子商务发展论坛综述

显然，“互联网+”战略，正成为当今炙手可热的话题。3月31日在深圳举行的2015年中国（深圳）电子商务发展论坛，嘉宾们围绕“创新·开放·未来”这一主题，针对“互联网+”对电子商务所带来的各种商机进行了探讨，把脉中国经济增长的新动力，给业界带来诸多启示。

据悉，作为权威的业界论坛，中国（深圳）电子商务发展论坛已经举行5个年头，论坛内容、业界影响力及办会规模都有新的提升和跨越。本届论坛上，艾瑞、敦煌、京东、怡亚通、顺丰等行业企业参与，围绕“模式创新带动深圳地区产业结构升级”、“商业变革推动行业复苏”、“移动电商经济新动力”等专题展开探讨。

论坛由深圳市经贸信息委主办，深圳市电子商务服务中心承办，艾瑞咨询、罗湖区科技创新局、敦煌网、北京中清研信息技术研究院共同协办。

移动电商处于“风口”

由于国家正在实施“互联网+”行动计划，电子商务发展令人期待。出席论坛的商务部电子商务与信息化司副司长聂林海认为，当前，电子商务尤其是移动电商正处在中国经济转型备受关注的“风口”。

事实上，中国电子商务保持高速增长，成为各行业中引人瞩目的焦点。目前，电子商务在各行业中应用不断取得新突破，形成了大众创业、万众创新的局面。电子商务在促进经济转型升级、带动就业、拉动消费等方面发挥了重要的作用，也将成为推动经济增长的新动力。

专家表示，今年政府工作报告中提出“互联网+”行动计划，强调要大力发展电子商务，扩大跨境电子商务综合试点。目前，商务部正积极贯彻落实，从完善环境、促进业务、规范发展等方面大力推进。前不久，商务部已经出台了电子商务发展行动计划，最近正在制定“互联网+流通”行动计划。

值得一提的是，移动电商脱颖而出。去年，移动端购物呈现爆发式增长，移动端成交额达到243亿元，同比增长42.6%。

“移动电商交易规模增长速度如此之快，出乎很多人意外。”艾瑞咨询联合总裁兼首席运营官阮京文表示，移动端的用户规模现在已经超过PC，移动端网民在互联网上花费的时间总时长已超过PC。他说，2014年移动端的交易占比超过33%，2015年达到45.7%，到2015年年底时，移动端和PC端网购交易额会无限接近。

电商爆发带来更多机遇

国家“互联网+”战略，对中国互联网产业将是重大利好，电商有望迎来爆发。专家表示，目前，国家高度重视发展互联网产业，包括电子商务在内的互联网相关领域创业，正呈现新一轮的高峰期。

当前，电商领域爆发点主要集中在跨境电商、渠道下沉、母婴电商、在线旅游、短租O2O、汽车后市场服务O2O、医疗O2O、餐饮O2O等方面。因此，企业在面对新机遇时，需要认真研究细分市场的特点，然后主动出击。

京东集团副总裁颜伟鹏认为，移动电商、农村电商以及跨境电商呈现出一片蓝

海。因此，电商企业应在这些方面进行深耕细作。

当然，供应链电商，也将会成为一股引领电商发展的新风向。怡亚通董事长周国辉指出，在“互联网+”大潮下，企业必须要有互联网思维，所有企业必须要有互联网平台，这样才能够新的领域里有创新突破。

“互联网+”助推传统外贸触网

论坛上，利用互联网改造传统外贸成为业内共识。专家表示，无论是政策环境还是海外市场需求，大工厂、供应商、制造商大规模踏上跨境电商已形成氛围，这有利于传统外贸企业，通过“互联网+”寻求转型升级新路径。

从数据上也能看到，网上跨境电商充满机遇。目前，传统外贸年均增长不足10%，跨境电子商务却保持30%以上的增速。据统计，2014年，20多万家小企业在各类网络平台上做买卖，年交易额超过2500亿美元。

天使投资人冉涛认为，跨境电商的未来在中国制造商，中国制造的出路在中国品牌，为中国制造提供跨境电商的整体解决方案，是跨境电商的职责所在。

当下重要的是，需要打通跨境电商通道，降低交易成本。国家电子商务示范城市创建工作专家咨询委员会专家组组长、清华大学教授柴跃廷说，跨境电商的“关口”尚未真正打通，围绕日用品的小卖家、小买家比较热闹，真正做国际贸易的大买家、大卖家依然在观望。

他认为，跨境电商要做大，就需要实施跨境电商的综合服务体系，建立高效、便捷、低成本的境内跨境电商通道，尤其是通关、商检、结汇、退缴税等方面要完全透明化。在此基础上，要“走出去”，也就是与国际贸易区进行谈判，打通国际通道，使得双边之间的综合服务平台互联互通。

（作者：吴德群）

认准“互联网+”的战略机遇 ——2015中国（深圳）IT领袖峰会专题报道

回望一场高规格的峰会，其碰撞出的头脑风暴，必然在激起诸多创业激情之余，给人以思考的东西。

3月22日在深圳举办的IT领袖峰会，正是这样的一场行业盛会。峰会期间，科技企业高管一致认准：“互联网+”给中国经济带来新机遇，互联网尤其电子商务与传统行业的深度融合，将令中国经济出现翻天覆地的变化，甚至可以产生“互联网+”实体经济的新巨头。

无论是“互联网+传统产业”，还是“传统产业+互联网”，作为重要连接的电子商务产业，将在其间发挥巨大作用。这对首个国家电子商务示范城市以及首个国家自主创新示范区的深圳而言，诚然具有极大的启示。

风口指向“互联网+”

IT领袖峰会从来都说BAT（百度、阿里、腾讯）的峰会，几位企业高管就“风

口”在哪里展开了激烈的讨论。

艾瑞咨询研究表明，中国互联网三巨头BAT在整个网民的覆盖率里面占到了9成以上，三家所有App时长加起来占到了整个网民消耗时长半壁江山。

也正是如此，对“风口”的讨论，BAT拥有绝对的话语权。腾讯公司董事会主席兼首席执行官马化腾认为，未来各行各业都将以人为中心，互联网产业发展的“下一个风口”是与传统行业融合，走向新经济，从而赢得更广阔发展。

百度董事长兼首席执行官李彦宏则表示，赶上风口是非常幸运的事情，但“风口论”是充满投机思维的方式，如果大家都想找捷径很危险。他自己焦虑的不是“什么可以做”，而是“什么不做”，互联网公司应该聚焦核心业务，并努力达成发展目标。

阿里巴巴董事局主席马云认为，猪碰上风也会飞，但是风过去摔死的还是猪。每个人更多的应该去思考怎么把控这个风。“觉得我们不应该去寻找风口，而是真正的把自己变成一点点风就能够飞起来的、能够翱翔的人。”

尽管BAT的三位高管说法不一样，但却一致认为，风口就在“互联网+”带来的产业新机遇，关键是如何实现其他产业与互联网产业的深度融合。

深圳电子商务新机会

“错过了互联网和电子商务，不是错过一次机会，而是一个时代。”这是马云说的。

在互联网的上一个周期，很多企业已经错过。而在“互联网+”扑面而来的风口，显然需要抓住机会。对深圳电子商务而言，更是千载难逢的机遇。

从深圳电子商务产业基础来看，目前，

深圳拥有一批电子商务龙头企业，产业基础雄厚，电商发展稳居国内“第一梯队”。去年，深圳电子商务交易额达15070亿元，同比增长58.43%。从网购规模来看，深圳市网络购物规模达到了944.12亿元，同比增长6.14%，达到电子商务发达国家水平。

不过，深圳电子商务依然潜力巨大。去年，深圳全市社会消费品零售总额4844.00亿元，增长9.3%；商品销售总额21489.61亿元，增长10.8%。其中，网络购物规模相当于全市社会零售商品销售总额的19.5%，这说明依然有很大的发展空间。

专家指出，从整个经济社会发展来看，“互联网+”为深圳电子商务的快速发展，提供了巨大商机。

“互联网+”力助产业升级

在此背景下，深圳完全可以借助实施“互联网+”战略，采取“互联网+X”模式，推动电子商务发展，让传统产业抽出“新枝”，从而实现转型升级。

模式一：“互联网+商业”。专家指出，“互联网+批发业”将带来产业集群线上转型。当传统批发市场遇上互联网，就会产生“在线产业带”这一新型业态，也就是电子商务的新形态。其实，在线产业带是传统产业带和专业市场在互联网上联网的一种映射和延伸，它汇集生产厂家、渠道商、消费者、政府、第三方服务商等多种角色，帮助卖家提升竞争力，也可以帮助买家直达原产地优质货源，从而降低整体成本。

模式二：“互联网+制造业”。“互联网+”最终将触角延伸至制造业，实现线上订单管理和生产。因为通过互联网特别是电子商务的优化，可以削减产销之间的信息不对称，加

速生产端与市场需求端的紧密连接，并催生出一套新的商业模式：C2B模式，即消费者驱动的商业模式。

以“互联网+”战略下的电子商务，推动制造业转型，这对电子信息制造重镇的深圳而言，无疑具有极大的现实意义。去年，深圳市规模以上电子制造业产品产值达到13829亿元，同比增长10.9%；电子信息产品出口1347亿美元，占全国1/6；实现工业增加值3805亿元，同比上涨14%。

模式三：“互联网+外贸”。去年，深圳外贸进出口总额4877.7亿美元。其中，

（上接第8页右下）物流成本，提高物流效率，关键靠物流智慧化。当前，国内单向物流太多，在高速公路上跑的车辆有40%以上是空车。例如，从北京拉到上海，卸完货以后放空车回来，放空车回来还要烧油，单向物流造成成本提高。建立了一个智慧平台后，就能把车辆资源和物流资源都放在平台上，车辆在上海卸完货，上到智慧平台，就可以看到上海很多地方有货需要拉到北京来，从而实现双向物流，成本大大降低，效率大大提高。

三、产品产业“四化”带来生产模式变革，对产业链形成了重构

聂司长还指出，电子商务对传统生产方式带来革命性变化，未来会出现一些新的商业形态：首先是大宗产品电商化，大宗商品交易市场与传统商品现货批发市场和期货市场相互补充、相互促进、共同作用并有机结合，将形成我国完整的现代商品市场流通体系。其次，农村电商双向化，农村既是产品的需求方也是产品的供应方，农村电子商务双向化是电商未来发展的制高点，要加快实现农产品与工业产品双向流动。再次，民

外贸出口总额2844.03亿美元，连续22年居全国大中城市首位。尽管跨境电商实现爆发式增长，但与整个外贸进出口相比，显得有些“单薄”，统计显示，去年深圳跨境电商交易额170.4亿美元。

因此，深圳需要进一步借助“互联网+”，推动跨境电子商务综合平台建设，实现传统外贸商业活动各环节的网络化、数据化和透明化，吸引更多企业尤其是传统大宗贸易进入跨境电商渠道。

（作者：吴德群）

生产品社区化，社区百姓日常用品、各项便民利民的公用缴费服务以及社区保险、社区旅游等各项社区资源在终端便利店内进行完美整合，健全服务网络，创新服务方式，形成一站式社区综合民生服务的数字化平台，这也是在我们身边正在发生的变革。第四，个性产品定制化，现在很多厂商能够按照消费者的要求定制产品，消费者在网上下单之后，通过大数据中心，实现网上个性化定制、工业流水线生产。产品定制化满足消费者个性化需求，转变了生产模式，重组了产业链条，对产业链生产进行重构。

此外，聂司长还提出当前电商发展过程中的诸多问题，诸如我国中西部地区对电子商务的认识远远落后于东部地区和大中城市。在人才领域，一方面市场人才远远不能满足企业发展需要，引发人才供需矛盾，造成企业用工成本偏高；另外一方面，大学教学理念跟不上电子商务发展的需求，大量毕业生找不到工作。网络信息安全也面临严峻挑战，尤其是国内大型电商企业京东、天猫等准公共平台的风险防范机制有待健全。

（作者：王与剑；根据聂林海在2015年国家电子商务示范基地发展研讨会演讲录音整理）

《2014年深圳市电子商务发展白皮书》（摘要）

编者按：

《2014年深圳市电子商务发展白皮书》由深圳市经济贸易和信息化委员会指导策划、深圳市电子商务服务中心编制。在调查研究和数据收集的基础上，系统化地汇集了我市2014年电子商务的发展状况，并置于国家发展层面进行对比、分析，是对我市电子商务的实践与理论成果的阶段性总结。发表《2014年深圳市电子商务发展白皮书》，旨在介绍我市电子商务的基本情况，宣传相关政策，阐述我市电子商务的特点及面临的挑战，分析电子商务对于深圳经济的贡献，同时展现我市电子商务的典型应用和企业，以期为行业发展提供有价值的基础性资料和方向性引导，共同推动深圳市电子商务的应用创新与繁荣发展。

一、基本情况

市场规模

2014年深圳市电子商务交易额为15070亿元，同比增长58.5%，增速高于全国平均水平。网络零售额达944.12亿元，同比增长6.14%，相当于全市社会消费品零售总额的19.5%。跨境电子商务总体交易额达到170.4亿美元，较2013年增长27.3%，占全市电子商务整体交易额的比重约为7.0%，占深圳外贸进出口总额的比重为3.5%。移动电子商务规模达到530亿元，占全市电子商务总体交易额的3.52%，占据了全国移动电子商务交易额2780亿元的19.1%左右。另外，2014年度深圳成为国家跨境电子商务试点城市后，在海关统计口径9610和1210监管代码下的交易额达到3641.47万美元。

交易主体及结构

服务型企业交易额为5164.49亿元，占总交易额的34.27%；应用型企业交易额为9905.51亿元，占总交易额的65.73%。深圳B2B交易额达13956.32亿元，占全市交易规模的92.58%。B2C交易额为1115.24亿元，占全市交易规模的7.40%，同比下降了6.7%。而2014年深圳的C2C交易额仅3.03亿元，占全市交易规模不足1%。跨境电子商务交易中，进口交易额为60.25亿美元，占跨境交易额的35.36%；出口交易额为110.15亿美元，占跨境交易额的64.64%。

交易行业分布

商品类交易中，电子元器件类交易份额最大，占商品类交易总额的65.85%；其次为通讯器材类，占比7.68%。服务类交易中，通信服务类交易份额最大，占服务类交易总额的17.84%；其次为交通仓储服务类，占比15.80%。

产业集聚情况

深圳市电子商务重要的产业集聚区分别是福田国际电子商务产业园、南山蛇口网谷互联网产业基地和罗湖区互联网产业园。此外，华南城、福田互联网金融产业园和西部物流跨境电子商务产业园等重点园区逐渐发展壮大。

二、深圳电子商务特点

（一）垂直领域电子商务发展势头良好

商旅服务领域，有腾邦国际和芒果网；在电子信息领域，有华强电子网、科通芯城等；在外贸综合服务领域，有一达通；在跨境进口领域有走秀网；在跨境外贸B2C领域有环球易购和兰亭集势；在农产品流通领域有中农网；在文化艺术领域有雅昌艺术网、华动飞天；在

服装（箱包）设计领域有蝶讯网等。

（二）电子商务支撑体系建设百花齐放

物流方面，我市现有物流公司14800多家，供应链公司300多家，集中全国80%以上供应链公司总部，4家外贸供应链企业位列2013年海关总署公布的中国一般贸易出口企业百强榜前20名；支付方面，我市依托传统互联网企业优势，聚集了大批第三方支付优秀企业。我市正在努力打造完善的移动支付平台，加快推进数字内容服务购买；互联网金融方面，在本地雄厚的金融服务资源和互联网技术充分融合的背景下，我市已逐渐成为全国互联网金融最发达、最活跃的城市之一。大量融资租赁、商业保理、互联网金融等新兴金融业态竞相出现，2014年7月成立的深圳前海微众银行是深圳互联网金融发展的代表；在投融资方面，前海微众银行针对电子商务的个体创业者、小微企业和创业企业需求，提供了多样化的金融服务模式。同时，全市积极引导和鼓励市级创投引导基金和社会民间资本投资电子商务领域；在互联网征信方面，我市腾讯征信、鹏元征信、前海征信成为今年1月央行首批公开的开展个人征信业务的机构，我市现已成为国家个人征信试点重要地区。

（三）跨境电商方面亮点不断

制定了《推进跨境贸易电子商务服务试点实施方案》和扶持政策，在前海湾保税港区积极开展跨境运营试点，6月份诞生了全国首单全程在海关9610监管代码下操作的跨境电子商务出口退税，9月9日又正式开通跨境进口通道，标志着前海湾保税港区跨境电商进出口双向通道全程开通。另外，还成功发布了首个跨境电子商务地方标准——《网上交易进口商品质量信息规范》，在全国首个提出建立跨境电子商务可信交易保障系统。

（四）传统产业供应链改造成效显著

2014年，深圳市大力推进传统企业转型升级，支持大型骨干企业以其产业供应链系统为重点，深化电子商务应用的同时，带动中小企业，形成产业链条式的纵向发展，尤其在传统供应链企业和电子信息制造企业成效显著。典型代表有以信利康、华富洋为代表的传统供应链企业和以富士康、华为、中兴等为代表的全球知名电子信息制造企业。另外，深圳本地的制造企业正在加强电子商务在工业4.0和产业互联网当中的应用研究。

（五）O2O应用全方位普及

典型代表包括：向本地生活业务不断扩散的微信平台，以天虹商场为代表的传统百货巨头，以周大福为代表的珠宝类企业，以“礼享罗湖”为代表的区域商圈服务平台，以通商宝为代表的便民服务类企业和以彩生活为代表的一站式生活服务企业等。

三、下一步发展方向

随着本地电子商务服务平台功能的完善，市场覆盖范围的扩大以及产业链服务的延伸，电子商务将进一步拉动深圳其他产业的攀升，带动各类产业格局优化，从而形成区域经济发展的联动效应。在未来创新驱动的经济增长模式下，我市还将把握“一带一路”的战略机遇，通过跨境电子商务手段，为深圳发展湾区经济、建设海上丝绸之路桥头堡提供动力。同时紧跟“互联网+”新形态，最大限度发挥“互联网+”模式的优势，深度优化升级现有制造业的生产和销售模式，大幅提升生产效率，创造新业态。我们将努力践行习总书记对深圳未来发展“三个定位、两个率先”以及“四个全面”新的要求，在发展网络经济、推进电子商务应用上形成新的核心竞争力，继续创造新的辉煌。

商务部印发《2015年电子商务工作要点》

2015年电子商务工作的总体要求是：全面贯彻落实党的十八大和十八届三中、四中全会精神，按照中央经济会议和全国商务工作会议部署，主动适应经济发展新常态，落实“互联网+”行动计划，发挥电子商务拓市场、促消费、带就业、稳增长的重要作用，突出创新驱动，促进转型升级，配合国家“一带一路”、长江经济带和自贸区等发展战略，统筹考虑国内国际两个市场，构建统一开放竞争有序的电子商务市场体系，为加快商务领域创新发展做出新贡献。

一、全面推进，助力商务发展

（一）全面推进以信息化促进流通现代化工作。

研究制订《关于以信息化促进流通现代化的若干意见》，从营商环境、企业应用、基础设施、大数据体系、公共服务支撑、追溯体系建设、信用体系构建、治理能力提升等8个方面，做好“发现”、“引导”、“扶持”，深化信息化在贸易领域的应用，加快我国商贸流通现代化进程。

地方商务主管部门要结合当地实际制订落实《关于以信息化促进流通现代化的若干意见》的实施方案，切实抓好落实工作。

（二）开展促进规范电子商务发展专项行动。

按照在发展中规范、以规范促发展的思路，制订促进和规范电子商务发展专项行动计划并组织实施，做大做强电子商务。大力发展网络消费，支持发展综合性电子商务服务平台，促进传统企业应用电子商务，培育一批专精特新新型电子商务企业，支持中小企业开展网络营销，促进线上线下市场融合发展。

地方商务主管部门要加强对专项行动计划的组织实施，建立健全本地区跨部门电子商务工作协调机制，根据行动计划研究制订相关配套政策措施，争取财政等部门支持，加大扶持力度。

（三）加强电子商务重点问题研究。

认真研究我国电子商务快速发展的内在动因和潜在问题，深入分析电子商务发展的现实状况和未来趋势，为制订相关政策措施和战略决策提供支撑。跟踪电子商务发展热点领域，重点开展电子商务模式创新、技术进步、产业应用、市场融合等方面的专项研究。

地方商务主管部门要结合当地实际，加强对电子商务热点和难点问题的研究，及时总结报送电子商务创新发展的典型经验。

（四）开展“十三五”电子商务发展顶层设计。

根据商务领域深化改革、创新发展和建设法治化营商环境的总体要求，启动研究“十三五”电子商务发展指导意见。

各地商务主管部门要全面做好本地区“十三五”电子商务发展的顶层设计，明确发展目标，细化实施方案，科学指导电子商务发展。

二、重点突破，拓展应用领域

（五）促进农产品流通和农村电子商务应用。

推进电子商务进农村综合示范，支持电子商务企业、供销社、邮政以及大型龙头流通企业建设改造农村电子商务配送及综合服务网络，促进电子商务在工业消费品、生产资料下乡和农产品、特色产品进城双向流通网络中的应用。加大农村商务信息服务工作

力度，扩大服务范围，建立完善农产品网上购销常态化对接和卖难预警救助机制。多渠道培训农村电子商务从业人员和消费群体，支持农村青年和返乡大学毕业生网上创业。与主流媒体合作宣传推广农产品电子商务典型案例。

地方商务主管部门要着力完善农村、农产品电子商务应用环境，研究制订促进政策和措施，推动农产品电子商务规范有序发展和农村商务信息服务普及应用。

（六）积极促进城市社区电子商务应用。

以中心城市（直辖市、计划单列市、省会城市）为重点，探索城市社区商业新模式，应用电子商务促进便利消费进社区，便民服务进家庭。鼓励企业建设社区电子商务平台和移动客户端，整合线上线下供给渠道，实现全方位的居民生活服务供求衔接，打造社区便利、快捷的网络消费“微环境”。

地方商务主管部门要研究制订鼓励社区电子商务发展的政策措施，完善社区综合服务功能和服务环境，着力解决网络购物终端配送等问题，促进社区居民便利消费。

（七）推进服务业应用电子商务创新发展。

支持养老家政、健康服务、信息服务、旅游休闲等生活服务业应用电子商务开拓市场，通过线上线下互动结合，满足和带动多样化、个性化的居民服务消费需求。支持研发设计、商务咨询、服务外包、检验认证等生产性服务业深入应用电子商务，推动产业结构优化调整和转型升级。完善电子商务服务生态链，培育一批国内外市场知名的综合性、专业性第三方电子商务平台，支持电子商务领域信息技术、营销推广、支付融资、人才培养等专业服务业发展。

地方商务主管部门要积极支持传统服务业应用电子商务创新发展，结合本地产业特

色加快电子商务服务体系建设。

（八）加快推进中小城市电子商务发展。

研究制订关于推进中小城市电子商务健康发展的政策措施，支持建设中小城市电子商务综合服务平台，整合商品流通、居民服务等线下市场资源，搭建工业品下乡、农产品进城和便民网络消费的综合服务渠道。完善电子商务相关配套服务支撑体系，培育线上线下融合发展的特色产业集群和骨干企业。

地方商务主管部门要积极促进本地中小城市电子商务发展，支持发展具有地方特色的电子商务模式，总结推广成熟经验，培育扩大网络消费市场。

（九）开展电子商务与物流快递协同发展试点。

指导试点城市落实试点工作方案，建立健全试点工作领导机制，开展电商物流规划编制、管理制度改革、标准规范制定等工作，统筹规划基础设施建设，促进运营车辆规范化，解决末端配送难题，加强从业人员基本技能培训。总结评估试点经验，及时宣传推广。

试点城市商务主管部门要主动工作，发挥牵头和主导作用，协调解决重点难点问题，确保试点工作实现预期目标。

（十）推动跨境电子商务健康发展。

加快建立健全适应跨境电子商务的监管服务体系，提高各环节便利化水平。支持企业运用跨境电子商务开拓国际市场，推动建立电商企业“走出去”的境外支撑服务体系，引导跨境电子商务产业集群综合发展，培育一批互联网时代中国企业抢占国际市场的“航空母舰”和“排头兵”。加强知识产权及消费者权益保护，促进跨境电子商务规范发展。

地方商务主管部门要结合产业特色和资源优势，支持当地企业应用电子商务拓展国

际市场，不断优化政策环境，培育跨境电子商务产业链。

（十一）深入推进电子商务示范创建工作。

开展第二批示范基地、2015-2016年度示范企业遴选和创建工作。总结推广示范基地、示范企业典型案例，适时组织工作经验交流，促进东中西部地区电子商务全面平衡发展。示范城市要结合自身特点和优势，积极开展重点区域和特色领域的电子商务创新应用，探索促进和规范电子商务发展的政策创新。示范基地要发挥产业集聚优势，加快建设电子商务生态链，促进传统产业转型升级。

地方商务主管部门要对首批示范基地创建工作及中央专项补助资金使用情况绩效评估，加强对当地示范基地和示范企业创新发展的具体指导。

（十二）加强电子商务人才培养。

创新电子商务人才培养机制，建立科学合理的分级分层培训体系，培养一批电子商务高端人才、紧缺人才和专业技能人才，促进高校毕业生就业创业。推进国家电子商务专业人才知识更新工程，支持有条件的地方建设电子商务人才继续教育基地。

地方商务主管部门要贯彻落实《商务部办公厅关于加快电子商务人才培训工作指导意见》，加快人才继续教育基地建设，指导电子商务示范基地加大人才培训工作力度，加强实训，开展岗位对接。

三、巩固基础，优化发展环境

（十三）推进电子商务立法工作。

继续参与并推进《电子商务法》立法和电子商务相关法律法规的修订完善，立足商务工作职能有效发挥作用。贯彻执行《网络零售第三方平台交易规则制定程序规定》，保证

交易相关方充分参与交易规则制订和修订，防止平台企业滥用市场支配地位，保障行业健康发展。推动出台《网上商业数据保护办法》。

地方商务主管部门要积极推动并参与研究制订本地区电子商务法规规章，积极配合国家有关部门推进电子商务立法。

（十四）健全电子商务标准体系。

推动出台《跨境电子商务服务规范》、《移动电子商务服务规范》、《基于网络零售开放平台的第三方服务标准》和《电子商务信用信息共享规范》。根据电子商务与网络零售标准规范框架体系研究成果，继续开展基础性关键标准的研究。

地方商务主管部门要重视电子商务标准化工作，加强《电子商务信用评价指标标准》等各项标准规范的宣传贯彻和推广应用，鼓励推动研究机构、中介组织、骨干企业研究起草地方性电子商务标准。

（十五）加强电子商务统计和信用体系建设。

研究制订商务领域大数据应用工作方案，推动开展试点应用。推进电子商务信息管理分析系统的全面深度应用，建立数据共享机制。发布《中国电子商务报告（2014）》和《2014年中国网络零售市场评估报告》。研究提出电子商务信用建设方案，加快信用基础数据库建设。积极推动建立部门信息共享和协同监督机制，推动建立面向第三方信用服务机构的信用信息采集、共享与使用机制，形成政府主导、多方参与、标准统一的电子商务信用体系。

地方商务主管部门要加强部门协作，研究政策措施，全力督促本地电子商务平台企业及时准确地报送统计数据，积极探索电子商务信用信息采集、共享和使用的有效方式。（下接第20页）

国务院常务会议确定加快发展电子商务的措施

4月1日，国务院常务会议指出，发展电子商务等新兴服务业，是“互联网+”行动的重要内容。要创新政府管理和服务，积极支持电子商务发展，为其清障搭台，在发展中规范和引导。会议确定加快发展电子商务的措施，培育经济新动力，其内容包括：

一要简政放权，放宽电子商务市场主体住所（经营场所）登记条件。按规定将网络从业人员纳入社会保险，给予同等就业创业扶持。建立适应电子商务发展的多元化投融资机制，引导创业投资基金加大对电子商务初创企业的支持，放开外商投资电子商务业务外方持股比例限制。

二要推动电子商务与贸易流通、工业生产、金融服务等相关领域联动发展，创新和拓展面向“三农”的服务，推进网络购物、网络化制造和经营管理、跨境电子商务等新业态成长，建设促进居民消费的电子商务平台，支持

实体店与电商、线上与线下协同发展。

三要加强法规标准和信用体系建设，营造公平竞争的环境和舞台，提升电子商务产品质量，完善网上交易投诉和维权机制，打击网络盗窃、诈骗等违法行为，保护知识产权和网络交易安全。

相关事件：

3月5日，李克强提出制定“互联网+”行动计划。推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展，引导互联网企业拓展国际市场。3月15日，李克强指出网络创造的是“活动与空间”，在“互联网+”的风口上应顺势而为。3月20日，李克强提出要做好“互联网+”的大文章，提升实体经济创新力和生产力，以“互联网+”行动计划推动新兴产业蓬勃壮大。

（来源：本刊编辑部整理）

种好梧桐树，引得凤凰来

——2015年国家电子商务示范基地发展研讨会摘要

2012年商务部将深圳福田国际电子商务产业园等34家基地列为首批国家电子商务示范基地，历时三年的发展，各示范基地在整合社会资源、创新公共服务模式等方面，形成了各具特色的探索，积累了示范园区创新运营的经验。为总结示范基地创建工作阶段性成果，探讨国家电子商务示范基地的发展模式，提升示范基地智慧化管理水平，扩大基地的集聚、辐射、示范效益。1月17日，国家电子商务示范基地联盟牵头举办以“创建·创新·创效”为

主题的2015年(深圳)国家电子商务示范基地发展研讨会。商务部、电子商务领域知名专家、深圳市经贸信息委、福田区政府领导及全国各示范基地代表受邀出席，与会共同分享示范基地成功案例和经验。现摘录部分嘉宾精彩论点，以飨读者。

深圳创建国家电子商务示范市工作进入新常态

适逢习近平总书记提出深圳在“四个全面”中创造新业绩之际，市经信委副主任彭新

叶对深圳电子商务发展情况进行总结性回顾。彭主任介绍，深圳在创建国家电子商务示范市过程中，立足本地电子商务特色优势，坚持深圳质量，深入贯彻落实以政府推动与企业主导相结合、营造环境与推广应用相结合、网络经济与实体经济相结合、重点推进与协调发展相结合为原则，电子商务发展成效显著。五年来，深圳电子商务交易额一直保持50%以上的增速，2013年达到9510亿元，同比增长51%，2014年深圳市电子商务交易额为15070亿元，同比增长58.5%，增速高于全国平均水平。网络零售额达944.12亿元，同比增长6.14%，相当于全市社会消费品零售总额的19.5%。跨境电子商务总体交易额达到170.4亿美元，较2013年增长27.3%。

电子商务已成为深圳促进产业结构优化、实现增长方式转变的重要抓手。为保障电子商务的长效健康发展，我市在政策资金配套、公共服务平台建设、产业资源集聚、龙头企业培育等方面多管齐下，先后出台《深圳市互联网产业振兴发展规划（2009—2015）》、《深圳市互联网产业振兴发展政策》、《深圳市进一步促进电子商务发展的若干措施》等文件和相关扶持政策。从2009年起，市财政每年安排互联网专项资金5亿元，连续7年共计35亿元扶持互联网及电子商务相关产业的发展；目前，深圳已构建了以“深商e天下”、众信网和电子商务大讲堂三个公共服务平台为支撑的电子商务公共服务体系；打造了以福田、罗湖、南山三个行政区域为核心，以蛇口网谷、华南电子商务产业园、福田电子商务产业园、罗湖互联网产业园等14个园区为典型的产业集群基地；培育出腾讯、中农网、走秀网、一达通、华强电子网等为代表的国内知名电商，深圳创建国家电子商务示范市工作进入新常态。

电子商务已经从变革发展到一场革命

中国社会科学院财经战略研究院副院长荆林波教授认为，当前电子商务已经从变革发展到一场革命，对电子商务要有一个全新的认识。首先，规模生产经营理论等传统经济学和管理学理论残留在我们头脑里面，而今天社会碎片化的发展趋势要求我们要定制化，不断钻研和探索微软完美升级法则等重要新定律。其次，传统商家需要开启全新视角，把各种迥然不同的渠道整合成一体化无缝式、全渠道体验。未来购物将从以零售商为中心的单渠道、跨渠道、多渠道向以消费者为中心的全渠道进化，满足消费者随时随地、全面覆盖的购物需求。

荆林波对如何做好电子商务示范基地提出三条建议，他认为，首先需要增强园区的吸引力：各园区要对自己的公共设施、产业集聚、免租金等优惠政策、产业链成熟度等方面做好清晰的定位，强化园区吸引力，使得运转效率最大化，商务成本最低化。其次，必须强化园区管理能力：打造一个示范基地需要长期积累，在人员素质、服务水平、知识储备、公共能力等方面精耕细作。很多园区起步时管理能力不足，配套基础设施落后，如何将短板逐渐补上，这是要去思考的问题。再次，扩大园区的影响力：充分运用各种行业论坛、公共平台、公共媒体乃至自媒体进行宣传推广。

福田打造电子商务公共服务平台

福田国际电子商务产业园董事长张革私介绍，2012年4月，福田国际电子商务产业园被商务部认定为“国家电子商务示范基地”，作为目前国内唯一一家民营性质的国家电子商务示范基地，产业园营造了一个独特的电商生态群。首先，发挥其国际性优势，重点引进第三方电子商务服务平台、在

线采购与销售平台、外贸出口商务平台等类型企业；其次，利用园区综合优势，建立完整产业链，最大限度地发挥集群发展优势，形成规模效应；再次，在功能规划上，将园区规划为进出口贸易电子商务区、软件外包区、现代物流区、配套服务区等功能区域。张革私对园区经营业务做了介绍，产业园区重点开展公共服务平台建设、人才培养、企业孵化、电商智库、安全体系认证等业务。目前，园区内聚集了300多家电商互联网企业及7000多名电商从业人员，产业聚集效应已初现规模。产业园不仅成功创建了电商发展的“福田模式”，成为商务部研究电商产业的标准样本，而且正抢抓机遇，全面进军重庆、贵阳、西安等西部市场。

全国各示范基地建设的特色

从南京建邺、合肥蜀山、广州黄浦区等电子商务主管部门领导发言中可以看到，各地在示范基地物理空间建设、龙头企业引进、政策资金扶持、产业链整合、公共服务平台配套等方面都做了大量工作。同时，各地电子商务主管部门领导介绍了各自的发展思路。南京建邺商务局副局长刘立提出，一方面，建邺示范基地为园区企业提供融资服务，另一方面，完成跨境贸易电子商务产业园，推进相关产业载体、通关平台和试点企业投入全面运行。合肥蜀山经济开发区管委会副主任李华文表示当地不仅抓产业功能区建设抢占发展高地，抢先完成电子商务示范基地、呼叫中心、世界名酒定制总部和国际智慧物流园四个现代产业功能区布局。同时，将互联网金融业作为优先发展的产业，加快金融业服务产品培育。广州黄浦区经贸局副局长欧永华指出，黄浦区提前做好试点建设顶层设计，重点在两个层级（区域共性与试点企业个性），六

大板块（第三方支付、大宗物资交易、跨境贸易电子商务、物流配送体系、电子商务物流园区、电子商务公共服务平台）开展服务标准体系建设。另外，电商相关主管部门合力打造电子商务标准化公共服务平台，正式启动电子商务可信交易保障服务和资金申报。

聂林海对本次活动做了点评，他表示，示范基地创建工作是一项开拓性的工程，3年来，示范基地在提供公共服务、促进传统企业转型升级、发挥电子商务产业链各环节企业集聚优势等方面做了大量工作，同时，各示范基地都结合各自城市经济发展战略，突出区域产业特色，探索出了一条符合本地发展实际的、健康、快速的新路径，真正发挥了基地的示范和带动作用，为国家经济结构调整和产业结构转型做出了有益的探索。

（作者：王与剑；根据2015年国家电子商务示范基地发展研讨会嘉宾演讲录音整理）

（上接第17页）

（十六）积极参与国际规则制订。

积极推动和参与国际电子商务规则体系建设，加强电子商务的多双边交流与合作。落实APEC电子商务创新发展倡议和中韩自贸协定电子商务条款，开展中日韩、区域全面经济伙伴关系等自贸协定电子商务议题谈判，推进金砖国家、上合组织及两岸电子商务交流合作机制。推进“中国-东盟信息港”建设。

地方商务主管部门要积极配合国家自贸区战略、“一带一路”战略以及多双边和区域经贸交流合作机制，推动本地区电子商务企业和中介组织“走出去”，积极开展国际合作。

（来源：商务部网站）

数据观察

◎ 区域数据

《2015年深圳IT产业发展报告》发布

3月22日，深圳市科技创新委员会主任陆健发布《2015年深圳IT产业发展报告》，陆健介绍，去年深圳市规模以上电子制造业产品产值达到13829亿元，是全国的1/7左右，同比增长10.9%。去年深圳软件产业产值达到7298亿元，业务收入3912亿元，同比增长18.2%。去年我市互联网产业增加值571亿元，较2013年增长了15.3%。

深圳IT业概括起来有几个特点：首先，自主创新能力强，PCT国际专利申请量连续11年居全国各大城市首位，去年差不多1.16万件，占了全国48.5%；其次，IT产业集聚度非常高，中国电子信息前十强总部或者区域总部都设在深圳；第三，新业态发展迅速，云计算、移动互联网、大数据挖掘、物联网已经成为我市IT业的主形态。（来源：本刊编辑部整理）

前海湾保税港区跨境电商业务井喷式增长

2014年12月31日，国务院正式批准广东设立自由贸易试验区，包括南沙、前海蛇口、横琴3个片区。近日，深圳海关表示，今年以来，前海湾保税港区进口电商业务迅猛发展。截至3月11日，蛇口海关审核验放进口电商物品72万票，货值7688万人民币，分别是去年全年的14.4倍和9倍，跨境电商业务呈现井喷式、爆发式增长。目前已有天猫、聚美优品、华润万家等15家电商企业进驻。此外，腾邦前海进口保税实体店——腾邦跨境保税购物展示中心日前在前海万科企业公

馆试营业。与海淘模式相比，自贸区进口电商在售后服务、物流成本、通关效率等方面优势明显。（来源：本刊编辑部整理）

深圳物流业增加值将达1750亿

深圳市交委透露，2014年我市物流业增加值为1614.18亿元，较2013年增长9.69%，提前超额完成“十二五”末期1500亿元的预期目标。在物流效率方面，同期全市社会物流总费用为2268.15亿元，同比增长9.61%，占同期GDP的比率为14.17%，较上一年度下降0.10%，低于全国约3%，效率继续提升。

深圳物流行业去年在多个方面保持国内领先地位。深圳港全年完成集装箱2403.7万标准箱，同比增长3.26%，继续位居全球第三；快递业务收入完成168.67亿元，同比增长33.3%，占全国业务收入的8.28%，全年人均发出快件90件；全国有八成以上供应链管理企业总部聚集在深圳，前海“亚太供应链管理中心”的定位正吸引更多的供应链类型企业入驻。

政策创新和扶持也是深圳物流业持续发展的重要推手。2014年，深圳出台了首部《关于促进深圳电子商务物流业发展的若干措施》和《深圳市发展快递业管理规定》。认定重点物流企业42家、现代物流项目6项、公共物流信息服务平台两个，共发放产业资助资金1.16亿元。（来源：本刊编辑部整理）

2015年1-2月深圳跨境电商原产地签证货值增七成

2015年1-2月，深圳检验检疫局共签发跨境电商原产地证书1018份、签证货值2644

万美元，同比分别增长60%和76.6%，帮助企业获得关税减免达132万美元，凸显原产地政策对跨境电子商务发展的助力作用正逐步升级。

作为电子商务“第一梯队”的领跑者，近年来，深圳跨境电商发展迅猛。目前，国内有近六成的跨境电商出口商集聚深圳，交易额稳居国内半壁江山。2014年9月，深圳检验检疫局在全国率先推出以属地备案、口岸签证、差别化监管为核心的跨境电子商务产地证签证新模式，有效突破跨境电商贸易存在的“追溯难、效率低、成本高”以及不能直接办理敏感产品签证等瓶颈，简化占比达80%以上非敏感产品的办理手续，切实提升出口电商产品签证便利性。

目前，新模式已实施近半年，累计签发跨境电商原产地证书已达2614份，签证金额超8000万美元，主要签证国家或地区包括东盟、欧盟、亚太、巴基斯坦、秘鲁、瑞士等。（来源：本刊编辑部整理）

◎ 行业数据

中国互联网络信息中心发布《中国互联网络发展状况统计报告》

截至2014年12月，中国网民规模达6.49亿，手机网民规模达5.57亿，互联网普及率为47.9%。网民以10-39岁年龄段为主要群体，比例合计达到78.1%。中国网民中农村网民占比27.5%，规模达到1.78亿。

网络购物方面，我国网络购物用户达到3.61亿，我国网民使用网络购物的比例提升至55.7%，增长率为19.7%。我国网络购物市场呈现出普及化、全球化、移动化的发展趋势，2014年我国手机网络购物用户规模达到2.36亿，增长率为63.5%，是网络购物市场整体用户规模增长速度的3.2倍。市场格局方面，淘宝、天猫、京东的品牌渗透率居

前，分别为87%、69.7%和45.3%。

在团购领域，我国团购用户规模达到1.73亿，增长率为22.7%。其中手机团购用户规模为1.19亿，增长率为45.7%。市场格局方面，美团、聚划算、大众点评、糯米、58团购位居前五。

在网络支付领域，我国使用网络支付的用户比例为46.9%，规模达到3.04亿，增长率为17%。其中，网民手机支付使用比例为39%，用户规模达到2.17亿，增长率为73.2%。市场格局方面，支付宝、银联支付、微信支付、快钱分别以88.2%、41.9%、19.6%和13.2%的渗透率位居市场前列。

在企业应用领域，全国企业开展在线销售、在线采购的比例分别为24.7%和22.8%，利用互联网开展营销推广活动的比例为24.2%。营销推广工具以即时聊天工具、搜索引擎和电子商务平台推广为主要推广方式，使用率均在50%以上。从行业上看，制造业、信息传输、计算机服务和软件业、批发零售业开展在线销售的比例最高，分别达到38.4%、36.5%和34.9%。

在市场领域，一线城市O2O市场发展由增量向提质转变。对比一线城市O2O综合发展水平，北京、广州、深圳、上海、天津名列前五位。其中，深圳移动网络发展抢眼，O2O用户渗透率较高，为63.1%；其中，休闲O2O用户渗透率为24.5%；机票预定O2O用户渗透率为23%；非团购餐饮O2O用户转化成餐饮O2O用户的概率为32.2%。（来源：本刊编辑部整理）

国家邮政总局：中国快递增速比GDP快6倍

3月26日，国家邮政总局在2015中国快递论坛上首次发布中国快递发展指数。2014年中国快递发展指数达到282.4，比上年增长70.8。2010-2014年发展规模指数年均增速50.3%，是同期

国内生产总值增速的6倍以上。据介绍,去年中国快递量达到140亿件,问鼎世界第一,已连续4年实现年均增幅超过50%;推动出口近千亿元,支撑国内网购交易额突破2万亿元,占社会消费品零售总额的比重超过7%。快递业务量前50个城市排名中,广州、上海、北京、深圳(95255.3万件)、杭州名列前五位。快递业务收入排名中,深圳(1686716万元)仅次于上海(3613060.4万元),排名第二。(来源:本刊编辑部整理)

央行: 2014全国电子支付金额达1404.65万亿

2月12日,人民银行发布2014支付体系运行总体情况。2014年,全国共发生电子支付业务333.33亿笔,金额1404.65万亿元,同比分别增长29.28%和30.65%。移动支付业务45.24亿笔,金额22.59万亿元,同比分别增长170.25%和134.30%。2014年支付机构累计发生网络支付业务374.22亿笔,金额24.72万亿元。(来源:本刊编辑部整理)

中国电子信息产业产值首超14万亿

《中国IT产业发展年度报告》显示,2014年,中国IT产业规模平稳增长,电子信息产业产值超过14万亿。其中电子信息制造业销售收入首次突破10万亿,同比增长11.5%。产业结构不断优化,2008至2014年软件业务占整个IT产业比重提升了12.9%。其次,技术和产品创新突破加快,如中芯国际突破2.8纳米级的工艺,今年将投入量产;华为累计拥有专利近3.7万项,全球4G专利前十中,有中国的华为、中兴、大唐。骨干企业实力和国际影响力提升,华为蝉联全球最大的电信设备商,联想也成为全球最大的PC厂商,智能手机出货量前十中有六家中国的公司。

2014年中国IT产业投融资表现活跃。并购案例达到656起,同比增长104%,金额3121亿元。投资案例628起,同比增长65.5%,涉及金额450亿元。40多家IT企业在海外IPO,其中阿里是全球最大的IPO。

《报告》对2015年IT发展趋势做出了预测:一是硬件价值软件化;二是产业链构建生态化;三是互联网应用产业化;四是制造业加速服务化;五是服务业发展新型化;六是跨界和融合成为新常态。(来源:本刊编辑部编写)

浙江省出台跨境电子商务发展三年行动计划

1月23日,浙江省商务厅出台《跨境电子商务发展三年行动计划(2015-2017)》,提出建设跨境电商综合试验区,实现“电商换市”和建设“国际电子商务中心”的目标。具体内容包括:举办中国浙江跨境电子商务交易博览会,建设省级跨境电子商务园区和跨境电商公共海外仓两类平台,夯实企业备案登记制度、人才培养、统计监测体系三方面基础。

根据商务部相关数据显示,浙江跨境电商进出口额约占全国的20%,位居全国第二,仅次于广东。据同口径测算,2014年浙江省跨境电商出口销售额约63.5亿美元,杭州、金华和义乌目前是浙江省跨境电商出口的先发优势地区。目前,浙江省从事跨境电子商务的经营主体约3万多个,在各大跨境电商平台上开设各类网店已超过30多万家。如eBay有2万家左右的中国大陆卖家,其中30%是浙江的企业;在阿里速卖通平台上的卖家主要集中在浙江和广东,其中活跃的义乌卖家就有1.7万家。(来源:本刊编辑部整理)

行业动态

◎ 深圳

2015深圳跨境电子商务高峰论坛举行

1月26日，深圳市电子商务大讲堂跨境电商系列——2015深圳跨境电子商务高峰论坛在市民中心举行。来自亚马逊、ebay、兰亭集势、DX等国内外知名跨境平台代表、跨境电商卖家、供应链厂家、传统外贸加工制造商等800余人出席。

市经贸信息委彭新叶副主任肯定了深圳市跨境电商行业在过去一年取得的成绩。2014年是深圳开展跨境电子商务试点工作的元年，试点工作取得了突破性进展，获得了进出口双向试点资格，发布了全国首个跨境电子商务的地方标准，建立了全国首家跨境电子商务可信交易保障系统，在前海保税港区正式启动试点运行并诞生全国首单海关9610监管代码下操作的跨境电商出口退税。为加快推动试点工作的有序开展，市政府制定并颁发了《深圳市推进跨境贸易电子商务服务试点实施方案》，海关、检验检疫、外汇、国税、市场监管等各监管部门正在积极制定符合跨境电商操作方式的管理制度，优化业务流程，建设信息化通关监管和服务系统。（来源：本刊编辑部整理）

深国际西部物流欲打造跨境电子商务集聚区

深国际西部物流是前海湾物流园区内成立最早的物流配套服务企业之一，业务涵盖仓储、报关及其他增值服务。随着前海战略轮廓定位逐渐清晰，西部物流作为传统物流园区正开展升级改造，紧抓跨境电子商务发展机遇，拟建设跨境电子商务产业园。

深国际西部物流目前提出以物流园区为

依托、以现代物流服务为支点，打造安全、低碳、高效、结合电子商务供应链管理服务和现代物流总部基地的产业园。该园区计划通过集聚跨境电子商务企业，打造跨境电子商务生态圈，以发挥前海在物流基础设施、通关便利化方面的优势。园区占地18万平方米，第一期将通过临建项目，建设跨境电子商务培育区，实现中小电商企业集聚、孵化。第二期将建设跨境电商服务中心、港货展示交易中心，打造综合性跨境电子商务产业园。（来源：本刊编辑部整理）

天虹商场转型O2O移动电子商务

天虹商场2014年年报显示：天虹商场O2O布局已初步完成，实现了全渠道多入口的引流布局，线下转型“百货+购物中心+便利店”的多业态，线上完成了“网上天虹+微店+微信”三个端口的构建。2015年，天虹公司还将全力推进业务转型，突破O2O移动电商发展。

2014年天虹公司新开5家百货、2家购物中心。在自提O2O方面，天虹在门店和物业机构增设了1000多个自提点，除自提外，还可在实体店退换货；在最后一公里与生活服务O2O方面，2014年开业5家微喔便利店，但支付环节仍有待完成。（来源：根据《深圳商报》相关内容编写）

深圳广电携手阿里影业试水定制剧模式

2月3日，阿里巴巴影业集团和深圳广播电影电视集团（深圳广电）达成协议，双方将依托各自的资源和渠道优势，探讨推出电商电视剧合作机制，根据播出平台需要，共同开发、联合投资制作定制剧。

此次合作是深圳传统媒体企业转型的一次有益尝试，回应了互联网浪潮下传统媒体转型升级、变革原有商业模式的时代要求。

（来源：本刊编辑部整理）

华为百度达成合作探索室内导航及O2O服务

3月1日，华为与百度宣布达成战略合作，共同发展室内移动互联网，特别是基于室内导航的O2O合作。华为与百度的此次合作将帮助运营商和互联网业务提供商实现“内容进管道，管道促业务”的双赢发展模式。

据悉，华为的ServiceAnchor开放性平台方案将为百度移动业务，特别是地图业务在室内导航方面进行全面优化，可以提供包括室内商铺和生活服务推荐、人流驻足等差异化服务信息。（来源：本刊编辑部整理）

◎ 国内

商务部出台关于加快推进电子商务人才培训工作的指导意见

1月16日，商务部就加快推进电子商务人才培训工作提出以下任务：一是制定人才培训总体规划；二是建立地方电子商务人才继续教育基地；三是加大对各级商务主管部门和相关企业的人才培训力度；四是鼓励行业组织和专业培训机构开展人才培训；五是建立跨部门合作机制，促进电子商务教育资源协调发展；六是探索建立电子商务研究机构。（来源：根据商务部网站相关内容编写）

国家外汇管理局：跨境网购单笔限额5万美元

国家外汇管理局发布《关于开展支付机构跨境外汇支付业务试点的通知》，在全国范围内开展部分支付机构跨境外汇支付业务

试点，允许支付机构为跨境电子商务交易双方提供外汇资金收付及结售汇服务，并将网络购物单笔交易限额提高至5万美元。

为防范互联网渠道外汇支付风险，2013年以来，国家外汇管理局在上海、北京、重庆、浙江、深圳5个地区开展支付机构跨境电子商务外汇支付业务试点，试点情况良好。在此基础上，外汇局将试点拓宽至全国范围。（来源：本刊编辑部整理）

国务院批准设立杭州为跨境电商综合试验区

经李克强总理签批，国务院日前印发《关于同意设立中国(杭州)跨境电子商务综合试验区的批复》(以下简称《批复》)。

《批复》明确了该综合试验区的定位和作用，提出要以深化改革、扩大开放为动力，着力在跨境电子商务各环节的技术标准、业务流程、监管模式和信息化建设等方面先行先试，通过制度创新、管理创新、服务创新和协同发展，破解跨境电子商务发展中的深层次矛盾和体制性难题，打造跨境电子商务完整的产业链和生态链，逐步形成一套适应和引领全球跨境电子商务发展的管理制度和规则，为推动我国跨境电子商务发展提供可复制、可推广的经验。（来源：根据新华网相关内容编写）

1-2月份全国网上商品零售额增长47.4%

国家统计局数据显示，1-2月全国网上商品零售额增长47.4%，占社会消费品零售额的比重达到8.3%，拉动社零总额增长近3个百分点；全国预计完成快递业务量增长36.6%。据商务部预测，1-2月5000家重点零售企业网上商店销售额增长38.9%，增速较上年同期加快18.9个百分点；综合购物中心销售额实现了11.3%的增长。（来源：本刊编辑部整理）

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