

2018年第2期(总第33期)

电子商务动态

E-commerce bulletin

专题研究

深圳发展跨国公司区域分拨中心业务的竞争力差距分析

专家视角

区块链将助力深圳跨境电商零售进口快速发展

业界交流

共享经济背景下深圳大鹏新区民宿发展的新思路

“消费者主权时代”的深圳零售新发展

数据观察

李克强：今年国内生产总值预期目标要增长6.5%左右

深圳互联网发展状况报告出炉 去年超9成深圳网民热衷手机上网

行业动态

工信部：国家大数据综合试验区有望开建

华为荣耀瞄上东南亚电商 正式牵手Shopee

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有限责任公司

2018年3月30日 第三十三期

目录

指导单位:

深圳市经济贸易和信息化委员会
深圳职业技术学院

主办单位:

深圳市电子商务服务中心有限责任公司
深圳职业技术学院管理学院

顾问:

柴跃廷

指导委员会:

贾兴东 乔海燕 刘毅刚 李 玮

主 编: 徐 静 王汝志

执行主编: 高 珊 姜 洪 朱 琳

编 辑: 陈佳宁 鲁贞松 柳 霜
孟军齐 聂 珂 刘志勇

专题研究

深圳发展跨国公司区域分拨中心业务的竞争力差距分析 1

专家视角

区块链将助力深圳跨境电商零售进口快速发展 6

业界交流

共享经济背景下深圳大鹏新区民宿发展的新思路 10

“消费者主权时代”的深圳零售新发展 13

数据观察

李克强: 今年国内生产总值预期目标要增长6.5%左右 16

深圳互联网发展状况报告出炉 去年超9成深圳网民热衷手机上网 18

行业动态

工信部: 国家大数据综合试验区有望开建 20

华为荣耀瞄上东南亚电商 正式牵手Shopee 23



深圳市电子商务服务中心有限责任公司
微信号: szecsalon

版权申明: 本刊编辑部保留一切权利,
如欲转载, 须获本刊编辑部许可。

—— (印数 1500 册) ——

深圳发展跨国公司区域分拨中心业务的竞争力差距分析

一、引言

伴随着互联网和电子商务的快速发展,世界经济贸易更全面彻底地走向全球一体化,商品分销的流程也在转型,以供应链管理为特征、配合建设现代化的国际物流中心的现代物流业已成为全球趋势,并受到各国政府和企业越来越多的重视。为了进一步降低成本,提高国际配送效率和客户满意度,跨国公司纷纷在世界各地成立国际性或区域性物流分拨中心。

近年来,随着中国市场重要性的不断加强和国内港口贸易便利化程度的不断加深,越来越多的跨国公司改变了过去单纯在中国租用仓库的传统模式,并加速将配置地区性乃至全球性资源的分拨中心向中国集聚。上海洋山保税港区和深圳前海及福田保税区获得跨国公司的青睐。

究其原因,一方面,这些分拨中心作为跨国公司全球物流网络中连通亚太和欧美地区的重要节点,承担起快速配送产品和零部件的功能。另一方面,跨国公司分拨中心的集聚,有效地提升了地区资源配置和整合能力,促进区域对外经济的发展。可以说,对于跨国公司和地区发展是一种双赢关系。

深圳作为我国首个经济特区,政策优势显著,其基础设施条件和区位优势更是企业总部选址的首选。目前,家乐福、联想电脑、松下电器、赛意法等多家国际知名跨国公司集团区域分拨中心设立在深圳。但相比新加坡、香港和上海等地区来说,深圳在跨国公司分拨中心的数量上和吸引力方面还存在一定差距。本文将从七个方面进行对比分析深圳与新加坡、香港、上海这几个城市在区域分拨中心国际竞

争力上进行对比,包括:功能定位、管理体制、海关监管、税收政策、贸易投资环境、金融政策和信息化程度。

二、深圳引进跨国公司区域分拨中心业务有利因素分析

(一) 优越的地理位置和经济区位优势,拥有适合转口贸易、过境贸易的可加工作业的多功能仓储设施和保税监管区

深圳拥有中国最大吞吐量的港口,港口综合吞吐能力 2 亿多吨,集装箱吞吐能力 2420.45 万标准箱。有 46 家国际班轮公司在深圳港开辟集装箱国际班轮航线 255 条,是中国国际班轮航线密度最高的城市之一。

深圳前海自由贸易区、深圳福田保税区、前海保税港区和盐田综合保税区,都作为拥有适合转口贸易、过境贸易及可加工作业的多功能的仓储设施物流保税园区。这些区域拥有构建和引进跨国公司国际性的区域分拨中心的成熟条件。

(二) 逐渐完善的集疏运网络

深圳拥有珠三角地区强大的海空港枢纽地位。深圳港已连续多年保持集装箱吞吐量全国第二的地位,同时也是全球第三大集装箱港口;深圳机场已迈进“大航站区+双跑道”时代;铁路迈入高铁时代,辐射能力大幅提升;广深沿江高速、博深高速等重大通道建成通车,外环高速、东部过境高速开工建设,深中通道前期工作有序推进。港深莞惠都市圈交通发展进一步融合。

此外,围绕深圳港区及保税区建立或形成了多个加工区、货运交易中心等园区,吸引国内

外一大批著名的航运、供应链服务企业在此参与经营服务。在腹地运输上,依托深圳发达的公路、铁路、航空交通运输网络体系,具有较强的航运货物集散能力。

(三) 深圳拥有持续发展完善的计算机网络信息管理系统和 EDI 中心,保障深圳物流通道畅通高效运行

2017 年 9 月深圳宇泰报关公司完成中国(深圳)国际贸易“单一窗口”SaaS 应用首单成功报关,其后巨航国际物流完成首单成功报检,标志着深圳国际贸易“单一窗口”顺利实现与国家标准版的直联对接,“单一窗口”迈入标准版时代。

(四) 深圳拥有一大批科技创新的支柱产业

深圳具有强大的科技创新中心的功能。深圳是拥有 8037 家国家高科技企业的超级城市,仅次于北京。深圳作为一个创新的源地,向全国提供设计、标准、研发成果。深圳的科技创新支柱产业群及城市氛围将对同类的跨国企业有强大的吸引力。

(五) 深圳拥有先进健康的国际金融环境

深圳在全球金融中心排名持续在 15-22 名之间,2016 年度国际金融中心城市排名深圳排世界 19 位,上海是 16 位。相比于北京国字头金融实体和上海外资型金融实体,深圳的金融实体更能够代表中国未来的方向。深圳的健康公平的金融环境更吸引跨国公司的进入与投资。

(六) 城市年轻,旺盛的“人口红利”

深圳用 30 多年时间,由一个传统的农业地区发展成为中国最年轻的经济中心城市,列入了各类中国城市排行榜的前四位。深圳正处于旺盛的“人口红利”期,全市人口平均年龄为 30 岁左右。15~64 岁人口占总人口的 88.40%,比广东省平均水平高出 12 个百分点,比上海市高出 7.2 个百分点,比北京市高出 5.7 个百分点。

(七) 深圳既是供应点也是需求点的经济区域,是上佳的物流分拨中心选址选项

深圳市 2017 年国内生产总值达

22438.39 亿元,经济增速高于全国及全省平均水平,达到 8.8%,位居全省第一,经济总量持续扩大,居内地大中城市第三位。深圳市 2017 年社会消费品零售总额 6016.19 亿元,增长 9.1%;进出口总额达 2.8 万亿元,出口规模连续 25 年位居全国内地城市首位。生产力、消费力的数据表明深圳既是供应点也是需求点的经济区域,是上佳的物流分拨中心选址选项。

(八) 深圳拥有成本优势

比照香港,目前吸引跨国公司来深圳设区域分拨中心最大的优势之一就是拥有相对低的仓储成本和劳动力。

表 1 深圳与香港的分拨中心成本比较

成本要素	香港	深圳	比率
劳动力成本	14000 元/月	6000 元/月	2.33
仓库租金	143 元/平方米/月	50 元/平方米/月	2.86
水电费成本	7 元/平方米/月	4.5 元/平方米/月	1.56
地租	5.6/平方米/月	0	

数据来源:企业调研汇总

(九) 深圳跨境电子商务作为国际贸易新业态交易额持续逆势走高,对国际分拨中心的区域物流分拨功能提出更高要求

据统计,2017 年深圳市跨境电商交易额达 500 亿美元左右,继续保持两位数增长态势,增速高于一般贸易进出口。深圳作为全国跨境电子商务试点城市之一,跨境电商生态圈各类企业都保持高速发展,对国际分拨中心的区域物流分拨功能提出了更高要求。

三、深圳引进跨国公司区域分拨中心业务的国际竞争力差距分析

以下将从功能定位、管理体制、海关监管、税收政策、贸易投资环境、金融政策和信息化程度七个方面,对比分析深圳与新加坡、香港、

上海这几个国际先进区域在发展跨国公司区域分拨中心业务上的国际竞争力差距。

(一) 功能定位

新加坡和香港功能定位于国际自由港,均为全世界自由、开放的多功能自由港,是全球贸易、金融和航运中心。而我国的上海自贸区和深圳,属于狭义的自由贸易区,自由程度相比新加坡和香港要低。同时深圳的福田保税区、盐田综合保税区、前海保税港区、坪山出口加工区等特殊监管区相比自贸区来说,其自由程度就更低。

(二) 管理体制

新加坡的自贸区采用公司化运营管理机制,并均以法律形式规划自贸区发展。香港政府致力于让城市的每一部分成为自由贸易港的组成部分。

而上海自贸区、深圳前海蛇口自贸区以及福田保税区、盐田综合保税区、前海保税港区、坪山出口加工区等特殊监管区主要还是政府管理模式,通过特殊监管区管理局(“保税区管理局”)执行管理功能,政府全方位规定自贸区功能、管理体制、运作模式和优惠政策等。

(三) 海关监管

1989年,新加坡政府推出全国电子数据交换系统贸易网(TradeNet)。所有通关程序统一经贸易网执行,为企业提供一站式通关服务,通关极为便利。香港的进出口手续也极为简便。

深圳福田保税区、盐田综合保税区、前海保税港区、坪山出口加工区、机场保税物流中心实行保税制度,按照“境内关外”模式封闭管理。其中值得特别指出的是,各特别监管区的行政管理又设定了各自不同的行政管理条例,及通关放行的时间窗口,进而降低了这些特别监管区实际的通关便利度。

(四) 税收政策

四个区域均制定了一系列有利的税收政策,优惠幅度较大,具体体现在:所得税、增值税、关税,及其他税费减免和补贴方面。详见下表汇总:

表2 各区域税收优惠政策比较

区域	所得税与增值税	进出口关税	其他税费减免和补贴
新加坡	已处于开创阶段的制造业和服务业,免去其利润税;对处于发展中的制造业和服务业,对其超过发展前水平的利润准予免税,为期至多五年;取消非居民的利息所得税	全球超90%的货物不需要缴纳关税,应税货物只有酒类、烟草产品、石油产品以及车辆等四大类商品。	给予制造业和服务业、研究与发展业、建筑业,以及减少饮用水消费的项目投资补贴
香港	不征收增值税、销售税或资本增值税,只有在香港赚取的收入才须课税,只需一年申报企业所得税一次。	不设置关税壁垒,除对烟、酒、甲醇、碳氢油、化妆品等6类商品征收进口关税及消费税外,对其它一般商品的进出口均不收关税,只征收0.05%的从价税。	进口机器及原料毋须缴付关税,股息也毋须课税。报税手续也十分简单,大部分人均可在网上自行办理。
上海	区内企业使用的进口机器设备,予以免税;增值税和个人所得税可以分期支付;对注册在区内符合条件的从事境外股权投资的企业,减按15%的税率征收企业所得税;对区内符合条件的从事离岸业务为主的企业,减按15%征收企业所得税	可根据企业申请,试行对内销货物按其对应进口料件或按实际报验状态征收关税。区内生产企业以及生产性服务业企业进口所需的机器、设备等货物免税(生活性服务业企业进口的货物除外)。	区外企业运入区的货物视同出口,可办理退税;区内企业在区内加工的货物,凡属于货物直接出口和销售给区内企业的,免征增值税、消费税。

区域	所得税与增值税	进出口关税	其他税费减免和补贴
深圳	保税区内企业生产、加工的产品在保税区内销售的，免征营业税、增值税。自贸区则按照符合《企业所得税优惠目录》中规定的产业项目为主营业务，且其主营业务收入占企业收入总额 70% 以上的企业减按 15% 的税率征收企业所得税。	从境外进行保税区的货物，免征关税	属于国家重点扶持的技术企业，减按 15% 的税率征收企业所得税。

数据来源：招商局战略研究部研究报告、广东自由贸易试验区深圳前海蛇口片区官方网站

从上表与国内外先进区域对比，深圳各特殊监管区企业享有一定的税收优惠政策，但是受众面窄，核定范围复杂，不同产品，不同企业享受不同的税收优惠幅度等，与香港、新加坡的简单明了对比还是有较大差距。

（五）贸易投资

新加坡和香港主要采取自由贸易制度和企业自由经营的制度。上海主要实行备案管理制度。深圳蛇口自贸区在投资领域采取“负面清单”模式，对于“一口受理”平台“自贸区负面清单”以外的采取备案制；负面清单以内的采取审批制，负面清单以内的企业大都从事制造业、重工业，审批程序复杂，注册成功率很低。

（六）金融政策

新加坡在 1978 年全面取消了外汇管制，提高了出口企业的创汇积极性，提升了贸易自由度。香港实行自由外汇制度，形成了以外资银行为主体、以进出口贸易为主要服务对象的银行体系。外汇市场完全开放。

上海自由贸易区则在金融制度和金融服务两方面进行创新。在金融制度方面。可在试验区内对人民币资本项目可兑换、金融市场利率市场化、人民币跨境使用等方面创造条件进行先行先试。在增强金融服务方面。推动金融服

务业对符合条件的民营资本和外资金融机构全面开放，支持在试验区内设立外资银行和中外合资银行。允许金融市场在试验区内建立面向国际的交易平台。

深圳前海的金融创新突出地表现在跨境人民币贷款的发展方面。要素市场建设是前海金融创新发展的另一重要举措。目前前海合作区内已注册成立了前海股权交易中心、前海金融资产交易所、前海保险交易中心等 7 家要素交易市场。近期市政府又批准同意设立贵金属、矿石、红酒、游艇、电子产品、融资租赁、钻石珠宝等 15 家要素交易市场，其中绝大多数都将注册在前海。

（七）信息化程度

表 3 各区域信息化技术比较

区域	信息化程度
新加坡	两大平台：全国电子数据交换系统贸易网（TradeNet）和港口网，全程追踪仓库内货物信息，与海关、税务、港口有效实时衔接。
香港	可全程追踪仓库内货物信息，与海关、税务、港口有效实时衔接。
上海	货物通过电子口岸申报，暂无法实现与海关、税务、港口的数据对接，信息对接不畅通
深圳	货物通过电子口岸申报，暂无法实现与海关、税务、港口的数据对接，信息对接不畅通。“单一窗口”迈入标准版时代。

四、深圳引进跨国公司区域分拨中心业务须改善的方面

（一）保税功能有待提升

自贸区、自由港和保税区性质上的差异，导致功能上的差异，从而在操作和监管方面有着巨大差异。如果保税区功能可转型，向自由贸易区转型，则可实现真正意义上的“境内关外”，除涉及安全、环境、卫生特别事项之外，区内与境外之间以及区内的贸易物流活动，免除惯常的海关监管制度，只提供相关备案服务与支持，则可方便企业在区内的经营活动；同时，加强国内区外与区内之间的货物监管，严

格进出口制度,避免走私。

(二) 管理机制有待改进

新加坡自由贸易区的设立是国家行为,由中央政府设立专门的机构,负责对其进行宏观经济管理和协调,因此具有很高的权威性和政策协调性,出台相关法律政策。在具体运行方面,则采取大胆放开的市场化运营举措。

我国境内保税区在宏观管理和协调上,至今未有一个统一的主管职能部门,近年来主要管理和协调工作由海关总署牵头,但是由于宏观主体还涉及商务部、税务总局、外汇管理局、经贸、国家质检总局等多个职能部门,多头管理,各部门分别自行制定政策。由于缺乏统一的管理机构,导致政出多门,互相缺乏协调,给区域功能开发和企业经营带来影响,不能充分发挥保税区的贸易和物流优势。从管理机制上统一管理职能,制定统一的管理条例,已经显得刻不容缓。

另外,保税特殊监管区的区内通关行政管理应配合海关的便利政策,促进特殊监管区货物的高效流通,不应有不同的行政服务时间窗口或与海关不兼容的信息系统。

(三) 通关流程环节时效有待提升

“境内关外”的性质明确了监管区域划在关境以外,置于海关管辖界限以外,完全撤离复杂的海关手续等贸易障碍,准许境外商品豁免关税自由进出,拥有海关治外法权。而在深圳大多海关监管区域暂无法实现真正意义上的

自由进出。

一方面是受制于现有监管体制的约束,另一方面受制目前我国货物进出口繁琐的通关流程,从货物录入系统申报开始到最后的清关放行,涉及海关审单、查验,往往会大大延长货物通关时间,降低通关时效。

(四) 信息平台功能有待增强

深圳国际贸易“单一窗口”迈进标准版时代,但其连通货物、海关、商检、港口于一体的信息平台功能仍需完善提高,全国覆盖范围需迅速实现。

新加坡等拥有世界上目前最先进的信息平台,并且能够集货物、海关、商检、港口多方于一体,实现真正的数据信息共享。通过建立全国电子数据交换系统贸易网(TradeNet)和港口网,从货物在分拨中心的仓库开始,到海关、港口、税务系统实现全称追踪,大大节省了中间环节,实现了数据的实时EDI。

五、总结

各特殊监管区应比照新加坡、香港等先进区域从保税功能、体制管理、通关流程、海关信息系统等各方面全面提升,探索建设有深圳特色的自由贸易港,进而巩固提升深圳在国际商品流通领域的核心地位。

(文/深圳职业技术学院管理学院 张泽燕)

(下接第12页)

整度,减轻双方之间的信任顾虑。

第二,落实安全政策和隐私保护政策。基于制度的信任是共享经济下初始信任建立的第一步。大鹏新区政府应做好对民宿共享的结构性保障,从制度和执行层面对交易过程进行监管,配备相应奖惩制度激励或管制相应诚信问题。

第三,调查显示,预定历史和房客点评影响共享信任的建立。大鹏新区政府应积极探索区块链技术在解决信任危机方面的应用,如通过区块链技术加强顾客对民宿点评的准确度和积极性,一方面督促大鹏新区民宿不断改善服

务品质,另一方面,为顾客提供一个真实、公正的评价系统。

共享经济的兴起为大鹏新区的民宿产业提供了全新的发展机遇,大鹏新区丰富的旅游、文化资源也为其民宿发展带来了强大的支撑,大鹏新区民宿已经成为其发展旅游领域的主力军。大鹏新区政府、协会、民宿业主与经营者,旅游企业,以及当地居民应通力合作,积极探索大鹏新区民宿发展的创新模式,将大鹏新区民宿群打造成具有全国影响力和知名度的特色小镇。

(文/深圳职业技术学院管理学院 吕静)

区块链将助力深圳跨境电商零售进口快速发展

近年来，在以互联网技术为依托的普惠贸易快速发展的趋势下，我国跨境电商零售进口得到迅猛发展，究其根源主要是境内消费者快速增长的高品质消费需求与原有商品种类、品质、效率、价格、渠道等供给侧不足之间的矛盾。

2017 年，深圳国际贸易再次取得骄人成绩，外贸出口总额连续 25 年全国排名第一，但新兴的阳光化跨境电商进口产业发展却不尽如人意，面临着“大船难调头”的难题。在跨境电商领域，深圳多年来在传统外贸领域积累的种类丰富、监管规范、风险意识强等优势与内地部分试点地区现有的政策、创新优势相比竞争力不足。如何依托新技术和手段，进一步实现产业的有效监管是深圳市推动跨境电商阳光化发展的重要手段之一。

一、跨境电商零售进口基本情况

近年来，跨境电商进口市场规模快速增长，渗透率（占进口贸易额）不断提升，用户规模正处于快速增长期。根据有关机构统计，2018 年市场规模将达 1.9 万亿元，渗透率也将提高到 19.4%，用户规模将达到 7400 万人。

虽然电商零售进口市场需求总体趋向利好，但行业总体依然面临着交易真实性、交付真实性、商品品质管理、经营主体责任、商品全流程追溯、全流程数据真实性及监管资源不足等内在问题，同时面临着与境外旅游消费、私人代购及境外网站海淘等渠道剧烈的竞争。全行业面临的问题，正是深圳跨境电商“弯道超车”的机会。

二、跨境电商零售进口面临的几个问题

（一）跨境电商零售进口监管体系有待完善，传统的线性分段式、关口式监管措施已不适用于跨境电商零售进口监管，急需新的符合

“三方需求”的监管措施

国家政策方面，从 2012 年国家开放第一批试点城市到 2016 年扩大至 13 个跨境电商综试区，以及国家领导人、中央各部委相关人员的表态，均充分体现了国家鼓励跨境电商零售进口这一新型贸易业态发展的决心。

监管执行方面，跨境电商零售进口是一个蓬勃发展的新事物，它的生存发展与国家监管政策息息相关，由于跨境电商零售的创新性与复杂性已经改变了传统国际贸易形态，导致传统的线性分段式、关口式的监管思路已经不适用于新型的跨境电商的发展。

跨境电商的监管涉及非常复杂的系统性问题，涉及多个部门的协调，2016 年“4.8 新政”的熔断以及之后的过渡期政策 3 次延期均已说明国家正在不断探索适用于跨境电商零售进口的监管体系。一套符合国家、企业及消费者三方需求的新型监管措施才能真正的实现跨境电商零售进口这一新型经济业态的规范健康发展。反之，市场观望情绪越来越浓厚，阳光化渠道将面临再次被“灰化”的危险。

（二）跨境电商零售进口商业体系有待完善，传统商业体系已无法满足实际要求

跨境电商零售进口商业体系包括经线上交易、线下交付、产品质量管理、产品全流程溯源、消费者权益保障、交易纠纷解决及完善的信用管理等，均与传统国际贸易有很大的区别，每一部分都由多个参与节点（即企业）合作完成，在跨境电商零售进口碎片化、批次多、批量小、品类杂、节点多等特性下，理论上唯一能贯穿始终的只有信息化数据，传统的线性结构商业体系或单核心网状体系已经不适合跨境电商零售进口，新的商业体系必须以信息化数据为核心进行重构，“三单比对”的监管模式也同样是以信息化数据监管为基础而提出。但无论是新的跨境电商零售进口商业体系重构，还

是“三单比对”监管模式，仍然没有很好的解决真实全面的信息化数据来源这一核心问题。

（三）现行的跨境电商零售进口信息化体系不完善，客观上存在核心单一主体的作恶空间

跨境电商零售进口的整个链条存在了多个参与节点的多套信息系统（OMS系统、ERP系统、WMS系统、CMS系统、TMS系统、OTS系统等），而目前信息系统之间很难真实的实时交互，导致信息核对繁琐，数据交互不均衡，链条内节点之间只能通过大量的线下核对与重复检查来保证相邻节点间的数据一致性问题，对外时各个节点则以核心单一节点数据为主。

“三单比对”监管模式下，要求电商企业、支付企业与物流企业分别向监管单位传输订单数据、支付数据与物流数据，原则上三单数据应该独立产生并向监管单位申报，监管单位可根据来源不同的三类数据完成比对以核查申报数据真实性。实际操作过程中，客观上存在了跨境电商零售进口链条上的各节点信息数据都以单一的核心节点数据（如跨境电商平台数据）为准的空间，如果核心节点企业“故意作恶”，以虚拟数据调整各节点数据之后再各自向监管单位申报，此时数据存在失真风险，将导致“三单比对”监管模式失去了应有的作用。

目前，跨境电商平台的展示数据与消费记录是消费者获取商品信息、消费后维权的唯一途径与证明，因为所有数据均存在跨境电商的数据库中，在产生消费纠纷时用户取证非常困难，如果跨境电商平台“故意作恶”，消费者无法获得真实的交易信息和进口商品信息（如产品成分、原产地、通关口岸、真实供应链流程等）。

三、区块链技术是打造良性产业生态的有效措施

跨境电商零售进口是很长的价值链条，需要供货企业、跨境电商企业、跨境电商平台企业、供应链服务企业、在线支付企业等商业参与方与海关、检验检疫局、税务局、外汇局、市场监管委等各监管单位一起发力才能构建良

性的产业生态，而各方一起发力的基础是共识基本一致、数据真实可靠、运营成本可控、运作流程高效。区块链技术的应用，为跨境电商零售进口快速形成良性的产业生态提供了可能。

区块链技术是一种按照时间顺序将数据区块以顺序相连的方式组合成的链式数据结构，并以密码学方式保证的不可篡改、不可伪造、去中心化的可信分布式账本，可以理解为一套新的记录交易及数据信息交互的技术实现方式。

区块链技术虽然因比特币的兴起而众所周知，但区块链是一种IT技术、比特币只是使用区块链技术实现的一种应用，两者不能混淆。区块链技术的特点决定了其未来一定会在各产业领域发挥巨大的能量。

区块链技术基本特点如下：

（一）去单一中心化/多中心化。区块链系统通过技术本身保证其真实性，不需要外在的单一第三方进行信任背书。将传统的以单一平台的中心化记账方式转化为分布式记账，在既定共识机制的基础上，链条中的所有节点均可拥有一份一致的数据记录。

（二）系统安全性能高。区块链技术是一个分布式的网络架构，不存在单点故障，所以在整体的技术架构方面有着更强的稳定性、可靠性和持续性。

（三）双层密钥，强安全加密机制。通过区块链双层密钥技术，可实现交易记录公开透明、核心机密信息安全保密。

（四）共识机制和智能合约，通过技术手段保证了数据的真实性和合约执行力，颠覆现有以“人的诚信”为核心的信用体系。

（五）链上数据不可篡改。信息数据记录至区块链后，链上数据只能增加不能修改，历史记录真实可靠。

四、区块链技术应用分析

深圳市前海管理局目前正在负责建设跨境电商综合服务平台。该平台将充分利用区块链技术的上述特点，构造一个由跨境电商、平台运营商、供应链服务商、第三方支付服务商等商

业主体与海关、检验检疫局、税务局、外汇局、市场监管委等各监管单位共同参与的，既可以自我循环也可以向外拓展的可信任、分布式产业生态环境，可暂时称之为“跨境电商零售进口区块链体系”。

跨境电商零售进口区块链体系运营模式旨在将跨境电商零售进口中的每一个参与者和区块链的特性相结合，并在跨境电商综合服务平台上“区块化”，使每一个参与者数字化后成为区块链上一个节点，形成标准的区块链运营体系。从而使每一个参与者信息在区块链的系统中可查可看，共同完成全流程数据的采集、存储和整合。

跨境电商零售进口自身的复杂性决定了其区块链体系必须将各类私有类、联盟链或小型公有链融入到一个各方均接受的大型公有链中，前海正在打造的跨境电商综合服务平台将是此类大型公有链的最佳载体。

（一）“区块链+交易”，实现交易与申报一体化，解决“三单数据”申报真实性难题

目前，从技术上来讲，现行的跨境电商零售进口“三单数据”产生过程与申报过程是独立存在的，监管单位无法判断企业申报的“三单数据”是消费者真实的消费数据，还是相关企业伪造的交易数据（如业内俗称的“刷单行为”）。

跨境电商综合服务平台将利用区块链在登记结算场景上具备实时记录、多方参与的特性，在区块链体系中产生真实交易数据时，真正实现“三单数据”的产生与申报同步进行，以确保“三单数据”的真实性，避免“故意作恶”。

（二）“区块链+溯源”，实现产品流通全流程真实溯源，解决产品真实交易监控难题

溯源指追踪记录有形商品或无形信息的真实流转过程。现行的溯源系统一般使用常见的中心化账本模式，甚至是由各个市场参与者分散孤立地记录和保存。谁作为核心维护这个账本变成了问题的关键，无论是源头企业保存还是渠道商都是流转链条上的利益相关方，由利益相关方维护的中心化账本在溯源场景下是不可

可靠的，当账本信息不利于其自身时，很可能选择篡改账本或者谎称账本信息由于技术原因而灭失，而且这些上下游链条的台账之间没有互通互联，各自是一个独立的信息孤岛，无法做到快速的追溯问责。

区块链具有在数据存证场景上的不可篡改性和时间戳能力，跨境电商综合服务平台采用区块链技术后，可为防伪溯源提供强有力的无信用背书的可信工具。

（三）“区块链+检测”，实现第三方真实检测信息可查，解决产品质量管理难题

目前，跨境电商企业的销售平台上展示的商品是否经过权威机构的检测、检测是否合格、检测结果是否有效等信息均由企业自主维护，一方面导致无法进行有效监管，另一方面消费者也无法获得真实情况。

跨境电商综合服务平台使用区块链后，将利用区块链技术可实现链上所有商品检测信息必须由链上权威检测机构写入、企业无法自主维护的特性，从源头杜绝虚拟信息的产生，利于监管机构进行产品质量管理和消费者获得真实情况。

（四）“区块链+通关”，实现高效快速通关，解决通关监管难题

跨境电商零售进口商品无论采用“9610”还是“1210”通关，当前所有申报信息均集中在商品出仓这一个环节，监管单位信息系统的数据处理量 and 处理难度非常巨大，导致数据处理效率低、成本高、风险大。

跨境电商综合服务平台依托区块链技术，实现订单数据、支付单数据在真实的交易环境下的申报，监管单位接入区块链体系可提前完成“两单比对”，在物流企业申报物流数据时，仅仅完成订单数据与物流单数据比对即可，甚至可将“两单比对”结果作为物流单指令智能合约的一部分，“两单比对”未能通过则不能发起物流单指令，这将大大降低监管单位信息系统的数据处理量与处理难度，通关效率有望大幅提升。

（五）“区块链+供应链”，实现跨境电商

零售进口供应链高效协同，解决跨境电商供应链效率与成本难题

供应链是由供应商、制造商、分销商、零售商、用户连成一体复杂的功能网络结构。在这个链条上，资金流、信息流、实物流交互运行，协同难度极高，传统的依靠单一“链主”（即供应链核心企业）的协调机制已经遭遇瓶颈，“链主”的可信度、影响力、管理幅度及管理能力等问题越来越突出，导致跨境电商供应链效率很难提升、供应链成本很难下降。

区块链的“去中心化”模式，将很好的解决这一问题。首先，依据“区块链”数据不可篡改、信息公开透明的特点，企业之间可以快速建立信任并解决信息失真问题；其次，链上企业协同运营依靠的是区块链“共识机制”和“智能合约”，而非“链主”的管理意志，使链上企业之间不需要浪费时间进行博弈；再次，当供应链上出现纠纷时，依据区块链的数据不可篡改性和时间戳能力，解决机制将变得更加简单容易。

（六）“区块链+供应链金融”，实现真实大数据融资，解决跨境电商企业融资难题

使用区块链技术后，跨境电商综合服务平台内积累的大数据真实可靠，且运用区块链技术可以为应收账款、票据、仓单等资产确权（不可篡改、透明化数据），从而进行保理、贴现、质押

等资产交易（减少中间环节、帮助企业融资），并且留下数据存证（电子合同、关键数据、身份信息），防止票据作假、重复质押等风险发生（永久审计追踪）。在区块链技术应用情况下，供应链金融将能更好解决跨境电商企业融资难题。

区块链技术的应用将使深圳率先解决全行业面临的跨境电商发展中国监管与产业发展的难题，真正做到严密监管、高效运作，从而形成“虹吸效应”，使深圳重新获得跨境电商快速发展的先机。

以上，只是对区块链技术在跨境电商零售进口领域应用的举例和初步探讨，权当管中窥豹，区块链技术在跨境电商 B2B 进口、跨境电商出口、传统贸易线上化等领域应当同样适用，区块链在各产业领域还有更多的应用有待进一步挖掘。

最后，当“区块链”技术与“大数据”、“人工智能”、“物联网”等相关领域的技术结合之后，未来可以处理更加大量、复杂的数据和信息，深圳国际贸易将迎来再一次的爆发性增长，在此过程中形成的中国跨境电商商业模式与管理经验，将为全球贸易提供范例和经验，以此形成的中国贸易新规则将引领全球贸易新规则的发展方向。

（文/ 深圳市前海管理局 李良）

（下接第 15 页）

费者主权时代，为了更好地为消费者提供服务，可以预见，深圳的零售行业将越来越多地与其他产业进行融合，从而将零售业的成本、效率、体验推向新的层次。深圳的零售行业会演变成成为互联、共享的生态体系。

（四）实现商业价值提升：零售企业将引领的“供给侧改革”

传统零售企业的商业价值在于为消费者提供优质的商品和服务。新的零售时代将促使零售企业在改变消费结构、创造消费需求、优化产品结构以及完善供应链等方面发挥更为显著作用。目前，我国已经有很多的零售企业开始探索大数据的应用，例如，其中处于领先地

位的阿里巴巴，通过打造大数据的生态平台为零售企业提供“淘宝指数”、“黄金策”等大数据产品，帮助企业制定精准营销方案。大数据分析已经成为阿里巴巴最重要的核心竞争力。零售企业是流通中最接近消费者的环节，通过对消费者购物信息的分析和运用，一方面，可以对市场上的消费行为进行引导；另一方面更可以向生产企业进行关键信息的传递，实现消费信息的共享。可以预见，一直紧跟时代步伐的深圳零售企业也将会进一步加强在大数据技术方面的探索与应用，从而在引领“供给侧改革”方面发挥巨大作用，进一步提升其商业价值。

（文/深圳职业技术学院管理学院 施蕾）

共享经济背景下深圳大鹏新区民宿发展的新思路

一、引言

共享经济是指通过互联网平台将闲置资源进行整合,以达到供需平衡的目的。2008年美国民宿预定平台 Airbnb 的出现,引爆了民宿共享经济的发展浪潮,也催生出了一大批住宿领域的平台企业。与传统的线下民宿相比,共享经济下的在线民宿具有以下三大优势:一是借助于平台,民宿房源更加丰富多样,为消费者提供更多选择;二是民宿的信息展示形式多样化,供需双方之间的沟通和交易成本大幅下降;三是平台的保障机制,有效降低了预订和支付环节出现的交易风险。

2015年7月,国务院常务会议特别指出要挖掘旅游消费新热点。住宿共享行业在为游客提供获取房屋租赁信息平台的同时,还能满足其多场景个性化需求,有望形成旅游业新的经济增长点。2015年11月,政府首次将共享经济写入党的决议,并提出在创新、协调、开放、绿色、共享五大发展理念指引下,积极发展客栈民宿、短租公寓、长租公寓等细分业态。

在多方因素的刺激下,我国民宿近年来呈现井喷式发展。但因起步较晚、文化保守、用户特有需求以及信用体系不完善等原因,还不能照搬西方民宿的发展模式,需要探索适合我国民宿发展的新模式。

二、大鹏新区民宿的发展现状

大鹏新区民宿发展大致经历了萌芽起步、快速发展和精细发展三个阶段。大鹏新区的民宿起源于2007年,当时一些冲浪及帆板爱好者自发改造民居用于经营,然后一些自由职业者也跟着加入,到2010年民宿数量已经达到几十家。2011年,作为大运会水上运动项目场地及附属设施,由政府划拨专项资金用于完善基础设施,较场尾民宿迎来爆发式增长。

2014年,在大鹏新区民宿协会的倡导下,大鹏新区将较场尾综合整治工程作为新区一号政令工程,对较场尾的基础设施进行了改造升级。2015年,新区组建“大鹏民宿产业公司”,对产业发展提供政策引导和资金支持。2016年开始,大鹏民宿开始走精细化发展,着力打造精品特色民宿,以带动区域整体旅游发展。2016年8月,广东省旅游局公布的《广东省旅游业发展“十三五”规划(征求意见稿)》把大鹏半岛民宿群列为全省42个重点项目之一,也是全省唯一——个民宿群项目。

大鹏新区民宿主要集中分布在南澳、大鹏和葵涌三个片区。截至2017年底,大鹏新区已注册登记的民宿已达1378家,超过了广东省民宿总数的二分之一,占全市民宿的比例高达95%以上,成为华南地区民宿密度最高的聚集区。据《大鹏新区旅游住宿业发展报告》(2014年)显示,大鹏新区民宿类非常规旅馆的接待能力占新区旅游住宿接待能力从2011年的30%跃升至2014年的65%,从根本上改变了新区旅游住宿业的版图。

2017年,大鹏新区旅游业总收入52.9亿元、旅游人数1079.9万人,同比分别增长8.4%、4.2%,再创历史新高。大鹏作为一个文化古城,具有深厚的历史底蕴。南澳舞草龙、渔民娶亲、大鹏山歌、大鹏追念英烈习俗等4个项目入选省级非物质文化遗产名录。大鹏旅游局致力于积极开发特色旅游线路,已经发布了人文寻古线、户外山海线等6条旅游线路。丰富的文化风俗产品和特色旅游线路为大鹏民宿的发展提供了强大的驱动力。

早在2011年,《中共深圳市委深圳市人民政府关于提升城市发展质量的决定》里,特别把发展特色小镇作为提升城市品位、丰富城市内涵、孵化新兴产业、创造就业机会的重要着力点。大鹏新区通过政府、行业协会、自治组

织和民宿业主积极协作,敢于创新,积极探索适应民宿发展的监管模式,引领广东省民宿产业发展,也为全国民宿发展建设“深圳样本”。民宿作为丰富旅游住宿产品的一个新兴业态,对旅游业加快转型升级,推动供给侧改革和助力全域旅游发展具有重要意义。在全国大力推进特色小镇和全域旅游建设的利好政策叠加效应下,作为华南区民宿最密集的大鹏新区具有巨大的发展潜力。

三、大鹏新区民宿发展的问题

早期大鹏新区的民宿都是市场自发形成的,民宿业主或经营者都是个人独立运营,缺乏行业的统一规划和监管,一些深层次的问题已经开始暴露出来。而且,共享经济的内涵不仅包含闲置实体资源的整合利用,更在于服务、技能和文化等虚拟资源的整合开发。大鹏新区民宿对于共享经济的参与大多仅停留在表层,对共享经济的内涵理解不够。整体来讲,目前大鹏新区民宿面临的核心问题主要表现在以下几个方面:

(一) 旅游资源未能实现深度共享,顾客体验差

大鹏新区的民宿大多只停留在为顾客提供住宿的基础设施,并未将当地文化资源有效整合起来以实现深度共享。比如,大鹏当地的历史古韵、文化风俗、自然景观并没有形成具有代表性的旅游产品,游客与当地人的互动活动也较少,共享经济的虚拟资源相关要素并没有得到有效的整合利用。民宿经营者有一半以上都是外来经营者,顾客也无法通过与业主的相处深入了解当地文化习俗,主客关系往往仅停留在交易层面,完全失去了民宿独特的吸引力。

(二) 平台房源品质缺乏统一标准,信誉度低

大鹏民宿基本都采用 C2C 的运营模式,这种模式意味着房东自行将个人身份信息与房源信息发布到共享平台上,游客自行选择入住的民宿,中间的监管环节较为薄弱,导致发布到平台上的民宿质量参差不齐,房源品质缺乏统

一标准,房源发布的真实性也存在问题。有些游客入住民宿后,发现实际民宿环境与平台上发布的信息相距甚远。平台对于房源的品质没有把控和筛选,最终会使平台失去信誉度,民宿也不可持续发展。

(三) 共享平台的利用有效性低,信任感差

目前大鹏新区民宿绝大多数都采用的是业主自营的模式,民宿的业主或租赁经营者独立运营民宿。这些散而小的民宿大多都在携程、去哪儿等 OTA 平台,以及小猪短租等共享住宿平台发布房源信息。据调查,大鹏新区民宿仅有不到 30% 的客源来自于这些互联网平台,超过一半的客源来自于房客之间的互相推荐。共享经济发展下,依然依靠传统的营销渠道,说明民宿房东与房客之间仍然存在较大的不信任感,而目前民宿运营的平台企业也并没有有效解决供需双方信任感缺失的问题,甚至房客对于平台的质量监管和保障体系也存在较大的不信任感。

四、大鹏新区民宿发展的新思路

(一) 立足现状,创新运营模式

当前国内在线民宿运营主要分为业主自营(C2C)、平台管理(B2C)和商户经营(C2B2C)三种模式。

业主自营模式的平台企业以 Airbnb 和小猪短租为代表,运营中心在线上,为房东和房客搭建一个在线沟通和交易平台,并通过财产、人身安全保障方案及身份识别等机制建立绿色平台生态系统。这种运营模式对于信用体系不完善,房源质量良莠不齐的发展中国家需要很强的运营能力。

平台管理模式的代表企业是途家,在房源端通过和开发商合作或业主托管获得批量的、标准化新房房源并进行标准化运营管理,下游通过平台帮助运营和出租。这种运营模式能保障高品质的房源,高效对接上下游,但是民宿个性程度弱,无社交属性。

商户经营的代表企业为自如民宿,业主将

房源出租给中介公司，中介公司对个人业主的房源进行统一装修改造，统一运营销售，统一保洁维修，业主全程不与房客接触。这种运营模式下，平台对房源质量和信用体系进行干预，有助于促成交易。但是运营成本高，延展性弱，需要大量线下人员管理。

大鹏新区民宿在运营模式方面可以采用以下措施：

开发独立的民宿信息共享平台。作为华南区最密集的民宿群，大鹏新区有条件和基础开发独立的民宿信息共享平台，并将平台打造成大鹏精选民宿信息发布与预订平台。每一家民宿经营者申请发布信息的房源都应该经过平台的严格审核，确保平台精选的民宿发布信息的真实性，以及在安全、环境、服务上达到一定的标准。

个性化、提供深度社交和文化体验的 C2C 运营模式。共享经济在住宿领域的应用不仅在于闲置空间资源的共享，更在于闲置时间、文化、技能上的共享。大量研究表明，共享经济时代游客入住民宿的动机包括以下几个方面：1) 高性价比；2) 具有特色的建筑及装修风格；3) 家一般的氛围；4) 当地文化体验；5) 主客关系。可见，民宿顾客不光看重硬件设施，同样注重个人的主观体验。因此，大鹏新区民宿不应为了规模化、连锁化发展而舍弃了民宿本来具有的“民”的基因、社交和文化属性。运营模式上，坚持注重个性化、提供深度社交和文化体验的 C2C 运营模式。

精品民宿品牌工程。尽管大鹏新区集聚了华南地区规模最为集中的民宿，然而目前尚没有形成具有国内行业影响力的民宿品牌，而品牌具有行业引领作用和示范效应，因此民宿品牌工程建设对于推动大鹏民宿行业和旅游业的发展具有重要意义。基于大鹏民宿的现状，在目前 C2C 模式的基础上，政府和行业协会可以考虑引入一些专业的民宿管理顾问公司，为民宿的品牌建设和整合提供建议和服务，在保障房源个性化的同时，实现服务的标准化，打造高品质和具有代表性的精品民宿品牌。

(二) 整合当地资源，实现深度旅游共享

2016 年，大鹏新区推出了一系列为原住民打造的旅游创客项目，一方面可以培育和扶持一批本地居民就业，另一方面让本地人作为大鹏文化的传播者，通过与游客的互动，为游客提供深度的旅游体验。比如“大鹏小厨”旅游创客项目打造出了一批特色厨房，让游客通过与本地居民一起制作、品尝地道的大鹏美食，深度体验大鹏当地文化。

作为一个历史古城，大鹏具有丰富的文化资源。据调研，游客选择入住民宿的一个重要原因就是体验当地文化。就像 Airbnb 的宣传语说的一样“像当地人一样生活”。而且，与体验相关的学术研究表明旅游活动中的“峰值体验”对于游客满意度具有显著的正面影响。因此，政府、协会、民宿经营者与大鹏当地居民应通力合作，鼓励当地居民参与开发大鹏旅游创客项目，打造一批与住宿配套的旅游体验，如沙滩项目、特色美食、手工艺、文化风俗体验、户外生态徒步等多样化的特色项目，为游客提供深入体验大鹏文化的“峰值体验”，增加整体旅游吸引力。

这些特色的 O2O 旅游体验活动可以作为单独的产品发布在大鹏新区民宿预定平台上，吸引游客前来体验大鹏文化，提高大鹏旅游淡季期间的民宿入住率，改善大鹏民宿淡旺季明显的现状。同时，通过丰富的线下活动加强线下租客之间的交流，从社交的角度提升租住体验。

(三) 加强信任体系建设

共享经济将供需双方的个人通过平台有效链接起来，实现了闲置资源的高效配置。但是由于共享经济的参与主体是个人而非企业，陌生人之间的信任体系的建立是共享经济健康发展的关键。

第一，鼓励共享主体个人真实而完整地公布信息。大鹏新区民宿协会联合银行、公安、第三方个人信用评级机构（如芝麻信用分）等多方信用体系，提高房东和房客的个人信用完

(上转第 5 页)

“消费者主权时代”的深圳零售新发展

喜欢看电影的人都知道，大部分关于“外星人入侵地球”的影片总会在开头渲染一种绝望恐慌的氛围：不明物种来袭，人类危在旦夕，却不知所措。未知总是令人恐惧的，人与人之间的战争，再怎么腥风血雨，最终不是东风压倒西风，就是西风压倒东风，总比不上整个种族的灭绝更让人害怕。商场亦是如此，正如凯文·凯利（Kevin Kelly）在斯坦福大学的演讲

“未来长什么样”中所说：不论身处何种行业，真正构成最大威胁的对手一定不是现在行业内的对手，而是那些行业之外看不见的竞争对手。零售行业似乎正面临着这样一种局面。2016年10月的阿里云栖大会上，阿里巴巴主席马云抛出“新零售”的概念；九个月之后，京东集团董事会主席兼首席执行官刘强东又提出了“无界零售”，并称“第四次零售革命”即将到来。不管“新零售”或是“无界零售”是怎样可怕的新物种，可以肯定的是新的零售时代即将到来。

深圳，一直以来都走在改革开放的最前沿，是当之无愧的“商业之都”。深圳是国际知名零售企业沃尔玛进军中国市场的起点城市，诞生了岁宝、天虹、人人乐、新一佳等多个国内知名零售品牌；1996年成立的人人乐，于2010年在深交所上市，曾被誉为“中国民营超市第一股”；深圳老牌的零售商天虹于全国首创了“百货+超市+X”的经营业态，目前已经在8省21市开设了综合百货68家（含2家社区生活中心）、超市69家、购物中心8家、便利店151家……毫无疑问，深圳是全国零售行业发展的见证者和经历者，在过去的零售市场上，深圳取得了辉煌的战绩。然而当零售新时代到来之际，深圳的零售行业又将何去何从？

一、深圳进入“消费者主权”时代

零售专家罗宾·里维斯（Robin Lewis）曾

在演讲中说到的：“零售业的发展是人类历史上最重要的经济变革之一，在零售业一个多世纪的发展过程中，决定权从生产者手中转移到消费者手中，从生产商、零售商手中转移到购买者手中。事实上，消费者已经成为商业社会最有影响力的群体。”而纵观世界零售业的发展历史不难发现，零售行业的重大变革大都存在着三个特定的契机：需求拉动、技术推动以及竞争促动。然而技术也好、竞争也罢，都是企业借以更好地满足消费者需求的工具而已。无论采取何种经营方式，只有得到消费者认可的零售企业才能进入消费者的生活。

深圳作为一个年轻化的移民城市，聚集了一大批年轻的、接受能力和消费能力超强的消费者，他们呈现出如下特点：

（一）购物习惯发生根本性的改变

中国人延续了几千年的“到店铺挑选商品，货比三家，讨价还价”的购物习惯在深圳已经发生了根本性的变化，消费者已经从“逛——买”模式变为“搜索——购买”模式再变为“随时随地随心购买”模式。

深圳自2012年开始被冠以中国“最互联网城市”，目前仍继续稳坐第一把交椅。深圳人被称为是中国“最互联网”的人，根据深圳市网络媒体协会近期发布的《2017深圳市互联网发展状况研究报告》，深圳市网民和手机网民规模均突破千万，其中网民渗透率达87.1%，比全国平均水平高出32.1个百分点，赶超北京、上海，稳居全国第一；其中使用手机上网的比例为98.1%，远高于全国平均水平，在全球也属于领先水平。在深圳，利用网络进行购物的网民规模高出全国平均水平15%，团购是全国平均水平的2倍，其中利用手机进行网购的用户占79.7%，这些手机网民半年内平均网购18次，平均网购金额达3210元。

（二）对新生事物具有天生的好感

作为国内最具经济活力的城市之一，深圳的消费者勇于尝试并乐于接受新生事物：2017年，深圳有超过10万的商家入驻了“口碑”，包括6万餐厅、1.5万超市便利店、100多家购物中心和2.5万家其他生活服务商家，313万人参加口碑双12线下抢购，参与人数在全国排名第七；在深圳开店才两个月的盒马鲜生，双12当天线上总成交额超过50%，双11和双12两日的销售额总和环比增长18.8%。

（三）敢于维护自身的消费权益

“我的消费，我做主”是当年轻消费者们最喜欢的口号。在深圳，越来越多的消费者开始关注自身的消费权益，并擅于运用合法途径营造良好的消费环境：2017年，深圳市、区消委会共接受消费者投诉113100宗，其中“315消费通”系统来源投诉65065宗占比58%，12315电话来源投诉45888宗占比41%，比2016年的83553宗增长了35.36%，高于全国其他城市。

这些变化都预示着消费者主导经济模式的能力不断增强，深圳进入“消费者主权”时代：消费者们不再单纯信赖商家的广告，而是从自己的社交圈寻求各类消费建议；他们不吝于分享，常常通过微博、微信等社交平台分享自己的消费主张和消费感受；各大品牌也不得不放下身段，寻求各种能够与消费者形成互动的渠道。

二、竞争激烈的深圳零售行业

深圳作为改革开放的前沿城市，在历次零售商业变革中一直处于领先的地位。不仅如此，调查数据显示，全国八成以上的供应链企业集中在深圳，深圳供应链创新“一枝独秀”，以阿里、怡亚通为代表的现代流通供应链服务体系正在形成。物流智能化作为新型零售的基础设施，成为零售升级的关键。现代物流业是深圳的四大支柱产业之一，深圳物流业在总量发展保持稳定增长的基础上结构不断优化，技术创新与商业模式创新领域继续担当着领跑者的角色，这无疑加重了深圳在未来零售竞争中的砝

码，让深圳在迎接新的零售时代时拥有了天然的优势。

因此，在新的零售时代即将到来的时候，深圳当仁不让地成为各零售商必争的战略要地。

（一）“来势汹汹”的外来者

继2016年阿里巴巴与深圳市政府签署战略合作协议以来，深圳市政府与天猫展开深度合作，促进线上线下快速融合。按照阿里全渠道+智慧门店有交易的门店数口径统计，全国累计智慧门店数11.45万家，其中深圳就占了2764家，位居上海北京之后，甚至高于杭州的门店数。

除此之外，一些带有互联网基因、注重用户体验的新的商业零售模式也开始登录深圳。实体零售商转型代表之一的永辉超市旗下品牌“超级物种”和阿里旗下以“自营生鲜”模式闻名的“盒马鲜生”就不约而同地加快了在深圳的布局。

（二）致力于转型升级的本土零售商

根据世界知识产权组织等机构发布的《2017年全球创新指数报告》指出，在全球热点地区创新集群中，深圳居第二名，仅次于东京，领先硅谷。背靠粤港澳大湾区，善于技术创新的深圳本土零售企业致力于不断地转型升级。

总部位于深圳的水果零售连锁品牌百果园，在全国有2700家门店。百果园通过与口碑等本地生活服务平台进行合作，并打通了会员体系，依托大数据沉淀消费者画像，深入了解客户实现精准营销。消费者可以通过扫百果园店里的口碑码，获取个性化的线上优惠券。在扫码、领优惠、支付等消费动作中，百果园不但提升了门店运营效率、节省了人力成本，同时积累了丰富的消费数据。

深圳老牌的零售商天虹百货在2017年末也做出了“大胆”的模式创新，天虹sp@ce第一家独立超市在深圳市宝安区石岩宏发世纪城正式开业。至此，天虹sp@ce门店数达到7家，在深圳布点数量进一步密集。sp@ce超市与专业检测机构合作建立的生鲜食品快检实验

室,对食品质量安全进行严格把关。不仅如此,为贴近消费者所需商品结构和定价,超市大幅减少日用、食品的同质化商品,扩大生鲜、熟食类商品,其面积占比接近40%。同时,他们大力推广水果“三无退货”服务,即无小票、无实物、无理由的无门槛退货服务,以保证顾客能吃到最满意的水果。

（三）不断拓宽零售内涵的跨境电商

深圳的前海是全国跨境电子商务最活跃的地区之一。自前海开展跨境电商进口试点以来,跨境电商产业链集聚,天猫、聚美优品、小红书、华润万家等一批跨境电商优秀企业进驻前海。2017年7月,深圳前海蛇口自贸片区贸易便利化创新成果落地,第一家“保税+实体新零售”试点门店正式营业。这是前海为适应消费者的需求,在原有基础上推出的跨境零售的升级版,将跨境电子商务与国内实体零售业进行优势互补、叠加创新,使传统商业连锁贸易插上“保税贸易”和“新零售”两扇翅膀,从而在跨境电商与国内零售行业领域完美地诠释了新零售的内涵。

三、“消费者主权”时代深圳零售业的发展

在“消费者主权”时代,“得顾客者得天下”,只有那些聚焦消费者需求,不断为消费者提供更优质服务的零售企业才能在竞争中立于不败之地。基于消费者的这些变化,在即将到来的新的零售时代,深圳的零售业发展将呈现以下趋势:

（一）返璞归真：零售商将更加聚焦零售的本质

所谓零售,就是向最终消费者个人或社会集团出售生活消费品及相关服务,以供其最终消费之用的全部活动。简单来说,就是商品的买与卖。这是零售活动的核心,也是连接零售商和消费者之间的桥梁。无论是传统实体零售、互联网零售、新零售还是无界零售,不管它的名称是什么,也不管它采用了多么先进的科技和技术,也许经营形式有所不同,但其本质都

是一样的。新时代的到来,随着深圳消费者对于零售市场主导能力的不断加强,将促使零售商返璞归真,更加聚焦零售的本质,紧紧围绕着消费者的整个消费流程进行优化和创新,即采用更低成本、更高效的方式将商品传递给消费者,并为他们提供更好的消费体验。

（二）群体性业态变革：各零售业态都将发生根本性的变革，既趋同，又寻求差异化

在以往的零售业变革中,一种新零售业态的诞生虽然会导致传统零售业失去主导地位,但该零售业态不会就此消失,新旧零售业态将会并存。例如,超级市场的崛起并未引起百货商店的消失,在其后的岁月里,两种零售业态在市场上共存。由于零售的本质是为了满足消费者的需求,因此当大部分深圳消费者都需要“随时随地随心”的消费方式时,新的零售时代将带来一次群体性的业态革命。正如马云所说,在新零售时代,纯电商、纯零售都将消失。无论是实体零售还是线上零售,想通过单一的购物渠道获得竞争优势,难度较大;只有通过线上线下的协同才能使零售商拥有更多影响和方便消费者的触点,实现真正意义上的“无缝不间断”购物,才能吸引更多的消费者。因此,未来的零售一定是全渠道的。虽然,升级之后的新零售业态之间将存在一定的共性,即线上与线下的融合以满足深圳消费者“随时随地随心”的消费需求。但这种趋同并不意味着同质化,各零售商还必须关注消费者的个性化需求,从商品、功能、价值提供等方面寻找新的差异化,从而满足深圳消费者“求新求变”的需求,增强对消费者的吸引力。

（三）进一步的产业融合：构建“以顾客为中心”的生态体系

以往历次的零售变革在大都发生于零售行业内部,即表现为零售经营方式的变革。而随着新时代的到来,现代零售的发展变成了产业关联、产业协同和产业融合不断演化的结果。没有人可以否认,网络技术、物流技术以及互联网金融等对于电子商务的推动作用。而在消

（上转第9页）

数据观察

李克强：今年国内生产总值预期目标要增长 6.5%左右

十三届全国人大一次会议在人民大会堂开幕，国务院总理李克强在回顾过去五年工作时表示，五年来，经济实力跃上新台阶，经济结构出现重大变革。消费贡献率由 54.9%提高到 58.8%，服务业比重从 45.3%上升到 51.6%，成为经济增长主动力。高技术制造业年均增长 11.7%。粮食生产能力达到 1.2 万亿斤。城镇化率从 52.6%提高到 58.5%，8000 多万农业转移人口成为城镇居民。采取措施增加中低收入者收入，推动传统消费提档升级、新兴消费快速兴起，网上零售额年均增长 30%以上，社会消费品零售总额年均增长 11.3%。

李克强强调，今年发展主要预期目标是：国内生产总值增长 6.5%左右；居民消费价格涨幅 3%左右；城镇新增就业 1100 万人以上，城镇调查失业率 5.5%以内，城镇登记失业率 4.5%以内；居民收入增长和经济增长基本同步；进出口稳中向好，国际收支基本平衡等。（来源：亿邦动力网）

过去五年 我国网上零售额年均增长超 30%

国务院总理李克强作政府工作报告。他指出，过去五年，通过采取措施增加中低收入者收入，推动传统消费提档升级、新兴消费快速兴起，我国的网上零售额年均增长 30%以上，社会消费品零售总额年均增长 11.3%。据国家统计局日前发布的《中华人民共和国 2017 年国民经济和社会发展统计公报》显示，初步核算，2017 年全年网上零售额 71751 亿元，比上年增长 32.2%。其中网上商品零售额 54806 亿元，增长 28.0%，占社会消费品零售

总额的比重为 15.0%。在网上商品零售额中，吃类商品增长 28.6%，穿类商品增长 20.3%，用类商品增长 30.8%。（来源：亿邦动力网）

工信部：2020 年我国智能电视市场渗透率将超 90%

随着人工智能深度应用，家电领域正刮起“智慧”风潮。工信部表示将重点支持人工智能在家电等领域应用，支持智能传感、物联网、机器学习等技术在智能家居产品，特别是智能电视中的应用，提升产品的智能水平、实用性和安全性。此外，工信部还将建设一批智能家居测试评价、示范应用项目并推广。有预测显示，到 2020 年，全球人工智能系统将为家电企业带来超过 470 亿美元的收入。百度已于近日和创维开启战略合作，整合大数据和人工智能技术共同打造智能电视系统，加速家电行业转型。（来源：新华网）

第一大股东减持 腾讯市值两天蒸发 510 亿美元

继第一大股东、南非媒体与电商集团 Naspers 进行了 17 年来的首次减持，腾讯股价被重挫，市值蒸发掉 230 亿美元左右。Naspers 表示，它从出售 1.9 亿股腾讯股份（其持股的 2%）的交易中获得 98 亿美元。它表示将用这笔钱来强化其资产负债表和基金的增长。Naspers 仍持有腾讯 31.2%的股份，它称没有计划在未来三年进行进一步的减持。腾讯董事会主席马化腾在声明中表示，“多年来，Naspers 一直是一位坚定的战略合作伙伴。腾讯尊重且理解 Naspers 的决定，并期待继续进行密切合作，为两家公司构建一个相互支持和繁荣的未来。”（来源：快科技）

京东发布 2017 年第四季度财报：净利润 50 亿

京东集团发布 2017 财年第四季度报告。数据显示，公司 2017 年全年净利润 50 亿元人民币，同比增长 140%；净收入达到 3623 亿元人民币，同比增长 40.3%；2017 年第四季度单季收入 1102 亿元人民币。此外，京东 2017 年全年 GMV 接近 1.3 万亿元人民币，年度活跃用户数达 2.925 亿，同比增长 29.1%。（来源：亿邦动力网）

京东：2017 年生鲜同比销量增长 240%

京东数据研究院发布了《环球寻味进阶的中国年——2018 生鲜年货消费报告》，2017 年京东销量同比增长 330%，其中生鲜销售额同比增长超过 240%。2017 年的京东生鲜用户数是 2016 年的 2.6 倍。

2018 年春节期间，生鲜产品销售额同比增长 198.8%。消费金额占比最高的品类为：海鲜水产、水果和猪牛羊肉。按照销售额排序，最受欢迎的进口生鲜商品为：智利进口车厘子、野生阿根廷红虾、厄瓜多尔白虾。地域上来讲，生鲜消费同比增长最快的地区包括重庆、陕西、辽宁、福建、湖北，增长均超过 300%。报告显示，网购生鲜成年货首选，是春节体面的礼品。（来源：亿邦动力网）

借电商打破区域限制 300 家老字号年内入驻京东

2018 年京东将引入 300 家中华老字号和部分地方老字号，京东超市将实现食品类老字号企业 100%全覆盖。从 2015 年开始，进驻电商平台的老字号企业数量每年都在大规模增长，相较于 2015 年，2017 年老字号企业入驻京东的品牌数增长达到 229%。2017 年京东平台上的老字号企业用户数同比增长 81%，商品销售量平均增长 101%，销售额增速也超过 100%。

王老吉总经理赖云飞表示电商平台中的大数据是进行品牌升级和分析用户需求的基础，企业会根据这些数据进行品类的调整、预估销量以及针对不同客群设计定制化产品。四川豆瓣酱老字号企业鹃城的电商部负责人称，企业希望依托电商的线上渠道让商品走出四川扩大销量，提升市场对鹃城的认知度。（来源：北京商报）

阿里巴巴将对 Lazada 追加 20 亿美元投资

阿里巴巴将向东南亚最大电商平台 Lazada 追加 20 亿美元投资，主要用于该地区业务的拓展。该投资强调了阿里巴巴对 Lazada 业务未来取得成功以及东南亚市场增长前景的信心，东南亚也是阿里巴巴全球增长战略的重要组成部分。本次投资过后，阿里巴巴的总投资达到 40 亿美元。同时，彭蕾将出任 Lazada CEO，目前她已是 Lazada 董事长。Lazada 于 2012 年 3 月创立，总部位于新加坡，覆盖印尼、马来西亚、菲律宾、新加坡、泰国及越南。该平台目前拥有超过 145000 个本地和国际卖家，以及 3000 个品牌。它还为整个地区的 5.6 亿消费者提供服务。（来源：亿邦动力网）

阿里生鲜类产品总销量是京东的近 10 倍

京爱魔镜科技有限公司发布《2017 天猫商城行业分析报告》，报告就我国生鲜行业市场规模、线上生鲜行业品牌市场、龙虾市场行业规模等做了分析。关于我国生鲜行业市场规模分析，报告指出，阿里电商平台天猫淘宝和京东仍然是生鲜类产品的电商主要销售平台。阿里的生鲜类产品总销量是京东的近 10 倍，销售总额是京东销量 2.5 倍。根据中商产业研究院的数据统计结果显示，中国居民食品消费支出中，生鲜类食品占比超过 50%，总体销售额由 2015 年的 40 亿攀升至 2017 年的 90 亿。（来源：亿邦动力网）

苏宁小店开业满月：已开 89 家 月销售额 140 万

在苏宁易购智慧零售开发战略部署会上，苏宁公布了 2018 年 5000 家店的开店计划。作为苏宁布局 O2O 领域的重要业态，苏宁小店更会新开 1500 家，与云店 3.0 等多类线下业态相配合，实现“大店更全、小店更专”的互联网门店发展战略。日前，苏宁已在全国各大城市 CBD、社区等场景开设 89 家苏宁小店，最高月销售额已达 140 万元，日均 4.5 万元。依托苏宁大生态，苏宁小店以用户体验为导向，基于苏宁易购、苏宁金融、苏宁小店 APP 线上会员数据和实体门店流量，通过线上线下精准化运营和智能化运营，集聚 2 公里以内的目标人流量，向消费者提供以快消和生鲜为代表的全品类商品，及自提、配送等一系列增值服务。开业一个月以来，销售额过 20 万的门店在全国已达 11 家。同时，销售额排名前 20 的店面分布在北京、广州、南京、成都等各大城市，初步实现了苏宁小店的全国布局。（来源：联商网）

加速互联网化 物流货运空载率降低至 14%

在物流领域中，公路货运扮演着重要的角色。货车帮发布货物运输报告，货运正摆脱传统高人力的形象，向互联网化方向发展，2017 年，司机信息化接受比例提升了 56.5%，但总体信息化比例仍只有 41.5%，互联网改造传统物流的空间仍然巨大。同时，互联网技术加持之下，配货空载率在不断下降，2017 年，使用货运 APP 的货车空载率为 14%，低于行业平均水平，平均行驶速度为 60 公里/小时。货车司机每月通过平台促成的工作量占到 13 天，这意味着 50% 的工作量可以通过网上配货完成。互联网带来的效率提升作用明显。

报告中称，200-500 公里是货车选择最频繁的运输距离，2000 公里以内选择较为频繁，

最长运输线路是从黑龙江伊春到西藏阿里地区，距离达 6358 公里。数据还显示，每年 1 月、2 月是货运的淡季，11 月、12 月则是货运量的高峰。（来源：北京商报）

中通快递第四季度营收 43 亿元 净利同比增 65%

中通快递（NYSE：ZTO）发布了 2017 财年第四季度及全年未经审计财报。报告显示，中通快递第四季度营收为人民币 43.310 亿元（约合 6.657 亿美元），比上年同期的人民币 31.905 亿元增长 35.7%；净利润为人民币 12.219 亿元（约合 1.878 亿美元），比上年同期的净利润人民币 7.398 亿元增长 65.2%。（来源：亿邦动力网）

沃尔玛测试货架机器人 90 秒扫描完一次货架

加利福尼亚的沃尔玛启用了货架机器人，能够 90 秒扫描完一次货架，比人类的工作效率高 50%，速度提高三倍。机器人通过扫描过道，检查库存并识别丢失和错放的商品、标错的价格和标签并将这些数据传给商店员工。对于零售商来说，顾客在商店货架上找不到产品时就意味着他们错过了销售的时机，而商店员工每周只有两次扫描货架的时间。同时沃尔玛的高管坚称货架机器人不会取代工人或影响商店里的工人数量。使用机器人以实现零售自动化的想法并不新鲜。对于沃尔玛来说，此举是其迈向数字化、加快购物流程的其中一步。（来源：TechWeb）

深圳互联网发展状况报告出炉 去年超 9 成深圳网民热衷手机上网

在 3 月 25 日召开的 2018 中国（深圳）IT 领袖峰会期间，深圳市网络媒体协会正式发布《2017 深圳市互联网发展状况研究报告》（以

下简称“报告”)。这是自 2008 年以来的第十次发布报告,与往年相同的是,深圳网民比例仍在引领全国,不同的是,今年深圳网民 90% 以上用手机“触网”,深圳全面进入移动互联网时代。

手机已成为网民新“器官”,2017 年最显著的变化就是,用手机上网的网民越来越多。报告显示,深圳十区(新区)网民手机上网比例均在 93% 以上。其中,罗湖区、龙华区网民使用手机上网的比例都在 99% 以上,明显高于其他区。2017 年深圳网民人均“周上网时长”为 44.8 小时,“周上网时长”比 2016 年高出 9.1 小时。截至 2017 年 12 月 31 日,深圳网民“宅”家用电脑上网的比例为 94.5%,比 2016 年高出 11.9 个百分点。

从报告各项数据不难看出,深圳互联网网民普及率已高于全国平均水平。截至 2017 年 12 月 31 日,深圳市网民和手机网民规模均突破千万,其中网民渗透率达 87.1%,比全国平均水平高出 32.1 个百分点;深圳市手机网民则占全体网民 98.1%。(来源:深圳新闻网)

百果园预计 2020 年电商渠道销售额占比 50%

据悉,目前百果园电商销售额在总销售额中的占比约为 20%。在线上渠道中,60% 的销售额来自于饿了么、美团等第三方平台;40% 来自于百果园 APP、小程序等自有平台。百果园集团运营中心总监孙鹏透露,在 2018 年,百果园电商渠道销售额的占比预计将达到 25%-30%,到 2020 年将达到 50%。他还表示,在电商方面,百果园今年将在小程序方面全力投入,主要原因在于小程序的流量红利以及用户体验流畅。此外,百果园方面预计,预计在 2018 年铺设一万台无人零售设备。(来源:亿邦动力网)

目前内地女性经济市场规模已近 2.5 万亿元

据国泰君安证券发布的数据,目前内地女性经济市场规模近 2.5 万亿元,至 2019 年有望达到 4.5 万亿元市场规模。东方证券也曾表示,女性经济市场容量至少在 5 万亿元以上,有望成为未来消费行业持续增长的“风口”。2007 年,“她经济”作为新词出现在《中国语言生活状况报告(2006)》中,指代围绕女性消费、理财需求形成的经济现象。10 年来,“她经济”已经成为消费、旅游、医疗美容等各行业绕不开的焦点。艾瑞咨询预计,到 2018 年我国化妆品市场规模超过 8000 亿元人民币,其中线上交易规模将达到 3500 亿元,化妆品零售保持稳定增长;到 2017 年,我国服装行业规模将超过 3 万亿元人民币。(来源:每日经济新闻)

深圳统计局:深圳 GDP 总量没有超过香港

深圳统计局官方网站发布 2017 年深圳 GDP 总量简析,文中表示:2017 年,初步核算并经广东省统计局核定,深圳全市生产总值 22438.39 亿元,按可比价格计算,比上年增长(下同)8.8%,总量占全国、全省比重分别达到 2.7%和 25%。其中,第一产业增加值 18.54 亿元,增长 52.8%;第二产业增加值 9266.83 亿元,增长 8.8%;第三产业增加值 13153.02 亿元,增长 8.8%。在全国 31 个省份中我市 GDP 总量居第 15 位,在内地大中城市中居第 3 位。同期香港本地生产总值 26626.37 亿港元。增长 3.8%。按照 2017 年人民币兑港元平均汇率 1.1552 折算,2017 年香港 GDP 为 23049.14 亿元,深港 GDP 尚差 611 亿元。(来源:深圳商报)

行业动态

工信部：国家大数据综合试验区有望开建

为深入贯彻国家大数据战略，工信部今年将再推多项措施，促进大数据战略进一步落地。其中包括，推进大数据产业发展试点示范项目建设，完善大数据标准体系，深化大数据行业应用，大力发展工业大数据，推动国家大数据综合试验区和大数据示范基地建设，引导地方因地制宜发展大数据，加快构建大数据产业链、价值链和生态系统。

国家发改委等权威机构预测，到2020年，我国的数据总量将会超过8000亿PB，将成为世界第一数据资源大国和全球数据中心。以大数据为代表的信息经济对促进传统产业升级、培育壮大新动能，必将发挥越来越重要的作用。中关村大数据产业联盟副秘书长陈新河表示，我国大数据产业发展呈现出政府与企业联动的态势，近几年国内培育出了一批大数据创新企业，发展势头良好。（来源：经济参考报）

工信部向中国卫通颁发卫星通信业务经营许可

为贯彻落实“网络强国”战略，加速卫星通信产业发展，促进市场竞争和电信业务市场健康有序发展，经中国卫通集团股份有限公司申请，工业和信息化部依照法定程序，严格审核，向中国卫通颁发了基础电信业务经营许可证，批准中国卫通在全国范围内经营卫星移动通信业务和卫星固定通信业务。

工业和信息化部副部长陈肇雄出席颁证会并颁发许可证，对中国卫通经营发展提出要求，希望中国卫通深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，积极服务国家战略，切实

履行社会责任，坚持守法经营、诚信服务，充分发挥卫星资源优势，加快卫星通信产业发展，带动相关产业发展，更好支撑服务数字中国建设。（来源：工信部信管局）

国家发改委与滴滴签署信用信息共享协议

近日，国家发改委与滴滴出行在北京签署信用信息共享协议并举办“信易行”项目启动仪式。“信易行”项目旨在促进守信主体享受更加高效便捷的出行服务，双方将依托全国信用信息共享平台，围绕联合奖惩“黑红名单”进行信用信息共享，并丰富城市信用状况监测预警指标系统。全国信用信息共享平台由国家发改委牵头建设、国家信息中心承建，归集各领域自然人、法人、公司等相关信息140亿条。

“信易行”项目通过对信息主体进行综合信用评价，守信“红名单”主体今后在使用滴滴出行时，或将享受部分优惠服务。此外，滴滴也将把平台上产生的区域坏帐总量、区域坏帐乘客数等数据，纳入全国城市信用状况监测系统。（来源：中国新闻网）

国家工商总局：大力推进企业全程注册电子化和电子营业执照

国家工商行政管理总局局长张茅指出，企业登记注册便利化是商事制度改革要解决的一个头等问题。张茅表示，我国的企业注册时间还比较长，企业特别是拿到营业执照之后需要审批的事项还比较多，与发达国家相比，特别是与我国在世界经济总量占第二位的情况相比，还不相适应。所以，国家工商总局今年在几方面重点改革：一是要全面推进“证照分离”。

二是大力推进全程注册的电子化和电子营业执照。三是企业自主选择自主登记企业名称。四是进一步简化市场退出机制。（来源：中国国际电子商务网）

国家邮政局金京华：快递封装用品新国标将于9月1日正式实施

国家邮政局政策法规司司长金京华就“宣贯《快递封装用品》新国标 促进快递业绿色发展”接受国家邮政局网在线访谈。这个标准将于2018年9月1日起正式实施。本次国标修订中绿色化是重中之重，具体体现在一增加了重金属和特定物质的限值、二倡导使用生物降解材料、三对印刷油墨提出技术性要求。减量化问题是关键，通过降低快递封套用纸的定量要求、降低塑料薄膜类快递包装袋的最低厚度要求、对于快递包装箱单双瓦楞纸材料的选择不再作出规定、降低气垫膜类快递包装袋、塑料编织布类快递包装袋的定量要求四个方面实现。（来源：物流时代周刊）

李世杰：建议大力发展农村电子商务

《政府工作报告》强调，要加大精准脱贫力度，今年再减少农村贫困人口1000万以上。其中，排在首位的举措是“推进农业供给侧结构性改革”。发展“互联网+农业”，多渠道增加农民收入，促进农村一二三产业融合发展，成为实现乡村振兴的重要途径。

全国政协委员、民建中央副主席李世杰提交了关于农村电商相关的提案：推动院校和培训机构制定中长期的农村电子商务培养培训计划；从社保补贴等方面，吸引城市电商人才到农村；拓展农村电子商务网点服务功能，扩大农村电商应用领域，提升农村电子商务产品品牌效应，扶持特色农产品电商网站；加强基础设施建设，加强农村尤其边远农村公路建设，打通农村电子商务发展“最后一公里”工程。（来源：天下商网）

人工智能第二次写入政府工作报告

国务院总理李克强在作政府工作报告时提出“发展壮大新动能。做大做强新兴产业集群，实施大数据发展行动，加强新一代人工智能研发应用，在医疗、养老、教育、文化、体育等多领域推进“互联网+”。发展智能产业，拓展智能生活。运用新技术、新业态、新模式，大力改造提升传统产业。加强新兴产业统计。

“人工智能”再次被写入政府工作报告，从“加快”到“加强”，再到“新一代人工智能研发应用”，国家对人工智能行业的寄予厚望。全国政协委员、百度董事长兼首席执行官李彦宏表示，过去五年，国家靠互联网推动经济增长。移动互联网依托人口红利发展，但随着人口红利的消失，国家需要寻找新的经济增长动力，“人工智能技术在未来几年甚至几十年都将是推动产业前进的主要动力。”（来源：新浪科技）

马化腾：深化粤港澳大湾区的发展

马化腾在两会中提出关于深化粤港澳大湾区的发展的建议，建议一在中央层面设立粤港澳大湾区的协同领导小组，各方负责人组成。建议二，建立粤港澳大湾区的“E证通”，或者“EID”试点，实现港澳地区的移动支付，方便海关出入境。建议三，鼓励大湾区产业共建，融合广深创新、香港金融、珠三角制造三者软硬服务。建议四，文化融合，企业夏令营效果不错。建议五，希望国家出台政策，鼓励内地大型央企、民企，在港澳设立国际总部。建议六，希望能够制定出一套《国家公园法》，健全国家公园的公益捐赠和协议、保护的一些制度。（来源：亿邦动力网）

李彦宏：无人驾驶电动车今年能量产

百度董事长李彦宏接受记者采访时表示今

年无人驾驶汽车可以量产，主要是电动汽车。他称，自动驾驶正在带来全新变革，将改变汽车行业过去一百年所沿用的技术和商业模式。这一变革将颠覆全球汽车产业格局，让我国有机会在自动驾驶汽车新赛场上成为汽车产业强国。（来源：亿邦动力网）

雷军：鼓励民营企业参与“一带一路”建设，大力发展中国设计产业

小米创始人雷军表示，今年是习近平主席提出“一带一路”倡议五周年。随着“一带一路”的不断深化，加上我国经济转型升级的迫切需求，民营企业“出海”成为势所必然。“一带一路”倡议也给中国民营企业走出去发展带来了许多建厂、工程、制造、销售、服务等等多方面的机会。在提到中国设计产业时，他建议：成立国家级设计促进机构，优先发展工业设计；在制造业发达城市成立专业设计园区，创造设计业与制造业良好交流大环境；大力加强设计人才引进与培养，促进产学研一体化发展；为对设计投入巨大、带动效果明显、成绩优秀的企业提供政策优惠和奖励；升级现有国家级设计奖，抢占设计业话语权的制高点。（来源：亿邦动力网）

京东：全面升级“无界零售”方案

京东发布 Q4 财报，重点提到了“无界零售”战略。基于这一战略转型，京东联和腾讯在原有“京腾计划”的基础上全面升级了“京腾无界零售解决方案”，实现了用户在线上线下数据的融合、场景的贯通和交易的同步，并先后与万达、步步高等一批超级线下零售商建立了股权投资和战略合作伙伴关系，共同致力于打造无界零售。此外，京东又先后与百度、爱奇艺等达成战略合作，签署一系列“京 X 计划”；与中国联通和中国石化销售公司签署战略合作协议；联合腾讯入股唯品会。京东集团董

事局主席刘强东表示，“为了实现‘无界零售’的愿景，京东与行业中的顶尖企业合作，携手构建中国最先进、最完善的零售生态系统。展望未来，我们将继续利用科技、人工智能和大数据变革电商行业，并利用京东完善的零售基础设施赋能合作伙伴。”（来源：亿邦动力网）

天猫：全线布局新零售

天猫总裁靖捷等现身天猫金妆奖峰会，分别就天猫在 2018 年重构的内容发表演讲，提出天猫的三大定位：中国消费升级的引擎、品牌运营转型主阵地、新零售主力军，并指出今年将全面推进天猫的新零售转型。

数字化转型，全面整合分散消费场景：阿里将通过云计算、大数据、媒体矩阵等能力将场景数字化和智能化，同时跟品牌服务、商品、营销资源结合在一起，为消费者提供全面的服务。成为品牌转型主阵地，单店超 10 亿只是开始：天猫将成为品牌转型的主阵地，商家部将全面升级为商家运营中心，帮助商家进行全面的诊断，服务端和基础保障端的升级也将是天猫未来要走的方向。彻底打通线上线下，双十一不止是一天：在今天新零售的格局之下，如何帮助品牌商家形成线上线下真正意义上的彻底的连通和互动成为主体，一个整合的运营的时代即将来临，天猫也不再是线上的概念，而是面向品牌商家线上线下的运营组织。（来源：i 黑马）

苏宁发布智慧快消战略布局

苏宁零售集团副总裁卞农，对外发布苏宁易购“智慧快消”战略布局，表示未来三年要在小店、母婴领域做到中国第一，生鲜做到极致。今年初，苏宁易购重组四大事业群模块，其中的大快消事业群，涵盖了超市、母婴品类，渠道上打通线上线下，整合了苏鲜生精品超市、苏宁红孩子、苏宁小店等多种业态，以“集团

军”的姿态,进军大快消市场。卞农表示,O2O的本质是消费升级,而不是线上线下简单相加,其核心价值是便利。根据用户的行为特征,去找到用户的所在场景,打通这些场景就能获取到用户,让原来的社区小店插上互联网的翅膀。截至目前,苏宁小店已遍及全国,共有89家;苏宁红孩子已开设近60家大型商圈综合店;苏宁在北京、上海、广州、南京、武汉、成都、西安、沈阳自建的八大冷链仓,已经投入使用。(来源:腾讯科技)

微信 支付宝启动高速收费无感支付

微信、支付宝同时宣布启动高速“无感”支付。多年未变的高速收费,将迎来巨变!车主们只需将车牌与其支付宝或微信账号绑定即可。下高速时直接自动识别车牌,系统自动扣款,无需拿出手机操作。更令人振奋的是,这只是刚刚开始。待线路全面统一后,将全国实现不领卡、不停车、全自动支付。目前,支付宝从河南打响了第一枪,微信从山东打响了第一枪。一场浩浩荡荡的“全国高速包围战”已经打响!(来源:腾讯科技)

京东物流:将主要投资资产和物流技术

日前,刘强东表示,“我们计划接下来几年在京东物流方面的投入主要包括两大块,一大块是资产投资,包括土地、房产以及软硬件设备投资,第二块是对最新物流技术的投资。”目前京东已经在上海建成全球第一个全自动仓储中心,无人配送站也已测试成功,无人配送机在北京超过100所大学开始送货。京东物流在去年开始以独立公司的形式运转,预期在三到五年之内,来自于京东体系之外的收入就将超过50%。其中外部的物流收入并不仅仅来自于品牌产品卖家,还有大量企业客户可能并不是跟京东一个行业的,但他们也在逐步使用京东物流。对于海外市场的布局,刘强东表示,

京东的海外业务目前只是在当地国家建立自己的运营中心,目前主要还是在东南亚。(来源:亿邦动力网)

亚马逊与阿里巴巴之间的决战已不可避免

一直以来亚马逊都在努力向美国以外国家的用户出售商品,而这样的举措就使其陷入了更大的竞争环境,与中国电商巨头阿里巴巴的竞争将不可避免。去年亚马逊境外交易额增幅超过公司净销售总额31%的增幅,证明美国以外的市场对亚马逊代表着巨大商机。亚马逊积极吸引卖家的一个重要举措就是允许卖家在自己全球超过150个仓库中租赁空间存储产品,以尽可能快的将产品送达消费者手中。与此同时,阿里巴巴将启动大进口战略,建立六大全球采购中心,遍及北美、欧洲、大洋洲和日韩、中国香港等亚太地区,并在国内推进跨境保税线下自提店的布点。(来源:腾讯科技)

华为荣耀瞄上东南亚电商 正式牵手Shopee

东南亚与台湾地区电商平台Shopee宣布与荣耀honor达成战略合作伙伴关系,并于马来西亚Shopee Mall独家发售荣耀9青春版。Shopee区域执行总经理何子翔表示很高兴与荣耀honor合作并独家发售荣耀9青春版。配合2018年策略,他们将与更多知名品牌缔结战略合作协议,为其产品提供销售平台,进一步激发电商无限潜能。荣耀honor马来西亚负责人赵智炜表示,华为作为全球智能手机品牌,与电商平台Shopee有许多合作上的发展潜力,荣耀honor承诺持续为粉丝和消费者带来惊喜。实际上,Shopee已经与全球消费电子品牌小米达成战略合作伙伴关系,并于印度尼西亚Shopee Mall推出小米官方店铺。(来源:亿邦动力网)

网易未央：跨界新农民代表

作为“互联网+农业”代表性企业，网易味央积极在浙江安吉、江西高安等地复制推广其“产出高效、产品安全、资源节约、环境友好、可复制”的现代化养殖模式，验证了其模式作为高效生态农业样板的可推广性。同时将网易集团在电商、智能技术等方面的全面领先优势带给农村，积极推进农村电商、“农业+生态旅游”等模式。发展，推进农村全产业链发展，以“造血式”的扶贫模式使农业、农村实现可持续发展。

作为“跨界新农民”代表，网易不但持续通过网易味央近 10 年探索农业的努力和实践转变了外界对农业看法，让农民成为有吸引力的职业，吸引了许多农业人才走向一线农村，未来，网易还计划开放网易味央模式背后的科学养殖技术，提供技术指导和资金支持，让有条件的养殖户成为新型农民，通过科学养殖致富。（来源：亿邦动力网）

共享单车进入“寡头时代”

多家媒体报道，摩拜、ofo 正式取消了月卡优惠，月卡价格恢复到 20 元/月。两年间，几轮烧钱大战下来，诸如小鸣、小蓝之类的共享单车企业，已经被烧得非死即伤，市场基本形成摩拜、ofo 双雄争霸的局面，毫无疑问共享单车进入到寡头时代，用户教育基本完成，市场基本瓜分完毕，接着自然就是有关盈利的问题。

可以说，共享单车涨价，主观上共享单车企业开始把这门生意当成正常生意来做，客观上则实现了共享单车的价值回归，有利于解决单车围城的问题。如果通过经济杠杆能让共享单车真正成为解决城市交通“最后一公里”的工具，这不仅可以促进绿色出行，有效缓解城市拥堵，也可以解决共享单车投放过多、过滥所导致的城市管理问题。（来源：深圳商报）

7-11 首个无人便利店亮相台湾

近日，7-Eleven 的首个无人便利店“X-Store”在中国台湾省亮相，据台湾当地媒体报道，“X-Store”这个名字来源于探索 (explore)、体验 (experience) 和超越 (excellent) 中的三个“X”。

据悉，该无人商店除了人脸识别、自助收银、RFID 标签等这些无人店的常见配置之外，X-Store 还有一些智能化细节，比如当人靠近时便会自动打开的冰箱感应门，微波炉会自动确定需要加热的时间等。此外，X-Store 还将纸质海报更换成了显示屏，同时店内还引入了可以进行智能语音互动的迎宾机器人和扫地机器人。目前，这家“X-Store”尚处于内部测试阶段。（来源：联商网）

加快打造国际消费中心城市

深圳市经贸信息委表示，今年，深圳市将加快打造国际消费中心城市的步伐，将从增加商品和服务供给、提升消费空间载体、推动商业模式与业态创新、营造国际化消费环境等方面实施。加快实施蔡屋围、东门、人民南片区整体城市更新和项目改造，打造罗湖国际消费中心。支持卓越中心、深圳湾万象城等一批高端购物中心投入运营，新增大型商业网点营业面积 100 万平方米以上。推动福田消费电子国际商贸区、罗湖黄金珠宝国际商贸区、龙华服装基地等加快转型升级，打造集聚设计研发、时尚消费、品牌发布等功能等特色商业街区。同时，以新业态新模式培育为重点，出台进一步促进消费的若干措施，修订促进电子商务发展的政策措施。支持华润万家、天虹等行业龙头企业整合全程供应链，打造“互联网+商贸+金融”的跨界经营体。（来源：深圳商报）

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

深圳市连续性内部资料准印证
粤内登字B福田第1034号

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：0755-88916850

传 真：0755-83786186-8888

电子邮箱：dsdt@szecsc.org.cn

内部资料 免费赠阅