

# 第 1 章 2015 年中国电子商务发展总报告

2015 年是中国电子商务持续快速发展的一年，无论是在电子商务应用的深度、广度，还是交易规模、交易方式，都可以看到显著的变化。本报告总结了 2015 年我国电子商务的主要进展和发展特点，并展望了下一阶段中国电子商务发展的趋势。

## 1.1 中国电子商务的主要进展

### 1. 电子商务应用进一步普及

截至 2015 年底，我国网民规模达 6.88 亿，互联网普及率为 50.3%<sup>①</sup>。与此同时，商务交易类应用保持稳健增长。表 1-1 反映了 2015 年中国网民电子商务类网络应用的使用率。

表 1-1 2015 年中国电子商务类网络应用的使用率

应用	用户规模(万)	网民使用率(%)	全年增长率(%)
网上支付	41 618	60.5	36.8
网络购物	41 325	60.0	14.3
网上银行	33 639	48.9	19.2
旅行预订	25 955	37.7	17.1
团购	18 022	26.2	4.4
互联网理财	9 026	13.1	15.0
在线教育	11 014	16.0	—
互联网医疗	15 211	22.1	—

资料来源：中国互联网络信息中心

从表 1-1 可以看到电子商务类网络应用人数的主要变化。其中，网络购物市场保持快速发展。截至 2015 年 12 月，我国网络购物用户规模达到 4.13 亿，较 2014 年年底增加了 5183 万，增长了 14.3%。图 1-1 反映了 2011—2015 年中国网络购物使用人数逐年稳健增长的情况。手机网络购物用户规模增长迅速，总使用人数达到 3.4 亿，增长率为 43.9%，手机网络购物的使用比例由 42.4% 提升至 54.8%。

<sup>①</sup> 中国互联网络信息中心. 第 37 次中国互联网络发展状况统计报告[R/OL](2016-01-22)[2016-04-23].  
[http://cnnic.cn/gywm/xwzx/rdxw/2015/201601/t20160122\\_53283.htm](http://cnnic.cn/gywm/xwzx/rdxw/2015/201601/t20160122_53283.htm).

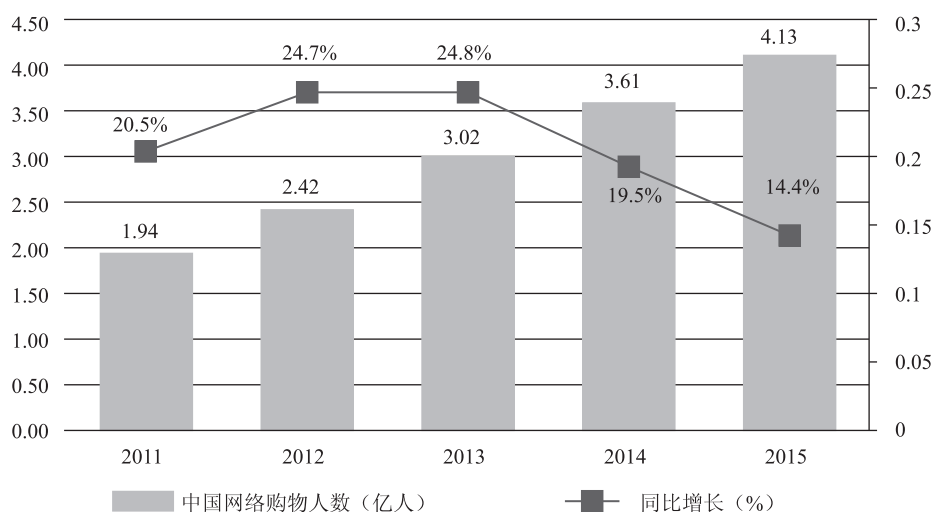


图 1-1 2011—2015 年中国网络购物使用人数逐年稳健增长的情况

资料来源：中国互联网络信息中心

## 2. 电子商务交易总额超过 20 万亿元

根据《中国电子商务报告》编写组的测算，2015 年，中国全社会电子商务交易额为 20.8 万亿元<sup>①</sup>，同比增长约 27%<sup>②</sup>，超额完成了《电子商务“十二五”发展规划》提出的发展目标<sup>③</sup>，实现了电子商务交易额翻两番。电子商务已经成为国民经济发展的强大推动力。图 1-2 反映了 2004 年以来中国电子商务交易总额持续增长的强劲势头。

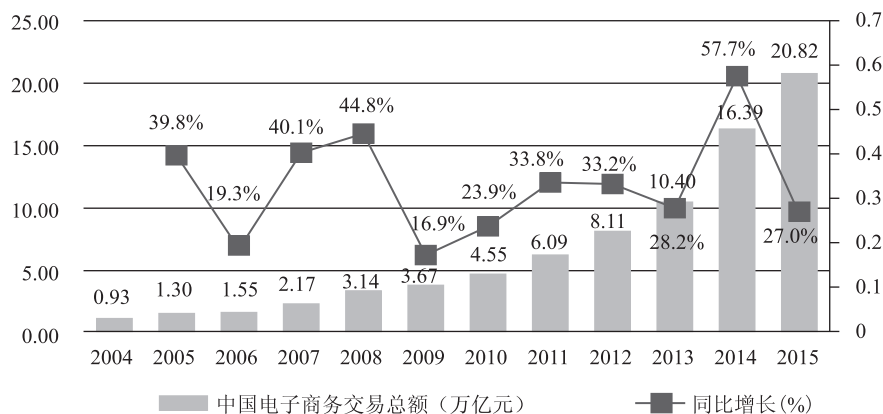


图 1-2 2004—2015 年中国电子商务交易总额持续增长情况

① 本书若无特殊说明，均为以人民币元计价的统计数据，下同。

② 本数据以国家统计局公布的 2014 年全国电子商务交易额 16.39 万亿元为基数，采用加和法、自然增长法、比例法和省市数据汇总法，适当进行修正后得到。

③ 工业和信息化部：电子商务“十二五”发展规划[EB/OL](2012-03-27)[2016-02-23]。

<http://www.miit.gov.cn/n11293472/n11293832/n11293907/n11368223/14527814.html>

从地区分布来看,发展最快的地区仍然是沿海和临近沿海的省份,包括浙江、辽宁、广西、湖南、江西等,年均增速达到50%以上;其次是中西部和东北部地区(包括吉林、河北、山东、陕西、湖北、四川、贵州、内蒙古、甘肃、青海、新疆等),年均增速达到30%以上;北京、上海、广东的年均增速在20%以上。表1-2反映了全国各省区市电子商务交易额增长速度的状况。

表1-2 中国电子商务交易额分地区增长情况

年均增速	省 份
50%以上	浙江、辽宁、广西、湖南、江西
30%以上	吉林、河北、山东、陕西、湖北、四川、贵州、内蒙古、甘肃、青海、新疆
20%以上	北京、上海、广东
其 他	天津、山西、河南、江苏、安徽、福建、海南、云南、宁夏、西藏

### 3. 网络零售额保持了30%以上的高速增长

伴随着网络购物用户的增长,2015年,中国网络零售交易额突破3万亿元,达到38773亿元,同比增长33.3%。其中,实物商品网络零售额为32424亿元,同比增长31.6%,高于同期社会消费品零售总额增速20.9个百分点;占社会消费品零售总额(300931亿元)的10.8%;非实物商品网络零售额6349亿元,增长42.4%<sup>①</sup>。图1-3反映了2008年到2015年中国网络零售市场快速发展的情况。

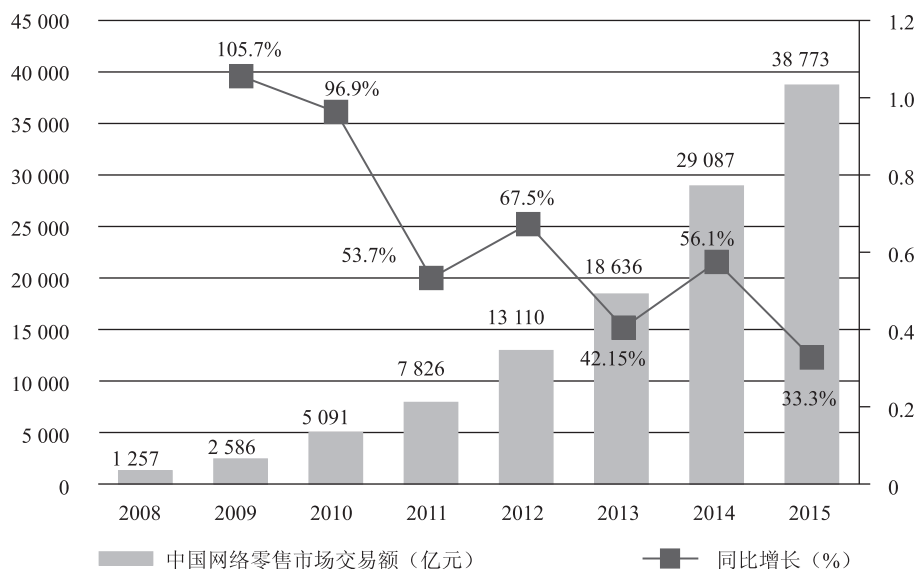


图1-3 2008—2015年中国网络零售市场交易额增长情况

<sup>①</sup> 国家统计局. 2015年国民经济和社会发展统计公报[EB/OL](2016-02-29)[2016-03-27].  
http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201602/t20160229\_1323991.html.

在 2015 年中国网络零售市场中，移动购物市场交易规模为 2.12 万亿元，年增长率达 136.7%，占网络零售交易额的 55%，比 2014 年增长 8.7%，远高于中国网络市场零售额的整体增速。移动电子商务已经不再仅仅限于网络购物，在旅游、餐饮、出租领域，都得到广泛的应用。图 1-4 反映了 2010 年到 2015 年中国移动购物市场高速发展的情况。

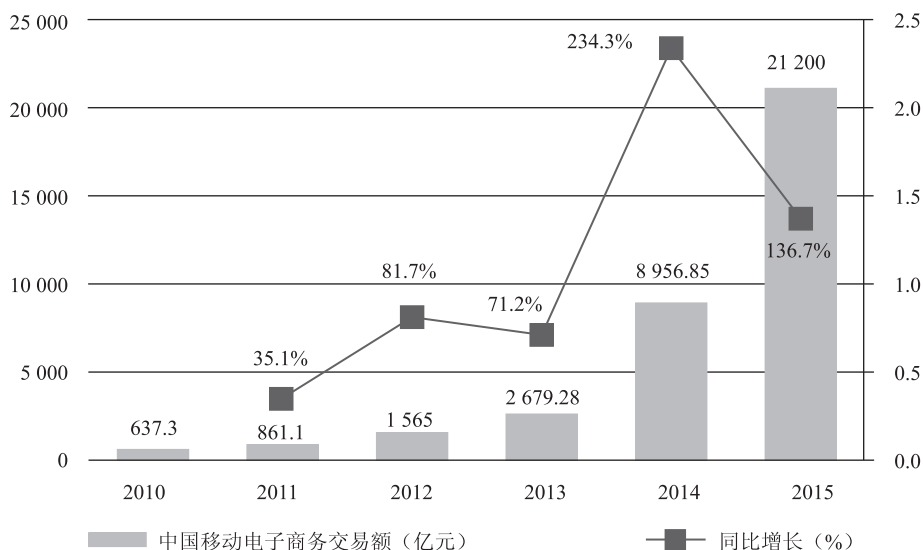


图 1-4 2010—2015 年中国移动电子商务市场交易额增长情况

资料来源：根据艾瑞咨询和易观智库提供的统计数据综合分析所得

#### 4. 跨境电子商务交易额达到 4.56 万亿元

2015 年，我国货物贸易实现进出口总值 24.59 万亿元，同比下降 7%<sup>①</sup>。其中出口 14.14 万亿元，下降 1.8%；进口 10.45 万亿元，下降 13.2%。面对世界市场萎缩，进出口压力不断增大的外部环境，我国跨境电子商务呈现出蓬勃发展的良好态势。据测算，2015 年跨境电子商务交易额约 4.56 万亿元，同比增长 21.7%，其中出口约 3.99 万亿元，同比增长 21.9%；进口约 5731 亿元，同比增长 20.3%<sup>②</sup>。图 1-5 反映了 2010 年到 2015 年中国跨境电子商务市场加速发展的情况。

① 海关总署. 2015 年我国进出口总值 24.59 万亿元[R/OL][2016-01-13][2016-01-23].

<http://www.customs.gov.cn/publish/portal0/tab65602/info784205.htm>.

② 根据易观智库监测数据，测算方法分两种：一是厂商比例测算法，采集 ebay、亚马逊、阿里巴巴速卖通、兰亭集市等主要企业的数据，根据所占市场份额推算；二是包裹测算法，采集海外仓发货数据、中国邮政快递数量，以及其他快递公司或其他渠道发货数据，按比例测算。综合两种方法测算的数据，考虑跨境电子商务在中国进出口总额中的比例及电商渗透率后得到跨境电子商务相关数据。

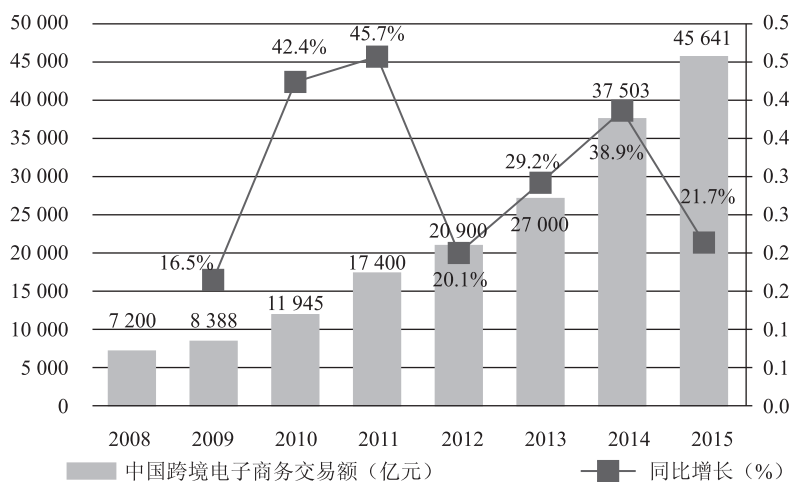


图 1-5 2008—2015 年中国跨境电子商务交易额增长情况

资料来源：易观国际

### 5. 企业电子商务应用覆盖面扩大

受中国网络零售市场发展带动，开展网上销售业务的企业数量、销售规模持续增长。截至 2015 年 12 月，中国开展在线销售的企业比例为 32.6%，相比过去 4 年有所提升（参见图 1-6）。

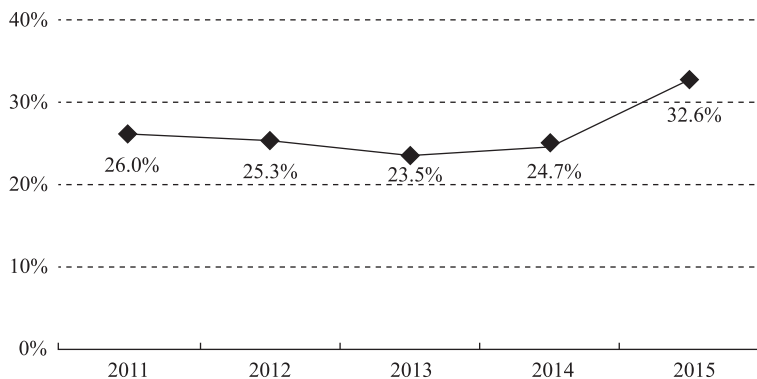


图 1-6 2011—2015 年中国企业在线销售开展的比例

资料来源：中国互联网络信息中心

2015 年，中央经济工作会议提出“去产能、去库存、去杠杆、降成本、补短板”五大经济工作任务，B2B 在线采购业因此扭转了下滑的态势，重新步入上升的轨道，全国开展在线采购的企业比例达到 31.5%（参见图 1-7）。

互联网营销是企业电子商务应用的重要环节。2015 年企业开展互联网营销的比例相比 2014 年提升了 9.6 个百分点。图 1-8 反映了 2011—2015 年企业互联网营销开展的比例。

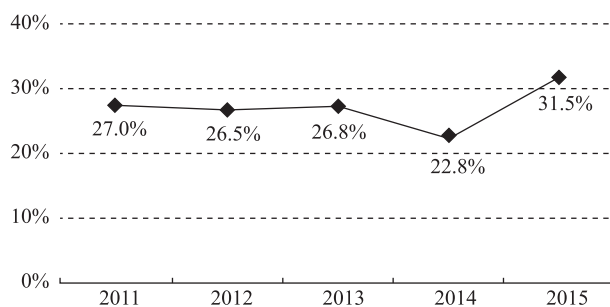


图 1-7 2011—2015 年中国企业在线采购开展的比例

资料来源：中国互联网络信息中心

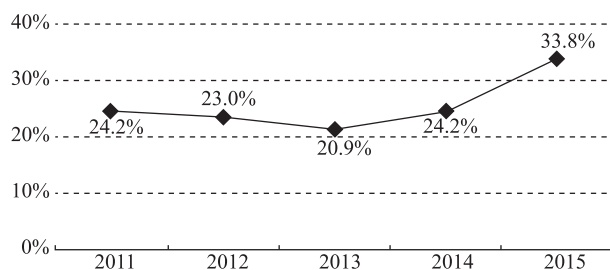


图 1-8 2011—2015 年中国企业互联网营销开展的比例

资料来源：中国互联网络信息中心

## 6. 第三方互联网支付规模达到 11.86 万亿元

第三方互联网支付是电子商务的重要支撑。2015 年中国第三方互联网支付交易规模达 118 674.5 亿元，同比增长 46.9%，增速有所放缓<sup>①</sup>。图 1-9 反映了 2009—2015 年中国第三方互联网支付业务快速发展的情况。

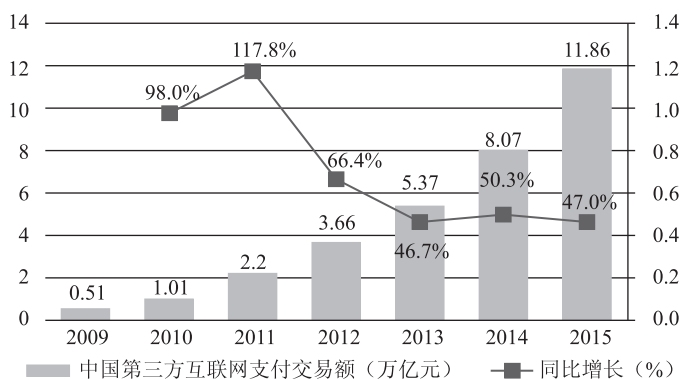


图 1-9 2009—2015 年中国第三方互联网支付业务交易额增长情况

资料来源：艾瑞咨询

① 艾瑞咨询·艾瑞：2015 年第三方互联网支付交易规模达 11.8 万亿[EB/OL][2016-03-17][2016-03-23].  
<http://report.iresearch.cn/content/2016/03/259313.shtml>

## 7. 快递年业务量突破 200 亿件大关

2015年,中国快递年业务量首次突破200亿件大关,继续稳居世界第一。快递业与电子商务携手共进,有力地支持了电子商务的发展。

2015年,中国快递服务企业业务量累计完成206.7亿件,同比增长48%;业务收入累计完成2769.6亿元,同比增长35.4%。其中,同城业务收入累计完成400.8亿元,同比增长50.7%;异地业务收入累计完成1512.9亿元,同比增长33.8%;国际及港澳台业务收入累计完成369.6亿元,同比增长17%<sup>①</sup>。图1-10反映了2008年到2015年中国快递服务企业业务量增速发展的情况。

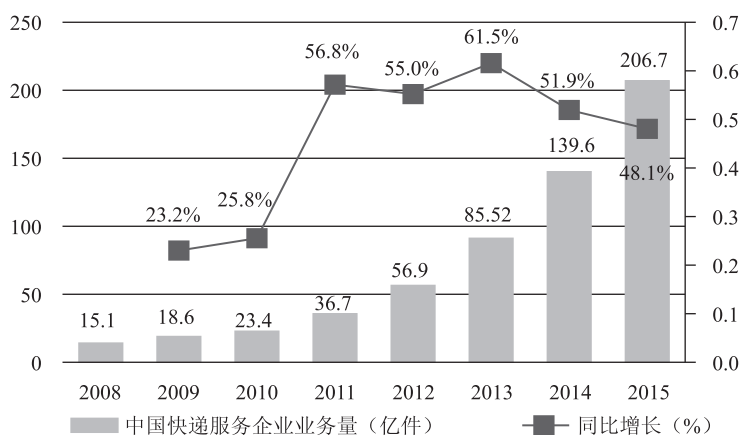


图 1-10 2010—2015 年中国快递服务企业业务量增长情况

资料来源：国家邮政局

## 1.2 政府部门推动电子商务发展的政策措施

### 1. 密集出台政策，大力促进电子商务发展

2015年,电子商务作为新兴产业和新兴业态得到国务院和有关部门的高度重视。2015年3月5日,在第十二届全国人民代表大会第三次会议上,国务院总理李克强在《政府工作报告》<sup>②</sup>中三次强调电子商务的发展:一是充分肯定了2014年电子商务、物流快递等新兴业态快速成长对产业结构调整促进作用;二是要求扩大跨境电子商务综合试点,推动外贸转型升级;三是制定“互联网+”行动计划,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。

根据2015年《政府工作报告》精神,国务院及所属各部门按照积极推动、逐步规范、加强引导的原则,为促进电子商务快速发展,开展了多项推进工作。

<sup>①</sup> 国家邮政局. 国家邮政局公布2015年邮政行业运行情况[EB/OL][2016-01-14][2016-03-27].

[http://www.spb.gov.cn/dttx\\_15079/201601/t20160114\\_710673.html](http://www.spb.gov.cn/dttx_15079/201601/t20160114_710673.html).

<sup>②</sup> 李克强. 政府工作报告(2015年)[EB/OL][2015-03-05][2016-03-16]

[http://www.gov.cn/guowuyuan/2015-03/16/content\\_2835101.htm](http://www.gov.cn/guowuyuan/2015-03/16/content_2835101.htm)

国务院先后发布了《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》<sup>①</sup>、《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》<sup>②</sup>、《关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》<sup>③</sup>、《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》<sup>④</sup>、《关于大力推动大众创业万众创新若干政策措施的意见》<sup>⑤</sup> 等多个文件。这些文件不仅明确了发展电子商务的战略定位，而且从跨境贸易、商贸流通、农村，以及创新创业等方面具体提出了详细的政策和措施。

2015年5月，为贯彻落实国务院的行动部署，加快互联网与流通产业的深度融合，推动流通产业转型升级，提高流通效率，打造新的经济增长点，创新服务民生方式，释放消费潜力，商务部制定了《“互联网+流通”行动计划》<sup>⑥</sup>，立足于互联网技术在我国流通领域的应用现状，明确提出了以互联网为载体、推进现代流通体系建设的工作思路、总体目标、重点任务和主要措施，对于引导生产、促进流通、扩大消费、吸纳就业以及改善民生具有重要意义。《行动计划》提出了5个近期工作目标：

一是在全国创建培育200个电子商务进农村综合示范县，示范县电子商务交易额在现有基础上年均增长不低于30%；

二是创建60个国家级电子商务示范基地，培育150家国家级电子商务示范企业，打造50个传统流通及服务企业转型典型企业，培育100个网络服务品牌；

三是运用市场化机制，推动建设100个电子商务海外仓；

四是指导地方建设50个电子商务培训基地，完成50万人次电子商务知识和技能培训；

五是力争在2016年年底，我国电子商务交易额达到22万亿元。网络零售额达到5.5万亿元。

农业部充分发挥农业电子商务在培育经济新动力、打造“双引擎”、实现“双目标”方面的重要作用，积极培育农业电子商务市场主体、着力完善农业电子商务线上线下公共服务体系、大力疏通农业电子商务渠道、切实加大农业电子商务技术创新应用力度、加快完善农业电子商务政策体系；积极探索“基地+城市社区”鲜活农产品直配、“放心农资进农家”等农业电子商务新模式，力求突破当前农业电子商务发展面临的瓶颈和障碍。

① 国务院. 国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见[EB/OL](2015-05-07)[2016-01-26].  
[http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-05/07/content\\_9707.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-05/07/content_9707.htm).

② 国务院办公厅. 国务院办公厅关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见[EB/OL](2015-06-20)[2016-01-26].  
[http://www.gov.cn/xinwen/2015-06/20/content\\_2882205.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2015-06/20/content_2882205.htm).

③ 国务院办公厅. 国务院办公厅关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见[EB/OL](2015-09-18)[2016-02-26].  
[http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-09/29/content\\_10204.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-09/29/content_10204.htm).

④ 国务院办公厅. 国务院办公厅关于促进农村电子商务加快发展的指导意见[EB/OL](2015-11-09)[2016-01-26].  
[http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-11/09/content\\_10279.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-11/09/content_10279.htm).

⑤ 国务院. 国务院关于大力推动大众创业万众创新若干政策措施的意见[EB/OL](2015-06-11)[2016-02-26].  
<http://www.mofcom.gov.cn/article/b/g/201507/20150701062949.shtml>.

⑥ 商务部. 商务部办公厅关于印发“互联网+流通”行动计划的通知[EB/OL](2015-05-16)[2016-01-23].  
[http://www.gov.cn/xinwen/2015-05/16/content\\_2863204.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2015-05/16/content_2863204.htm).

## 2. 加强电子商务发展环境建设

一是加快推进电子商务法制建设。2013年12月,全国人大启动《中华人民共和国电子商务法》立法工作。在这次立法中,全国人大采用了新的立法方法:第一步,将电子商务的核心问题分为12个子课题,分别委托国家部委和省市相关部门两个不同的角度开展专题研究;第二步,2014年10月,委托6个课题组起草电子商务立法大纲,吸收不同部门的立法思路;第三步,2015年4月,形成北京和地方两个立法文本起草小组,提出立法草案;第四步,2015年11月,形成《中华人民共和国电子商务法》草案并开始征求意见。此外,2015年4月通过的《中华人民共和国食品安全法》作出规定,“网络食品交易第三方平台提供者应当对入网食品经营者进行实名登记,明确其食品安全管理责任;依法应当取得许可证的,还应当审查其许可证”;“网络食品交易第三方平台提供者发现入网食品经营者有违反本法规定行为的,应当及时制止并立即报告所在地县级人民政府食品药品监督管理部门;发现严重违法行为的,应当立即停止提供网络交易平台服务。”<sup>①</sup>

商务部针对电子商务领域交易中的突出问题,加快完善电子商务法规和相关标准的建设工作。2014年12月颁布了《网络零售第三方平台交易规则制定程序规定》;2015年颁布了《电子商务物流服务规范(SB/T 11132—2015)》、《电子商务商品理赔技术要求(SB/T 11133—2015)》、电子商务商品标价通用技术条件(SB/T 11134—2015)、电子商务企业认定规范(SB/T 11112—2015)、贸易融资业务中第三方提供电子贸易信息查询服务规范(SB/T 11113—2015)等标准规范<sup>②③</sup>。

二是进一步规范市场秩序。2015年10月26日,国务院办公厅发布《关于加强互联网领域侵权假冒行为治理的意见》,针对互联网领域侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品违法犯罪行为的多发高发态势,部署打击网上销售假劣商品、打击网络侵权盗版、提升监管信息化水平三项重点监管工作,力求遏制互联网领域侵权假冒行为多发高发势头,净化互联网交易环境,促进电子商务健康发展<sup>④</sup>。互联网领域侵权假冒专项整治行动自2014年启动以来,已查处侵权假冒案件11 000余件,关闭屏蔽网站3400余家。

2015年,商务部制定了《2015年全国打击侵权假冒工作要点》,基本完成行政执法与刑事司法“两法衔接”中央信息共享平台和26个省级地方信息共享平台的建设,建立了“全国侵权假冒物品数据库”和“全国产品防伪溯源验证公共服务平台”,推进侵权假冒行政处罚信息公开,建立信息公开统计月报与抽查制度。截至2015年年底,全国已有27个省(自治区、直辖市)和新疆生产建设兵团建成“两法衔接”平台,21

① 全国人大常委会. 中华人民共和国食品安全法[EB/OL](2015-04-25)[2016-03-26].  
[http://www.gov.cn/zhengce/2015-04/25/content\\_2853643.htm](http://www.gov.cn/zhengce/2015-04/25/content_2853643.htm).

② 商务部. 中华人民共和国商务部公告2015年第58号,公布23项国内贸易行业标准编号、名称及实施日期[EB/OL](2015-11-09)[2016-01-26]. <http://www.mofcom.gov.cn/article/b/g/201601/20160101232190.shtml>.

③ 商务部. 商务部公告2015年第1号商务部批准《媒体购物术语》等20项国内贸易行业标准的公告[EB/OL](2015-01-06)[2016-01-26]. <http://www.mofcom.gov.cn/article/b/c/201501/20150100863682.shtml>.

④ 国务院办公厅. 国务院办公厅关于加强互联网领域侵权假冒行为治理的意见[EB/OL](2015-10-26)[2016-01-26]. <http://www.mofcom.gov.cn/article/b/g/201601/20160101229949.shtml>.

个省级平台实现与中央平台的对接, 录入案件信息 10 余万件。从 2014 年末至 2015 年 11 月末, 各行政执法部门共公开行政处罚案件近 3 万件, 案件公开率约 30%, 比 2014 年年末提高约 10 个百分点, 初步实现了规范部门执法、加大违法惩戒力度、维护消费者权益和促进法治化营商环境建设的目标。

国家工商总局坚持创新与规范并重, 出台了《网络商品和服务集中促销活动管理暂行规定》《关于加强网络市场监管的意见》等政策措施; 深入推进技术手段与监管业务的融合, 初步建成“全国网络交易平台监管服务系统”, 全国已经建成 29 个省级网监平台, 地市级网监平台建设也在加快推进, 有效提高了网络交易商品定向监测水平。在 2015 红盾网剑专项行动中, 国家工商总局严厉打击网络侵权假冒违法行为, 全系统责令整改网站 1.26 万个次, 查处违法案件 6737 件, 罚没款 1.23 亿元。

国家质检总局为进一步发挥检验检疫职能作用促进跨境电子商务的发展, 提出了改进监管工作的六项具体措施, 包括构建符合跨境电子商务发展的检验检疫工作体制机制、建立跨境电子商务清单管理制度、构建跨境电子商务风险监控和质量追溯体系、创新跨境电子商务检验检疫监管模式、实施跨境电子商务备案管理、加强跨境电子商务信息化建设<sup>①</sup>。此外, 国家质检总局发起成立了全国电子商务产品打假维权协作网<sup>②</sup>, 旨在搭建社会积极参与执法打假工作的平台, 严厉打击互联网领域销售假冒伪劣违法行为, 提升电子商务产品质量, 切实维护广大消费者、名优产品生产企业和电商平台企业的合法权益, 服务电子商务健康发展。

三是提高贸易便利化水平。海关总署进一步推进通关作业无纸化改革工作, 决定在前期中国(上海)自由贸易试验区改革试点的基础上, 扩大自动进口许可证通关作业无纸化试点。试点海关由上海自贸区相关海关扩展至包括天津、福建、广东三个新设自由贸易试验区和宁波、苏州两个国家级进口贸易促进创新示范区在内的十个海关, 分别为天津、上海、南京、宁波、福州、厦门、广州、深圳、拱北、黄埔海关。

### 3. 扩大电子商务试点

2015 年, 国务院确定的跨境电子商务进口试点城市已达到 10 个, 包括上海、重庆、杭州、宁波、郑州、广州、深圳、天津、福州和平潭。2015 年 3 月, 国务院又批准设立中国(杭州)跨境电子商务综合试验区。2015 年 8 月, 商务部发布《关于支持自由贸易试验区创新发展的意见》<sup>③</sup>, 支持自贸试验区发展跨境电子商务; 同时, 在总结评估中国(杭州)跨境电子商务综合试验区试点情况的基础上, 在全国范围积极开展扩大跨境电子商务综合试点工作, 将海关监管、检验检疫、进出口税收和

① 国家质检总局. 质检总局关于进一步发挥检验检疫职能作用促进跨境电子商务发展的意见[EB/OL](2015-07-15)[2016-02-26]. <http://www.mofcom.gov.cn/article/b/g/201507/20150701046071.shtml>.

② 中国工商报. 全国电子商务产品打假维权协作网成立[EB/OL](2015-12-17)[2016-01-26]. [http://www.saic.gov.cn/ywdt/gsyw/sjgz/xxzx\\_1/201512/t20151217\\_165046.html](http://www.saic.gov.cn/ywdt/gsyw/sjgz/xxzx_1/201512/t20151217_165046.html).

③ 商务部. 商务部关于支持自由贸易试验区创新发展的意见[EB/OL](2015-08-25)[2016-01-26]. <http://www.mofcom.gov.cn/article/b/g/201510/20151001144424.shtml>.

结售汇等方面的政策，优先向自贸试验区复制推广，促进跨境电子商务健康快速发展。

同时，商务部还在东中西部地区选择一批基础条件较好、进出口和电子商务规模较大的城市，设立跨境电子商务综合试验区，复制推广中国（杭州）跨境电子商务综合试验区初步探索出的相关政策体系和管理制度；着力推进跨境电子商务六大体系构建，包括信息共享体系、在线金融服务体系、智能物流体系、电子商务信用体系，以及统计监测体系和风险防控体系；建设线上“单一窗口”和线下“综合园区”两个平台，实现政府部门间信息互换、监管互认、执法互助，汇聚物流、金融等配套设施和服务，为跨境电子商务打造完整产业链和生态圈。

为鼓励扶持农村电子商务发展，商务部积极推进农村商务信息服务工作，建立完善农产品电子商务标准规范和物流配送体系，组织开展农村电子商务创新大赛和农村电子商务百万英才计划。从2014年开始，商务部会同财政部，共安排中央资金48亿元，支持256个示范县发展农村电子商务（2014年56个，2015年200个），重点支持中西部地区，其中，国家扶贫开发重点县和集中连片贫困县达到103个。通过资金支持，促进农村，尤其是国家扶贫开发重点县和集中连片贫困县形成造血机制，推动电子商务和农民增收等形成良性循环。

2015年，商务部继续开展示范基地和示范企业创建工作，加大宣传推广力度，总结推广典型经验做法，以示范基地和示范企业为依托，通过先行先试、聚集发展、模式创新，逐步完善电子商务示范体系。按照《关于开展电子商务示范工作的通知》和《电子商务示范企业创建规范》，本着公平、公正、公开的原则，通过申报、评审、公示等流程，确定了155家企业为商务部2015—2016年度电子商务示范企业<sup>①</sup>。

#### 4. 完善电子商务支撑服务体系

2015年，我国支付机构大力发展网络支付服务，促进了电子商务和互联网金融的快速发展，对支持服务业转型升级发挥了积极作用。2015年前三季度，支付机构累计处理网络支付业务562.50亿笔，金额32.97万亿元，同比分别增长128.95%和98.80%。为规范非银行支付机构网络支付业务，防范支付风险，保护当事人合法权益，2015年12月中国人民银行发布了《非银行支付机构网络支付业务管理办法》<sup>②</sup>。该《办法》共7章57条。主要内容包括支付机构与网络支付业务的基本要求、客户管理、业务管理、风险管理与客户权益保护。《办法》对于促进支付服务创新和支付市场健康发展，进一步发挥网络支付对互联网金融的基础作用具有极为重要的作用。

<sup>①</sup> 商务部．中华人民共和国商务部公告2015年第26号，公布商务部2015—2016年度电子商务示范企业名单[EB/OL](2015-07-20)[2016-01-26].

<http://www.mofcom.gov.cn/article/b/g/201509/20150901125901.shtml>.

<sup>②</sup> 中国人民银行．非银行支付机构网络支付业务管理办法[EB/OL](2015-12-28)[2015-12-31].

[http://www.gov.cn/zhengce/2015-12/28/content\\_5028605.htm](http://www.gov.cn/zhengce/2015-12/28/content_5028605.htm).

国家邮政总局根据国务院《关于促进快递业发展的若干意见》<sup>①</sup>的要求,大力推进供给侧结构性改革,扭转过度依赖电商业务,过度依赖同质价格竞争的状况,努力将业务结构从传统电商市场重新定向于制造业、农业和跨境贸易市场,探索新的转型升级路径,重新部署整个产业的战略方向。2015年,全国快递业务量完成206.7亿件,业务收入完成2769.6亿元,平均每单快递业务所得收入约为13.40元。

2015年,商务部积极推进国家电子商务专业技术人才知识更新工程,依托国家电子商务人才继续教育基地平台,设立15家电子商务人才培训分院,累计培训学员8.5万人次。

## 5. 积极参与国际交流与合作

2015年12月15日,在上海合作组织成员国总理第十四次会议上,李克强总理提出,中方建议尽快建立上合组织电子商务联盟,为成员国企业开展跨境电子商务创造快捷便利的环境<sup>②</sup>。

在联合国国际贸易法委员会第三工作组《跨境电子交易网上争议解决程序规则》和联合国国际贸易法委员会第四工作组《电子可转让记录示范法》的起草中,商务部都积极研究提出富有建设性的意见。2015年2月,中国代表团的提案正式写入联合国国际贸易法委员会第三工作组A/CN.9/833\*号文件中;2015年6月,联合国国际贸易法委员会A/70/17号文件第352段明确指出:“会议商定,今后任何案文都应利用在第三提案和其他提案上取得的进展。”

2015年,商务部在上海合作组织、“金砖国家”等区域经济合作框架下,建立了电子商务对话机制;积极推进中韩、中澳、中日韩、区域全面经济伙伴关系等自贸区电子商务议题谈判;积极推进与“一带一路”沿线国家的电子商务合作。

## 1.3 中国电子商务发展的特点与趋势

### 1.3.1 中国电子商务发展的主要特点

#### 1. 电子商务成为“互联网+”行动的先导领域

2015年,在国务院《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》<sup>③</sup>的指导下,国务院各部委、各地政府部门全面开始实施“互联网+”行动计划。在各部委、各省市自治区全面实施“互联网+”行动计划的工作中,电子商务成为“互联网+”行动的先导领域。工信部要求在“互联网+”行动中开展工业电子商务区域试点,推动工业电子商务平台、第三方物流、互联网金融等业务协同创新和互动发展,培育一批工业电子商务示范区、平台和企业,深化企业间电子商务应用,发展直销电商、社交电

① 国务院. 国务院关于促进快递业发展的若干意见[EB/OL](2015-10-26)[2016-02-23].

[http://www.spb.gov.cn/zcfg/flfgjzc/201510/t20151030\\_672427.html](http://www.spb.gov.cn/zcfg/flfgjzc/201510/t20151030_672427.html).

② 李克强. 在上海合作组织成员国总理第十四次会议大范围会谈时的讲话[EB/OL](2015-12-15)[2016-02-23].

[http://www.gov.cn/guowuyuan/2015-12/15/content\\_5024480.htm](http://www.gov.cn/guowuyuan/2015-12/15/content_5024480.htm).

③ 国务院. 国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见[R/OL](2015-07-04)[2016-01-23].

[http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-07/04/content\\_10002.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-07/04/content_10002.htm).

商、跨境电商等网络营销新模式<sup>①</sup>。商务部提出“互联网+”行动计划的主要任务是在电子商务进农村、电子商务进中小城市、电子商务进社区、线上线下融合互动、跨境电子商务等领域打造安全高效、统一开放、竞争有序的流通产业升级版<sup>②</sup>。

2015年,各行业、各个地区都将推动电子商务发展作为转变经济发展方式、促进地方经济持续发展的重要抓手。福建省将加快推进海峡两岸电子商务经济合作实验区和电子商务示范城市、示范体系建设作为第一工作重点<sup>③</sup>。河南省启动“互联网+”电子商务行动,力争在跨境贸易电子商务、线上线下互动体验式经济方面取得新突破<sup>④</sup>。四川省在2015年“互联网+”重点工作方案中,将电子商务引入金融、文化、旅游等领域<sup>⑤</sup>。湖南省专门建立了省移动互联网产业发展联席会议制度,省经信委和长沙市工信委、长沙高新区建立了联动工作机制。

## 2. 网络零售进入“提质升级”新阶段

2015年,中国网络零售行业进入“提质升级”新阶段。交易模式所占比重发生了根本性的变化。以天猫为代表的B2C(企业对个人)模式首次超过以淘宝为代表的C2C(个人对个人)模式,占据51.9%的市场份额,成为市场的主体<sup>⑥</sup>;移动网络零售交易额也首次超过PC网络零售交易额。

很多传统流通企业转变发展理念,积极探索适合自身特点的网络零售新模式,通过线上线下渠道在商品、服务、价格等方面的融合,实现了传统零售企业的互联网转型。苏宁云商、王府井、大润发、银泰百货等传统百货零售商纷纷试水网上销售,抢占网络市场。服务类网络零售的O2O创新创业活动风起云涌,移动营销手段大量在生鲜、餐饮、租车、家政、医疗等领域使用,极大地方便了网民的消费。

网络购物节调动了全民参与电子商务的积极性。“双11”购物节成为全球最大的网络购物节,2015年11月11日全网一天的交易额达到1229.4亿元,其中天猫平台交易额达到912.17亿元,刷新全球单个电商24小时零售纪录;全网共产生包裹数6.8亿个;共有232个国家和地区的网民参与了购物节的购物活动。京东“618”购物活动为消费者带来“全球直供、智能生活、网络金融、移动社交、全民娱乐和便利到家”的六大主题狂欢聚会。苏宁云商启动了“818”电商大促活动,与线下1600多家门店联手,通过易购乡镇直营店(服务站)为百万农户消费“授信”。

① 工信部. 工业和信息化部关于贯彻落实〈国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见〉的行动计划(2015-2018年)[EB/OL](2015-11-25)[2016-01-23].

<http://www.miit.gov.cn/n1146290/n4388791/c4538291/content.html>.

② 商务部. 商务部办公厅关于印发“互联网+流通”行动计划的通知[EB/OL](2015-05-16)[2016-01-23].

[http://www.gov.cn/xinwen/2015-05/16/content\\_2863204.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2015-05/16/content_2863204.htm).

③ 福建省人民政府. 福建省人民政府关于加快互联网经济发展十条措施的通知[EB/OL](2015-03-23)[2016-01-23].

[http://www.fiet.gov.cn/zjswt/jgzn/jgcs/zcfcg/zcwj/201503/t20150323\\_146184.htm](http://www.fiet.gov.cn/zjswt/jgzn/jgcs/zcfcg/zcwj/201503/t20150323_146184.htm).

④ 河南省人民政府. 河南省人民政府关于印发河南省“互联网+”行动实施方案的通知[EB/OL](2015-10-08)[2016-01-23].

<http://www.henan.gov.cn/zwgk/system/2015/10/21/010592951.shtml>.

⑤ 四川省人民政府. 四川省人民政府办公厅关于印发四川省2015年“互联网+”重点工作方案的通知[EB/OL](2015-06-11)[2016-02-23].

<http://www.sc.gov.cn/10462/10883/11066/2015/6/15/10339535.shtml>.

⑥ 中国国际电子商务中心, 中华全国商业信息中心. 中国零售行业发展研究报告[EB/OL](2016-04-12)[2016-04-23].

<http://www.qianinfo.com/Industry/7/3351345.html>.

### 3. 工业电子商务向供应链上下游快速拓展

近年来，工业电商规模逐年扩大，企业的积极性和主动性越来越高，依托工业电商聚合的产业链上下游社会资源也日渐丰富，工业电商发展质量和效益不断提升。

2015年，工业企业通过建立集采集销平台，推动了电子商务与内部业务和管理信息系统的集成，实现了对上下游信息的迅速整合以及对中小企业的辐射引领。北汽福田集团以原有供应链电子商务模型为基础，整合销售、生产、采购、财务和售后服务等信息系统，构建了基于汽车行业供应链协同的公共电子商务平台。红领集团把电子商务的C2B2B的中间商模式、B2C的商对客零售模式转变为“C2M模式—消费者需求驱动工厂定制直销”，创造了一套大工业流水线规模化生产个性化定制产品的生产方法和销售方法。海尔集团建立了“全流程并联交互创新生态体系”，通过开放式网络创新平台，从众多的个性化需求中提取出共性需求，形成了用户需求与全球一流创新资源的高效对接。

综合型电子商务平台，如1688、慧聪网、敦煌网、中国制造网等纷纷探索从单纯提供信息发布向交易服务、供应链金融等方向的转型。“诚信通”开始为从事国内贸易的中小企业提供网上交易服务；“伙拼”提供批发型团购服务，“淘工厂”提供电商卖家与工厂的加工定制服务。行业性工业电子商务服务平台，如欧冶云商、找钢网、快塑网、易煤网、上海有色网等的业务范围均已向网上交易、物流配送、信用支付等方向延伸。

### 4. 跨境电子商务由点到面逐步扩大

跨境电子商务成为2015年中国电子商务的新亮点，不仅在于它们的增长率在电子商务各种业态中名列前茅，更重要的是它们已经由点到面全面铺开。

2015年，中国（杭州）跨境电商综合实验区利用自身地域、产业优势，完善跨境电商公共服务平台、海关监管平台和检验检疫监管平台，构建“内贸、外贸”衔接、“线上、线下”协同发展的新格局等，为各地开展跨境电子商务试点工作提供了实践经验。

2013年7月至2015年12月31日，河南省郑州跨境电子商务服务试点共验放进出境物品总值41.04亿元；黑龙江省在俄罗斯建设了5个海外仓，共发送对俄国际邮包1385万件，货物量2960吨，全省对俄跨境电子商务零售出口货值突破4亿美元，同比增长30%；浙江省义乌跨境电子商务出口试点从2014年12月24日启动以来，日出口量从初期的每天2000票增长至5万票左右；吉林省长春兴隆综合保税区，2015年出口业务规模提升了200倍，每天处理包裹近10万件，业务范围辐射俄罗斯、韩国、德国等190多个国家和地区，成为我国北方跨境电子商务重要的核心节点城市；2015年1~9月，重庆市跨境电商邮寄的包裹数量是2014年同期的8.9倍，成交额达到2014年的7.1倍。

### 5. 农村电子商务进入快车道

2015年，电子商务农村服务站点建设全面铺开。在各级政府和市场的合力推动下，涉农电子商务交易额大幅度增长，电子商务成为农村扶贫的重要手段。

农业部进一步推进信息进村入户试点工作，在已开展试点的10个省（市）中新增

试点县(市、区)51个,同时新增天津等16个试点省份、43个试点县(市、区),共计新增试点县(市、区)94个,作为第二批开展信息进村入户工作的试点县。

截至2015年12月,我国网民中农村网民占比28.4%,规模达1.95亿,较2014年底增加1694万人,增幅为9.5%<sup>①</sup>。以阿里巴巴、京东、苏宁为代表的电商企业分别推出农村电子商务计划,“电商下乡”已成潮流。截至2015年12月底,阿里巴巴农村淘宝已累计覆盖全国28个省份,超250个县布局,建成村级农村淘宝服务站超12000个。阿里巴巴集团推出的“农村淘宝合伙人、淘帮手(村淘合伙人的帮手)”、京东推出的“乡村代理人”和顺丰速运推出的内部创业计划,推动数十万计的农村居民加入电子商务创业和就业大军。

山东省潍坊市通过建设县级运营中心和村级服务网点,实现“网货下乡”和“农产品进城”双向流通。2015年全市农产品电子商务交易额达到50亿元,农村电子商务企业总数超过1000家,各类网络商铺上万家;开展电子商务的农业龙头企业、合作社、家庭农场、批发市场达300个。河北平乡县成立了电子商务产业领导小组,制定电子商务发展扶持政策,财政每年列出300万元的电子商务发展定向扶持资金,建立起覆盖全县的三级网店运营体系、配送到村物流体系和人才培养体系,并依托扶贫专项资金、小额贷款、扶贫贴息等扶持形式,引导、带动贫困户投身电商创业。

## 6. 电子商务带动“双创”成效凸显

2015年3月,国务院办公厅印发《关于发展众创空间推进大众创新创业的指导意见》<sup>②</sup>,部署推进大众创业、万众创新工作,明确了八项重点任务和三项主要措施。电子商务迅速成为各界公认的创新创业主要选择方向。

根据国家工商行政管理总局的统计,2015年1~4月,全国新登记注册市场主体406.6万户,同比增长13.5%。其中,第三产业新登记注册企业户数30.8万户,同比增长8.6%;企业在信息传输、软件和信息技术服务业新登记注册2.1万户,同比增长46.4%<sup>③</sup>,呈现出高速增长的态势。

为实施创新驱动发展战略,推动大众创业、万众创新向更大范围、更高层次、更深程度发展,各地遵循市场规律,积极探索高水平、有特色的双创示范基地的建设,构筑完备的创业创新服务链,促进科技与经济融合发展。辽宁、山西等省份建设了一批省级电子商务培训基地,组织开展针对各级商务主管部门和相关政府部门工作人员、企业人员的电子商务培训,进一步提高小微企业“成活率”和生存质量,实现对小微企业的精准扶持。广东、安徽等省部分乡镇积极扶持“一乡一品”“一镇一品”的网上销售,吸引不少青年人回流到农村开展网上创业,也调动了电信部门建设农村宽带的积极性,加大了农村网络“提速降费”的力度。

① 中国互联网络信息中心. 第37次中国互联网络发展状况统计报告[R/OL](2016-01-22)[2016-04-23].  
[http://cnnic.cn/gywm/xwzx/rdxw/2015/201601/t20160122\\_53283.htm](http://cnnic.cn/gywm/xwzx/rdxw/2015/201601/t20160122_53283.htm).

② 国务院办公厅. 国务院办公厅关于发展众创空间推进大众创新创业的指导意见[EB/OL](2015-03-11)[2016-02-23].  
[http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-03/11/content\\_9519.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-03/11/content_9519.htm).

③ 国家工商行政管理总局. 2015年4月全国市场主体发展报告[EB/OL](2015-05-20)[2016-02-23].  
<http://www.saic.gov.cn/zwgk/tjzl/>.

### 1.3.2 中国电子商务的发展趋势

#### 1. 电子商务将成为新经济发展的重要驱动力

当前我国国民经济发展正处于一个关键时期，加快发展新经济成为各行业关注的热点。以电子商务为龙头，通过发展电子商务拉动消费和内需，带动新经济沿着正确的方向快速发展，成为理论界和企业界的共识。电子商务已成为推进供给侧结构改革、促进新经济发展的重要驱动力。

在投资拉动效果趋弱、外贸需求难振的现状下，电子商务拉动的消费和内需对于经济发展的作用越来越大。电子商务是现代信息技术在商业领域成功应用的典型案例，它使商品流通的渠道延伸到全国农村的各个角落，延伸到世界各地，为各个行业的发展拓展了市场；通过大数据和云计算的应用，大大提高了生产者与消费者之间的信息交流与商品的流通效率，从而引导各个行业调整产业发展方向，实现按需生产。

由于电子商务具有提高流通效率、降低交易成本的巨大优势，电子商务逐步从网络零售拓展到制造业领域的原材料和半成品流通环节，并进一步拓展到金融、旅游、物流配送、娱乐、交通、医疗、环保等服务行业领域。同时，以饿了么、途牛网、爱回收、E袋洗等为代表的一大批电子商务企业将成为青年人创业的标杆性企业，在促进大众创业万众创新、充分就业中发挥重要的示范作用。

#### 2. 电子商务平台发展将跃上一个新的台阶

2016年，电子商务平台的发展，无论是在广度还是在深度上，都将跃上一个新的台阶。首先，它们提供的服务更倾向于一种综合而非单一的服务，所涉及的领域将不断拓展，集中度也将更加突出；其次，它们的服务模式将不断更新，呈现出交互的、跨地域的特征；第三，垂直型的交易平台和专业配套服务平台将进一步得到长足发展，这些平台将通过个性化的服务、完善的规则体系、多样化的功能和海量用户之间的互动，为电子商务生态圈的形成立坚实的基础。

非实物交易将是平台经济发展的一个新热点，服务类电商平台发展空间广阔。在“互联网+”行动的推动下，传统服务将加快向电商平台转移。基于全新的信息技术，更多的电子商务平台将涌现出来，如面向城乡居民社区的家政服务、健康医疗等综合服务平台，面向文化产品的电商平台，提供移动金融和交易安全的可信公共服务平台等，以及涵盖家政、出行、洗衣养护等服务类别的一键生活服务平台。

以电子商务平台为龙头，涵盖不同领域的行业平台群将逐步凸显，形成新经济中最具活力的重要组成部分——平台经济。

#### 3. 电子商务将向智能化、泛在化方向发展

2016年，云计算、大数据、移动互联、物联网等新技术将在电子商务产业中发挥越来越重要的作用。

云计算将为更大交易量的网络购物节和日常网络交易提供稳定的技术支撑；云服务和大数据将在海关通关、自贸区和跨境电子商务综合实验区中大规模应用，以提高通关效率，实现“一次申报、一次查验、一次放行”，大幅度提高国际贸易

便利化水平。

大数据的应用，为系统分析用户消费行为，提升电子商务网站精准营销的水平提供有力的保证，新的数字营销将完成从“消费者洞察”到“需求精准定向”到“线上线下整合”再到“效果精确衡量”乃至“大数据反馈”的闭环。电子商务从依靠流量的门户营销时代到搜索营销时代，如今已经进入到大数据营销时代，个性化营销为电子商务产业链向上下游延伸提供了很好的条件。在网络交易大数据的影响下，更多的定制生产和销售新模式将帮助生产型企业成功转型。

移动互联的趋势越来越明显。各类电子商务企业都将目标瞄准这一极具发展潜力的新市场，各类APP应用将如雨后春笋般地出现。物联网技术的成熟应用，也将电子商务的配送水平提高到一个新的高度。

未来的电子商务企业，将不仅是流通的产业主体，也将成为电子商务技术的研发主体和电子商务模式的创新主体。电子商务企业将与生产型企业联合，布局前沿技术，推动核心技术自主创新，创造和把握更多商业机会，参与国际市场竞争，拓展海外发展空间。

#### 4. 电子商务国际化的步伐将进一步加快

2015年11月，第六次中日韩领导人会议召开，三国领导人“考虑到电子商务对发明新经济价值的重要性”，将重点推动高附加值产品的电商协作，鼓励三方就电子商务范畴展开信息同享，推动中日韩三国“电商商场一体化”的进程。从天猫网站韩国馆上线，到韩国境内最大的电商网站G-Market相继为我国用户开设中文版面，中国电商和国外电商合作的形式将越来越多，中国电商在国际市场上的活动范围也将越来越大。

“一带一路”建设的推进，促使沿线地区跨境电子商务呈现繁荣发展景象。借助政策红利，中国电商企业将加强跨境电商的先导作用，着力拓展“一带一路”沿线新兴市场，推动更多“中国制造”走向全球。

为降低海外商品流通过费用，更多的企业将开始建设海外仓，打造境外物流体系，提升商品抵达消费者手里的时效，节省交易成本。按照商务部的规划，未来1到2年内，我国将建设100个电子商务海外仓<sup>①</sup>。这一举措将大大提高我国电子商务企业国际化的水平。

2015年，中国企业海外并购活跃，电子商务企业也开始出现在海外并购的行列。从视频网站、海外销售网站，到一些海外中小型电商企业都成为中国电商企业收购的目标。2016年，中国电商企业将进一步扩大海外并购的数量和规模，走出一条电子商务国际化发展的新路来。

#### 5. 电子商务将向规范化、法制化方向发展

2016年，国家工商行政管理总局将全面启动“全国第三方网络商品交易平台监管系统”和“全国电子商务网站监管服务系统”的建设；以信用监管为核心，着力构建事中事后监管新机制，建立健全信用联动监管机制，协调有关部门联合出台惩戒措施；

<sup>①</sup> 商务部办公厅。商务部办公厅关于印发“互联网+流通”行动计划的通知[EB/OL](2015-05-15)[2016-02-23].  
<http://dzsws.mofcom.gov.cn/article/zcfb/201505/20150500972952.shtml>.

充分运用大数据资源，建立全国统一的“经营异常名录系统库”和“严重失信名单库”，实现部门和地区间对企业严重失信信息的全面共享和有效利用。

针对电子商务领域的严重违法违规问题，包括网络欺诈、虚假促销、个人信息泄露等，国家有关部门将强化电子商务监管，继续开展网上打击假冒伪劣专项行动，深入推进重点领域消费维权，积极开展网络交易监管执法，落实消费环节经营者首问制度和赔偿先付制度。

在“互联网+”时代背景下，多元社会治理主体向“线上”扩展。电子商务领域中传统的由政府包揽的“一元化”治理模式逐渐革新为“多元化”的协同治理模式。以政府推动为主，市场化运作为基础，多中心治理主体互动合作的“政府主导+社会协同”电子商务治理模式将成为“智慧民生”的新选择。

全国人大将进一步推进《电子商务法》的起草工作。相应的实施细则，如《网络购买商品七日无理由退货指引》《快递条例》等也陆续出台，电子商务法制体系将更加完善。

## 第2章 电子商务发展环境专题报告

电子商务政策法律环境是电子商务健康、有序发展的重要前提和基本保证。随着我国电子商务法律法规、政策的日益健全，电子商务活动各参与方的法律意识不断提高，我国电子商务已经进入良性发展阶段。本报告全面介绍了中国电子商务政策法律建设的现状，总结了“互联网+”时代背景下电子商务的法律实践，对重点领域进行总结，并对电子商务政策法律的发展加以展望。

### 2.1 电子商务政策法律环境

#### 2.1.1 电子商务政策法律建设现状

##### 1. 国家出台多项政策鼓励、支持、引导电子商务健康发展

2015年，国务院各部门、各级政府陆续出台多项政策，鼓励应用电子商务创新、创业，加大对电子商务的财政、金融、人才培养、基础设施、支撑体系等方面的支持，解决关键性问题，全面推动农村电子商务、移动电子商务和跨境电子商务的快速、健康发展，促进电子商务与其他产业融合发展。

2015年3月，国务院总理李克强在《政府工作报告》<sup>①</sup>中三次提到“电子商务”，强调继续推动电子商务发展：一是推动外贸转型升级，扩大跨境电子商务综合试点；二是制定“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相结合，促进电子商务健康发展，引导互联网企业拓展国际市场。

2015年5月7日，国务院发布《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》<sup>②</sup>。《意见》指出，电子商务成为经济发展新的原动力，坚持依靠改革推动科学发展，主动适应和引领经济发展新常态，着力解决电子商务发展中的深层次矛盾和重大问题，大力推进政策创新、管理创新和服务创新，加快建立开放、规范、诚信、安全的电子商务发展环境，进一步激发电子商务创新动力、创造潜力、创业活力，加速推动经济结构战略性调整，实现经济提质增效升级。

2015年7月4日，国务院发布《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》，将“‘互联网+’电子商务”列为重点行动之一，强调要促使电子商务与其他产业的融合不断深化，网络化生产、流通、消费更加普及，标准规范、公共服务等支撑环境基本完善，积极发展农村电子商务、大力发展行业电子商务、推动电子商务应用创新、加

① 李克强. 政府工作报告(2015年)[EB/OL](2015-03-05)[2015-03-16]

[http://www.gov.cn/guowuyuan/2015-03/16/content\\_2835101.htm](http://www.gov.cn/guowuyuan/2015-03/16/content_2835101.htm)

② 国务院. 关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见[EB/OL](2015-05-07)[2015-11-26].

[http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-05/07/content\\_9707.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-05/07/content_9707.htm)

强电子商务国际合作,进一步扩大电子商务发展空间。

2015年6月16日,国务院办公厅出台《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》<sup>①</sup>。《意见》提出了具体的支持措施,优化海关监管措施、完善检验检疫监管政策措施、明确规范进出口税收政策、完善电子商务支付结算管理、提供财政金融支持等。

2015年9月18日,国务院办公厅出台《关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》<sup>②</sup>。《意见》为落实国务院决策部署,提出以下具体措施:一是鼓励线上线下互动创新,二是激发实体商业发展活力,三是健全现代市场体系,四是完善政策措施,并明确了具体负责部门。

## 2. 电子商务立法工作取得重大进展

### 1) 全国人大《电子商务法》立法工作有序进行

全国人民代表大会财政经济委员会牵头的《中华人民共和国电子商务法》立法列入十二届全国人大常委会立法规划。2013年12月,《电子商务法》起草小组成立,《电子商务法》立法工作全面启动。起草小组组成14个专题调研组,对电子商务立法所涉及的问题进行了系统调研。2014年14个子课题成果均已完成,主要包括:电子商务监管体制、电子商务市场准入与退出、数据电文和电子合同问题、电子商务领域支付、在线数据产品知识产权保护、电子商务税收、电子商务纠纷解决机制、消费者权益保护、电子交易信息安全保障、跨境电子商务、电子商务产品质量监管、快递与电子商务协调发展、电子商务可信交易环境等。

2015年3月,《电子商务法》立法大纲起草完成,2015年底形成了《电子商务法》(草案稿)。《电子商务法》(草案稿)坚持问题导向,对电子商务经营的主体责任、交易与服务安全、数据信息的保护、维护消费者权益以及市场秩序、公平竞争等内容都进行了规范。《电子商务法》的制定和实施,必将有力促进电子商务的发展、规范行业和市场秩序、保障各相关方的合法权益<sup>③</sup>。

### 2) 电子商务相关法规、部门规章和政策性文件密集出台

随着电子商务立法工作大力推进,各有关部门也积极推进电子商务有关规章和政策性文件的研究和制定工作。

2015年5月13日,商务部出台《关于印发“互联网+流通”行动计划的通知》<sup>④</sup>。《通知》强调以“互联网+流通”为载体,完善顶层设计,加强公共投入和环境建设,以示范、培训、宣传为抓手,以技术创新和商业模式创新驱动,推动传统流通产业转型升级,充分发挥电子商务在释放消费潜力、激发行业活力和增加就业机会等方面的

① 国务院办公厅. 关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见[EB/OL](2015-06-16)[2015-11-26].

[http://www.gov.cn/gongbao/content/2015/content\\_2893139.htm](http://www.gov.cn/gongbao/content/2015/content_2893139.htm)

② 国务院. 关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见[EB/OL](2015-09-29)[2015-11-26].

[http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-09/29/content\\_10204.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-09/29/content_10204.htm)

③ 法制网. 电子商务法草案稿已经形成[EB/OL](2016-03-11)[2016-03-31].

[http://www.legaldaily.com.cn/bm/content/2016-03/11/content\\_6520163.htm?node=20730](http://www.legaldaily.com.cn/bm/content/2016-03/11/content_6520163.htm?node=20730)

④ 商务部. 关于印发“互联网+流通”行动计划的通知[EB/OL](2015-05-15)[2015-12-01].

<http://dzsws.mofcom.gov.cn/article/zcfb/201505/20150500972952.shtml>

重要作用，推动形成“大众创业、万众创新”的新格局。

2015年7月1日，国家工商行政管理总局发布《互联网广告监督管理暂行办法（征求意见稿）》<sup>①</sup>，其中对电子商务网站等各类互联网媒介资源发布的广告应当具有可识别性及其他要求进行了规定。

2015年7月18日，国务院法制办、中国人民银行等十部门联合印发《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》<sup>②</sup>。《意见》提出鼓励创新、支持互联网金融稳步发展；分类指导，明确互联网金融监管责任；健全制度，规范互联网金融市场秩序；明确了互联网金融的内涵和法律实质；系统勾勒了行政服务、税收、法律等基础构架层面的支持与鼓励举措。

2015年7月22日，中国保险监督管理委员会发布了《关于印发〈互联网保险业务监管暂行办法〉的通知》<sup>③</sup>。《暂行办法》就经营险种、经营主体、经营行为等互联网保险业务的具体经营事项作出了具体规定。

2015年10月31日，国务院办公厅发布《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》<sup>④</sup>。《意见》指出，农村电子商务是转变农业发展方式的重要手段，是精准扶贫的重要载体。通过大众创业、万众创新，发挥市场机制作用，加快农村电子商务发展，把实体店与电子商务有机结合，使实体经济与互联网产生叠加效应，有利于促消费、扩内需，推动农业升级、农村发展、农民增收。

### 3) 修订现有法律，保障电子商务健康发展

2015年4月24日，全国人民代表大会常务委员会第十四次会议通过了新修订的《食品安全法》，并于2015年10月1日起施行。其中对网络食品交易第三方平台提供者设定了三项义务，一是一般性义务，对入网经营者实名登记，明确管理责任；二是规定了管理义务，要对依法取得许可证才能经营的食品经营者许可证进行审查，对发现入网食品经营者有违法或者严重违法行为的，应当采取及时制止、报告食品药品监管部门或者停止提供服务的措施；三是规定了对消费者权益保护的义务。

2015年4月24日，全国人民代表大会常务委员会第十四次会议对《中华人民共和国电子签名法》作出修改。修改后的《电子签名法》规定，提供电子认证服务的法律主体必须是企业法人；删除了原法律中第十八条第二款的“申请人应当持电子认证许可证书依法向工商行政管理部门办理企业登记手续”等内容。

新修订的《中华人民共和国广告法》已于2015年9月1日施行，这是《广告法》施行20年来的首次修订，其中将利用互联网发布广告的行为纳入调整范围，对广告发布主体、发布广告的行为、方式、广告发布者的责任及法律后果作出了明确规定，对

① 国家工商行政管理总局. 互联网广告监督管理暂行办法（征求意见稿）[EB/OL](2015-07-02)[2015-12-01].  
[http://www.gov.cn/xinwen/2015-07/02/content\\_2888753.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2015-07/02/content_2888753.htm)

② 中国政府网. 中国人民银行等十部门《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》[EB/OL](2015-07-18)  
[2015-12-01]. [http://www.gov.cn/xinwen/2015-07/18/content\\_2899360.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2015-07/18/content_2899360.htm)

③ 中国保险监督管理委员会. 关于印发《互联网保险业务监管暂行办法》的通知[EB/OL](2015-07-27)[2015-12-1].  
<http://www.circ.gov.cn/web/site0/tab5168/info3968308.htm>

④ 国务院. 关于促进农村电子商务加快发展的指导意见[EB/OL](2015-11-09)[2015-12-01].  
[http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-11/09/content\\_10279.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-11/09/content_10279.htm)

规范互联网广告以及电子商务的健康发展都具有重要意义。

2015年11月1日开始施行的《中华人民共和国刑法修正案（九）》加强了对互联网安全的保护，对违反国家规定向他人出售或者提供公民信息、网络服务提供者的信息网络安全管理义务、利用网络犯罪、利用网络传播虚假信息、协助互联网犯罪等行为纳入到刑法调整范围并制定了相应的罚则。

### 3. 各地政府加大对电子商务的支持

地方各级政府部门在中央促进电子商务发展相关文件的指导下，也继续加大对电子商务的支持力度，相继出台了两百多个促进电子商务发展的专项文件或者综合性文件，这些文件一般都包括具体措施和方案，作为落实电子商务作为促进经济转型升级的重大举措。

2015年6月24日，福建省人民政府出台《关于加快电子商务发展九条措施》<sup>①</sup>，提出打造闽货自营电子商务平台，推动闽货网上专业市场建设，在海关特殊监管区或具备海关与检验检疫监管条件的区域设立跨境电子商务集散配送中心和展示交易中心，加强融资支持等九条具体措施。

2015年7月20日，上海市人民政府发布《关于促进本市跨境电子商务发展的若干意见》<sup>②</sup>。《意见》提出要引导本市跨境电商产业向规模化、标准化、集群化、规范化方向发展，同时培育跨境电商完整产业链，形成第三方平台和自营平台同步推进，境内外电商共同参与，进出口并重、多种模式并存、线上线下有序结合的跨境电商发展格局。

2015年7月30日，山东省人民政府出台了《跨境电子商务发展行动计划》<sup>③</sup>。该《计划》强调以“互联网+外贸”为载体，以商业模式创新为重点，以示范、培训和政策支持为抓手，全面推广跨境电子商务出口业务，鼓励有条件的市和企业开展跨境电子商务进出口业务试点。

2015年9月30日，江西省人民政府出台《贯彻落实国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力意见若干措施》<sup>④</sup>，具体措施包括支持电子商务企业融资、支持电子商务公共服务平台建设、加快完善电子商务物流配送体系、推广普及电子商务应用、培育电子商务品牌和特色平台、发展农村电子商务、推动跨境电子商务发展等方面。

2015年10月24日，安徽省人民政府办公厅发布《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的实施意见》<sup>⑤</sup>。《意见》围绕优化发展环境、完善支撑体系、推动转型升级、加大支持力度、引导规范发展的五个方面，提出了完善电子商务基础设施、构建

① 福建省人民政府．关于加快电子商务发展九条措施[EB/OL](2015-07-02)[2015-12-08].

[http://www.fujian.gov.cn/ztl/jkshxxajjq/zcwj/201507/t20150703\\_997771.htm](http://www.fujian.gov.cn/ztl/jkshxxajjq/zcwj/201507/t20150703_997771.htm)

② 上海市人民政府．关于促进本市跨境电子商务发展的若干意见[EB/OL](2015-07-20)[2015-12-08].

<http://www.shanghai.gov.cn/nw2/nw2314/nw2319/nw12344/u26aw44405.html>

③ 山东省人民政府．山东省跨境电子商务发展行动计划[EB/OL](2015-08-10)[2015-12-8].

[http://www.jinanport.gov.cn/art/2015/8/10/art\\_7766\\_729857.html](http://www.jinanport.gov.cn/art/2015/8/10/art_7766_729857.html)

④ 江西省人民政府．贯彻落实国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力意见若干措施[EB/OL](2015-09-30)[2015-12-8]. [http://www.jiangxi.gov.cn/zcc/ajg/szf/201512/t20151203\\_1232959.htm](http://www.jiangxi.gov.cn/zcc/ajg/szf/201512/t20151203_1232959.htm)

⑤ 安徽省人民政府．关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的实施意见[EB/OL](2015-11-03)[2016-01-27].

<http://xxgk.ah.gov.cn/UserData/DocHtml/731/2015/11/3/950517054635.html>

现代物流快递配送体系、构建互联网金融服务体系、加快发展跨境电子商务等 21 条具体措施。

2015 年 11 月 20 日，河北省人民政府办公厅出台《关于促进跨境电子商务健康快速发展的实施意见》<sup>①</sup>。《意见》强调要大力培育跨境电子商务市场主体和完整产业链，加快构建高效、便捷、安全的跨境电子商务公共服务平台，充分发挥商贸物流体系的支撑作用，形成第三方平台和自营平台同步推进、境内外电商共同参与、出口与进口并重、多种模式并存、线上线下有序结合的跨境电子商务发展格局。

2015 年 12 月 4 日，江苏省人民政府发布《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的实施意见》<sup>②</sup>。《意见》要求不断优化发展环境、大力促进创业就业、积极推动转型升级、完善物流基础设施、提升对外开放水平、构筑安全保障防线、健全支撑服务体系、扎实做好基础工作。

2015 年 12 月 21 日，海南省人民政府办公厅发布《关于推进跨境电子商务发展的意见》<sup>③</sup>。《意见》提出的目标是坚持服务体系建设和全面推进，探索建立海南省跨境电子商务综合服务体系，促进海南省跨境电子商务健康发展。《意见》附有工作任务分解表，将具体内容的责任部门、配合单位以及落实的时间节点一一列明。

2015 年 12 月 28 日，湖南省人民政府出台《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的实施意见》<sup>④</sup>，《意见》围绕营造宽松发展环境、促进就业创业、推动转型升级、完善物流基础设施、提升对外开放水平、构筑安全保障防线、健全支撑体系七个方面，提出了 25 条具体措施。

2015 年 12 月 30 日，辽宁省人民政府发布《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的实施意见》<sup>⑤</sup>。《意见》强调坚持市场主导与政府推动相结合、坚持重点推进与协调发展相结合、坚持网络经济与实体经济相结合、坚持加快发展与规范管理相结合，努力实现把辽宁打造成为全国电子商务强省的总体目标。

2015 年 12 月 30 日，浙江省政府办公厅出台《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的实施意见》<sup>⑥</sup>。《意见》提出了到 2020 年电商产业发展的目标任务，并从产业体系建设、人才培养、行业管理等方面提出七大举措：一是构建完善的电子商务产业体系；二是全面提升电子商务应用范围和水平；三是构建通畅高效的电子商务物流体系；四是加强电子商务创业创新和人才培养；五是提升电子商务领域对内对外开放

① 河北省人民政府. 关于促进跨境电子商务健康快速发展的实施意见[EB/OL](2015-11-23)[2015-12-8].  
<http://info.hebei.gov.cn/hbszfxgk/329975/329982/6540318/index.html>.

② 江苏省人民政府. 关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的实施意见[EB/OL](2015-12-04)[2016-01-27].  
<http://www.jiangsu.gov.cn/jsgov/tj/bgt/201512/t20151228489639.html>

③ 海南省人民政府. 关于推进跨境电子商务发展的意见[EB/OL](2015-12-21)[2016-01-27].  
[http://xxgk.hainan.gov.cn/hi/HI0101/201512/t20151228\\_1739436.htm](http://xxgk.hainan.gov.cn/hi/HI0101/201512/t20151228_1739436.htm).

④ 湖南省人民政府. 关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的实施意见[EB/OL](2015-12-29)[2016-01-27].  
[http://www.hunan.gov.cn/2015xxgk/fz/zfwj/szfwj/201512/t20151229\\_2844298.html](http://www.hunan.gov.cn/2015xxgk/fz/zfwj/szfwj/201512/t20151229_2844298.html).

⑤ 辽宁省人民政府. 关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的实施意见[EB/OL](2015-12-30)[2016-01-27].  
[http://www.ln.gov.cn/zfxx/zfwj/szfwj/zfwj2011\\_106024/201601/t20160112\\_2039344.html](http://www.ln.gov.cn/zfxx/zfwj/szfwj/zfwj2011_106024/201601/t20160112_2039344.html).

⑥ 浙江省人民政府. 关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的实施意见[EB/OL](2016-01-15)[2016-01-27].  
[http://zfxxgk.zj.gov.cn/xxgk/jcms\\_files/jcms1/web57/site/art/2016/1/15/art\\_9501\\_107501.html](http://zfxxgk.zj.gov.cn/xxgk/jcms_files/jcms1/web57/site/art/2016/1/15/art_9501_107501.html).

水平；六是营造良好的发展和安全环境；七是加强电子商务行业管理和服务。

#### 4. 电子商务标准的实施促进行业规范发展

电子商务涉及面广、交易环节较多，需要各行业、各部门紧密分工协同才能实现其快速发展，这就需要推行电子商务标准化工作，需要建设在线交易、现代物流、信用服务、在线支付、安全认证等一系列标准支撑体系。2015年，我国共有12个电子商务类标准颁布或实施，其中包括电子商务平台运营与技术规范、电子商务平台服务质量评价与等级划分、电子商务可信交易要求、电子商务企业认定规范、电子商务物流服务规范等。

2015年12月17日，国务院办公厅发布了《国家标准化体系建设发展规划（2016—2020年）》<sup>①</sup>。《规划》从4个方面部署了涉及电子商务的有关标准建设：一是电子商务属于新兴服务领域，应全面提高新兴服务领域标准化水平；二是制定基于统一产品编码的电子商务交易产品质量信息发布系列标准，加强商品条码在电子商务产品监管中的应用研究；三是社会信用代码在电子政务和电子商务领域的应用；四是研究制定电子商务关键技术和共性基础标准。《规划》要求在电子商务物流、快递物流等优势领域争取国际标准突破，支撑物流业国际化发展。

2015年，国家标准委员会积极筹备成立全国电子商务质量管理标准化技术委员会。这是我国第一次将电子商务质量管理作为一个单独领域设立的标准化技术委员会。全国电子商务质量管理标准化技术委员会主要负责电子商务质量管理的基础通用、质量管理、质量诚信、质量监管、质量风险防控等领域国家标准制修订工作，由国家标准委负责业务指导。

各省市也积极开展电子商务地方标准化工作，分别或共同制定地方标准和企业标准。2015年，上海市制定了《电子商务服务平台入驻商户管理规范》《电子商务服务平台售后服务规范》两项地方标准。深圳检验检疫局制定了《跨境电子商务通关检验检疫基础术语》《跨境电子商务通关检验检疫系统架构》《跨境电子商务通关检验检疫业务流程》。浙江省政府和国家标准委签署了《关于深化标准化工作改革加快标准强省建设合作备忘录》，强化电子商务标准化和互联网金融标准化建设。

### 2.1.2 电子商务的法律实践

#### 1. 加大网上假冒伪劣商品的打击力度

近年来，随着相关政府部门对假冒伪劣商品打击力度的逐步加大、消费者维权意识的不断提高，电子商务经营者和平台经营者不断加强对电子商务中假冒伪劣商品打击的力度，使得网络交易环境得到了有效的净化和改善。

2015年4月，杭州市经济技术开发区人民法院对浙江省第一起利用微信平台、在微信朋友圈中售卖假货案件进行宣判。“微商”何某因销售假冒注册商标的商品罪被判处有期徒刑一年，缓期两年执行，并被处罚金6万元。

<sup>①</sup> 国务院. 关于印发国家标准化体系建设发展规划（2016—2020年）的通知[EB/OL](2015-12-30)[2016-01-27].  
[http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-12/30/content\\_10523.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-12/30/content_10523.htm).

2015年11月,国务院办公厅发布《关于加强互联网领域侵权假冒行为治理的意见》,旨在加强互联网领域侵权假冒行为的治理,营造开放、规范、诚信、安全的网络交易环境,对促进电子商务健康发展提出了新的总体要求;还对落实相关企业责任、加强执法协作、健全长效机制等提出了要求。

2015年12月,国家质量监督检验检疫总局公布了2015年电子商务产品执法打假典型案例。销售相关假冒产品的电子商务平台已根据质监部门查处情况对有关网店在售的不合格产品进行了下架处理,质监局还将存在严重质量问题、涉嫌刑事犯罪的案件,移送公安机关处理<sup>①</sup>。

## 2. 维护电子商务市场竞争秩序

公平的竞争秩序能够促进电子商务行业健康、有序发展,保障电子商务企业、消费者及相关方的合法权益。为此,相关立法部门在修订《反不正当竞争法》时,针对互联网企业间的竞争案件所反映出来的典型问题,提出了具体的立法建议。

2015年5月,上海市工商部门对上海国美在线电子商务有限公司虚假宣传和虚构交易的行为进行了处罚,该公司在对自营的空气净化器进行网络宣传时,修改检测报告的数据,虚假宣称“无辐射”,并通过虚构交易“刷”出两千多条好评。工商部门认定,该公司的上述行为违反了《反不正当竞争法》第九条第一款和《网络交易管理办法》第十九条第(四)项的规定,责令当事人停止违法行为,罚款16万元<sup>②</sup>。

2015年7月,阿里巴巴公司针对“职业差评师”违背诚实信用原则,扰乱电子商务市场秩序,增加电子商务经营者的交易成本等不正当行为,建立了恶意差评鉴定机制,并启动恶意评价追溯删除功能,这种电子商务消费者信评价机制的建立,将会在一定程度上推动电子商务市场健康、有序的发展。

## 3. 加强跨境电子商务走私犯罪的打击力度

跨境电子商务能够满足广大消费者不同方面、不同层次的购物需求,但同时也存在偷逃关税、逃避海关监管等行为,这些违法行为扰乱了进出口监管秩序,给国家税收造成了巨大损失;因此在促进跨境电子商务发展的同时,还需要加强对走私行为的打击力度。

2015年4月,四川的刘某因“海淘”仿真枪,被福建省泉州市中级人民法院以走私武器罪判处无期徒刑,同年8月,福建省高级人民法院维持一审判决。2014年7月,刘某通过负责代购的某境内网店,从台湾卖家处网购了24支仿真枪,同年7月22日,该批枪支被石狮海关缉私分局查获<sup>③</sup>。

① 国家知识产权战略网. 质检总局2015年电子商务产品执法打假典型案例[EB/OL](2015-12-28)[2015-12-31].  
<http://www.nipso.cn/onews.asp?id=29632>.

② 国家工商行政管理总局. 上海严惩国美在线电子商务公司虚假宣传篡改检测报告虚构交易量刷虚好评被处罚16万元[EB/OL](2015-07-22)[2015-12-31].  
[http://www.saic.gov.cn/gzfw/dxal/bgt/201507/t20150722\\_159320.html](http://www.saic.gov.cn/gzfw/dxal/bgt/201507/t20150722_159320.html).

③ 新华网. 小伙网购24支仿真枪终审获无期 法院称其走私武器[EB/OL](2015-09-23)[2015-12-31].  
[http://www.fj.xinhuanet.com/news/2015-09/23/c\\_1116656335.htm](http://www.fj.xinhuanet.com/news/2015-09/23/c_1116656335.htm)

2015年10月28日,据深圳海关透露,其联合大连等地海关开展“正义14”打私行动,摧毁奢侈品走私团伙5个,抓获涉案人员32人,涉案案值3.6亿元。海关经调查中发现,走私嫌疑人是通过在繁华商业路段开设奢侈品门店,同时在网络上搞“跨境电商”做掩护等方式销售走私货物的<sup>①</sup>。

#### 4. 贯彻新《广告法》,净化网络广告行为

2015年4月24日,全国人民代表大会常务委员会第十四次会议表决通过了新修订的《中华人民共和国广告法》,并于2015年9月1日起施行。修订后的《广告法》共有五条对“互联网广告”作出了规定。其中第19条、第44条和第45条对互联网广告发布行为进行了规范,第63条、第64条则是对违法发布互联网广告行为的法律责任作出规定。

2015年2月起,上海华美医疗美容医院有限公司利用其网站发布“上海市第九人民医院唯一指定单位——华美医疗美容医院”“第九人民医院特需门诊”等内容,并将“九院”等词语设置为关键词,进行百度推广。因其未经上海交通大学医学院附属第九人民医院的许可,违反了《广告法》的规定,被上海工商部门罚款20万元。

2015年8月至11月,上海蓝夕投资有限公司利用自设网站宣传“全球最佳暴利投资品种,原油投资”等内容,广告中使用“最佳”用语形容其投资产品,违反新《广告法》第九条第三项的广告不得使用“最佳”等用语的规定,被上海工商部门依法处以罚款20万元。

#### 5. 加强网上知识产权保护

知识产权是发展的重要资源和竞争力的核心要素,在电子商务领域亦是如此,对知识产权的保护日益受到国家、社会、企业及电子商务领域中各相关方的重视。

2015年3月25日,国务院办公厅印发的《2015年全国打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品工作要点》指出,新闻出版广电总局、质检总局按职责分工,分别牵头负责开展电子商务领域专利执法维权,强化执法办案督办和激励机制,发挥维权中心的支持协助作用,建立健全网上专利纠纷案件办理机制。

电子商务中侵犯知识产权不仅对权利人的合法权益造成损害,还扰乱了社会经济秩序,影响万众创新的热情,进而影响创新型国家的建设。为了保障知识产权权利人的合法权益,激发创新热情,国家知识产权行政执法部门不断加大对侵权行为的打击力度。

国家知识产权局公布的数据显示,2015年1月至11月,全国知识产权系统共查处电子商务领域专利侵权假冒案件近4000件<sup>②</sup>。

2015年11月7日,“‘互联网+’时代知识产权保护热点问题研讨会”在重庆召开,最高人民法院的负责同志从司法实践的角度说明了互联网领域知识产权保护的重要性指出“互联网+”背景下,知识产权保护所涉及的法律问题基本上都是基础性、

① 新华网。“跨境电商”作掩护 销售走私名包6000多个[EB/OL](2015-11-02)[2015-12-31].

[http://news.xinhuanet.com/legal/2015-11/02/c\\_128383845.htm](http://news.xinhuanet.com/legal/2015-11/02/c_128383845.htm)

② 国家知识产权局.前11个月全国知识产权系统查处电商领域专利侵权假冒案近4000件[EB/OL](2015-12-23)[2016-12-23].[http://www.sipo.gov.cn/mtjj/2015/201512/t20151223\\_1220676.html](http://www.sipo.gov.cn/mtjj/2015/201512/t20151223_1220676.html).

战略性和前沿性的<sup>①</sup>。

2015年12月2日,国务院法制办公室就《中华人民共和国专利法修订草案(送审稿)》向社会公开征求意见,其中明确规定了网络服务提供者的法律责任,并就加大对假冒专利的处罚力度,完善行政执法手段,建立专利权保护信用信息档案等方面做出了规定。

## 6. 整顿互联网金融法律秩序

近年来,互联网技术的快速发展推动了互联网与金融的快速融合,促进了金融创新,提高了金融资源配置效率,但也带来了一些新的问题和隐患。江苏省打击和处置非法集资领导小组办公室发布的2015年度十大非法集资典型案例中,有三件案例是利用网络“P2P”进行非法集资<sup>②</sup>。

“e租宝”以高额利息为诱饵,虚构融资租赁项目,大量非法吸收公众资金,累计交易发生额达700多亿元,全国各地涉案实际投资人90多万。公安机关以涉嫌非法集资对其进行立案侦查,并对21名主要涉案人员采取了强制措施<sup>③</sup>。

针对互联网金融领域所出现的新问题,国家相关部门不断加强对互联网金融行业的整顿,打击违法犯罪活动,出台相关规定。

2015年7月18日,中国人民银行等十部门联合印发的《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》强调,互联网金融监管应遵循“依法监管、适度监管、分类监管、协同监管、创新监管”的原则,科学合理界定各业态的业务边界及准入条件,落实监管责任,明确风险底线,保护合法经营,坚决打击违法和违规行为<sup>④</sup>。

2015年12月1日起,昆明等地公安机关对昆明泛亚有色金属交易所涉嫌非法吸收公众存款犯罪立案侦查。该交易所一款互联网金融产品“日金宝”,宣称年化率13%、每日结息实时到账,吸引了众多投资者,但是到期后难以兑付。“泛亚事件”波及了22万投资者,涉案金额高达430亿元<sup>⑤</sup>。

2015年12月28日,银监会会同工业和信息化部、公安部、国家互联网信息办公室等部门研究起草了《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法(征求意见稿)》,并向社会公开征求意见。该《办法》明确了网贷监管体制机制及各相关主体责任、网贷业务规则和风险管理要求,注重加强消费者权益保护,明确对出借人进行风险揭示及纠纷解决途径等要求,以规范网络借贷信息中介机构业务活动、促进网络借贷行业健康发展,更好地满足小微企业、“三农”、创新企业和人民群众投融资需求。

① 国家知识产权局. 最高法院: 加强“互联网+”时代知识产权保护[EB/OL](2015-11-13)[2015-12-31].  
[http://www.sipo.gov.cn/mtjj/2015/201511/t20151113\\_1202726.html](http://www.sipo.gov.cn/mtjj/2015/201511/t20151113_1202726.html)

② 新浪网. 我省公布2015年十大非法集资典型案例[EB/OL](2016-01-21)[2016-02-15].  
<http://news.sina.com.cn/o/2016-01-21/doc-ifyxnuvvh5048021.shtml>

③ 新华网. e租宝非法集资案真相调查[EB/OL](2016-02-01)[2016-02-13].  
[http://news.xinhuanet.com/info/2016-02/01/c\\_135062174.htm](http://news.xinhuanet.com/info/2016-02/01/c_135062174.htm)

④ 中国政府网. 中国人民银行等十部门. 关于促进互联网金融健康发展的指导意见[EB/OL](2015-07-18)[2015-12-01].  
[http://www.gov.cn/xinwen/2015-07/18/content\\_2899360.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2015-07/18/content_2899360.htm)

⑤ 新华网. 云南昆明: 公安机关对泛亚有色金属交易所立案侦查[EB/OL](2015-12-24)[2015-12-31].  
[http://www.yn.xinhuanet.com/v/2015-12/24/c\\_134947202.htm](http://www.yn.xinhuanet.com/v/2015-12/24/c_134947202.htm)

## 2.2 电子商务人才环境

### 2.2.1 电子商务人才培养情况

#### 1. 学历教育

人才是行业发展最重要的核心资源之一，电子商务行业更是如此。随着“互联网+”行动所带来的新业态、新技术、新装备和新岗位，要求在电子商务人才培养理念、人才培养模式、课程开发和实训教学等方面须与之相匹配和适应，对教师素质提出了更新更高的要求。

2015年11月，教育部印发了新修订的《普通高等学校高等职业教育（专科）专业目录（2015年）》和《普通高等学校高等职业教育（专科）专业设置管理办法》。新目录基于2012年修订的本科专业目录中增设的物流管理与工程类、电子商务类，对应增设了物流类、电子商务类。<sup>①</sup>这些新增的专业主要是适应产业转型升级、产业链延伸交叉、新兴职业与技术进步需要的专业。

目前，电子商务人才培养学历教育包括中职、专科、本科、研究生四个层次。2015年，全国中等职业学校毕业生人数为515.47万，就业率为96.3%，对口就业率为77.60%。其中，信息技术类达到96.85%；交通运输类、财经商贸类的就业率都在平均就业率为96.23%以上。这表明，中等职业教育与现代服务业、先进制造业发展同步，同时较好地支撑了交通运输、电子商务、现代物流等新型产业的发展。

2015年5月，全国电子商务职业教育教学指导委员会发布《高等职业院校电子商务类专业简介（征求意见稿）》，着力解决电子商务专业介绍培养方向模糊、课程设置宽泛、学生学而不精学而不专的问题。

2015年，全国共有412所本科院校开设了电子商务专业，遍布全国所有省市自治区；19所大学将电子商务作为独立专业进入研究生招生目录，其中，1所是985大学，8所是211大学。为了提高电子商务专业的教学质量，教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会制定了《电子商务类专业教学质量国家标准》，从适用专业范围、培养目标、培养规格、课程体系、教学规范、教师队伍、教学条件、教学效果、质量保障体系提出了明确要求。

#### 2. 社会培训

人力资源和社会保障部“国家专业技术人员知识更新工程”在2015年积极开展电子商务从业人员的知识更新工作，先后举办了“跨境电子商务创新发展”“中小企业电子商务运营技术研究”“互联网金融——变革、创新与风险”“农村青年电子商务专业人才能力建设”等十余个高级研修班。

为全面贯彻落实《国家中长期人才发展规划纲要（2010—2020年）》，推进“电子

<sup>①</sup> 教育部. 新修订的高职专业设置管理办法和专业目录近日出炉，更加适应现代产业发展新要求我国高职专业总数减少423个[EB/OL](2015-11-10)[2016-03-26].

[http://www.moe.gov.cn/jyb\\_xwfb/s5147/201511/t20151110\\_218312.html](http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/s5147/201511/t20151110_218312.html).

商务人才知识更新工程”务实开展，人力资源和社会保障部与商务部在中国国际电子商务中心培训学院设立“国家专业技术人员继续教育基地”，重点培养电子商务领域高层次、急需紧缺和骨干专业技术人才。通过聚合学术界、行业界和企业界权威电子商务专家资源，建立了国家级电子商务师资队伍。

中国国际电子商务中心培训学院现已建立了盘锦、扬州、安徽、厦门、铜川等17家地方培训分院，从课程体系、师资库建立、实训基地建设、案例库和参考书等5个方面实现培训统一标准、统一管理、统一认证的要求。2016年3月，中国国际电子商务中心培训学院经综合评定，从216位来自政府部门、科研机构、行业组织以及知名企业的报名和推荐人选中，聘任39位作为“国家专业技术人员继续教育基地”首批讲师，同时在全国合作建设了20个教学实训基地，为培训工作提供保障。

上海张江国家自主创新示范区开展了人才培养产学研联合实验室建设试点工作。东方钢铁和上海理工大学申报的“电子商务人才培养产学研联合实验室”被列入试点单位。该实验室计划用3年时间，建设一个全面培养中高层次产业互联网人才的实验室。

上海“三人行课堂”利用QQ群和微信开展进出口（特别是跨境电子商务）网上培训，致力于进出口领域中货代、营销等方面的知识传播和在职经验的分享。每周二的免费课程受到业内人员的普遍欢迎，目前已有近5000名成员。

### 2.2.2 电子商务人才需求情况

2015年，随着“互联网+”跨界结合理念的不断推广，极大地刺激了电子商务、教育、快递和智能制造等行业的发展，同时，也带来了大量的就业机会。根据中国就业研究所与智联招聘的统计，按行业来看，互联网/电子商务成为所有行业中就业形势较好的行业（参见图2-1）<sup>①</sup>。

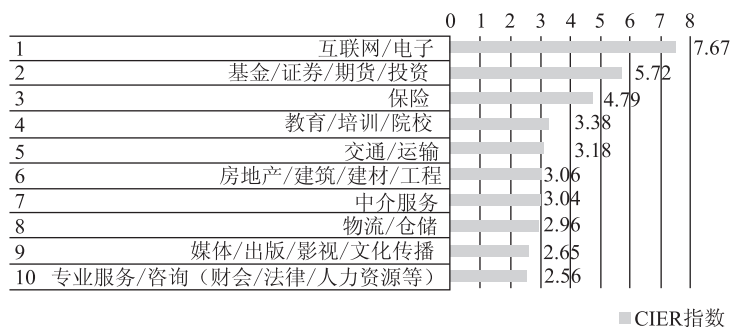


图 2-1 2015 年就业形势较好的 10 个行业

前程无忧网统计数据显示，截至2015年12月，全年的IT职能招聘总量近67万个，同比增长16.3%。互联网/电子商务仍旧是招人大户。从行业分布来看，互联网/

<sup>①</sup> 智联招聘. 2015 第四季度中国就业市场景气报告[EB/OL](2016-02-01)[2016-03-26].  
http://www.trainingmag.com.cn/article/articledetails.aspx? ArtId=706671571880.

电子商务行业无论从招聘总量还是同比增幅，均处于“无人可及”的位置，同比增长率高达 45%，比排名第二的计算机软件高出一倍（参见图 2-2）<sup>①</sup>。

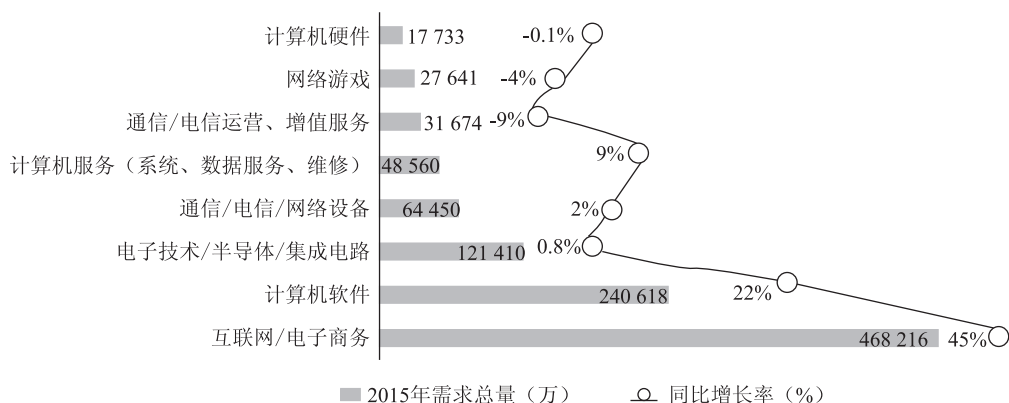


图 2-2 2015 年 IT 各行业招聘需求总量及同比增/跌幅

在高级人才的需求中，互联网/电子商务也名列前茅，仅次于金融行业，但高于房地产、专业服务、教育/培训、建筑/建材/工程、计算机软件、快速消费品、贸易/进出口和汽车及零配件等行业（参见表 2-1）<sup>②</sup>。

表 2-1 2014 年 12 月、2015 年 12 月高级管理岗位招聘行业排名比较

排名	2015 年 12 月	2014 年 12 月
1	金融/投资/证券	金融/投资/证券
2	互联网/电子商务	房地产开发
3	房地产	互联网/电子商务
4	专业服务（咨询、人力资源、财会）	专业服务（咨询、人力资源、财会）
5	教育/培训/院校	教育/培训/院校
6	建筑/建材/工程	建筑/建材/工程
7	计算机软件	快速消费品（食品、饮料、化妆品）
8	快速消费品（食品、饮料、化妆品）	汽车及零配件
9	贸易/进出口	计算机软件
10	汽车及零配件	贸易/进出口

互联网/电子商务对毕业生具有极大的吸引力，一方面是由于需求量巨大，另一方面是因为这一行业的收入较高。电商企业的平均年薪为 10 万元以上，淘宝网加上福利大概 16 万元，京东商城大概 12 万元。一般情况下，同类岗位电商行业企业给出的薪酬要高于传统零售业 30% 到 50%。

① 前程无忧网. 高薪行业 2016 年调薪预估率出炉[EB/OL](2016-02-01)[2016-03-26].

<http://arts.51job.com/arts/05/413758.html>.

② 前程无忧网. 十大人才紧缺行业公布, 猎头最喜欢“四好”人才[EB/OL](2016-02-01)[2016-03-26].

<http://arts.51job.com/arts/05/413748.html>.

### 2.2.3 全国大学生电子商务重要赛事

#### 1. 首届中国“互联网+”大学生创新创业大赛

为贯彻落实国务院办公厅《关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见》<sup>①</sup>，2015年5月至10月，由教育部与有关部委和吉林省人民政府共同主办，吉林大学承办的首届中国“互联网+”大学生创新创业大赛举行。主办方把大赛作为深化创新创业教育改革的重要抓手，引导各地各高校主动服务创新驱动发展战略，创新人才培养机制，切实提高高校学生的创新精神、创业意识和创新创业能力，进一步激发高校学生创新创业热情，展示高校创新创业教育成果<sup>②</sup>。李克强总理对首届中国“互联网+”大学生创新创业大赛作出重要批示，强调把创新创业教育融入人才培养，厚植大众创业、万众创新土壤。刘延东出席相关活动并讲话，教育部部长袁贵仁宣布最终获奖情况。本次大赛共有1800余所高校、57000多支团队、20万名大学生参赛，并带动百万学生参与。经校级初赛、省级复赛，共300支团队进入全国总决赛，最终产生金奖34名，银奖82名。

#### 2. 全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛

全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛是由教育部高等学校电子商务类专业教学指导委员会主办，三创赛竞赛组织委员会、全国决赛承办单位、分省选拔赛承办单位和参赛学校组织实施的全国性竞赛。

第五届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛于2014年11月15日在成都启动，历时9个月，2015年8月22日在成都举办全国总决赛。本届大赛共有来自29个省份、932所院校的12143支参赛团队，总队数创历届大赛之最。经过学校初选，省级赛区选拔，共有来自成都理工大学、西安交通大学、对外经济贸易大学、华中师范大学、上海理工大学、重庆工商大学等高校的158支队伍约1000名师生参加总决赛，超过100名专家教授对比赛进行评审与指导。

2015年10月27日上午，第六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛正式在西安国际港务区新丝路国际电子商务产业园启动，将于2016年7月下旬举行全国总决赛。

#### 3. 全国职业院校技能大赛高职组“电子商务技能”大赛

2015年7月，全国职业院校技能大赛高职组“电子商务技能”大赛在天津商务职业学院举行。本届大赛由全国29个省、自治区、直辖市分别组织了选拔赛，最终遴选出77支参赛队、308名选手参加全国大赛。

本次竞赛采用先进的电子商务网络模拟训练模式，以网店开设装修、网店运营推广、网络客户服务、网店经营分析四个关键任务完成质量以及选手职业素养作为竞赛内容，主要分为开设装修、客户服务、运营推广经营分析等三个竞赛模块。在竞赛过程中，参赛团队以卖家身份开设网店，分析数据，租赁办公场所，建立配送中心。

<sup>①</sup> 国务院办公厅·国务院办公厅关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见[EB/OL](2015-05-13)[2016-03-26].  
[http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-05/13/content\\_9740.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-05/13/content_9740.htm).

<sup>②</sup> 教育部·教育部关于举办首届中国“互联网+”大学生创新创业大赛的通知[EB/OL](2015-06-02)[2016-03-26].  
[http://www.moe.edu.cn/srcsite/A08/s5672/201506/t20150602\\_189532.html](http://www.moe.edu.cn/srcsite/A08/s5672/201506/t20150602_189532.html).

通过竞赛，提高了高职学生的商品整合能力、网络营销能力、客户服务能力、网店运营能力、大数据分析能力、团队合作能力，提升了高职学生在电子商务领域进行创新创业的素质，也促进了电子商务高等职业教育与实践的结合。

#### 4. 首届中国大学生跨境电商创新创业大赛

首届中国大学生跨境电子商务创新创业大赛于2015年4月27日在北京人民大会堂启动，历时近7个月，于2015年11月14日在清华大学圆满落幕。本次大赛是由近百个商圈商会发起的，承接大赛工作的也有近千家企业，帮助大学生的创新创业工作接地气，有实效。

大赛期间，学生参与的跨境电商企业总成交额超过1亿美元；单个企业在大赛期间出口贸易最高达150万美元，单月最高达84万美元；完全由学生独立完成的业务，团队单月成交额最高达9万美元；近500名学生与300家企业达成初步就业意向，占总参赛人数的近20%；超过200名学生有明确创业意向，占总参赛人数7%。初步实现了教育和产业的深度互动，学生和企业的协同双赢。

#### 5. 大学生大宗商品交易大赛

2015年4月20日，第三届“甬商所杯”大学生大宗商品交易大赛启动。大赛为期8周，共吸引8所高校相关专业6800多名大学生的踊跃报名和热情参与。本次比赛提高了高校学生的大宗商品贸易和投资技能，提升了创新创业的实践能力，促进了教学质量的提升和人才培养模式的改革。

### 2.2.4 电子商务人才培养趋势

#### 1. 技能型电子商务人才培养将提到新的高度

电子商务的发展，对于技能型电子商务人才的需求越来越大，有关培养的任务也越来越紧迫。

在学历教育方面，高职高专和应用型本科将更多地承担技能型电子商务人才培养任务。2015年，上海市制定了《关于印发“上海现代职业教育体系建设规划（2015—2030年）”的通知》，电子商务专业出现在“第二批上海市属高校应用型本科试点专业建设名单”中，反映出教育改革的趋势。全国电子商务职业教育教学指导委员会发布的《推进“创新、创业、创客”行动，加快培养适应“互联网+”要求的电子商务人才》将成为各高校电子商务人才培养的业务指导。未来，各省市都将加快推进电子商务应用型人才培养模式改革和应用型专业建设，电商物流类、网络客服类、网络营销推广类、网店（网站）美工类、数据分析及网店运营类等细分专业学生的培养将得到加强。

在在职培训方面，行业主管部门将加大在职培训力度。商务部将面向全国电子商务示范县持续开展农村电子商务培训；人力资源和社会保障部将持续推动电子商务从业人员的知识更新。各地政府将结合“万众创新，大众创业”，加快电子商务创新创业人才的培养；同时，将运用各种资源提高企业在职人员的电子商务技术和营销水平，推动本地电子商务的发展。各类社会培训机构也将创新培训方法，更多地利用网络媒介提高电子商务业务培训的水平 and 吸引力。

## 2. 电子商务创业人才的培养越来越得到各方面的重视

国务院《关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》中明确<sup>①</sup>，国家将以“互联网+”为支撑，加强电子商务对“大众创业、万众创新”的支持力度。各级政府把创业精神培育和创业素质教育纳入国民教育体系，实现全社会创业教育和培训制度化、体系化。各类学校将加快完善创业课程设置，加强创业实训体系建设。加强创业创新知识普及教育，使大众创业、万众创新深入人心，加强创业导师队伍建设，提高创业服务水平。通过创新创业教育，一大批富有创业精神、勇于承担风险的电子商务人才将脱颖而出，从而保证中国电子商务持续快速的发展。

2015年4月，全国电子商务从业人员“创新创业”指导会议在河北师范大学召开。会议旨在借助全国电子商务应用人才培养工程的平台和资源，培养能够运用互联网电子商务手段促进和实施“双创”工程的新型电子商务从业人员，促进创业、就业。上海交通大学成立了创业学院，黑龙江大学创建了创新创业实践基地，上海理工大学创业班已经有了三届毕业生。2016年，将有更多的学校进入电子商务创业教育领域，携手企业设立电子商务实践基地，为大学生创新创业实践提供服务。

### 3. 案例教学将在电子商务人才培养中发挥重要作用

电子商务是一门交叉性和综合性很强的学科，电子商务案例教学在电子商务人才培养中具有重要作用，而随着电子商务迅猛发展，电子商务商业模式和运营模式不断创新，为电子商务人才培养提供了丰富的案例素材。

为更好地提高全国高校电子商务专业案例教学的教学质量，“教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会”电子商务案例组制订“电子商务案例调研及产学研合作推动”工作计划，目标是建立电子商务教指委与政府电子商务相关部门、电子商务行业协会、国内外标杆电子商务企业合作长效机制；与电子商务企业建立稳定的合作关系，对标杆电子商务企业的业务模式、运营管理、发展策略等内容进行长期跟踪调研和总结提炼；建立电子商务典型案例库，建设高等院校电子商务教学指导委员会电子商务案例网络教学服务平台；汇集优秀案例成果，出版《中国电子商务案例精选》；组织不同层次的电子商务案例教学研讨会，分析、总结和传播案例教学经验。根据社会实际需求和成功案例分析，集成电子商务研究资源和研究成果，推动产学研合作。

## 2.3 电子商务投融资环境

### 2.3.1 电子商务行业投资情况

据清科集团统计<sup>②</sup>，2015年中国天使投资机构共投资2075起案例，披露金额超过101.88亿元。其中互联网行业获得的天使投资案例数为1030起，投资金额为51亿元，

<sup>①</sup> 国务院. 国务院关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见[EB/OL](2015-06-16)[2016-03-26].  
[http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-06/16/content\\_9855.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-06/16/content_9855.htm).

<sup>②</sup> 清科数据研究中心. 中国股权投资市场2015年全年回顾与展望[EB/OL](2016-01-22)[2016-04-23].  
<http://www.useit.com.cn/thread-11271-1-1.html>.

远超其他行业，是 2015 年中国天使投资市场投资案例最多、投资金额最高的行业（参见图 2-3）。

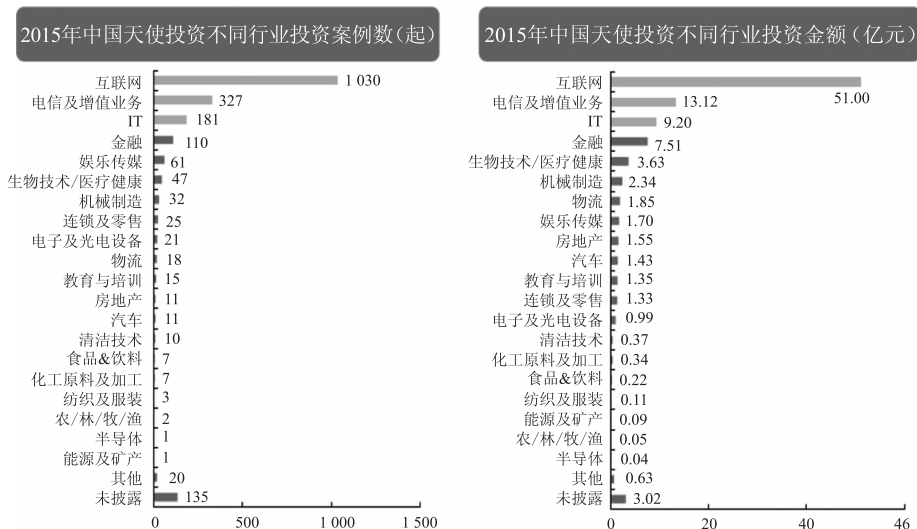


图 2-3 2015 年中国天使投资不同行业投资案例数与投资金额

资料来源：清科研究中心

互联网行业也是 2015 年中国创投市场投资案例最多、投资金额最高的行业。2015 年中国创投市场共发生投资 3445 起，其中披露金额的投资交易涉及金额 1293.34 亿元。而互联网行业发生投资 1051 起，涉及金额 396.94 亿元，高居榜首（参见图 2-4）。

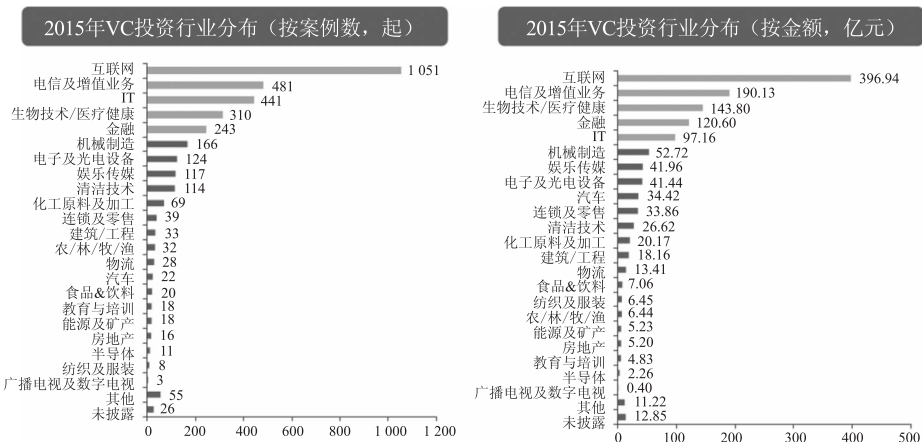


图 2-4 2015 年中国创投市场不同行业投资案例数与投资金额

资料来源：清科研究中心

在私募股权市场，互联网行业投资案例数与投资金额也位居前列。2015 年中国私募股权市场共发生投资案例 2845 起，其中披露金额的投资交易共涉及投资额达 3859.74 亿元。互联网行业发生投资案例 481 起，位居第一；投资金额达到 524.21 亿

元，排名第二（参见图 2-5）。

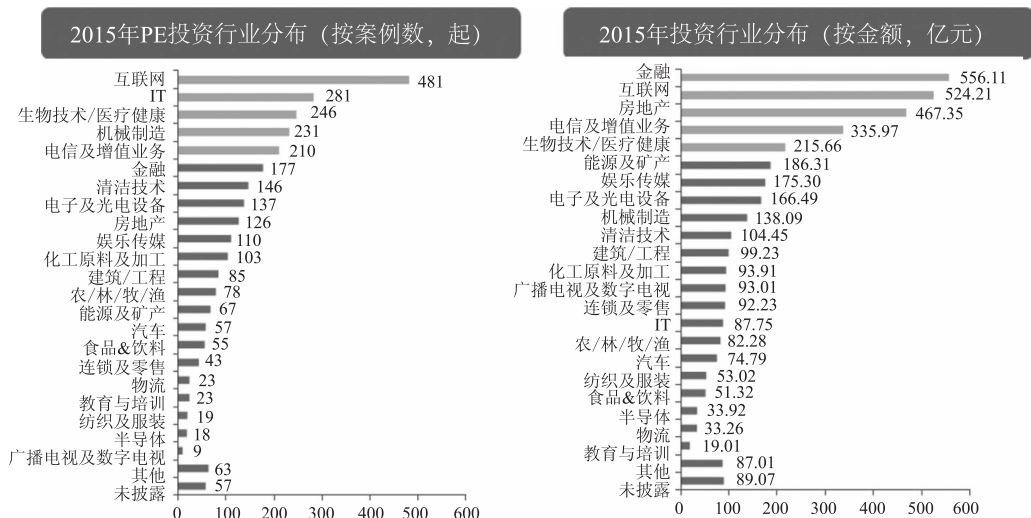


图 2-5 2015 年中国私募股权市场不同行业投资案例数与投资金额

资料来源：清科研究中心

### 2.3.2 电子商务行业并购情况

据统计，2015 年中国并购市场涉及了 IT、互联网、生物技术/医疗健康、金融、机械制造等 23 个一级行业<sup>①</sup>（见表 2-2）。在并购数量方面，新兴行业独占前三甲。IT、互联网产业经历了前几年的爆发式增长期，在 2015 年迎来洗牌，同时巨头大举布局上下游链条，使得两大产业并购项目数稳居前两位。IT 和互联网在 2015 年分别发生 352 起和 304 起并购案例，占总案例数的比例分别达到 13.1% 和 11.3%。

在并购金额方面，两大因素影响了 2015 年的行业金额分布，一是巨头合并，二是借壳上市。2015 年互联网行业洗牌加剧，强强合并频现。在网络零售行业，阿里巴巴投资约 283 亿元入股苏宁云商，成为苏宁第二大股东，同时，苏宁云商以 140 亿元认购不超过 2780 万股阿里巴巴新发行股份，二者的结合影响了国内 B2C 网络零售市场的整体格局；京东集团与永辉超市达成战略合作，京东将战略入股永辉超市，这是京东首次入股大型连锁超市，与线下零售龙头开展合作。在网络服务行业，滴滴打车与快的打车宣布以 100% 换股的方式正式合并，成为网络打车市场最大的服务提供商。大众点评与美团网实施联席 CEO 制，构成了占据中国团购领域 80% 市场份额的团购产业新“巨头”。携程旅行网与百度公司达成股权置换交易，百度将拥有携程普通股可代表约 25% 的携程总投票权，携程将拥有约 45% 的去哪儿总投票权。互联网行业 2015 年涉及并购交易金额 1455.66 亿元，位居榜首。在 2015 年 10 大并购交易中，IT、互联网独占 4 席。

<sup>①</sup> 清科研究中心. 清科数据: 新兴行业整合加速, 2015 年并购市场规模再创新高[EB/OL](2016-01-18)[2016-03-26]. <http://research.pedaily.cn/201601/20160118392628.shtml>.

表 2-2 2015 年中国并购市场行业分布

行业	案例数	比例 (%)	案例数	并购金额 (亿元)	比例 (%)	平均并购金额 (亿元)
IT	352	12.1	245	461.52	4.4	1.31
互联网	304	11.3	235	1 455.66	13.9	4.79
生物技术/医疗健康	239	8.9	226	665.97	6.4	2.79
金融	220	8.2	184	1 079.34	10.3	4.91
机械制造	193	7.2	179	362.54	3.5	1.88
电子及光电设备	155	5.8	134	354.21	3.4	2.29
房地产	148	5.5	135	1302.65	12.5	8.80
清洁技术	135	5.0	134	520.75	5.0	3.86
能源及矿产	126	4.7	119	540.27	5.2	4.29
娱乐传媒	109	4.0	98	880.01	8.4	8.07
电信及增值业务	102	3.8	85	307.20	2.9	3.01
建筑/工程	95	3.5	92	232.21	2.2	2.44
化工原料及加工	86	3.2	79	181.15	1.7	2.11
汽车	63	2.3	61	909.51	8.7	14.44
连锁及零售	58	2.2	48	298.05	2.9	5.14
食品 & 饮料	57	2.1	53	134.89	1.3	2.37
物流	36	1.3	32	207.56	2.0	5.77
农/林/牧/渔	35	1.3	31	46.32	0.4	1.32
纺织及服装	22	0.8	19	42.26	0.4	1.92
半导体	16	0.6	15	96.04	0.9	6.00
教育与培训	11	0.4	8	19.25	0.2	1.75
广播电视及数字电视	10	0.4	8	14.19	0.1	1.42
其他	120	4.5	98	325.69	3.1	2.71
合计	2 692	110.0	2 318	10 437.25	100.0	4.50

资料来源：私募通，2016.01

### 2.3.3 电子商务行业新三板企业挂牌情况

截至 2015 年 12 月 31 日，新三板挂牌企业数量已突破 5000 家，达到 5138 家<sup>①</sup>。新三板 2015 年新增挂牌公司 3557 家，是之前挂牌公司总和的 2.3 倍。越来越多的企业、券商、投资机构、银行、媒体等正涌入这个新兴的市场，其中电子商务行业的发展更受瞩目。

在 2015 年 12 月，新三板挂牌企业共涉及 28 个一级行业。从总数来看，机械制造、IT、互联网分列前三位，各完成挂牌 153 家、120 家和 56 家企业；分别占比 20.51%、16.09% 和 7.51%；机械制造、IT、互联网分列前三位，分别挂牌 44 家、39 家、26 家，分别占比 22.34%、19.80%、13.20%（参见图 2-6）。从募集金额看，2015 年 12

<sup>①</sup> 中金在线，12 月新三板挂牌数量创新高 PE 机构暂停挂牌引担忧[EB/OL](2016-01-16)[2016-04-05].  
http://sc.stock.cnfol.com/gppgdzx/20160116/22122221.shtml.

月新三板定增共募集资金 113.41 亿元，增发股份 23.25 亿股。其中募集资金最多的前三行业为金融、IT 和机械制造，分别募集 13.25 亿元、12.05 亿元和 11.80 亿元，占比为 11.7%，10.6% 和 10.4%<sup>①</sup>。

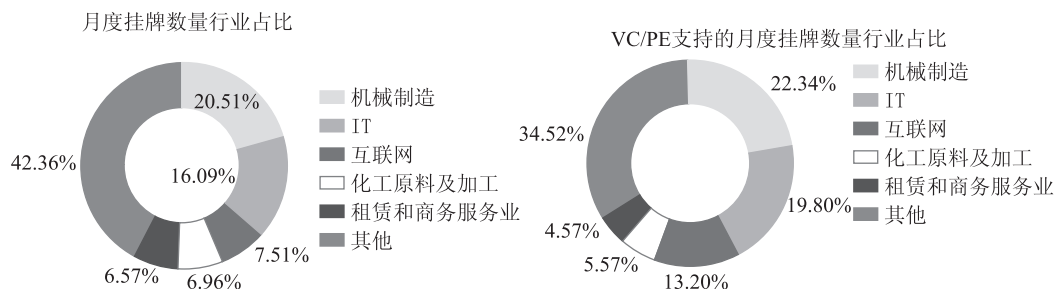


图 2-6 2015 年 12 月新三板挂牌企业行业分布

资料来源：私募通，2016.1

## 2.3.4 电子商务行业投融资趋势

### 1. 创新融资模式：从重到轻

互联网金融公司根据中小电子商务企业融资难的状况，创新融资模式，从重资产经营转到轻资产经营。以“投融界”为例，通过线上+线下、标准化+个性化的服务体系，已成功对接项目融资千余亿元。2016 年，将有更多的投融资机构根据中国经济结构的变化趋势，学会从习惯和擅长的重资产经营转换到轻资产运营。

### 2. 融资渠道将进一步拓宽

目前中国电子商务行业融资主要有三个主要类型：获取风险投资，实现 IPO 上市和企业间参股、控股或全盘并购。资金主要来源于风险投资，以 PE（风险投资）、VC（私募股权投资）、网络融资为主，同时有少量的银行信贷、IPO 上市融资。从融资规模看，资金通道仍然比较窄，难以满足各类电子商务企业的用资需求。拓宽资金来源渠道是未来电子商务发展的重要措施。海外融资是我国电子商务企业融资的重要途径，越来越多的电子商务企业希望获得来自海外投资公司的投资和海外上市的机会。

### 3. 股权融资将在电子商务行业逐步推广

从融资模式上看，电子商务企业融资已从银行贷款等间接融资占主导逐步转到直接融资、间接融资共同发展，特别是在直接融资中的股权融资比例大为提高。例如，在“投融界”平台上，50% 以上的项目以股权融资为主，且随着“互联网+”的到来，股权融资项目数呈现逐年攀升之势<sup>②</sup>。

近年来，中国商业银行开始重视电子商务行业的投资，成立科技分行，改进传统的信贷管理制度，加强针对中小电子商务企业的风险管控能力，加大对电子商务企业

① 清科研究中心，清科数据：12 月新三板挂牌数量创新高，PE 机构暂停挂牌引担忧[EB/OL](2016-01-15)[2016-03-26]. <http://research.pedaily.cn/201601/20160115392571.shtml>.

② 投融界，投融界：2016 年投融资领域变革趋势[EB/OL](2015-12-24)[2016-03-26]. <http://pe.hexun.com/2015-12-24/181400646.html>.

的支持。这有利于优化中小电子商务企业融资环境，促进中小电子商务企业的可持续发展。

## 2.4 电子商务信用环境

### 2.4.1 社会信用环境建设得到有效改善

#### 1. 信用体系建设已提升到国家层面

2015年3月，李克强总理视察国家工商总局时作出重要指示，强调要组织一个类似“金关”“金税”的工程，形成全国统一的企业信息公示大数据平台，完善企业信用信息共享机制，探索新的监管模式，把市场监管体系这张“网”织好织密。全国工商部门正在加快推进国家企业信用信息公示系统，即“全国一张网”建设，这将成为企业信用信息的重要来源。

2015年7月，国务院办公厅发布《关于运用大数据加强对市场主体服务和监管的若干意见》。《意见》以国家统一的信用信息共享交换平台为基础，运用大数据推动社会信用体系建设，建立跨地区、多部门的信用联动奖惩机制，构建公平诚信的市场环境。

2015年7月，中国人民银行等十部门发布的《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》中提出：推动信用基础设施建设，培育互联网金融配套服务体系。支持大数据存储、网络与信息安全维护等技术领域基础设施建设，鼓励从业机构依法建立信用信息共享平台，推动符合条件的相关从业机构接入金融信用信息基础数据库，允许有条件的从业机构依法申请征信业务许可。支持具备资质的信用中介组织开展互联网企业信用评级。

2015年9月，国务院办公厅《关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》明确提出：推进社会诚信体系建设，强化经营主体信息公开披露，推动行政许可、行政处罚信息7个工作日内上网公开。建立健全电子商务信用记录，纳入“信用中国”网站和统一的信用信息共享交换平台，完善电子商务信用管理和信息共享机制。

2015年9月，国务院发布《关于加快构建大众创业万众创新支撑平台的指导意见》，《意见》提出：创新行业监管方式，建立以信用为核心的新型市场监管机制，加强跨部门、跨地区协同监管。建立健全事中事后监管体系，充分发挥全国统一的信用信息共享交换平台、企业信用信息公示系统等的作用，利用大数据、随机抽查、信用评价等手段加强监督检查和对违法违规行为的处置。

#### 2. 社会对信用的关注空前高涨

全国企业信用信息公示系统于2014年2月上线运行。公示的主要内容包括：市场主体的注册登记、许可审批、年度报告、行政处罚、抽查结果、经营异常状态等信息。目前企业逐步接受并积极参与信息公示，通过信息公示累积形成自身信用的意愿不断增强。

截至2015年6月30日，全国累计公示2013年度报告的企业数量为1219.03万户，累计公示2014年度报告的企业数量为1482.49万户，年报公示率分别为87.55%和

85.12%。年报情况反映出相当数量的企业开始重视自身信用积累,对《企业信息公示暂行条例》规定可以不公示的信息全部或部分进行了公示。数据显示,2013年和2014年度这样的企业分别占已年报企业的52.69%和50.15%<sup>①</sup>。截至2016年2月22日,其日均访问量已接近1600万<sup>②</sup>,反映了社会大众对企业信用的高度关注度。

信用约束主要体现在企业被列入经营异常名录或者严重违法企业名单。截至2015年7月14日,全国被列入经营异常名录的主体共284.01万户,占全国实有主体的12.38%。其中经营异常企业258.59万户,占比为91.05%。经营异常主体中,在履行公示义务或纠正错误行为后移出经营异常名录的主体数量为12.57万户,占比为4.43%。

### 3. 信用孤岛现象得到有效改善

目前,管理部门掌握的企业信用信息已经初步实现共享和开放。2015年6月,在国家发展和改革委员会和中国人民银行支持指导下,国家信息中心主办的“信用中国”网站正式上线,网站已归集来自最高人民法院、国家发展改革委、财政部、农业部、环境保护部、税务总局、安监总局、证监会等部门的可公开信用信息1400多万条,包括法院提供的失信被执行人(“老赖”)名单、税务部门提供的重大税收违法案件当事人名单等信息。

此外,交通、环保、商务、海关、税务、质检、食药监、安监、旅游等部门均建立了信用分类监管制度或严重失信黑名单制度。通过政府多年来的推动和努力,工商总局的全国企业信用信息公示系统、组织机构代码局的全国组织机构代码信息核查系统、最高法中国执行信息公开网、发改委主推的“信用中国”系列及各地信用网站将企业信用信息全面开放给公众免费查询,进一步推动了企业信用信息透明化。

### 4. 信用服务市场日渐繁荣。

2015年,中国信用服务已经覆盖国民经济的主要行业,包括商业、畜牧业、农业、钢铁、轻工、地产、食品加工、电子商务、互联网服务业等行业。信用产品的品种也在不断增多,除了传统的电子商务信用认证、可信网站认证,陆续出现了信用网站认证、互联网+创新竞争力信用企业认证、金融领域商务信用认证、中国供应链金融企业信用认证、实名认证、实名验证、诚商认证、网商认证等数十个信用品种。

中国人民银行的数据显示,2015年全国共有备案企业征信机构107家,其中北京40家,上海22家。近年来企业对第三方信用服务的市场需求总体上处于增长态势。以中国商务信用平台为例,2011—2015年,通过网络申请实名认证产品的企业数量分别为556家、330家、330家、1642家、2936家,社会诚信意识明显提升,主动为自身增信的企业日益增多。

上海作为全国经济、政治、文化发展最发达的地区之一,社会信用体系建设方面走在了全国的前列。目前,上海已形成了以市法人库、实有人口库等跨部门信息系统为基础依托的上海市公共信用信息服务平台,归集99家单位(包括46家市级行政机

<sup>①</sup> 国家工商总局. 国家工商总局召开全国企业信用信息公示系统建设运行情况发布会[EB/OL](2015-09-23)[2016-03-26]. <http://www.scio.gov.cn/XWFBH/GBWXWFBH/XWFBH/GSZJ/document/1449957/1449957.htm>.

<sup>②</sup> 国家工商总局. 国家企业信用信息公示系统访问量一天近一千六百万[EB/OL](2016-02-03)[2016-03-26]. <http://www.scio.gov.cn/video/qwjd/34146/Document/1469550/1469550.htm>

关、17 家区县政府、10 家中央在沪单位、2 家人民团体、1 家司法机关、10 家公用事业单位、13 家社会组织)，信息涵盖行政机关登记类信息、资质类信息、监管类信息，司法机关判决类信息、执行类信息，公用事业单位违约类信息，人民团体和其他组织管理类、公益类等信息事项 3444 项，可查询法人数据 1046 万条，自然人数据 3 亿条，覆盖本市 138 万法人和 2400 自然人，为政府部门在日常监管、综合整治、联合执法、行政审批等工作中的信息共享和联动需求提供了信用服务数据支撑。

## 2.4.2 电子商务信用环境取得新进展

### 1. 网络购物投诉增长率保持较低水平

中消协数据显示，2015 年全国消协组织受理远程购物投诉 20 083 件，在远程购物投诉中网络购物占比 95.41%，比上年同期小幅上升 3.13%，远低于当年网络零售额的增长率。在远程购物中，消费者主要投诉的对象涉及电商、微商、电视购物等方面。电商被投诉的问题有：一是商品质量不合格和假冒的现象比较严重；二是七天无理由退货难落实；三是消费者个人信息遭泄露；四是网上支付安全难保障。微商是近年来新兴的网络交易模式，发展迅速，但由于大部分微商是个人对个人的交易行为，且微商纳入政府监管的时间并不长，所以存在较多问题：一是微商缺乏信用保证体系，如出现消费纠纷，消费者维权难；二是微商存在虚假宣传行为，实物与宣传不符；三是部分微商的“积赞”等活动难以兑现承诺。

### 2. 互联网消费信贷悄然兴起

各大电商平台相继推出自己的消费信贷产品，如京东白条、蚂蚁花呗、蘑菇街买呗、苏宁任性付等。京东白条是指消费者在京东购物便可申请最高 1.5 万元的个人贷款支付，并在 3 到 24 个月内分期还款。而蚂蚁花呗作为一种消费贷款，资金端是阿里小贷公司。一般来说，整个支付流程是电商平台先向商家付款，消费者再在还款期内向平台付款。这些消费信贷产品一经推出便受到了广大网友的追捧。根据蚂蚁金服的数据，2015 年首次参与“双 11”的蚂蚁花呗，全天交易笔数达到 6048 万笔，支付成功率达 99.99%<sup>①</sup>。

### 3. 网上网下信用日趋一体化

随着国家征信系统大数据技术的建立，企业或个人信用情况将逐步向多维度立体化方向发展。电子商务的信用信息与线下信用体系正在逐步实现互联互通。

以个人信用为例，2015 年 1 月，阿里芝麻信用推出的国内首个个人信用评分——芝麻信用分进入公测阶段。芝麻信用评分通过分析用户行为轨迹数据，利用数据分析模型评估出其信用等级，可以让信用评价覆盖到以前使用传统征信方式无法评估到的更多群体，是对已有电商信用评价系统的一种有益补充。

同样，淘宝信用评价形成自己的等级，京东白条授信额度也根据个人网上信用的不同而有所变化，这些网上信用的评价正在与银行的个人信用评价联网，形成网上网下相互佐证的信用系统。

<sup>①</sup> 中国新闻网·阿里系蚂蚁金服双 11 创下单天 7.1 亿笔支付纪录[EB/OL](2015-11-12)[2016-03-26].  
<http://www.chinanews.com/IT/2015/11-12/7618485.shtml>.

## 第3章 电子商务服务业发展专题报告

电子商务服务业是指为电子商务活动提供各类服务的企业的集合，主要包括电子商务平台服务、电子商务支撑服务和电子商务衍生服务等。作为电子商务产业的重要组成部分，电子商务服务业在推进“互联网+”行动计划和“一带一路”建设中发挥着越来越重要的作用。本专题报告全面反映了2015年中国电子商务服务业总体发展状况和细分领域的最新进展。

### 3.1 电子商务服务业发展概况

#### 3.1.1 市场规模加速增长

近几年，伴随着龙头企业服务范围扩大、增值服务类型增多、O2O服务兴起，电子商务服务体系的规模保持着较高的增长态势。赛迪顾问数据显示，2015年度中国电子商务服务业规模达到19800亿元，较2014年相比增长率为58.4%（参见图3-1）。

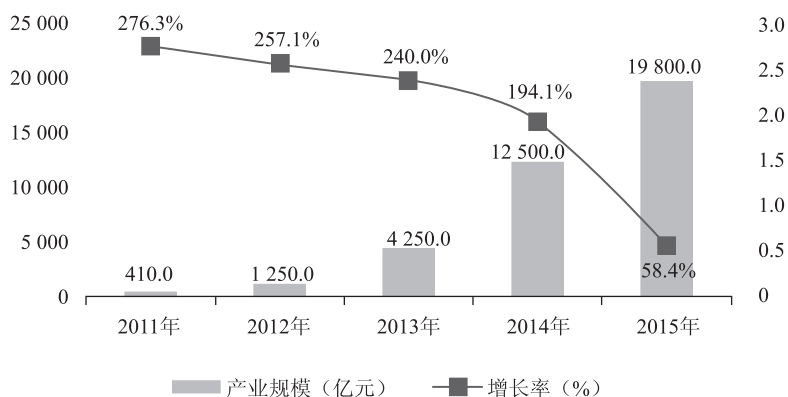


图3-1 2011—2015年中国电子商务服务业市场规模增长情况

数据来源：赛迪顾问

作为全球电子商务服务领域的领头羊，2015年阿里巴巴电子商务服务市场继续保持加速增长的态势，市场规模增速由2012年的61.9%提升至2015年的78.8%，连续4年实现超过60%的增长。图3-2反映了2011年到2015年阿里巴巴电子商务服务市场规模加速增长的情况<sup>①</sup>。

① 阿里研究院. 阿里商业服务生态白皮书(2016)[R/OL](2016-03-04)[2016-03-26].  
<http://m.taohua.com/markets/fuwu/report#part-one>.

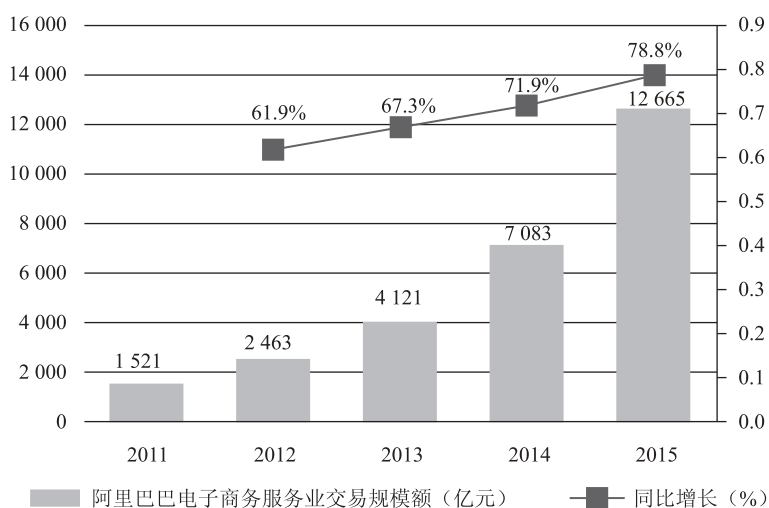


图 3-2 2011—2015 年阿里巴巴电子商务服务业市场规模增长情况

资料来源：阿里研究院，上海理工大学电子商务发展研究院

在电子商务服务业中，交易服务类应用市场规模增长迅速。客服外包、摄影、咨询服务、招聘、培训、质检品控以及定制类设计等成为电子商务服务业规模新的增长点。快递服务业务继续保持快速发展，全国快递服务企业业务量累计完成 206.7 亿件，同比增长 48%，继续保持全球第一快递大国地位。移动电子商务服务迅速发展，“双 11”期间，无线交易占比 68.67%，无线交易额达到 626.42 亿元。云服务不断发展，中国现有大小 SaaS 服务提供商超过两千家，广泛分布在零售、金融、数字娱乐、医疗健康等行业。阿里巴巴、腾讯、百度等服务商将云计算做为战略业务发展。阿里巴巴旗下云计算业务营收，超越亚马逊和微软的云计算业务增速，成为全球增速最快的云计算服务商。在“双 11”购物节中，当天支付峰值超过每秒 8.59 万笔，高于 PayPal 处理峰值，刷新了历史纪录。

### 3.1.2 主体结构不断优化

2015 年，中国电子商务服务业主体结构持续优化，主要表现在服务内容、服务领域和服务范围三个方面。在服务内容方面，从原来基础型、单一型服务转向定制型、集成型服务，众多提供一站式服务的电子商务企业正在兴起；在服务领域方面，已经分化出独立从事农产品、旅游产品等行业的电子商务服务企业；在服务范围方面，电子商务企业已经从服务城市、服务固定区域向服务全国、服务农村、服务不同区域和国际市场发展，逐步发展成为综合性、全国性的电子商务企业。

2015 年中国电子商务平台服务商占比方面，阿里系（淘宝、天猫、阿里巴巴 B2B 平台）凭借用户基础和丰富的行业经验，辅以大数据等先进技术，继续稳居第一位，合计市场空间达到了 59.7%，京东以 25.1% 位居其后，其他企业之间的竞争较为激烈（参见图 3-3）。

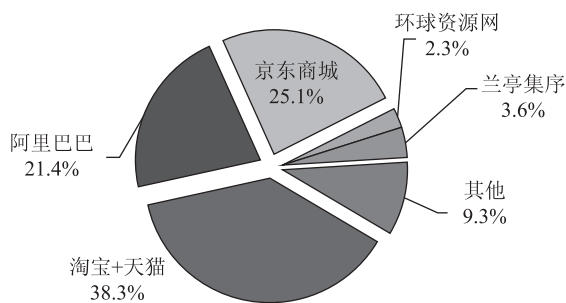


图 3-3 2015 中国电子商务服务商格局

数据来源：赛迪顾问

根据阿里研究院的数据，参与阿里巴巴商业生态的活跃服务商数量增速由 2012 年的 1.8% 增长到 2015 年的 33.5%，并保持了快速增长势头（参见图 3-4）<sup>①</sup>。截至 2015 年，年收入在亿元级别的服务商超过十家，年收入在千万元级别的服务商数十家，多家企业完成上市，并有多家企业获得了千万元以上融资。

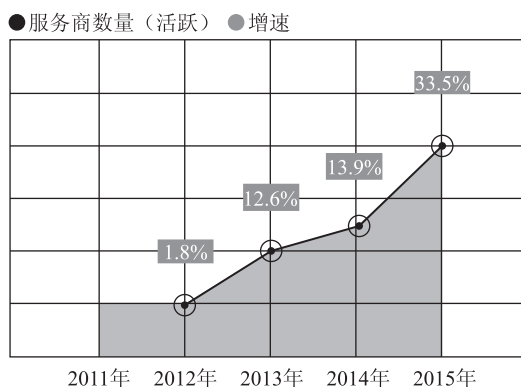


图 3-4 2011—2015 阿里巴巴电子商务活跃服务商数量快速增长情况

数据来源：阿里巴巴

从地区分布来看，中国电子商务服务业快速发展区域集中在沿海一线城市。其中，浙江、北京、上海、广东、福建的电子商务服务业发展名列前茅，而广东省的服务商总数最多，北京、上海的服务商密度最高，浙江省平均单个服务商的市场表现最好。除此之外，成都、武汉、厦门、苏州、金华、西安、南京、济南、郑州、石家庄等城市成为区域性的服务商聚集地，带动了区域电子商务的发展。

截至 2015 年 3 月，全国已经有 510 个电商产业园<sup>②</sup>，其中跨境电子商务超过 20 个。这些产业园遍布于 29 个省、自治区、直辖市，超过 110 个城市，绝大部分园区分布于浙

① 阿里研究院．阿里商业服务生态白皮书(2016)[R/OL](2016-03-04)[2016-03-26].  
http://m.taohua.com/markets/fuwu/report#part-one.

② 阿里研究院．中国电子商务园区发展报告(2014—2015)[R/OL](2015-04-01)[2016-03-26].  
http://www.aliresearch.com/blog/article/detail/id/20347.html.

江、广东、江苏、福建、山东五省，这五省的电商园区数量占到园区总量的 70% 以上。电商园区数量最多的前五个城市分别为杭州、金华、广州、温州、台州。电商衍生服务业在电商园区内集聚发展，生态日益丰富，从包括摄影、培训、咨询、工商政务等在内的基础服务业，不断向金融服务、人才服务、数据服务、供应链服务等新型服务业态发展。同时，大量传统批发市场和工业园区向电商园区转型，出现了多元化发展的新趋势。

### 3.1.3 服务体系日益完善

经过多年发展，我国电子商务服务业已形成门类丰富、高效协同、持续进化的服务体系，在降低电子商务交易成本、促进企业成长转型、带动关联产业发展、创造就业机会等多个层面显现出重要的经济和社会价值。

随着我国成为全球最大的电子商务交易市场，电子商务服务业在服务门类、服务规模、服务水平、服务效率等方面均面临着全新的需求和挑战。2015 年，电子商务服务业超越单纯的规模增长，突破简单模仿低水平竞争，通过服务创新和协同共创，整个行业进入到一个全新的发展阶段。

目前，我国电子商务服务业已经形成了 6 大类较为稳定的服务门类：平台服务、IT 技术服务、营销服务、物流服务、金融服务和衍生服务。浙江省电子商务服务业企业数据显示，在这些服务门类中，营销类服务企业数量最多，占 40% 左右；其次是 IT 服务类，约占 21%；平台服务、物流服务、衍生服务等类型占比分别为 20%、9% 和 9%<sup>①</sup>。

在 2015 年淘宝网优质电商服务提供商（淘拍档）的评选中，将服务电子商务第三方平台上卖家为主的服务商分为三大类 27 小类，全面反映了中国电子商务交易服务的不同类别（参见表 3-1）。

表 3-1 2015 年淘宝网优质电商服务提供商评选分类<sup>②</sup>

IT 软件工具类	非 IT 型增值服务类	创新服务类
行业/店铺分析	质检品控	全网营销服务
直通车优化	摄影服务	商家咨询
流量推广	服务定制	培训/招聘
促销管理	直通车托管	产业园租赁
店铺管理（商品管理、订单处理类目）	钻展托管	财务
电商后台系统（企业 ERP、进销存）	装修市场（店铺模板）	满天星 <sup>③</sup>
客户关系管理	无线互动（无线店铺模板）	
客户服务	神笔 <sup>④</sup>	
千牛插件	运营服务	

① 浙江省商务厅. 浙江省电子商务服务业发展报告[EB/OL](2015-06-17)[2016-03-26].

[http://www.zcom.gov.cn/art/2015/6/17/art\\_1127\\_176187.html](http://www.zcom.gov.cn/art/2015/6/17/art_1127_176187.html).

② 淘宝网. 2015 年上半年“淘拍档”评选启动[EB/OL](2015-06-12)[2016-03-26].

<http://fuwu.bbs.taobao.com/detail.html?spm=a210m.7789807.0.0.paKSCq&postId=1753414>.

③ 阿里巴巴推出的基于二维码技术的服务解决方案，能够实现生产数据管理、产品溯源、防伪验真、产品说明、用户互动等。

④ 淘宝提供的商品详情页模板市场。

续表

IT 软件工具类	非 IT 型增值服务类	创新服务类
无线互动（无线导购工具、无线会员管理、无线会员游戏、无线营销工具、小铺）		
仓储管理系统 wms		
御膳房 <sup>①</sup>		
满天星		

## 3.2 电子商务交易服务业发展情况

### 3.2.1 总体情况

2015年中国电子商务交易服务中B2B交易规模仍是市场总交易规模的主体，约占77.1%。2015年，国内的B2C市场已经成熟，天猫、京东、唯品会等优质B2C平台不断拓展业务范围，B2C的占比进一步提高，B2C交易规模占总交易规模的12.1%，而C2C交易规模比重则为10.8%左右（参见图3-5）。

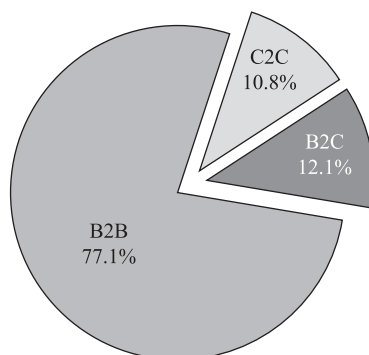


图 3-5 2015 年中国电子商务业务规模细分

数据来源：赛迪顾问

### 3.2.2 企业间交易服务

#### 1. 市场规模

2015年，中小企业平台服务营收规模平稳增长。截至2015年年底，中国中小企业B2B平台服务营收规模为216亿元，同比增长14.7%（参见图3-6）<sup>②</sup>。

① 御膳房是淘宝提供的提供云数据服务的平台，能为用户提供丰富的淘宝数据，还有强大稳定的云计算能力，并保障通过特有的容器模式保障淘宝数据的安全性。

② 艾瑞咨询。1. 艾瑞从2015Q1开始只核算中国中小企业B2B电子商务市场平台营收规模，涵盖平台的会员费、交易佣金、广告费等收入，不包括运营商自营营收；2. 艾瑞从2015Q1开始将金泉网计入B2B运营商平台营收核算范围。

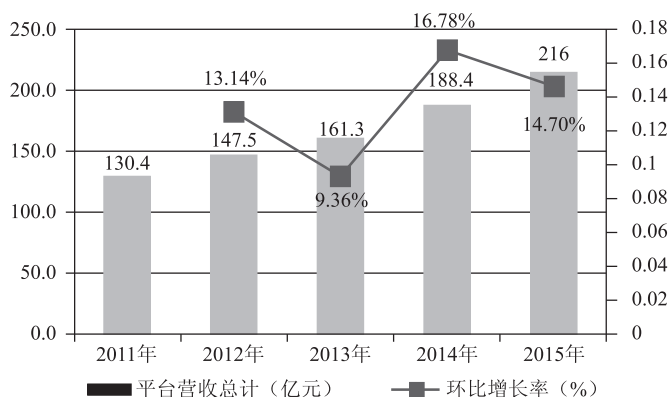


图 3-6 2011—2015 年中国中小企业 B2B 运营商平台营收规模情况

资料来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算

企业平台服务营收规模的增长主要受到三方面的影响：一是行业影响：第三季度我国经济下行压力依然较大，对行业发展产生了一定影响；二是进出口市场影响：第三季度中国进出口同比下降 9.9%，在交易层面反映了中小企业的进出口交易趋势，对中小企业的线上交易也会产生一定影响；三是中国中小企业 B2B 的广告服务、信息服务、交易服务及其他金融服务等平台增值服务发展相对稳定，且部分运营商提升了支付结算、仓储物流、数据服务等服务能力，从而促进在线交易及增值服务的发展，从整体上推动 B2B 在线交易规模与营收同比持续稳定增长。

作为中小企业电子商务平台的代表，截至 2015 年年末，阿里巴巴已有超过百万个国内供应商，1000 万个国内采购商和 1 亿个遍布 5 大洲的海外采购商，B2B 市场发展潜力巨大（参见图 3-7）<sup>①</sup>。

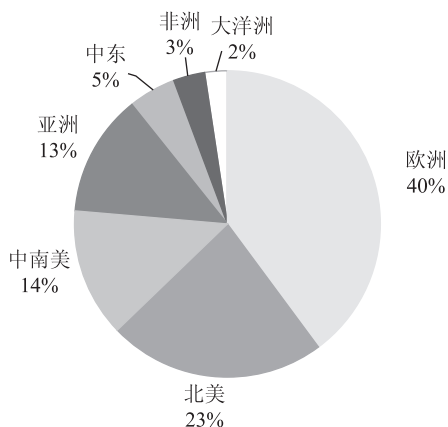


图 3-7 阿里巴巴国际站海外采购商的地域分布

数据来源：阿里巴巴

① 阿里研究院·阿里商业服务生态白皮书(2016)[R/OL](2016-03-04)[2016-03-26].  
http://m.taohua.com/markets/fuwu/report.

## 2. 年度特征

2015年中国经济和传统产业开始深度调整,传统产业从卖方市场转向买方市场为B2B服务带来了新机遇。以航运货代领域为例,行业上游船公司的垄断控制能力下滑,传统航运货代企业亏损,而以“运去哪”“航运城”“二货网”等为代表的航运货代B2B电商协助外贸企业更快速地找到最便宜的舱位,提供更优质的国际物流服务,聚拢大批下游的外贸企业从而获得快速发展。而在化工、煤炭等其他B2B垂直电商行业,也同样呈现这样的特征,B2B垂直电商平台面临同样的发展机遇。

近几年资本市场不断涌入企业B2B平台,为中国企业B2B交易服务产生了示范效应。B2B撮合交易型电商“找钢网”等完成的新一轮融资,激发了一批化工、煤炭、航运、布料、农业等领域企业的新型电商转型。随着资本的推动,B2B电商交易平台在各个细分领域生根发芽,呈现出百花齐放的局面。

### 3.2.3 网络零售交易服务

#### 1. 市场规模

国家统计局的网络零售规模数据显示,2015年全国网络零售额达到38773亿元,比2014年增长33.3%。其中,实物商品网络零售额为32424亿元,增长31.6%,占社会消费品零售总额的比重为10.8%;非实物商品网络零售额为6349亿元,增长42.4%<sup>①</sup>。图3-8反映了近年来中国网络零售交易额及在社会消费品零售总额占比情况。

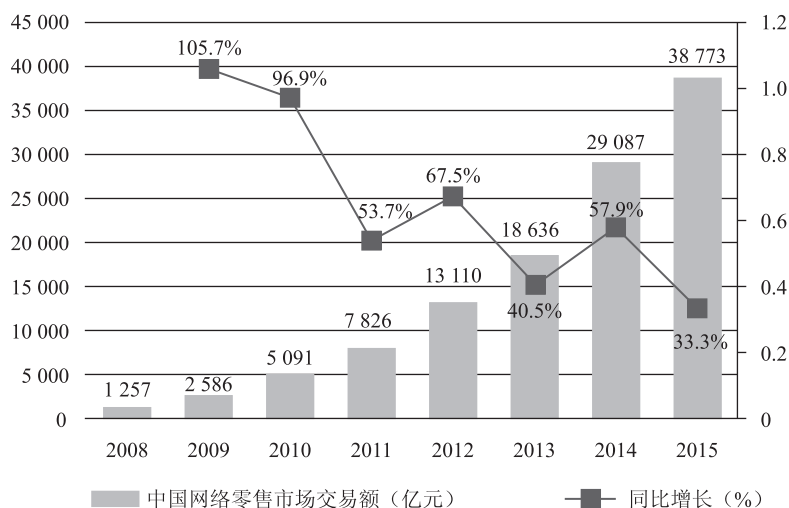


图 3-8 近年来中国网络零售交易额及在社会消费品零售总额占比情况

数据来源：国家统计局

## 2. 年度特征

(1) 移动购物零售额快速增长。2015年全年,网购消费者大规模向移动端迁移,

<sup>①</sup> 国家统计局. 2015年国民经济运行稳中有进、稳中有好[EB/OL](2016-01-19)[2016-01-27].  
http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201601/t20160119\_1306083.html.

成为移动购物快速增长的主要动力（参见图 3-9）。

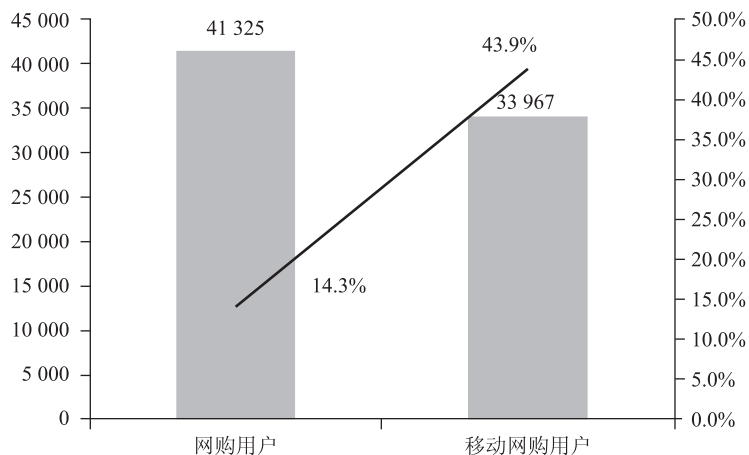


图 3-9 2015 年手机网购用户增幅人群为整体网购用户增幅人群的 3 倍

(2) 非实物商品网上零售增速较快。2015 年，非实物商品网上零售增速达到 42.4%，超过实物商品网上零售增速 11%（参见图 3-10）。

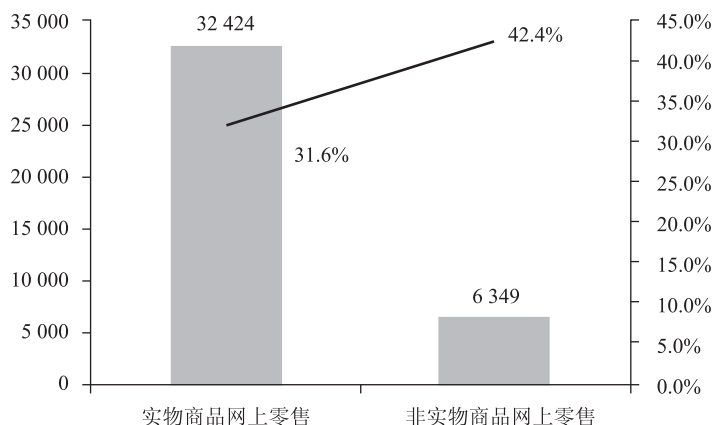


图 3-10 2015 年实物商品与非实物商品网上零售增速

(3) 网络消费金融服务成为热点。2015 年，网络零售服务商在网络消费金融服务方面竞相试点。天猫“天猫宝”和“分期购”、京东推出“京东白条”、蚂蚁微贷联合淘宝、天猫推出的“花呗”赊购均获得了长足的发展。

(4) 网络零售商大力开拓跨境电商业务。2015 年，跨境电商业务成为网络零售商发展的重点。其中，天猫“双 11”实现了“全球买”“全球卖”：“双 11”折扣商品数量达到 5000 万，有近 5000 家国内商家参与。以俄罗斯、西班牙、英国、法国、以色列等重点国家和地区为主，吸引“一带一路”沿线 64 个国家和地区参与其中，带动了全球整体成交。同时，来自美国、欧洲、日本、韩国等 25 个国家和地区的 5000 多个海外知名品牌领衔，覆盖母婴、美妆、食品、生鲜、服饰等全进口品类，以及百货、

超市、快消平台、免税店等零售全业态，最大化保证国内消费者的进口商品购买体验。此外，在“双11”前夕，欧美上百家顶级零售商与阿里巴巴集团达成独家战略合作，大规模集结入驻天猫国际，参与这场全球化的“双11”消费狂欢节。

### 3.3 电子商务支撑服务业发展情况

#### 3.3.1 电子支付服务业

##### 1. 市场规模

2015年，在第三方互联网支付交易规模市场中，支付宝在电子商务支付市场仍然保持较为明显的领先地位，占据57.3%的市场份额。微信和QQ监测数据显示，截至2015年11月，全国微信支付绑卡用户数已超过2亿，随着微信的迅猛发展，财付通位居第二，市场份额上升至15.7%。随后的是银联、快钱、联动优势、上海捷银等开展移动支付较早的企业（参见图3-11）。

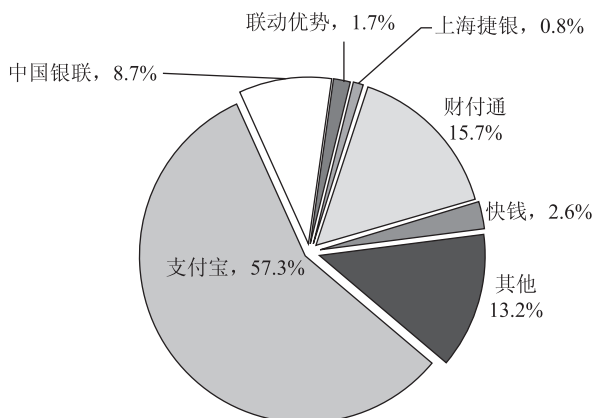


图 3-11 2015 年中国电子商务支付体系竞争格局

资料来源：赛迪顾问

2015年，中国电子支付业务保持较快增长，电话支付、移动支付业务涨幅明显。第三季度，全国银行机构共处理电子支付业务271.38亿笔，涉及金额553.07万亿元。其中，网上支付业务82.12亿笔，金额432.81万亿元，同比分别增长15.95%和18.39%；电话支付业务0.78亿笔，金额4.76万亿元，同比分别增长136.44%和203.18%；移动支付业务45.42亿笔，金额18.17万亿元，同比分别增长253.69%和194.86%。非银行支付机构处理网络支付业务213.08亿笔，金额12.80万亿元，同比分别增长122.72%和102.21%<sup>①</sup>。截至2015年3月，央行共发放第三方支付牌照270张<sup>②</sup>。

① 中国人民银行. 2015年第三季度支付体系运行总体情况[EB/OL](2015-11-25)[2016-01-27].

<http://www.pbc.gov.cn/zhifujiesuansi/128525/128545/128643/2981803/index.html>

② 会计网. 2015第三方支付牌照名单（完整版）(2015-08-03)[2016-01-27].

<http://www.kuaiji.com/news/2831329>

## 2. 年度特征

(1) 移动支付催生新兴场景，保持高增长。移动支付具有随身携带、简单高效等特点，催生新兴应用场景，比如本地生活、购买商品、打车付款等。随着 LBS 等技术的升级和应用，真正的物联网形成将带来更多的新型交易场景。2015 年，移动 APP 市场的火热，各式各样的应用琳琅满目，带来了移动互联网的繁荣，越来越多的实体、个人、设备都连接在了一起。基于移动互联网、NFC、HCE、Token、生物识别等各类技术的业务模式不断创新，应用场景不断丰富，线上、线下业务一体化发展加速。

(2) 支付数据业务化。基于交易数据拓展征信增值服务将成为支付机构的发力方向。支付具有金融、数据双重属性，第三方支付机构经过多年积累已拥有大量的数据资源，这些数据经过处理的分析结果有很高的应用价值，可以提供精准营销、客户管理、信用评级等增值服务。

(3) 电子支付社交复杂化。电子支付与社会网络融合，成为 2015 年的亮点之一。比如，2015 年春节，微信、支付宝钱包的“红包”功能在短时间内被引爆。

### 3.3.2 电子商务物流服务业

#### 1. 市场规模

2015 年，全国快递服务企业业务量累计完成 206.7 亿件，同比增长 48%；业务收入累计完成 2769.6 亿元，同比增长 35.4%。其中，同城业务收入累计完成 400.8 亿元，同比增长 50.7%；异地业务收入累计完成 1512.9 亿元，同比增长 33.8%；国际及港澳台业务收入累计完成 369.6 亿元，同比增长 17%（参见图 3-12）<sup>①</sup>。

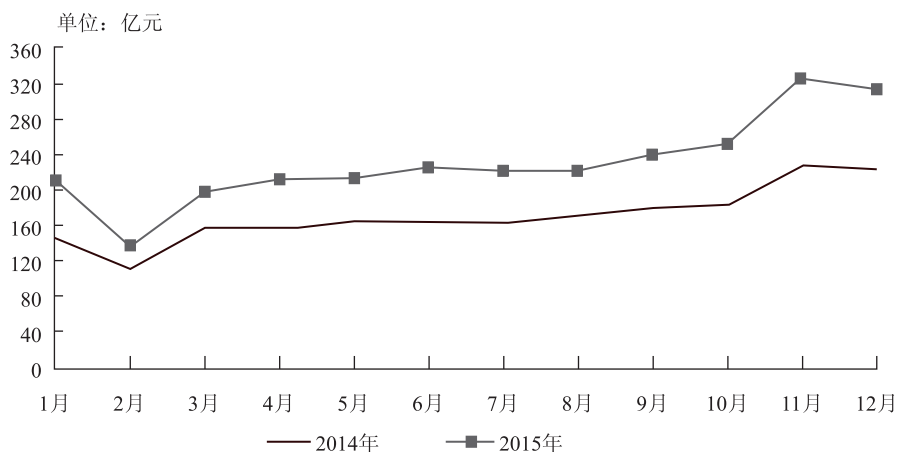


图 3-12 2015 年快递业务运行情况

数据来源：国家邮政局

<sup>①</sup> 国家邮政局. 国家邮政局公布 2014 年邮政行业运行情况[EB/OL](2015-08-03)[2016-01-27].  
http://www.gov.cn/xinwen/2015-01/15/content\_2804590.htm.

相应地，多个城市的快递包裹数有了明显增长，创出历史新高。其中，全年快递包裹数量超过10亿件的城市有5个，比2014年增加了2个；广州的快递包裹数最多，约19.5亿件；超过1亿件但不到10亿件的城市有35个。

从城市排名来看，广州、上海和北京位列三甲。深圳、杭州、金华、东莞、苏州、南京和成都分列第4至10位（参见表3-2）。

表3-2 2015年快递包裹量最大的10个城市

排名	城市	快递业务量（万件）	排名	城市	快递业务量（万件）
1	广州市	195 207.7	6	金华市	97 095.0
2	上海市	170 778.0	7	东莞市	75 121.9
3	北京市	141 447.3	8	苏州市	56 383.0
4	深圳市	140 134.9	9	南京市	50 251.9
5	杭州市	125 707.3	10	成都市	38 179.7

资料来源：国家邮政局，2016年1月

与2014年相比，深圳、杭州快递包裹数量已经突破10亿件大关，进入快递规模第一梯队；金华的包裹量接近10亿；浙江、广东、上海是为数不多的几个快递发货量明显大于收货量的省市。对全国快递包裹量增长贡献最大的城市仍是广州，但快递收入最多的省市却是上海，达到455亿元。此外，2015年“双11”期间，浙江第一次超过广东，成为“双11”当天快递数量第一的省份。

从2015年电子商务物流竞争格局看，以顺丰、四通一达为代表的第三方物流是当前移动电子商务的主流物流模式，占据了64.1%的份额，这也与当前移动电子商务应用市场以平台电商为主的格局相关，企业自建物流中心的份额为18.4%；其次是面向企业内部流程的物流供应链服务商10.3%，物流联盟企业2.4%，物流一体化应用企业2.7%（参见图3-13）。

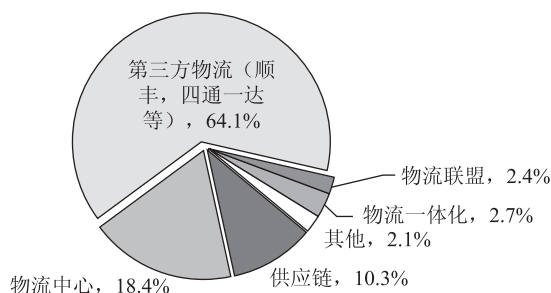


图3-13 2015年中国电子商务物流体系竞争格局

数据来源：赛迪顾问

## 2. 年度特征

(1) 快递服务单日处理量再创历史新高。2015年，受“双11”网购狂欢节强劲推动，快递全行业单日最高处理量达4.67亿件。这标志着快递服务单日处理能力迈上新的台阶。

(2) 快递业发展进入新常态。快递业务总量增长速度已从过去爆发性增加阶段向稳定增长阶段过渡,从2010年开始,全国快递业务量每年均以超过55%以上速度迅猛增长,2013年一度超过了60%。但2015年快递业务量同比增速已降到50%以下,这与宏观经济新常态的发展趋势是一致的。快递业作为经济新动能的组成部分,发展形势依然比较乐观。

(3) 中部地区快递增速迅猛。东部电商发达地区的物流增速开始放缓,广东、福建、上海等电商发达地区和城市快递业务量同比增速均降至50%以下。其中,福建、上海已低于40%,北京市快递物流规模已降至27%,除新疆、西藏等偏远省份外,胡焕庸线(即黑河—腾冲线:中国人口密度对比线)以东地区仅高于山西,这与北京电商发展规模基数有关。而京津冀一体化、首都物流功能向外疏解等国家战略方针对此亦有一定影响。此外,东部地区快递物流基数大,尽管放缓但仍保持较高的增长速度。中部地区电商与快递物流发展迅速崛起:河北、河南、安徽快递量全年增长速度均超过60%,其中河南、安徽两省甚至超过70%,这与中部地区电商发展政策、产业基础以及人口回流均有一定关系;湖北、湖南等中部省份增长稳定,但增幅并没有过于突出。

(4) 电商物流业态多元化发展。对于电商物流而言,2015年是标志性的一年,社会化仓配、跨境电商与村淘的迅速发展,使得整个业态更加多元化。随着菜鸟网络中国智能骨干网核心节点的不断竣工并投入使用,落地配的市场份额迅速增加。2015年“双11”期间,万象、晟邦等标志性落地配企业已经形成规模,国内邮政小包的应用也越来越普遍。2015年,平台型电商主要出口目标国均为“一带一路”沿线国家,大部分为欧洲发达国家,跨境物流成为“一带一路”建设的重要组成部分。随着新《国际铁路货物联运协定》等开拓性国际协议的生效,越来越多的跨境电商包裹将通过新丝路,送达到西亚、欧洲消费者的手中。

### 3.3.3 电子商务认证服务

#### 1. 市场规模

截至2015年12月31日,我国有效电子认证证书持有量合计为320 001 012张。其中机构证书31 251 291张,个人证书285 853 165张,设备证书2 896 556<sup>①</sup>张。经国家商用密码办公室批准的电子认证服务使用密码许可单位38家<sup>②</sup>。

为了促进电子商务健康发展,针对电子商务交易过程中监督约束机制不完善、行为规范不明确、信息不对称等难题,国家认监委建立了我国的电子商务认证制度,制定了“良好电子商务规范(GECP)”等一系列标准规则,运用国际通行的第三方认证方式,对电子商务的在线供应商、平台商等经营主体实施监督评价,形成了对商品质量、售中售后服务、信息安全等电子商务全过程可评价、可追溯、可持续改进机制。

① 工业与信息化部. 2015年12月份电子认证服务业动态[EB/OL](2015-08-03)[2016-01-27].

<http://www.miit.gov.cn/n1146312/n1146904/n1648374/c4620972/content.html>.

② 国家商用密码办公室. 电子认证服务使用密码许可单位名录[EB/OL](2016-01-25)[2016-03-27].

<http://www.miit.gov.cn/n1146312/n1146904/n1648374/c4620972/content.html>.

电子商务认证制度的推出,有利于进一步规范电商服务行为,引导电商企业完善内部管理体系,强化对商品和服务质量的控制,提升我国电子商务总体质量和信用水平。通过国际互认机制可以帮助我国电商企业“走出去”,促进跨境电子商务发展。同时,我国自主建立的电子商务认证制度,实现了“互联网+”时代下认证模式的创新突破,有利于我国在全球电子商务领域争取技术规则的话语权。

为了推动电子商务认证的实施,国家认监委信息中心牵头6家国内知名认证机构共同发起成立“中国电子商务认证联盟”,率先开展针对B2C商品交易类型的电商认证。2015年11月,国内首批电子商务认证证书颁发,松下、老板电器等成为第一批B2C电子商务交易服务认证获证企业<sup>①</sup>。

为了推进上海市社会诚信体系建设,上海市数字证书认证中心有限公司研发电子信用标识系统,建立以信用签发、信用获取、信用展示、信用使用等信用信息全生命周期管理的信用标识生态系统,实现电子信用标识的网上申请、签发、展示和验证。该公司还开发了“大家签”电子合同平台,并于2015年12月上线。该平台集成采用身份认证、数字证书、电子签名、数据加密、可信时间戳、电子印章、数字水印、二维码等创新性技术,提供了一套完整的互联网电子合同谈判、磋商、签署、公证、支付和信用解决方案。

2015年12月,在第二届世界互联网大会上,电子合同服务平台“中国云签”推出了微信电子签约室,发布了手机扫描身份证实名认证的最新应用,展示了手机“刷脸签约”。中国云签还与交通运输部所属的国家交通运输物流公共信息平台管理中心在杭州签订了战略合作协议,共同制定并试点推广标准化的物流行业电子单据,推动物流信息化进程。

## 2. 年度特征

(1) 新应用、新领域不断开拓。随着信息化进程的加快,电子认证技术在解决网络信任需求方面的优势已被越来越多的行业所认可,并逐步纳入到行业总体信息安全规划中,成为支撑业务创新的重要保障。这一趋势带动了电子认证业务在医疗信息化、互联网彩票、电子发票、网上证券、网上保险等领域中的应用。例如,在医疗卫生领域,随着我国新医改方案的实施,基于电子病历的医院信息系统和基于电子健康档案的区域医疗卫生平台的建设纷纷启动。卫生部已发布了关于推动电子认证服务、电子病历应用的系列规划和政策文件,将推动医疗卫生领域的电子认证市场进入快速增长阶段。

(2) “一体化”电子认证解决方案成为趋势。信息安全风险日益复杂,身份欺诈、非授权访问、行为抵赖等安全问题日益严峻,为保障网上业务的健康有序开展,需要同时满足身份认证、授权管理、责任认定等客户安全需求。因此,单一的产品或服务无法满足用户的综合安全保障需求,只有综合利用服务和多种产品形成“一体化”的解决方案,才能满足客户的网络信任需求。“一体化”的电子认证解决方案已成为行业

<sup>①</sup> 2015年11月国内首批电子商务认证证书颁发[EB/OL](2015-12-17)[2016-04-10].  
<http://www.miit.gov.cn/n1146312/n1146904/n1648374/c4620972/content.html>.

发展趋势，具备电子认证“一体化”解决方案能力的企业将具有更强的竞争优势。

(3) 电子签名市场成为行业新的增长点。信息化向深层次应用的推进，促进了各类业务中可信数据电文需求的增长。电子政务、网上银行等各类应用迫切需要建立有效的网络空间责任认定机制，以提升用户参与网络业务和网络交易的信心，建立有效的网络空间责任认定机制。近年来，电子签名业务正进入高速发展阶段，电子签名工具从单一的智能密码钥匙发展到可以应用于 iPad、手机的二维码、图形识别、指纹等多种形态的加密方法；业务模式从单一的产品销售发展到 SaaS、PaaS 等多种云服务模式；应用场景日趋丰富，各领域创新业务的不断涌现将促进电子签名市场的快速增长。

### 3.3.4 电子商务衍生服务业发展情况

伴随着电子商务交易、支付和物流服务需求的增长，2015 年，电子商务衍生“服务类应用”继续保持快速发展。来自阿里巴巴的数据显示，目前，已有数万家服务商及服务者为千万淘宝及天猫卖家提供电子商务衍生服务，年交易规模达数十亿元，提供了包括店铺装修、图片拍摄、流量推广、商品管理、订单管理、企业内部管理、质检品控、客服外包、咨询服务、人员招聘与培训等相关服务与工具几十万个，成为电子商务新的规模增长点。图 3-14 显示了阿里巴巴商业服务生态（广义）交易规模增速情况<sup>①</sup>。

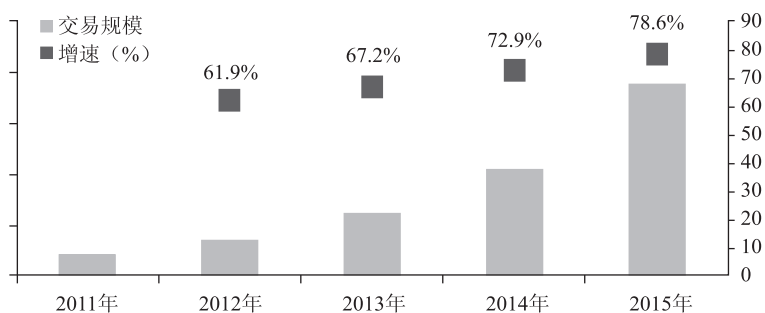


图 3-14 阿里巴巴商业服务生态（广义）交易规模增速情况

数据来源：阿里巴巴

#### 1. 电子商务运营服务业

2015 年，电子商务运营服务呈现以下特征：

(1) 跨境电子商务运营服务需求大为增加。为了满足中国消费者不断提升的消费品位和消费能力，跨境业务蓬勃发展，大量海外商家入驻，给电子商务运营服务商带来了新的机会和挑战。2015 年，天猫运营服务平台培养并输送了 112 家具备海外品牌服务能力的服务商，覆盖了主要的 13 个行业，为 275 家国际店铺提供了服务。在跨境电子商务火热发展的背景下，跨境电子商务运营服务成为新增点。其中，旺铺装修、

<sup>①</sup> 阿里研究院·阿里商业服务生态白皮书(2016)[R/OL](2016-03-04)[2016-03-26].

<http://m.taohua.com/markets/fuwu/report>.

摄影、搜索营销、信息翻译等成为需求热点，提供一站式整合服务成为主要方式。2016年，平台计划将继续培育和输送更多具备跨境服务能力的服务商，助力跨境业务发展。

(2) 移动运营服务快速增长。伴随移动互联网爆发式增长，移动运营服务快速增长。相对于PC端，移动端的运营服务“多平台发展”的特征更加明显。企业比较普遍的情况是同时在手机淘宝、手机天猫、微信、微博等多个平台开展营销、销售、售后服务等业务。来自于阿里巴巴最大的移动端商家操作平台——“千牛”平台的数据显示，从2013年年底以来，通过千牛移动平台端进行移动办公活跃用户呈爆发式增长，截至2015年年中，千牛移动端的月活用户数已经超过600万。目前，商家开店必备的大部分核心功能，包括开店、商品发布、交易、数据、直通车、贷款等，都已实现了移动化。

(3) 全渠道打通线上线下。一批品牌企业已经利用全渠道的运营思维，通过优化利益分配机制，逐步实现了线上线下融合。这些品牌企业不仅打通了线上线下系统，实现了线下门店商品和线上同款商品的库存共享，而且尝试线上订单下行就近门店发货、门店自提、门店扫码购订单上行电商仓发货（或其他门店发货）等多样运营方式。阿里巴巴为商家提供了一套名为“奇门”的准标接口，满足商家打通线上线下商品配送需求。2015年“双11”购物节中，菜鸟网络通过奇门准标接口实现了与落地配送公司的对接，为门店发货解决了配送时效问题，给消费者带来超预期的物流体验。

## 2. 电子商务信息技术服务业

2015年，电子商务信息技术服务呈现以下特征：

(1) 基于云计算进行协同创新。越来越多服务商基于云计算共享数据，进行多样化的协同创新。以往，服务商之间因为数据不共享，难以产生协同创新。伴随着技术的进一步完善，公共云服务安全性、可靠性进一步为各类企业所认可；同时其特有的灵活配置、低成本、无须一次性大额投资等优势将吸引更多的中小企业采用公共云服务，这些都将使得其渗透率不断提高。例如，阿里云面向中小企业客户提供完整的公共云服务体系，包括弹性计算服务、数据服务、存储服务和安全服务等。

(2) 电商创新服务生态体系初具雏形。2015年，移动电商服务应用创立、分发、运营、管理等各个环节连接成相对完善的服务体系。截至2015年7月，阿里云已经有了50多个阿里云上的解决方案，这些解决方案都是合作伙伴基于阿里云提供的基础设施开发的，涉及电商、制造、金融、政务、医疗、视频、游戏、多媒体等50多个应用领域，涵盖物联网、O2O、P2P等多个创新应用方向。据分析机构估算，应用阿里云计算的合作伙伴具有明显更好的毛利润百分比（1.5倍）、重复购买率（1.6倍）和新客户比例（1.3倍）。

## 3. 电子商务营销服务业

2015年，电子商务营销服务呈现如下特征：

(1) 大数据应用提升电子商务平台精准营销水平。通过数据交换，门户网站、论坛社区、微博微信、视频网站、电商网站等不同网络平台之间实现数据共享，对同一消费者的偏好兴趣、网络行为等更全面的了解，以此为基础实现跨平台的精准营销，

给消费者带来不同的体验。2015年，阿里巴巴集团全新推出“聚星台”产品，以全面客户数据为基础，为商家运营赋能。北京亿玛在线公司依托在线销售、在线营销和大数据管理三位一体的平台模式，为大型 B2C 电商、在线品牌商以及互联网金融、网络游戏等电商企业提供大数据服务。

(2) 程序化营销进入快速增长阶段。基于数据驱动和实时竞价，程序化营销支持实时确定广告投放对象、时间、方式等，从而提高广告精准度和营销回报。2015年，程序化营销进入快速增长阶段，从根本上改变了传统的粗放式的广告投放模式。京东准通一体化营销生态全面升级，让营销变得更简单。“御膳房梦工厂”通过深度自定义数据加工，开发进出口奶业务需要的奶源地、脂肪含量等标签，为蒙牛提供专业的产品数据系列化支撑服务。360 大数据平台“商易”与 360 营销平台“点睛”相辅相成，将大数据与用户生命周期进行完美的有机结合，构建了一个从广告展现到产品购买的完整的广告营销生态链。

#### 4. 电子商务数据分析服务业

电子商务数据分析服务正处于快速发展过程中，服务内容、形式比较多样。上海商学院在电子商务专业中专门设立了电子商务数据分析方向，将网络数据分析分为五类：

(1) 网店分析，主要分析流量、交易、商品等网店数据，支持网店运营工作，这是应用最广泛的服务之一；

(2) 客户分析，主要分析网店消费者或采购商的规模、构成、分布、访问或购买行为等，支持客户开拓、客户维系、客户关怀等工作；

(3) 业务分析，主要分析网商在采购、营销、仓库、售后服务、人力资源等环节的数据，支持企业管理和业务优化；

(4) 财务分析，主要分析企业的财务数据，支持企业经营和财务工作；

(5) 市场分析，主要分析行业状况、发展趋势、竞争态势等，支持企业决策。

2015年，电子商务数据分析服务呈现以下特征：

(1) 多样化服务满足不同需求。针对共性需求，数据分析服务商通过通用软件的方式来满足小微网商需求。针对个性需求，数据分析服务商提供定制软件、解决方案等方式满足大中网商的需求。

(2) 数据分析服务移动化。随着网商移动工作平台（如千牛）的快速扩散，数据分析服务商可以通过插件、APP 等方式提供移动化的数据分析服务。

(3) 数据分析与其他众多服务融合。随着数据在电子商务各个环节广泛应用，数据分析与 IT 系统、运营外包、人员培训、客户关怀等电子商务衍生服务融合，既是这些服务的新内容，也是数据服务应用场景多样化的表现。

#### 5. 电子商务园区

电子商务园区发展日益成熟，开始从原有的简单集聚型粗放式发展，向多元化、综合化、供应链化迈进，其服务主体也不仅仅包括网商和衍生服务商，更包括 B2B 企业、云计算服务商、创业企业，甚至电子商务制造业等主体。

随着电商园区的多元化与服务业的多样化，园区服务也在沿着以下路径发生变化：

(1) 1.0 基础配套服务体系：包括最主要的物业服务、生活配套以及智能园区服务

等，以硬件条件和基础服务为主。

(2) 2.0 成长助力服务体系：帮助电商成长，为“双创”提供更有力的帮助，电商孵化功能较强。比如金融服务、设备租赁、仓单质押、劳动力输送供给、软性操作系统、运力对接、融资担保、中小商家弹性解决方案等。

(3) 3.0 供应链增值服务：重塑供应链，从产业链角度引入电子商务经济上下游企业，为企业营造良好的产业环境，提供数据支持，提供商务网络，甚至提供品牌背书。

2015年，电子商务园区呈现的发展特征主要表现在以下几个方面：

(1) 电子商务园区规模不断扩大。截止到2016年3月，全国电子商务园区数量达1145家，同比增长约125%，电子商务园区建设热潮仍在持续。此外，科技园、创业园等产业园区也集聚了一批网商。

(2) 地理大集聚和个体小规模。从地理分布来看，全国电子商务园区呈现明显的不均衡性，主要集中在浙江、广东、江苏、福建、山东等省，这五省的电子商务园区数量合计占比超过70%，可以看到电商产业园的发展与区域经济正相关，经济发达，观念开放的地区，电商园区的发展越快速<sup>①</sup>。另外，大部分电商产业园呈现出小规模的特点，据统计，全国大部分电商园区面积低于5万平方米，有的园区建筑面积小于5000平方米。

(3) 从产业基地向创业基地发展。很多电商产业园已不再是单纯的网商产业基地，开始向创业园方向发展，成为信息经济条件下的孵化器。一些电商产业园越来越重视孵化功能，在电商园区的基础上再建立创客空间。

(4) 园区发展供应链化。随着电子商务经济体系的不断成熟，一些电商园区开始在线下重塑供应链，从简单基础配套服务体系，到成长助力服务体系，慢慢发展为供应链增值服务体系。从简单聚合网商和支撑、衍生服务商的1.0模式，向集物流快递、网络零售、B2B、电商工厂于一身的综合供应链体系，形成电商生态的供应链最优化转型，纵向涵盖产业链上下游，横向辐射支撑服务业、衍生服务业等业态，以数据化支撑带动产业集聚物理空间最优组合，形成信息经济新供应链体系。

(5) 园区发展出现生态化集聚。近两年，电子商务园区的发展不仅出现规模化，而且表现出网商集聚、服务聚合、创新整合的生态化集聚状态。表3-3反映了不同形态的电子商务园区生态化集聚的差异<sup>②</sup>。

表3-3 不同形态电子商务园区生态化集聚的差异

形态	网商集聚	服务聚合	创新整合
入驻企业	网商为主	网商、服务商等	网商、服务商等
企业间关系	入驻企业相对独立，园区与企业间关系较弱	入驻企业之间建立多样联系，园区与入驻企业间关系较弱	入驻企业之间建立多样联系，部分之间建立较强关系，园区与入驻企业间关系较强

① 阿里研究院. 中国电子商务园区发展报告(2014—2015)[R/OL](2016-03-04)[2016-03-26].  
http://i.aliresearch.com/img/20150401/20150401114309.pdf.

② 阿里研究院. 中国电子商务园区发展报告(2014—2015)[R/OL](2016-03-04)[2016-03-26].  
http://i.aliresearch.com/img/20150401/20150401114309.pdf.

续 表

形态	网商集聚	服务聚合	创新整合
配套服务	生活服务为主	生活服务、商务服务，部分园区还引入政务服务	生活服务、商务服务，园区创新整合部分服务（如仓储、IT等）
重点工作	招商	招商、运营	运营、服务
盈利模式	租金收入、政府补贴	租金收入、增值服务、政府补贴	增值服务、租金收入

资料来源：历次《中国互联网络发展状况统计报告》

## 6. 电子商务服务站

电子商务服务站为消费者提供包裹收发、自取自提、导购代购、生活缴费等综合性电子商务服务。服务站一般靠近居民区、高校、办公区等人口相对密集的区域，有的站点是公司专职负责运营，有的是兼职服务，随着电商经济的成熟，服务站点的主体越来越多元化，不再局限于以往便利店、物业等一般主体。

电子商务服务站根据其地理位置，可以分为两类：

(1) 城市服务站体系。在城市出现了大量以物流服务为主体的服务站，如菜鸟驿站、蜂巢、嘿客、落地配合作网点等。以代收、配送等物流服务为主，其他为辅，代收服务和自动快递箱服务一定程度上解决了消费者隐私与重复配送等问题。落地配网点有一大部分是从传统服务网点转型而来，如送报网点。

(2) 农村服务站体系。阿里巴巴、京东等平台企业渠道下沉向农村渗透，在农村开设县级运营网点和村级运营站点。村级站点主要有代购、导购、担保等功能，站点经营者多为合作形式参与的当地人，除代购等主要职能外，有些站点还涵盖了商品展示等功能。县级网点包括管理、培训和物流功能。目前大部分快递末端网点只能到县，从县到村之间的物流，由区域物流企业和地方邮政承担，农村物流采用 T+1 模式，即当天电商货物存储在县域服务站，第二天由区域物流企业发送到各村级站点。

## 3.4 电子商务服务业未来展望

### 3.4.1 在线商业服务生态系统将成为现代服务业核心

基于全新的信息技术——“云计算”、“互联网”和“智能终端”，电子商务中涌现出大量新的商业服务模式。这些新技术和新模式对现有的电子商务带来三方面的重要影响：

(1) 服务范围从外部市场交易向企业内部运营渗透，通过提供在线软件和信息系統服务——如在线 ASP、CRM 和财务管理等，为企业提供全面 IT 运营服务；

(2) 交易服务的服务环节开始从交易前向交易中和交易后延伸，交易服务平台正在有选择地针对一部分类型的企业、产品和服务，提供在线成交和交割服务；

(3) 电子商务及网商生态体系日益完善，第三方支付、现代物流等支撑服务业加速发展，与传统产业进一步融合，技术创新、商业模式创新步伐也正在加快。

随着越来越多的服务、企业和消费者加入，电子商务市场将形成了一个不同于以往的商业服务生态，该生态仍将不断吸引着更多的参与者加入其中，并不断发展成为未来现代服务业的核心。

### 3.4.2 平台模式是电子商务服务业的核心将达成共识

未来，服务平台的服务模式将继续创新，在服务环节、服务范围和服务功能上均实现大的突破。“平台”将扮演“公共服务”的角色，成为信息社会重要的商业基础设施。

基于平台的集成化，越来越多的信用、认证、支付和现代物流等服务集成于在线商务服务平台上，从而进一步提高整个电子商务服务业的服务水平。

综合性服务平台与行业性服务平台摆脱低水平竞争，充分保持和发挥各自的优势，不断走向合作乃至融合，构造“互为平台”的服务新模式。“工具性平台”向“生态性平台”升级。

### 3.4.3 技术创新仍将继续快速推动商务服务创新

云计算、大数据、物联网、移动互联、人工智能、虚拟现实等技术创新将为电子商务服务模式创新和商业模式创新提供新的发展动力和拓展空间。

云计算将为商务服务提供强大的技术支持，解决计算能力、存储空间、带宽资源等瓶颈问题。未来的商务软件与服务，将广泛部署在云计算平台上。

大数据不仅能够为营销提供帮助，还能为企业日常经营、生产、创新提供支撑。目前大数据相关服务已延伸到零售、金融、教育、医疗、体育、制造业、影视、政府部门等各行各业。

物联网将有利于提升电子商务活动中信息获取、储存、处理和传递的效率与智能化水平，并将在信息、支付、物流等领域给商业带来前所未有的变化。

移动互联网让电视、电脑、PAD、手机等构成的立体化商务体系将逐渐成形，移动互联网将向商务、工作、生活和学习等各个领域加速渗透，并日益普及。

人工智能将重新组织已有的知识结构，使电商服务平台具有与人沟通交流的初步能力，不仅可以帮助企业更好地了解电商参与人的行为特点，也可以提供更加智能的服务。

虚拟现实可以通过视觉、听觉、触觉、嗅觉、味觉等对人体进行全方位模拟，让消费者拥有更加“身临其境”的体验，也必将带来更多的创新。

## 第4章 工业电子商务发展专题报告

加快新经济的发展，需要有新动能的异军突起和传统动能的改革转型。电子商务作为新经济的典型代表，通过最先进的信息技术的实际应用，对传统产业产生了巨大的冲击，并带动传统产业加快转型发展的步伐。本专题报告从制造业和流通业两个方面，重点介绍了2015年中国电子商务向传统产业渗透，与传统产业融合发展的情况。

### 4.1 总体情况

2015年，面对复杂多变的国际环境和艰巨繁重的国内发展改革稳定任务，我国工业行业坚持稳中求进工作总基调，全力深化改革开放，着力创新宏观调控，努力培育创新动力，工业行业在新常态下保持了平稳运行。2015年，规模以上工业企业实现主营业务收入110万亿元，比上年增长0.8%，实现利润总额63554亿元，实现主营业务利润58640.2亿元<sup>①</sup>。2015年，国家统计局利用企业“一套表”平台，通过联网直报的方式，对90.6万家企业<sup>②</sup>的电子商务情况进行了调查。调查数据显示2014年全国大中型工业企业（制造业、采矿业、电力热力燃气供应业）电子商务交易额达35120.35亿元，其中电子商务采购金额达29699.2亿元，电子商务销售金额达40541.5亿元（其中，B2B销售金额达到38375亿元）<sup>③</sup>。2015年中国大中型工业企业电子商务交易额达42144.4亿元。表4-1显示了2014年国家统计局对全国37万余家大中型工业企业有关电子商务的调查数据。

表4-1 2014年工业行业电子商务采购、销售交易额及所占比例调查表

行业	企业数(个)	有电子商务的企业(个)	比重(%)	全年电子商务交易额(亿元)	电子商务销售额(亿元)	B2B销售金额(亿元)	B2C销售金额(亿元)	电子商务采购额(亿元)
总计	372241	30411	8.2	35120.35	40541.5	38375	1955.6	29699.2
采矿业	15654	180	1.1	547.3	154.5	153.4	0.5	940.1
制造业	347376	29938	8.6	32385	40314.4	38154.0	1950.8	24455.6

① 国家统计局. 2015年全国规模以上工业企业利润总额比上年下降2.3%(2016-01-27)[2016-01-27].  
[http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201601/t20160127\\_1310925.html](http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201601/t20160127_1310925.html).

② 调查企业包括：年营业收入2000万元且从业人员300人及以上的工业企业、有资质的建筑企业、年营业收入4亿元且从业人数200人及以上的批发业和年营业收入2亿元且从业人员300人及以上的零售业、全部房地产开发经营法人单位、年营业收入1000万元及以上或期末从业人员50人及以上的服务业法人单位。

③ 根据国家统计局对全国85.4万余家大中型工业企业信息化调查数据，对2013年大中型工业企业电子商务交易额进行修正。

续表

行业	企业数 (个)	有电子商务 的企业(个)	比重(%)	全年电子商 务交易额 (亿元)	电子商务 销售额 (亿元)	B2B 销售 额(亿元)	B2C 销售 额(亿元)	电子商务 采购额 (亿元)
电力、热 力、燃气 及水生产 和供应业	9 211	293	3.2	2 188.05	72.6	67.6	4.3	4 303.5

资料来源：国家统计局

此外，在各级政府的积极引导和推动下，工业企业电子商务应用进一步普及和深化，并通过供应链纽带、上下游配套和技术扩散等途径带动了一批小企业电子商务的应用，逐步整合和优化供应链中的信息流、物流、资金流，形成互动友好的工业电子商务生态圈，促进产业链的协同发展。尤其是随着业务的不断拓展与运营经验的逐步积累，一些龙头企业自建的电子商务平台对上下游信息的整合能力及相关企业的辐射能力迅速提升，呈现出逐渐向第三方行业性平台转型的发展趋势，从而带动更多中小企业协同发展，对行业产生愈加重要的影响。根据中国两化融合服务联盟对全国52 432个工业企业调查数据结果显示，截至2015年12月，电子商务在我国工业企业的普及率已达49.55%，其中，有电子商务销售的企业比例为37.64%，有电子商务采购的比例为36.83%，既有采购也有销售的比例为24.92%。

## 4.2 工业电子商务发展现状

### 4.2.1 消费品行业电子商务发展水平较高

当前我国工业电子商务的发展呈现出明显的行业差异。首先，从电子商务采购和电子商务销售普及率来看，当前电子商务应用水平较高的工业行业主要集中在消费品工业和装备工业，如文教、工美、体育和娱乐用品制造业，烟草制造业，家具制造业，食品制造业，仪器仪表制造业，汽车制造业，计算机、通信和其他电子设备制造业等。这些行业的电子商务普及率在工业行业中遥遥领先，明显高于我国目前工业总体的电子商务普及率（参见图4-1、图4-2）。尤其是在文教、工美、体育和娱乐用品制造业以及仪器仪表制造业中，电子商务采购和销售的普及率均超过50%。在原材料工业行业中，如石油加工、炼焦和核燃料加工业、金属制品业等，电子商务采购和销售的普及率虽然不到50%，但也高于我国目前工业总体的电子商务普及率。总的来看，电子商务与我国消费品行业的融合更为深入。

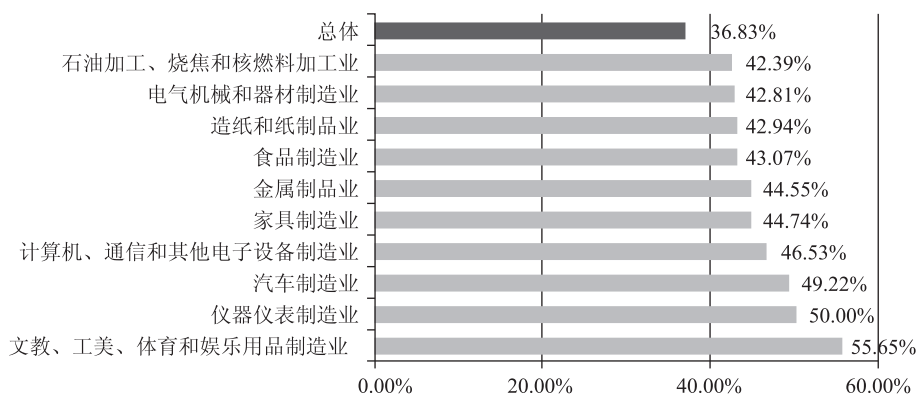


图 4-1 电子商务采购普及率前十大工业行业

数据来源：中国两化融合服务联盟

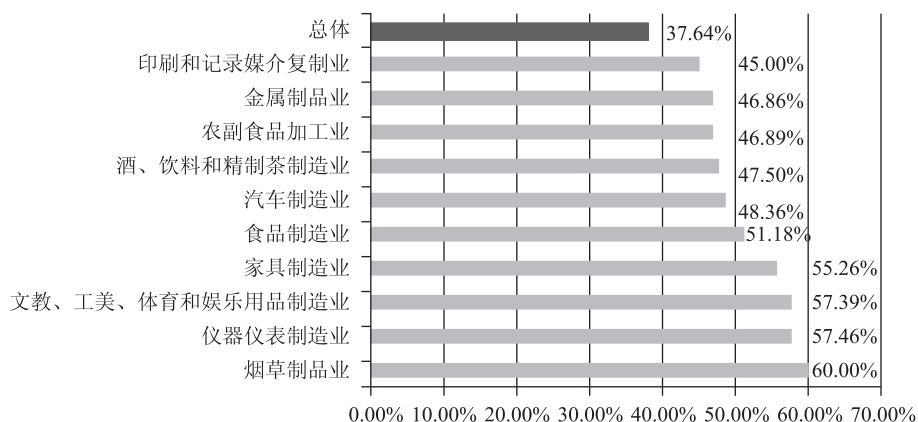


图 4-2 电子商务销售普及率前十大工业行业

数据来源：中国两化融合服务联盟

其次，从网上采购额和网上销售额占比来看，部分电子商务采购和销售普及率较高的消费品工业和装备工业在各行业中依然遥遥领先，如烟草制品业，家具制造业，文教、工美、体育和娱乐用品制造业，汽车制造业等（参见表 4-2），进一步显示出电子商务在消费品工业和装备工业中的深度应用。而部分原材料业，如石油和天然气开采业，虽然总体上电子商务普及率不及消费品工业及装备工业，但网上采购额或销售额的占比却十分突出。石油和天然气开采业的网上采购额占比位居各行业榜首，高达 95.82%，网上销售额占比也达 22.69%，位居各行业第五位。这种情况说明，B2B 电子商务在原材料行业中仍有巨大的发展潜力。

表 4-2 网上采购额和网上销售额占比前十大工业行业

排 名	网上采购额占比前十大行业		网上销售额占比前十大行业	
	行 业	占比 (%)	行 业	占比 (%)
1	石油和天然气开采业	95.82	烟草制品业	92.35
2	汽车制造业	72.12	家具制造业	49.60

续表

排 名	网上采购额占比前十大行业		网上销售额占比前十大行业	
	行 业	占比(%)	行 业	占比(%)
3	家具制造业	56.21	黑色金属矿采选业	35.31
4	医药制造业	55.91	汽车制造业	30.54
5	其他采矿业	52.26	石油和天然气开采业	22.69
6	酒、饮料和精制茶制造业	45.06	文教、工美、体育和娱乐用品制造业	21.08
7	烟草制品业	44.65	其他采矿业	16.82
8	电力生产和供应业	43.08	印刷和记录媒介复制业	15.07
9	化学纤维制造业	30.61	专用设备制造业	13.97
10	印刷和记录媒介复制业	27.80	金属制品业	13.07
	总体	20.76	总体	1.32

数据来源：中国两化融合服务联盟

工业电子商务行业发展的差异受多种因素影响。首先，工业电子商务应用水平受市场结构和企业规模影响。其次，工业电子商务应用水平受市场产品生产和流通标准化程度影响。统一规范产品标准，明晰生产流通流程能够有效促进工业电子商务的应用。而产品标准不统一，流程不规范，质量难以控制则成为工业电子商务发展的客观制约因素。最后，工业电子商务的应用水平受行业信息化发展水平和企业信息化发展水平的直接影响。以上各种原因共同作用，形成了工业各行业电子商务发展不平衡的现状。

#### 4.2.2 经济发达地区工业电子商务发展水平较高

与行业发展类似，工业电子商务在我国各区域的发展也呈现出明显的梯度差异。各省市工业企业的电子商务采购和销售的普及率以及网上采购额和销售额的占比情况如图4-3、图4-4和表4-3所示。当前我国工业电子商务呈现出以华东、华北和华南地区为主，华中、西南和西北等地逐步崛起的发展态势。

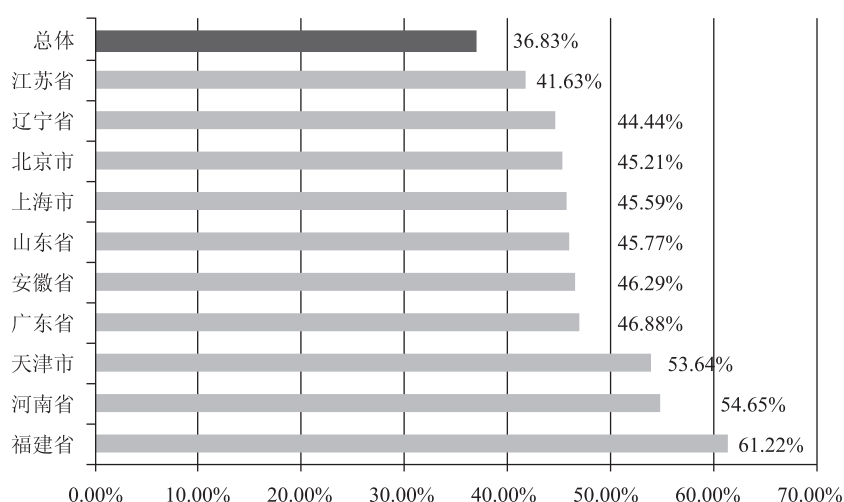


图4-3 工业电子商务采购普及率前十大省市

数据来源：中国两化融合服务联盟

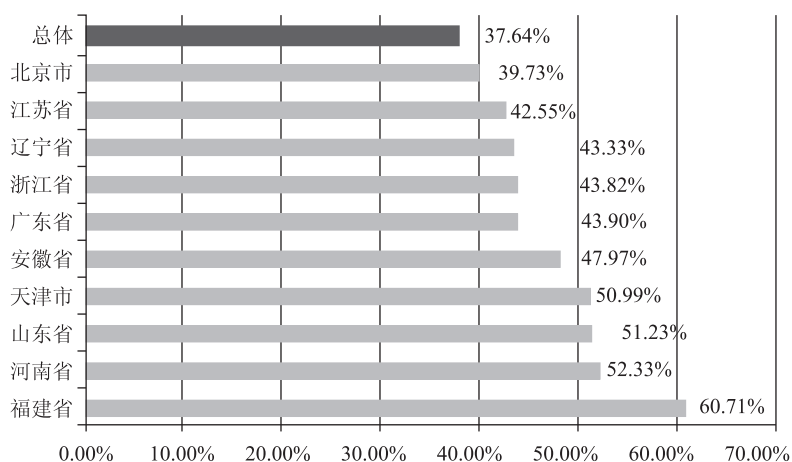


图 4-4 工业电子商务销售普及率前十大省市

数据来源：中国两化融合服务联盟

表 4-3 网上采购额和网上销售额占比前十大省市

排 名	网上采购额占比前十大省市		网上销售额占比前十大省市	
	省 市	占比(%)	省 市	占比(%)
1	北京市	88.98	北京市	76.21
2	上海市	50.41	福建省	27.02
3	辽宁省	48.33	上海市	24.34
4	江苏省	44.83	湖南省	11.85
5	安徽省	42.62	广东省	7.47
6	江西省	30.35	江苏省	5.63
7	四川省	22.60	辽宁省	4.85
8	河南省	19.28	安徽省	3.92
9	陕西省	18.97	天津市	3.58
10	湖北省	16.81	浙江省	3.48
	总体	20.76	总体	1.32

数据来源：中国两化融合服务联盟

具体来看，在北京、上海、福建、广东和安徽等为代表的多个大城市和东部沿海省份，工业电子商务已经较为普及并得到了深度应用。首先，这些省市的电子商务采购和销售的普及率几乎均达 40% 以上，其中福建省甚至高达 60% 以上，展现出工业电子商务在这些区域蓬勃发展的态势。其次，这些省市网上采购额和网上销售额的占比也十分突出，其中北京市网上采购额占比高达 88.98%，网上销售额占比高达 76.21%，在各省市中名列第一。

相比之下，从河南、江西、湖北、湖南、四川和陕西等中西部省份的数据来看，虽然从整体而言工业电子商务的普及率并不高（河南除外），但网上采购额和销售额的占比却在各省市中排名较为靠前，尤其在网采方面。其中，四川和江西的网采额占比分别达到 30.25% 和 22.60%，明显高于各地区的总体发展水平。这也为中西

部地区未来发展工业电子商务打下了坚实基础。

工业电子商务应用的区域不平衡现象主要受区域经济发展不平衡因素影响。主要影响因素有两个。第一，经济发展是电子商务发展的基础，为电子商务的发展提供基础设施条件和技术应用条件。经济越发达地区，其工业电子商务发展也越快。第二，电子商务发展受不同区域电子商务意识影响。电子商务本身是一种创新的、知识密集的现代商务形式，其发展水平与企业的现代经营意识、信息化水平和人力资源条件等内部因素及市场公共条件等外部因素有密切关系。电子商务发展意识越先进的地区，其工业与电子商务的融合也越容易。我国幅员辽阔，区域之间经济发展水平不平衡，产业结构、电子商务发展的要素条件和需求情况有很大差异，导致西部地区和中小城市与东部沿海地区和大城市的电子商务发展水平形成了较大差距。

### 4.2.3 大中型工业企业电子商务发展水平较高

工业企业规模和电子商务发展水平密切相关。由图 4-5 可见，随着工业企业规模的逐步扩大，电子商务采购和销售的普及率均不断提高，即企业规模和电子商务的应用水平间呈现出显著的正相关关系。如 300 人以下的小型工业企业电子商务采购和销售的普及率仅分别为 34.74% 和 35.92%，而 10 000 人以上的大型工业企业电子商务采购和销售的普及率则分别增至 52.77% 和 57.02%。

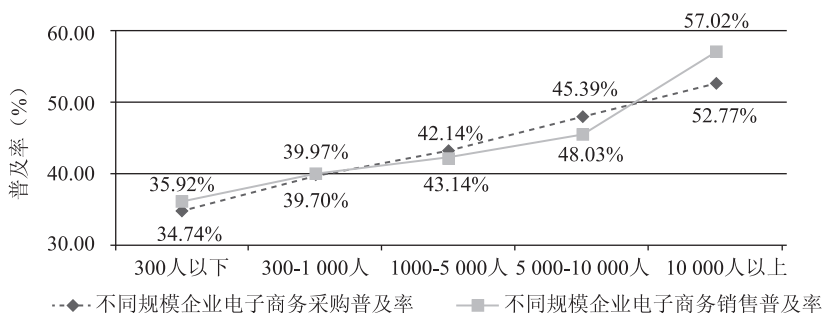


图 4-5 不同规模工业企业电子商务普及率

数据来源：中国两化融合服务联盟

从网上采购额占比来看，工业企业规模和电子商务应用深度之间仍基本保持了正相关关系，即规模越小的工业企业网上采购额占比越低，如 300 人以下小型企业网上采购额的占比仅为 2.70%，在各类工业企业中排名最后；规模较大的工业企业网上采购额占比也相对越高，如 10 000 人以上大型企业的网上采购额占比高达 46.02%，在各类工业企业中居于第一位（参见表 4-4）。

表 4-4 不同规模工业企业网上采购额和销售额占比及排名

排 名	网上采购额占比排名		网上销售额占比排名	
	企业规模	占比 (%)	企业规模	占比 (%)
1	10 000 人以上	46.02	5 000~10 000 人	3.13
2	300~1 000 人	11.79	300 人以下	2.73

续 表

排 名	网上采购额占比排名		网上销售额占比排名	
	企业规模	占比(%)	企业规模	占比(%)
3	5 000~10 000 人	8.17	1 000~5 000 人	1.42
4	1 000~5 000 人	7.87	300~1 000 人	0.88
5	300 人以下	2.70	10 000 人以上	0.85
	总体	20.76	总体	1.32

数据来源：中国两化融合服务联盟

#### 4.2.4 工业电子商务发展水平与企业两化融合发展水平正相关

当前，我国工业企业两化融合发展可具体划分为起步建设、单项覆盖、集成提升和创新突破四个发展阶段，工业企业两化融合的发展水平与电子商务的应用水平间密切相关。如图 4-6 所示，两化融合发展水平越高的工业企业，电子商务的普及率越高，即两者间呈现出显著的正相关关系。如在起步建设阶段的工业企业中，电子商务采购和销售的普及率仅分别为 15.78% 和 18.15%；而在处于两化融合最高发展阶段创新突破阶段的工业企业中，电子商务采购和销售的普及率则分别高达 86.94% 和 80.92%。

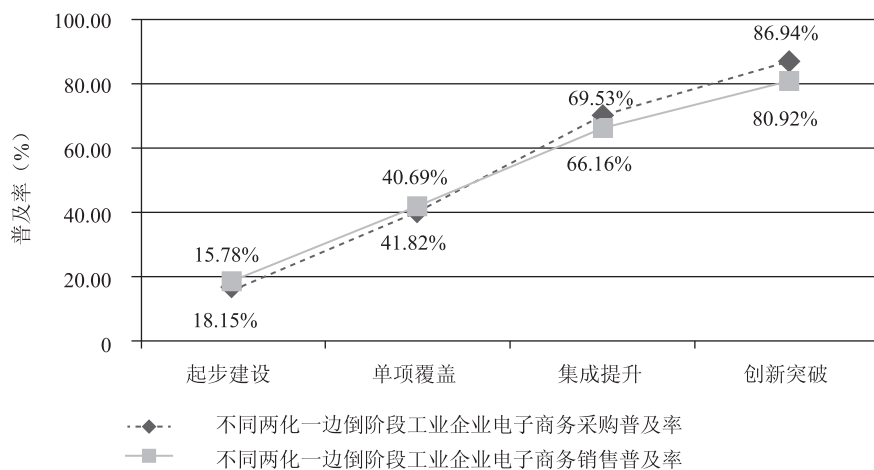


图 4-6 不同两化融合发展阶段工业企业电子商务普及率

数据来源：中国两化融合服务联盟

从电子商务采购额和销售额占比来看，工业企业的两化融合发展水平与电子商务的应用深度间也基本保持了正相关关系——两化融合发展水平越高的工业企业，电子商务的应用也相对越为深入，网上采购额和销售额占比相应越高（参见表 4-5）。如起步建设阶段的工业企业网上采购额和销售额占比均明显低于工业企业总体发展水平，在各类工业企业中排名最后，而集成提升、创新突破阶段工业企业的表现则十分突出，其中集成提升阶段企业的网上采购额占比高达 43.09%，而创新突破阶段企业的网上销售额占比高达 53.97%，分列各类工业企业发展阶段的第一位。

表 4-5 不同两化融合发展阶段工业企业网上采购额和销售额占比情况

排 名	网上采购额占比排名		网上销售额占比排名	
	发展阶段	占比(%)	发展阶段	占比(%)
1	集成提升	43.09	创新突破	53.97
2	单项覆盖	12.11	集成提升	11.12
3	创新突破	8.66	单项覆盖	0.37
4	起步建设	0.21	起步建设	0.11
	总体	20.76	总体	1.32

数据来源：中国两化融合服务联盟

## 4.3 工业电子商务发展的主要特点

### 4.3.1 集采集销平台构筑协同发展新优势

随着工业化思维向互联网思维的转变，传统工业企业尤其是大中型企业纷纷开展电子商务，加快了转型步伐。

一方面，大型工业企业纷纷建立网络集中采购平台和分销平台，增强了企业采购行动的协调性和竞争力，降低了采购成本；同时也提升了产品分销和售后服务水平。如中国石油化工集团结合公司物资采购与供应实际，建成了集采购、销售功能于一体的易派客电子商务平台，并设有专业的 B2B 物资采购流程，具有会员管理、商品管理、订单管理、交易评价、运营服务等功能，交易的品种包括钢材、煤炭、炼化三剂及油田化学剂、包装物、劳保用品、杂品、石化专用设备、电子工业产品及元器件、低压电器元件及附件、通讯器材、通用仪器仪表、专用工具、紧固件等 13 大类物资、2055 种商品、70 万种单品。自 2015 年 4 月 1 日正式上线以来，易派客大幅降低了物资采购供应成本，推动了阳光采购。

另一方面，大型工业企业通过自建电商平台，推动了电子商务与内部业务和管理信息系统的集成，实现了对上下游信息的迅速整合以及对中小企业的辐射引领，不仅加速了供应链协同发展，而且实现了商业模式创新，赢得了信息化环境下的新竞争优势。如北汽福田集团以原有供应链电子商务模型为基础，整合销售、生产、采购、财务和售后服务等信息系统，构建了基于汽车行业供应链协同的公共电子商务平台，为整车厂、供应商、经销商提供高效便捷的生产计划、采购资源、物流配送、售后服务和金融服务等信息支持，实现物流信息服务、整车销售以及售后服务等与生产制造供应链协同系统的业务整合。通过此平台的建立，将整合超过 10 000 家以上的供应商及其相关企业群，基本上涵盖了我国离散型大型制造企业供应链业务从上游到终端所有的节点，将极大改变目前国内企业在供应链电子商务方面的重复投资与浪费现状。初步估计，此电子商务协同平台的实施仅汽车行业就将为企业节约超过 10 亿元以上的成本。

### 4.3.2 中小工业企业依托第三方平台不断开拓电子商务应用

中小型工业企业因为不具备自建平台的资源和优势，选择了依托综合型电子商务

平台（阿里巴巴、慧聪网、敦煌网）、针对细分行业专注于产业链产品交易的垂直型平台（找钢网、钢银在线）或单品类第三方平台（聚焦于某一类工业产品的品种型平台）的方式开拓上下游客户群体，拓展营销渠道，开拓市场。同时，中小工业企业充分利用第三方电子商务平台所给予的集成在线融资、供应链管理和信息咨询等多项创新服务，突破了工业产业链各环节的障碍，产生了商业模式、业务范围的新模式、新机会，新气象，不断提升工作效率，优化业务流程，转型升级。如广州嵘克保化工有限公司 2014 年 10 月成功入驻慧聪网，2015 年 1 月实现在线交易总金额达到 707 000 元，2 月实现在线交易总金额 423 600 元。

### 4.3.3 行业性电子商务平台不断创新服务体系，延伸服务功能

1688、慧聪网、敦煌网、中国制造网等综合型电子商务平台纷纷探索在提供信息发布的基础上向交易服务、供应链金融等方向转型。如“诚信通”为从事国内贸易的中小企业提供网上交易服务；“伙拼”提供批发型团购服务；“淘工厂”提供电商卖家与工厂的加工定制服务。

行业性工业电子商务服务平台是工业企业供应链协同的重要补充，在间接生产资料的网上采购、渠道外产品的网上销售和废旧设备的网上拍卖等方面相对传统线下方式具有巨大优势。行业性电子商务服务平台以支持工业产品流通为主要目的，提供网络交易、物流服务、融资服务、加工配送等服务，已逐渐成为工业电子商务发展的重要依托和有效保障。如欧冶云商、快塑网、易煤网、上海有色网等行业性电子商务平台的业务范围均已向网上交易、物流配送、信用支付等方向延伸。

### 4.3.4 工业电子商务助力“中国制造 2025”

《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》<sup>①</sup>明确提出利用电子商务创新工业生产组织方式；《工业和信息化部关于印发贯彻落实〈国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见〉行动计划（2015—2018 年）的通知》<sup>②</sup>部署了推动工业电子商务平台、第三方物流、互联网金融等业务协同创新和互动发展的培育行动。

在国家政策的大力支持下，我国工业电子商务快速发展，成为引领“中国制造 2025”的重要推动力。我国重要工业企业深度利用电子商务，例如，海尔集团建立了“全流程并联交互创新生态体系”，通过开放式网络创新平台，从众多的个性化需求中提取出共性需求，形成了用户需求与全球一流创新资源的高效对接。三一集团自主研发了 ECC（企业控制中心）系统，集成了大数据与物联网技术，累计接入设备超过 20 万台，使遍布全球各地的设备通过安装在设备上的各类传感器适时向 ECC 传回数据。淄博柴油机总公司的内燃机产业链数字化平台有效协同了 1100 多家机械制造供应商群

① 国务院办公厅．国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见[EB/OL]（2015-09-18）[2016-02-26]. [http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-09/29/content\\_10204.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-09/29/content_10204.htm).

② 工业和信息化部．工业和信息化部关于印发贯彻落实〈国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见〉行动计划（2015—2018 年）的通知[EB/OL]（2015-11-25）[2016-02-26]. <http://www.miit.gov.cn/newweb/n1146290/n4388791/c4538291/content.html>.

体、2400多家内燃机市场用户群体，建立起独具特色、适应市场需求的供应链管理体系，广东省打造市一级“工业云”平台，初步构建了与省级“广东工业云”紧密衔接、各具特色的云平台服务体系，推动100家骨干企业率先进入“广东工业云”公共服务平台，带动了超过5000家中小企业上线应用，提供服务产品达500项，服务企业2万次以上。

### 4.3.5 工业电子商务区域试点蓬勃发展

2015年，全国工业企业对电子商务的应用迅速普及，工业电子商务区域试点积极努力推动，提升了大型龙头企业的核心竞争力，催生了一批新型的企业发展模式，增强了中小企业的生存和发展能力。工业电商规模逐年扩大，企业的积极性和主动性也越来越高，依托工业电商聚合的产业链上下游社会资源也越渐丰富，工业电商发展质量和效益不断提升。

截至2015年，天津市北辰区应用阿里内贸电商B2B平台企业达800多家，应用跨境电子商务B2B平台企业达150家。湖北省孝感市孝南区规模工业企业达到232家，其中开展电子商务活动的企业达到180家，前三季度电子商务交易总额45亿元，全年将达到60亿元，同比增长26%。河南省安阳市开展电商业务的工业企业已达900余家，在电商平台开设店铺5000多个，市电子商务交易额达到90多亿元，同比增长约75%。上海市宝山区在2015年1—10月工业销售产值1155亿元，与之相对应的是，电子商务实现交易额779亿元，其中B2B交易额占98%以上的比重为767亿元，同比增长21.7%。特别是钢铁等大宗商品电子商务交易发展迅猛，交易规模占比持续增加，相关重点企业共实现电子商务交易额达728亿元，占全部电子商务交易额的比重近93.5%。

## 4.4 工业电子商务发展趋势

### 4.4.1 制造业与电子商务融合步伐将进一步加快

当前经济社会发展进入了一个新的阶段，实体经济与网络虚拟经济的融合发展，已经成为国内外整个发展的趋势。2015年《政府工作报告》中特别提到，在中国的产业发展当中，在整个全球经济发展下行和复苏能力有限的情况下，我国同时遇到了三期叠加新的矛盾和新的问题。2014年制造业占整个国家GDP将近40%，形成了大概26万亿元的规模，中国也成为制造业世界第一大国。在500多种工业产品的门类当中，其中220多个门类是中国处于第一的，这为中国在产业和经济发展中提供了强大的基础。因为没有制造业，就不会有先进发达的服务业，所以制造业是国之重器、国之脊梁。电子商务的发展在这些年取得了非常大的成绩，我国两家标志性的电子商务企业已经成为全球十大互联网公司。电子商务的快速发展和不断创新，使越来越多的传统工业企业认识到转型发展的迫切性。从发展态势来看，2016年乃至未来的几年，在中国制造2020和“互联网+”行动计划的引领下，传统工业企业电子商务转型将可能取

得重大突破，成为驱动中国电子商务总体乃至国民经济发展的强大引擎。

#### 4.4.2 工业电子商务创新新型生产制造模式

一方面，工业电子商务将加快推进网络协同制造。围绕工业电子商务与企业管理和业务信息系统的共享，以产品全生命周期管理为重点，实现产品研发设计、生产制造、物流配送、使用维护、回收处置的全过程信息共享、质量控制、产品追溯和精准服务。以提升产业链网络协同为重点，企业间研发设计、客户关系管理、供应链管理和营销服务等系统的横向集成，将会出现一批工业电子商务平台，加快产业链上下游企业间设计、制造、商务和资源协同。另一方面，工业电子商务将加快推进个性化定制。在家电、服装、家具等行业建立客户体验中心、在线设计平台、电子商务平台，形成动态感知、实时响应消费需求的大规模个性化定制模式。在飞机、船舶、装备等行业建立基于网络的开放式个性化定制平台，推动重点产品数据库开放共享，提升高端产品和装备模块化设计、柔性化制造、定制化服务能力。

#### 4.4.3 大宗商品交易平台和移动电子商务将成为工业电子商务新热点

大宗商品和行业 B2B 电子商务交易平台的建设，将侧重于把电子商务与现货市场、线上和线下交易结合起来，将更多的产业链上下游企业集中到平台上，集合线下物流仓储资源，结合供应链融资服务，实现商流、物流、信息流和资金流的整合，从而加快整个经济复苏的速度。此外，随着智能终端数量的快速增长，移动电子商务将是未来电子商务企业强力争夺的新领域。如何推进移动电子商务在工业企业营销和客户关系管理中的应用，加大 M2M 技术对产品售后服务、全生命周期管理和物流信息服务的支撑将成为未来工业电子商务发展的新热点。

#### 4.4.4 电子商务将助力中国工业全面绿色化

随着工业化进程快速推进，资源环境对工业发展的约束将更加强化。电子商务因其低碳性、低耗能、低排放的环保特征，为工业应对资源环境挑战提供了新途径。一方面，工业电子商务将传统的商务流程电子化和数字化，以电子流代替了实物流，不仅显著提高了物质资源的使用效率，更大大降低了可能与交易相关的交通、差旅、物流、运输、仓储和纸张等能源资源消耗，从而有效减少碳排放。另一方面，绿色回收和交易平台也借助工业电子商务迅速发展起来。通过把线上线下资源结合起来，搭建再生资源行业 O2O 平台，为广大再生资源利废企业和废旧物资回收企业提供更多亲密接触的机会，从而大力提高制造业资源利用效率，推进制造业绿色改造升级。

## 第5章 涉农电子商务发展专题报告

2015年是我国涉农电商迅猛发展的一年。国家密集出台了多个涉农电商政策文件，电商企业的纷纷下乡，农村人才的加速回流，发展模式的竞相探索，掀起了涉农电商加速发展的新篇章。本专题报告从三农（农村、农业、农民）视角入手，介绍了2015年中国涉农电子商务的发展情况。

### 5.1 涉农电子商务发展现状

#### 5.1.1 农村网络建设

经过五年的发展，中国农村的互联网建设速度加快，2011年农村网民规模仅为1.36亿人，在全部网民中占比为26.5%；2015年12月底，农村网民规模达到1.95亿人，在全部网民中占比达到28.4%<sup>①</sup>。一二线城市网民规模增速减缓，未来更大的增长空间，蕴藏在6.18亿（2014年）农村人口中。图5-1反映了中国农村网民数量在全国网民中所占比例变化情况。

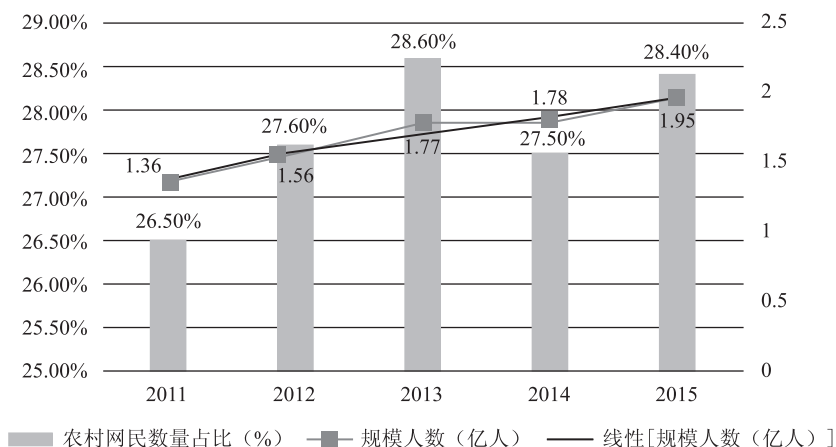


图 5-1 中国农村网民数量在全国网民中所占比例变化情况

资料来源：中国互联网络信息中心

根据工信部的统计，截至2015年3月，我国93.5%的行政村已经开通宽带。农村光缆到村、光纤入户快速推进。到2015年年底，江苏省已经实现农村数据热点区域的

<sup>①</sup> 中国互联网络信息中心. 第37次中国互联网络发展状况统计报告[R/OL](2016-01-22)[2016-04-23].  
[http://cnnic.cn/gywm/xwzx/rdxw/2015/201601/t20160122\\_53283.htm](http://cnnic.cn/gywm/xwzx/rdxw/2015/201601/t20160122_53283.htm).

有效覆盖，对全部 3A 级以上景区实现全覆盖，人口覆盖率达到 85%，数据业务需求覆盖率达到 95%；四川省“农村家庭 4M 及以上宽带接入能力”指标达到了 99.4%；湖南省推动实施“六大工程”，通过多种举措有效解决贫困地区信息通信网络覆盖问题；海南省农村宽带用户同比增长 20.9%，连续第五年快于城市宽带发展。在我国网购市场规模突破万亿之后，城市网购市场增速逐渐放缓，农村网络通信状况的改变，为电子商务的持续增长奠定了坚实的基础。

但从全国情况看，乡村光网数量仍显不足。很多偏远农村还没有宽带接入，网络建设的步伐较为落后；面向三农的信息网站、数据平台和应用都比较少，城乡之间的“信息化鸿沟”依然明显存在；农村电商的信息应用落后于需求。同时各地农村电商基础建设的发展水平相差很大，极不平衡。为此，工业和信息化部启动了“宽带中国”2015 专项行动，明确提出：城市提速升级与农村普遍服务同步推进。在城市不断推进宽带普及提速，带动我国宽带整体水平不断提升的同时，逐步加大公共财政对农村地区宽带发展支持力度，努力推动缩小城乡“数字鸿沟”<sup>①</sup>。2015 年，农村及偏远地区宽带建设得到专项资金的支持。

### 5.1.2 农产品电商

自 1995 年以来，我国农产品电商经过 21 年的发展，已初步形成了包括涉农网上期货交易、涉农大宗商品电子交易、涉农 B2B 电子商务网站，以及涉农网络零售平台等在内的多层次涉农电子商务市场体系和网络体系。

(1) 网上农产品期货交易市场。2015 年，我国网上商品期货交易总额达 136.47 万亿元，其中，农产品期货交易品种达 21 个，交易额 48.7 万亿元，约占商品期货市场交易总量的 36%<sup>②</sup>。

(2) 农产品大宗商品电子交易市场。2015 年，全国农产品大宗商品交易市场达到 402 家（农林牧副渔市场），约占全国大宗商品交易市场总量 1021 家的 40%，涉农电商交易额超过 20 万亿元<sup>③</sup>。

(3) 生鲜农产品网络交易市场，2015 年，生鲜农产品网络交易市场交易额达到 544 亿元，增长 87.7%，2018 年预计超过 1500 亿元<sup>④</sup>。

食材农产品电子商务市场。2012 年以来，我国 B2B 食材供应平台产生，2014—2015 年食材农产品电商成为一种比较时尚的电商现象，主要针对下游餐厅提供配货服务，通过为多家餐厅集中采购来获得议价权，并提供物流服务，从而为下游降低成本，也提高了餐饮的经济和社会效率。

(4) 农产品网上购销对接会。2015 年，商务部分别组织了夏秋季和冬季农产品网

① 工业和信息化部. 关于实施“宽带中国”2015 专项行动的意见[R/OL](2015-05-11)[2016-04-23].

[http://news.xinhuanet.com/newmedia/2015-05/11/c\\_134227649.htm](http://news.xinhuanet.com/newmedia/2015-05/11/c_134227649.htm).

② 中国期货业协会. 2015 年 12 月全国期货市场交易情况[R/OL](2016-01-04)[2016-04-23].

[http://www.cfachina.org/yjyjb/hysj/ydjy/201601/t20160104\\_1919395.html](http://www.cfachina.org/yjyjb/hysj/ydjy/201601/t20160104_1919395.html).

③ 根据中物联大宗商品交易市场流通分会统计资料整理。

④ 洪涛. 2015 年中国农产品电子商务发展报告[R]. 2016-4-11.

上购销对接会,交易额共计76.6亿元。其中,夏秋季农产品网上购销对接会共有28个省(自治区、直辖市)的335个县(市、区)商务主管部门上报农产品供求信息43.6万条,涉及农产品品种768种,促成农产品销售47万吨,成交金额36.8亿元;冬季农产品网上购销对接会共有28个省(自治区、直辖市)的296个县(市、区)商务主管部门上报农产品供求信息55.1万条,涉及农产品品种809种,促成农产品销售47.5万吨,成交金额39.8亿元。

### 5.1.3 农资电商发展情况

我国农资市场较大,但农资电商相对滞后。具体来说,我国农资市场容量超过2万亿元,其中化肥7500亿元、农药3800亿元、农机6000亿元、种子3500亿元,农资电商相对滞后。虽然农资电商网站较少、交易额较小、所占比例较小,但它是涉农电商的一个蓝海,具有巨大的发展潜力。

自2008年以来,我国品牌农资企业就开始探索电子商务,农资电商模式百花齐放,主要有第三方电商平台模式(云农场、农一网等)、农资企业自营模式(鲁西化工“中国购肥网”、中化化肥“买肥网”)等。从2014年开始,农化企业相继推出了电商领域投资计划,采取线上线下结合的方式发展农资电商。2015年,随着阿里、京东、诺普信、金正大、云农场等“互联网+”及“+互联网”企业的突然发力,农资电商异常火爆,2015可称为是我国农资电商的元年,全国农资电子商务交易额超过150亿元,比2014年增长了5倍<sup>①</sup>。

农资电商也探索了一些新的运行模式。云农场采用B2B2C模式,平台经营化肥、种子、农药、农机等,并提供其他增值服务。农集网以B2B模式为主,主要针对农资零售商,打通农资销售的线上线下,同时强化品牌的渠道管理。农田田圈整合了上游农资厂商和中游经销零售商,优化了产业链环节,帮助用户智慧选择商品,降低采购费用。

### 5.1.4 农村日用品电商发展情况

目前一、二级市场网购渗透率已经接近饱和的情况下,三、四线市场以及农村市场的网购需求正旺盛,2015年全国农村地区网购交易额达到3530亿元,同比增长了96%<sup>②</sup>,整体发展势头良好。

截至2015年年底,我国共有涉农网站3万多家,新增网店达到118万家,在全国1000个县里,已经建成了25万个电商村级服务点。

阿里巴巴在2015年推出了村淘计划,大力推进“千县万村计划”,并计划在3~5年内投资100亿元,成立1000个县级服务中心和10万个村级服务站,惠及全国70%的农村人口。顺丰也在加快布局全国农村的物流网络,采用了双向商流和物流通吃的

<sup>①</sup> 洪涛. 2016年中国农产品电子商务发展报告[R]. 2016-4-11.

<sup>②</sup> 李心萍. 去年农村网购3530亿元冷链运输和信息基础设施成瓶颈[R/OL](2016-04-09)[2016-04-23].  
[http://news.xinhuanet.com/politics/2016-04/09/c\\_128877654.htm](http://news.xinhuanet.com/politics/2016-04/09/c_128877654.htm).

战略。顺丰已经在农村领域展开了布局，物流网络已经覆盖了大约全国 40% 的乡镇。顺丰还积极鼓励员工回乡创业，带动服务网点的下沉，建立乡村站点，将快递直接送达农村农民的手中，同时利用乡村站点为“城乡购”中土特产的物流运送提供重要的支持。

通过阿里巴巴旗下 1688 网站的日用百货市场数据，农村消费量较大的主要集中在烟酒、副食品和洗涤用品类等商品。针对农村日用品消费市场潜力大的特点，1688 和乐乐城日用品批发等电商平台将现实农村中随处可见的批发小卖部搬上了网络，解决了农村消费者生活中日用品短缺、种类不齐全的困扰。

山西乐村淘网络科技有限公司是一个从山西走向全国的农村电商平台，针对农村物流成本高的问题，乐村淘制定了一个更适合农村的销售模式“乐 6 集”，逢 6 赶集。采取改造村级小卖部的方式，在全国 24 个省区市、516 个县建立了县级管理中心，6 万个村建立了村级体验店，是至今农村体验店最多的电商平台，甚至超过阿里和京东。

### 5.1.5 农村扶贫电商发展情况

2015 年，国家财政部、商务部在 200 个县开展电子商务进农村综合示范建设，其中中西部地区占到了 82.5%，贫困县占比超过了 43.5%。中央财政计划安排 37 亿元专项资金进行对口扶持，尤其是赣南、黔东、陕北等革命老区的农村电子商务发展。资金的使用重点向建设县、乡、村三级物流配送体系倾斜，以培育当地农村电商生态环境。国家政策的推动成为农村电商发展的有力保证。

至 2015 年 9 月底，农村淘宝在 31 个国家级贫困县、42 个省级贫困县上线运营。至 2015 年上半年，832 个国家级贫困县在阿里零售平台上，共有用户 1972.65 万个，共有卖家 29.27 万人。阿里计划在 3~5 年内投资 100 亿元，在全国范围内建立 1000 个县级运营中心和 10 万个村级服务站。通过打通物流与信息流的瓶颈，努力填平城乡差距的鸿沟，将电子商务的网络覆盖到全国 1/3 的县以及 1/6 的农村地区。

京东方面也计划年内将开 500 家县级服务中心，以加速在 3~6 线城市、区县至乡村的市场布局。其日前发布的下乡进村“星火试点”计划，将逐渐完善乡村配送体系、招募农村合作点、扶持电商平台和传统商贸企业、建立大家电“京东帮”服务店等多方面布局。苏宁云商和国务院扶贫办在北京签署全国农村电商扶贫战略合作框架协议，双方将在“电商扶贫双百示范行动”、电商扶贫 O2O 展销专区、“10·17 扶贫购物节”、农村电商人才培养等四个方面展开合作，惠及全国约 104 个贫困区县，234 万农村贫困家庭。

许多区域性企业也参与电商扶贫领域，如长期致力于电商扶贫探索的云飞鹤舞农牧业科技有限公司正在建设“云联乡村”APP 平台，提供农村电商人才培养、农村金融服务。解决物流、信贷、培训等难题，让扶贫工作更加精准、给力。

在农村电商扶贫工作中，各地探索出一批新的电商扶贫模式，如陕西省山阳县依托丰富的优质农特产品与多家商超合作建立电商销售平台，推动网络小包销售的模式；山西省乐村淘的工业品进农村和农产品进城市的双向流通，降低物流成本和采购成本的模式；湖南省沁坤公司线上电商平台、电子商务区域服务基站和社区实体店三结合

的模式，都收到很好的效果。

## 5.2 涉农电子商务发展特点

### 5.2.1 多项政策促进涉农电商试点示范

2015年促进我国涉农电商发展的政策相继出台，有关文件达75个。2015年中央一号文件提出加强农村法治建设，支持电商、物流、商贸、金融等企业参与涉农电子商务平台建设。开展电子商务进农村综合示范，电子商务扶贫成为国家精准扶贫十大工程之一。

2014—2015年，商务部、财政部在256个县开展电子商务进农村综合示范，累计安排中央财政资金48亿元，带动社会投资约800亿元，带动一大批电商企业加快布局农村市场，目前已覆盖1000多个县近25万个村点。

2015年，农业部确定在已开展试点的10个省（市）中新增试点县（市、区）51个，同时新增天津等16个试点省份、43个试点县（市、区），共计新增试点县（市、区）94个，作为第二批开展信息进村入户工作的试点县。

### 5.2.2 涉农电商融资速度加快

2015年涉农电商兼并重组步伐加快，形成了一个小高峰。我买网、本来生活、多点Dmall等都获得了过亿的美元投资（参见表5-1）。同时农产品电商企业开展多渠道融资，实现了融资总量的快速增长，为农产品电商的发展提供了强有力的支撑。

表5-1 2015年生鲜农产品电商融资一览表

企业	日期	投资公司	投资金额	单位
我买网	2015-10	百度，泰康人寿	2亿	美元
本来生活	2015-01	高榕资本，鼎辉投资	数千万	美元
	2015-12	九阳股份	1亿	
天天果园	2015-05	京东，锆明投资，SIG	7000万	美元
拚好货	2015-04	IDG	数百万	美元
	2015-12	IDG，高榕资本	5000万	美元
多点Dmall	2015-04	IDG	1亿	美元
一米鲜	2015-01	红杉资本	数百万	美元
	2015-12	昆仑万维	1500万	
每日优选	2015-01	光信资本	500万	美元
	2015-12	腾讯浙江创元璟投元	2亿元	人民币
莆田网	2015-05	高鑫零售	数千万元	人民币
飞牛网	2015-01	高鑫零售	5亿元	人民币
春播网	2015-02	珠海大海国际	3亿元	人民币
食行生鲜	2015-05	天图资本协立投资	1.8亿元	人民币
我厨	2015-03	新天域资本，谱润投资	数千万元	人民币
	2015-12	望湘园	4000万元	

续 表

企 业	日 期	投资公司	投资金额	单 位
许鲜	2015-11	IDG, 辰海资本	数千万元	人民币
爱鲜蜂	2015-03	高瓴领投, 红杉资本跟投	2 000 万	美元
	2015-09	高瓴资本, 钟鼎创投, 天投资本, 红杉资本	7 000 万	美元
五百家	2015	天使轮	3 000 万元	人民币
菜蓝网	2015	A 轮	数千万元	人民币
大嘴鱼	2015	天使轮	数千万元	人民币
爱尚鲜花	2015	新一轮	超 1 亿元	人民币
壹加美食荟	2015	A 轮	5 100 万元	人民币
缤果	2015	Pre-A 轮	数千万元	人民币
妙生活	2015	A 轮	500 万	美元
百果园	2015	A 轮	4 亿元	人民币
小农女	2015	A 轮	8000 万元	人民币
青年菜君	2015-3	策源、平安创投、真格基金	百万	美元
我是农民	2015-5	培罗成、滕头控股	2 000 万元	人民币

资料来源：清科研究中心，2015

### 5.2.3 淘宝村镇县建设进入新阶段

从 2009 年开始至 2015 年，淘宝村经历了萌芽、生长、大规模复制、模式创新等 4 个阶段，至 2015 年年底，全国范围内淘宝村达 780 个，同比增长 268%，覆盖活跃网店超过 20 万家（参见图 5-2）。这些淘宝村分布于 17 个省区市，其中，浙江、广东、江苏淘宝村数量位居全国前三位。浙江有 280 个淘宝村，广东有 157 个，江苏有 127 个。

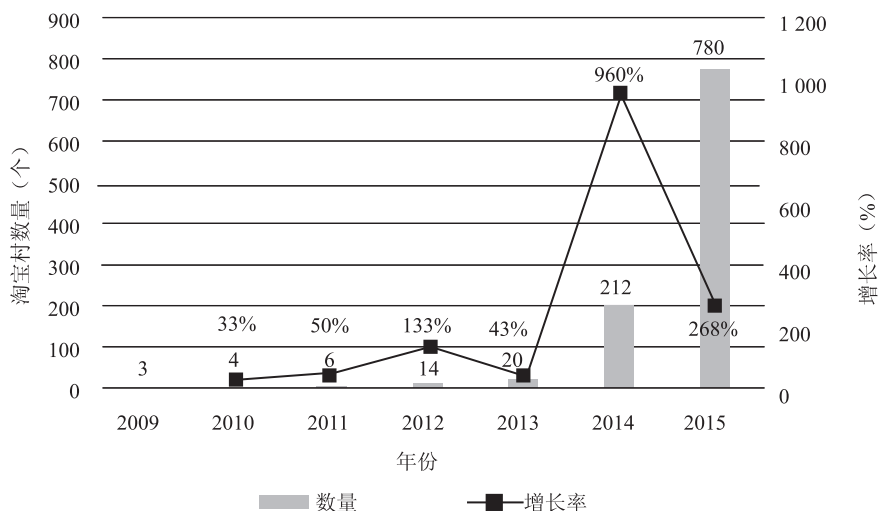


图 5-2 2009—2015 年中国淘宝村增长情况

资料来源：阿里研究院，2015

截至2015年9月20日,京东提前完成了2015年年初制定的农村电商全年发展计划,现已建成的近600家县级服务中心开业,招募乡村推广员近10万人,1000家“京东帮”服务店开始投入运营,其服务范围覆盖近30万个行政村。

苏宁云商宣布在2015年计划建成1500家苏宁易购服务站,并计划在5年内建立10000家,深入全国乡村,试图从渠道建设层面打破现有的壁垒。慧聪网、中国邮政、中国电信等也在积极拓展农村市场网上和网下网络空间。

#### 5.2.4 供销社电商异军突起

2015年11月5日,全国供销合作社电子商务平台“供销e家”正式上线。“供销e家”以农村和农产品电子商务为重点,提供完善的网上交易功能和服务功能,其中,交易功能主要围绕农产品、农业生产资料、日用消费品和再生资源等供销合作社传统业务领域,提供B2B大宗交易、批发交易、B2C零售交易、O2O在线交易等多种交易方式;服务功能主要包括支付结算、金融服务、物流融合、质量认证和产地追溯、为农服务、便民服务、技术支撑、培训服务等丰富多样的服务。

### 5.3 涉农电子商务发展趋势

#### 5.3.1 涉农电商保持快速发展势头

随着涉农电子商务不断发展,农村电子商务交易额在农产品销售中的占比会持续提高,预计未来5年我国农产品电商交易额将占农产品交易额的5%。同时,随着“三网融合”、物联网、大数据、云计算等创新技术的广泛应用,涉农电商模式将向多样化发展,与智能农业、智能流通、智能消费连接成一个有机的整体,涉农电商服务环境日趋改善。

随着电子商务产业的发展,各类专业服务商开始进入农村,提供货源供给、仓储、摄影摄像、图片处理、网店装修与代运营、策划运营、融资理财、支付、品牌推广与管理咨询、人才培养、物流、法律等一系列服务。各类主流的电商模式如B2B、B2C、C2C、C2B、O2O以及微商、本地生活、跨境电商等在涉农电子商务领域全面涌现。

我国每年有1800亿美元的农产品进出口业务,农产品跨境电子交易将发挥越来越重要的作用。跨境电子商务的迅猛发展也带动了农村电商的升级转型。大量的跨境电商卖家着手将生产点布局在广泛的农村,一方面帮助了农村电商实现产品升级和市场升级;另一方面也发挥了跨境电子商务的成本优势,使得农村电商和跨境电子商务的发展可以相互促进。

未来,跨境电子商务将从沿海向内地拓展,从城市向农村渗透,国际化将成为更多农村电商的重要选择,它将成为农村电商克服同质化、实现升级转型的重要路径。

#### 5.3.2 涉农电商服务环境日趋改善

随着电子商务产业的发展,各类专业服务商开始进入农村,提供货源供给、仓储、摄影摄像、图片处理、网店装修与代运营、策划运营、融资理财、支付、品牌推广与

管理咨询、人才培养、物流、法律等一系列服务。各类主流的电商模式如 B2B、B2C、C2C、C2B、O2O 以及微电商、本地生活、跨境电商等在涉农电子商务领域全面涌现。

力求打通农村电子商务“最后一公里”，中国各地农村都在加紧地建设电商服务站。政府、市场、社会组织和个人，都将会成为涉农电商公共服务的提供者或中介者。涉农电商的生态环境将不断得到改善，通过调动各方力量，提高服务质量，逐步打破农民“面朝黄土背朝天”的传统经营思路。

### 5.3.3 涉农电商产业链不断延伸

为了避免同质化竞争，一些涉农电商企业开始拓展产业链，从零售商转为分销商，从单纯的渠道商转为品牌商，从原材料采购到设计，寻找生产厂家代工，最后将货品分销给其他小型网商，逐步建立以品牌商、批发商、零售商为主体的电商纵向产业链层级。

有些农民自己办加工厂，自产自销；有些农民则专做网络分销，只负责网店的销售、客服等工作，进货、生产、发货等由生产厂家统一处理。农村电商的交易类型开始从单一的网络零售向复合模式转变。同时，农村电商转型升级能够促进产业的发展，推进传统产业向“微笑曲线”的两端延伸。提升设计水平，引导产品潮流和实现产品多样化；向两端拓展，原材料往大宗商品交易发展，中间产品向单品电商化发展，成品注重设计研发，依托现有交易平台来实现产品的零售或批发。

### 5.3.4 涉农电商线上线下融合趋势

2016 年，农产品批发市场将发挥线下实体店的物流、服务、体验等优势，推动实体与网络市场融合发展，实现线下实体市场的转型。

网商批发市场已经成为连接卖家和传统销售市场的重要中介组织。消费者往往需要多品种、小批量，而农产品则以少品种、大批量为主要特色。网商的需求与当地供应商之间存在着信息不对称。网商批发市场解决了这一问题。一方面，以多品种、多数量的方式进货，以多品种、少数量的方式为网商提供产品，解决了网商所面临的商品需求与供给信息不对称的问题。另一方面，对于农产品而言，产品的存储是保障产品质量的重要环节，实体批发市场以专业的仓储、库存进一步为网商降低了存货成本和经营风险。此外，越来越多的农村网商卖家进驻第三方电商平台，通过代工、与线下实体销售商合作、建立直销平台，进一步拓展销售渠道；或者利用国内微商、微信等网络平台，通过社交网络平台推广产品。涉农电商借助线上和线下的融合将成为农业领域一个稳定的经济增长点。

### 5.3.5 政府加大对涉农电商的支持力度

2016 年，农业部将鼓励具备条件的供销合作社基层网点、农村邮政局所、村邮站、信息进村入户村级信息服务站等改造为农村电子商务服务点。支持种养大户、家庭农场、农民专业合作社等，对接电商平台，重点推动电商平台开设农业电商专区、降低平台使用费用和提供互联网金融服务等，实现“三品一标”、“名特优新”、“一村一品”

农产品上网销售。开展化肥、种子、农药等生产资料电子商务，推动放心农资进农家。同时，根据农产品空档期和消费的可利时机，组织国内大中型涉农电子商务企业在全国范围内开展水果、蔬菜等专项产品的销售活动。在活动期间，电商企业将按照保本微利、多方共赢的原则，切实发挥各自电商平台的特点和优势，让农产品产区的农民和广大消费者分享“互联网+农业电子商务”的成果。同时，积极支持其他电商企业积极通过电商平台开展农产品网上销售。

商务部将从以下三方面推动涉农电商发展：

(1) 补短板，破解制约行业成长的瓶颈。2016年财务部和商务部将继续深入推动农村电子商务试点，下大力气解决物流配送“最后一公里”问题，整合农村资源，流畅物流渠道。

(2) 重上行，加强农村电商对农民增收的带动作用，注重农产品由农村到都市的上行渠道。使线下财富成长和线上电商有机融合，拓宽农产品进城的途经，促进农产品品牌化、尺度化、促进农民增收。

(3) 促竞争，引发市场主体活力，勉励各地电子商务市场主体创新成长，注重农村电子商务人才培养，增强资源统筹共享。

## 第6章 跨境电子商务发展专题报告

2015年,随着国内消费者海外购物热情的持续高涨以及政策环境的日益宽松,跨境电商行业发展势头迅猛,占全国电子商务交易额比例不断攀升,已成为全球最活跃的跨境电子商务市场之一。跨境电子商务已经成为推动我国外贸发展的新引擎、影响新经济增长的重要因素。本专题报告主要反映了2015年我国跨境电子商务发展的现状、新政策以及未来发展的趋势。

### 6.1 跨境电子商务发展状况

跨境电商的发展让中国的中小企业和个人能够更好地参与国际贸易,也能够享受来自世界各地的优质商品和服务。通过跨境电商将真正实现买全球、卖全球,普惠贸易将成为未来发展的新趋势。

#### 6.1.1 跨境电子商务总体交易规模

据测算<sup>①</sup>,2015年,我国跨境电子商务交易额约4.56万亿元,同比增长21.7%(参见图1-5),其中出口约3.99万亿元,同比增长21.9%;进口约5731亿元,同比增长20.3%。

2015年我国跨境电商交易规模继续保持了良好的增速,随着“十三五”规划建议提出“建立便利跨境电子商务等新型贸易方式的体制”,“一带一路”、“互联网+”战略的深入实施,和地方政府对于跨境电商的扶持,未来几年跨境电商的总体交易规模也将会有新的突破。

#### 6.1.2 跨境电子商务平台发展状况

跨境电商的发展依赖于平台的发展,许多电商平台开始涉足跨境领域,越来越多的传统企业开始通过跨境电商实现产品和服务的“走出去”。跨境电子商务平台的发展呈现出多样化、生态化的特点。

##### 1. 跨境电商平台模式多样化

按照服务类型,跨境电子商务平台可以分为:信息服务平台、在线交易平台和外贸综合服务平台。

---

<sup>①</sup> 测算方法分两种:一是厂商比例测算法,采集ebay、亚马逊、阿里巴巴速卖通、兰亭集市等主要企业的数据,根据所占市场份额推算;二是包裹测算法,采集海外仓发货数据、中国邮政快递数量,以及其他快递公司或其他渠道发货数据,按比例测算。综合两种方法测算的数据,考虑跨境电子商务在中国进出口总额中的比例及电商渗透率后得到跨境电子商务相关数据。

跨境电商信息服务平台帮助企业 and 海外市场建立沟通渠道，解决了交易市场的信息流问题，能够有效捕获国际市场上的商机，从而将产品销往海外。

在线交易平台的兴起帮助企业在网上能够达成交易、完成支付并进行平台交付。目前可以实现网上在线交易的平台基本上都是以消费品为主。跨境在线交易减少了中间环节，提高了交易效率，为企业树立品牌形象。同时，在线交易平台能够积累一定的数据，通过对交易数据的分析、整合来更好地为全球消费者提供服务。

外贸综合服务平台更加注重为企业提供更完善的配套服务，将清关、退税、物流、收款、支付、保险、融资等外贸流程服务进行整合。外贸综合服务平台的出现，帮助中小企业可以更好地实现与政府监管部门、物流公司、银行保险等贸易相关机构的对接，提升贸易的便利化。

目前，每年在跨境电子商务平台上注册的新经营主体中，中小企业和个体工商户已经占到90%以上。2015年，美、英、法等11个国家馆已经亮相天猫国际，“双11”购物节有来自41个国家的2605个海外品牌参与销售。京东全球购2015年先后上线了日本馆、澳洲馆、美国馆和韩国馆等，并采用海外直接采购与品牌招商的模式。网易考拉海购销售规模增长，吸引了25个国家和地区的近1000个海外品牌登陆网易考拉，保税仓储面积超过15万平方米。

除了上述跨境电商平台之外，还有一种特殊的模式，通过对全球跨境电商各平台网站进行整合、协同管理，实现注册一个账号即可在多个平台使用。例如：小笨鸟网络跨境平台就是“协同平台”模式的典型企业，卖家在该平台注册成功之后，就可以让商品信息在美国、英国、巴西等45个国家和地区的eBay、Amazon、Newegg等海外知名电商平台呈现。另外一个是通过语言来整合的平台，传神外贸通WMT365平台，面向全球跨境电商市场打造的全中文服务平台，整合全球优质B2B平台，为中小企业跨越语言和渠道障碍，提供了跨境贸易的语言服务和营销推广支持平台。

## 2. 跨境电商生态系统逐步形成

B2B的成长经历了从信息撮合的互联网兴起，到数据沉淀催生了交易服务平台，提升了交易响应的速度。跨境电子商务生态体系已经开始逐渐形成，生态化开始产生，从上下游交易的单边模式向多方共存互助的生态模式演进。跨境电子商务涵盖物流、信息流、资金流、单证流，随着跨境电子商务经济的不断发展，软件公司、代运营公司、在线支付、物流公司等配套企业都开始围绕跨境电商企业进行集聚，服务内容涵盖网店装修、图片翻译描述、网站运营、营销、物流、退换货、金融服务、质检、保险等内容。整个行业生态体系越来越健全，分工更清晰，并逐渐呈现出生态化的特征。阿里巴巴已经开始形成比较完整的服务产业链，数据开始业务化，并且产生增值服务。阿里巴巴综合服务平台数据与交易前数据整合，跨境平台服务延伸到线下服务，例如：阿里巴巴“一拍档”、“一达通”将更多服务商纳入合作体系，从平台升级为外贸服务生态圈，“一拍档”以伙伴的视角，把昔日“对手”变成“合作伙伴”，共同服务有外贸出口服务需求的中小企业。

### 6.1.3 海外仓和保税区共同助力跨境电商发展

跨境电商不断拓展自己的海外市场，国家大力支持保税区和海外仓的建设，保税

区和“海外仓”形成了特殊的监管区域，对于跨境电商来说，这是一条更加正规、便捷的渠道。

### 1. 政府出台政策支持“海外仓”建设，机遇和挑战并存

为解决小包物流成本高、配送时间长的问题，部分跨境电商企业开始加速建设海外仓。目前，中国已经有许多大型出口跨境电商企业在国外建立了海外仓，并且每个海外仓的面积均为3万至5万平方米，而进口跨境电商通常建立2000到3000平方米的海外仓。李克强总理在主持国务院工作会议时强调，要促进跨境电子商务健康快速发展，用“互联网+外贸”实现优进优出，鼓励跨境电子商务零售出口企业通过海外仓、体验店等拓展营销渠道，培育自有品牌和自建平台。2015年商务部发布的《“互联网+流通”行动计划》<sup>①</sup>提出，运用市场化机制，推动建设100个电子商务海外仓。同时，还提出鼓励电子商务企业“走出去”建立海外营销渠道，创立自有品牌，多渠道、多方式建立海外仓储设施等，提升电商企业全球化经营能力。2015年6月国务院出台的《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》<sup>②</sup>指出：支持跨境电子商务零售出口企业加强与境外企业合作，通过规范的“海外仓”、体验店和配送网店等模式，融入境外零售体系，逐步实现经营规范化、管理专业化、物流生产集约化和监管科学化。

海外建仓可以帮助出口企业抢占市场，提升中国企业的竞争实力，增加流通性；对于进口跨境电商而言，海外仓可提升企业的供应链效率，降低进货门槛，为中国消费者提供更丰富的商品。但跨境电商大规模兴建海外仓存在空置危险，海外仓建设需根据跨境电商自身规模、特点、需要等多重因素考虑来搭建。

### 2. 保税区外贸进出口稳步增长

保税区是由海关实施特殊监管的区域，具有“保税仓储、出口加工、转口贸易”三大功能，享有“免证、免税、保税”政策，实行“境内关外”运作方式。保税区按

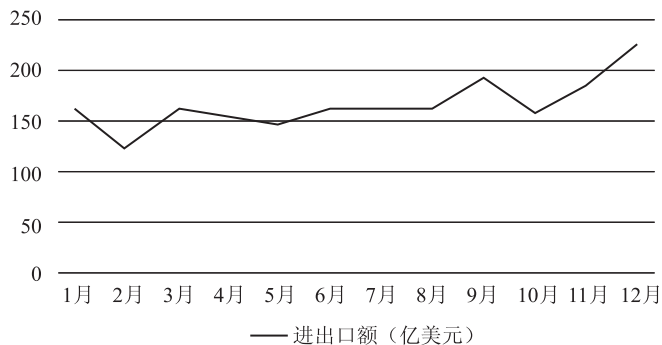


图 6-1 2015 年我国保税区进出口情况

数据来源：国家发展和改革委员会

① 商务部. “互联网+流通”行动计划[EB/OL][2015-05-13][2016-04-02].

<http://dzswn.mofcom.gov.cn/article/zcfb/201505/20150500972952.shtml>.

② 国务院办公厅. 关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见(国办发[2015]46号)[EB/OL][2015-06-20][2016-04-02]. [http://www.gov.cn/gongbao/content/2015/content\\_2893139.htm](http://www.gov.cn/gongbao/content/2015/content_2893139.htm).

功能可以分为指定保税区、保税货栈、保税仓库、保税工厂、保税展厅。保税区作为一个特殊的监管区域，给跨境电商进口提供了便利，商家可以事先将货物存放到保税仓库，消费者下单后直接从保税区发货，大大提高了送货效率，而且在海关的监管之下，更加安全可靠。图 6-1 是我国 2015 年全国保税区外贸进出口月份数据，可以看出，保税区的外贸进出口额呈现出平稳增长的趋势。

## 6.1.4 自贸区和试点城市发展状况

### 1. 自贸区发展情况

自贸区指在某一国境内设立的实行特殊政策的小块特定区域，属一国境内关外的行为。特殊政策包括但不限于税收优惠、特殊监管、放松商业管制、激励计划等。一般来说，自贸区以口岸为中心，根据地区比较优势，功能定位不同，功能包括物流、保税、加工、展示等。自贸区作为自由贸易的试验区，对我国参与国际竞争，与国际接轨意义重大。2015 年，上海自贸试验区扩展区域，广东、天津、福建自贸试验区挂牌运行。4 个自贸试验区积极探索、勇于创新，在贸易便利化、投资体制改革、事中事后监管等方面，形成了一批制度创新性强、市场主体反映好的做法。

(1) 上海自贸区：面向全球，侧重金融中心。上海自贸区金融创新成效显著，到 2015 年 8 月，累计开设自由贸易账户 2.9 万家，有 70 多家企业获准开展跨国公司总部的外汇资金的集中运营管理，自贸区通过自由贸易账户跨境本外币的结算总额超过了两万亿元。上海海关从通关便利、安全高效、功能拓展等方面积极开展监管服务制度创新的探索，试验凭舱单“先入区、后报关”、“分送集报、自行运输”等模式，探索自动审放、自主报税、联网监管、优化查验以及简化进境备案清单要素等便利化措施，并加快推进货物状态分类监管制度、口岸监管“单一窗口”管理制度的试点工作，推出了一系列监管高效、便利企业的制度。

(2) 广东自贸区：面向港澳，侧重服务贸易自由化。广东自贸区分为三大片区，南沙、前海、横琴这三个片区，总面积 116.2 平方公里。前海入驻企业超过 2.5 万家，注册资本达 1.5 万亿元，其中金融或类金融企业超过 1.5 万家，入驻前海的香港企业超过 1000 家，世界 500 强企业有 61 家。2015 年广东省新设立外商投资企业增长 15.7%，实际使用外资金额增长 42.7%，超过 217 亿美元，其中吸收港资增长 48.3%，吸收澳门投资增长 222.2%。

(3) 天津自贸区：面向东北亚，促进京津冀制造业升级。天津自贸区区域面积 119.9 平方公里，天津自贸区是北方首个自贸区，自贸区建设同京津冀协同发展、“一带一路”建设、滨海新区开发开放等重大历史机遇一道，共同托起了天津发展的明天。用制度创新服务实体经济；借“一带一路”契机服务和带动环渤海经济；突出航运，打造航运税收、航运金融等特色。天津自贸试验区自设立至 2015 年年底，新登记市场主体 14105 户，同比增长 118.55%；注册资本（金）3890.57 亿元，同比增长 221.8%。自贸试验区内主体累计新开立人民币银行结算账户 11539 个，外汇账户 1715 个；跨境收支 280.3 亿美元，结售汇 120.8 亿美元，跨境人民币结算业务 721.3 亿元。

(4) 福建自贸区：面向台湾，侧重两岸经贸合作。福建自贸区面积 118.04 平方公里，涵盖平潭、厦门和福州三个片区，重点推进与台湾地区投资贸易自由化。福建自贸区的建立有利于台湾金融企业到福建发展，辐射福州乃至周边地区，此外福建自贸区也是两岸贸易的一个很好的桥梁。

## 2. 试点城市发展情况

2015 年 3 月，国务院批准杭州设立中国（杭州）跨境电子商务综合试验区。2015 年 10 月，天津被列为第 8 个跨境电子商务服务试点城市。表 6-1 反映了我国 8 个试点城市的跨境电子商务发展情况。

表 6-1 2015 年我国试点城市跨境电子商务发展情况一览表

杭 州	2015 年，杭州实现跨境电子商务出口 22.73 亿美元，进口 11.91 亿美元，拉动杭州外贸出口增长 5.4 个百分点。交易规模从 2014 年不足 2000 万美元快速增至 2015 年年底的 34.64 亿美元
深 圳	2015 年，深圳市跨境电商交易额超过 300 亿美元，同比增长 76.1%，其中，通过前海湾保税港区海关 1210 项（监管方式代码）实现的跨境电商交易额约 1.895 亿美元，是上一年的 6 倍
郑 州	2015 年，河南保税物流中心承接的郑州市跨境贸易电子商务试点项目业务单量达 5001.6 万单、交易总货值 39.26 亿元、征收进口环节关税约 1.12 亿元，带来相关税收 4.05 亿元
上 海	2015 年，通过上海市跨境电商公共服务平台实现的跨境电商直邮进口 1.22 亿元、保税进口 3.17 亿元，总计 4.39 亿元，同比增长近 7 倍
重 庆	2015 年，重庆跨境电子商务发展迅猛，全年交易额接近 8 亿元，同比增长 12 倍。2015 年，重庆海关共验放跨境电子商务进口清单 332.7 万票，货值达 7.86 亿元，同比分别增长 14.9 倍和 12.1 倍
宁 波	2015 年，宁波市跨境电商试点业务进出口总额 81.38 亿元，其中进口额 29.30 亿元，出口额约 52.08 亿元，两万多家外贸企业中有 90% 以上企业利用互联网开展商务活动，位居全国前列
广 州	2015 年，广州跨境电商企业总数已达 879 家，全市跨境电商进出口总额为 68.5 亿元，同比增长 3.7 倍，规模继续位居全国第一
天 津	2015 年，天津口岸直邮模式出入境大幅增长。据统计，天津口岸 C 类快件从 2014 年入境 400 万件左右，已经达到 2015 年的入境 800 万件左右

资料来源：历次《中国互联网络发展状况统计报告》

## 3. 保税商品展示交易中心发展情况

我国自贸区和各试点城市都开始设立保税商品展示交易中心，“保税展示交易”业务具有三大特点：一是享受海关保税政策，减少了进口贸易商资金占压时间；二是品质保证，进口商品属法检类的要经过检验检疫局检验，海关通过物理围网和电子围网互联互通全程监管，保证提供货真的进口商品；三是价格优势，进口贸易商从国外直接采购，减少了进口商品的中间流通环节，降低了物流成本和流通环节费用<sup>①</sup>。

2015 年“五一”期间，腾邦前海国际保税跨境购物展示中心经常挤满顾客，线上

① 宁波进口商品展示交易中心·保税展示交易前景看好[EB/OL](2015-09-30)[2016-03-02].  
http://www.nbimp.com/info.aspx? Id=1565.

日均吸引顾客超过2万人次<sup>①</sup>。重庆两路寸滩保税港区，展场内展示、交易的进口商品已达2万多种，商品来源地已超过40个国家和地区。2015年1—9月，该中心保税商品展示交易额达4亿元<sup>②</sup>。

### 6.1.5 跨境网购消费者发展现状

我国跨境网购消费者的不断增加，一方面是由于跨境网购平台逐步完善和规范；另一方面体现出我国消费者参与跨境网购的意愿十分强烈，消费潜力巨大。

#### 1. 跨境网购消费者新时期的主要特征

据亚马逊中国的报告，目前中国的跨境网购用户呈现年轻化、高学历、高收入的特征：近八成消费群体集中在35岁以下，充分体现了网购人群年轻化。另外，超九成的用户拥有本科及以上学历，超五成用户拥有5000元以上的月收入水平，彰显高学历和高收入的用户占比显著<sup>③</sup>。

此外，中国的跨境网购交易规模也在不断扩大。2015年，中国消费者在全球站点购物花费总额同比增长了六倍多，从2015年1月到10月期间，中国消费者在亚马逊海外站点的购物花费已经相当于过去20年的消费总和。

#### 2. 跨境网购消费者购物选择多样化

随着跨境电子商务平台不断向海外各个国家和地区拓展业务，消费者的购物选择也越来越多，从刚开始的日韩、英美、澳洲等市场，开始延伸到德国、英国、法国、加拿大、意大利和西班牙等国家。购物商品的种类也从鞋靴、个人护理、母婴、电子产品等，拓展到户外、玩具等更多的商品。从消费城市来看，虽然北京、上海以及沿海发达城市仍然处于消费者居多的地方，但是新疆、青海、西藏等地区的消费者也开始参与跨境网络购物。

## 6.2 跨境电子商务新政策

### 6.2.1 中央各部门积极出台相关政策

跨境电子商务的快速发展得到了国家各级部门的认可和支持，在2015年，新的政策陆续出台，给跨境电子商务的发展带来了新的政策支撑，也使得跨境电商的发展阳光化，改变海关、商检等部门的工作流程和工作方式，建立适应新贸易方式的信息监管平台和服务平台。

#### 1. 国务院发布指导意见促进跨境电商发展

2015年5月，国务院出台《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》<sup>④</sup>，在

① 广州日报·人大代表：扩容保税区建“快速消费中心”[EB/OL](2015-06-02)[2016-03-20].  
[http://gzdaily.dayoo.com/html/2015-06/02/content\\_2937855.htm](http://gzdaily.dayoo.com/html/2015-06/02/content_2937855.htm).

② 重庆两路寸滩保税港区·重庆保税商品展示交易中心全面开放[EB/OL](2015-10-21)[2016-03-20]  
[http://www.ccfta.com/ctbsgq\\_Content/2015-10/21/content\\_3977729.htm](http://www.ccfta.com/ctbsgq_Content/2015-10/21/content_3977729.htm).

③ TechWeb. 亚马逊中国发布2015跨境电子商务趋势报告[EB/OL](2015-12-10)[2016-03-20]  
<http://www.techweb.com.cn/news/2015-12-10/2239570.shtml>.

④ 国务院·关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见[EB/OL](2015-05-07)[2016-04-02].  
[http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-05/07/content\\_9707.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-05/07/content_9707.htm).

通关效率、风险监控方面提出了指导意见,另外还出台了《关于加快培育外贸竞争新优势的若干意见》<sup>①</sup>,其中鼓励电子商务企业建立规范化“海外仓”模式融入境外零售体系。

2015年6月,国务院发布《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》<sup>②</sup>,是新形势下促进跨境电子商务快速发展的指导性文件,其中共给出了十二条意见。包括支持国内企业更好地利用电子商务开展对外贸易、鼓励有实力的企业做大做强、优化配套的海关监管措施、完善检验检疫监管政策措施、明确规范进出口税收政策、完善电子商务支付结算管理、提供积极财政金融支持、建设综合服务体系、规范跨境电子商务经营活动、充分发挥行业组织作用、加强多边国际合作、加强组织实施。该意见要求各级人民政府根据自己地区的实际情况,落实发展计划,使得各地都能够在跨境电子商务的发展方面拥有了正确的指导和强有力的支持。

## 2. 自贸协定进一步推进跨境电商发展

2015年6月1日,中国与韩国两国政府正式签署《中华人民共和国政府和大韩民国政府自由贸易协定》<sup>③</sup>。中韩自贸协定是东北亚地区第一个自由贸易区,可以促进区域经济一体化和产业链的全面融合。中韩自贸协定签署,意味着中韩自贸推进取得突破性进展。这将给中韩间的海运、贸易等领域注入强大活力。目前,中韩双边贸易规模已经达到3000亿美元,中韩自贸区的建立将会进一步扩大双边贸易规模,消费者可以通过正常渠道直接购买无需代购,这为两国跨境电商企业带来了新的发展机遇。

2015年6月17日,中国与澳大利亚正式签署了《中华人民共和国政府和澳大利亚政府自由贸易协定》<sup>④</sup>。在中澳全面实施自贸协定、不断深化经贸合作、积极推进经济结构调整的大背景下,中澳企业在服务贸易和电子商务等领域合作前景广阔。

中韩、中澳自贸协定的签订,加速了中外经济融合和区域经济发展,跨境电商可以借此开拓更多市场,丰富产品品类,降低成本。

## 3. 海关出台政策支持跨境电商发展

为了调整跨境贸易电子商务的监管工作,海关总署发布了《海关总署关于调整跨境贸易电子商务监管海关作业时间和通关时限要求有关事宜的通知》<sup>⑤</sup>,自2015年5月15日起,海关对跨境电子商务监管实行全年365天无休息日,货到海关监管场所24小时内办结海关手续,已开展跨境电子商务监管业务的20个海关制定了联动工作作业机制,应急预案和全年无休日跨境电子商务通关总体工作方案,及时掌握电商企业需求和自身运作规律,并通过现场公告、公示栏等多种形式,加大海关便捷措施的宣传力

① 国务院. 关于加快培育外贸竞争新优势的若干意见[EB/OL](2015-05-12)[2016-04-02].  
[http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-05/12/content\\_9735.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-05/12/content_9735.htm).

② 国务院办公厅. 关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见[EB/OL](2015-06-20)[2016-04-02].  
[http://www.gov.cn/gongbao/content/2015/content\\_2893139.htm](http://www.gov.cn/gongbao/content/2015/content_2893139.htm).

③ 中华人民共和国政府. 中国—韩国自由贸易协定[EB/OL](2015-06-01)[2016-04-02].  
[http://fta.mofcom.gov.cn/korea/korea\\_agreementText.shtml](http://fta.mofcom.gov.cn/korea/korea_agreementText.shtml).

④ 中华人民共和国政府. 中国—澳大利亚自由贸易协定[EB/OL](2015-06-17)[2016-04-02].  
[http://fta.mofcom.gov.cn/Australia/australia\\_agreementText.shtml](http://fta.mofcom.gov.cn/Australia/australia_agreementText.shtml).

⑤ 海关总署. 关于调整跨境贸易电子商务监管海关作业时间和通关时限要求有关事宜的通知[EB/OL](2015-05-08)[2016-04-02]. [http://www.caop.org.cn/detail.jsp?article\\_millisecond=1431564518950](http://www.caop.org.cn/detail.jsp?article_millisecond=1431564518950).

度，全面落实有关要求，确保电商企业充分享受通关便利。

海关总署加贸司发布《加贸司关于加强跨境电子商务网购保税进口监管工作的函》<sup>①</sup>，重点关于非试点城市不能开展跨境备货，严厉打击蚂蚁搬家式的走私行为，强调违法处理等。限定了跨境保税进口必须是跨境电子商务服务试点城市，必须在试点城市海关特殊监管区域或保税物流中心，普通保税仓库不能开展。保税仓库必须按照监管要求，布置监管设施，再次强调支付数据、物流、订单数据的监管。

#### 4. 国家质检总局出台政策支持跨境电商发展

2015年3月，国家质量监督检验检疫总局出台了《关于深化检验检疫监管模式改革，支持自贸试验区发展的意见》<sup>②</sup>，进一步支持跨境电商的发展：

(1) 构建符合跨境电子商务发展的检验检疫工作体制机制。要顺应跨境电子商务健康快速发展的新态势新要求，按照加快发展与完善管理相结合、有效监管与便利进出相结合的原则，改革创新，主动作为，着力解决现行检验检疫监管制度与跨境电子商务发展不适应、不协调问题，加快建立符合跨境电子商务发展要求的检验检疫工作体制机制。

(2) 建立跨境电子商务清单管理制度。除禁止入境的品类以外，全面支持跨境电子商务发展。

(3) 构建跨境电子商务风险监控和质量追溯体系。加强对跨境电子商务商品的风险评估，充分运用信息化手段，实现跨境电子商务商品“源头可溯、去向可查”。

(4) 创新跨境电子商务检验检疫监管模式。一是对跨境电子商务商品实行全申报管理；二是对出境跨境电子商务商品实行集中申报、集中办理放行手续；三是对入境跨境电子商务商品实行集中申报、核查放行。

(5) 实施跨境电子商务备案管理。检验检疫机构对跨境电子商务经营主体及跨境电子商务商品实施备案管理，落实跨境电子商务经营主体商品质量安全责任，推动规范跨境电子商务经营秩序，实现质量安全责任可追溯。

(6) 加强跨境电子商务信息化建设。

#### 5. 外汇管理局支持跨境进口电商发展

2015年1月，国家外汇管理局出台《支付机构跨境外汇支付业务试点指导意见》<sup>③</sup>，将外汇支付的试点区域覆盖全国，并开放第三方支付机构的试点申请。目前，有超过30家第三方支付机构获得跨境支付牌照。对于进口跨境电商来说，采用国内银行卡或

① 海关总署. 关于加强跨境电子商务网购保税进口监管工作的函[EB/OL](2015-09-09)[2016-04-02].

<http://www.ebrun.com/20150909/148189.shtml>

② 国家质量监督检验检疫总局. 关于深化检验检疫监管模式改革，支持自贸试验区发展的意见(2015-03-23)[2016-04-02]. [http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk\\_13386/jlgg\\_12538/qtwj/201512/t20151201\\_455245.htm](http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/qtwj/201512/t20151201_455245.htm).

③ 国家外汇管理局. 国家外汇管理局关于开展支付机构跨境外汇支付业务试点的通知[EB/OL](2015-01-29)[2016-04-12]. [http://www.safe.gov.cn/wps/portal/!ut/p/c5/04\\_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3gPZxdnX293QwMLE09nA09Pr0BXLy8PQ19nU6B8pFm8s7ujh4m5jwFQ3t3AwNPEyd\\_PwznQ0MDTmIDucJB9yCq8wyyAKkyDnb1CvY2MvM0h8vjMB8kb4ACOBvp-Hvm5qfoFuREGmQHpigA8Piyq/dl3/d3/L2dJQSEvUUt3QS9ZQnZ3LzZfISENEQ01LRzEwODRjQzBJSUpRRUpKSDEySTI!/?WCM\\_GLOBAL\\_CONTEXT=/wps/wcm/connect/safe\\_web\\_store/safe\\_web/zcfg/jcxmwghl/jcxmzh/node\\_zcfg\\_jcxm\\_jcxmzh\\_store/0a685180471ba70aaa05ae3b4795588d](http://www.safe.gov.cn/wps/portal/!ut/p/c5/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3gPZxdnX293QwMLE09nA09Pr0BXLy8PQ19nU6B8pFm8s7ujh4m5jwFQ3t3AwNPEyd_PwznQ0MDTmIDucJB9yCq8wyyAKkyDnb1CvY2MvM0h8vjMB8kb4ACOBvp-Hvm5qfoFuREGmQHpigA8Piyq/dl3/d3/L2dJQSEvUUt3QS9ZQnZ3LzZfISENEQ01LRzEwODRjQzBJSUpRRUpKSDEySTI!/?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/wps/wcm/connect/safe_web_store/safe_web/zcfg/jcxmwghl/jcxmzh/node_zcfg_jcxm_jcxmzh_store/0a685180471ba70aaa05ae3b4795588d).

支付宝等收单，再通过具有跨境支付资质的第三方支付机构购汇，甚至直接通过开通跨境电商支付业务的银行购汇，便可顺利完成对国外合作方的外汇支付。该规定同时提出将网络购物单笔交易限额由原来的 1 万美元提高至 5 万美元。

## 6.2.2 地方各省市因地制宜大力扶持

随着试点城市的发展，各地方政府都已设立跨境电子商务服务平台（参见表 6-2），服务于保税进口商品的网购。消费者可以通过这些平台直接购买进口商品，而且正规平台商品接受了海关和商检部门的监督和检验。同时，试点城市还通过与其他较为成熟的跨境电商企业合作，实现共同发展。

表 6-2 试点城市跨境电子商务服务平台

城 市	服务平台	类 型
上 海	跨境通	由政府扶持企业设立的网购平台
广 州	进口易	政府获批，由本土企业设立的试点网购平台
郑 州	万国优品	政府获批，由本土企业设立的试点网购平台
深 圳	深圳跨境贸易电子商务服务平台	跨境电子商务招商平台，非网购平台
杭 州	跨境一步达	由政府扶持企业设立的网购平台
宁 波	跨境购	由政府扶持企业设立的网购平台
重 庆	爱购保税	由政府扶持企业设立的网购平台

资料来源：历次《中国互联网络发展状况统计报告》

### 1. 上海大力推动跨境电商发展

2015 年 7 月，上海市人民政府办公厅印发《关于促进本市跨境电子商务发展的若干意见》<sup>①</sup>，要求充分发挥中国（上海）自由贸易试验区的改革创新优势和上海口岸优势发展跨境电商，同时提出以下 12 项主要任务：集聚跨境电商经营主体；完善跨境电商公共服务平台；发展跨境电商物流体系；设立跨境电商示范园区；鼓励跨境电商业态创新；优化配套的海关监管措施；完善检验检疫监管政策措施；提升跨境支付与收结汇服务；创新支持跨境电商税收机制；加大财税金融支持力度；加强创新研究和人才建设；优化市场环境和统计监测。

### 2. 杭州出台促进跨境电商新举措

2015 年 3 月，国务院批复同意设立中国（杭州）跨境电子商务综合试验区，明确要求通过制度创新、管理创新和服务创新为全国跨境电子商务健康发展提供可复制、可推广的经验。

2015 年 6 月，杭州市政府出台《关于推进跨境电子商务发展的通知（试行）》<sup>②</sup>，重点在以下方面进行规定：鼓励跨境电子商务主体培育；鼓励跨境电子商务平台建设；鼓励跨境电子商务人才引进培养；鼓励跨境电子商务园区建设；鼓励跨境电子商务物

① 上海市人民政府关于促进本市跨境电子商务发展的若干意见[EB/OL](2015-07-20)[2016-04-05]

<http://finance.sina.com.cn/stock/y/20150728/175422813618.shtml>

② 杭州市人民政府·关于推进跨境电子商务发展的通知（试行）[EB/OL](2015-06-26)[2016-04-05]

[http://www.hangzhou.gov.cn/art/2015/7/2/art\\_964937\\_282981.html](http://www.hangzhou.gov.cn/art/2015/7/2/art_964937_282981.html)

流建设；鼓励跨境电子商务融资体系建设；鼓励做大跨境电子商务出口规模。

根据杭州综合试验区的特点和发展需求，创新海关监管服务，建立更加高效的监管模式和制度。支持杭州综合试验区“单一窗口”建设，推动企业信用数据开放、共享。推动实施“清单申报”、“清单统计”制度，支持跨境电商 B2B 出口业务的发展。同时，进一步开放完善“跨境电子商务通关管理平台”，实现跨境电子商务海关监管作业全程无纸化、管理智能化，实施“机器换人”措施。

### 3. 宁波加大扶持跨境电商力度

2015年1月，宁波保税区管理委员会发布《关于加快跨境电子商务人才集聚的若干政策意见》<sup>①</sup>，重点扶持电子商务人才培养，促进电子商务人才集聚以及扶持电商人才创业，为宁波市跨境电商储备了良好的人才资源。

2015年10月，宁波市政府正式出台《关于加快推进宁波市跨境电子商务发展的指导意见》<sup>②</sup>，争取到2018年，全市实现跨境电子商务年交易额100亿美元，其中进口交易额20亿美元，出口交易额80亿美元，总体发展水平居全国前列。重点工作主要包括改善产业布局，形成“多区域、多模式、多品类”发展的新格局；完善配套服务，健全跨境电子商务综合服务体系；创新监管措施，完善跨境电子商务管理机制；坚持市场运作，健全跨境电子商务业务体系。

### 4. 郑州出台政策推进跨境电商

2015年3月，郑州市政府出台《关于加快推进跨境贸易电子商务发展的意见》<sup>③</sup>，提出2015年全市跨境贸易电子商务交易额比2014年翻三番，到2017年达到1000亿元。同时，提出要以河南保税物流中心为核心区域，打造国家级跨境贸易电子商务示范园区，继续创新机制体制，完善软、硬件设施，明确重要时间节点，分阶段加快推进郑州跨境贸易电子商务业务规模化发展。

### 5. 深圳继续引导跨境电商发展

2015年6月，深圳市市场监管委发布《关于促进跨境贸易电子商务市场健康快速发展的若干意见》<sup>④</sup>，从5个方面提出指导：建立可信交易环境，促进外贸经济发展；加强与境外第三方机构合作，促进交易便利化；强化知识产权保护，促进品牌创新；健全纠纷解决机制，维护经营者、消费者合法权益；打击违法违规行为，规范市场秩序。

此外，2015年7月深圳海关制定《深圳海关关于支持和促进中国（广东）自由贸

① 宁波保税区管理委员会. 关于加快跨境电子商务人才集聚的若干政策意见[EB/OL](2015-01-14)[2016-04-05].  
<http://qyzc.ningbo.gov.cn/attach/0/150225103434133.PDF>.

② 宁波市政府办公厅. 关于加快推进宁波市跨境电子商务发展的指导意见[EB/OL](2015-10-28)[2016-04-05].  
[http://gtog.ningbo.gov.cn/art/2015/10/28/art\\_12963\\_6064.html](http://gtog.ningbo.gov.cn/art/2015/10/28/art_12963_6064.html).

③ 郑州市人民政府. 关于加快推进跨境贸易电子商务发展的意见[EB/OL](2015-03-18)[2016-04-05].  
<http://public.zhengzhou.gov.cn/08ABA/65009.jhtml>.

④ 深圳市市场监管委. 关于促进跨境贸易电子商务市场健康快速发展的若干意见[EB/OL](2015-06-19)[2016-04-05].  
[http://www.sz.gov.cn/gsj/zcwj/dzswgl/jlgf/201511/t20151125\\_3367672\\_15991.htm](http://www.sz.gov.cn/gsj/zcwj/dzswgl/jlgf/201511/t20151125_3367672_15991.htm).

易试验区前海蛇口片区建设发展的若干措施》<sup>①</sup>，明确提出支持发展跨境电子商务，建立海关监管系统与跨境电子商务平台互联互通机制，加强信息共享。推进建立跨境电子商务平台运营主体、外贸综合服务企业、物流服务企业集中代理报关、纳税的机制。进一步完善跨境电子商务管理模式，优化通关流程，促进跨境电子商务健康快速发展。

## 6. 重庆重点部署跨境电商

2016年12月底，重庆市人民政府推出《关于大力发展电子商务的实施意见》<sup>②</sup>，指出培育壮大跨境电子商务企业。支持跨境电商公共服务平台和保税智能仓储建设，推动龙头企业获取第三方跨境支付牌照、自建保税仓。提升跨境电子商务通关效率。完善跨境电商通关系统“单一窗口”综合服务体系建设，全面推进“一站式作业”模式，推行跨境电子商务海关、检验检疫部门“一次查验、一次放行”通关新模式。完善跨境电子商务货物通关和检验检疫流程管理与监管模式，对网购保税进口模式推广跨境电子商务专用账册管理，建立产品质量追溯机制，实现跨境电子商务商品进得来、管得住、放得快、可追溯。

## 7. 其他主要省市的跨境电商政策

与此同时，其他主要城市也纷纷出台了有关电子商务政策，推动跨境电商发展。

2015年3月，苏州市人民政府印发《关于促进电子商务加快发展的政策意见的通知》<sup>③</sup>，对本市年销售额首次超1亿美元、3亿美元、5亿美元的跨境贸易电子商务交易平台，分别给予平台建设方50万元、100万元（含前档）、200万元奖励（含前档）。

2015年7月，山东省人民政府办公厅发布《山东省跨境电子商务发展行动计划》<sup>④</sup>，实施跨境电子商务“635工程”，到2017年，力争培育600家跨境电子商务领军企业，建设30个省级跨境电子商务园区、50个跨境电子商务公共海外仓，开展“跨境电子商务进万企”培训活动，推动全省30000家企业开展跨境电子商务，力争全省跨境电子商务年交易额突破200亿美元。

2015年11月，四川省人民政府办公厅发布《关于推动跨境电子商务加快发展的实施意见》<sup>⑤</sup>，部署以下几点工作：（1）建立便捷高效的服务体系；（2）建立高效对接的支撑体系；（3）建设领先的本土跨境电商队伍体系。

2015年12月，广西壮族自治区人民政府办公厅发布《关于促进全区跨境电子商务

① 深圳市海关 关于支持和促进中国（广东）自由贸易试验区前海蛇口片区建设发展的若干措施[EB/OL](2015-07-21)[2016-04-05]. [http://www.szqh.gov.cn/pub/qhzmq/zwgk/cxyzc/201507/t20150721\\_18141509.html](http://www.szqh.gov.cn/pub/qhzmq/zwgk/cxyzc/201507/t20150721_18141509.html).

② 重庆市人民政府. 关于大力发展电子商务的实施意见[EB/OL](2015-12-30)[2016-04-05]. <http://www.cq.gov.cn/publicinfo/web/views/Show!detail.action?sid=4057460>.

③ 苏州市人民政府. 关于促进电子商务加快发展的政策意见的通知[EB/OL](2015-03-16)[2016-04-05]. [http://www.jiangsu.gov.cn/zwfw/lstd/qy/zcfg/201504/t20150403\\_380273.html](http://www.jiangsu.gov.cn/zwfw/lstd/qy/zcfg/201504/t20150403_380273.html).

④ 山东省人民政府. 山东省跨境电子商务发展行动计划[EB/OL](2015-07-30)[2016-04-05]. [http://www.shandong.gov.cn/art/2015/8/7/art\\_285\\_7262.html](http://www.shandong.gov.cn/art/2015/8/7/art_285_7262.html).

⑤ 四川省人民政府. 关于推动跨境电子商务加快发展的实施意见[EB/OL](2015-11-25)[2016-04-05]. <http://www.sc.gov.cn/10462/10464/13298/13301/2015/12/13/10361950.shtml>.

健康快速发展的实施意见》<sup>①</sup>，明确提出建设中国—东盟信息港经贸服务平台，打造中国—东盟跨境电子商务基地。

## 6.3 跨境电子商务发展趋势

跨境电子商务不仅为服务贸易发展提供新的渠道，开辟新的空间，也将为服务贸易提供新的领域和内容。大力发展跨境电子商务，对扩大我国国际贸易市场份额，转变外贸发展方式，形成适应和引领全球跨境电子商务发展的管理制度和规则，具有越来越重要的意义。

### 6.3.1 利用“一带一路”推动跨境电商跨越式发展

“一带一路”战略将带动沿线国家的采购需求，为中国出口带来新的商机。目前“一带一路”沿线 65 个国家，各个国家都在考虑怎么样更好地利用互联网来打造与全世界的互联互通。从基础设施开始，到商品交易，再到人文交流，中国进口电商将会有更丰富的资源、商品和品牌，从商品贸易到服务贸易，从消费品到矿产资源，中国进口电商将有广阔的发展空间。从出口方向上看，中国出口跨境电商将结合海上丝绸之路和陆上丝绸之路，把更多价廉物美的商品和服务输出到沿线国家，无论是引进来，还是走出去，中国出口跨境电商面临更多发展新机遇。

当前，中国正通过“一带一路”等国家战略辐射全球，加快国内的产能输出，实现资源的高效流通，促进全球经济一体化建设。随着信息经济、信息技术的大力发展，电商尤其是 B2B 跨境电商，正以其先进性不断影响着传统行业的发展。在“一带一路”的大背景下，B2B 跨境电商无疑成了加快产能输出的“利器”。B2B 跨境电商平台将充分发挥互联网高效连通的特点，顺应“一带一路”的国家战略，帮助传统行业进行产业升级并提高产品品质，充分对接国际优质需求，扩大市场份额，最终实现产能输出，从而让化解过剩产能变得水到渠成<sup>②</sup>。

### 6.3.2 跨境电商线上线下全渠道融合发展

线上线下融合的跨境 O2O 将是未来跨境电商发展的趋势。跨境电商企业会更看重运营，包括体验店运营、线上线下融合性服务、物流就近配送强化等。线上线下融合发展将推动跨境出口电商的发展，既能让国内消费者不出国门就能享受到同等的产品和服务，又能带动国内制造业的转型升级。

2015 年，广州广百集团上线跨境电商频道，开设线下体验店；蜜芽通过红黄蓝教育机构开拓线下渠道，联手布局跨境母婴 O2O 领域；洋码头利用星美影城等线下渠道扩展其行业知名度。

<sup>①</sup> 广西壮族自治区人民政府. 关于促进全区跨境电子商务健康快速发展的实施意见[EB/OL](2015-12-02)[2016-04-05]. [http://www.gxzf.gov.cn/zwgk/zfwj/zzqrmzfbgtwj/2015gzbwj/201512/P02015122142574775\\_3223.pdf](http://www.gxzf.gov.cn/zwgk/zfwj/zzqrmzfbgtwj/2015gzbwj/201512/P02015122142574775_3223.pdf).

<sup>②</sup> 中国网. 聚贸助力“一带一路”加快产能输出[EB/OL](2016-02-24)[2016-04-05]. [http://science.china.com.cn/2016-02/24/content\\_8592657.htm](http://science.china.com.cn/2016-02/24/content_8592657.htm).

2016年,跨境电商企业将继续通过线上更便捷的新技术手段增强购物体验,同时推动线下跨境电商产品的O2O体验店,提供线下商品展示服务,促进用户下单。如“前店后仓”式的O2O商业体,实现体验、提货一站式功能;平台型实体企业,将保税仓建在店里,门店仓库作为保税仓监控管理,实现展示、体验、销售、购买等多重功能。

### 6.3.3 跨境电商出口带动外贸新增长

2015年,我国进出口总值24.58万亿元,同比下降7%。其中,出口14.14万亿元,下降1.8%,贸易顺差3.69万亿元,扩大56.7%。在这种严峻的外贸形势下,进口电商贸易量逆向同比增长38.5%,各大出口电商平台销售额也同比增长10%,跨境电子商务可以有效引导国内企业通过跨境电子商务走向国际市场。

从传统外贸出口到跨境电商,出口企业跳过传统贸易中大量的中间环节,直接面对消费者,可以根据客户反馈做出更贴近市场的产品;全流程电子化、无纸化通关,也显著提升通关效率,降低出口成本;企业能够最大程度压缩过去花费在中间环节的成本,提升国际竞争力。

在传统外贸进出口提振乏力的情况下,垂直出口电商发展潜力大。传统的出口电商多为商品导向,业务来源很大程度上依靠搜索比价,简单地把廉价物品卖出国,用户忠诚度低。针对垂直人群的电商看重社交网络及社区培育对于电商的转化率,相对容易培养用户的忠诚度,有机会实现用户黏性和高客单价。

在销售目标市场方面,以美国、英国、德国、澳大利亚、加拿大为代表的成熟市场,由于人均购买力强、跨境网购观念普及、线上消费习惯成熟、物流配套设施完善等优势,在未来仍是跨境电商零售出口产业的主要目标市场,且将持续保持快速增长。

新兴市场正成为跨境电商零售出口产业的新动力,俄罗斯、巴西等国家的本土电商企业并不发达,消费需求旺盛,中国制造的产品在这些国家的市场上拥有巨大的优势;东南亚市场人口数量较多,且消费偏好与中国较为接近,也具有巨大的消费潜力。

### 6.3.4 整合资源优化跨境业务流程

传统的国际贸易业务流程存在信息化、自动化程度不高以及电子网络化水平较低等不利因素,跨境电商对传统业务流程进行重组,整合资源,将会提高出口反应速度。

完善跨境电商综合公共服务平台。平台不仅需要与海关协调,简化通关流程;同时还需要调查国外市场,筛选适销对路的商品品种,确定需求量和质量要求,为企业提供市场调研分析服务,帮助外贸企业发现市场,开发市场。

协调商检部门,搭建标准化的检验检疫监管平台。跨境电子商务企业在出口时可能面临各国日益严格的检验、检疫壁垒,这制约了我国产品的出口。通过搭建标准化的检验检疫监管平台,确保出口产品到出口目标市场的检验、检疫标准,将提高通关效率,减少因不达标带来的成本。

为跨境电商搭建综合物流平台。目前我国多数跨境电商企业没有自己的物流服务平台,通过搭建综合物流服务平台,将协助跨境电商建立海外仓,提高配送效率。

### 6.3.5 进一步优化跨境电商发展环境

商务部、财政部、海关总署、国家税务总局将从以下方面优化跨境电商发展环境：

(1) 加快实行“单一窗口”建设等贸易便利化措施，健全外贸综合服务体系，针对传统行业提供更多的外贸便利，鼓励传统企业利用跨境电子商务扩大海外市场，进一步降低贸易成本，帮助更多中小型企业参与全球贸易。

(2) 调整由于行邮税造成的跨境电商零售进口商品与国内销售的一般贸易进口货物、国产货物之间的不公平竞争，支持传统业态应对新业态挑战进行调整转型；调整由于政策不一致造成的试点城市与非试点城市之间竞争水平的差异，促使跨境电商零售进口业务从少数试点城市扩展至全国；营造税率统一、标准统一、有利消费、管理便捷的跨境电子商务零售进口市场环境<sup>①</sup>。

(3) 消除跨境电商 B2B 发展的制度约束，建立跨境电商平台行业自律机制。跨境电商企业在自身发展过程中，面临很多实际问题，政府将通过制度创新消除发展障碍。跨境电商行业协会将通过行业自律建立起业界良性的监督体系，推动跨境电商平台企业良性发展。

(4) 鼓励跨境电商企业与传统企业加快融合，利用互联网先进技术建立全球供应链。全国跨境电商综合试验区已经扩展到 13 个，分布在全国不同地区。跨境电商综合试验区之间的相互竞争将使其作用得到充分发挥。传统外贸和制造企业将通过跨境电商综合试验区和跨境电商平台上线经营，增强开展线上交易的能力，实践“互联网+外贸+中国制造”的新模式。同时，政府将通过整合数据，促使中国企业提高供给质量，加大自有品牌培育力度，提升中国企业在国际市场上的综合竞争力。

<sup>①</sup> 2016 年 3 月 24 日，财政部、海关总署、国家税务总局发布《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》，调整了有关跨境电子商务零售进口的税收政策。4 月 7 日，财政部、发改委等 11 个部委共同发布了《跨境电子商务零售进口商品清单》。清单共包括 1142 个 8 位税号商品，主要是国内有一定消费需求，可满足相关部门监管要求，且客观上能够以快件、邮件等方式进境的生活消费品。4 月 15 日，财政部、发展改革委、商务部等 13 个部委又共同发布了《跨境电子商务零售进口商品清单（第二批）》，共包括 151 个 8 位税号商品。两批清单涵盖了跨境贸易电子商务服务进口试点期间实际进口的绝大部分商品，可满足国内大部分消费者的需求，有利于跨境电子商务在前期试点基础上继续发展。

## 第7章 移动电子商务发展专题报告

近年来，移动互联网等新一代信息技术加快发展，随着移动互联网的普及，PC网络购物市场逐渐走向成熟，移动电商已超过PC网络购物成为推动网络购物市场的第一大动力。本专题报告聚焦2015年中国移动电子商务发展情况，重点介绍了2015年中国移动电子商务市场的发展概况，并展望2016年移动电子商务发展趋势。

### 7.1 移动电子商务发展状况

#### 7.1.1 基本状况

《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2015年，我国手机网络购物用户规模增长迅速，达到3.40亿，增长率为43.9%，手机网络购物的使用比例由42.4%提升至54.8%<sup>①</sup>，移动购物行业发展迅猛。

2015年，各大互联网厂商和传统家电企业加大对手机市场的进入，促使了智能手机价格持续走低。另外，政府加大对移动上网的扶持，督促运营商降低上网资费、提升网络覆盖能力等措施优化网民上网环境，进一步促进移动购物的快速发展。

2015年，中国移动网购市场交易规模达2.1万亿元，同比增长123.8%，增速超过PC端。整体互联网市场中，移动端贡献率超过55%，后续将持续上升。

随着市场不断推广，线下扫码支付的交易规模进一步得到提升。此外，用户粘性的日益提升，发红包、转账等社交支付行为也带动了转账支付交易规模的增长。用户移动支付习惯逐步养成，2015年中国第三方移动支付交易规模达到10.2万亿元。

我国通信基础设施的建设和升级、运营商的积极推动以及网民对移动端高流量应用的使用需求，共同推动了2G用户向3G/4G用户的迁移。截至2015年12月，我国手机网民中通过3G/4G上网的比例为88.8%，较2015年6月增长了3.1个百分点。

当前，移动电商应用领域不断拓展，技术创新、应用创新、金融创新、模式创新持续加快，移动电子商务进入高速发展的新阶段，并成为众多B2C电商和传统企业的重要战略布局点。

#### 7.1.2 移动购物市场发展状况

2011—2015年，中国移动购物市场进入蓬勃发展阶段，年度交易规模呈现成倍增长态势。2015年GMV突破2万亿，全年移动端交易额渗透率高达50%。各电商企业

<sup>①</sup> 中国互联网络信息中心. 第37次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL](2016-01-22)[2016-04-23].  
[http://cnnic.cn/gwym/xwzx/rdxw/2015/201601/t20160122\\_53283.htm](http://cnnic.cn/gwym/xwzx/rdxw/2015/201601/t20160122_53283.htm).

继续发力移动端，以新用户获取和品类扩张为战略重点。京东与腾讯合作引入社交流量，新兴创业企业众多，行业集中程度呈下降趋势，母婴、海外购、生鲜等垂直细分移动购物应用层出不穷，中国移动购物呈现“群雄争霸”局面，预计未来几年仍将保持又好又快发展态势（参见图 7-1）。

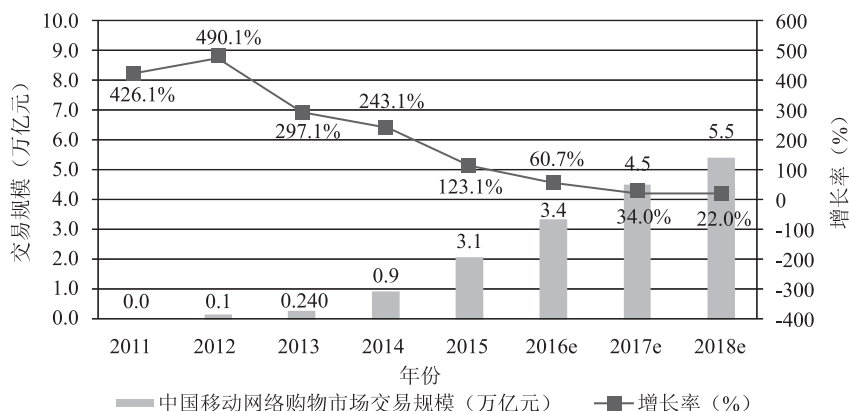


图 7-1 中国移动购物市场交易规模

资料来源：根据艾瑞咨询和易观智库提供的统计数据综合分析所得

移动互联网的普及、网民从 PC 端向移动端购物的倾斜、移动购物场景的完善、移动支付应用的推广、各电商企业移动端布局力度的加大以及独立移动端平台的发展，均是中国移动购物市场快速发展的重要因素，预计未来几年仍会保持较快的增长速度。图 7-2 反映了 2011—2015 年中国移动购物用户规模稳步上升。

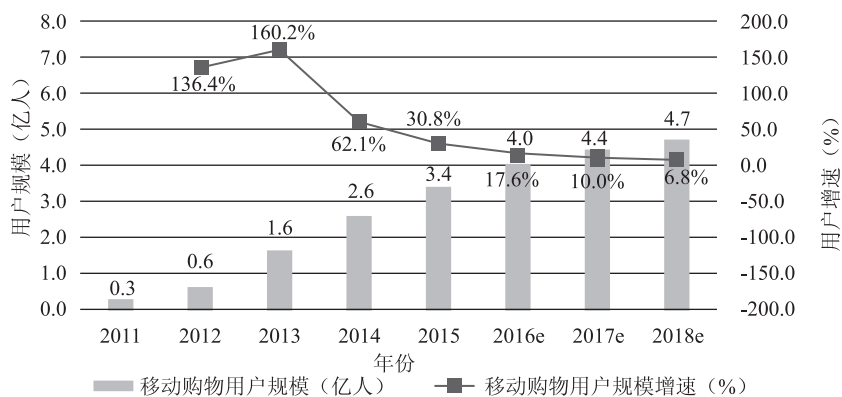


图 7-2 中国移动购物用户规模增长情况

数据来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算

在 PC 端与移动端份额占比方面，2015 年中国移动购物交易额在中国网络购物整体市场中占比 55.5%，较 2014 年占比增长近 22 个百分点，首次超过 PC 端网购交易占比。预计移动端交易占比在未来几年将继续上升（参见图 7-3）。

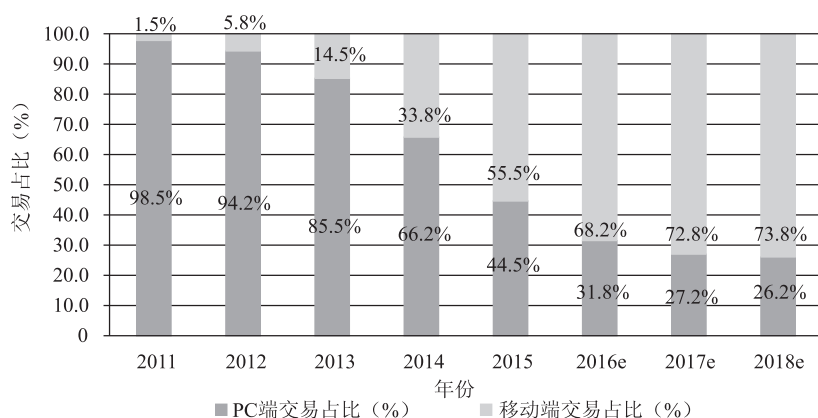


图 7-3 中国移动购物行业终端渗透率

数据来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算

### 7.1.3 移动旅游市场发展状况

随着移动互联网快速发展，移动旅游 APP 逐一上线，在线旅游企业携程、途牛、中青旅遨游网等纷纷推出移动端，同时纯移动端企业如面包旅行、淘在路上等也渐渐涌现，移动端更新迭代迅速。随着智能设备的普及，用户移动阅读已成习惯，移动端占据用户大量碎片化时间。用户由 PC 端向移动端转移，APP 逐渐成为出游或者计划出游用户设备里的查询攻略、旅游产品选择的必备利器，快速便捷。

移动互联网与旅游产品和服务具有天然的结合性，在移动互联网快速发展的背景下，移动旅游服务在过去的两三年中迎来了爆发式增长，旅游消费、预订、服务的互联网化将实现跨越式发展。移动旅游访次占比逐渐攀升，除了有移动端大量的旅游中服务应用被使用以外，移动端预订应用被用户接受、认可也是核心的原因，机票、酒店、门票等标准化程度较高的产品在移动端的发展比较热门。布局移动互联网是未来在线旅游发展的重点，移动端将成为各大在线旅游供应商的必争之地。目前，携程和去哪儿用户规模和交易规模仍然处于领先地位，阿里旅行借助阿里电商平台资源和支付系统的优势，提供旅游交通预订交易平台。

据艾瑞监测数据，在线旅游服务网站及 APP 使用次数上，移动端优势凸显，在线旅游用户正逐步由 PC 向移动转移。移动互联网的发展和旅游服务具有天然的结合性，移动互联网更能随时随地满足用户需求，因而更能迅速获得用户的接受和认可。随着人们旅游方式的转变和智能应用的普及，消费者在旅行时不再是简单的吃饭和住宿，而会将餐饮、娱乐、交通和票务等本地生活服务融合在一起，形成个性化、多元化的移动消费，因此旅游移动端具有较大的发展空间，在线旅游市场在烧钱的同时，需要保持移动端的高速成长，形成竞争壁垒，才能从平台中脱颖而出。

### 7.1.4 移动服务市场发展状况

在移动娱乐服务市场领域，随着 4G 时代的来临，移动娱乐服务显现出与传统 PC、

TV 和网络娱乐并驾齐驱的趋势，移动娱乐业务日渐繁荣，其娱乐服务的种类也在不断增加。移动娱乐服务市场以音像、游戏、导航、网络视频等最具发展潜力。近几年，中国移动娱乐市场呈现爆炸式增长，娱乐服务移动化日趋明显，未来，移动娱乐有望成为新一轮产业发展热点。以网络视频为例，2015 年央视春晚全网总播放量已突破5 亿，其中移动端的播放量占比超过六成。在数字阅读领域，咪咕数媒以打造掌上数字阅读为主，目前月访用户 1.62 亿，入库正版图书 43.6 万册，在此基础上的咪咕动漫、咪咕音乐，依托其产业链资源，以专业化方式拓展数字娱乐这一新蓝海。中国移动紧抓移动互联网与数字服务发展的机遇，利用其自身优势，在阅读、音乐、视频、游戏等业务方面创新发展。

在移动医疗服务市场领域，随着移动互联网技术的发展，中国移动医疗产品正在逐渐趋向成熟，产业链逐步完善。2015 年 7 月，国务院《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》<sup>①</sup> 要求，发展基于互联网的医疗卫生服务，支持第三方机构构建医学影像、健康档案、检验报告、电子病历等医疗信息共享服务平台。百度侧重于数据采集和大数据计算，成立移动医疗事业部；阿里巴巴集团从医药电商方面切入市场，通过支付宝对医疗机构开放自己的平台；腾讯与北京银行合作，实施“京医通”项目。上海市第一妇婴保健院建立起基于移动端的患者服务体系，实现了包括微信服务号、支付宝钱包、手机扫一扫、手机摇一摇等多项功能的应用。该院还在行业内率先启动“移动医疗创新中心”，旨在打造一个与移动互联网企业合作的平台，共同研发、测试各种移动医疗的应用，提高患者的就医体验和医院的管理效率。

在移动生活服务市场领域，随着移动互联网深入生活，移动生活服务市场呈现百花齐放的局面，用户行为向移动端转移的态势越来越明显。图 7-4 显示了 2011—2018 年中国第三方移动支付的规模、增长率和渗透率。

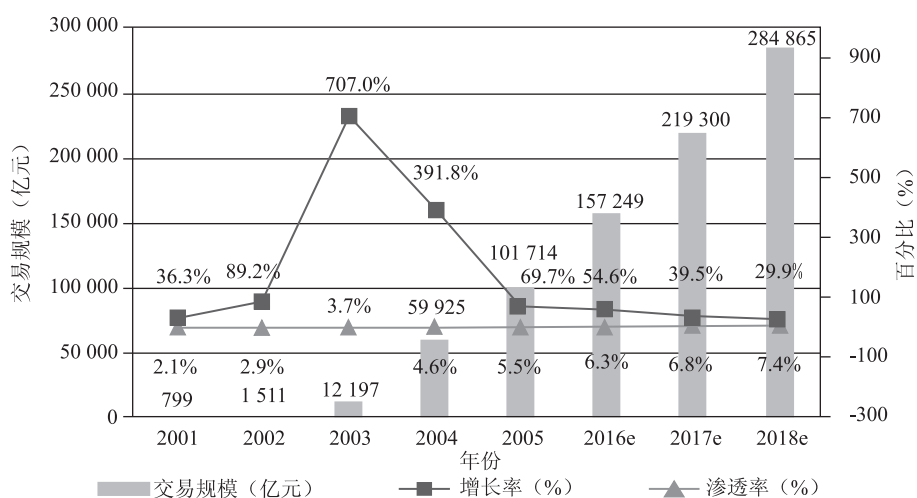


图 7-4 中国第三方移动支付规模、增长率和渗透率

数据来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算

<sup>①</sup> 国务院．国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见[R/OL](2015-07-04)[2016-01-23].  
http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-07/04/content\_10002.htm.

移动互联网正以前所未有的速度颠覆着传统的生活方式，如旅游、餐饮、零售、音乐、打车等。生活服务类产品极大地满足了用户的需求，并延展到生活的各方面。图 7-5 反映了 2014 年第四季度到 2015 年第四季度中国第三方移动支付的业务类型。

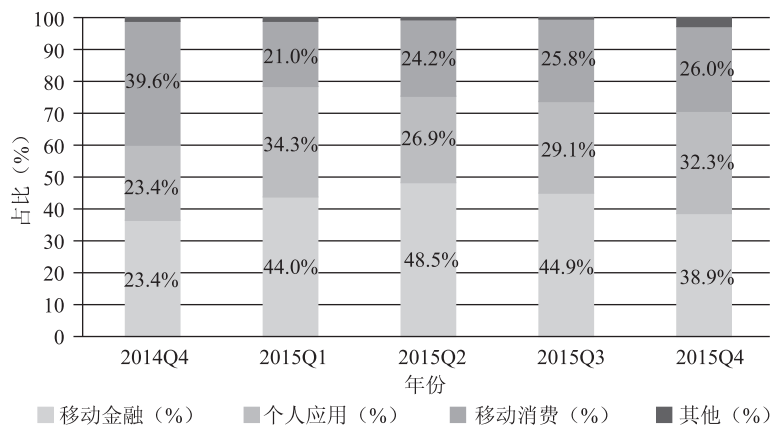


图 7-5 中国第三方移动支付业务类型

数据来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算

## 7.2 移动电子商务发展特点

### 7.2.1 大型电商企业继续加大移动端布局

2015 年开局，各大电商平台、多家传统品牌企业加速移动端布局，不断丰富移动端业务，完善移动端服务，促进网民移动端购物规模持续增长与移动端交易额的高速增长。京东、阿里等电商巨头加重在移动端的布局，加大培养用户移动端使用习惯，增强用户体验，加大移动端促销力度，“6·18”、“双 11”、“黑色星期五”、“双 12”购物节中纷纷推出移动端专属活动，鼓励消费者向移动端分流。唯品会将团购移植至移动端，且上线细分领域 APP，强化移动端细分类目；聚美优品发力海外购业务，“极速免税店”成为其移动端增长的重要引擎；苏宁易购、国美在线、当当、1 号店、亚马逊等传统企业均开始全力出击移动端，通过推出移动微店、开启移动海外购、实行移动端节日促销等方式争夺更大移动端市场。

### 7.2.2 移动购物市场呈现“百家争鸣”局面

2015 年，中国移动购物领域呈现出“百家争鸣、百花齐放”局面，移动端的电商平台、电商导购平台、电商服务平台等产业链各环节蓬勃发展，美丽说上线移动端海外购物独立 APP 美丽说 HIGO，同时接入微信钱包入口以获取更多流量资源。蘑菇街在转型“B2C+C2C”的社会化电商后，于 2015 年初推出蘑菇街 7.0 版 APP，并上线聚焦时尚买手的移动应用 Top，帮助时尚达人开店、形成个人品牌社区，带来新客源、增强用户粘性。另外，2015 年开始传统企业大规模试水微商，除苏宁易购、国美电器外，健康元、江中、哈药、仁和、雅倩等健康、美容行业传统企业纷纷加入微

商渠道之争，移动购物市场竞争日趋激烈。

### 7.2.3 移动电商结合社交，粉丝化运营愈益明显

PC、移动终端屏幕大小的差异，导致了信息展示量的不同，PC端广告位相对充裕，企业只要投入一定资金，即可买到相应的流量推广位，获得大面积的广告展示和媒介曝光，取得品牌展示及点击购买效果；迥异于PC端的流量经济模式，移动端以APP使用为主，APP的展示位置有限，流量碎片化、去中心化明显，用户推广与社交结合更紧密。

京东与腾讯战略合作获微信一级购物入口后，微信5亿活跃用户助力京东移动端持续发力，蘑菇街等社交电商转化率显著高于传统电商。小红书依托跨境购物社区模式发展电商，聚美优品投资“宝宝树”借助后者母婴客群推动零售放量。

## 7.3 移动电子商务发展趋势

### 7.3.1 移动电子商务闪购比例将持续提升

闪购对时效性要求很高，而移动端恰好具备即时性特征，可以随时抢购。另外，闪购很大程度上是刺激用户的潜在购物需求或“非明确型”的购物欲望，而移动端的使用场景很多是“在家娱乐休闲状态”、“路上打发时间状态”，其使用场景恰好把这种“逛街式的购物乐趣”放大化。且闪购商品折扣力度较大，阶段性价格优惠明显，而移动购物用户在消费品类上具有消费金额低、消费决策不及PC慎重等特点，易在“限时”、“名品”、“特价”等刺激下激发冲动型消费。

从核心企业来看，以网络限时特卖模式起家的唯品会主打“名品+折扣”，取得较好市场反馈，将名品特卖作为主打频道的聚美优品移动端交易额超过PC；淘宝、天猫推出天天特价、秒杀等模块发力闪购；京东分拆出单独团队运营闪购业务；当当首页主打“新品闪购、秒杀、尾品汇”等形式；而1号店、蘑菇街、美丽说、明星衣橱等企业闪购频道流量表现也远高于常规线上零售模式。由此，未来随着中国移动购物行业的深入发展，用户对名品折扣的需求将愈益旺盛，移动端闪购行为将更加频繁，企业对闪购业务的布局也将逐步完善，闪购模式在中国移动购物市场中的比例将持续提升。

### 7.3.2 移动电子商务将推动线上线下发展

相较于PC端，移动购物受时间、空间限制更小，即时性特征明显，与线下消费场景的交互方式更具情景化：如利用摄像头获取实时视听影像、利用GPS定位实时地理位置、利用陀螺仪完成实时重力感应等。对于移动购物行业来讲，移动端的这些特性为移动购物线下市场的获取提供了补充，典型表现为商场、地铁、街道等各类线下生活场景中扫码应用的蓬勃发展，用户可通过扫描线下商品的条形码或二维码，跳转到相应官网页面或线上旗舰店，进入相应购物页面进行线上下单、支付。

对传统商超来说，移动端是其全渠道管控的重要一环，主要作用有线上品牌宣传，

提升企业知名度和影响力；覆盖门店无法辐射的用户群体，扩大消费半径；提升用户体验，减少因店铺存货有限带来的商品供应缺口，如尺码、颜色暂缺等情况，同时消除了用户对“商品和图片不一致”、“尺寸大小不合身”等疑虑。未来，传统企业在移动端布局力度会加大，但主要起到品牌宣传和补充线下的作用，不会撼动整个移动购物市场的格局。在较长一段时间内，阿里巴巴、京东、唯品会、聚美优品、当当、1号店等核心电子商务企业仍将是中国移动购物市场发展的主力，新兴的长尾移动 App 起到补充作用。

### 7.3.3 移动电子商务将向细分化、垂直化发展

移动端用户行为具有明显的碎片化特征，在移动购物行业表现为用户停留在商品浏览页面的时间很短。PC 时代“大而全”的海量商品呈现方式在移动端遇到挑战，垂直电商可以把产品做得更专业、细致，移动购物应用的细分化、商品品类的垂直化是未来移动购物的重要发展趋势。基于 LBS 的二手交易应用契合移动定位特性：以国内首款基于 LBS 的二手货交易平台——易优优为例，它通过准确定位用户地理位置，汇集附近闲置二手货交易信息，满足用户就近求购、出售、换物等需求。但这种基于 C2C 的平台式二手交易，卖家大多赔本出售，营销诉求不强，盈利模式尚不成熟，发展空间受限。未来将有更多细分、垂直化独立 App 受到移动购物用户的青睐，小而美电商迎来契机。

### 7.3.4 移动端页面形式简化内容精细化运作

PC 端的屏幕尺寸一般大于 13 英寸，有鼠标和键盘作为辅助，信息承载量较大，交互形式灵活，功能相对复杂。Pad 与手机端常见的屏幕尺寸为 2.8~10.1 英寸，屏幕能呈现的信息量有限，交互形式以触感为主，精准度差，容易产生误操作，没有指针帮忙确认，这些差异都决定了移动端的应该做相应调整，有区别于 PC 端的展现形式。对于移动购物行业来讲，PC 端和移动端的硬件差异决定了移动购物“页面表现形式简化、内容精细化运作”趋势。主要涉及单个页面的商品信息量、多个应用之间切换跳转以及 PC 与移动跨平台链接适配等。未来，移动端频道商品布局、动态展示将更加简化，导购或微博、微信等导流类 App 之间调整更加便捷，结算方式优化安全。用户在移动端的购物体验感与满意度将得到进一步提升。

## 第 8 章 O2O 商业模式应用专题报告

2015 年 O2O 行业迎来新机遇，技术、经济环境逐渐成熟，线上线下全渠道融合发展成为趋势。新技术、新产品、新业态、新模式加速涌现，O2O 在各领域广泛应用。本专题报告聚焦 2015 年中国 O2O 行业发展情况，重点介绍了 2015 年 O2O 市场的发展概况，在商业领域和其他领域的应用情况，并展望 2016 年 O2O 商业模式的发展趋势。

### 8.1 O2O 商业模式应用现状

#### 8.1.1 O2O 商业模式的发展背景

O2O 即 Online to Offline，是指线上线下商务活动相互融合的一种商业模式。只要在整个产业链中既涉及线上活动，又涉及线下活动，就可称为 O2O 模式。这种商业模式涉及面很广。团购网站被认为是最早期的 O2O 模式。2010 年团购网站在中国兴起，大量团购网站相继上线。除团购外，各种分类信息网站、点评类网站、订餐类网站等纷纷试水 O2O。商业 WiFi、云计算、大数据、DSP、LBA、移动支付、移动客服等技术不断发展，也为 O2O 带来良好的发展机遇。近年 O2O 市场的增长率超过 30%，本地生活服务类 O2O 的普及度已经高达 40%。

随着互联网经济持续高速增长，政府也不断推出政策进一步支持 O2O 发展。2015 年《政府工作报告》中提出，要“把以互联网为载体、线上线下互动的新兴消费搞得红红火火”<sup>①</sup>。2015 年 9 月，国务院特别发布了《关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》<sup>②</sup>，首次在政策高地上提到 O2O，尤其是实体零售的 O2O 转型升级，这一系列政策利好更加催生出巨大的市场空间。此外，创业投资引导基金和《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》<sup>③</sup> 等政策也为传统企业进行 O2O 转型升级提供了政策支持。《意见》要求电商企业合理降税减负，逐步将旅游电商、生活服务类电商等相关行业纳入“营改增”范围，为 O2O 等新兴商业模式的发展空间增添了发展动力。

技术方面，智能手机的普及，WiFi 覆盖率的提高，地理位置服务技术发展并普遍应用，线上线下结合的基础设施和技术条件逐渐成熟，传统行业在供应链技术、金融

① 李克强．政府工作报告(2015年)[EB/OL](2015-03-5)[2016-03-16]  
[http://www.gov.cn/guowuyuan/2015-03/16/content\\_2835101.html](http://www.gov.cn/guowuyuan/2015-03/16/content_2835101.html).

② 国务院办公厅．国务院办公厅关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见[EB/OL] (2015-09-18)[2016-02-26]. [http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-09/29/content\\_10204.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-09/29/content_10204.htm).

③ 国务院．国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见[EB/OL](2015-05-07)[2016-01-26].  
[http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-05/07/content\\_9707.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-05/07/content_9707.htm).

支付、物流系统的信息化也逐渐提高。商户广泛采用供应链管理、客户关系管理、云服务等信息技术。经济方面，O2O 行业得到资本市场追捧，尤其在餐饮、交通、生鲜等领域，多方环境成熟，各领域 O2O 快速发展。

### 8.1.2 O2O 商业模式的发展现状

过去两年，中国涌现出大量 O2O 电商平台，促进了 O2O 市场高速发展，2015 年，O2O 市场规模为 8 797 亿元，预计到 2018 年市场规模将达到 15 901 亿元，年复合增长率为 29.3%，线上渗透率超过 7%（参见图 8-1）。据艾瑞咨询数据显示，中国 O2O 市场的高速发展受到垂直行业的快速发展的推动，2014 年以来婚庆、餐饮、亲子及休闲娱乐 O2O 市场的年复合增长率均在 24% 以上。

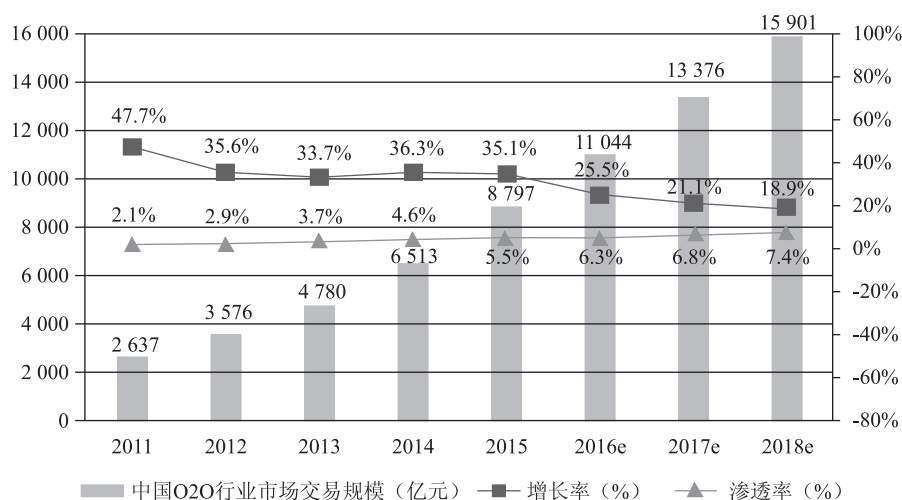


图 8-1 中国 O2O 市场规模及渗透率

资料来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算

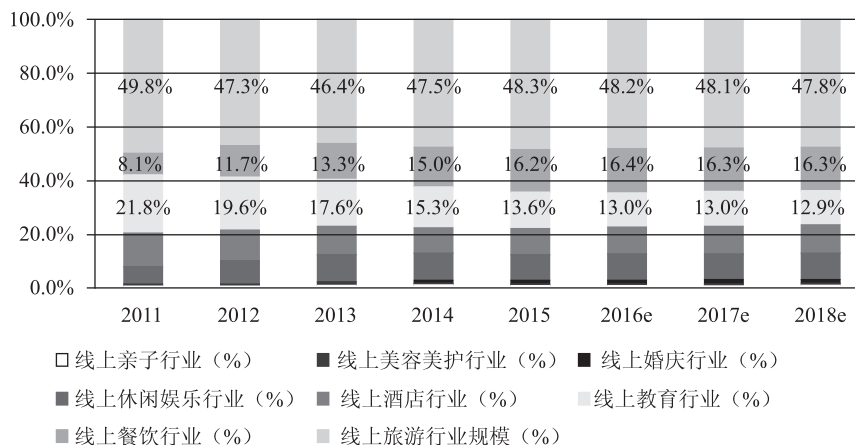


图 8-2 中国 O2O 市场份额占比

数据来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算

垂直行业高速发展，餐饮、酒店、婚庆行业市场份额连年升高。从 O2O 市场格局来看，2015 年旅游 O2O 市场份额最大，为 48.3%；线上餐饮行业和线上教育行业占比分别为 16.2% 和 13.6%；休闲娱乐、酒店和婚庆占比分别为 9.8%、9.7% 和 0.9%<sup>①</sup>（参见图 8-2）。

### 8.1.3 O2O 商业模式的市场格局

从 2015 年整体市场格局来看，巨头企业纷纷布局 O2O 市场，利用资本强势进入。在社区 O2O 方面，支付宝逐步向物业行业开放基于“互联+物联+服务”的电子商务服务平台，并与国内一站式社区服务平台“千丁”在社区服务领域达成战略合作，共建社区新生态。正荣旗下物业联手微信支付，推出全国首个微信定制社区，“刷脸入户”、“扫码停车”等可通过微信定制的方式实现。海尔旗下日日顺成立新公司“乐家”，进军智能快递柜业务，利用日日顺在全国 3 万多个实体门店优势快速布局。在本地生活 O2O 方面，58 到家获得来自阿里巴巴集团、KKR 和平安创投的 3 亿美元 A 轮融资，未来将在家政、美业、搬家等业务上面进一步增强市场地位。此外，阿里巴巴、腾讯等互联网巨头竞相推广移动支付平台的开放应用，银泰、王府井、上品折扣等传统百货纷纷试水。基于外卖、汽车、医疗、生鲜、房产等领域的 O2O 创新创业活动风起云涌，吸引了大量资本关注。例如，聚焦社区服务的叮咚小区、聚焦美甲的河狸家、聚焦餐饮的回家吃饭、聚焦生鲜的青年菜君等上百家 O2O 创业团队在 2015 年都获得了外部投资。但 O2O 市场格局仍未形成，整个市场依然具有巨大的发展空间与潜力。

## 8.2 O2O 模式在商业领域的应用

### 8.2.1 O2O 商业模式在本地生活服务业中的应用

O2O 最早应用在本地生活服务领域，尤其是一些餐饮、家政等传统行业与电子商务的融合最为明显。目前，我国的本地生活服务 O2O 市场仍处于发展初期阶段，主要是在餐饮外卖、家政洗涤、美容美发、休闲娱乐等领域为消费者提供便捷服务。

2015 年，中国餐饮 O2O 的市场规模接近 1423 亿元，年复合增长率高达 42.8%（参见图 8-3）。

餐饮 O2O 发展的主要原因，一方面生活服务电商平台已经普及，例如：饿了么、美团外卖、百度外卖等在线订餐外卖运营状况良好；大厨上门、私厨等餐饮 O2O 新模式也受到用户青睐；另一方面生活服务电商平台得到了微信支付、支付宝支付等第三方平台的支持，消费者的粘度越来越高。O2O 模式不仅改进了传统商家的营销思路和方案，也拓宽了消费者对于需求选择的范围。特别是移动互联 O2O 的应用和本地生活社交化平台，为消费者的移动消费、社区消费带来了互联增值服务，全方位的构筑了

<sup>①</sup> O2O 市场规模是餐饮、婚庆、休闲娱乐、亲子、美容美甲、酒店及在线旅游等细分行业 O2O 市场规模之和；O2O 渗透率=线上市场规模/整体市场规模×100%；不同细分行业线上渗透率了综合行业专家、公开资料及艾瑞研究积累。

“吃喝玩乐购”消费生态圈。

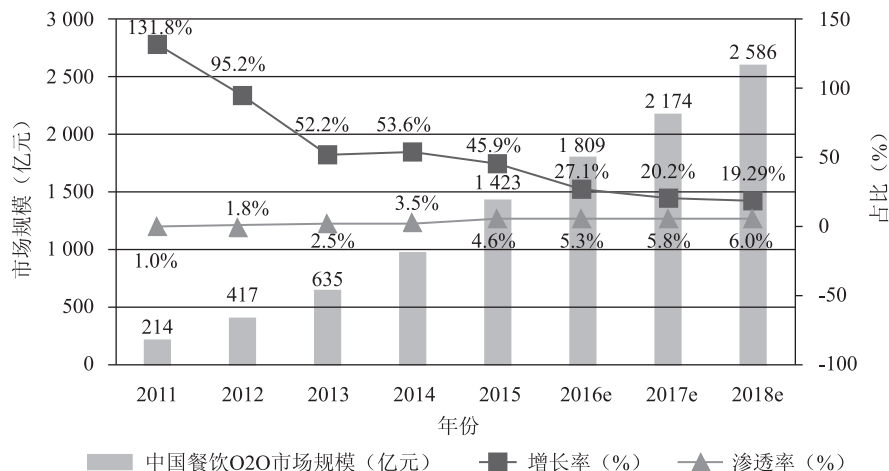


图 8-3 中国餐饮 O2O 市场规模及渗透率

数据来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算

2015 年 4 月，58 同城和赶集网两大生活服务类电商合并，将极大地改变生活服务类 O2O 市场的行业格局。

### 8.2.2 O2O 商业模式在传统零售业中的应用

我国传统零售业经过多年发展，如今面临着市场萎缩、成本上涨等诸多问题，越来越多的传统零售企业开始意识到在内部运营、市场推广、产品销售等方面应当加深与互联网的融合。2015 年一些零售巨头纷纷接入微信支付、支付宝支付等快捷支付端口，开启了线上为线下服务的全渠道转型思路，建立线上线下融合的新生态。

2015 年是中国实体零售行业转型升级的关键年，传统企业利用互联网不断开展线上商业服务，并借助第三方平台拓展自己的业务范围。同时，阿里、京东、百度和腾讯等互联网企业纷纷拓展线下商户，布局零售 O2O 以及服务 O2O。在传统零售方面，以苏宁成为零售企业开展电子商务业务的样板，苏宁的 O2O 在平台融合、支持系统建设、渠道打通方面做了大量工作。王府井百货开启全渠道营销，上线天猫旗舰店、天猫 App、淘宝 App 移动版店铺，全面接入京东消费金融和京东支付的线下信用支付产品。在传统商超方面，华润万家上线电商“e 万家”，主打生鲜和跨境，同时推出配备“电商中转站”和“货品自提柜”的“乐购 express”新业态便利超市。大润发旗下的飞牛网，以自营为主的全品类综合零售购物网站，通过借力大润发实体店优势和“O×O”供应链输出模式，提供给消费者无缝对接的购物体验。沃尔玛推出大卖场 O2O 服务平台“速购”，顾客可线上通过沃尔玛 App 挑选商品，线下门店提货或送货上门。在电器零售方面，海尔采用微信、微博等新兴网络预售模式进行产品推广。在跨境商超方面，重庆商社集团凭借其作为国内跨境电商试点城市，上线跨境电商网站世纪购。云猴全球购通过整合其线下实体店资源参与跨境电商，与郑州、广州等城市保税区合作，并在宁波、长沙等设线下跨境电商体验旗舰店。

### 8.2.3 O2O 商业模式在批发业中的应用

随着互联网技术和仓储物流的快速发展，传统批发行业加快业态转型升级。东莞虎门大莹服装电商城拥有 2000 多家商户，通过与阿里巴巴合作，以传统服装批发为基础，通过线上线下相结合的方式创新 O2O 服装批发新模式。以皮草出名的海宁皮革城正式上线手机 App，实现线上互动线下服务的购物模式。北京动物园服装批发市场作为有效疏解城市功能的代表，通过打造动物园批发网，依托互联网大数据，实现“线下实体店体验批发+线上电子商务批发交易”的 O2O 全新商业模式，不断发力平台品牌的打造，推动了线上线下资源整合的战略布局。

### 8.2.4 O2O 商业模式在商务服务业中的应用

当前，O2O 模式越来越多地渗透到服务业当中。北京、上海等一线城市推广智慧社区、现代社区建设，通过 O2O 模式逐步实现预约、支付等服务功能，满足居民消费需求。在传统商业企业与电商企业对接方面，积极组织百货商超、老字号等传统企业与电商龙头企业对接，促进传统企业转型升级，推动线上线下融合发展。充分利用 O2O 线上活动的优势，将线上营销与线下营销有机结合在一起，O2O 模式的应用提高了服务业的效率，减少了服务中间环节，优化服务体验。企业管理、法律服务、咨询调查和广告等行业纷纷试水 O2O，相对于本地生活服务的高频次 O2O 服务市场，此类服务平台以帮助 C 端和中小 B 端撮合服务交易为主，凭借跨地域、业务多元、效率高等特点，深受市场欢迎。

## 8.3 O2O 商业模式在其他领域的应用

### 8.3.1 O2O 商业模式在传统工业企业中的应用

李克强总理在 2016 年 1 月的国务院常务会议上对 C2B 模式作了明确定义，即消费者提出要求，制造者据此设计消费品、装备品。企业通过互联网与市场紧密衔接，和消费者随时灵活沟通。“中国制造 2025”、“互联网+”都提出了制造业转型的路径，即在互联网时代下快速满足用户的定制化需求。未来十年，将是互联网平台帮助传统企业拥抱互联网、实现向线上迁移的“存量变革”阶段。优化制造业和服务业结构、提升产品和服务的质量及水平，推动个性化定制、柔性化生产，是我国新型工业化的发展方向。

海尔、尚品宅配、美克家居等企业在 C2B 之路上都取得了突出成效。海尔首推“互联网+家电定制”，发布海尔定制众创汇平台（diy.haier.com），用户可通过模块定制、众创定制、专属定制三种方式参与整个定制过程，并与设计师、工程师、产品等零距离交互。青岛红领集团凭借“互联网+服装定制”实现了大规模制造转为大规模定制，形成了 C2M 商业生态，满足了用户个性化需求。金蝶公司开发的 KIS 旗舰版软件融合了大数据、云平台、移动互联网技术，打通了企业网络营销、订单处理、配货发货等环节，实现了 O2O 模式下业务流程的整合，帮助 5000 余家中小企业进入电子商务领域，有力地促进了中小企业经营模式的转型升级。

### 8.3.2 O2O 商业模式在物流业中的应用

随着外卖、生鲜、送洗等 O2O 上门服务的兴起，物流货运市场也迎来了更为广阔的发展空间。在众包物流方面，达达、人人快递、京东众包、闪送、快收等众包模式受到市场欢迎。在自建物流方面，一些以服务 O2O 配送的物流平台如雨后春笋般崛起，例如为消费者提供特色美食和餐厅外卖服务为主的趣活美食送，相对于众包等零散物流，在服务水平与时效质量上更有保障。在货运 O2O 方面，1 号货的、一号货车、蓝犀牛、运拉拉等同城货运 O2O 平台的出现有效解决了货车与货主之间的信息不对称，通过平台的数据分析与智能匹配，既节约了货主的时间成本又提升了车主的运营效率。货拉拉、罗计物流则采用车主抢单的方式创新货运 O2O 模式。

### 8.3.3 O2O 商业模式在金融支付领域中的应用

阿里、京东、腾讯等企业在互联网金融领域快速发展。阿里主要是围绕支付宝构建 O2O 闭环；腾讯依托其社交平台带来的巨大用户流量，从提高用户粘性出发推广微信支付产品；京东则将金融 O2O 作为其战略核心，更名京东钱包、京东支付等产品，通过与线上优势融合，为线下商户提供更加便捷、多元化的金融服务。传统商业银行也加快开展基于互联网的金融业务，如网上银行、手机银行、e 支付、微信银行、直销银行等新模式。未来，线下市场将成为市场争夺地，资产管理向线上发展加快，O2O 与 P2P 模式结合也更加紧密。

## 8.4 O2O 商业模式的发展趋势

### 8.4.1 O2O 将向二三线城市渗透

随着互联网普及应用和消费水平、生活水平的提升，二三线城市用户的社区服务需求及其 O2O 接受和应用程度大幅提升。一线城市 O2O 消费将由增量向提质转变，二三线城市进入快速发展阶段。随着二三线城市的网络环境建设和产业支撑能力的提高，未来，将以培养用户 O2O 消费习惯、迅速拓展用户规模为发展重点。在城市定位上，二线城市 O2O 用户在社交和互动分享方面具有强烈意愿，是 O2O 市场亟需加大深挖的战略布局点，亟须通过 O2O 产品服务的促销推广、O2O 网站及 APP 用户体验满意度的提升，将对商务、娱乐的需求转化为 O2O 需求。三线城市 O2O 用户热衷于使用社交平台、视频网站和娱乐网站等，网络社交和娱乐将是转化其 O2O 需求的良好平台。此外，三线城市手机支付用户比例较高，移动端是其促进 O2O 习惯培养的主要载体。在细分领域上，餐饮 O2O 和打车 O2O 的市场机会显著，休闲 O2O 和家政 O2O 将是下一步重点。

### 8.4.2 O2O 企业物流配送能力成关键

物流基础设施建设加速，“最后一公里”竞争激烈。O2O 的兴起，刺激了物流配送服务的发展。随着购物习惯的养成，人们对物流时间和服务的要求越来越高，好的物

流是占领市场的一个必备条件，最后一公里的效率和质量很大程度上决定了 O2O 服务的质量。物流基础设施的建设将成为线下布局的重点。未来企业之间在“最后一公里”物流上的竞争将愈加激烈。通过加强基础设施建设，布局同城物流，提升最后一公里配送效率。基于 LBS 技术调配配送员，降低成本，有效提高配送效率，并通过线上终端直接对线下服务负责，达到配送全程的管控监督。通过建立线上预订、线下享受服务的平台，实现对配送进度跟踪、货品监控、售后等资源实时共享。加强物流快递人员的诚信价值评判体系建设，实现对物流配送的标准化管控。

#### 8.4.3 O2O 企业将加强移动端布局

近年来，移动互联网保持高速发展态势，带动电子商务由传统 PC 端加速向移动端迁移，移动电子商务正成为当前电子商务发展的新力量，同时也开启了电子商务发展的新空间。相较于 PC 端，移动购物受时间、空间限制更小，与线下消费场景的交互更为方便。对传统企业来说，移动端是其全渠道管控的重要一环，在提高企业知名度、扩大消费半径、提升用户体验等方面具有重要作用。未来移动端市场潜力无限，一些 O2O 企业均瞄准移动市场，将转型重点放在发展移动端。移动互联网加速渗透带动各领域 O2O 应用竞相发展。

#### 8.4.4 O2O 服务助推企业信息化建设

O2O 模式为企业增加了营收，促使企业加快信息化建设，以提升服务效率从而获得更大的收益。互联网技术中的大数据、云平台、移动互联网等，都在改变企业的商业模式。一些零售企业在传统销售网点增加体验消费功能，促进网络营销与门店销售有机融合。制造企业利用已有品牌优势、实体网店资源和物流配送体系，扩大网络销售规模，并通过网络咨询、网络广告、网上互动交流等扩大产品宣传，实现线下签约销售的互动模式。在本地生活服务方面，信息化、技术能力的提升，不仅可以缩短消费者的体验时间，提升用户体验，增加用户粘度，而且在吸引商户方面也有极大帮助。

#### 8.4.5 O2O 服务向垂直细分差异化方向发展

随着人们对 O2O 模式的理解不断加深，这种消费方式给用户带来的便捷性日渐显现，面对消费者日益多样化和个性化的用户需求，O2O 模式开始向租车打车、家政服务、汽车服务、医疗服务、在线教育等其他细分行业渗透。从 BAT（百度、阿里、腾讯）三巨头企业在垂直 O2O 市场的布局来看：百度收购糯米团购专注于垂直 O2O 影业领域，阿里汽车事业部联合宝马、别克等 40 家汽车产业链企业做本地化 O2O 汽车服务合作，腾讯持续建立影视、动漫和文学等“泛娱乐”概念，相继部署扩大垂直 O2O 市场占有率，面对市场上 O2O 巨头鼎立的局面，中小企业只有做精深度和提供差异化服务，才能在 O2O 市场激烈的竞争中占有一席之地。

#### 8.4.6 新技术应用推动 O2O 飞速发展

云计算、大数据、智能搜索、物联网等新技术可对消费者进行定位，并提供一键

支付、导航等服务，构建出消费者的全景视图、时空商业分析。商家根据客流热度图、品牌喜好、品牌关联度等数据，吸引客流。在大数据分析方面，京东推出了创新性的“京东智圈”，综合其自有电商数据和腾讯地图的地理信息数据，帮助线下商家和 O2O 运营商实现精准商业决策，提升线下商业运营效率。百度凭借其技术与大数据分析推出的营销策略精准匹配商户需求，既解决了消费者的诉求，又助力商家精细化运营。在定位导航方面，百度糯米推出的全景地图，可 360 度旋转查看餐厅内外景，满足了用户的需求和选择需要。在物联网应用方面，腾讯与恒大合作共同建立互联网社区服务网上平台，为社区用户提供智慧社区、智能家居、社区金融等 O2O 一站式服务。

## 第9章 电子商务创业就业发展专题报告

随着全球电子商务的高速发展，越来越多的企业和个人参与到电子商务中来。为了加快发展我国电子商务，拓宽创业致富渠道，需要进一步优化发展环境，提高电子商务创业就业水平。本专题报告全面介绍了我国电子商务创业就业的基本状况、创业就业环境，并展望了未来的发展方向及趋势。

### 9.1 电子商务创业就业现状

#### 9.1.1 基本状况

2015年，在《国务院办公厅关于发展众创空间推进大众创新创业的指导意见》<sup>①</sup>的推动下，各地政府加快部署推进大众创业、万众创新工作，努力营造充满生机活力的创新创业生态系统，优化大众创业、万众创新的良好环境。电子商务作为“互联网+”行动计划的核心，已经成为大众创业、万众创新的新引擎。

根据国家工商行政管理总局的统计<sup>②</sup>，2015年，全国新登记市场主体1479.8万户，比2014年增长14.5%；注册资本（金）30.6万亿元，增长48.2%；全国新登记企业443.9万户，比2014年增长21.6%，注册资本（金）29万亿元，增长52.2%；平均每天新登记企业1.2万户，比2014年日均新登记企业1万户有了明显提升。截至2015年年底，全国实有各类市场主体7746.9万户，比2014年增长11.8%，注册资本（金）175.5万亿元，同比增长35.8%。特别是自10月1日起“三证合一、一照一码”登记制度改革在全国范围内全面实施以来，新登记企业数量连创新高。

从行业分布看，第三产业快速发展。2015年上半年，第三产业全国新登记注册企业为160.7万户，比2014年同期增长22.6%，已占企业新登记注册总数的80.3%。其中现代服务业发展特别迅速，呈现诸多亮点。信息传输、软件和信息技术服务业新登记注册10.6万户，增长70.9%<sup>③</sup>。电子商务作为现代服务业的典型代表，主要归类于批发和零售业、信息技术服务业。前者占到改革一年新登记小微企业行业分布的35.8%（参见图9-1）；而后者则是新登记注册企业增长最快

① 国务院办公厅. 国务院办公厅关于发展众创空间推进大众创新创业的指导意见[EB/OL](2015-03-11)[2016-02-23].  
[http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-03/11/content\\_9519.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-03/11/content_9519.htm).

② 国家工商总局办公厅. 工商总局2015年度例行新闻发布会[EB/OL](2016-02-24)[2016-04-13].  
[http://www.saic.gov.cn/ywdt/xwfb/201602/t20160224\\_166788.html](http://www.saic.gov.cn/ywdt/xwfb/201602/t20160224_166788.html).

③ 国家工商总局. 2015年上半年全国市场主体发展、市场监管、消费维权有关情况[EB/OL](2015-07-15)[2016-02-23].  
[http://www.saic.gov.cn/zwgk/tjzl/zhtj/xxzx/201507/t20150715\\_158914.html](http://www.saic.gov.cn/zwgk/tjzl/zhtj/xxzx/201507/t20150715_158914.html).

的行业<sup>①</sup>。我国电子商务的高速发展和国家政策的大力支持，引发了个人、企业开创电子商务企业的热情。

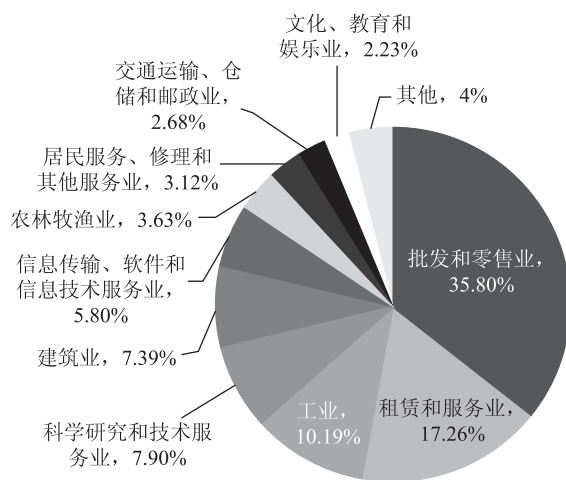


图 9-1 2014 年 3 月 1 日—2015 年 2 月底我国新登记小微企业行业分布

资料来源：国家工商总局企业发展与宏观经济发展关系分析课题组，2015

大众电商创业正成为热点现象，特别是在电子商务领先的城市，如上海、广州、杭州等<sup>②</sup>。阿里巴巴电子商务发展指数（aEDI）中的“网商密度”（即平均每万人中的网商数量）是衡量一个地区大众电商创业活跃程度的指标，基于这个指标分析形成“2015 年中国大众电商创业排行榜”（参见表 9-1）。2015 年我国大众电商创业最活跃的前五个城市依次是广州、金华、深圳、杭州和中山，主要分布在十三个省市，位于东部沿海地区。

表 9-1 2015 年中国大众电商创业活跃的 50 个城市<sup>③</sup>

排名	市	省	排名	市	省	排名	市	省
1	广州	广东	18	宁波	浙江	35	成都	四川
2	金华	浙江	19	汕头	广东	36	福州	福建
3	深圳	广东	20	潮州	广东	37	济南	山东
4	杭州	浙江	21	揭阳	广东	38	合肥	安徽
5	中山	广东	22	绍兴	浙江	39	邢台	河北
6	东莞	广东	23	常州	江苏	40	连云港	江苏
7	温州	浙江	24	珠海	广东	41	宿迁	江苏

① 国家工商总局企业发展与宏观经济发展关系分析课题组，我国商事制度改革步入快车道 市场主体大幅增长 营商环境明显改善[EB/OL](2015-12-16)[2016-03-23].

[http://www.saic.gov.cn/zwgk/tjzl/zhtj/xxzx/201512/t20151216\\_164978.html](http://www.saic.gov.cn/zwgk/tjzl/zhtj/xxzx/201512/t20151216_164978.html).

② 阿里研究院，2015 年中国大众电商创业排行榜[EB/OL](2016-03-09)[2016-04-14].

<http://www.aliresearch.com/Blog/Article/detail/id/20851.html>.

③ 说明：（1）本研究衡量各地大众电商创业活跃程度的指标是网商密度（网商数量/人口数量），即“平均每万人中的网商数量”。（2）研究样本包括地级及以上城市。

续表

排名	市	省	排名	市	省	排名	市	省
8	嘉兴	浙江	25	郑州	河南	42	石家庄	河北
9	莆田	福建	26	惠州	广东	43	衡水	河北
10	台州	浙江	27	武汉	湖北	44	长沙	湖南
11	泉州	福建	28	南京	江苏	45	保定	河北
12	上海	上海	29	无锡	江苏	46	镇江	江苏
13	苏州	江苏	30	丽水	浙江	47	江门	广东
14	佛山	广东	31	南通	江苏	48	泰州	江苏
15	湖州	浙江	32	青岛	山东	49	廊坊	河北
16	厦门	福建	33	扬州	江苏	50	威海	山东
17	北京	北京	34	徐州	江苏			

资料来源：阿里研究院，2015年中国大众电商创业排行榜，2016

我国大众电商创业活跃的50个城市中，28个是“国家电子商务示范城市”，占比达56%。其中，7个城市位居全国前十位，这些示范城市带领了大众电商创业的活跃度（参见表9-2）。

表9-2 大众电商创业活跃度位居全国前五十位的电子商务示范城市

排名	市	排名	市	排名	市
1	广州	16	厦门	32	青岛
3	深圳	17	北京	34	徐州
4	杭州	18	宁波	35	成都
6	东莞	19	汕头	36	福州
7	温州	21	揭阳	37	济南
9	莆田	23	常州	38	合肥
10	台州	25	郑州	42	石家庄
11	泉州	27	武汉	44	长沙
12	上海	28	南京		
13	苏州	29	无锡		

资料来源：阿里研究院，2015年中国大众电商创业排行榜，2016

电子商务快速发展的同时，电子商务企业对于技能型、实操型电子商务人才的需求也越来越大，传统高校人才培养方式已经无法满足企业的用人需求。此外，大学生创业就业者存在个人档案跨省流动、存放，户籍落户和加入社保难等问题，亟待有关政府部门协调处理，解决创业者的后顾之忧。

## 9.1.2 政府推动

### 1. 中央各部门的指导和推动

有关部门积极响应国家号召，全面落实促进“双创”、商事制度改革、财税金融政策等措施。深入开展扶助小微企业专项行动，在全国范围内开展小微企业政策宣传月活动，采取报刊、网络、微博、微信等多种方式让小微企业知晓政策、享受政策，推动“双创”成果转化，拓展网络经济新空间。

(1) 进一步加大财税支持。经国务院批准,中央财政出资 150 亿元,广泛吸引社会资本,共同形成 600 亿元的国家中小企业发展基金。财政部、工业和信息化部、科技部、商务部、国家工商总局开展“小微企业创业创新基地城市示范”工作,以城市创业创新基地为载体促进中小微企业发展。继续深化惠企税费政策,将小微企业减半征收所得税标准提高到 30 万元,将小微企业、个体工商户增值税和营业税起征点由月销售额 2 万元提高到 3 万元。降低了失业保险、工伤保险和生育保险费率,着力减轻企业负担。

(2) 进一步加强融资支持。全面推进地方中小企业主管部门与银行分支机构建立合作机制,引导银行业金融机构扩大小微企业信贷投放。国家税务总局继续开展中小企业信用担保机构免征营业税工作,并按照国务院行政审批制度改革要求,明确免税政策以备案方式继续执行。推动保险机构与担保机构合作,提高担保机构防范风险的能力。

(3) 进一步激发创新创业活力。开展国家小微企业创业创新示范基地培育和认定,大力推进“互联网+小微企业”,推动小微企业信息化和公共服务网络化。引导信息化服务商为中小企业开展线上线下培训和应用推广活动近千万人次。搭建“创客中国”公共服务平台,举办“创客中国”大赛。积极推动产业集群发展,强化专业化协作与配套,促进转型升级。实施中小企业知识产权战略推进工程,在 59 个中小企业集聚区开展知识产权托管试点。

(4) 进一步完善公共服务体系。工业和信息化部实施中小企业公共服务平台网络建设工程,支持 30 个省和 5 个计划单列市搭建中小企业公共服务平台网络。截至 2015 年第三季度,共有 895 个平台参与了平台网络建设,带动社会各类服务机构 7.51 万个,组织开展了针对小微企业需求的各类服务活动 18.8 万次,服务企业 183.58 万家(次)。完善中小企业管理咨询专家库,继续开展中小企业经营管理领军人才培养。教育部举办了全国中小企业网上百日招聘高校毕业生活动,共有 9046 家企业在网上发布了招聘信息,提供就业岗位近 10 万个,25.8 万名高校毕业生提交求职信息。

(5) 进一步加大市场开拓。继续深化双边和多边合作机制,工业和信息化部举办了中欧等中小企业政策对话。培育中外中小企业合作园区,推动搭建中小企业经贸合作平台。举办了第 12 届中国国际中小企业博览会等,为中小企业搭建展览、展示、合作、交易的平台,促进人才、技术、资本、服务、信息等创新要素的流动与共享。

## 2. 各级地方政府的工作

地方政府坚持改革推动,不断创新体制机制、健全普惠性政策措施,构建有利于创新创业的政策环境,以创业带动就业。

浙江省出台支持大众创业促进就业的政策文件,完善创业担保贷款制度,营造宽容创业失败环境;广西壮族自治区出台就业创业“桂八条”,在鼓励企业开发新岗位、扩大就业容量、扶持大众创业万众创新及鼓励高校毕业生就业创业等方面实现了创新和突破;陕西省运用“市场主体建设+市场运营+政府支持+创业者”新模式,以市场机制推动创业带动就业;上海市结合实际,实施新一轮鼓励创业带动就业三年行动计划,重点引导和推动众创空间等创新创业服务载体发展;大连市全力深化改革,坚

持创新推动,发展市场化、专业化的众创空间,搭建创业创新服务平台,形成创业创新的“大连力度”;北京、吉林、山东、浙江、长春、合肥等省市通过举办创业就业论坛、峰会、博览会,组织开展“双创”主题活动,举办创业大赛,发展众创空间等新型创业就业服务平台,进一步激发创业创新活力。

## 9.2 网络创业主体

### 9.2.1 个人网络创业就业

根据2015年7月中国就业促进会发布的《网络创业就业统计和大学生网络创业就业研究报告》<sup>①</sup>,2014年全国个人和企业网店平均就业人数分别为1.6人和6.93人。据此推算,2014年全国通过开设网店直接创业就业的人员为1 003.72万人,还不包括与此直接相关的电商物流、电商服务业领域的新兴就业,以及电子商务上下游间接带动的就业。从网店店主的年龄看,25~34岁年龄组的占63.5%,24岁及以下的占21.9%,35~44岁年龄组的占12.9%,45岁及以上的占1.7%。年龄在25~34岁之间对应的是80后的网络创业者,年龄在18~24岁之间对应的是90后的创业者。网络创业者中80后、90后青年群体占85%,成为绝对主体。而网店员工中八成以上为34岁以下青年人,半数以上为大专及以上学历人群。表9-3显示了阿里电子商务平台网店员工性别、年龄和文化程度结构。

表9-3 阿里电子商务平台网店员工性别、年龄和文化程度结构

类别		全部网店 (%)
性别	女性	49.2
	男性	50.8
年龄	24岁及以下	29.7
	25~34岁	50.6
	35~44岁	12.9
	45岁及以上	6.9
文化程度	初中及以下	13.8
	高中(含中专、技校)	30.7
	大专(含高职)	31.8
	大学本科	21.0
	研究生及以上	2.7

资料来源:中国就业促进会.网络创业就业统计和大学生网络创业就业研究报告.2015

从网络创业交易额来看,半数个人网店的营业额在2000元以下,半数以上的企业网店营业额在20万以下,半数以上网店店主还有其他收入来源,网络创业交易额不大。表9-4显示了阿里电子商务平台网店店主有无其他收入来源占比情况。

<sup>①</sup> 中国就业促进会.网络创业就业统计和大学生网络创业就业研究报告[EB/OL](2015-07-29)[2016-03-23].  
http://www.zggy.org/newlist/newstop.asp? MessageID=1814.

表 9-4 阿里电子商务平台网店店主其他收入来源

有无其他收入来源	全部		大学生		非大学生	
	人数	占比 (%)	人数	占比 (%)	人数	占比 (%)
无其他收入来源	3 038	47.5	1 674	43.4	1 364	53.7
有其他收入来源	3 356	52.5	2 180	56.6	1 176	46.3
合计	6 394	100.0	3 854	100.0	2 540	100.0

资料来源：中国就业促进会．网络创业就业统计和大学生网络创业就业研究报告．2015

七成以上的网店店主只开了一家网店。调查结果显示，70.7%的网店店主表示在各类电子商务平台（包括淘宝、天猫、京东、一号店、拍拍网等）只开了1家网店。78.6%的网店没有实体店，属于全部线上经营。表9-5和9-6显示了阿里电子商务平台网店数量分布和阿里电子商务平台网店拥有实体店情况。

表 9-5 阿里电子商务平台网店数量分布

开办的网店家数	全部		大学生		非大学生	
	人数	占比 (%)	人数	占比 (%)	人数	占比 (%)
1家	5 250	70.7	3 202	71.0	2 047	70.2
2家	1 364	18.4	810	18.0	554	19.0
3家	450	6.1	282	6.3	168	5.8
4家	146	2.0	84	1.9	62	2.1
5家及以上	216	2.9	130	2.9	86	2.9
合计	7 426	100.0	4 508	100.0	2 917	100.0

资料来源：中国就业促进会．网络创业就业统计和大学生网络创业就业研究报告．2015

表 9-6 阿里电子商务平台网店拥有实体店情况

是否有实体店	全部		大学生		非大学生	
	人数	占比 (%)	人数	占比 (%)	人数	占比 (%)
是	1 591	21.4	925	20.5	666	22.8
否	5 834	78.6	3 583	79.5	2 251	77.2
合计	7 425	100.0	4 508	100.0	2 917	100.0

资料来源：中国就业促进会．网络创业就业统计和大学生网络创业就业研究报告．2015

## 9.2.2 国有企业“双创”

### 1. 基本情况

自国务院部署“双创”工作以来，中央企业高度重视，不断深化国有企业改革和科技体制改革，从企业实际出发，采取创业孵化、创投基金、研发资源共享、技术服务支撑、职工创意活动等多种形式，积极推进“双创”工作。2015年10月，中央企业共牵头国家及地方技术创新战略联盟141个；52家中央企业共发起和参与基金179支，募集资金总规模超过5000亿元；构建面向社会的创业创新孵化平台57个，创业创新技术平台27个，创业创新活动平台23个，有力地带动了全社会创业创新。

## 2. 中国移动“双创”工作的开展情况

中国移动于2010年8月联合启动“百万青年创业就业计划”，旨在依托中国移动互联网平台，为青年，重点是大学生提供一系列免费的创业教育、培训和激励，并提供一定数量的创业和就业岗位。

(1) 在全国高校掀起了移动互联网开发创业的热潮。创业就业计划开展五年来，在帮助大学生转变就业创业观念、提升就业创业技能、解决就业见习机会、突破创业资金瓶颈等方面发挥了积极作用。截至2015年年底，创业就业计划覆盖了全国2000多所院校，成功聚集了173万青年开发者，征集了参赛作品超过111万件；在全国16个省市共建设102个孵化基地，其中90个高校就业孵化基地、12个社会创业孵化基地；邀请65位业界名企CEO、技术专家、营销专家加入“梦想导师团”进行全国巡讲，提供创业辅导帮扶，累计为开发者提供了800余场的落地培训；累计招募145支创业团队入驻办公，入孵项目涵盖移动游戏、互联网金融、O2O与电商、在线教育等，共孵化精品应用1000余件，成功撮合25例VC投资，其中12个项目获得包括联想之星、创新工场、高瓴资本、SIG、蓝驰创投、中青宝、花旗基金、乐视等风投机构的投资，最大一笔融资达2200万美元。

(2) 依托移动互联网，创新商务模式。中国移动充分发挥网络 and 用户规模优势，将移动互联网与传统行业有机结合，创新数字新媒体发行模式。中国移动成立了五大内容型基地，汇聚大量优质资源（包括300万首正版歌曲、230万小时视频、40万册图书、34万集动漫、近2万款游戏等），给用户提供全方位的视听娱乐新体验，也通过合理的商务模式为合作伙伴创造了良好的效益。

(3) 探索引入创新产业基金模式，加快科技成果的产业化和商业化。中国移动出资15亿元，与国家开发投资公司合作，设立“中移创新产业基金”，支持移动互联网、物联网、云计算和大数据等以及通信行业价值链上下游相关企业的创新发展。

(4) 优化企业内部创新机制，助力企业持续发展。第一，创新科研体系，实施“一体三环”的研发布局，即成立中央研究院、苏州和杭州研发中心，强化内环研发力量，鼓励中环专业公司、基地的研发协同，确保外环省公司的研发落地。第二，陆续成立政企公司、终端公司、物联网公司、咪咕公司、互联网公司（筹建）等，从体制、机制上给予支持，促进公司在专业化领域不断创新。第三，加大产学研合作力度，结合公司发展战略，参与了4个国家重大科技专项研究；依托教育部科研基金项目和联合实验室，在“云计算与大数据”、“移动互联网”、“5G无线通信”等领域启动了31项合作研究；与工信部电信研究院签署创新战略合作协议，以弥补公司在产业政策研究、终端入网检测等方面的能力或资源不足。

## 3. 中国电信的“双创”推进工作

中国电信于2012年3月正式启动创新孵化工作，搭建创新孵化平台，承担集团公司“培育新的业务增长点、培养移动互联网新军、培育创新文化”等三大使命任务。具体包括天翼科技创业投资有限公司（天翼创投）、中国电信创新孵化（上海）基地、中国电信创新孵化（南方）基地和筹建中的中国电信创新孵化（北京）基地。天翼创投是央企最早的创新孵化平台之一，已被评为上海市级科技企业孵化器。中国电信创

新孵化（上海）基地依托于天翼创投，位于上海的中国电信信息园区内，孵化环境总面积达到 10 000 平方米。中国电信创新孵化（南方）基地位于广州，孵化环境总面积达到 1200 平方米。筹建中的中国电信创新孵化（北京）基地位于中国电信北京信息园区，也将逐步建立完善的创新孵化环境。

中国电信的创新孵化平台主要从事移动互联网、物联网、产业互联网、云计算和电子商务等战略性新兴产业的创业投资与孵化服务，是中国电信实施战略转型、推进创业创新的重要战略单元。创新孵化平台通过“专业孵化+创业导师+天使投资”的孵化模式，将中国电信的资金、网络、技术、人才、创意等资源与社会科技创新环境及资本进行高效整合对接，积极扶持内部员工和社会有志之士创新创业。目前创业导师人数过百，专业化培训每年 30 多场。与此同时，在立足央企资源和品牌优势的同时，还引入了民企的股权和人才激励机制，同时开放社会资本参与渠道，开创了国有资产体系下推动自主创新和企业发展新模式。

中国电信的创新孵化过程主要包括苗圃培育、加速孵化和市场化运作三个阶段。在苗圃孵化阶段，天翼创投将提供 5 万~20 万元的项目扶持资金以及孵化服务，帮助团队实现从创意到成熟产品的转化。加速孵化阶段在一年以内，创业团队在使用电信网络和营销资源上给予倾斜政策，产品将快速形成业务规模、具备全面的市场化运作能力。市场化运作阶段，创业团队完全独立运营，获得天翼创投股权投资，并可通过市场化方式结算获得含电信资源在内的各类孵化服务。

此外，中国电信创新孵化平台还对接社会和行业资源，建立良性创新创业合作生态圈，已先后与创业邦、亚马逊、清科、英飞尼迪、复旦科技园等建立了战略合作关系。在资源引入上，已对接微软 Bizspark 创业计划、引入亚马逊等云资源。

### 9.2.3 大学生网络创业就业

#### 1. 基本情况

在中国，大学生创业一直是社会关注的重点话题。大学生是最富想象力、创造力的群体，也是创新创业的主力军。大学生创新创业的潜质、潜力和潜能，温度、热度和高度，数量、质量和体量，都体现了整个国家创新创业的基本面。

2015 年 2 月，人力资源和社会保障部印发了《关于做好 2015 年全国高校毕业生就业创业工作的通知》，要求把促进高校毕业生就业作为重中之重，抓好政策落实，精心实施离校未就业高校毕业生就业促进计划、深入实施大学生创业引领计划、加强公共就业人才服务，创新高校毕业生就业宣传工作，促进高校毕业生就业创业。2015 年 5 月，国务院办公厅印发了《关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见》，强调推进高等教育综合改革、促进高校毕业生更高质量创业就业，把创新创业教育融入人才培养，切实增强学生的创业意识、创新精神和创造能力。

2015 年 10 月，首届中国“互联网+”大学生创新创业大赛落下帷幕，经校级初赛、省级复赛，共 300 支团队进入全国总决赛，最终产生金奖 34 名，银奖 82 名。大赛于 2015 年 5 月启动，截至 9 月 15 日，已吸引 31 个省（市、自治区）1878 所高校的 57 253 支团队报名参加，提交项目作品 36 508 个，参与学生超过 20 万人，带动上百万大

学生投入创新创业活动。大赛普遍将移动互联网、云计算、大数据、物联网等新一代信息技术与行业产业紧密结合，覆盖“互联网+”传统产业、新业态、公共服务、技术支撑平台等领域，展现了当代大学生创新创业的生机和活力。

2015年7月27日，中国就业促进会在京召开了“网络创业就业统计和大学生网络创业就业研究项目结题会暨‘互联网+’创业研讨活动”。这一活动围绕研究报告的调查结果以及建立完善相关统计制度、推动大学生网络创业就业实现稳步健康发展等政策建议进行了深入研讨，并就如何做好“互联网+”背景下的创业就业工作进行了广泛交流。

## 2. 大学生网络创业就业总量

2014年，全国大学生网络开店创业人数超300万人，就业总规模约为618万人。2014年全国个人网店和企业网店中，大学生创办的网店各占59.7%和71.6%。据此推算，大学生网络创业就业总规模约为618万人，占全国网络创业就业人员的六成。其中，在校大学生创办的网店带动就业人数约30万人；毕业5年及以内大学生创办的网店带动就业人数约231万人；毕业6年及以上大学生创办的网店带动就业人数约357万人。（参见图9-2）。在阿里电子商务平台共有大学生创办的网店311.8万家，大学生网店就业总人数为556.6万人。同时调查发现，大学生通过网络进行创业更加注重创办技术密集型企业，且更加善于运用互联网、云计算、大数据、智能终端等新技术。

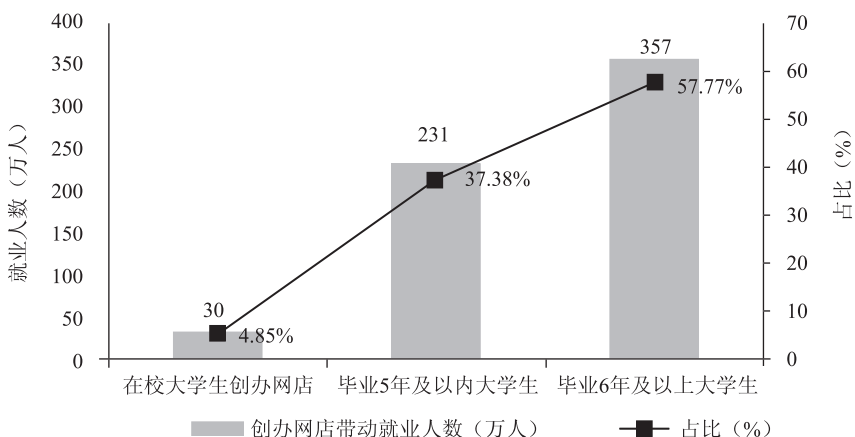


图9-2 大学生创办网店带动就业人数分布图

数据来源：中国就业促进会·网络创业就业统计和大学生网络创业就业研究报告·2015

## 3. 大学生网络创业就业地域分布

我国大学毕业生自主创业地区主要分布在经济、互联网发达区域。中、西部中等发达地区，包括安徽、广西、河北、河南、湖北、湖南、江西、内蒙古、山西、陕西、四川、云南、重庆；东部和沿海发达地区，包括北京、福建、广东、江苏、山东、上海、天津、浙江；中、西部不发达地区包括甘肃、贵州、宁夏、青海、西藏和新疆；东部和沿海中等发达地区包括海南、黑龙江、吉林、辽宁。

应届大学毕业生自主创业者主要分布在东部和沿海发达地区与中、西部中等发达地区。经济的成熟或是高速发展的地区更能提供自主创业所需要的新的商机与发展点。然而，大学生网络创业排名靠前的省份，依次是广东、浙江、江苏、山东、上海、北

京、福建等东部沿海发达省份。中西部地区网络创业仍需要进一步培养。(参见表 9-7)

表 9-7 全国大学生网络创业就业分布情况

网络创业等级	网络创业城市分布
一级	广东、浙江、江苏、山东、上海、北京、福建等
二级	江西、河南、湖北、湖南、广西、山西、内蒙古、吉林、黑龙江、安徽等
三级	四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆等

资料来源：中国就业促进会．网络创业就业统计和大学生网络创业就业研究报告．2015

大学生到中西部网络创业比例高于非大学生，在中西部地区，大学生开网店比例比非大学生高 3.9%，其中大学生在中部、西部地区开网店占比分别为 13.5% 和 7.3%，比非大学生网店店主高出 2.5% 和 1.4%。下表 9-8 为阿里电子商务平台网店店主的区域分布。

表 9-8 阿里电子商务平台网店店主的区域分布

三大区域	全部		大学生		非大学生	
	人数	占比 (%)	人数	占比 (%)	人数	占比 (%)
东部地区	5 995	80.7	3 572	79.2	2 423	83.1
中部地区	928	12.5	608	13.5	320	11.0
西部地区	501	6.8	328	7.3	173	5.9
合计	7 424	100.0	4 508	100.0	2 916	100.0

资料来源：中国就业促进会．网络创业就业统计和大学生网络创业就业研究报告．2015

## 9.2.4 农村电商创业就业

2015 年 7 月，国家财政部和商务部公布了 2015 年电子商务进农村综合示范工作的 200 个示范县名单，中央财政还将拨款 20 亿元，用于扶持农村电子商务的发展。对中西部，特别是老区农村电子商务的发展给予重点扶持，资金主要倾向于县、乡、村三级物流配送体系的建设。在这 200 个示范县中，中西部地区占到了 82.5%，贫困县占比超过了 43.5%，每一个示范县都可以获得 1000 万元的项目启动资金。

2014 年 10 月，阿里巴巴集团推出了以“千县万村”计划为主体的农村战略。在阿里巴巴的带动下，包括京东、苏宁等电商平台也推出了各自的农村电子商务计划，“电商巨头下乡”已成 2015 年潮流。截至 2015 年 12 月底，阿里巴巴农村淘宝已累计覆盖全国 28 个省，超过 250 个县布局，建成村级农村淘宝服务站点超 10 000 个。阿里巴巴集团推出的“农村淘宝合伙人、淘帮手（村淘合伙人的帮手）”、京东推出的“乡村代理员”和顺丰速运推出的内部创业计划，未来将推动数十万的农村居民加入电子商务创业和就业大军。

全国涌现出淘宝村 780 个。淘宝村正以超乎寻常的速度在全国范围内发展。2015 年，全国淘宝村的规模再上新台阶，从 2014 年的 212 个跃升至 780 个，同比增长 268%。这些淘宝村广泛分布于 17 个省市。根据阿里研究院数据，至 2015 年年底在阿里平台上活跃着超过 100 万的新农人，成为农民电商创业的主力军，各地淘宝村正成为新时代的“小岗村”农村电商创业的聚集地和试验田。2015 年 1 月 20 日，中共中央

政治局委员、国务院副总理汪洋在阿里巴巴集团董事局主席马云的陪同下来到浙江临安白牛村，在这个依托山核桃产业成长起来的淘宝村，汪洋鼓励更多大城市的年轻人像白牛村的网商一样，回家就业创业。

### 9.2.5 跨境电商创业就业

从2013年开始，做跨境电商业务的创业公司多了起来，包括蜜芽宝贝、蜜淘、小红书、笨鸟海淘、海蜜、街蜜、洋葱淘、波罗蜜等。这些创业公司创业侧重点各不相同，比如做B2C跨境自采模式的蜜淘、蜜芽宝贝、洋葱淘；做C2C买手模式的洋码头、海蜜；从社区延伸至电商业务的小红书；从物流切入的笨鸟海淘、街蜜；从视频直播切入的波罗蜜等。电商巨头和创业者拥有着不同的流量基础、品牌基础、资金实力和供应链掌控力，巨头的入场对创业者已经拿下的市场将造成明显的冲击。对于创业者来说，如何在这个共生与竞争的环境下找到一个合适的市场切入点以及可持续的商业模式是活下来的关键。

虽然跨境电商市场已成红海，但还没有出现淘宝、京东等几大巨头分食天下的局面，不管是巨头还是创业者都有机会。如果说行业的早期发展靠的是政策红利、人口红利、低价优势、品类宽度等因素，那么跨境电商最终还是回归到电商都需要面临的竞争点上——供应链和服务，即接触到足够多的供货角色，争取议价权，获得定价权；建立自己的库存并具备一定的库存深度；拥有一条可掌控的物流通路，包括仓储、物流以及一套能够打通采购、仓储、物流、清关各环节的技术系统。对于以上几点，创业者应根据自己的商业模式、资源优势和资金实力有针对性的布局。

随着我国跨境电子商务贸易的火速发展，跨境电商企业常常面临“一将难求”的景象。湖南省2016届高校经贸类专业毕业生供需见面会上215家企业为近千名毕业生提供6000余个工作岗位。由于跨境电商需要的是复合型人才，涉及英语、商务、市场营销、物流、报关等许多行业。并且跨境电商兴起的时间短、发展迅猛，而高校的人才培养方案更新较慢，造成了该行业人才瓶颈的问题，有些大的跨境电商企业甚至出现几个月都无法招到合适人选的情况。

“2015中国大学生跨境电子商务创新创业大赛暨世界电商生态大会启动会”于2015年4月27日在北京人民大会堂召开。2015年11月14日，在北京清华大学圆满落幕。大赛期间，学生参与的跨境电商企业总成交额超过1亿美元；单个企业在大赛期间出口贸易最高达150万美元，单月最高达84万美元；完全由学生独立完成的业务，团队单月成交额最高达9万美元；近500名学生与300家企业达成初步就业意向，占总参赛人数的近20%；超过200名学生有明确创业意向，占总参赛人数7%。初步实现了教育和产业的深度互动，学生和企业的协同双赢，培养适应跨境电商业务需要的人才。

2016年4月，跨境联盟创业基地在厦门的跨境电商产业园正式启动，是厦门自贸片区的一个重点项目，是以跨境电商为主题、跨境需求为导向、产业链全方位服务为核心的新型创业创新基地。跨境联盟创业基地为创业者提供创业的政策指导、资金支持、导师辅导等服务，还能依托跨境联盟的平台优势，为创业商家提供货源直供价，提升创业者的产品竞争力，让创业者实现“零门槛”的跨境电商创业。

## 9.3 全国电子商务创业环境

### 9.3.1 创业融资孵化新模式

2015年年底,全国天使投资、创业投资机构总量接近3000家,管理的资本量超过1万亿元。我国创业投资大幅增长,成为社会投资的新热点,已成为仅次于美国的第二大创业投资集聚地。中关村近几年持续涌现出创新工场、车库咖啡、微软加速器等一大批创新型孵化器,这些创新型孵化器在运营模式、服务对象、服务内容等方面逐渐形成自身特点。创新工场提供精英创业的孵化服务;车库咖啡是草根创业者聚集平台和创业者互助网络等。通过这些创新型孵化器,中关村搭建起涵盖早期投资、创业培训、创业交流在内的高端创业要素集聚平台,促使各种创新要素快速融合,掀起了中关村科技创业新热潮。2001年中关村设立政府引导资金,采用“政府引导+民间参与+专业管理”模式,引导、放大金融市场活力。目前,中关村参与设立的创投基金已达33家,基金承诺出资总规模达178亿元,实现由“输血”方式向“造血”方式的转变,极大地激活了金融市场活力,更激发了企业创新活力。目前,活跃在中关村的股权众筹平台共有30余家,占国内平台数的近三成。在中关村,“天使投资+合伙人制+股权众筹”已成为主流创业模式。

中关村股权激励新突破,针对现实操作中出现的“尽管技术人员获得了股权奖励,但未拿到实际收益就要缴纳巨额个税”难题,依据财政部、国家税务总局和科技部联合印发的《关于中关村国家自主创新示范区有关股权奖励个人所得税试点政策的通知》,技术人员从企业获得奖励股权后,无论过多少年,只要未取得股权分红或股权未发生转让,就不用缴纳税款;在取得相关收益后,再行纳税。此举既能缓解技术人员还没有取得实际收益就要缴税的现实问题,有利于企业创新,不断加快技术成果转化。根据中关村管委会数据显示,2015年1至9月,中关村规模以上企业总收入达25205.6亿元,同比增长12.5%;预计今年全年收入将超过4万亿元,增长15%左右。中关村形成的“科技成果转化机制”正推动中国科技企业走在全球科研创新前列。

### 9.3.2 移动创业环境

2015年以“大众创业,万众创新”为指引的创业大军是新中国成立以来最大一次创业浪潮,这次以云计算、大数据、移动互联网为核心的创业显现出“小微化”、“生态化”、“去中心”、“低门槛”、“敏捷创新”等诸多特点。

“平台+”创业模式让移动创业者借助开放平台的技术能力,快速构建自己的APP应用,专注尽可能少的核心业务才能在细分市场脱颖而出;创业即商业,传统电商逐步成为创业创新基础设施,“端电商”商业模式帮助创业者在所有互联网应用中内置海量电商资源、打通商业闭环、突破业务发展瓶颈;“数据链”动态连接“端电商”、“开放平台”,创新型运营采用大数据算法智能推荐、实时匹配个性化供需服务,构成“数据—智慧—服务”的服务电商机制。以上三大驱动力正在共同打造未来的移动互联网“双创生态圈”。

目前,移动互联网相关创业主要集中于北京、上海、深圳、杭州、广州和成都,

六大“双创”（大众创业，万众创新）城市孵化的创业公司总量在全国占比81%，而北京创业公司在绝对数量上远超其他城市，占全国超过1/3（参见图9-3）。

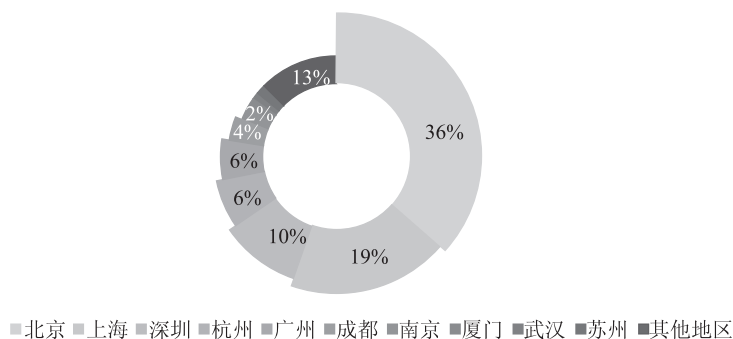


图9-3 创业公司全国重点城市分布

资料来源：阿里研究院，2015

长三角地区的创业热度都比较高，以上海和杭州为中心，其他如南京、苏州等地也在兴起创业热潮，中国未来“硅谷”整体实力不可小觑。

“文化之都”北京拥有良好的媒体和教育氛围，文体娱乐和教育行业在本地发展较好；“金融之都”上海地区游戏和金融领域优势突出；“硬件硅谷”深圳打造了最好的硬件创新氛围；“电商天堂”杭州长期成为电商创业孵化沃土；广州产生更多游戏、文娱、社交类创业公司；成都孕育游戏动漫和消费生活领域创新。“双创”地区以各自的产业特色汇聚了一批各具风格的创业者<sup>①</sup>（参见图9-4、9-5）。

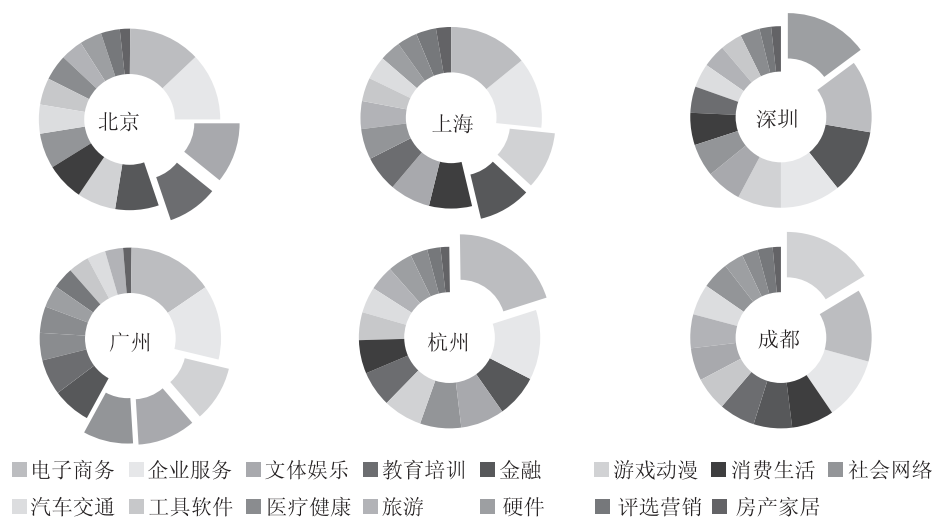


图9-4 热门“双创”城市创业产业特色

资料来源：阿里研究院，2015

<sup>①</sup> 阿里研究院，“移动互联网+”中国创业创新生态研究报告[EB/OL](2015-07-16)[2016-04-14].  
http://www.aliresearch.com/blog/article/detail/id/20551.html.

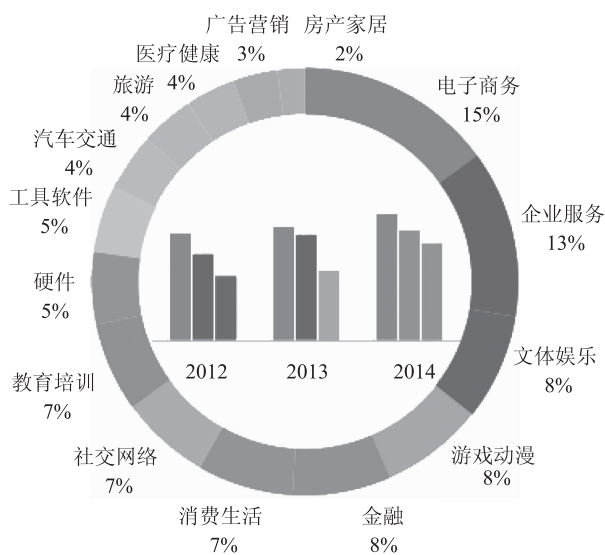


图 9-5 创业公司整体行业分布

资料来源：阿里研究院，2015

## 9.4 电子商务创业就业发展趋势

### 9.4.1 技能型电子商务人才培养将提到新的高度

完善学历教育体系。高职高专和应用型本科将更多地承担技能型电子商务人才培养任务。2015年，上海市制定了《关于印发〈上海现代职业教育体系建设规划（2015—2030年）〉的通知》，电子商务专业出现在“第二批上海市属高校应用型本科试点专业建设名单”中，反映出教育的趋势。全国电子商务职业教育教学指导委员会发布的《推进“创新、创业、创客”行动，加快培养适应“互联网+”要求的电子商务人才》将成为各高校电子商务人才培养的业务指导。未来，各省市都将加快推进电子商务应用型人才培养模式改革和应用型专业建设，电商物流类、网络客服类、网络营销推广类、网店（网站）美工类、数据分析及网店运营类等细分专业学生的培养将得到加强。

加大在职培训力度，商务部将面向全国电子商务示范县持续开展农村电子商务培训；人力资源和社会保障部将持续推动电子商务从业人员的知识更新。各地政府将结合“万众创新，大众创业”，加快电子商务创新创业人才的培养；同时，将运用各种资源提高企业在职人员的电子商务技术和营销水平，推动本地电子商务的发展，各类社会培训机构也将创新培训方法，更多地利用网络媒介提高电子商务业务培训的水平 and 吸引力。

### 9.4.2 依托互联网平台，研究建立国家电子商务创业就业统计制度

将电子商务创业就业纳入国家就业统计体系，实现规范化、常态化统计，为创新

创业人才培养、政策落实、效果评价保驾护航。具体有四个方面的建议：一是建立和完善电子商务创业就业统计体制、机制和制度，将电子商务创业就业人员纳入国家就业统计体系；二是建立健全电子商务创业就业认定标准、程序和办法，进一步规范、推进电子商务创业就业；三是建立和完善大学生网络创业就业人员实名登记制度，以便建立健全定期回访制度，跟踪了解其就业失业状况；四是运用各地就业信息监测平台等系统，建立电子商务创业就业实名登记—就业统计—参加社保—社保补贴—权益保护等一条龙服务平台，建立完善电子商务创业就业统计信息系统。

#### 9.4.3 优化政策宣贯渠道，加大政策创新与宣传

针对电子商务创业就业人群特点、信息获取习惯、偏好，在电子商务创业就业政策宣传上，应建立“红头文件”+“网络板报”相结合，以年轻人喜闻乐见的形式，简明扼要突出政策要点，让政策被服务对象看懂、吃透，借助电商网站等网络创业就业载体，扩大政策的网络人群覆盖范围，让政策真正触及、惠及电子商务创业就业人群。同时，要依托创业就业信息服务平台，开辟电子商务专区，把各种电子商务政府扶持政策、企业电子商务人才需求信息、电子商务人才求职信息、电子商务企业成功和失败案例等各种信息发布到网上，以方便电子商务创业者咨询和对接，加强网上网下互动。

#### 9.4.4 搭建电子商务创业就业“一站式”服务窗口

提供电子商务创业就业教育培训，税费减免申请、贷款申请、创业补助发放等在线服务，简化审批手续，解决创业者档案、户籍、社保跨省流动等问题。

为大学生网络创业就业，提供档案接收、户口转接、求职登记、转正定级、职称评定、社会保障等“一站式”服务，让大学生创业后顾之忧。

#### 9.4.5 探索校企零距离对接人才培养模式

电子商务专业学生在学习理论知识的同时应该加强电子基础应用技术、商务实战和专业电子技术实践。鼓励探索“高校+社会”联合培养模式，加大校企实训基地建设，构建“场景式”教学模式。高校专业特色化、学科细分化，实现校企人才对接。同时在人才能力的培养上需要具备以下几点：

(1) 电子商务人才需要建立在网络硬件层的基础之上。了解一般计算机、服务器、交换机、路由器及其他网络设备的功能，知道有关企业网络产品的性能，如思科；懂得路由协议，TCP/IP 协议等，熟悉局域网知识，网络设计、安装、维护和管理的能力。

(2) 电子商务人才需要对实施的软件平台有充分的掌握。比如微软的 Windows 操作平台，服务器操作系统 server2003、数据库 SQLserver、电子商务应用 commerce server、contentmanagementServer、安全保证 ISAserver 等。

(3) 电子商务人才需要在对电子商务的应用、运营及管理上有一定的见解。如客户服务、市场、贸易、物流和销售等诸多方面。

#### 9.4.6 引导创业者利用“互联网+”与传统行业、服务业结合创业和返乡创业

鼓励创业者将创业与专业、技术、应用热点相结合，从“互联网+零售”创业，向科技、教育、文化、物流、金融、旅游、医疗、中介等服务领域延伸。结合当前国家“电子商务进农村”综合示范工程，鼓励创业者返乡网络创业，让创业人员成为促进农村流通现代化，进一步推动农村电子商务发展的“星星之火”，推动农村“特色产品走出去”和“名优产品引进来”，在工业品下乡、农产品进城中找到创业就业的新契机。

### 9.5 地方实践

#### 9.5.1 杭州着力推进大学生网络创业就业

近年来，杭州市深入实施创新驱动发展战略，围绕打造“全国电子商务中心”的决策部署，充分依托杭州电子商务优势，注重完善网络创业政策、创新网络创业培训体系、建立网络创业平台、优化网络创业服务，积极构建具有杭州特色的大学生网络创业服务体系，开拓大学生创业就业的新“蓝海”，取得明显成效。

##### 1. 强化网上创业就业引导政策

一是市场资格认定上。杭州在全国率先出台扶持网络创业就业政策和网上创业认定标准，积极鼓励网店进行正规的工商登记注册，对达不到领取营业执照条件的大学生进行网络创业就业认定，发放《网络创业就业认定证明》。经认定未进行工商注册登记的网上创业大学生，可参照个体工商户享受小额担保贷款、自谋职业自主创业补助和社会保险费补贴、一次性创业奖励、一次性领取失业保险金、就业困难人员无偿创业资助等扶持奖励政策。二是社会保障办理优待方面。网上创业者及招用人员，可持认定证明，以城镇个体劳动者身份办理职工基本养老、医疗、工伤、生育、失业等社会保险。受政策利好带动，全市大学生创业在经济增长放缓的大背景下，仍然保持良好的增长势头。2015年1—5月，全市新成立大创企业598家（其中电子商务企业148家），带动就业2318人。

##### 2. 创新完善网上创业培训体系

一是开发课程体系、制定技术标准。2012年开始，联合浙江大学和杭州沃土教育科技有限公司，组织国内一流的创业培训专家，由浙江大学出版社出版了《引爆网上创业》培训教材。于2015年1月再次出版了《决胜网络创业》培训教材。同时，围绕移动电商、跨境电商、社交电商、O2O等内容，编写了《杭州市网上创业培训项目技术规范及操作手册》，构建了集理论教学、模拟实训、创业实践和创业扶持于一体，涵盖项目内容、培训规范、质量监控、考核管理在内的比较完整的技术标准体系。二是开展师资培训、推进项目实施。为确保网络创业培训项目的顺利推进，先后开办了4期网络创业师资培训班，培训师资130余人。同时，将网上创业培训项目列入创业培训补贴项目，补贴标准1200元，凡符合创业培训补贴条件者均可享受一次。在此基础

上，认定浙江大学等网上创业培训定点机构 14 家，形成政府引领、高校主导、企业参与、机构运营的网上创业培训“政校培企”合作新模式。

### 3. 积极搭建网络创业就业平台

重点打造“一园一赛”。一是建立公益网尚创业园。2013 年，杭州市就业局牵头淘宝网等电子商务企业建立互联网创业空间，打造杭州市网络创业孵化示范基地。杭州市被国家人力资源和社会保障部评为“2013 年度中国地方就业创新事件”。2014 年被淘宝网与天下网商联合举办的“全国电子商务园区评选”中被评选为“全国十佳最理想的电商园区荣誉称号”。截至 2014 年年底，累计入驻孵化商户 66 家，其中已成功孵化出园商户 4 家，注册公司 20 家，注册资金累计 200 万元。二是举办网上创业大赛。2013 年举办首届“沃土杯”在杭高校大学生网上创业大赛，这是全国首届大学生网上创业的专项竞赛，共有 396 支参赛团队参加比赛。2014 年 12 月成功举办“沃土杯”杭州市大学生网上创业大赛（跨境电商专场），获奖团队除了可入驻杭州网尚创业园（免两年租金），还被推荐申报杭州市杰出创业人才培育计划培养对象。

### 4. 着力优化网上创业公共服务

政府行为优化可最大程度简化服务流程，最大限度为大学生创业就业创造便利。杭州市人力社保部门会同经信、统计、工商等部门，开展大学生网络创业就业统计工作，加强大学生网络创业实名登记管理，及时掌握网络创业就业认定、性别年龄、知识技能、行业职业、社会保险等情况。全市各级人才、就业服务机构积极为大学生网络创业提供人才招聘、人事代理、政策咨询等“一条龙”服务。

## 9.5.2 上海众创空间出现爆发式增长

截至 2015 年 11 月底，上海约有 450 余家众创空间，与 2014 年 200 家左右相比，呈现爆发式增长，各类孵化器更是增长了近 30%。上海市科技创业中心一方面配合取消市级科技企业孵化器认定，改为孵化协会备案；另一方面指导创业服务组织成立上海众创空间联盟。2015 年，全市由众创空间成立的天使投资基金达 16.75 亿元，累计投资企业近 700 家，两家龙头企业全国抢先登陆新三板。

科技贷款在一定程度上缓解了企业的资金危机，无需抵押，放款速度也很快。2015 年，全市完成科技贷款 13.53 亿元，同比增加 15.28%，履约贷累计贷款逾期不良率 1.37%，远低于行业平均水平。2016 年，对于科技贷款客户继续提供股权融资和改制上市服务，目前已促成 15 家企业和投资机构对接。除了科技贷款，今年将探索创业保险新业务，力争在科技企业孵化器先行先试，为创业者提供保障支持。目前已经有保险公司提出开发市场化的创业保险意愿，备受关注的《上海市天使投资风险补偿管理暂行办法》已于 2 月 1 日起施行。

2015 年，有 3000 个初创企业和团队参加了“创业在上海”的比拼，规模是往年的 3 倍。面对高涨的创业热情，2016 年将推动创新基（资）金、科技小巨人工程、创业苗圃项目等政策资源与创新创业大赛对接，探索将市场“基因”注入政府资源配置的有效渠道，促使优质企业或项目优先获得政策支持。

## 第 10 章 地方电子商务发展专题报告

2015 年,全国各地积极贯彻落实国务院有关文件要求,大力发展电子商务,积极推进“互联网+”行动,电子商务与经济社会各领域融合的广度和深度不断拓展,并且已经成为很多地方经济社会发展的新优势和新动能。随着各地电子商务示范体系建设全面开展,跨境电子商务、农村电子商务有序推进,各省市电子商务市场规模持续增长<sup>①</sup>,电子商务服务业保持良好发展势头,各行业领域电子商务应用愈加深入,电子商务的普及程度进一步提高。本章对全国部分省、自治区、直辖市电子商务发展的总体情况进行简要介绍。

### 10.1 北京市

#### 10.1.1 电子商务发展总体情况

据统计调查,2015 年北京市限额以上批发零售企业网络零售额达到了 2016.9 亿元,同比增长 40.2%,占全市社会消费品零售总额的比重达到 19.5%,比上年提高 3.5%;拉动社会消费品零售总额增长 6%,对社会消费品零售总额增量的贡献度达 82.2%。2015 年北京市邮政小包出口并纳入海关统计的货物达 13.3 亿美元,占全市出口总额的 2.4%;个人直购进口 12.16 万票,涉及 220 多个进口国家和地区。

#### 10.1.2 电子商务发展的主要特点

##### 1. 龙头电商影响和带动力日益增强

自营 B2C 电商平台优势明显,据第三方咨询机构数据显示,2015 年第三季度,全国自营 B2C 平台交易规模市场份额前九名中,京东、国美在线、当当网、亚马逊、聚美优品 5 家企业,交易规模占全国 67.9%;B2B 平台营收市场份额占全国 10%以上;规模以上电商企业数量显著增加,截至 2015 年年底,北京市开展网上零售的限额以上批发零售企业共有 355 家,比上年新增 104 家,形成龙头电商和骨干电商稳定增长,中小电商特色化、专业化快速发展的集群格局。

##### 2. 线上线下融合度不断提高

北京市电子商务与实体经济融合发展的深度和广度不断拓展。京东、美团、小米科技等电商企业不断提升用户消费体验;西单商场、翠微大厦、王府井百货等传统企业应用电子商务实现创新发展,打造全渠道服务体系;百花蜂业、内联升、菜百等 19

<sup>①</sup> 本专题报告中各省市电子商务交易规模数据由各地商务主管部门提供。鉴于各地电子商务统计标准和口径可能存在差别,本报告中全国电子商务交易额及网络零售额的测算未采用各地上报数据直接加和的方法。

家老字号企业在京东开设旗舰店，232 个老字号门店入驻百度外卖平台，进一步拓宽销售渠道，提升品牌影响力。

### 3. “互联网+”生活性服务业新模式不断涌现

电商企业与生活性服务业融合发展，不断创新服务模式。大道信通打造“东单菜市场悠惠生活馆”O2O 品牌，采取集采直供、C2B 等模式为社区网点统一供货，形成新型商业便民服务综合体模式；味库与大型超市、知名餐厅、互联网餐饮品牌合作，提供标准化半成品菜品配送及烹饪指导；小麦公社与高校合作建设快递服务网点，平均日快递量 4000 多单；玮家科技与社区、校园、办公楼宇的物业公司合作建设“收发室”智能配送服务系统，满足人员集中场所快递服务需求。

### 4. 农村电商多元化发展

农产品垂直电商迅速成长，涌现出一批国内知名电商企业，京东上线农产品频道，主打果蔬、水产等特色农产品营销；新发地农批市场积极打造 B2B、B2C 交易平台，向整合生产环节、销售渠道和消费市场的大宗农产品平台电商转型，2015 年实现网上销售 8 亿元；锦绣大地批发市场积极拓展线上业务，2015 年交易额突破 10 亿元。海淀、平谷、密云和门头沟等区积极开发建设区域性农产品公共服务平台，如平谷商网、一品密云、京西特产、京东绿安特产体验馆等服务平台，引导帮扶本区农产品企业和农业合作社线上销售优质特色农产品。

### 5. 跨境电商发展模式不断创新

2015 年 6 月，北京跨境电子商务公共信息平台上线运行，打通了通关、物流、结汇、退税等管理服务环节。海关实施负面清单管理和“通道式验放”监管模式，对个人直购进口采取“清单核放、汇总缴纳”，对货物一般进出口采取“清单核放、汇总申报”方式办理通关手续；检验检疫部门实施便利备案、便利申报、便利放行监管模式；国门商务区、北京站跨境电商监管场所、首都机场快件监管中心投入使用；北京站邮政处理中心成为跨境电子商务口岸一般出口的主渠道，可实现 24 小时便捷通关。

### 6. 物流支撑体系日益完善

为提高末端配送网点的综合服务能力，龙头电商自建物流遍布全国范围。京东在全国 46 个城市运营 196 个大型仓库，并拥有 4760 个配送站和自提点，自建物流体系覆盖区县数量已增至 2266 个；小笨鸟设立集展厅、零售、批发于一体的海外运营中心，实现海外市场线上线下 O2O 相结合；敦煌网在美国、西班牙、迪拜等地设立海外展示中心和海外仓，采用“前展后仓”的展贸式线下站点模式，开展“买全球卖全球”业务。

## 10.1.3 电子商务推进的主要措施

### 1. 强化政策支持

修订完善网络零售支持政策，对拉动本市网络消费增长贡献突出的企业给予扶持。利用中关村现代服务业试点资金和北京市商业流通发展专项资金，加强线上线下融合发展示范项目的培育，通过示范引导，鼓励电商模式创新，创造消费需求，带动传统企业转型升级。

## 2. 完善电子商务示范体系

积极开展国家电子商务示范基地和示范企业创建工作。截至 2015 年年底，北京市共有 5 个国家级电子商务示范基地、4 座电子商务特色楼宇、45 家国家级电子商务示范企业，形成了比较完备的电子商务全产业链体系，示范带动作用不断增强。

### 3. 搭建交流学习平台

举办“2015 中国（北京）电子商务大会”，大会以“互联网+跨界融合”为主题，搭建了政府、中介组织、企业和社会公众信息共享、项目合作的高端服务平台。通过专题培训、现场对接、座谈研讨等形式，组织传统企业与龙头电商对接，搭建传统企业与电商企业交流合作的平台，促进线上线下融合发展。

### 4. 营造诚信自律的网络交易环境

联合研究机构和电商龙头企业发起成立了中国电子商务（北京）诚信联盟，并正式启动电子商务可信交易保障公共服务平台。举办“点击消费”活动，组织近 40 家电商企业及应用电子商务的传统企业开展网络零售大型联合促销活动，惠及了众多消费者，进一步引导商家依法经营、诚信经营，着力打造本市优质网络消费品牌，促进了本市电子商务诚信体系建设。

### 5. 持续推进电子发票创新应用

截至 2015 年年底，北京市 27 家试点企业累计开具电子发票 1.5 亿张，节约发票用纸 90 余吨，有效降低了企业经营成本，提升了节能减排效益，产生了良好的经济、社会和生态效益。

## 10.2 天津市

### 10.2.1 电子商务发展总体情况

据有关统计数据显示，2015 年前三季度，天津市电子商务交易总额达到 5119.2 亿元，网络零售 753.3 亿元，接近 2014 年全年交易总额，电子商务继续呈现出蓬勃发展的良好态势。

### 10.2.2 电子商务发展的主要特点

#### 1. 园区建设稳步推进

按照空间上科学规划、产业上合理布局、功能上体现特色的要求，建成了一批高质量的电子商务产业示范基地。其中滨海高新区电子商务产业园、武清京津电子商务产业园和宝坻海滨国际商贸物流城被评为国家级电子商务产业示范基地。西青中北电子商务产业园、中新生态城电子商务与互联网创新创意基地 2 个园区评为市级电子商务示范基地。另外，各区县根据自身特色和产业发展要求，也建成了一批各具特色的电子商务产业集聚区。通过园区建设，推动了产业招商，促进了产业集聚、实现了产业规模化发展。

#### 2. 跨境电商快速发展

天津市作为跨境贸易电子商务服务试点城市，依托天津电子口岸，天津跨境电子

商务信息化公共服务平台建设加速推进，成功引进了天猫国际、亚马逊美国等大批跨境电商龙头企业来津发展，全市各类跨境电商企业累计达到200多家。越来越多传统外贸企业开始从“线下外贸”向“在线外贸”转型。前三季度快件渠道跨境电商进口业务完成473万件，货值14.6亿元，较2014年实现大幅增长。

### 3. 农村电商试点前行

成功培育了“食管家”、“菜鲜丰”、“蓟州绿食”、“俺的农场”等一批优秀农产品电子商务企业和线上运营平台；借助阿里巴巴“农村淘宝”平台和天津菜鸟网络物流中心，在涉农区县试点推进“村淘”农村电子商务服务工程，建成运行了80多个农村电子商务服务站，打造了面向农村的网络销售服务体系，助推了天津都市型农业发展。

### 4. 传统商贸触电转型

继续实施“万企转型”行动，加快传统企业“触电上网”步伐，调动了传统企业应用电子商务的积极性。积极引导商务模式创新，发展线上线下互动消费，推进打造津门O2O服务生态圈，建设了以O2O经营为特色的电商产业园。前三季度，服务类电子商务交易额达到178亿元，占到了网络零售交易整体的23.6%。

### 5. 电商快递协同发展

试点工作加速推进，搭建了公益性信息对接公共服务平台，建成了覆盖空港、海港、陆港的重点快递物流园区3个，覆盖重要干线快递运输节点的“仓配一体化”公共快件处理中心5个，覆盖农村、社区、校园的末端综合服务网点98处，覆盖高档社区、写字楼、政府机关的全自动智能快递包裹箱461组，更新升级末端配送车辆448辆，新能源汽车300辆。优质高效、层次清晰、衔接有序的电商快递物流三级服务网络基本形成。

### 6. 人才基础不断夯实

继续推进实施“1133”电子商务人才工程，首个跨境电子商务研究生班顺利结束；举办了天津市首届青年电子商务创业大赛，为青年搭建了创新创业的服务平台，发现了一批优秀电商团队和优质电商项目；启动开展了全市电子商务系列培训活动，累计培训人数4000多人。

## 10.3 河北省

### 10.3.1 电子商务发展总体情况

2015年，河北省电子商务交易额达14545亿元，同比增长34.2%，网络零售额1351亿元，同比增长31.3%。“十二五”期间，全省电子商务交易额年均增长44.9%，网络零售额年均增长41.2%。河北省电子商务平台超2000个，网商40余万户，12个电子商务产业园投入运营。电子商务与传统产业加速融合，产业聚集效应显现，网络购物惠及全省，大中型企业电子商务应用率达到77%，电子商务产业体系基本形成。

### 10.3.2 推进电子商务发展的主要措施

#### 1. 强力推动电商进农村

明确农村电商发展路径，出台《河北省农村电子商务全覆盖工作方案》，制定电子

商务进农村发展规划；构建农村电商生态服务体系，成立河北省农村电子商务公共服务中心，对接金融、旅游等优势资源，指导示范县开展业务；推进省级示范县工作，以 17 个国家电子商务进农村综合示范县为龙头，创建省级电子商务进农村综合示范重点县，重点扶持，积累经验；整合优势资源，对接农村淘宝、京东帮、苏宁易购、腾讯为村、赶街、淘实惠、一亩田、乐村淘、赶庙等第三方电商平台，完善“农产品进城”和“工业品下乡”的双向流通渠道。

## 2. 大力推进电商进社区

推广社区连锁超市、便利店开展网定店取或网定自提柜领取模式，降低物流成本，扩大居民消费；重点引导一批电商企业面向社区居民提供多元化生活需求对接服务，为城市居民生活提供便利；推进一批生活服务类电商平台，在餐饮、汽车维护、旅游、养老、医疗等方面，为城乡居民提供更加灵活的贴身服务；制定出台《河北省人民政府办公厅关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的实施意见》，推动线上线下互动，创新服务贸易发展模式，实施“互联网+”餐饮、家政等生活服务业行动，打造亲民品牌；通过 O2O、手机 APP 客户端、微信微博等现代化营销手段，提供在线点餐、预订餐位、团购等服务，在全省逐步建立具有本地特色的信息化餐饮消费服务平台。

## 3. 积极引导电商进中小城市

围绕区域特色产业和特色产品，以电子商务交易平台为载体，以实现网上销售为目的，整合线上线下资源，促进产业转型升级。截至 2015 年年底，河北省已有 70 个县域特色产业和特色单品交易平台上线运营，有效地推动了特色产业转型升级，正在成为推动县域经济发展新引擎。

## 4. 努力营造跨境电商发展环境

出台了《河北省人民政府关于加快推进“互联网+”电子口岸建设的实施意见》，对具备国际贸易“单一窗口”和跨境电子商务主要功能的河北电子口岸建设提出了具体要求，河北电子口岸已于 2015 年底上线运行。出台了《河北省人民政府办公厅关于促进跨境电子商务健康快速发展的实施意见》。深入贯彻《国务院办公厅关于促进跨境电子商务健康发展的指导意见》，组织举办近百场跨境电商政策说明会及专题讲座。依托河北省外贸企业现有海外仓储设施，推进智能化改造，打造标准海外仓。截至 2015 年底，已完成改造建设海外仓 5 个。

## 5. 扎实推进电商与物流快递协同发展

2015 年河北省出台了《石家庄市电子商务与物流快递协同发展试点工作实施方案》、《石家庄市人民政府办公厅关于促进快递服务业发展的意见》、《石家庄市十三五电商物流快递发展规划》和《石家庄市电子商务与物流快递协同发展标准化体系文件》等相关政策级规范性文件；同时加快推进基础设施建设，石家庄市已铺设智能自提柜 1000 余台，城市中心区社区覆盖率已经超过 90%，中心区快递通过自提柜的配送率已经超过 30%；标准化服务网点工作快速展开，新建网点 80 个，改造网点 600 余个。

## 6. 加快完善电商支撑体系

推进光纤入户入企入村，拓展 4G 网络覆盖，推广智能手机应用，河北省互联网普

及率近 70%。优化物流配置，提升流通基础设施网络服务能力。拓展“物流河北”公共服务信息服务平台功能，推进“物流河北”与省内区域物流信息服务平台对接，实现互联互通、信息共享。依托河北商务信用平台，推进各类信用信息平台无缝对接，加强信用记录、风险预警、违法失信行为等信息资源在线披露和共享。推进河北 CA 等具有社会公信力的电子认证服务机构，进一步完善电子签名、电子合同和认证服务体系。加快完善省级电子商务统计监测体系，优化电子商务统计数据库，加强数据分析评价。推进省级电子商务项目库、人才智库和服务监管机制数据库建设，构建河北电子商务数据中心，支撑电子商务科学健康发展。

### 7. 大力打击侵权售假行为

充分发挥河北省打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品工作领导小组作用，强化部门联动，坚持打假高压态势，定期开展专项行动，遏制网络购物领域侵权和制假售假行为。不断完善各地“两法衔接”平台，加强终端应用管理，提高平台运行质量。截至 2015 年年底，河北省联网单位终端接入、激活比例均超过 80%。持续推进案件信息公开，省双打办、省法制办配合省政府信息公开办，定期对案件信息公开工作进行督导检查，提高案件信息公开质量。

### 8. 深入开展电商试点示范

积极推动国家电子商务示范创建工作，督导示范基地建设，编写示范企业案例，推广示范企业经验。截至 2015 年年底，河北省共认定电商示范基地 7 个、示范企业 28 家、河北省电商进农村重点县 51 个。

### 9. 全面展开高端人才引进和业务培训

引进 30 位全国电子商务及信息化知名专家、学者及行业领军人物，作为河北电子商务专家、顾问，率先入驻服务于河北；充分调动社会资源，启动了“大学生村官电子商务火种计划”、“县域特色产业带电商化培训计划”、“电子商务人才培养计划”；依托高等院校，联合大专院校、职业教育，整合教育资源，优化课程设计，重点培养实操型专业人才。

## 10.4 山西省

### 10.4.1 电子商务发展总体情况

2015 年，山西省通过政策引导、龙头带动、创新融合、聚势引领，积极推动电子商务平台建设，深化传统企业应用电子商务，加快电子商务聚集区发展，电子商务交易规模持续扩大，规模以上网商不断增加、电子商务园区发展取得重大进展，电子商务工作取得积极成效。为推动全省电子商务的发展，山西省政府先后出台了《山西省人民政府关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的实施意见》（晋政发〔2015〕56 号）、《山西省人民政府办公厅关于发展商贸流通扩大消费的若干意见》（晋政发〔2015〕29 号）等一系列支持电商发展的政策措施，山西省农业厅出台了《加快山西省农产品电子商务发展的指导意见》。大同、临汾、晋城等市纷纷出台政策意见，推动地方电子商务的发展。

## 10.4.2 电子商务发展的主要特点

### 1. 电商龙头企业引领作用显现

山西省涌现出“易通天下”、“乐村淘”等行业知名电商平台，成为电商行业快速发展的领头羊。山西易通天下网络科技有限公司搭建了世界范围内水族爱好者交流平台及水族电商平台，平台已有国内外 1000 多家品牌商户入驻，目前拥有会员 200 万个，交易量由 2014 年的 12.7 亿元增加至 2015 年的 17.9 亿元；山西乐村淘网络科技有限公司，首创“网上赶大集”的销售模式，每月逢“6”赶集，集中下单，集中配送。2015 年销售总额达 10.6 亿元。

### 2. 实体品牌企业积极进军电商市场

山西省本命年文化创意有限公司是一家以传统文化“本命年”为依托生产诸如服饰用品的文化创意公司，拥有“本命年、关公像”等多个品牌，2015 年实现网络零售额 899.9 万元；山西五台山沙棘制品有限公司将其主打产品沙棘果油赋予佛家文化以提高其产品附加值，同时通过各类网站、第三方交易平台、自建销售平台等电子商务媒介，迅速扩展其在植物油保健品行业的知名度，已成为忻州市电商企业的一个标杆；太谷“荣欣堂”太谷饼，将线下的品牌优势通过电子商务延伸到线上，年销售额突破千万，对带动当地劳动力就业作用明显。

### 3. 示范创建工作成效明显

示范工程的开展，在促进产业集聚、推动电商应用和模式创新方面起到了积极的推动作用。山西省目前共有 2 个国家电子商务示范基地（侯马开发区电子商务园区、太原高新区电子商务园区）、4 个国家级电子商务示范企业（山西百事帮科技股份有限公司、山西贡天下电子商务有限公司、山西易通天下网络科技有限公司和中国（太原）煤炭交易中心）、25 个省级电子商务示范企业（如优社优家、比比网络、易扬众和、同城商务、唐久超市、乐村淘、天涯实业、雁门清高、汇纳云商等）和 5 个省级电子商务示范基地。

### 4. 电子商务园区集聚作用开始显现

电子商务园区作为政府推动电子商务的抓手，政策落地的平台，数量和质量都有明显提升。太原高新区聚集了以贡天下为代表的大型网络零售平台，构建包括电子商务服务、电子商务应用、电子商务支撑等服务的产业集群，2015 年实现销售收入 14 亿元，较 2014 年增长 67.8%；平台交易额 95 亿元，较 2014 年增长 65.3%，已成为省内最具优势和吸引力的电子商务产业聚集区。侯马电子商务园区面积由 2014 年的 1 万平方米扩增至 48 万平方米，形成了大宗商品交易中心、网商园、小微电商企业孵化中心三个载体，网络零售额从 2014 年的 1 亿元增加至 2015 年的 1.2 亿元，目前入住企业 50 余家，直接从业人员 1000 余人，形成了以大宗商品 B2B 电子商务为主要特色，以网络零售电商、跨境电商、配套服务为补充的多业态发展模式。此外，太原市迎泽电商园、创升电商产业园、长治太行山物流园区的建设也初见成效，为山西省电子商务的发展和聚集夯实了硬件基础。

### 5. 统计监测分析工作深入开展

2015 年山西省商务厅发布了《山西省电子商务发展报告（2014）》，首次对全省电

子商务的交易规模、环境基础、市场发展、存在问题等做了分析，并阐述了农产品电子商务、网络市场监管、邮政快递业及各市电子商务发展情况。2015 年上半年，通过对全省网络零售市场监测，撰写了《山西省网络零售市场发展研究报告》，对全省的网络零售交易量、交易额、交易品类做出全面监测分析，进一步明确了网络零售的发展重点，为利用大数据提高公共服务能力做出探索。

## 10.5 内蒙古自治区

### 10.5.1 电子商务发展总体情况

2015 年，内蒙古自治区电子商务交易额 1481 亿元，同比增长 35%，其中企业间电子商务交易额 1331 亿元，同比增长 35%；网络零售交易额 150 亿元（含第三方平台交易），同比增长 169.5%。截至 2015 年底，区内各类型本地化电子商务服务网站 160 多个；电子商务服务企业 1167 家，同比增长 75%；从业人数 10.4 万人，同比增长 101%；跨境电子商务平台 10 余个，利用第三方平台开展跨境电子商务业务的企业有 50 余家。

### 10.5.2 电子商务推进的主要措施

#### 1. 制定规划与扶持政策

制定了《内蒙古自治区 2014—2020 年电子商务发展规划》和《内蒙古自治区加快电子商务发展若干政策规定》，各盟市已出台或加快制定相应的规划，并落实相关政策。结合落实“互联网+”行动计划，由区商务厅制定印发了《内蒙古自治区深化和普及电子商务应用工作方案》和《内蒙古自治区农村牧区电子商务示范村试点工作方案》等，大力推进特色型区域电子商务发展，助推全区电子商务“三核两带”加快布局。

#### 2. 挖掘区域电子商务发展潜力，放大龙头企业带动示范效应

在促进城市社区电子商务应用中，打造 O2O 电子商务连锁应用，以呼和浩特市、包头市为重点，推动倍全电子商务有限公司、包钢和兴惠客社区 O2O 电子商务发展，立足社区最后一公里，通过线上自建电商平台，线下改造加盟终端便利店的模式，两家企业分别立足 B2B 和 B2C，融合 O2O 实现线上线下互动发展，在呼、包二市建设终端社区店 1000 余家，通过 ERP 等先进的供应链配送体系与终端销售、网络销售、移动 APP 销售有机结合，将生鲜制品、主食产品以及进口食品配送至千家万户，实现了传统经营向新型电子商务模式的转变。

#### 3. 文化旅游业电子商务全面发展

2015 年 4 月，内蒙古自治区旅游局成立了内蒙古旅游宣传促进中心，在内蒙古旅游资讯网框架内构建内蒙古旅游电子商务平台。与国内知名电商携程旅行网签订合作协议，尝试开展内蒙古旅游电子商务活动，建立内蒙古旅游产品网上旗舰店，整合有关内蒙古旅游的机票、景区门票、酒店住宿、旅游商品、美食、演出等旅游要素，提供一站式旅游服务。

#### 4. 跨境电子商务发展良好

目前自治区已建设跨境电子商务平台 10 余个，上线正式运营的跨境电商出口平台有 5 个，主营产品包括数码产品、服装、家电、母婴用品、时尚家居、工程机械、建材等，主要交易模式为 B2B 和 B2C。据统计数据显示，目前内蒙古自治区利用第三方平台开展跨境电子商务业务的企业有 50 余家，主要集中在呼和浩特市、包头市和赤峰市，大多数企业借助阿里巴巴、天猫国际、中国诚商网等外贸电商平台开展 B2B 和 B2C 模式的跨境电子商务业务，货物出入境的方式与渠道包含传统的一般贸易模式出口和国际邮政包裹等。出口的国家 and 地区有美国、蒙古、韩国、意大利、德国、印度尼西亚等。

#### 10.5.3 电子商务示范体系建设情况

目前内蒙古自治区共有 4 个国家级电子商务示范基地，2 家国家级电子商务示范企业，示范带动和集聚效应应进一步凸显。电子商务进农村工作自 2015 年 7 月启动以来，取得显著成效。据初步统计，2015 年 7—12 月，8 个示范县电子商务交易额达 2.62 亿元，帮助和孵化企业及个人开设网店达 446 万余个，发展电商网民数量 17 644 人。

### 10.6 辽宁省

#### 10.6.1 电子商务发展总体情况

2015 年，辽宁省委、省政府高度重视电子商务发展，将其作为抢抓机遇，推动稳增长、调结构、促转型，扩消费、增就业、惠民生，实现老工业基地新一轮振兴的重要突破口，全力予以推进，取得了明显成效，预计 2015 年电子商务交易额突破 5500 亿元，限额以上企业网络零售额同比增长 50% 以上。

#### 10.6.2 电子商务发展的主要措施

##### 1. 电子商务产业园（基地）建设加快

截至 2015 年年底，全省已建成的 20 个电子商务产业园（基地）共引进入驻企业近 2000 家。沈阳浑南电商产业园作为全国首批国家电子商务示范基地已经初步建立了全产业链的电子商务产业体系，吸引国内外知名电子商务企业及相关服务型企业落户，形成了以电商总部企业为核心，以仓储物流和服务型企业为支撑的产业体系。2015 年基地实现 B2C 交易额达 180 亿元、B2B 交易额达 360 亿元。大连市甘井子区生态科技创新城电子商务产业园入驻电子商务及相关企业超过 100 家，其中世界 500 强企业 10 家，研发人员达到 5000 人，产城融合的现代电子商务服务业集聚已初具规模。

##### 2. “两馆”建设取得新进展

截至 2015 年年底，全省入驻淘宝网特色中国辽宁馆和阿里巴巴辽宁制造馆（产业带）的企业分别达到 810 家和 3620 家。淘宝网特色中国辽宁馆月均网上销售额超过 2000 万元。大洼馆作为上线运行的首家县级馆，上线当日销售即突破 120 万元。继大洼馆之后，锦州市、岫岩县、庄河市等 3 个地域馆也陆续上线运行。阿里巴巴辽宁产

业带（制造馆）2015年在线交易额可达300亿元。沈阳化工集团等一批装备制造企业借助阿里巴巴辽宁产业带在线交易，通过电商平台进行辅助材料和劳保用品的集中采购，大幅降低了采购成本，提升了企业盈利能力。目前沈阳、鞍山、营口、盘锦、葫芦岛等5个市建设的6个产业带项目均已取得实质性进展。

### 3. 大宗商品电商平台发展较快

目前已有12个大宗商品现货电子商务平台上线运营。其中大连市东北亚煤炭交易中心、再生资源交易所、北方粮食交易市场、营口市辽宁北方商品交易中心和东北亚镁质材料交易中心等大宗商品现货电子商务平台年交易额分别突破百亿元。鞍山、抚顺、锦州、铁岭、朝阳和盘锦等市大宗商品现货电子商务平台正在积极推进中。鞍山东北商品电商平台交易中心为天岫矿业、海城镁矿耐火材料总厂等6个产业园区的20余家企业提供销售、采购、融资等专业电商服务，开展托管服务挂牌交易，涉及矿产、钢材、能源等六大门类30余种产品。目前在全国已签约各类会员50余万户，日交易额可达亿元以上。

### 4. “O2O”网上商城建设有了新突破

大商集团、中兴集团、兴隆集团、沈阳商业城等传统零售企业加快发展“O2O”模式网上商城。其中大商集团投资打造的“天狗网”综合移动电商平台上线仅3个月，注册用户数就达102万户，为大商集团200多个实体门店每月带来超过1亿元的交易额。大商集团这种线上与线下互动，传统商贸流通企业与电子商务融合发展的全渠道营销模式，已初步探索出一条转型升级的新路子。

## 10.6.3 电子商务示范体系建设情况

### 1. 电子商务示范城市

2014年，沈阳市获批创建国家电子商务示范城市后，成立了以沈阳市政府市长为组长，副市长为副组长，市里27个相关单位为成员的沈阳市创建国家电子商务示范城市工作领导小组，分工协作，编制出台了《沈阳市电子商务发展规划（2015—2020年）》，开展市级示范企业创建工作，共同推动创建工作的顺利开展。

### 2. 电子商务示范基地

目前辽宁省共有4个国家电子商务示范基地，即沈阳浑南电子商务产业园、锦州滨海电子商务产业基地、沈阳永安新城电子商务产业园区和辽宁（本溪）生物医药产业园区。锦州滨海国家电子商务示范基地历经两年多时间的运营，现有入驻电商64家，吸纳大学生就业人数300人，开展电子商务知识和技能培训3000人次。沈阳市永安电子商务示范基地已引进18个电子商务项目，签约及入驻企业包括国美在线、意大利维宜、上海安必信、北京软通动力等国内知名电商产业企业。辽宁本溪生物医药电子商务产业园不断完善基础设施，推动医药资源优势产业与电子商务深度融合。

### 3. 电子商务进农村综合示范工作

2015年6月，瓦房店市、清原县、本溪县、怀仁县、东港市、凌源市、兴城市、绥中县等被评为国家第二批电子商务进农村综合示范县。同时，辽宁省服务业委联合省财政厅下发了《关于开展电子商务进农村综合示范工作的通知》（辽服发〔2015〕44

号),各示范县积极贯彻落实,全面整合资源,改造建设县域电子商务运营中心、建立县乡村三级物流配送体系、加大电子商务培训力度。

#### 10.6.4 计划单列市介绍:大连市

2015年大连市电子商务交易额实现3560亿元,同比增长12.3%。其中B2B交易额3430亿,同比增长11.3%;网络零售交易额130亿,同比增长50.4%。

2015年大连获批为国家电子商务与物流快递协同发展试点城市,瓦房店获批为国家电子商务进农村综合示范县,中国(大连)跨境电子商务综合试验区获得国务院批准,瀚闻资讯、时代设备获批为国家电子商务示范企业,高新园区“大连E港”和大连生态科技创新城电子商务集聚区被省服务业委评为辽宁省电子商务集聚示范区,东北亚煤炭交易有限公司和大连菜易家农业发展有限公司被评为辽宁省电子商务示范企业。再生资源交易所、东北亚现货商品交易所、东北亚煤炭交易所已成为全国或区域性大宗商品电子商务交易平台,外贸网、锦程物流网、泰德煤网已经成为全国性专业平台。迈克集团“出口时代”、西姆集团“中国方舟”网成为中小企业和装备制造业走出去重要载体平台。传统企业转型发展凸显,大商集团天狗网等上线运行,率先迈出了实体商业转型发展步伐。电子商务在优化产业结构、提高经济运行效率、方便市民生活等方面的作用日益显现,全社会对电子商务的认知程度和应用水平明显提高,为“十三五”大连市电子商务的持续、健康、快速发展奠定了良好基础。

### 10.7 吉林省

#### 10.7.1 电子商务发展总体情况

在吉林省委、省政府的大力推动下,全省电子商务产业呈现快速发展势头。2015年1—10月,全省电子商务交易规模达2390亿元,预计到年底,电子商务交易额将突破2600亿元,同比增长45%以上。电商企业数量达到2700户,同比增长44.2%,从业人员达21.2万人,同比增长54.7%。

#### 10.7.2 电子商务推进的主要措施

##### 1. 加强电商主体培育

重点支持国家级、省级10个电商示范基地和47户电商示范企业创立建设,引领促进全省电商整体发展。

##### 2. 电子商务进农村取得突破进展

16个县(含8个国家级电子商务进农村综合示范县市)均建成县域运营中心,1600余个村级服务站、信息化网点建设落地,实现农产品上行和日用品下行双向流通。

##### 3. 主导开发本土电商公共服务和交易平台

“开犁网”正式上线,为传统企业转型升级和农资、农产品销售搭建了平台,吉林省六大类目万款农产品均在该平台销售。

#### 4. 结合吉林实际，创新电商“双模式”

打造了“互联网+流通+服务”吉林县域农村电商模式和“互联网+社区服务+流通”吉林社区电商模式。创建的城市社区综合信息服务平台，覆盖五市县 60 个社区近 60 万居民。

#### 5. 农产品网络销售体系更加完善

以主销省内涉农产品的特色吉林馆运营 20 个月，网销额突破 9 亿元，省内 21 个市县分别在淘宝、1 号店、京东等第三方电商平台开设县域特产馆，集中销售地方农特产品，吉林农产品初步实现全网营销。

#### 6. 构建了全省电商运营服务体系

争取中央和省级财政扶持和国家及省级试点、示范项目，两年累计投入资金 2.1 亿元，支持公共服务平台和电商园区、龙头企业开展电商业务，服务电商发展，进一步夯实电商发展基础。

#### 7. 加快电商人才培养

采取政府主导与市场化、社会化培育相结合，累计开展电商普及培训和专业培训突破 12 万人。

#### 8. 推动传统企业加快转型

各类仓配一体化商店、体验店、村淘店等新业态遍布城乡，网订店取、网订店送、线上线下融合不断涌现，进一步拓展了消费空间。

#### 9. 有效营造全社会电商发展氛围

召开促进全省电商发展启动大会和两届吉林电商发展论坛、一届县域电商峰会以及全省电商资源对接大会，举办了两届全省电商博览会等。

## 10.8 黑龙江省

### 10.8.1 电子商务发展总体情况

黑龙江省各级政府部门积极营造有利于电子商务健康快速发展的外部环境，大力培育电子商务经营主体，扶持电子商务平台加快发展，推动企业开展电子商务应用，工作成效显著。据有关咨询机构监测数据显示，2015 年黑龙江省实现电子商务交易额 2041 亿元，同比增长 26.7%；实现网络零售额 104 亿元，同比增长 30.5%。全省自建电子商务平台 95 家，其中跨境电子商务平台 19 家。全省已建成电子商务产业园 26 个，入驻电子商务企业 421 个，全省企业和个人在第三方平台开设店铺近 4 万家。

### 10.8.2 电子商务推进的主要措施

#### 1. 加强政策指导，促进全省电商产业加快发展

出台《黑龙江省“互联网+流通”行动计划》、制定下发《黑龙江省商务厅“互联网+对俄贸易”专项工作方案》、《黑龙江省商务厅“互联网+龙江绿色食品”专项工作方案》、《黑龙江省商务厅“互联网+商贸服务业”专项工作方案》，明确黑龙江省电子商务发展总体思路和工作目标，推进电子商务健康快速发展。

## 2. 组织企业参展参会，推动黑龙江电商“走出去”

利用国内外展会平台宣传推介龙江电商品牌、举办“一带一路”国家跨境电商和“互联网+对俄经贸合作”交流会议，聚焦“一带一路”国家跨境电子商务和“互联网+对俄经贸合作”的热点、难点问题，进一步探索跨境电子商务合作的新模式、新途径。

## 3. 加快电商产业园区建设，促进电商产业集聚

以哈尔滨经济技术开发区“中国云谷”、大庆电子商务产业园、牡丹江经济开发区电子商务企业园、绥芬河边境经济合作区“中俄跨境电商产业园”等为代表的电子商务产业园区发展迅速，省内中心城市基本形成了一批龙头企业集聚、集群态势明显的电子商务集聚区。

## 4. 壮大对俄跨境电商物流大通道，提升跨境电商货运能力

2015年，全省发送对俄国际邮包1445.34万件，通过对俄国际邮包方式运送货物3180吨。2015年6月13日，首列“哈欧国际货运班列（哈尔滨—汉堡）”从哈尔滨开出，标志着哈尔滨至欧洲货运大通道正式打通。截至2015年年末，哈欧班列西进、东进线路共计发车54车次821自然箱，累计实现进出口货值1.17亿美元、进口关税1200万元。大力推动建设俄罗斯海外仓，截至目前，黑龙江省企业已在俄罗斯境内设立9个海外仓，助力对俄跨境电商发展。

## 5. 发展农产品和绿色食品电子商务，拓展网络销售渠道

整合省内现有农产品和绿色食品资源，重点扶持北大荒购物网、北大荒好特网、天天315商城等绿色食品销售类电商平台，北大荒粮油拍卖网、北大荒易汇网等粮食交易类电商平台和农民购销网等涉农信息发布类服务平台发展，打造龙江区域性农产品和绿色食品电子商务平台体系；引导农业企业、新型农业经营主体和农民群体通过天猫、京东等国内知名电商平台和本省电商平台开展农产品和绿色食品销售，拓宽农产品和绿色食品销售渠道。

## 6. 推动传统企业开展电商应用，促进线上线下融合发展

推动光明集团股份有限公司等生产企业和传统商贸企业通过自建电商平台或在第三方电商平台开设网络旗舰店等网上商铺的方式，开展网络零售、网上订货等业务，促进产品销售；推动以销售宝、消费及消费品工业网等为代表的省电商平台面向省内传统企业提供网络推广服务，带动广大传统企业开展电子商务应用。

# 10.9 上海市

## 10.9.1 电子商务发展总体情况

2015年，上海市电子商务继续保持高速发展，加速推动各领域的业态、模式不断创新，已经成为经济发展的新亮点和转型升级的新动力。2015年上海市电子商务交易额达16452亿元，同比增长21.4%。其中，B2B交易额12312亿元，同比增长15.7%；网络零售交易额4140亿元（其中，商品类网络购物交易额2251亿元，同比增长36.0%，服务类网络购物交易额1889亿元，同比增长51.2%），同比增长

42.6%，网络零售交易额占电子商务交易总额的比例由上年的43%提升至45.6%。

### 10.9.2 电子商务的发展特点

#### 1. 自贸区推动先行先试，改革创新举措频出

自贸区有6家大宗商品国际交易中心上线运营。大型互联网企业回归国内资本市场落地自贸区。外商投资电子商务业务持股比例限制进一步放开，飞牛网等外资第三方平台电商企业获批并开展运作。成功获批国家跨境电子商务综合试验区，重点监测的跨境电商企业实现交易总额281亿元，同比增长27.1%。

#### 2. 线上线下深度融合，加快推动产业转型升级

智慧商圈建设大幅提升商圈在线化、数据化、透明化程度，中心商圈销售额明显回升。饿了么、沪江网、途虎养车网等O2O平台通过整合线下实体商业资源，有效提升餐饮、旅游、文化、教育、交通等生活服务领域的供给能力和水平。社区商业服务持续向精细化、集成化、平台化发展，东方网、号百、京东到家等实现社区服务与线上的深度融合，智慧微菜场营业网点逾500个。长宁临空园区、普陀中环园区和大众点评、找钢网等12家企业成为新一批国家级电子商务示范基地和示范企业。

#### 3. 细分领域发展迅速，国内外影响力不断扩大

本市钢铁、化工、有色金属等领域已经成为行业内价格风向标，国际首次采用上海钢联(my steel)的价格指数进行定价，上海化工品交易中心和白银现货电子交易平台华通铂银月均增速均超过300%。生活服务领域，新美大(大众点评与美团)占据全国团购市场的81.4%；携程全年交易额达到890亿元，继续保持行业领先地位；跨境电商洋码头实现交易额约26亿元，增长超过4倍。

#### 4. 行业兼并整合加剧，总部集聚态势明显

电商企业间的兼并、收购、投资合作加剧，沃尔玛收购并全资控股1号店；大众点评与美团合并，设立双总部，独立运营；携程通过与百度股权置换入股去哪儿，联手腾讯收购艺龙，进一步扩大了在线旅游市场中的份额；阿里巴巴投资饿了么，占股27.7%成为第一大股东。国内外电子商务总部加速在沪集聚，麦德龙、家乐福等在自贸试验区设立亚太电商总部和跨境电商总部，支付宝总部迁至上海浦东，万达在上海设立电商总部，顺丰在上海设立第二总部。

### 10.9.3 电子商务示范体系建设情况

2015年上海市大力发展电子商务示范工程，利用区县互联网创新试点形成示范引领效能，推动长宁临空、普陀中环两家基地申请并正式获批为第二批国家级电子商务示范基地。大众点评、菜管家、找钢网等12家企业正式获批为电子商务示范企业。

2015年，上海市各示范基地均取得了良好的发展。浦东唐镇电子商务创新港坚持以“创建全流程电子商务、创新公共服务平台”为核心，融入“互联网+”发展理念，持续促进电子商务创新发展，完善基地电商全产业链架构，5年累计上缴国家税收5.36亿元，为社会创造1万多个就业岗位，该示范基地在公共服务平台建设、政策集成创新、产学研联动、企业孵化等方面成效显著，有效促进了电子商务服务业的集聚

和创新，带动了地方产业的转型升级发展。

## 10.10 江苏省

### 10.10.1 电子商务发展总体情况

2015年，江苏省电子商务交易额约1.8万亿元，同比增长约20%；网络零售额约4200亿元，同比增长约45%，相当于社会消费品零售总额的16%左右。电子商务示范突出，集聚明显。全省现有国家电子商务示范城市5个、示范基地5个、示范企业12家，省级电子商务示范基地26个、示范企业56家、国家电子商务进农村综合示范县7个、省级农村电子商务示范县（市、区）13个、省级农村电子商务示范乡（镇、街道）42个、省级农村电子商务示范村102个。

### 10.10.2 电子商务发展政策措施

2015年，江苏出台多项政策措施，推进电子商务深入发展：省政府出台《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的实施意见》（苏政发〔2015〕166号）；省商务厅制定了《“互联网+商贸”专项行动工作方案》，明确了互联网进农村、进社区、进专业市场、进开发园区、进商贸物流、进国际贸易的目标任务；省商务厅制定了《江苏省电子商务培训基地规范化建设办法（试行）》，并在全省认定了33个电子商务培训（实训）基地。

### 10.10.3 电子商务示范体系建设情况

#### 1. 电子商务示范城市

江苏现有国家电子商务示范城市5个，各示范城市以创建为契机，建立完善的推进体系，强化产业规划引导，加强支撑体系建设，营造良好发展氛围，创建工作初见成效。

常州成立了电子商务工作领导小组，建立市级、辖市区商务局、镇（街道）三级工作推进体系，商务局成立了电子商务处，同时授牌成立了市电子商务发展指导服务中心，指导帮助广大企业应用和发展电子商务。2014、2015连续两年成功举办“中国（常州）电子商务应用发展年会”，邀请国内电商领域知名专家、重点企业及本市传统企业参加，提升了常州电子商务的影响力。全面启动“电商大讲堂”，定期邀请国内知名专家来常州授课，支持电商培训机构面向社会开展培训，鼓励和引导传统企业提振发展信心、加快电商转型。

苏州相继制定出台了《苏州创建国家电子商务示范城市实施意见》、《关于加快苏州电子商务发展意见》、《苏州市电子商务“十二五”专项规划》和《关于促进电子商务加快发展的政策意见》等一系列文件，并设立电子商务发展扶持资金，为加快苏州电子商务发展创建了良好的环境。电子商务品牌企业纷纷加速扩张。如同程网自2012年获得腾讯数千万投资后，已再次获得腾讯、博裕、元禾三家机构5亿元融资和携程超过14亿元的战略投资。近期再获万达领投的35.8亿元融资，本轮合计融资金额超

过 60 亿元。

无锡 2014 年度市财政兑现商务系统电子商务产业资金达到 1240 万元，其中市级层面扶持资金 580 万元，涵盖了电商产业园、平台企业、传统商贸企业、电商培训等多个领域。2015 年除了继续做好对上争取工作之外，市级层面亦加大资金扶持力度，最终 29 个项目（企业）共计获得 759.9 万元的市级资金扶持。2015 年无锡除继续与《无锡日报》合作外，还与《无锡商务》（双月刊）签订了共同打造无锡市电子商务公共宣传平台的合作协议，进一步加大无锡示范城市建设、亮点企业经营特色以及各项政策的宣传工作。

## 2. 电子商务示范基地

江苏省第二批国家电子商务示范基地共 5 家，目前有关创建工作均按照工作方案有序推进，并已初步显现出示范引领的成效。

南京徐庄软件园截至 2015 年 11 月，园区电子商务交易额已完成 500 亿，较去年同期增长 59.2%，服务外包执行额完成 4.43 亿美元，较去年同期增长 82.3%，电子商务从业人员增长近 6000 余人。

淮安电子商务现代物流园分拣分拨中心、仓储配送中心、培训孵化中心等平台功能日益完善，已经形成物流快递企业抱团发展的集聚效应，快递业务量是去年的 2.2 倍。园区现有企业 2000 多家，规模企业 266 家，实现营业产值 2.58 亿元，税收 2900 万元，同比增长 124% 和 130%。2015 年为电商企业培训孵化人才超 5000 人，激发了“大众创业、万众创新”活力。

常州创意产业基地多措并举，推动区域电子商务资源集聚、创新要素集聚和服务功能集聚，构建产业链完整、多种模式并存、线上线下有序结合的全产业链电子商务发展格局。加强对外交流，寻求电子商务项目、人才、投资等领域的相互合作。积极营造电子商务发展氛围，举办“2015 中国（常州）跨境电商全球峰会”等多项活动。

无锡山水城目前入驻企业总量已达 120 余家，园区持续强化服务功能，2015 年成立电子商务发展专项基金并出台融资担保、住宅保障等相关配套政策支持产业发展，以公共技术、投资融资、人力资源、综合服务 etc 公共平台，为企业构建全方位电子商务服务体系。此外，园区的“创业汇客厅”以集约型的孵化场地，全方位的创业资源，浓郁的创业氛围，获得省级“众创空间”认定。

宿迁电子商务产业园区发展势头迅猛，2015 年，园区实现业务总收入 103.6 亿元，一般公共预算收入 3.4 亿元，从业人员突破 1 万人，先后创建成为省级电子商务示范基地、国家电子商务示范基地、省共建互联网产业园、省级现代服务业集聚区。

## 3. 电子商务进农村综合示范工作

各示范县根据自身优势产品需求和电商产业基础，因地制宜推动各类电子商务园区建设，充分发挥电子商务集聚效应和示范效应。积极扶持专业化涉农电商平台，重点支持公共服务平台建设，截至 2015 年年底，在 7 个国家级示范县中，已建成县级电子商务服务中心 8 个、镇级电子商务服务站 54 个、村级服务站超 500 个、产业园区电子商务服务中心 5 个。

各示范县加强物流快递、网络设施等基础设施建设，以物流配送、产品包装、金

融支付、运营设计、宣传推广等为重点，着力打造线上线下、互补联动的电商支撑体系。如常熟邮政系统业务布点目前已触及全市所有 237 个行政村或社区；新沂市加快推进“宽带新沂”、“无线新沂”、“高清新沂”工程，目前城区实现光纤全覆盖，98% 以上行政村完成光进铜退，城区及乡镇行政村接入宽带端口数 36.02 万个。

各示范县均加大电商人才的培养和引进力度，特别以农村青年致富带头人、大学生村干部、返乡创业大学生与农民工、未就业青年等群体和农村经济困难家庭青年为重点，制定农村电子商务培训工作计划，截至 2015 年年底，7 个示范县已开展业务培训达 60 000 人次。

## 10.11 浙江省

### 10.11.1 电子商务发展总体情况

2015 年，浙江省实现网络零售 7610 亿元，同比增长 49.9%；省内居民网络消费 4012 亿元，同比增长 39.6%；网络零售顺差稳步扩大，实现顺差达 3598 亿元。

### 10.11.2 电子商务发展的主要特点

#### 1. 电子商务应用不断普及深化

截至 2015 年年底，全省在淘宝、天猫、京东、1 号店等平台上开设的网店约 210 万家，其中天猫旗舰店 3 万多家；全省从事跨境电商的经营主体达 3 万多个，在各大跨境电商平台上开设的网店已超过 30 万家。据不完全统计，全省约 1.5 万家规模以上企业、380 多个专业市场已开展电子商务应用，销售额达 1000 万元的电商专业村 280 个。电子商务带动全省直接就业 210 万人以上。

#### 2. 电商配套支撑体系不断健全完善

通信基础设施建设进一步优化，截至 2015 年，全省互联网宽带接入用户达到 1850.5 万户，普及率达 33.6%。快递企业 1335 家，分别建成社区智能投递终端和农村电商服务站点 12 262 个和 8800 多个。第三方支付平台全国领先，农村支付和跨境结算体系不断健全。电商公共服务体系建设逐步推进，建成了覆盖全省的电商公共服务平台及 50 多个市县电子商务公共服务中心。

#### 3. 电商模式创新和行业管理全国领先

涌现出临安、桐庐、义乌、遂昌等在全国有一定影响力的农村电商发展模式；中国（杭州）跨境电商综合试验区稳步推进，对跨境 B2C、B2B2C 等模式进行了有效探索。率先利用大数据开展电商统计监测和行业管理工作，是全国唯一的电商统计试点省；制定了 9 项电商地方标准，数量居全国第一。电商规划政策、人才培养和机制创新等方面也均处于全国领先地位。

### 10.11.3 电子商务推进的主要措施

#### 1. 顶层设计，做好工作规划和部署

先后召开了省电商工作领导小组会议、省中国（杭州）跨境电商综试区工作领导

小组会议、全省农村电商现场会和全省跨境电商推进会，进行了电商工作部署；制定出台了《浙江省关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》（浙政发〔2015〕49号）和《浙江省人民政府办公厅关于加快农村电子商务发展增强农村经济社会发展活力的实施意见》等政策文件，印发了《2015年全省电子商务工作要点》和《中国（杭州）跨境电子商务综合试验区实施方案》，为全省电商工作开展提供强有力的组织和政策保障。

## 2. 突出重点，全面推进电商应用与创新

大力发展农村电商，围绕农产品销售、农民消费和农村创业，深入实施“电子商务进万村工程”，共建成农村电商服务站点8800多个、淘宝特色馆29个、淘宝村280个，比第二名多了123个。以杭州跨境电商综试区建设为契机，推动跨境发展模式和监管服务制度创新，积极培育和引进跨境电商经营主体，建设了一批跨境电商园区和31个公共海外仓。全年实现跨境电商零售出口达270多亿元，其中纳入海关9610项下统计的达30多亿元。不断完善电商服务体系，推进电子商务与物流快递协同发展，杭州成为全国首批电子商务与物流协同发展试点城市；推进社区智能投递终端建设，全年新建E邮柜等智能投递柜1万多个。

## 3. 注重创新，不断提升电商管理水平

率先成立了电商大数据研究基地，目前是全国唯一将网络零售分县、市、区进行统计的省份；制定了9项电商地方标准。建立了电商人才培养培训机制，编写了电商教材，征集了题库，新建了技能鉴定系统，制定了各类培训的标准。积极推进电子商务地方立法工作，参与国家《电子商务法》的起草。积极申报国家电子商务示范城市、示范基地和示范企业，创建了一批省级电商示范县（市、区）、企业和基地，并开展农村电子商务示范创建，认定了一批农村电商示范企业、创业带头人。

# 10.12 安徽省

## 10.12.1 电子商务发展概况

2015年安徽省电子商务继续保持较快发展，全省178家开展网上商品零售业务的限额以上批零企业实现网上商品零售额114.5亿元，同比增长77.8%；淘宝特色中国安徽馆实现馆内成交6.86亿元，同比增长71%，馆内入驻商家1200家；创建国家电子商务示范基地2个，国家电子商务示范企业4个；蚌埠市获批全国电子商务与快递物流协同发展试点城市；评选认定省级电子商务示范县（市、区）11个；全省共制定地方性电子商务领域政策法规文件63份，建设省、市、县电子商务人才继续教育基地64个，全省共开展电子商务知识和技能培训10万余人次。

## 10.12.2 电子商务推进的主要措施

### 1. 积极优化电商发展环境

加强政策研究，组织学习国家相关文件，出台省级相应的贯彻意见，各市、县结合本地工作实际，制定出台电子商务领域政策法规文件；启动“十三五”电子商务发

展规划纲要编制；发挥安徽省电子商务发展联席会议制度作用，研究电子商务发展中的重大问题，推动电子商务加快发展。

## 2. 加快推进电子商务应用

组织开展各类网络促销活动，依托淘宝“特色中国安徽馆”，组织全省近 200 家中网商开展了“舌尖上的安徽”、“早春寻食记”、“517 吃货节”等 30 多场网上大促活动。依托京东“中国特产安徽馆”开展了生鲜产品网络销售，鼓励企业利用“双 11”、“双 12”等重要节点开展网络促销活动；推进线上线下互动发展，开展电商企业线上线下互动消费调查；落实促进规范电子商务发展专项行动，指导省内 7 家平台企业完成了注册备案；加强典型案例宣传，研究梳理“互联网+”相关创新案例，三只松鼠互联网+品质控制、徽六茶业互联网+茶业电商、天方茶业互联网+传统茶产业三案例得到认可。

## 3. 积极组织人才培训和交流对接活动

组织全省商务工作会议电子商务专题培训，举办全省领导干部电子商务专题培训班，举办商务大讲堂电子商务专题讲座，组织参加商务部各类培训；组织第三届安徽省网商大会，邀请业内咨询机构及代表企业就政策思考、产业发展等问题进行交流，开展资源对接活动，全省商务部门和各类网商共 600 多人参会；开展校企资源对接活动，支持安徽省高校加入阿里巴巴的“百城千校、百万英才”人才联合培养计划，促成安徽国际商务职业学院等省内高校与阿里巴巴达成跨境电子商务人才联合培养协议；指导省网商协会成立徽茶电商联盟，通过运用互联网思维促进安徽徽茶品牌建设，大力推进以安徽名茶为代表的优势农特产品电子商务发展；开展“徽姑娘”电商创业大赛，引导广大女性积极投身“大众创业万众创新”。

## 4. 积极开展电商扶贫工作

组织开展“电商扶贫”对接研讨活动，从开展电商培训、组织渠道资源对接等方面加大对贫困县的帮扶力度；开展精准扶贫，协调淮商集团与姚李镇合兴村达成皖西白鹅销售合作、黄山硕客家居公司与姚李镇炫丰制衣公司达成衣柜用无纺布订单合作等；协调建设村级电商服务站“多益善云店合兴村服务中心”，为村民免费提供网上代购、代销、代缴、代办等业务。

# 10.12.3 电子商务示范体系建设情况

## 1. 示范项目超计划完成

截至 2015 年 12 月底，15 个示范县已建县域综合公共服务中心共 17 个、配送中心 33 个，乡村级服务网点 2427 个，242 个乡镇实现全覆盖、2693 个村覆盖 90%；已建线上“特色馆”39 个、线下展示馆 26 个；开展各类培训 72 776 人次；网上交易额 146.82 亿元，同比增加 56.88%；快递业务量 6267 万件，同比增加 78%。目前，15 个示范县已建设农村电子商务园 20 个，使用面积达 32.66 万平方米，入驻企业 726 家。园区内架构完整、功能齐全、氛围活跃，促进创新、创业和农产品上行工作。

## 2. 示范县域特色发展模式效果初显

经过一年探索，各示范县积极构建农村电商服务体系和仓储物流配送体系，初步

形成了可推广复制的模式，巢湖、怀远、绩溪、石台等示范县区域自营平台已实施运营；石台县打造全国首个“晒乐网”；霍山县建立的 P2C 产业电商平台，带动当地百合产业快速发展壮大；绩溪县“上街去”对接“上海 66 邻里”服务平台，将生鲜农副产品直供上海的社区，实现农户、电商企业、市民三者无缝对接；怀远县以“淮商 e 购、怀远微生活、智慧怀远”三网融合和四馆连动实施“采皖北、卖全国”模式，实现农村商品流通服务体系与电子商务融合发展。

### 3. 示范县电子商务主体得到快速扩大

传统行业越来越重视线上作用，有着千年历史的歙县花儿鱼村徽式盆景已在网上推广销售。商贸流通、旅游、配送、餐饮等企业电子商务运用得到快速拓展。各示范县微店发展迅猛，据统计，15 个示范县，已开设各类网店 12 287 个，同比增幅 121%。

### 4. 农产品品牌培育得到重视

石台、怀远、砀山、舒城等示范县积极开展品牌培育，推行“一村一品”模式，挖掘当地特色农产品，逐步实现地域品牌全国化，带动当地产业进一步发展。石台县推出“认领一亩富硒茶山，喝上自家富硒好茶”的会员制销售模式，连续二年已认筹 5000 亩茶园，与之相关的旅游产业及养老产业也初步形成框架。怀远县与京东商城联合打造“中国怀远石榴节”，帮助怀远石榴走向全国市场，石榴节线上石榴销售共计 60 余万斤，促进怀远石榴产业发展和升级。砀山县开展梨树众筹行动，在苏宁易购上线三天时间超额完成众筹金额，达成率 193%。舒城县经多轮激烈竞争成为“淘宝”“云上农村”大型订单农业网络销售“团年猪 享年味”活动的全国主打三县之一。初步统计，全省近 150 个农特产品通过认证或转换认证，为网销品牌的培育打牢基础，进而推动农业结构调整，保障农业增效、农民增收。

### 5. 全省农村电子商务得到快速发展

目前，在 15 个承办县的示范引导下，全省农村电子商务建设风起云涌，发展氛围浓厚。据统计数据显示，截至 2015 年 12 月份，淘宝、京东、苏宁、邮政、供销等电商平台在安徽省共建设 121 个县级运营服务中心、6336 个村级服务站点，另外京东已招募 9775 人推广员，已建设成省级线上特色馆 3 个、市级特色馆 11 个、县级特色馆 24 个。全省网络销售增速加快，据阿里巴巴网络销售平台数据统计，前三季度全省活跃用户数达到 1096 万人，占全省总人口 1/7 以上，同比增长 47%；活跃卖家数 23 万人，同比增长 54%；有效买进 169 亿元，同比增长 46%；有效卖出 90 亿元，同比增长 56%；接收包裹数 6689 万件，同比增长 55%；寄出包裹数 4578 万件，同比增长 79%。同时，“邮乐农产品”、“淮商 e 购”、“上街去”、“晒乐网”、“小隐茶人”、“三个农民”、“过湾农产品”、“农夫商城”、“买吧·芜湖”等一大批各具特色的区域性电商平台得到壮大发展。

## 10.13 福建省

### 10.13.1 电子商务发展总体情况

截至 2015 年年底，福建省电子商务交易额预计达 6900 亿元，同比增长 40%；福

建省县域电子商务发展指数位列全国第 3 位，共有 16 个县（市）入围 2014 年中国电子商务百佳县，总量排名全国第 2 位；淘宝村和淘宝镇数量分别从 2014 年的 28 个、2 个上升到 71 个、7 个，数量均居全国第 4 位。

### 10.13.2 电子商务推进的主要措施

#### 1. 推动电子商务政策环境更加优化

出台了《关于支持快递业加快发展的七条措施》（闽政〔2015〕62号）、《进一步推进跨境电子商务发展行动方案》（闽政办〔2015〕4号）、《关于加快电子商务发展九条措施》（闽政办〔2015〕89号）、《推动农村电子商务发展行动方案》（闽政办〔2015〕110号），围绕农村电商、跨境电商等重点方向和快递等发展要素提出具体举措，增创电商发展的新优势。出台了《关于进一步推进我省电子商务人才培养工作的通知》（闽商务电商〔2015〕8号）、《关于支持福州、平潭开展跨境电子商务保税进口试点十二条措施》（闽商务电商〔2015〕10号）、《福建省电子商务标准化建设三年行动方案（2015~2018年）》（闽商务电商〔2015〕15号）、《关于贯彻落实促进农村电子商务加快发展指导意见的通知》（闽商务电商〔2015〕17号）等系列政策举措，进一步推动保税进口、标准化、人才培养等重点工作的开展。制定了《福建省电子商务工作考核办法》，指导推动有关市县根据实际出台配套政策，目前全省 8 个设区市和平潭，60 个县（市、区）均已出台电子商务相关政策，省、市、县三级联动的政策支持环境基本形成。

#### 2. 推动与龙头企业的深化合作

与阿里巴巴签署《战略合作协议》并联合举办福建省县域电子商务峰会，共同打造中国互联网经济示范区；阿里巴巴一达通于 1 月 26 日落户福建，与福建省共建闽商外贸诚信体系，全年累计实现 GMV5.5 亿美元；苏宁云商与福建省商务厅签署战略合作框架协议，在共同促进闽货网络销售、农村电子商务发展、电子商务终端智能绿色物流、电子商务创业与人才培养等领域开展深入合作；加拿大跨境电商极地熊集团自贸试验区落地福建省，促成蘑菇街与福州市自贸办及省内重点跨境电商企业业务对接；亚马逊与厦门签署战略合作备忘录并开设“台湾馆”，德国 EDEKA 在福州经济开发区落户，京东在厦门同安设立营运中心，今日头条和易极付拟在永定设立华南结算中心，世纪之村与京东合作开设中国特产泉州馆，“遂昌模式”赶街项目在三明落地，漳州引入中国网库搭建“中国杨梅网”等。

#### 3. 推动电子商务示范试点和标准化体系建设

2015 年成功创建第二批国家电子商务示范基地 4 个、2015~2016 年度国家电商示范企业 7 家；制定了《福建省电子商务标准化建设三年行动方案（2015~2018 年）》，提出 8 项主要任务和 4 大保障，省电商标准化技术委员会于 12 月 25 日正式成立，开展 6 个标准的编制工作；推动福州市电子商务与快递物流协同发展试点城市建设，现已完成智能快件箱建设超过 300 组 1.4 万格口、快递综合服务站点 340 个。

#### 4. 推动电子商务进农村

成功推动我省尤溪、云霄、长汀等 10 个县市入选国家电子商务进农村综合示范

县，创建26个省级电子商务进农村综合示范县，推动农村电商服务体系建设。阿里村淘在我省已累计签约18个县（市）、开业运营17个，苏宁在全省32个县（市、区）已设立49个服务站；逛街完成120多个村级网点建设。

### 5. 推动闽货网络销售

2015年重点培育5家闽货自营电商平台、2家闽货网上专业市场和6家闽货上网拓展市场优秀企业，支持“三品一标”、中华老字号、中国驰名商标等特色闽货通过电商渠道拓展市场，淘宝“特色中国·福建馆”已吸引35个县（市）近490家企业入驻，全年实现交易额近6亿元。支持传统优势产业借力电商转型升级，莆田、泉州、宁德等市11个优势产业携手阿里巴巴开展“中国质造”活动，助力闽货促销。通过电商为媒，漳州促销荔枝、龙眼13万公斤和近7万公斤，长汀帮助推广8万公斤滞销杨梅，建宁赶在台风前销出1.8万朵莲蓬等，力争帮助果农实现“丰产增收”。

### 6. 推动跨境电子商务创新发展

福州和平潭获批开展跨境电子商务保税进口业务，截至目前，平潭试点已有60家电商企业、物流企业及支付企业备案，商品备案1122种（保税品项238项、直购品项884项），已开展跨境电商保税进口业务35604票，货值2157万元；福州试点业已正式启动，两地跨境电商保税进口业务已全面展开；平潭、厦门和泉州已完成跨境贸易电子商务服务零售首票通关，厦门、平潭均在7月份启动直购进口并完成首票业务。成立省跨境电子商务协会（首批会员近150个，关、检、汇、税等部门作为顾问单位加入协会），举办跨境电子商务资源对接会。完善支撑环境，力促跨境电子商务园区、监管场所和仓储物流、跨境电子商务集散配送中心和展示交易中心等基础建设，福州在马尾出口加工区已设立超5万平方米的跨境电商综合保税仓，泉州陆地港已建1.6万平方米跨境电商仓库和1.8万平方米的快件监管中心，平潭二线卡口跨境电商监管中心、金井码头1000多平方米的监管仓库已先后交付使用。

### 7. 推动电子商务人才建设扎实开展

组织推动“八闽电商行”电子商务大讲堂、电子商务高峰论坛、电子商务专题沙龙等多层次不同类别的电子商务人才培养交流活动300余场，培训人数达6万人次以上；重新修订《电子商务师职业技能等级评定考试（评）大纲与题库》并组织开展两期国家电子商务师种子师资培训，吸引全省1300多名人员报名参训；举办福建省电子商务人才专场招聘会，200多家电商企业提供各类电商相关岗位近3000个，吸引求职者5000余人参会，近1000多名求职者现场与企业达成初步就业意向；指导福州市开展首届高校学生跨境电商创业大赛，累计产生跨境电商订单3.5万个。

### 8. 推动电子商务宣传、服务和课题研究

编纂《福建省电子商务发展报告（2014）》和《福建省电子商务示范体系建设案例集》，制作“电商助跑 赢在未来”和“闽货e天下 赢在电商+”电子商务专题宣传片；联手《福建日报》推进电子商务宣传工作，开通“福建电子商务”微信服务号，建设微信重点电商企业园区群、电商政府群、电商群等，定期邀请优秀企业进行路演和主题交流；指导举办第六届中国鞋服行业电子商务峰会，指导福建省邮政速递物流

分公司举办全省跨境电子商务大会，承办商务部电子商务统计工作片会和全国农村电子商务模式经验分享暨农村电商（泉州）发展交流会。

### 10.13.3 计划单列市介绍：厦门市

据测算，2015年全市实现电子商务交易额约2600亿元，同比增长86%，网络零售交易额220亿元，同比增长60%。据工商部门统计，截至12月底，登记注册的网商数26309家，比去年增加近千家。据邮政部门统计，2015年实现进口邮快件总量585.7万件，同比增长18.7%，出口邮快件总量2888.9万件，同比增长2.6%。

一批区域性、行业垂直型、线上线下服务型电商企业脱颖而出，如美团、美柚、又一城、云宝商盟、好慷在线、夏商新生活、保障网等，企业平台交易额增长迅速，并向全国扩张；一批服务社区、服务农村配送载体建设日成规模，目前已建成1400个智能投递柜，覆盖60%社区及岛外农村；一批国内B2B平台悄然兴起，如云宝多彩贸易云、派金网、上糖网等，其中云宝多彩贸易云实现电子商务交易额约4亿元，相比去年翻了三番。

## 10.14 江西省

### 10.14.1 电子商务发展总体情况

据统计，2015年江西省电子商务销售额达到2871.41亿元，同比增长107.36%。其中，网络零售额达680.73亿元，同比增长116.93%，相当于社会消费品零售额的比重较2014年同期约提升4.5个百分点；涉农电商销售额达184.35亿元，同比增长163.36%；跨境电商销售额达363.85亿元，同比增长61.18%。

### 10.14.2 电子商务发展的主要特点

#### 1. 传统产业加快“互联网+”转型，电商规模显著提升

全省电子商务经营主体7.1万余家，电子商务直接就业人员34.39万。其中，电商应用企业约8000余家，个体户网店6.3万余家。据统计，2015年全省规模以上企业共实现电商销售额2399.98亿元，占全省销售总额83.58%，规模以上电商销售额比重较2014年提升9.3个百分点。

#### 2. 区域电商发展齐步并进，差异特色化态势逐步显现

从电商同比增速看，全省11个设区市全部实现翻番增长；从电商销售规模看，有8个设区市电商年销售额突破200亿元；从网络零售占比看，有7个设区市网络零售占比超过20%。各区域电商发展与当地产业逐步深度融合，有效带动矿产资源、医药、农产品、轻工纺织等产业转型升级。

#### 3. 县域网络经济日益活跃，涉农电子商务发展迅猛

2015年，全省涉农电商企业达4000余家，较2014年净增近1000家。粮油、干鲜果品、水产品为江西省最畅销的前三类目，销售额分别达到31.77亿元、30.02亿元、14.38亿元，其他依次为种子饲料、肉禽蛋、棉麻等。据阿里研究院发布，全省共有

31 个县跻身全国电商 500 强县，其中崇仁、新干、余干、鄱阳、吉水、宜黄六县电子商务实现贸易顺差；南康区龙岭镇龙岭村、星子县横塘镇红星村和进贤县李渡镇大道社区入围 2015 年中国淘宝村，全省淘宝村数量位居全国第八。

#### 4. 示范工程体系加速壮大，电商品牌效应持续增强

目前，30 个省级电子商务示范基地入驻企业近 2500 余家，累计实现电子商务销售额 427.35 亿元。其中，2015 年获批的 2 个国家电商示范基地——南康家具市场、新余高新区电商销售分别达 56.38 亿元、26.2 亿元，分别同比增长 87.31% 和 107.79%。73 家省级电商示范企业累计实现电商销售 431.01 亿元，有 40 家示范企业电商销售过亿元，万吉物流、萍乡互通 2 家国家电子商务示范企业平台交易规模均较 2014 年同期净增 20 亿元以上。

### 10.14.3 电子商务推进的主要措施

#### 1. 加大政策引导力度

召开了全省电子商务推进大会，进一步提高全省各地各部门和社会各界对发展电子商务的重视程度。目前省级层面已出台 5 个政策文件，进一步完善了全省电商政策环境。制定了《2015 年电子商务和商贸物流专项资金实施细则》，明确电子商务发展专项资金用于支持电子商务产业集群发展和培训、论坛、招商等基础性工作，有效推动了产业集群和省级电子商务示范基地发展。推动电子商务交易额纳入全省市县科学发展综合考核评价指标体系。

#### 2. 加快推进示范建设

推动 15 个县（市）纳入电子商务进农村示范县试点范围，实现了电子商务进农村示范县赣南地区全覆盖；引导知名电商平台和配套服务企业深入县、乡、村开展电商运营服务；推进国家电子商务示范基地和示范企业创建工作，并认定了第三批 10 家省级电子商务示范基地和 30 家示范企业，目前全省 28 个国家级、109 个省级电商示范项目带动效应不断增强，示范工程电商销售占全省总额已超 50% 以上；推进国家电子商务示范城市建设，南昌市获批全国小微企业创新创业基地示范城市，赣州市申报跨境贸易电子商务试点城市及电商物流协同创新示范城市。

#### 3. 大力开展专题活动

组织各设区市赴杭州、广州开展电子商务、现代服务业专题招商推介活动；举办第二届中国 B2B 电子商务大会，以“互联网+青年创业”为主题的电子商务论坛、农村电商发展高峰论坛、青年 APP 大赛、大学生电商创新创业大赛、“互联网+人才”电商就业洽谈会等系列活动，进一步强化全省电子商务发展氛围；积极借助中央以及省内主流媒体开展在线互动、电子商务专题报道、典型案例宣传等系列报道，特别是央视新闻联播以“赣南：电商助力，小山沟连接大市场”为题，聚焦赣南电商扶贫的新途径，展现江西电商精准扶贫的新模式。

#### 4. 扎实做好基础性工作

先后组织赴全省各地开展电子商务系列调研，着力解决了制约农村电商应用、园区招商引资、企业电商转型、平台运营推广等难点问题，挖掘总结典型经验。规范完

善全省电子商务统计工作，研究出台《电子商务统计制度》；引导企业依托现有知名平台开展网上经营，推动优势产业电商聚集和特色产品电商品牌化建设。下发《关于开展电子商务培训工作有关问题的通知》，通过实行政府购买服务、人才订单培养机制，加快电商人才培育；同时，在电子商务专项资金中列支开展“万人电商培训”行动，提高电商从业人员实操水平。

#### 10.14.4 电子商务进农村综合示范工作

2015 年全省电子商务进农村综合示范地区电子商务交易额突破 280 亿元，带动了包括贫困群众在内的 20 多万人创业就业。截至 2015 年底，全省 100%行政村和 90%自然村实现通宽带，100%行政村和 45%自然村通光纤，4G 网络基本覆盖乡镇；全省 100%行政村实现了村村通水泥（油）路，实现了“除大江、大河、大湖外的农村渡口改渡建桥”；在“快递下乡”工程推动下，全省邮政乡镇快递点覆盖率已提高至 70%。

目前，全省示范地区已建成电子商务创业孵化园（中心）19 个、县级物流快递运营中心 17 个、县级电子商务运营服务中心 45 个、镇村级服务站 1400 余个，县域电子商务服务网络框架基本搭建。各示范县（市）已开展多形式、多层次的电子商务培训和孵化 600 多期，培训基层公务员、农村青年、涉农企业、农民等各类人员约 7 万余人（次），帮助企业和个人开设网店近 2 万个。

### 10.15 山东省

#### 10.15.1 电子商务发展总体情况

2015 年，山东省电子商务继续保持快速发展，电子商务交易总额约 1.8 万亿元，同比增长 32.4%，成为拉动全省经济发展的重要增长点。B2B 交易额 1.45 万亿元，占同期山东省电子商务交易总额的 80.5%。

#### 10.15.2 电子商务发展的主要特点

##### 1. 政策环境日益完善

山东省积极落实中央促进电子商务发展的系列文件精神，山东省商务厅出台了《互联网+流通行动计划》，突出农村电商、社区电商和跨境电商三大领域，实施电子商务进农村、进社区“双进”工程，推动传统商贸流通企业和外贸企业转型升级“双推”工程；出台了《山东省跨境电子商务发展行动计划》（鲁政办发〔2015〕33 号），在培育跨境电商队伍、建设服务平台、打造产业聚集区等方面出台一系列扶持新举措；省财政厅、商务厅联合发布《山东省现代商务发展引导基金管理实施细则》（鲁财企〔2015〕16 号），安排财政预算用于支持外经贸和商贸流通业等商务发展；山东省金融工作办公室发布《关于开展互联网私募股权融资试点的意见》，规范互联网私募股权融资业务，促进互联网私募股权融资有序健康发展。

##### 2. 电子商务平台日渐壮大

全省电子商务交易平台已超过 3000 家，在积极引入第三方电子商务交易平台的同

时，自建电子商务平台取得快速发展，综合类电子商务平台不断发展，省级跨境贸易电子商务综合服务平台“跨境达”与海关、国检等执法部门直接对接，实现进口直购贸易通关便利化；潍坊综合保税区充分发挥国家级海关特殊监管区域优势，打造 O2O 跨境电子商务综合服务平台，推动潍坊市对外贸易全面转型升级。

### 3. 电子商务应用不断深入

农村电子商务蓬勃发展，据测算，预计 2015 年山东省农产品电子商务交易额达 400 亿元。发展“互联网+商贸”，分别从商贸流通企业、家政餐饮、老字号企业、便利店等不同行业类别推进线上线下融合发展。推动城市共同配送试点工程，先后在 7 个试点城市建立了“连锁采购+统一配送”、“集中采购+共同配送”、“集中仓储+共同配送”等模式，探索新型配送模式。积极发展跨境电子商务，在全省认定 9 个省级跨境电商综合服务平台、8 个省级跨境电商产业聚集区和 5 个省级跨境电商海外仓，实施“跨境电商进万企”专项培训计划，积极争取青岛市获批国家跨境电子商务综合试验区。

### 4. 电子商务支撑服务体系逐步健全

电子支付方面，2015 年山东省已有 12 家企业获得非金融机构支付业务许可，其中 5 家获准办理互联网支付业务。电子认证方面，2015 年 65 家机构被山东省商务厅认证为山东省电子商务公共服务机构，认证范围覆盖全省 17 市，行业领域分布于工具类软件、网店托管、信息系统、咨询培训、财务、法务、人力资源等多个领域，进一步规范了山东省电子商务服务行业发展环境。现代物流方面，2015 年山东省快递服务企业业务量累计 73 424 万件，同比增长 64.3%，山东省交通物流公共信息平台选取济南、潍坊、日照、滨州、枣庄等 5 个城市开展推广试点，逐步改变物流行业“小、散、乱、差”现状。人才培养方面，2015 年开展了农村电商“百县万人”创业培训，覆盖全省 120 个县（市、区）、培训人员达 3 万余人次。公共服务平台方面，2015 年山东省电子商务公共服务平台正式上线运行，为省内各类商品提供商、销售商、服务商提供统计监测、企业备案、项目申报、商品展示、交流合作、研究报告、人才服务、金融服务、诚信建设、产业园区等电子商务综合服务。

## 10.15.3 电子商务示范体系建设情况

### 1. 电子商务示范城市

截至 2015 年，山东省济南市、青岛市、烟台市、潍坊市四个城市获批为国家级电子商务示范城市，各示范城市纷纷出台促进电子商务发展的政策措施，不断加强电子商务在工业、农业、商贸流通、金融、城乡消费等领域的应用和深化，市场规模迅速扩大。据第三方监测机构数据显示，2015 年山东各示范城市青岛、济南、烟台、潍坊电子商务交易额分别达到 3875、2916、1614、1511 亿元。

### 2. 电子商务示范基地

2015 年，山东省烟台电子商务产业园、威海跨境电子商务产业基地、济南山大路电子商务产业园和青岛前湾保税港区共 4 个电商产业园区获批第二批国家级电子商务示范基地。烟台电子商务产业园区聚集了一批电子商务运营企业、电子商务服务业、

物流企业及电子商务人才培训机构。威海跨境电子商务产业基地 100 多家电商企业签署跨境电子商务诚信联盟倡议书，以规范行业自律，打造韩国商品威海集散地和威海跨境电商的金字招牌。山大路电子商务产业园对电子商务人才、技术和模式引进形成巨大引力，带动济南“互联网+”的整体发展和提升。

### 3. 电子商务示范企业

2015 年 7 家企业被认定为商务部 2015—2016 年度电子商务示范企业。山东省充分发挥各示范企业的引领示范作用，积极开展各类试点示范工作，发挥企业创新商业模式、培育品牌、引导消费等方面的优势，开展示范推广活动及成效，全面提升电子商务整体发展水平。

### 4. 电子商务进农村综合示范工作

2015 年 8 月山东省商务厅组织开展了山东省电子商务示范县创建工作，最终确定了德州齐河县、泰安新泰市、烟台莱阳市、潍坊诸城市、菏泽曹县等十个县（市）为首批山东省电子商务示范县。各示范县积极建设一批高水平电商园区，完善园区功能，创新服务，打造电子商务平台，推动农产品上行。蒙阴县依托果盘资源优势，积极探索“互联网+蜜桃”模式，举办网络蜜桃文化节，开展网络促销，品牌价值由 2014 年的 39 亿元飙升至 2015 年的 259 亿元。

## 10.15.4 计划单列市介绍：青岛

据测算，2015 年全市电子商务交易额突破 5700 亿元，同比增长超过 30%。出台了《青岛市“互联网+”商务行动计划（2015—2016）》、《青岛市加快推进农村电子商务工作的实施意见》等指导性文件，对全市电商工作进行规划引导；“515+X 农村电商工程”全面启动，全市农村电子商务蓬勃发展成为新兴热点；跨境电商出口试点工作成效显著，年内全面完成试点目标；电子商务平台发展迅速，一批专业性青岛特色电商平台快速崛起；电子商务论坛培训营造氛围效果显著，深受企业欢迎。编制印发《青岛市电子商务典型案例精选》和《农村电子商务培训资料》，起到很好的指导宣传作用。前湾保税港区被商务部认定为国家级电子商务示范基地，红领集团、矿权交易、速普商城、国际商品交易所等 4 家企业被新认定为国家级电子商务示范企业；即墨被认定为首批山东省电子商务示范县；山东海贸云商国际贸易有限公司、青岛跨境达电子商务有限公司被认定为山东省跨境电子商务综合服务平台；青岛跨境电商产业园、青岛前湾保税港区物流园、即墨国际陆港 3 家单位被认定为山东省跨境电子商务产业聚集区；青岛启德物流有限公司、青岛易和华进出口有限公司被认定为山东省跨境电子商务公共海外仓。

2015 年青岛市圆满完成跨境电商出口模式试点工作，启动运营跨境电商直购进口模式和中韩海运跨境电商直购进口模式，青岛也由此成为国内首个开展海运跨境电商直购进口的城市。据海关统计，2015 年，全市已有 15 家企业完成“跨境贸易电子商务进出口公共服务平台”建设，近 200 家企业利用海关“阳光通道”开展跨境电商业务。

## 10.16 河南省

### 10.16.1 电子商务总体发展情况

2015 年，河南省电子商务持续快速增长，全年电子商务交易额达 7720 亿元，同比增长 36.4%，其中网络零售交易额 1330 亿元，同比增长 53.7%。全省电子商务应用企业 21.6 万家，应用电子商务的中小企业比例超过 50%，应用电子商务的外贸企业比例超过 80%。认定备案电商企业 2097 家，其中平台类企业 345 家，应用类企业 1423 家，服务类企业 354 家。依托全国党员远教系统开展农村商务信息服务，培训农村信息服务人员 3.28 万人次，组织“农产品网上购销对接会”十次，搜集上报商户、供求信息分别为 30.9 万条和 112.9 万条，成交额达 106.2 亿元。建成省级电商园区 12 家。全省跨境电子商务呈现良好快速发展态势，跨境 B2B、海外 O2O、跨境海外仓、跨境 B2C 一般模式和保税模式等竞相发展，全省跨境电子商务多模式运作、多点布局的格局基本形成。

### 10.16.2 电子商务推进的主要措施

#### 1. 实施电商示范工程

建立国家、省、市（县）级电子商务三级示范创建体系，启动实施择优逐级推荐和动态管理制度，2015 年底已累计培育国家级电子商务示范企业 7 家，示范基地 3 个；省级电子商务示范企业 113 家、示范基地 25 个；同时，指导各地建设市、县级电子商务示范企业 200 余家。河南省商务公共服务平台已上线试运营，成立了大数据中心，启动了河南省电商景气度指数和河南省跨境景气度指数研发工作。

#### 2. 大力发展跨境电商

申建中国（郑州）跨境电子商务综合试验区，积极推动跨境电子商务多点布局、多模式运作。谷歌公司在郑州建立了大中华区首个跨境电子商务应用体验中心，全省应用谷歌平台的企业 650 家，带动出口 10 亿美元。利用阿里巴巴平台开展跨境电商业务的企业超过 4200 家。本土平台快速崛起，世界工厂网拥有 700 万采购会员、350 万供应商会员，日独立访客 150 万，成为全国最大的装备制造业 B2B 外贸平台。探索应用“海外仓”模式的企业有近 50 家，郑州伊赛尔、许昌靓发等发制品企业的海外仓模式成功开辟了美国、澳洲、非洲市场。依托郑州综合交通枢纽优势，创新多式联运模式，积极发展跨境电商物流体系，郑州机场二期建成营运，货运吞吐量居全国前列，郑欧国际货运班列货运量、满载率、主营业务收入增速均位列中欧班列第一。郑州成为我国功能性口岸最多的内陆城市，E 贸易试点综合指标居全国前列，2015 年全省跨境电商贸易额 50 亿美元左右，约占全省一般贸易额的四分之一。

#### 3. 创新发展农村电商

河南省已确定国家级电子商务进农村综合示范 15 个县（市），省级示范县 2 个，已建成各类电子商务运营服务中心 23 个，镇级服务站 109 个、村级服务点 1031 个，培训人员 4003 人，企业和个人开设网店 4003 个，促进农村电商就业人员 7396 人，农村

电子商务流通服务网络初步形成。农村网络交易规模大幅攀升，2015年1—11月，第一批7个示范县电商交易额83亿元，同比增长110%，网络零售额36亿元，同比增长103%。组织“2015年夏秋季农产品网上购销对接会”，上报供求信息65326条，成交金额11.13亿元，示范带动效应初步显现。

## 10.17 湖北省

### 10.17.1 电子商务总体发展情况

2015年，湖北省电子商务交易额达到1.1万亿元，同比增长37.5%。其中，网络销售额达到1100亿元，同比增长37%。网络零售额占全省社零额的9.9%，同比上升1.5%。

### 10.17.2 电子商务发展的主要特点

#### 1. 电商应用日益普及

据统计，目前全省网民总数达2600多万人，网络用户200多万户。全省大型企业电子商务应用普及率近70%，中小企业超过50%。电子商务物流发展迅猛。“双11”当天湖北省快递收寄量达29.3万件，位列全国第三，其中武汉地区达到26.4万件，位于全国50个重点城市第一位。

#### 2. 电商示范创建工作取得明显成效

目前，湖北省已有3个国家电子商务示范基地，5家国家电子商务示范企业，8个省级电子商务示范基地，33家省级电子商务示范企业。通过示范创建工作，推动了各地进一步制订和完善电子商务示范基地的配套政策，营造良好的发展环境，引导电子商务产业集聚发展。

#### 3. 农村电商发展势头良好

电子商务进农村试点有序推进，目前共有15个县（市）获批国家级电子商务进农村试点县（市），11个省级电子商务进农村试点县（市）。目前，已有3万湖北“新农人”在淘宝上开店销售农产品，一批淘宝村正在兴起，吸引大批在外务工青年回乡创业，如十堰淘宝村（郧西县涧池乡下营村）全村339户村民有三分之一在淘宝开店。

#### 4. 产业发展集聚效应显现

以国家级和省级电子商务示范基地为核心，全省电商产业园、创业园、孵化中心如雨后春笋般涌现。如武汉汉正街都市工业区以国家电子商务示范基地为中心，已聚集电子商务企业350家，2015年交易规模突破450亿元；汉口北市场群国家电商示范基地入驻企业超过3000家，2015年基地内企业网上交易额超过100亿元；襄阳高新技术产业园、宜昌清华科技园电子商务示范基地入驻企业分别超过100家和50家。

#### 5. 电商协会建设和宣传工作成效显著

发挥第三方组织、社会团体的作用，通过协会开展了一系列活动，拓展了电商建设渠道，发挥了行业组织在联系企业、行业自律、规范经营、统计监测，以及代表本地企业参与国际国内交流合作和标准规则制定，增强我省的影响力和话语权等方面的

作用；加强舆论宣传工作，在湖北日报、湖北电视台、新华社、新华网、湖北电台等多家媒体上甚至头版头条上重点报道了湖北省电商发展情况，为电商发展创造了良好的舆论氛围。

#### 6. 国际市场开拓初现成效

2015年组织企业参加法国巴黎国际电子商务博览会、俄罗斯汽车展、蒙古中国商品展等，组织了湖北商务代表团出访澳大利亚、俄罗斯、蒙古国、土耳其，在俄罗斯圣彼得堡和土耳其伊斯坦布尔举行了两场电商对接洽谈会，取得了丰硕成果，加强了双方的经贸交流与合作。

## 10.18 湖南省

### 10.18.1 电子商务发展总体情况

湖南电子商务持续保持高速增长态势，呈现出追赶式跨越发展的良好势头，已初具规模。2015年，全省电子商务交易额为4315.4亿元，同比增长66.7%。其中网络零售额782.6亿元，同比增长70.9%。全省电子商务销售能力明显提升，购销逆差进一步缩小，据有关咨询公司测算，2015年电子商务购销比约为3:2，购买额位居全国第11位，销售额位居全国第13位。

传统商贸流通企业转型升级步伐加快。线上线下结合的O2O模式发展迅猛，“互联网+”进一步推动互联网与传统产业融合发展，催生电子商务新形态、新业态。快乐购打造“互联网+汽车”电商新模式，御泥坊领跑全国网上美妆市场，步步高、友阿、通程等百货商超电商转型较为成功，云猴网、友阿云商、爱尚通程等成为省内甚至全国知名电商平台；三湘南湖大市场、株洲芦淞服饰市场等专业市场也开始向电商转型，建立了三湘购、芦淞服饰购等电商平台；以“农产品上行”为特征的“淘宝村”在湘潭、岳阳、娄底等地开始出现。

### 10.18.2 电子商务推进的主要措施

#### 1. 出台促进电商发展的新政策

2015年7月，湖南省商务厅牵头制订并印发了《湖南省“互联网+商贸流通”行动计划》，成为全国首个省级“互联网+商贸流通”行动计划。2015年12月，湖南省政府出台了《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的实施意见》。

#### 2. 全面开展电子商务示范创建

2015年示范创建工作效果显著，获评的国家级示范基地和示范企业数在中西部排名第一，出台了《湖南省电子商务示范体系认定办法》，编印了《湖南省电子商务示范企业案例》，成为广大企业向电商转型的样板。株洲市获批2015年电子商务与物流快递协同发展国家试点城市。

#### 3. 大力发展农村电子商务

“互联网+特色水果”电商模式助力炎陵黄桃飞向全国。出台了《湖南省移动互联网与农业产业化融合发展实施方案》，评选认定了11个省级农村电子商务示范县，积

极推广“农村商贸综合服务体”电商模式，促进 86077 平台、苏宁易购、阿里农村淘宝、京东等在湖南省全面开展农村电子商务。2015 年夏秋季农产品网上购销对接会的信息发布数和成交量都名列全国第一。

#### 4. 深入实施“湘品网上行”工程

网购促消费作用明显，“2015 湖南网购节”实现直接销售额 4.2 亿元、带动销售额 9.5 亿元。百度品牌指数最高达 1944，访问流量 1010.03 万次，访客数 555.99 万个，覆盖全国 34 个省市。在各大平台建立各类“特色湖南馆”、开通湖南产业带。

#### 5. 扎实推进电子商务基础工作

出台了《湖南省电子商务企业认定办法》，2015 年认定电子商务企业 300 家左右。开发“湖南省电子商务统计监测管理系统”。通过下基层培训、宣讲、举办电子商务峰会、银企对接会、电商大赛、组织参加电商博览会等形式，加大宣传推广，全省应用电子商务开展“大众创业、万众创新”的局面初步形成。

## 10.19 广东省

### 10.19.1 电子商务发展总体情况

2015 年，全省电子商务交易额约 3.36 万亿元，其中网络零售交易额 7668.6 亿元，同比增长 39.5%，相当于全省社会消费品零售总额的 24.5%；B2B 电子商务交易额比上年增长 25.1%，占电子商务整体交易额的 77.2%。其中，深圳、广州二市 B2B 电子商务交易额合计占全省整体的 59.5%；网络零售交易额为 7669 亿元，比上年增长 39.5%，占电子商务整体交易额的 22.8%，网络零售交易额增速约为社零额增速的 3.9 倍多，相当于同期社会消费品零售额的 24.5%。其中，移动端网络零售交易额达到 3817.8 亿元，占整体网络零售交易额的 49.8%，比上年增长 164.1%，继续保持高速增长。

### 10.19.2 跨境电子商务发展情况

#### 1. 跨境电商新政出台，促进跨境电商发展

广东省在 2015 年有多个与跨境电商相关的政策出台，如《广东省商务厅关于加快跨境电子商务发展的通知》（粤商务电字〔2015〕3 号）、《广东省商务厅关于印发广东省跨境电子商务园区规划建设意见的通知》（粤商务电字〔2015〕9 号）、《省商务厅和省财政厅关于印发 2015 年广东省出口企业开拓国际市场专项资金跨境电子商务项目申报指南的通知》（粤商务电函〔2015〕95 号）、《关于中国（广东）自由贸易试验区有关进口税收政策的通知》（财关税〔2015〕19 号）等，将有效促进全省跨境电商贸易的发展。

#### 2. 跨境电商 O2O 体验店迅速发展

2015 年是广东省跨境电商 O2O 体验店迅速发展的元年。2015 年 1 月 23 日，广东省第一家跨境电商 O2O 体验店美悦优选在珠江新城开业，5 月 1 日南沙自贸区内第一家跨境电商 O2O 体验店风信子开业。据统计，广东省跨境电商 O2O 体验店共 66 家，

其中珠三角地区有 53 家，占全省体验店总数的 83%。体验店数量最多的城市是广州，有 21 家，深圳排名第二有 13 家，东莞以 7 家体验店的数量排名第三。

### 10.19.3 农村电子商务发展状况

2015 年广东省农村网络零售交易额为 732.3 亿元，比上一年增长 64.3%，占广东省网络零售交易规模的 9.55%。农村网购市场的增速已经高于城市网购的增速。

#### 1. 农村电商政策出台，推进农村电商发展

广东省在 2015 年出台多个与农村电商相关的政策，如《广东省商务厅关于加快农村电子商务发展的通知》（粤商务电函〔2015〕42 号）、《广东省人民政府办公厅关于印发广东省促进农村电子商务发展实施方案的通知》（粤府办〔2016〕12 号）等。

#### 2. 开展农村电商示范工程

组织 2015—2016 年度广东省农村电子商务示范基地和农产品电子商务示范企业创建工作，树立行业发展典型。阳山县农村电子商务物流产业园区等 7 家基地被评为农村电子商务示范基地，广州晶东贸易有限公司等 32 家企业被评为农产品电子商务示范企业。

#### 3. 各地市与知名电商平台合作，发展农村电商

淘宝网·特色中国·广东馆，入馆商家 848 家（其中：拥有国家、省和市级地理标志商品 89 家、农业龙头企业 56 家、老字号企业 26 家）。京东商城平台开设“中国特产·广东馆”。苏宁易购在各地县域市场建设服务站。

### 10.19.4 计划单列市介绍：深圳

2015 年深圳全年电子商务交易额约 1.7 万亿元，同比增长 15%；网络零售额约为 1671 亿元，同比增长 77%；跨境电子商务交易额约为 334 亿美元，同比增长 96%，约占深圳全年外贸进出口总额的 7.9%。其中：前海湾保税港区（代码 1210）跨境电商交易额约为 1.9 亿美元，出口 2850 万美元，进口折合约为 1.615 亿美元，相当于去年全年的 5.2 倍。

加大财政专项资金的扶持力度，创新资金扶持方式。全年开展了三批互联网产业发展专项资金扶持计划，重点对互联网服务创新项目、互联网产业园区建设项目和互联网产业服务项目给予资金扶持，共资助项目 34 个。

高度重视电子商务的科技创新，完善电子商务发展技术支撑体系。每年至少安排 1 亿元技术研发资金用于电子商务技术创新；建设国家超级计算深圳中心，推进云服务平台建设，为电子商务发展营造良好的基础设施环境；每年举办中国（深圳）创新创业大赛，对获奖项目给予政府资助和对接社会资源支持；推动电子商务相关领域科技人才引进和培养，通过孔雀计划引进高端人才和团队。

完善深圳电子商务公共服务体系，搭建电子商务公共服务平台。“深商 e 天下”、“众信网”和“电子商务大讲堂”等为电子商务企业提供高效、开放、公平、共享的公共服务资源。

跨境贸易电子商务服务试点工作迈上新台阶。制定印发了《深圳市开展跨境贸易

电子商务通关服务试点意见》；组织南方电子口岸搭建深圳市跨境贸易电子商务通关服务平台，并强力推动该平台按时上线试运行。

积极参与各项电子商务试点工作。经国家部委批准成为移动电子商务金融科技服务创新试点城市、首批开展跨境电子商务外汇支付业务试点地区、跨境电商进出口综合试点城市、中国（前海）跨境电商综合试验区；继财付通和钱宝科技获得第三方支付机构跨境支付业务试点批复后，深圳智付、平安付两家支付机构于 2015 年取得跨境支付试点资格，扩展了跨境试点业务类型和覆盖地区；腾讯征信、前海征信中心、鹏元征信三家公司成为国家个人征信业务首批试点单位；7 家企业和 2 个基地荣获 2015—2016 年度国家电子商务示范企业和电子商务示范基地称号，有 31 家企业入选 2015—2016 年度广东省电子商务示范企业，1 家企业入选广东省农村电子商务示范企业，2 个园区入选广东省电子商务示范基地。

强化电子商务统计。深圳自 2011 年起开展全市电子商务统计调查工作，目前已经建立电子商务统计工作联席会议制度，开发了电子商务信息管理平台，实现了电子商务统计数据的在线填报，并与市统计局联合发布，提高了电子商务统计工作的权威性。

## 10.20 广西壮族自治区

### 10.20.1 电子商务发展总体情况

据统计，2015 年广西电子商务交易额为 4420 亿元，同比增长 110%。其中，网络零售交易额达到 670 亿元，相当于全区社会消费品零售总额的 10.6%。桂林电商谷、北海高新技术产业园获批为国家电子商务示范基地，象翌微链获批为国家电子商务示范企业。南宁、桂林等国家电子商务示范城市不断完善电子商务发展生态，各示范基地、示范企业电子商务交易额快速增长。

### 10.20.2 电子商务进农村综合示范工作

广西自 2015 年获批 8 个国家电子商务进农村综合示范县以来，总结经验、立足实际，采用标准化的模式，规范化的管理，积极推进各项工作，建成进农村服务站点 402 个。

#### 1. 完善电子商务进农村政策环境，畅通销售渠道

成立广西“电商进农村”工作领导小组，编制出台了《广西电子商务进农村三年规划》、《广西电子商务进农村示范项目建设标准》、《广西农村电子商务工作实施方案》等一系列政策文件，定期编制工作简报，通报各示范县（市）政策意见和先进经验，引进国内知名平台落地发展。2015 年来苏宁易购已在广西设立农村直营店 12 家，京东集团建设良庆区电商服务中心，启动广西农村电商业务。

#### 2. 加强电商进农村基础设施建设，夯实发展基础

广西商务厅组织开发建设自治区级的电商进农村公共服务平台，同时建设手机 APP 软件，建立电商进农村管理营销平台和对外宣传的窗口。广西商务厅与邮政、供销社等签署战略合作协议，引导第三方物流、本地物流等各种主体入驻电商物流中心，解决从田间地头到电商物流中心的“最后一公里”问题。

### 3. 建设二维码溯源体系，创新溯源方式

组织8个示范县筛选出代表地方特色、具有地域优势、适合网上销售的产品，如柳城蜜橘、灌阳雪梨、荔浦芋头等，建设省级二维码溯源中心，在示范县建设二维码分中心，使农产品“一物一码”、全程可追溯，实现溯源防伪、提升品牌、汇集数据等功能。

### 4. 加强农村电商培训，鼓励创业创新

广西商务厅统筹各方资源，编写教材，成立电子商务进农村讲师团，对政府相关部门、大学生村干部、第一书记等进行统一培训，2015年培训覆盖人数约5700人次。2015年，组织举办了“广西电子商务创业大赛”，鼓励农村青年、务工回乡人员、电商能人开展电子商务创业，参赛队伍超过1500支，参赛队员超过1万人。

## 10.21 海南省

### 10.21.1 电子商务发展总体情况

据测算，2015年海南电子商务网上交易预计突破1900亿元，同比增长27%。其中，2015年1—10月，海南省大宗商品交易额达594亿元。目前，海南拥有第三方支付牌照公司共两家，交通、仓储和邮政等各类物流相关企业800多家，据统计，2015年1—11月，海南快递服务企业业务量（收寄量）累计完成2628.35万件，同比增长30.67%。业务收入累计完成5.62亿元，同比增长48.51%。

### 10.21.2 电子商务发展的主要特点

#### 1. 国内知名电商纷纷在海南涉足农产品电子商务

据海南省农业厅信息中心统计，2015年1—11月，海南农产品网上交易额达72亿元，涉农电商企业达3143家。2015年4月，京东商城的“中国特产海南馆”开通上线运营；2015年5月，1号店平台的“特产中国屯昌馆”在农博会期间开通上线；2015年12月，苏宁易购的“海南馆”和“澄迈馆”也在筹建中。

#### 2. 商贸服务业借助电子商务，线上线下融合取得新突破

海南大宗商品交易中心通过开展线上线下橡胶、槟榔、白银、胡椒等业务，网上交易规模迅速扩大；海南易买商城通过线上平台和线下连锁便利店结合的方式，涉足传统商贸零售行业；苏宁云商在海南也加速线下体验店的建设，苏宁易购的彩电、空调、洗衣机和手机等产品销售增长明显。

#### 3. 本土特色电商平台，借“互联网+”快速发展壮大

以酷秀传媒为代表的“互联网+旅游”，2015年的网络销售将突破15个亿；以我房网为代表的“互联网+房产”，预计2015年通过线上的营销，带动线下房地产销售突破28个亿；以南国食品为代表的“互联网+特色农副产品”，也有望突破2亿元的网上交易；以哪里吃、知己网为代表的“互联网+美食”、“互联网+社交”等创新业态，也为海南众多企业探索发展互联网新业态提供借鉴。

#### 4. 电子商务进农村呈星火燎原之势

海南屯昌、澄迈、定安等三县获批国家电子商务进农村综合示范县；海南省人民

政府和阿里巴巴集团共同主办海南省农村电子商务暨互联网农业小镇建设发展大会，推进海南省农村电子商务和互联网农业小镇建设；陵水成为海南首个农村淘宝试点县，阿里巴巴将与陵水县深入合作，在 11 个乡镇、2 个农场建设农村淘宝的村级服务站，帮助陵水营造农村电子商务发展环境。

## 10.22 重庆市

### 10.22.1 电子商务发展总体情况

据测算，2015 年重庆市电子商务交易额约为 6000 亿元，网络零售额约为 600 亿元。截至 2015 年底，全市电子商务市场主体总量达 14.04 万户，交易平台网站增至 2966 个。网商数量不断增加，在淘宝、天猫等平台的重庆卖家超过 11 万户。全市共形成 40 余个电商产业基地，聚集企业 2000 余家，实现产值近 500 亿元。本土电商企业初成规模，先后有 9 家企业获批为全国电子商务示范企业，20 家企业获批为市级电子商务示范企业。

### 10.22.2 电子商务发展的主要特点

#### 1. 电商应用不断拓展

重庆市规模以上工业企业和限额以上商贸流通企业 68.7% 采用电商交易。2015 年，规模以上工业企业通过电商销售预计将达 1600 亿元；限额以上商贸流通企业电商销售额和零售额预计将分别达 880 亿元、180 亿元。餐饮、娱乐等生活服务业通过团购实现的网上销售额预计超过 25 亿元。

#### 2. 农村电商示范起步

截至 2015 年年底，全市涉农电子商务平台超过 110 家，涉农网店超过 2 万家，全市网上销售农特产品达 1.4 万种，销售额超过 27 亿元。试点示范效应明显，秀山、城口等八县获批为国家电商进农村综合示范县，荣昌、梁平成为全国农业信息进村入户试点区县，綦江、忠县等四区县成为全国供销系统电商发展示范县，全市筛选出 1200 余名农村电子商务带头人。目前全市已累计完成村邮站建设 2673 个，另外有 1868 个村邮站纳入行政村便民服务中心并运营，引入圆通、中通等快递企业在全区（县）街道乡镇布点实施 400 余“快递下乡”网点。全市各区县建设的农村电商物流体系末端网点基本上都实现了快递配送和农产品收购、网上销售等双重功能。

#### 3. 跨境电商业务呈几何放量

作为全国首批试点城市，重庆市着力推动一般进口和保税进口业务试点，不断创新监管服务，促进贸易、结算便利化。全市累计落户电商企业 133 家、备案支付企业 31 家、备案物流企业 10 家、备案仓储企业 12 家，从而带动了一大批本地仓储物流、印刷包装、分拨配送、支付结算等配套服务产业发展，初步形成了跨境电商发展的集聚效应和规模效应。据海关统计，截至 2015 年年底，累计验放进口清单 349 万票，货值 8.2 亿元，是 2014 年的 13.9 倍。在实现“清单核放、汇总申报”监管方式的基础上，进一步提升商品出区效率，电商、支付、物流仓储企业通过平台与海关、检验检

疫等监管系统有效对接，跨境电子商务商品通关便利化水平不断提升。

#### 4. 配套支撑服务体系逐步完善

信息基础不断完善，国家级骨干直联点基本建成开通，互联带宽能力达到 1030G，互联网出口带宽增加到 3600G，新建住宅建筑群光纤到户占比达到 100%，行政村光纤通达率达到 70%，行政村互联网宽带覆盖率达到 100%；实现全市县级以上城市区域的 4G 网络连续覆盖，50% 的乡镇实现了 4G 信号初步覆盖，建成无线局域网接入点约 13 万个左右，覆盖全市近 5000 个车站、轨道交通、商圈、写字楼、校园、博物馆、影剧院等公共区域。物流配送体系建设逐步推进。全市获得快递业务经营许可证的企业 120 余家，快递营业网点超过 1000 个，从业人员超过 12 000 人，2015 年全市快递业务量（快递公司收件量）达到 2.05 亿件，同比增长 47.8%。

### 10.22.3 电子商务推进的主要措施

#### 1. 抓规制建设

先后印发了《重庆市人民政府关于大力发展电子商务的实施意见》（渝府发〔2015〕71号）、《重庆市人民政府办公厅关于印发全市电子商务进农村综合示范工作实施方案的通知》、《重庆市“互联网+流通”实施方案》（渝商委发〔2015〕31号）、《关于印发重庆市电商进乡村工作方案的通知》（渝商委发〔2015〕5号）。积极探索开展电子商务统计工作。共收集全市 300 余家企业和 100 多户个体网商年报数据，建立全市电商企业名录库，并选取 50 家重点电子商务企业开展了季报试点。

#### 2. 抓主体引进培育

加快引进电子商务企业及关联产业。2015 年引进袋鼠商城、易欧蓉、卓益网络等注册资本超过 100 万元的电子商务企业近 40 余家。培育推动本土企业进一步发展壮大，药交所、联交所等要素交易市场加快发展；猪八戒网是创意服务交易平台，2015 年 5 月已获得赛伯乐、北部新区第三轮风险投资共 26 亿元；大龙网今年跨境电商平台交易额有望达到 250 亿元；E 宠商城是全国排名前列的宠物用品 B2C 商城，2015 年 4 月获得 4000 万元风险投资。

#### 3. 抓电商公共服务

春节期间，通过线上（购物狂）线下（公交站台）联合宣传的方式，组织了以“重庆年货”为主题的网购促销活动，京东、苏宁易购、世纪购、香满园等 10 余家电商企业携手推出贺岁年货、生鲜美味等促销活动，销售总额超过 5500 万元，同比增幅约 58%。2015 年 12 月，组织了 2015 重庆电子商务招采大会，国内知名电子商务企业及当地农特产品生产加工企业参加了对接；同时在观音桥商圈举办了“2015 中国（重庆）电子商务体验消费活动”，为消费者电子商务购物提供体验。积极组织 26 个区县的 3382 家农村专业合作组织、种养大户、涉农企业等商户参与对接会，全市共上报农副产品供求信息 4632 条，共促成交易金额 8.33 亿元。

#### 4. 抓人才培养培育

组织全市电子商务与商贸物流专题培训班，对各区县分管商贸流通工作的政府领导、商贸流通主管部门主要负责人、市商委相关领导、机关处长、部分直属单位主要

负责人进行了培训。支持网商协会开展了“重点网商提升活动”，进行营销技巧实战解析、网络营销技巧培训等，帮助网商提升能力和水平。与其他部门，共同推动电子商务人才建设，7月市商委、市妇联和团市委分期对各区县筛选上报的共计1200余名农村电子商务带头人进行了培训，支持万州、涪陵、北碚等区县开展农村电子商务培训，推动行业协会与高等院校、电商园区及电商企业开展合作，建立多种形式的产学研战略联盟。

## 10.23 四川省

### 10.23.1 电子商务发展总体情况

2015年，四川省电子商务继续保持高速发展态势，电子商务规模和质量水平不断提高，电子商务生态环境不断优化，电子商务与现代农业、制造业、商贸流通业、服务业等传统行业实现深度融合。全年电商交易额17578亿元，同比增长42.1%；其中，网络零售额1940亿元，同比增长35.8%，占全省社会消费品零售总额的比重为13.98%，比2014年提升1.8个百分点。京东、阿里、苏宁、唯品会、聚美优品等30多家知名电商企业在川设立区域总部，约80%的全国网络零售100强企业已入驻四川。

### 10.23.2 电子商务发展的主要特点

#### 1. 应用水平快速提升

积极推进电子商务与传统产业融合发展，深入实施“全企入网、全民触网、电商示范”三大工程，目前全省规模以上工业企业电商应用率超过50%，限额以上商贸流通业电商应用率提高到80%。电子商务企业总数达30.9万家，网店超过30万家。

#### 2. 示范效应明显增强

着力推进全省电子商务示范体系建设，培育本土电子商务示范企业、示范基地和示范城市。国家级示范企业达到5个，首次新增3个国家级示范基地，数量居中西部首位。培育10个省级示范基地、50个省级示范企业、5个省级示范城市和1个全面改革创新（电子商务）示范县。17个县列入国家电子商务进农村综合示范建设试点，先后培育20个省级电子商务进农村示范县。

#### 3. 本土平台不断壮大

积极推动川酒、川茶等优势传统产业对接知名平台，打造中药材、酒类流通等行业垂直平台，做大做强本土电商企业。目前全省电商上市企业达17家。“1919”成为全国酒类流通最大O2O电商平台；新华文轩创建“供应链云平台”模式，成为行业发展模式的标杆；“哈哈农庄”、“汇力农资”开启“线下体验、线上营销”，成为传统企业转型发展的创新典范。

#### 4. 农村电商取得突破

推进电子商务进农村综合示范建设，开展电商精准扶贫试点。目前，全省农村电子商务交易额超过300亿元，同比增长40%以上；建成县级服务中心30个，乡村服务站3000个，农村企业及个人新开设网店7000余个。中江、青神、安岳等县域农村电商快速发展，仁寿“赶场小站”、资中“物流企业+农村网店+电商服务”、三台“多

极支撑”等新模式在全省推广，培育出“吉峰易购”、“汇力农资”、“安岳柠檬”、“易田网购”等一批本土涉农电商平台。

### 5. 集聚发展布局加快

积极推动电商集聚创新发展，引导中小电商企业向基地集中，重点推进 20 个基地建设，打造创新创业创意发展孵化器，成都青羊总部基地、成都成华区移动电商基地、资阳西部电商聚集区等产业融合联动在全国具有较大影响力。复制推广跨境试点城市经验，成都成为国家级跨境电商综试区，3 个跨境电商园区建设初具规模，线下保税展示体验店加速布局。

### 6. 发展环境更为优良

制订实施“三年行动计划”，省政府出台《促进农村电子商务发展实施意见》、《促进跨境电子商务加快发展的意见》、《加快电子商务产业发展实施意见》等政策措施。积极转变财政扶持方式，在全国率先设立电商产业投资引导基金，首创“财银联动”模式，引导撬动社会资本广泛参与电商众创。率先建成全国第一个“全光网省”，目前平均上网带宽居全国第一。率先在全国建立电商大数据中心，电商统计数据向全国推广。举办首届中西部电商发展峰会、全国大学生电商“三创赛”等。实施“启明星”人才大培训，创建中西部电子商务人才培训中心，省市县三级联动开展“千企万人”电商培训，年培训实用人才 1 万人次。结合“川货全国行”等线下“三大活动”，举办天府网交会、川酒网购展、川茶网购节等重大线上促销活动，打造永不落幕的展会平台。

## 10.24 贵州省

### 10.24.1 电子商务发展总体情况

2015 年，贵州省电子商务交易额为 1066 亿元，同比增长 41%。其中 B2B 交易额为 603 亿元，占电子商务交易额比重为 57%；网络零售交易额为 463 亿元（不含服务型电子商务交易），同比增长 35%。截止 2015 年底，贵州共有电子商务企业和网店（含企业开店/店铺和个人店铺）超 3 万家，其中平台型企业 63 家，占电子商务企业总数的 0.2%；服务型企业 5020 家，占电子商务企业总数的 15.3%；应用型企业 27 844 家（包含流通型 17 864 家，生产型 9980 家），占电子商务企业总数的 84.6%。电子商务从业人员共 38.7 万人，其中企业直接就业人员约 5 万人。

### 10.24.2 电子商务示范体系建设情况

#### 1. 电子商务与物流协同示范城市

2015 年年初，贵阳市出台了《电子商务与物流快递协同发展试点工作方案》，着力实施以下六大重点工程：加快新能源车辆推广应用、大力推进智能自提柜建设、全面完成快递标准化门店建设、大力培育本土电子商务企业、平台、积极培育农村电子商务、开展项目筛选和评审相关工作。

#### 2. 电子商务进农村综合示范工作

2015 年，《贵州省电子商务进农村综合示范工作实施方案》公布的 8 个国家级电子

商务示范县为：石阡县、湄潭县、印江县、兴义市、普安县、龙里县、德江县、清镇市；11个贵州省省级电子商务示范县为：乌当区、遵义县、六枝特区、西秀区、平坝区、大方县、赫章县、凯里市、施秉县、惠水县、荔波县。

### 3. 电子商务示范园区（基地）

贵阳经济技术开发区国家级电子商务示范基地 2015 年电子商务产业实现大幅提升。电子商务交易额达到 31 亿元，同比增长 43.52%，涌现出一批优秀电子商务企业。铜仁高新区电子商务与信息产业园目前已入驻电子商务企业和物流快递公司 60 多家，其中宅尚 IBM 培训中心、西拓电子商务学校、高新互联智造众创空间等培训机构和创业空间为大学生、返乡农民工、城乡妇女、雁归人才等搭建培训、创业、孵化一体化平台，形成产、学、研、用合作体系，逐步实现电子商务规模化、集群化。

### 4. 电子商务示范企业

贵州电子商务云是省内最大的本土电子商务平台，平台主要包含在线交易平台、电子商务综合服务市场、政府服务与监管、大数据分析及应用四大板块，旨在解决贵州企业在发展电子商务中存在的平台、服务、技术、人才、资金等问题，实现“服务下乡、黔货出山”，最终构建贵州电子商务生态圈。

## 10.25 云南省

### 10.25.1 电子商务发展总体情况

2015 年，云南省网络零售额快速增长，从事网络交易的企业数量不断增加，电子商务发展初具规模。据统计局数据显示，2015 年，云南省实物商品网络零售额为 111.1 亿元，同比增长 25.4%。云南省从事网络交易的企业共计 13 622 家，其中省属企业 1075 家，主要分布在批发零售、租赁服务、制造、信息传输服务、建筑、农业、房地产、居民服务、仓储物流、食宿餐饮、文体娱乐、金融等行业。

全省各州市网络交易额排名与其 GDP 排名差别较大，曲靖、玉溪、红河等地因其烟草在 GDP 中占比较高，产业结构特殊，网络交易额排名靠后；而丽江、大理、西双版纳等地以电子商务强化旅游业的发展，同时积极带动行业发展，昆明、丽江和大理网络交易额排名前三位，占全省网络交易额的 67.81%、5.41%和 4.70%。

### 10.25.2 电子商务推进的主要措施

#### 1. 积极出台政策措施，切实强化顶层设计

2015 年，出台了《云南省人民政府关于促进电子商务及跨境电子商务发展的实施意见》，成为云南省第一个通过省政府常务会专题研究的电子商务政策；制定了《云南省电子商务及跨境电子商务“十三五”发展规划》，谋划全省电子商务发展思路。

#### 2. 积极推进电子商务公共服务体系

建设电子商务及跨境电子商务公共服务平台，在全省推动实施“电子商务兴边富民三年行动计划”，以沿边州（市）为重点，分批逐步实施，建立州（市）、县（区）及乡（镇）三级农村电子商务综合服务体系，围绕本地产业特征和产品特性，打造

“互联网+流通”的农村电子商务发展新业态，力争用三年时间实现全省电子商务“乡镇全覆盖”。

### 3. 东盟自贸区商务门户网站取得新进展

由云南省承建的中国—东盟自贸区商务门户网站自开通以来，为中国和东盟各国企业和人民提供自贸区协定、政策、商讯等方面的权威信息，在提升公众对自贸区的知晓度和改善自贸区的实施方面发挥了积极作用。2015 年的 6 月和 10 月在泰国曼谷和中国北京分别召开的中国—东盟自由贸易区联委会暨升级谈判工作组会议通过了由云南省提供的《中国—东盟自贸区升级改造方案》，自贸区官网将由单一新闻网站向区域贸易便利化和跨境电子商务的综合服务平台转变，成为中国—东盟自贸区升级谈判中的又一成果。

### 4. 积极推动农村电子商务发展

2015 年云南省 8 个县（市）获批为国家第二批电子商务进农村综合示范县，省商务厅下发了《云南省电子商务进农村综合示范工作方案》、《关于做好电子商务进农村综合示范项目及资金管理有关工作的通知》，配套整合了部分农村电子商务专项资金，积极协同电信部门开展光网覆盖，发动示范县广泛开展宣传。加强与国内知名第三方平台合作，推进高原特色农产品电子商务营销。积极开展农村电子商务培训，开展“百县千企万人农村青年电商培育工程”，鼓励云南省农村青年利用电子商务拓宽创业致富渠道。

### 5. 落实扶持资金，加快电商企业发展

2015 年，云南省政府出台了《关于促进全省经济平稳健康发展的意见》，其中安排专项资金对云南省电商企业进行扶持。《意见》明确对工业、农业和商贸流通企业自建或依托第三方平台开展网上销售，年度网络销售额超过 300 万元以上的，按照销售额的 2% 给予补助，每户最高补助 100 万元。

## 10.25.3 电子商务示范体系建设情况

### 1. 电子商务示范城市

昆明市 2015 年出台了《昆明市人民政府关于促进电子商务发展的实施意见》（昆政发〔2015〕27 号）和《昆明市电子商务发展专项资金管理办法》（昆财企二〔2015〕63 号）等政策文件，支持建设了“中国—东南亚南亚国际电子商务港”、“跨境物流信息服务平台”、“昆明旅游电子商务公共服务平台”、“昆明电子商务可信交易公共服务平台”，目前均已基本建成并上线。编制完成了《昆明市电子商务发展三年规划（2013—2015）》和《昆明市电子商务统计指标体系设计》，对全市电子商务行业进行了系统调研、统计，提出适合实际的、可操作的电子商务发展目标、工作任务、工作措施等。

### 2. 电子商务示范基地

昆明高新区国家电子商务示范基地是云南省唯一一家国家级电子商务示范基地，出台了《昆明高新技术产业开发区国家电子商务示范基地创建工作实施方案》，推进“云南电商谷”工作，打造以基地为核心，以实体企业为主的单品 B2B 电子商务交易平台，积极探索 O2O 企业销售模式。

### 3. 电子商务进农村综合示范工作

2015年,云南省8个县(市)成功申报为电子商务进农村综合示范县。省商务厅分别与各示范县人民政府签订目标任务责任书,进一步细化和明确了省、县(市)两级工作责任,确保了责任到位、工作落实。针对省内农村电子商务起步晚、基础弱、发展滞后等实际情况,各示范县(市)采取召开调研座谈会、发放调查问卷,走访乡镇村干部及合作社负责人、农村致富带头人、农村电商创业人员等多种方式,组织开展了农村电子商务发展基础情况摸底调研工作,研究适合本地农村电商发展的路子。同时,各示范县(市)积极整合各类资源,推动农村电子商务与电子政(党)务等融合发展,把电子商务进农村与基层党建、政府服务等涉及农村建设发展的事务相结合,实现“一网多用”的功能,进一步提升了县(市)域电子商务公共服务平台的使用率和社会影响力。

## 10.26 西藏自治区

### 10.26.1 电子商务发展总体情况

西藏自治区规模以上企业应用电子商务比例达90%以上,实体企业线上线下融合发展步伐逐步加快。目前已建电商平台共有15个。据不完全统计,2015年西藏全区电子商务交易额达到4065万元。

### 10.26.2 电子商务发展的主要特点

#### 1. 电子商务等新业态与百姓生活愈发密切

自美团网进驻拉萨以来,其影响力在拉萨整个消费环境中日益凸显,仅2015年9月份美团网拉萨站的销售额就有1000万元(数据来自西藏商报)。2015年支付宝账单出炉,西藏人均支出32351元,支付宝总金额全国排名第31位,较2014年增长了20407元,增长了近3倍,就支付方式而言,2015年西藏移动支付比例高达83.3%(数据来自支付宝账单)。

#### 2. 各类交易平台具有一定基础

近年来,西藏陆续建设、聚集了一批第三方电子商务平台,一些具有代表性的商贸企业也率先开展电子商务平台建设,中小企业应用电子商务的步伐不断加快。百益超市、牦牛乳业、奇圣土特产等商贸零售企业通过网上专卖店,积极拓宽销售渠道。2015年,西藏金哈达羊绒制品有限公司获评商务部“全国电子商务示范企业”称号。

#### 3. 跨境电子商务开始起步

目前跨境电子商务处于起步阶段,仅有藏货通天下的南亚货达通平台属于跨境电子商务综合平台,正在与尼泊尔商会进行跨境电商相关事宜的商洽。

### 10.26.3 电子商务发展的主要措施

#### 1. 电子商务进农村工作扎实推进

2015年,贡嘎县、措勤县、班戈县、八宿县获批为国家电商进农村示范县,西藏

商务厅会同财政厅制定下发了《西藏自治区 2015 年电子商务进农村综合示范工作总体方案》和《关于加强电子商务进农村综合示范项目及资金管理工作的通知》。由西藏自治区供销合作社筹建的“西藏自治区特色产品电子商务平台”将开始运营，可直接服务相关企业 60 家，带动帮扶创业 300 人。

## 2. 重视电子商务工程建设

西藏的电子商务工程是“十二五”时期，中央支持西藏经济社会发展的重点工程项目之一，由自治区工业和信息化厅负责组织，西藏电子商务有限公司投资建设和运营。项目分两期完成，一期计划 2016 年 6 月建设完成，二期计划于 2019 年建设完成。工程致力于建设以“四大业务平台，八个支撑体系，一个物理载体”为主要内容的具有区域特色的电子商务生态体系。

## 3. 加强电子商务发展的政策引导

结合全区电子商务发展现状，已起草完成《西藏自治区人民政府关于贯彻落实〈国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见〉的实施意见》，从培育本地电商平台、鼓励发展网络零售业、推动跨境电子商务等方面对电子商务进行引导和支持。目前正在制订出台关于加快推进中小城市电子商务健康发展的政策文件，以推动中小城市电子商务的发展，促进城市化进程。2015 年组织筹建了西藏电子商务与商贸物流协会，旨在凝聚全区电子商务与商贸物流行业的力量，促进电子商务与商贸物流业的发展。2015 年 7 月，西藏自治区商务厅与河南省电子商务协会战略合作签约，标志着西藏首次打开与内地电子商务平台的互动，进一步建立“西藏虚拟电子商务产业园”，并以此为依托，打造“走出去”的电商品牌。

# 10.27 陕西省

## 10.27.1 电子商务发展总体情况

2015 年，陕西省电子商务发展环境显著改善，电商创业群体迅速壮大，企业应用进一步普及深化，园区集聚发展效果显著，相关服务业快速跟进，交易规模显著提升。目前，全省网民近 1800 万人，网上买家超过 1400 万户，约占全省总人口的 40%，网购活跃用户排列全国第 15 位。网销商户 16 万户以上，物流快递法人企业 300 余家。农产品电商卖家从 2013 年的 0.68 万家增长到 2015 年底的 1.7 万家，增长了 150%。据初步测算，2015 年全省电子商务交易额达到 3140 亿元，同比增长 44%。网络零售销售额 216 亿元，是上年度的 2.4 倍。网络零售购买额超过 910 亿元，同比增长 75%。2015 年全省跨境电子商务发展迅速，邮（快）件出境 118.42 万件，增长 18.2%；进境 70.57 万件，增长 57.8%。省内 400 家企业通过第三方电子商务出口平台取得 5100 万美元的交易额。

## 10.27.2 电子商务发展的主要特点

### 1. 电子商务热持续升温

目前，各地政府纷纷出台政策意见，多数县、区成立了由书记或县（区）长任组

长的电子商务推进工作领导小组，各地纷纷召开大会动员推进，行业协会如雨后春笋，培训活动广泛开展，社会各界广泛关注，媒体宣传明显加强。

## 2. 经营主体迅速壮大

世纪金花、西安爱菊等一大批传统企业开始深入应用电子商务，涌现出中国果汁网、丝路商旅、利安电超市、西域美农、土豆姐姐等一批区域电商品牌，陕西森弗、陕西利安等 6 家企业先后被商务部认定为国家级电子商务示范企业。

## 3. 园区聚集效应显现

继西安高新区之后，西安国际港务区被确立为第二批国家级电子商务示范基地，持续吸引大批电商企业入驻，已聚集大批电子商务应用和服务企业。杨凌、沔东、商南等地的电商园区初步建成。

## 4. 县域电子商务蓬勃发展

被确定为陕西省首批电子商务示范县的武功、岐山 2 县，率先走出了一条具有地方特色的电子商务发展新路径。扶风、山阳、蒲城、白水、延川、商州、紫阳、留坝、略阳等一批县区已建设相当规模的乡村电商服务网点。双 11 当天，农村淘宝已经覆盖的扶风、礼泉、武功、洛川 4 县的 143 个村，每村日均网上消费 3.46 万元，排列全国前 10 名。

## 5. 跨境电子商务异军突起

跨境电子商务经营主体和出口商品结构得到进一步优化，以植物提取物为代表的本省产品在出口商品总量的占比逐步提高，出口产品附加值显著提升，涌现出陕西森弗等一批跨境电子商务典型企业。

# 10.27.3 电子商务推进的主要措施

## 1. 出台政策加大扶持力度

陕西省政府印发了《陕西省发展跨境电子商务实施方案》、《陕西省人民政府办公厅关于促进内贸流通健康发展的实施意见》、《陕西省物流业发展中长期规划（2015—2020 年）》和《陕西省人民政府关于加快培育外贸竞争新优势的实施意见》。各市（区）相继出台了扶持政策，不断加大对“互联网+流通”发展的政策支持力度。

## 2. 营造氛围动员推进

第十九届西洽会暨丝博会期间，召开了“2015 中国（西安）跨境电子商务大会”；2015 年 8 月，第二届陕西电子商务交流合作发展大会暨农村电子商务现场会在西安和武功召开；2015 年 12 月，以“创业 创新 互联 共赢”为主题的“互联网+革命老区”电商发展峰会在延安召开，着力探索农村电商和电商扶贫新路径，推动革命老区加快发展。

## 3. 开展示范活动引领发展

2015 年，在全省范围认定了宝鸡市渭滨科技工业园、杨凌现代农业电子商务产业园 2 个电子商务示范园区，商洛市山阳县等 13 个示范县，陕西苹果电子交易市场有限公司等 20 家示范企业。

## 4. 引进优势资源推动转型升级

2015 年，陕西省人民政府先后与阿里巴巴集团、腾讯集团、京东集团和苏宁集团

分别签署了《战略合作框架协议》，将利用各自优势，在民生服务、农村电子商务、跨境电子商务、互联网金融、商贸物流、云计算和大数据等领域展开深入合作，提供高效便捷的公共服务。

#### 5. 全面开展培训活动支持创业发展

2015 年，先后举办了“2015 陕西‘一带一路’新起点电子商务培训会议”、“全省农村电子商务培训大会”、“电子商务业务培训暨京东商城开放平台招商大会”和“陕西省首届微商大会”，并指导和协助各市县举办各种形式的电子商务知识普及和创业培训班，累计 15 000 余人次参加。

#### 6. 强化政策指导加大资金扶持力度

根据《陕西省推进电子商务奖励办法》，2015 年度共发放 4940 万元省级商贸流通专项（电子商务类）资金，对电子商务示范县、示范园区、示范企业、电子商务培训、公共服务项目等重点项目给予支持。

## 10.28 甘肃省

### 10.28.1 电子商务发展总体情况

2015 年，甘肃省电子商务发展呈现出步伐加快、成效明显、势头良好的可喜局面。目前，全省在线注册的网店共有近 4 万家，较上年增长 30%；全省电子商务交易额预计突破 1600 亿元，同比增长 33%；网络零售交易额达 318 亿元，同比增长 45%。

### 10.28.2 电子商务推进的主要措施

#### 1. 大力开展电商扶贫

制定了《甘肃省精准扶贫电商支持计划实施方案》，在全省 58 个片区县和 17 个插花型贫困县中，每县确定一个乡（镇），每乡（镇）确定 3 个贫困村开展电商扶贫试点工作。重点建立电商扶贫的行政推进、网店服务、网货供应监管、网络物流、人才培训和考核评价“六大体系”，着力推进宽带网络建设、快递物流支撑、网店规模壮大、网络品牌培育、金融服务支撑、试点示范引领“六项工作”，逐步实现县有电子商务服务中心、乡有服务站、村有服务点，贫困户能通过电子商务销售自产产品、购买生活资料的“三有一能”目标。

#### 2. 全力推进县乡村电子商务公共服务体系建设

省商务厅制定了《甘肃省县乡村三级电子商务服务中心站点建设标准》，采取多种措施，全力推进电商扶贫公共服务体系建设，打造农产品上行和消费品下行的网上新渠道。截止 2015 年底，甘肃省已建成 71 个县级电子商务服务中心，897 个乡级电子商务服务站，3385 个村级电子商务服务点。陇南市通过网上销售农产品实现人均增收 430 多元；环县通过网上销售小杂粮、黑山羊、滩羊等产品，实现收入 3200 多万元，带动 600 多户贫困家庭户均增收 2 万元，带动皮影、刺绣等文化产品网络销售超 500 万元。

#### 3. 扎实开展示范工程创建

目前，3 个国家电子商务示范基地全部建成投入使用，为入驻企业统一提供办公场

所、宽带网络、培训孵化、产品展览展示、青年电商创业实习、集中仓储等全方位服务，在带动周边县区电商发展发挥了引领示范作用。扎实推动 8 个国家电子商务示范县（市）工作，加强资金管理、确保资金专款专用。积极探索开展省级电子商务示范体系创建工作，下发了《甘肃省商务厅关于开展电子商务示范创建工作的通知》，制定了《甘肃省电子商务示范县区创建规范（试行）》和《甘肃省电子商务示范企业创建规范（试行）》，明确了创建示范区县的主要条件和工作思路，提出了示范基地的集约程度、配套服务体系和政府支持等要求，2015 年共评选出 3 个省级电子商务示范基地、16 个省级电子商务示范县（区），34 个省级电子商务示范企业。

## 10.29 青海省

### 10.29.1 电子商务发展总体情况

2015 年青海省牢牢把握有关文件和会议精神，积极采取出政策、构体系、建基地、强示范、搭平台、促应用、抓培训、广宣传等举措，深化各领域电子商务应用，不断创新流通和服务方式，较好地发挥了电子商务在稳增长、调结构、促消费、扩内需等方面的作用，全省电子商务实现了又好又快的发展。2015 年青海省实现电子商务交易额 336.5 亿元，同比增长 27.4%，网络零售额 106.14 亿元，同比增长 43.5%，相当于全省社会消费品零售总额的 15.4%。截止 2015 年底，全省共有电子商务服务企业 240 家，同比增长 45%，应用电子商务开展业务的企业及商家 22 954 家，同比增长 42%。经注册备案快递企业共有 34 家，分支机构网点 312 个，快递行业从业人员约 2500 人。固定宽带用户 71.11 万户，固定宽带家庭普及率 43.9%，城市家庭宽带普及率 70.2%，农村家庭宽带普及率 20.1%，56% 的行政村实现通信网络覆盖。

### 10.29.2 电子商务推进的主要措施

#### 1. 加强政策研究，完善工作机制，强化基层指导

2015 年 4 月，成立由主管副省长挂帅的青海省促进电子商务发展领导小组，全面统筹协调指导全省电子商务发展。印发《2015 年青海省商务系统电子商务工作要点》，明确电子商务发展方向、工作目标和主要任务，全面指导基层商务部门开展工作。

#### 2. 加强基地建设，发挥示范作用，完善服务体系

完善朝阳国家电子商务示范基地功能配套，搭建线上综合服务平台，提升专业服务能力。发挥示范基地、示范企业、电子商务进农村综合示范县带动效应，推动各市、州、县、乡、村建立电子商务服务基地、服务中心、服务站和服务点，形成覆盖全省的电子商务服务能力，不断完善全省电子商务服务体系建设。

#### 3. 加快平台建设，培育龙头企业，深化电商应用

推动“淘宝特色中国·青海馆”、“广汇二手车阿里巴巴青海交易平台”、“1 号店·西宁馆”、“1 号店·海东馆”、“1 号店·柴达木馆”等地方馆建设，培育“海易购”、“青翼购”、“稳当网”等本省企业自建平台，拓展“名优特”产品“走出去”的新渠

道。充分发挥财政资金的引导作用，重点对示范带动作用强的电商企业给予支持，助力企业发展壮大，加快电商龙头培育步伐。推动电子商务与“清食展”、“藏毯展”、“清洽会”、“旅游文化节”等展会融合发展，深化电子商务在各领域的应用。

#### 4. 开展电商培训，加强电商宣传，推动校企合作

邀请国内知名电子商务专家和省内重点电商企业负责人，组织开展了十多期不同层次电子商务基础知识和技能培训，并通过广播、电视、报纸、网络、展会、站台及车体广告等多种形式加大电子商务宣传力度。积极推动校企合作，举办电子商务企业与高校毕业生专场招聘会，解决省内高校电商专业就业问题，在企业设立电子商务人才再教育基地，提供电商实训岗位，提升高校毕业生电商实操水平。

#### 5. 强化政府服务，发挥商协会作用，推动企业合作

加强与外省政府部门、商协会、企业的合作交流。与上海、福建、山东、吉林等十几省市商务主管部门座谈交流，学习先进经验，并与部分地区开展合作。发挥商协会作用，推动企业间的交流合作，并为省内外开展电子商务的企业提供多层次、全方位服务。

### 10.29.3 电子商务示范体系建设情况

#### 1. 电子商务示范基地

青海朝阳国家电子商务示范基地目前入驻企业 100 余家，其中电子商务服务企业 31 家，电子商务应用类企业 80 余家，实现交易额 1.5 亿元，电子商务企业累计实现服务经营收入 3000 万元，纳税总额累计 280 万元，解决就业人员近 300 人。基地目前汇聚宁食集团、可可西里、昂思多、汉尧集团、等一批省内食品生产加工龙头企业，这些企业积极与省内电商平台开展业务合作，形成线下企业、线上平台、省内居民三方共赢的良好局面。

#### 2. 电子商务示范企业

青海省柴达木进出口有限公司成功申报国家级电子商务示范企业，同时组织开展省级电子商务示范企业评选工作，中国电信股份有限公司青海分公司、青海交电大楼有限公司等 9 家企业被评为省级电子商务示范企业。

#### 3. 电子商务进农村综合示范工作

2015 年，青海省共和、互助、祁连、湟中 4 县获批为全国电子商务进农村综合示范县。各示范县注重推进电子商务与农牧业、商贸流通、服务业等实体经济深度融合，充分发挥电子商务先导引领作用，发展具有地方特色的个性化网络经营模式，建立具有民族特色的农村牧区电子商务服务体系。

## 10.30 宁夏回族自治区

### 10.30.1 电子商务发展总体情况

2015 年，自治区印发了《宁夏促进电子商务加快培育经济新动力的实施意见》，成立了自治区发展农村电子商务和跨境电子商务 2 个领导小组。据统计，自治区现有电

商企业 1038 家，其中电商平台企业 37 家、大宗商品交易 3 家，B2B 企业近 400 户，占到电商企业的 38%。各类网店 14 250 家，主要以枸杞及枸杞制品、杂粮类、干果类、清真食品和穆斯林用品为主。规模以上企业信息化应用率达到 35%，物联网技术在设施农业、节水灌溉等领域积极开展示范应用，90% 的县（市）建成县级电子商务运营中心，35% 的乡镇实现快递到乡镇、配送到村。

### 10.30.2 电子商务示范体系建设情况

#### 1. 电子商务示范基地

2015 年，国家电子商务示范基地银川 iBi 育成中心入园企业总数达到 525 家，从业人员总数达到 6000 人，主营业务收入达到 43 亿元，实现网络交易额 4500 亿元，企业利润总额达到 4 亿元，上缴税收 1.8 亿元。

#### 2. 电子商务进农村综合示范工作

2015 年，宁夏平罗、盐池、同心、西吉 4 个县获批为国家电子商务进农村综合示范县，贺兰、永宁、中宁 3 个县获批为自治区综合示范县。全面启动“千村电商”工程和电子商务进农村综合示范工作，已建成 19 个县级服务中心和 1030 个村级服务站，年度全区电子商务进农村知识普及培训累计突破万余人次。目前，已建立县级电子商务运营中心的县（市），所辖行政村公路村村通率 100%， “万村千乡” 门店 3000 余个，农家店日用消费品统一配送率达到 50% 以上，农资平均配送率 80%。宁夏光纤宽带已覆盖全区所有乡镇及 1140 个行政村，行政村光纤宽带覆盖率 51.28%，4G 无线宽带已覆盖全区所有乡镇及 1481 个行政村，行政村光纤宽带覆盖率 66.6%。

## 10.31 新疆维吾尔自治区

### 10.31.1 电子商务发展总体情况

2015 年以来，自治区紧抓政策机遇，围绕社会稳定和长治久安总目标，着眼于以电子商务助推丝绸之路经济带核心区建设，大力发展以电子商务及现代物流为主的新业态，着力加强政策环境建设、实施“双进”工程、深入推进示范体系建设、大力发展跨境电子商务。据统计，2015 年 1—10 月，新疆邮政出口国际小包及“国际 E 邮宝”达到 390 多万件，同期增长近 4 倍。2015 年上半年，企业网上销售额 24.1 亿元（包括销往内地和疆内），同比增长 68.8%，居民网上消费额 132.5 亿元，同比增长 25.6%，网络购销比从 2014 年的 7.6 : 1 降到 2015 年上半年的 5.5 : 1。截至 2015 年 10 月，新疆共有 4 万多个活跃网商，数量比去年增加超 6 成。

### 10.31.2 电子商务推进的主要措施

#### 1. 加强政策环境建设

启动了《新疆电子商务“十三五”发展规划》编制工作，起草了《关于大力发展电子商务的实施意见（代拟稿）》，下发了《自治区商务厅关于落实商务部〈2015 年电子商务工作要点〉的意见》，指导各地贯彻执行。

## 2. 深入推进电子商务示范工作

加快构建新疆特色电子商务示范体系，2015年获批了2个国家电子商务示范基地，推动区内各地州市政府根据实际情况和条件给予示范基地必要的政策支持，指导新疆国际电子商务产业园联合新疆邮政与浙江金华金义新区共建跨境电商产业园；指导伊犁州依托众云电子商务产业园建设霍尔果斯跨境电子商务产业园，目前已入驻企业达80余家，涵盖了信息服务企业、传统企业转型升级、特产品线上平台企业等，吸引了众多新疆伊犁内地大学生返疆创业，园区创客空间中大学生返乡创业占比超过20%，少数民族创业占比超过20%，直接带动就业近千人，发挥了示范基地抓培训、利创业、促就业的带动作用。

## 3. 开展电子商务进农村

2015年特克斯县、阿克苏市、尉犁县、沙湾县、民丰县、和静县、察布查尔锡伯自治县等获批为国家级电子商务进农村示范县（市）。以7个国家级、13个自治区级电子商务进农村示范县为载体，畅通工业品下乡农产品进城的渠道，大力推进电子商务进农村。与阿里巴巴、京东、1号店等国内大型电商平台达成共同推动“新疆特色农产品进城”和“工业品下乡”的共识，突出解决物流瓶颈问题，着力打通“最后一公里”。

## 4. 抓好新疆陆路港重大项目

着眼打破长期以来欧亚物流通道瓶颈问题，瞄准物流业国际一流水平，以多语种、国际化的先进信息技术平台为支撑，线上发展四方、五方物流，线下整合现有铁路场站、公路货运站、航空货运中心等资源，建设多式联运货物集拼中心，打通丝绸之路物流供求信息通道。

## 5. 加快电子商务进社区

奎屯市依托国家电子商务示范基地创建，打造“红房子”工程，以政府搭建平台、企业市场化运营、部门协同推进的创新公益性社区服务模式。首批国家电子商务示范基地乌鲁木齐市高新区重点支持项目新疆百事联，作为电子商务进社区重点项目，目前平台累计交易额6亿元，现有缴费服务点1000余家，促进了新疆农村居民生活便利化。积极引进内地大型社区电商企业中商惠民网落户新疆国际电子商务产业园，通过厂超对接、农超对接，打造15分钟消费圈，解决最后100米物流配送。

## 6. 线上线下，统筹发展跨境电子商务

2015年，乌鲁木齐市获批为海关多式联运试点城市。乌鲁木齐经济技术开发区（头屯河区）与航天信息签订战略合作协议建设跨境电子商务公共服务平台。积极推动“一带一路”沿线国家在电子商务、现代物流的合作，推动立陶宛克莱佩达市和乌鲁木齐市互为物流集散节点，推动阿联酋航运公司与自治区加强合作。

## 7. 成功举办“2015丝绸之路首届新疆电商大会”

2015年8月，自治区商务厅与伊犁州人民政府共同主办了“2015丝绸之路首届新疆电商大会”，邀请国内知名电商精英进行主题演讲和经验交流，区内外参会企业代表400余人，共商新疆电子商务发展大计，助推丝绸之路经济带核心区建设。

# 附录 A 全球电子商务发展概况

## A.1 全球电子商务发展的基本情况

2015年在电子商务发展史上具有里程碑意义。1995年, Amazon和eBay的网站相继上线, Otto、CDW、Argos等传统企业也开始涉足电子商务, 继而掀起了电子商务发展的大幕。到2015年, 电子商务走过20年的发展历程, 日益成为经济发展的新动能, 呈现出新的发展特征。

### A.1.1 全球上网人数和网站数目

#### 1. 全球网民规模

根据Internet World Stats的数据, 截至2015年11月30日, 全球共有网民33.66亿, 互联网普及率提高到46.4%。表A-1列出了2015年全球主要地区的网民数<sup>①</sup>。

表 A-1 全球主要地区网民数 (2015-11-30)

地区	2015年世界各地区总人口/人(估算)	2000年12月31日网民数/人	2015年11月30日网民数/人	互联网普及率/ (%)	增长率/ (%) 2000—2015年	占全球网民数量比率/ (%)
非洲	1 158 355 663	4 514 400	330 965 359	28.6	7 231.3	9.8
亚洲	4 032 466 882	114 304 000	1 622 084 293	40.2	1 319.1	48.2
欧洲	821 555 904	105 096 093	604 147 280	73.5	474.9	18.0
中东	236 137 235	3 284 800	123 172 132	52.2	3 649.8	3.7
北美	357 178 284	108 096 800	313 867 363	87.9	190.4	9.3
拉美及加勒比地区	617 049 712	18 068 919	344 824 199	55.9	1808.4	10.2
大洋洲	37 158 563	7 620 480	27 200 530	73.2	256.9	0.8
总计	7 259 902 243	360 985 492	3 366 261 156	46.4	832.5	100.0

资料来源: Internet World Stats, 数据截至2015年11月30日

发达国家的互联网普及率已达到较高水平。在全球网民规模20强中, 互联网普及率排名前6位的均为发达国家, 韩国、英国和日本3个国家的互联网普及率超过90%, 分别达到92.3%、91.6%和90.6%; 德国、美国和法国3个国家的互联网普及率超过80%。其他14个国家均为发展中国家, 除了俄罗斯互联网普及率超过70%外, 其他13

<sup>①</sup> Internet World Stats. Internet Users in the World by Regions November 2015[EB/OL](2015-12-09) [2016-04-23]. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

个国家的普及率均低于 60%。中国、印度、美国、巴西、日本、俄罗斯等 6 个国家的网民规模超过 1 亿人。

发展中国家的网民规模增长十分迅速，成为推动全球网民数量增长的核心动力。2015 年，印度的网民规模超过美国，巴西超过日本，尼日利亚超过德国，墨西哥超过英国和法国；印度尼西亚的表现最为出色，其网民规模超过德国、英国、法国、墨西哥、韩国等 5 个国家。其中，印度尼西亚和墨西哥均是首次进入前 10 位（参见表 A-2）。

表 A-2 2015 年全球网民规模 20 强及其普及率

排名	国家	网民数量（万人）	网民占总人口比例（%）
1	中国	67 400	49.5
2	印度	37 500	30.0
3	美国	28 074	87.4
4	巴西	11 765	57.6
5	日本	11 496	90.6
6	俄罗斯	10 315	70.5
7	尼日利亚	9 270	51.1
8	印度尼西亚	7 800	30.5
9	德国	7 173	88.4
10	墨西哥	6 000	49.3
11	英国	5 933	91.6
12	法国	5 543	83.8
13	孟加拉国	5 394	31.9
14	埃及	4 830	54.6
15	越南	4 730	50.1
16	菲律宾	4 713	43.0
17	伊朗	4 680	57.2
18	土耳其	4 628	59.6
19	韩国	4 531	92.3
20	泰国	3 800	55.9

资料来源：Internet World Stats，数据截至 2015 年 11 月 30 日

移动互联网发展加速。根据国际电信联盟（ITU）发布的年度互联网调查报告，2015 年全球移动宽带用户比例达到 47.2%，高于固网宽带的 10.8%，以及安装互联网服务的家庭比例 46.4%<sup>①</sup>。而且，固网和移动宽带用户数的差距正在不断的拉大（参见图 A-1）。

① 国际电信联盟（ITU）. 2015 年全球网民达 32 亿人 移动宽带用户比例达到 47.2% [EB/OL] (2015-12-01) [2016-04-23]. <http://www.199it.com/archives/411950.html>

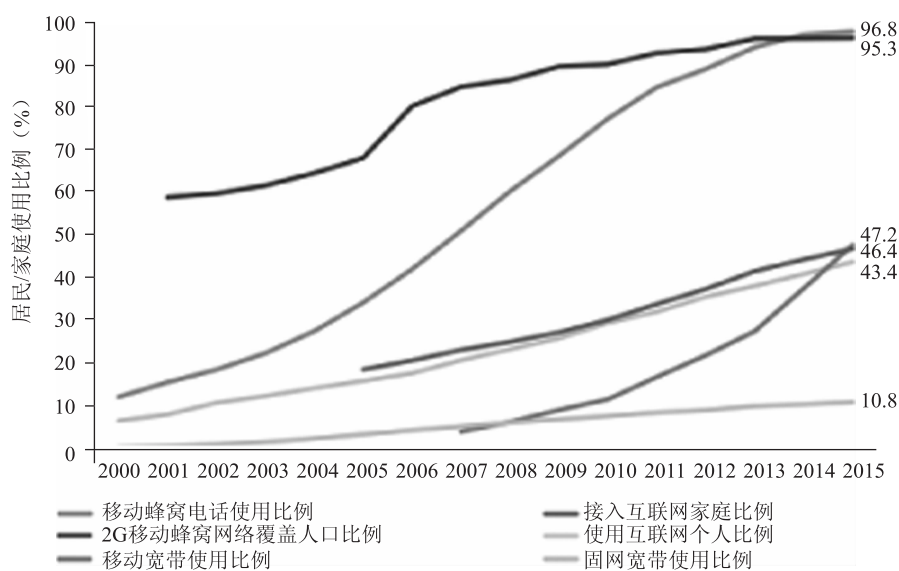


图 A-1 2000~2015 年全球主要信息通信技术变化

数据来源：国际电信联盟 (ITU)

国际电联的数据显示，全球仍有约 3.5 亿人口没有条件联网。在一些穷国，例如马拉维、马达加斯加、埃塞俄比亚、厄立特里亚和乍得，未联网的人口比例很高。这 5 个非洲国家在互联网普及率方面排名倒数后五位。

## 2. 全球网站数目

根据 Netcraft 调查，2015 年 12 月 Netcraft 一共收到了 901 002 770 个网站和来自 5 579 077 网络主机的响应<sup>①</sup>。有关网站数目增长的情况见图 A-2。



图 A-2 1995—2015 年全球互联网网站的发展

数据来源：Netcraft，2015 年 12 月

① Netcraft. December 2015 Web Server Survey[EB/OL](2015-12-31)[2016-04-23]. <http://news.netcraft.com/archives/2015/12/31/december-2015-web-server-survey.html>.

## A.1.2 全球电子商务发展基本情况

### 1. 网络零售

2015 年网络零售继续快速发展。根据 eMarketer 数据<sup>①</sup>，2015 年世界网络零售额达 1.67 万亿美元，增长 25.1%，占零售总额的比例提升到 7.4%。eMarketer 预计 2018 年网络零售额将首次超过 3 万亿美元，占零售总额的比例将首次超过 10%，达到 11.4%（参见图 A-3）。

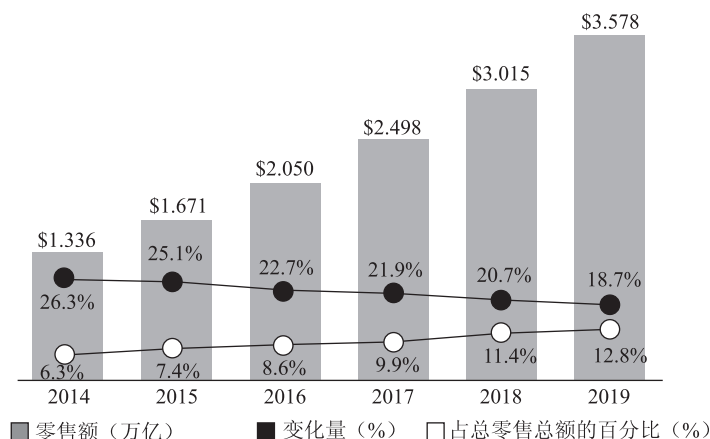


图 A-3 2014—2019 年世界网络零售规模及增长率

注：包括通过任何设备使用网络预订的产品或服务，不论付款和成交方式，不含旅游和活动门票

数据来源：eMarketer. 2015 年 12 月

根据美国科尔尼管理咨询公司（A. T. Kearney）公布的 2015 全球零售电商发展指数，美国位列第一位，中国和英国分列第二、三名（参见表 A-3）<sup>②</sup>。

表 A-3 2015 年全球网络零售指数排名

排名	排名变化	国家/地区	在线市场规模(40%)	消费者行为(20%)	增长趋势(20%)	基础设施(20%)	在线市场吸引力得分
1	+2	美国	100.0	83.2	22.0	91.5	79.3
2	-1	中国	100.0	59.4	86.1	43.6	77.8
3	+1	英国	87.9	98.6	11.3	86.4	74.4
4	-2	日本	77.6	87.8	10.1	97.7	70.1
5	+1	德国	63.9	92.6	29.5	83.1	66.6
6	+1	法国	51.9	89.5	21.0	82.1	59.3

① eMarketer. Ecommerce Sales: eMarketer's Updated Estimates and Forecast Through 2019[EB/OL](2015-12-30) [2016-04-23]. <http://www.emarketer.com/corporate/coverage#/results/1259>.

② A. T. Kearney. The United States Tops A. T. Kearney Global Retail E-Commerce Index for Market Opportunity [EB/OL] (2015-04-07) [2016-04-23]. <http://www.prnewswire.com/news-releases/the-united-states-tops-at-kearney-global-retail-e-commerce-index-for-market-opportunity-300061868.html>.

续 表

排名	排名变化	国家/地区	在线市场规模(40%)	消费者行为(20%)	增长趋势(20%)	基础设施(20%)	在线市场吸引力得分
7	-2	韩国	44.9	98.4	11.3	95.0	58.9
8	+5	俄罗斯	29.6	66.4	51.8	66.2	48.7
9	+15	比利时	8.3	82.0	48.3	81.1	45.6
10	-1	澳大利亚	11.9	80.8	28.6	84.8	43.6
11	-1	加拿大	10.6	81.4	23.6	88.9	43.1
12	+2	中国香港	2.3	93.6	13.0	100.0	42.2
13	+6	荷兰	8.9	98.8	8.1	84.6	41.8
14	-3	新加坡	1.3	89.4	15.7	100.0	41.5
15	+13	丹麦	8.1	100.0	15.1	75.5	41.4
16	0	瑞典	8.8	97.2	11.8	77.7	40.9
17	没有排名	墨西哥	10.0	53.3	58.6	68.0	40.0
18	没有排名	西班牙	13.2	73.1	20.2	80.1	39.9
19	+1	智利	2.7	71.8	49.3	73.2	39.9
20	+6	挪威	8.2	99.4	5.6	76.3	39.5

资料来源: A. T. Kearney, 2015年4月

在市场规模方面, 美国和中国均为满分。英国、日本、德国居其后, 得分分别为 87.9 分、77.6 分和 63.9 分。其他国家的得分均在 60 分以下。

在增长潜力方面, 新兴市场得分普遍较高。其中, 中国得分居首位, 达 86.1 分。墨西哥、俄罗斯、智利三个国家紧随其后, 得分分别为 58.6 分、51.8 分、49.3 分。比利时得分 48.3 分, 是得分唯一超过 40 分的发达经济体。

在消费行为方面, 发达经济体得分普遍较高。其中, 丹麦得分最高, 为满分。挪威、荷兰、英国、韩国、瑞典等五国的得分在 97 分以上, 中国香港、德国超过 90 分。

在基础设施方面, 发达经济体得分普遍较高。其中, 中国香港和新加坡得分均为满分; 其次是日本、韩国、美国, 得分均在 90 分以上。

## 2. 旅游电商

根据 eMarketer 数据, 2015 年全球旅游电商销售额达 5 335 亿美元, 增长 13.3% 呈较快发展势态 (参见图 A-4)<sup>①</sup>。

北美仍是全球最大的旅游电商市场, 2015 年销售额达 1 790 亿美元。拉美地区的增速最高, 为 20.3%; 亚太地区增长也很快, 达 19.8%。预计到 2018 年, 亚太地区旅游电商规模将超过北美地区, 成为世界最大的旅游电商市场 (参见表 A-4)。

<sup>①</sup> eMarketer. Worldwide Digital Travel Sales Will Total More than \$533 Billion in 2015[EB/OL](2015-12-29) [2016-04-23]. <http://www.emarketer.com/articles/results.aspx?q=Digital%20Travel%20Sales>.

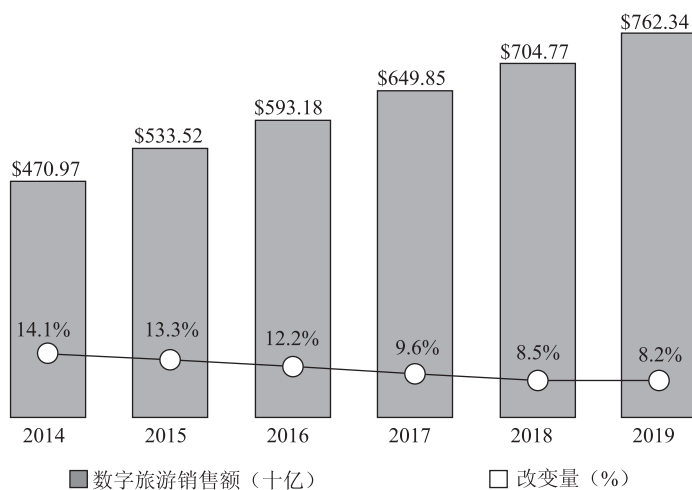


图 A-4 2014—2019 年世界旅游电商销售规模及增长率

注：包括通过任何设备预订的休闲和不受控的商务旅游销售额

数据来源：eMarketer, 2015 年 12 月

表 A-4 2015 年全球旅游市场

全球数字旅游销售额，按地区 2014-2019						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
数字旅游销售额 (十亿)						
北美	\$ 160.31	\$ 179.02	\$ 192.36	\$ 202.13	\$ 211.41	\$ 220.06
西欧	\$ 140.45	\$ 151.73	\$ 161.97	\$ 171.07	\$ 178.76	\$ 185.52
亚太地区	\$ 116.11	\$ 139.12	\$ 163.85	\$ 189.69	\$ 214.87	\$ 242.57
拉丁美洲	\$ 24.92	\$ 29.97	\$ 36.26	\$ 42.44	\$ 48.31	\$ 55.26
中东、非洲	\$ 20.33	\$ 23.97	\$ 28.12	\$ 32.87	\$ 38.33	\$ 44.63
中东欧	\$ 8.85	\$ 9.71	\$ 10.62	\$ 11.66	\$ 13.10	\$ 14.30
全球	\$ 470.97	\$ 533.52	\$ 593.18	\$ 649.85	\$ 704.77	\$ 762.34
数字旅游销售额增长率 (%)						
拉丁美洲	31.9%	20.3%	21.0%	17.0%	13.8%	14.4%
亚太地区	22.8%	19.8%	17.8%	15.8%	13.3%	12.9%
中东、非洲	18.0%	17.9%	17.3%	16.9%	16.6%	16.4%
北美	9.8%	11.7%	7.4%	5.1%	4.6%	4.1%
中东欧	16.9%	9.7%	9.4%	9.8%	12.4%	9.1%
西欧	9.4%	8.0%	6.7%	5.6%	4.5%	3.8%
全球	14.1%	13.3%	11.2%	9.6%	8.5%	8.2%

续表

全球数字旅游销售额，按地区 2014-2019						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
数字旅游销售额市场占有率(%)						
北美	34.0%	33.6%	32.4%	31.1%	30.0%	28.9%
西欧	29.8%	28.4%	27.3%	26.3%	25.4%	24.3%
亚太地区	24.7%	26.1%	27.6%	29.2%	30.5%	31.8%
拉丁美洲	5.3%	5.6%	6.1%	6.5%	6.9%	7.2%
中东、非洲	4.3%	4.5%	4.7%	5.1%	5.4%	5.9%
中东欧	1.9%	1.8%	1.8%	1.8%	1.9%	1.9%

注：包括通过任何设备预订的休闲和不受控的商务旅游销售额

资料来源：eMarketer. 2015年12月

### 3. 跨境电商

2015年，全球跨境电子商务市场交易规模达到32462.3亿美元，在全球贸易进出口总额中占比超过30%，同比增长13.9%，增长率较2014年的5.9%提升8个百分点。2015年全球跨境电子商务市场的突破性发展，主要归功于以中国为代表的亚太地区跨境电子商务经过2014年的积累后实现进一步的腾飞。



图 A-5 2013~2015 年全球跨境电商市场规模与增长

数据来源：赛迪顾问

从全球跨境电子商务市场区域发展的角度来看，2015年亚洲地区跨境电子商务市场规模达到10128.2亿美元，市场份额占比超过了欧洲达到31.2%，仅次于美国位列第二。2015年美国跨境电子商务市场交易规模仍位居第一，交易额为10972.3亿美元，但增长率略有放缓，在全球市场的份额占比为33.8%，超过亚洲地区2.6个百分点。而欧洲地区本土电子商务较跨境电子商务发展更好，跨境电商市场交易规模在2015年被亚洲地区赶超，实现交易额9251.8亿美元，市场份额占比28.5%。图A-6为全球跨境电商发展的区域结构示意图：

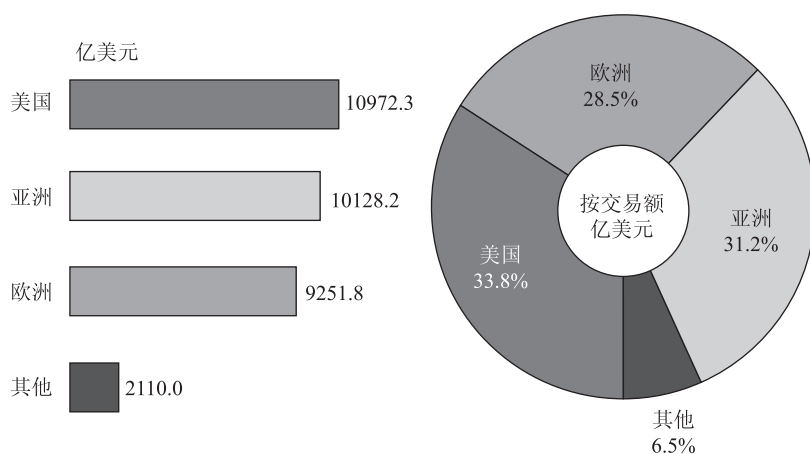


图 A-6 2015 年全球跨境电子商务市场区域结构

数据来源：赛迪顾问

## A.2 2015 年全球电子商务发展综述

当前，新一轮科技革命和产业变革正孕育兴起，“互联网+”重构着传统的商业模式，改变着人们的生产和生活方式。电子商务在此次大潮中引领发展，成为构建未来新型商业文明的重要基石。2015 年在电子商务发展史上具有重要意义，资本市场持续向好，移动电子商务蓬勃发展，新兴市场开始爆发，共享经济强势崛起，“网购星期一”“双 11”等大促引发购物狂潮，机器人技术的应用极大提升了各方面的工作效率。

### A.2.1 资本：竞争对手直接合并是 2015 年资本市场最典型特征

近年来，电子商务备受资本市场青睐。2014 年电商资本市场的典型特征是 IPO 的数量创历年之最，全年有 17 家企业成功上市<sup>①</sup>。而 2015 年仅有 Etsy、窝窝、Fujisan Magazine Service 等寥寥几家，且均为中小规模的电商，市值均在 10 亿美元以下。2015 年电商资本市场的最典型特征是竞争对手的直接合并。

电子商务具有天然的规模效应，投资人往往会投资同一领域的两家甚至多家企业。随着市场竞争的加剧，竞争对手有动力、有条件进行合并。这在 2015 年表现得尤为突出，合并企业数量和规模均达到一个全新的高度。当年，南非的两大网络零售商 Takealot 和 Kalahari 合并；美国最大的两家办公用品零售商史泰博（Staples）和欧迪办公（Office Depot）合并，他们分别运营着全球最大的两个办公用品电商平台<sup>②</sup>；欧洲的两家时尚电商 Net-a-porter 和 Yoox 合并，并重新上市；中国的两大旅游电商携程

① 这 17 家电商分别是：阿里巴巴、京东、Zalando AG、Cnova N. V.、GrubHub、JustEat、聚美优品、TrueCar、Wayfair、Coupons.com、Boohoo.com、途牛、Bravofly Rumbo、Mysale.com、eDreams Odigeo、Koovs、AO World。数据来源：京东集团政策研究室，2015 年 2 月。

② AO World。2015 年 2 月，史泰博和欧迪办公宣布合并。截至 2015 年年底，此次交易已经获得澳大利亚、新西兰和中国监管层的批准，但尚未得到欧盟和美国政府的批准。

和去哪儿合并；O2O 市场的合并案最为突出，滴滴和快的，58 同城和赶集网，美团和大众点评，均在 2015 年合并（参见表 A-5）。

表 A-5 2015 年电商竞争对手间主要的合并案

序号	业务领域	地区	合并企业	时间
1	网络零售	南非	Takealot、Kalahari	2 月
2	网络约车	中国	滴滴、快的	2 月
3	办公用品	美国	Staples、Office Depot	2 月
4	时尚电商	欧盟	Net-a-porter、Yoox	3 月
5	本地生活服务	中国	58 同城、赶集网	4 月
6	O2O	中国	美团、大众点评	10 月
7	在线旅游	中国	携程、去哪儿	10 月

资料来源：京东战略研究院，2016 年 2 月

龙头电商对相关领域的企业进行收购在 2015 年也比较突出，以美国旅游电商 Expedia 为代表。2015 年 Expedia 共花费了超过 60 亿美元进行投资并购<sup>①</sup>。其中，以 39 亿美元收购 HomeAway，16 亿美元收购 Orbitz Worldwide，2.8 亿美元收购 Travelocity，2.7 亿美元投资 Decolar 及其母公司 Despegar。美国电视购物和网络零售商 Liberty Interactive 也进行了一项重大收购，花费 24 亿美元收购闪购网站 Zulily。

电商公司将金融业务进行分拆独立上市也成为重要趋势。2015 年 eBay 将旗下支付平台 PayPal 进行分拆并独立上市；从阿里巴巴分拆出来的蚂蚁金服，从京东商城分拆出来的京东金融，也加快融资步伐，预计将在两年内进行 IPO。

## A.2.2 平台：世界加速进入移动电子商务时代

2015 年，移动电子商务继续高歌猛进，世界加速进入移动电子商务时代。其中，餐饮外卖、网络约车、在线旅游等细分行业具有很强的移动应用场景，移动端占比远高于传统的网络零售，是移动电子商务发展的天然土壤，已率先进入移动时代。

网络零售的移动应用也在加速发展。根据 Criteo 数据<sup>②</sup>，2015 年第四季度，移动端交易额已占全球网络零售交易额的 35%。其中，中国、日本、英国、韩国四国的移动端交易额占比为 50%左右，成为与 PC 端并驾齐驱的主流渠道，率先全面进入移动电子商务时代。

艾瑞咨询数据显示，2015 年中国移动端网购交易额占比首次超越 PC 端，达到 55%。根据 Criteo 数据，2015 年第四季度，日本有一半的交易额来自移动端，英国和韩国接近一半。三国移动端占比在上年同期就已达到较高比例，2015 年提升幅度不大，说明 50%将是一定时间内比较稳定的比例。移动电子商务是重要发展趋势，但短期内难以全面取代 PC，面临着占比 50%的发展天花板（参见图 A-7）。

① Expedia 公司 CFO Mark Okerstrom, <http://skift.com/2016/02/11/expedia-cfo-we-have-our-eyes-open-for-more-acquisitions-in-2016/>

② Criteo. 2015 年第四季度移动电子商务报告：引领者们拉开差距[EB/OL](2015-12-29)[2016-04-23]. <http://www.criteo.com/cn/resources/mobile-commerce-q4-2015/>.

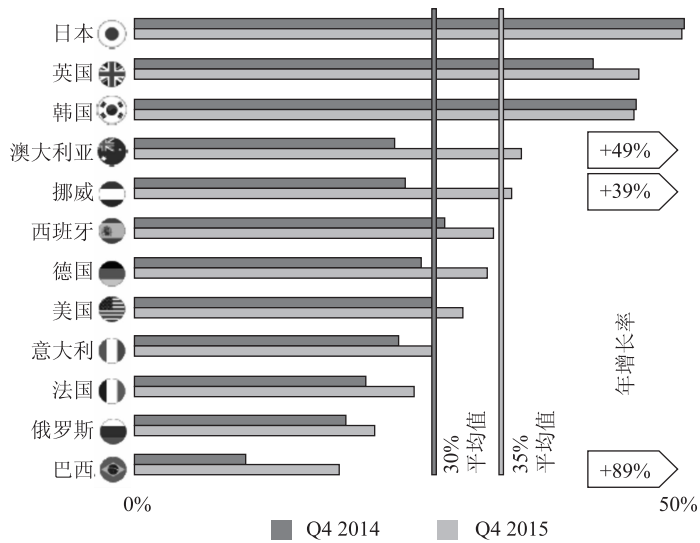


图 A-7 2015 年第四季度主要国家移动端网络零售交易额占比

数据来源：Criteo，2016 年 2 月

随着移动互联网的发展，很多创业公司开始越过 PC 端，直接发展移动电商。甚至，Flipkart 于 2015 年 4 月宣布将在一年之内彻底关闭网页版，将业务完全转移至移动应用。

### A. 2.3 品类：实物电商大局已定，生鲜和服务电商成为竞争焦点

电子商务的品类发展基本遵循了由标准化商品向非标准化商品的发展路径。在电子商务领域，图书是最标准化的商品，早期的电商多以图书起步，如亚马逊、当当等。当前，图书、手机、电脑、家电、干货食品、酒水、日化、服装等比较标准化的商品，其电子商务的程度较高。而那些非标准化的、个性化的商品还具有较大机会。特别是生鲜、农副产品，市场潜力大，是实物电商中的蓝海。

电子商务的品类发展的另一个基本规律是由商品向服务发展。生活服务领域的电商成为大势所趋，在线旅游、网络约车、网上订餐、数字内容等服务类的电子商务呈快速发展势头，是创业创新的热点。

### A. 2.4 模式：共享经济强势崛起，成为新的发展范式

共享经济（Sharing Economy，或称分享经济）是指人们通过第三方网络平台把闲置的资源提供给他人使用，并从中获得报酬的一种经济活动，并且共享的过程不涉及所有权的转让。共享经济伴随着移动互联网的发展而迅速崛起，是一个全新的市场、一种新的发展方式，可有效促进社会存量资源的充分利用，促进就业方式的变革。

当前，共享经济是全球最具发展活力的领域之一。在估值超过 100 亿美元的 6 家电商中，有 4 家是基于共享经济，分别是 Uber、AirBnb、滴滴出行和 WeWork。其

中，Uber 的估值高达 625 亿美元，是共享经济的领导者，也是全球最大的“独角兽”公司（参见表 A-6）。

表 A-6 世界估值超过 100 亿美元的电子商务企业

排名	企业	国家	估值（亿美元）
1	Uber	美国	625
2	AirBnb	美国	250
3	美团点评	中国	180
4	滴滴出行	中国	165
5	Flipkart	印度	155
6	WeWork	美国	100

资料来源：京东战略研究院，2016 年 2 月

共享经济的发展势头强劲，但并非一帆风顺，面临着监管压力，其发展还需要政策层面的有效突破。

### A.2.5 促销：年度大促已成为各国电商的常态

电子商务大促起源于美国传统的圣诞购物季（Holiday season），阿里巴巴创造的“双 11”促销将电商大促推向一个新的高潮。目前，全球最著名的两个电商促销节日分别是美国以“网购星期一”和“黑色星期五”为代表的圣诞购物季，以及中国的“双 11”。

11 月和 12 月是美国传统的圣诞购物季，也是电商促销季。根据 Adobe 统计，2015 年美国购物季的网络销售额达到 830 亿美元，增长 11%。其中，“网购星期一”（Cyber Monday）的网络销售额最高，达到 29 亿美元；“黑色星期五”（Black Friday）居第二位，为 27 亿美元；感恩节（Thanksgiving Day）的网络销售额增长最快，增速达 18%，达到 16 亿美元。

“黑色星期五”和“网购星期一”等购物节日起源于美国，后蔓延到英国、法国、德国、加拿大等西方国家，阿根廷、巴西等拉美国家，以及澳大利亚和新西兰等地。这些节日在某些国家也结合了本国特征，例如俄罗斯“网购星期一”的时间在每年的一月。这些国家中，英国的圣诞电商促销最为火爆。根据 IMRG 数据，2015 年英国圣诞购物季（从 11 月 1 日到 12 月 26 日）的网络销售额达 340 亿美元，增长 12%。其中，“黑色星期五”的网络销售额最高，为 16.4 亿美元；其次是“网购星期一”，为 14.5 亿美元。

“双 11”是中国最大的网络促销节。尽管主要在中国一个国家，但单日交易额位居全球首位。2015 年 11 月 11 日阿里巴巴旗下零售商务平台上，通过支付宝结算的商品成交额达 912 亿元，折合 143 亿美元，2015 年全球狂欢节成为史上最大的购物日。2015 年京东商城以品质电商为主题，进行了“11 月 11 天”的促销活动，11 月 11 日当天下单量突破 3200 万单，同比增长 130%。除“双 11”外，中国还有其他多个网络促销节日，如京东商城发起的“618”大促、淘宝网发起的“双 12”等。

其他国家也有本土的电商大促。印度有 10—11 月的排灯节电商促销，韩国 2015

年组织了“黑色星期五”和“K-Sale Day”两个大型电商促销活动，年度大促已成为各国电商的常态。

### A.2.6 物流：自建物流、众包物流和科技物流引领电商物流变革

从全球来看，网络零售商一般采用“自建仓储+第三方配送”的物流解决方式。2007年底，京东商城在业界率先自建物流体系，开创了仓配一体化的电商物流模式。经8年多建设，京东已建成覆盖中国85%区县的物流网络，极大提升了流通效率和用户体验。自建物流的价值日益凸显，网络零售商开始积极构建自己的物流体系，进一步自行掌握交货服务。

全球最大的网络零售商亚马逊已从多个方面布局自有快递业务，逐步摆脱对UPS、FedEx等第三方快递公司的依赖。在2015年10-K文件中，亚马逊首次自称是一家“运输服务供应商”（transportation service provider）。亚马逊正在加快建设区域配送和包裹分拣中心，购买了几千辆卡车拖车，用于美国境内货物的配送；建立了大量的储物柜（Amazon Locker），美国本土就有超过1.2万个<sup>①</sup>，以方便消费者取货；推出了无人机送货计划（Prime Air）和卡车司机按需配送（Amazon Flex）服务。2015年圣诞前夕，亚马逊表示将租用20多架货运飞机来服务自身的空运业务。在法国，亚马逊于2016年初收购了快递公司Colis Privé其余75%的股份，该公司将为亚马逊用户运送包裹。除亚马逊外，Flipkart、唯品会等自营电商都加快了自建物流步伐。

不仅是自营电商，平台电商也在加快物流网络建设。eBay在全球运营着9个物流中心，仓储总面积350万平方英尺；阿里巴巴在2013年发起成立了菜鸟网络，投资第三方快递公司；Snapdeal在2015年投资120亿卢比加强物流网络，投资物流公司Go-Javas；Google的速递服务Google Express发展迅速，从2016年2月开始提供新鲜果蔬送达服务。

随着共享经济的发展，众包物流成为重要趋势。2015年，京东和亚马逊分别推出众包快递服务京东众包和Amazon Flex，通过招募兼职快递员，分别为京东到家、亚马逊Prime Now提供包裹快速送达服务，现在已开始配送普通包裹。基于众包物流模式的创业公司Instacart、Dmall的模式与此类似，发展迅速。网络约车电商Uber于2015年4月在美国正式开展众包快递服务UberRUSH，将用户与快递员连接起来。菜鸟网络也将于2016年推出众包业务。人人快递、达达等专门的众包快递公司发展迅速。

技术不断推动物流领域的革命。当前，以人工智能技术为代表的高科技正在引领着物流领域的变革。

机器人技术正在改变仓储这个劳动密集型行业，亚马逊走在了应用的前列。亚马逊在2012年收购了Kiva Robotics公司，获得先进的仓库机器人技术。亚马逊将该公司更名为Amazon Robotics，从2014年开始把Kiva机器人部署到物流中心，把Kiva

<sup>①</sup> Amazon. Browse Amazon Lockers Near[EB/OL](2014-12-09)[2016-04-23]. <http://www.findlocker.com/amazon-lockers-all-zips.m>.

机器人和雇员搭配在一起，完成仓库中的货物搬运工作。2015年，亚马逊新部署了1.5万个机器人，目前在13个物流中心中拥有3万部机器人。未来，亚马逊将在所有新建物流中心中启用这项机器人技术。Kiva机器人的价格昂贵，但能极大提升仓储效率。物流咨询公司MWPVL称，在仓库中使用Kiva机器人，亚马逊每发送一件商品可节省21.3美分，节省了48%的成本。瑞银分析师则估计，Amazon Robotics部门每年可以给亚马逊节省大约9亿美元的人力成本。2015年，生鲜电商Ocado、沃尔玛、京东商城也公布了仓储机器人项目。除此，Locus、Home Delivery Services、Kuka、Knapp Logistics Automation、AutoStore、Swisslog、Dematic、Fetch Robotics和GreyOrange等公司都在大力研发仓储机器人技术。

在配送环节，无人机是最具应用前景的技术，继亚马逊和谷歌之后，2015年京东、顺丰、新加坡邮政等公司也宣布了无人机计划，以提高配送效率，降低配送成本。在其他技术方面，亚马逊申请了途中进行3D打印服务的送货卡车专利，Google已经获得了一项运送快递的自动驾驶卡车技术专利。

## A.3 世界部分国家和地区电子商务发展情况

### A.3.1 美国电子商务发展情况

美国是电子商务的重要起源地，是当之无愧的电子商务领导者。近年来，美国电子商务继续保持快速发展势头。根据Forrester数据，大约69%的美国网民经常在网上购买产品，这些人16%的购物发生在网上。根据美国商务部数据，2015年美国网络零售额达3408亿美元，增长11.8%。电子商务占零售总额的比例提高到7.3%（参见表A-7）。

表 A-7 2010~2015 年美国网络零售额情况

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
网络零售额 (亿美元)	1 689	1 979	2 269	2 643	3 049	3 408
增长率 (%)	16.6	17.2	14.7	16.5	15.4	11.8
占零售总额的比例 (%)		4.8	5.2	5.8	6.5	7.3

资料来源：美国商务部

智能手机的快速普及仍然是电子商务的主要驱动力，因为上网时间更长的消费者更有可能参与网上交易。Forrester公司预计，在未来五年内，美国电子商务将保持10%的年均复合增长率，预计2019年网络零售额将达到4800亿美元。

2015年，网上销售最大的三大品类是消费电子产品、计算机和服装，共同占35%的电子商务销售额（参见图A-8）<sup>①</sup>。

① Forrester. Forrester Research Online Retail Forecast, 2013 To 2018(US)[EB/OL](2015-01-22)[2016-02-20].  
<https://www.forrester.com/report/Forrester+Research+Online+Retail+Forecast+2013+To+2018+US/-/E-RES115941>.

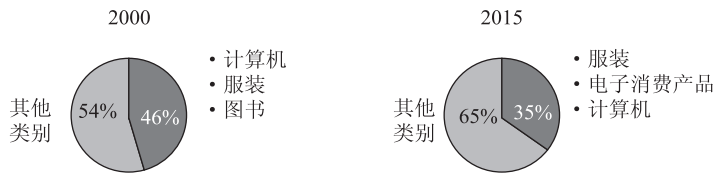


图 A-8 美国 Top3 品类的网上销售集中度对比

数据来源：Forrester Research 公司

(1) 两大品类仍专注于线下。能够触摸、感觉实物以及能够立即从临近地点购买对于食品和家居建材至关重要。此外，由于线下和线上食品店之间缺乏价格优势，消费者没有理由在走进商店之前在网上调查食品采购。2015 年，食品与家居建材的网上销售持续滞后，依然是我们研究发现渗透率最低的 30 个品类之一（参见图 A-9）<sup>①</sup>。

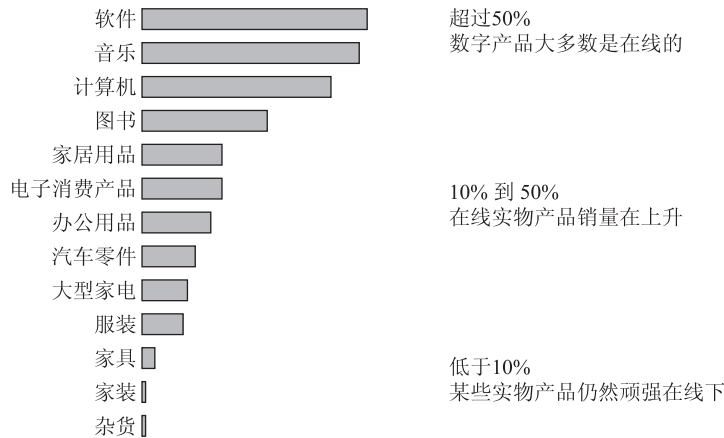


图 A-9 2015 年美国在线品类份额

注：并不是所有类别的预测都包含在这张图中

数据来源：Forrester Research 公司

(2) 谨防数据泄露的风险。对于零售商来说，数据泄露是可怕的。它不仅增加财务成本，还会带来名誉损失。由于商家存储、分析和数字化使用来自更多来源的更多购物者、供应商和产品数据，他们需要敏锐地意识到如何正确地保护数据。55%的网购者表示在网上购物时关心个人隐私和安全。许多零售商已经在努力地解决这些问题：零售 CIO 把数据和支付安全性作为其 2015 年的优先事项之一。请确保最高级的 IT 主管关注这个话题，并与他们一起使安全性成为共同技术议程的核心要素。

(3) 选择全渠道策略。所有拥有网站的零售商都需要一个全渠道战略以提高网店的效率和配送的成本效益。无尽的通道功能使零售商能够“拯救销售”，而相对于中央

<sup>①</sup> Forrester. Forrester Research Online Retail Forecast, 2013 To 2018(US)[EB/OL](2015-01-22)[2016-02-20]. <https://www.forrester.com/report/Forrester+Research+Online+Retail+Forecast+2013+To+2018+US/-/E-RES115941>.

配送中心来说, 分店配送计划可以更便宜、更快速地配送产品。事实上, 全渠道战略是商家在 2015 年的优先事项之一, 仅次于移动。但要注意糟糕的执行力: 如果没有办法来充分利用现有的联营店, 或没有深度自动化和报表以在这个过程中实现透明度, 单独配送很快就会变得非常昂贵。

### A.3.2 欧盟电子商务发展情况

欧盟是继美国之后的另一个成熟电子商务市场。根据欧洲电子商务协会数据显示, 2014 年欧洲共有 8.18 亿居民, 其中 5.64 亿是互联网用户, 3.31 亿是网购用户。2014 年欧盟 28 国的 B2C 电子商务交易额为 3687 亿英镑, 增长 13.7%。E-commerce Europe 公布的欧洲排名前 5 名国家 B2C 电子商务交易额如下表:

表 A-8 欧洲排名前 5 名国家 B2C 电子商务交易额

排名	国家	2014 (亿欧元)	2015 (亿欧元)
1	英国	1 272	1 439
2	德国	712	800
3	法国	568	624
4	俄罗斯	188	230
5	西班牙	169	190

根据欧盟统计局 Eurostat 的数据, 欧盟通过网络购买商品和订购服务的网民比例逐年上升, 2015 年已经达到 43% (参见图 A-10)。其中, 英国达到 75%, 丹麦、德国、卢森堡、挪威等国都超过 60% (参见图 A-11)。<sup>①</sup>

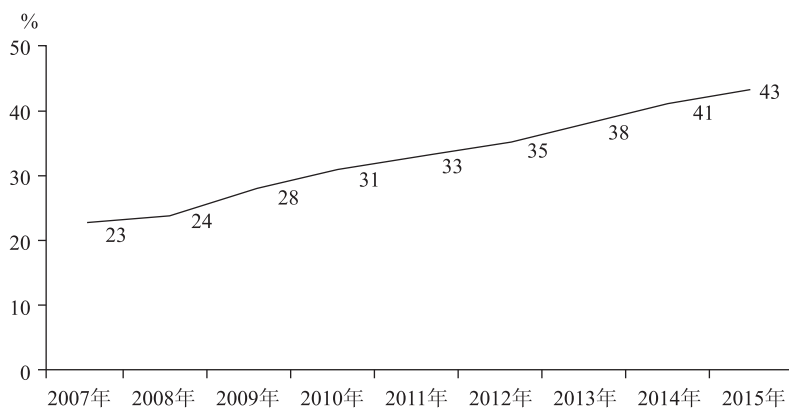


图 A-10 欧盟通过网络购买商品和订购服务的网民比例上升轨迹

数据来源: Eurostat, 2016 年 2 月

<sup>①</sup> Eurostat. Individuals having ordered/bought goods or services for private use over the internet in the last three months[EB/OL](2014-12-16) [2015-04-20].

[http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc\\_ec\\_ibuy&lang=en](http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc_ec_ibuy&lang=en).

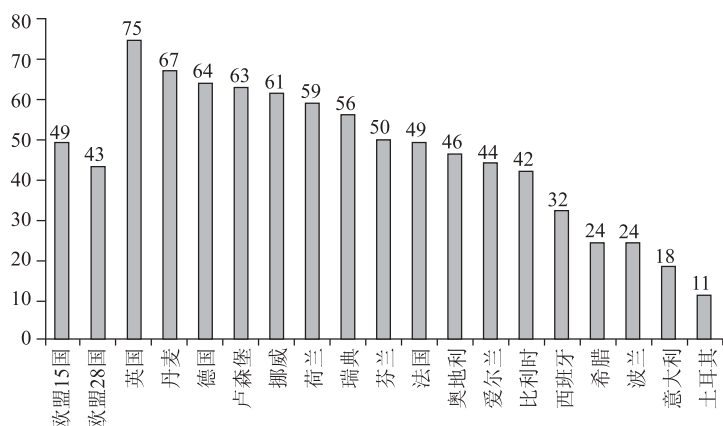


图 A-11 2015 年欧盟各国通过网络购买商品和订购服务的网民比例

数据来源：Eurostat，2016 年 2 月

英国是欧盟电商的领导者，2014 年占欧洲 B2C 电子商务 30% 的市场份额。其次是德国和法国，分别占 16.8% 和 13.4% 的份额（参见图 A-12）。

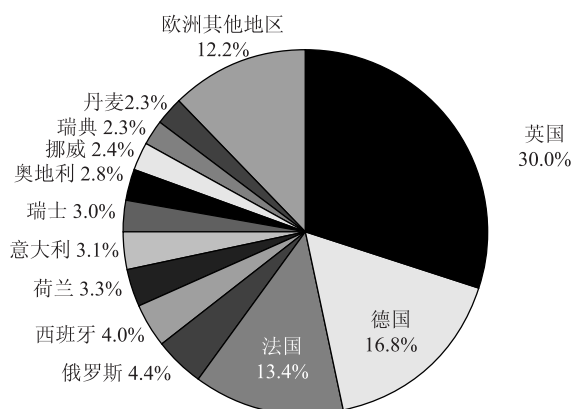


图 A-12 2014 欧洲 B2C 电商规模最大的 12 个国家

数据来源：欧洲电子商务协会

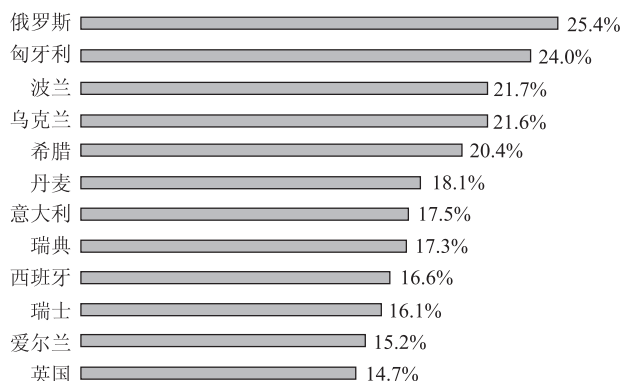


图 A-13 2014 年欧洲 B2C 电商增速最快的 12 个国家

数据来源：欧洲电子商务协会

就增长速度而言，俄罗斯的 B2C 电商增速超过所有欧盟国家，2014 年为 25.4%。在欧盟国家中，匈牙利增速最快，为 24%；波兰、乌克兰、法国的增速较快，均在 20% 以上（参见图 A-13）。

欧盟统计局 Eurostat 在对除了金融业以外，10 人以上职工的企业的普查，得到的企业在线采购和销售的企业比例如图 A-14 所示。

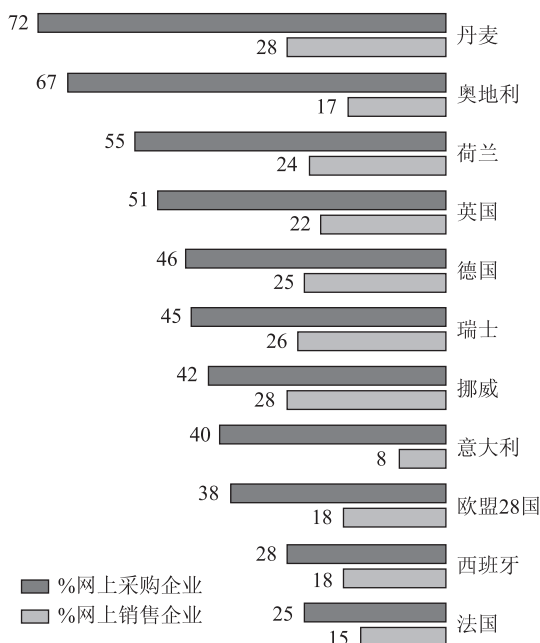


图 A-14 企业在线采购和销售比例（10 人以上企业）

数据来源：Eurostat

### A.3.3 法国电子商务市场的发展情况

#### 1. 法国的电子商务总体形势

2015 年法国多项经济指标好于预期，经济复苏已取得初步成果。据法国财政部统计，2015 年法国国内生产总值比 2014 年增长 1.2%，家庭购买力增长 1.8%，家庭消费增长 1.4%。其中，电子商务销售额显著提高，网上成交额达到 649 亿欧元，比 2014 年增长 14.3%。法国电子商务和远程销售联合会（FEVAD）公布的数据显示，法国 B2C 电商销售额占整个零售业 6% 的份额；如除去食品类商品，则已达到零售业的 9%。

据《观察家》杂志调查，法国有 3 630 万网民 2015 年至少在网上购物一次。网民数量总数相对稳定，但新增网购用户 230 万，比上一年增加了 7%。法国全年网上销售额超过 650 亿欧元，增长率超过 14.3%，远高于 2014 年的 11%。全年在线支付达 8.35 亿笔，比 2014 年的 7 亿笔增加了 19%。

FEVAD 表示，由于在去年巴黎遭恐怖分子袭击后，购物者更多选择在网上购物。仅 2015 年 11 月和 12 月（圣诞节期间），网上产品和服务的销售额同比增加了 12%，

突破 128 亿欧元。

iCE 40 指数表明，其在固定测量周期内，对法国龙头电商网站发展状况跟踪测算的数据是：尽管 2015 年第四季度有整体下滑，但估算法国电子商务全年的增长率仍是两位数，达 10%。B2B 电商销售额也重新恢复到 11% 的增长水平。

## 2. 法国 2015 年电子商务发展特点

首先，每个订单的平均采购金额下降，但采购次数增加，因此总销售额增加。例如 2015 年第四季度每个订单采购金额相对于 2014 年降低了 6%，仅第四季度就比 2014 年同期平均少 5 欧元。全年平均采购金额是 78 欧元/订单。但比较而言，平均单笔采购金额，网购仍比其他采购方式的要高。

其次，尽管平均每个订单采购金额下降了，但一年来不仅新增了 230 万网购用户，网购频率也增加了。网购用户平均每年网购 23 次（约 2 个月购买一次），平均全年网购金额达 1780 欧元（2014 年是 1640 欧元）。这意味着每个网购用户全年订单数新增 13%，采购金额增加 8%。相对于过去四年，网上购买频率增加了 68%，平均花费增长了 45%，网购用户增加了 20%。

第三，FEVAD 研究中心及合作机构的研究数据表明，有 70% 的网民通过电商平台购买或销售过商品，包括新产品或二手货，即 C2C 电商模式非常普遍。

第四，消费习惯更趋理性。有 53% 的网购用户在下单前都要去查阅产品评论、用户点评，以帮助他们作出购买决定。

最后，法国网购用户的增加也得益于新创建网站数量的快速增长。2015 年一年电商网站的数量增加了 16%，即有 2.5 万家新增电商网站，创下了有史以来的新纪录。现在法国超过 18.2 万家活跃电商网站，比 5 年前多出 10 万家。

## 3. 移动电子商务的发展情况

iCM 指数表明，通过智能手机和平板电脑（移动电商网站和 APP，不含软件下载交易）实现的网上销售额，2015 年全年增长了 39%，占整个网上销售的 21%（2014 年为 15%）。总销售额估算为 60 亿欧元，占整个电商销售额的 10% 左右。法国国家统计局 INSEE 统计的数据表明，有 24% 的商家通过移动终端网站或 APP 接收订单，在线销售其产品。

Fevad/CSA 调查表明，有 29% 的消费者在实体店购物时，用手机扫描商品上的二维码，查阅产品评论和用户点评，查阅比价网站上相同产品在不同网站上的销售价格，以及最终通过手机下单完成采购。这种利用移动终端进行消费的模式，已经被越来越多的人接受和采用。

## 4. B2C 电商发展数据统计

### 1) 2015 年法国电商零售业主要行业销售额

表 A-9 2015 年法国电商零售业主要行业销售额

排名	品类	销售额 (€)	占比 (%)
1	旅游产品和服务	183 亿欧元	32
2	服饰、鞋帽和家居纺织用品	54 亿欧元	10
3	电子产品	40 亿欧元	7

续表

排名	品类	销售额 (€)	占比 (%)
4	快消品	40 亿欧元	7
5	影像产品和其他非物质文化产品	26 亿欧元	5
6	家具、装潢及厨房设备	17 亿欧元	3
7	个性化手工艺制品	15 亿欧元	3
8	游戏、玩具	6.5 亿欧元	1
9	健康、美容	6.0 亿欧元	1

资料来源: Fevad, 法国国家统计局, 法国鞋业联盟, 旅游之声, 尼尔森调研公司等

## 2) 法国 TOP5 零售电商类网站的访问量统计

表 A-10 法国 TOP5 零售电商类网站的访问量

网站名称	单月平均独立访问量	单日平均独立访问量
1 Amazon	16 832 000	1 878 000
2 CDiscount	10 501 000	868 000
3 Fnac	8 847 000	676 000
4 eBay	7 989 000	969 000
5 Voyages-Sncf.com	6 768 000	488 000

资料来源: Médiamétrie/NetRatings 对 2015 年第一季度的检测数据的统计结果

## 3) 网购用户在线支付方式的分布比例

表 A-11 法国网购用户在线支付方式

序号	在线支付方式	占比 (%)
1	银行卡	81
2	电子钱包	38
3	优惠券	32

资料来源: Fevad/Médiamétrie 的 2015 上半年年度报告

## 4) 网购商品送递用户方式的分布

表 A-12 法国网购商品送递用户方式

序号	送递方式	占比 (%)
1	直接快递到家	83
2	快递定点自取	66
3	实体店自取	26

资料来源: Fevad/Médiamétrie 的 2015 上半年年度报告

## 5. 法国 2016 年电子商务发展情况预期

预计 2016 年, 法国电子商务销售额增长 10%, 达 700 亿欧元以上, 将产生超过 10 亿笔网购订单, 有 20 万家电商网站投入到电子商务领域中, 共同推动法国的电子商务发展<sup>①</sup>。

① 数据是 FEVAD 在对法国超过 18.2 万个网站进行跟踪研究, 根据网购用户不断增加和网购频率不断提高的趋势, 在毕马威会计师事务所核算验证基础上估算公布出来的。

### A.3.4 俄罗斯电子商务市场发展情况

#### 1. 俄罗斯电子商务发展总体情况

俄罗斯已从新兴电子商务市场步入快速增长的电子商务市场。2015 年俄罗斯国内包裹量达到 1.6 亿个，订单平均价格由 2014 年 3750 卢布增加到 2015 年的 4050 卢布，网络零售规模达到 6500 亿卢布，较 2014 年增长 10%（参见图 A-15）。但由于卢布的大幅度贬值，以美元计算，俄罗斯国内实物类电子商务市场规模降至 105 亿美元。

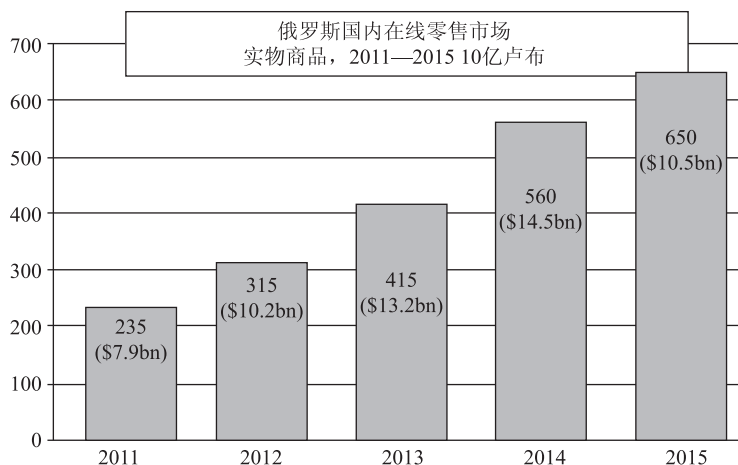


图 A-15 俄罗斯电子商务市场增长预期

注：这些数据仅包括实物商品，不包括 C2C、MLM 和团购企业的跨境服务订单

数据来源：Data Insight



图 A-16 俄罗斯各地区互联网用户分布

数据来源：FOM

俄罗斯已经形成较大规模的网购群体。俄罗斯网络用户数量保持每年 10% 以上的增长，2011 年超过德国成为欧洲互联网用户最多的国家，2014 年第三季度达到 7230 万，互联网渗透率 62%，其中网络消费者数量超过 3000 万。由于俄罗斯居民收入的差异，俄罗斯各地区互联网渗透率差异明显，莫斯科和圣彼得堡地区可达到 77%，而小

城镇、农村仅为 50% 左右，伏尔加联邦区平均渗透率为 58%（参见图 A-16）。

## 2. 俄罗斯跨境电子商务发展情况

俄罗斯跨境电子商务在 2014 年、2015 年保持高速增长。2014 年，俄罗斯跨境电子商务市场规模达到 50 亿美元，同比增长 75%。中俄跨境电子商务成为俄罗斯电子商务市场增长最快的区域。2015 年中俄跨境电子商务交易额由 2014 年 22 亿美元增至 34 亿美元，增速达到 54.5%。

俄罗斯跨境网购消费群体已经超过 1500 万，2014 年订单量已经达到 7000 万。据俄罗斯邮政和 NAMO 数据估计，2013 年至 2014 年，到俄罗斯的 B2C 跨境包裹总量上升迅速，增长了近 70%（参见图 A-17）。

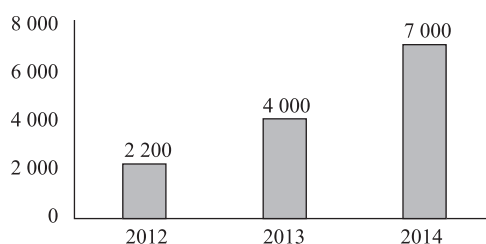


图 A-17 俄罗斯跨境 B2C 邮政包裹量（单位：万个）

数据来源：俄罗斯邮政部门通过 NAMO 统计

2015 年，中国电子商务企业纷纷布局俄罗斯市场。

速卖通已经成为俄罗斯最大的跨境电子商务平台。2015 年，速卖通在俄注册用户由 400 万增长到 1800 万，年交易额超过 15 亿美元。7 月，菜鸟网络开通长春至莫斯科每周一班的电子商务全货机，主要服务速卖通卖家。年成交 1 亿美元及以上的俄罗斯本土 B2C 电子商务平台欲集体入驻速卖通。

京东将俄罗斯确定为海外业务的首个发力市场。2015 年“618”购物节期间，京东俄罗斯馆正式上线。目前京东已经与俄罗斯本土最大电子商务 Ulmart，Yandex Money、Qivi wallet 等支付机构，SPSR 及俄罗斯邮政等物流企公司达成合作。

俄速通通过海外仓和落地配全面布局俄罗斯物流业务。2015 年 7 月，专注于俄语市场的第一大物流企业俄速通通过与莫斯科格林伍德商贸中心成立合资公司的方式，建立首个俄罗斯跨境电子商务海外仓。此外，俄速通投资成立了 B2B 平台“俄优选”，并计划尽快启动落地配业务，对俄罗斯境内物流企业进行整合。

敦煌网将对俄总部设在哈尔滨，2014 年 7 月份敦煌网上线俄语平台，在哈尔滨建立 40 人的分公司，专注于俄罗斯市场。2015 年，敦煌网与 SPSR 达成合作，成为第一家在俄罗斯提供货到付款服务的跨境电子商务企业。

专注于俄罗斯市场的跨境电子商务进出口平台“绥易通”于 2015 年 9 月 8 日正式上线，面向中俄两国市场提供零售与小额批发业务，目前已有 200 多家中国商户入驻。

顺丰也于 7 月 22 日开通长春—莫斯科货机，此外，在顺丰公布的国际化战略中，计划在俄罗斯建设 20 个海外仓。中国电子商务企业在俄罗斯的布局如表 A-13 所示。

表 A-13 中国电子商务企业在俄国的布局

企业	对俄平台	主要布局	合作企业
阿里巴巴	速卖通 ru.aliexpress.com	速卖通俄语站 注册俄罗斯分公司 开通对俄全货包机	Yandex money
京东	京东俄语站 en.jd.com/ru	京东俄语站 与俄企业开展物流合作 第三方支付合作	Ulmart Yandex money SPSR 俄罗斯邮政
俄速通	俄优选 www.rufavor.com	俄优选小 B 平台 莫斯科落地海外仓 计划开展落地配	格林伍德
敦煌网	敦煌网俄语平台 ru.dhgate.com	上线俄语平台 与俄企业开展物流合作 支持货到付款	SPSR
绥易通	绥易通平台 www.tradeease.cn	上线绥易通平台 支持卢布结算 同时支持零售和批发	Yandex money
顺丰		开通莫斯科全货包机 计划在俄建立海外仓	

资料来源：亿邦动力整理

### A.3.5 韩国电子商务发展情况

韩国的电子商务走在世界前列。2015年，韩国网络零售交易额达到53.934万亿韩元，增长19.1%（参见图A-18）。

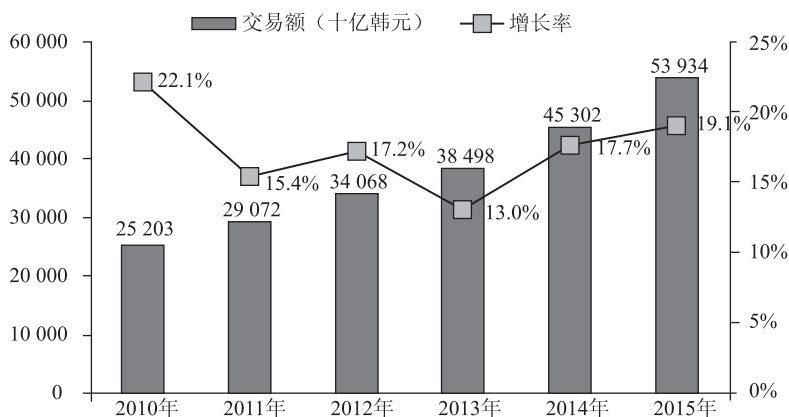


图 A-18 2010~2015 年韩国网络零售市场规模及增长率

数据来源：韩国统计厅，2016年2月

在线旅行是韩国电子商务的第一大品类，2015年交易额接近10万亿韩元，占电子商务交易额的18.5%。家电、电子和通信设备，服装，家用物品、汽车及配件，三大品类占比也超过10%（参见图A-19）。图书和办公用品的交易额出现了下滑，2015年

分别降低 10.1% 和 2.2%。

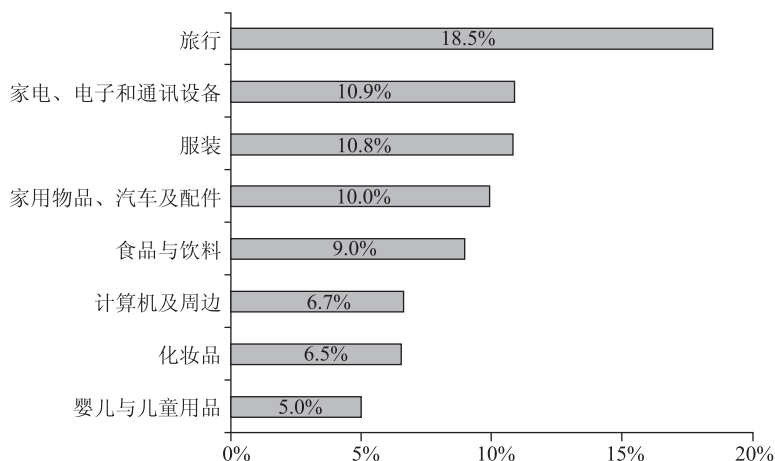


图 A-19 2015 年韩国电子商务主要品类的占比情况

数据来源：韩国统计厅，2016 年 2 月

韩国是全球移动电商的领导者。2015 年移动商务交易额达到 24.427 万亿韩元，增长了 64.3%。移动交易额占电子商务交易额的比例达到 45.3%。

### A.3.6 印度电子商务发展情况

印度的电子商务起步较晚，本土电商于 2007 年左右开始出现。但印度人口基数大、平均年龄仅有 26 岁，传统商业体系落后，具有得天独厚的语言和技术优势，未来的市场空间巨大。印度政府也十分重视数字经济发展，并于 2015 年推出“数字印度”计划，拟投入 180 亿美元加快“信息高速公路”建设，到 2019 年实现 25 万座村庄通网络。该计划被称为“印度未来的路线图”，对加快信息化基础设施建设、推动电子商务普及应用具有重要意义。

印度电商从 2014 年开始快速成长，2015 年呈爆发增长势头，全年网民规模增加 1.3 亿，达到 3.75 亿，超过美国跃居世界第二位<sup>①</sup>。根据 eMarketer 报告，2015 年印度网络零售成交额为 140 亿美元，增长 130%，是亚太国家之中增长最快的<sup>②</sup>。

目前，印度网络零售市场呈 Flipkart、Snapdeal 和亚马逊三足鼎立的发展格局。Flipkart 由两名亚马逊的前员工于 2007 年创建。其模式类似于京东商城，包括自营和第三方开放平台两大业务类型，并自建物流网络 eKart 和支付系统 PayZippy。截至 2015 年底，Flipkart 的估值是 150 亿美元，是印度估值最高的创业公司。Snapdeal 成立于 2010 年，总部位于孟买，两位创始人分别来自沃顿商学院和印度理工学院。Snapdeal 的商业模式类似于天猫。截至 2015 年底，Snapdeal 估值是 50 亿美元，是印

① 数据来源：Internet World Stats, Internet Live Stats.

② eMarketer. 2015 年亚太地区零售电子商务销售额 8776.1 亿美元[EB/OL](2015-12-24)[2016-04-23].  
http://www.199it.com/archives/420790.html.

度估值次高的创业公司。亚马逊于 2013 年 6 月正式进入印度市场。由于印度政府禁止国外网络零售商向本国消费者直接销售商品，只允许其全资拥有交易市场，因此亚马逊（印度）是一个第三方交易平台。亚马逊十分重视印度市场。据亚马逊国际业务总负责人迭戈·皮亚琴尼透露，印度是亚马逊继美国之后的第二大投资市场。2014 年，亚马逊宣布在印度投资 20 亿美元；2015 年 7 月，《印度经济时代》的报告指出，亚马逊将在未来几年内在印度增加 50 亿美元的投资。亚马逊在印度的业务发展迅速，2015 年第四季度的销售额超过了 2014 年全年。除印度子公司外，亚马逊在 2015 年 12 月领投了印度 O2O 家政服务平台 Housejoy 的 B 轮融资，总投资额为 2300 万美元。

中国的互联网巨头也加强了对印度市场的布局。印度已成为阿里巴巴的全球第二大市场。阿里巴巴希望通过投资印度复制自己在中国的成功。2015 年 8 月，阿里巴巴联合富士康和软银向 Snapdeal 投资 5 亿美元。2016 年 2 月，印度媒体《Mint》报道称，阿里巴巴正寻求入股 Flipkart，同时希望再次增资 Snapdeal，并要求两家企业下调估值。在支付方面，2015 年 2 月蚂蚁金服收购印度最大支付平台 Paytm 母公司 One97 Communications 的 25% 股份。9 月，阿里巴巴和蚂蚁金服战略投资 Paytm，两者在 Paytm 的总持股达到 40%。Paytm 的估值达到 40 亿美元。

在国内数次试水电商的百度，也把目光投向了印度。2016 年 1 月，百度公开表示正在与美食搜索网站 Zomato、票务在线销售商 BookMyShow 和杂货电商 BigBasket 等印度电商创业公司展开投资谈判。

软银、DST、老虎基金、红杉资本、IDG、加拿大安大略省教师退休基金会等全球著名风险投资机构也把印度作为当前的投资重点。以软银为例，2015 年软银在印度投资了 20 亿美元，并计划在未来 10 年内投资 100 亿美元。其中，电子商务是最重要的投资领域。软银在 2014 年投资了印度电商 Snapdeal 和打车应用 Ola Cabs，成为 Snapdeal 的第一大股东；2015 年，软银继续对这两家企业进行了新一轮的投资，并斥资 9000 万美元投资房地产网站 housing.com。

### A.3.7 中东电子商务发展情况

中东地区的网上购物在过去的十年中增长了 1500%，人均互联网的渗透率居世界前列，网上消费的潜能也在迅速变强。

中东地区多为产油国，消费者购买力强，再加上互联网普及率高，人们网购的意愿较强。PayPal 此前的一项研究结果称，2015 年，海湾合作委员会国家（GCC）的网上销售额将达到 150 亿美元，而在 2012 年，这一数字还仅为 90 亿美元。2014 年，在手机等移动设备上发生的在线购物占到 10%，该地区的移动购物规模在 2015 年翻了一番，达到整个在线网购交易额的 20%。

#### 1. 阿联酋电子商务发展情况

近几年来，阿联酋主导了中东地区 B2C 电商市场的增长。就销售额来说，阿联酋是中东最大的电商市场，而且该国有着最好的 B2C 基础设施，手机、互联网和支付卡的覆盖率最高。阿联酋电商 Souq 是中东 B2C 市场最著名的电商。亚马逊、eBay 和速卖通这些国际电商也是中东地区最受欢迎的网购平台。越来越多的消费者上网购物，

阿联酋的电商零售额在 2014 年至 2019 年间将增长三倍，预计阿联酋电子商务市场规模在 2018 年将达到 100 亿美元。

Research and Markets 关于中东 B2C 电商市场的调查报告显示，经过几年的发展，阿联酋已成为中东地区最大的 B2C 电商市场。除了 B2C 电商销售额在中东地区排名第一外，阿联酋的电商基础设施建设也处于领先地位。据悉，阿联酋民众热衷于上网和玩手机，其互联网渗透率和手机持有率都达到了 70% 以上，位居中东第一。

万事达此前进行的一项“网购行为”研究也显示，阿联酋有 50% 的人都会上网买东西，该比率位居中东地区第一，沙特阿拉伯和卡塔尔以 48% 紧随其后。万事达公司中东非洲区支付部门负责人亚伦·奥利弗表示，在线购物的稳定增长势头表明，阿联酋新一代消费者很了解高科技并很享受在线购物带来的便利、速度、省钱、交易安全等好处。

此外，科技公司 Criteo 2015 年上半年的这份统计数据也表明，在阿联酋和沙特阿拉伯，三分之一的网购都是通过移动设备完成的。

来自尼尔森市场研究公司的一份电子商务全球调查显示，在 2015 年，机票预定、旅游和酒店预定、活动门票（包括电影、游戏等）位列阿联酋居民网购十大首选商品前三名。而第 4 名至第 10 名分别为手机、电子书、服装/配饰/鞋、电子产品（包括电视和相机等）、软件、音乐、录像带/DVD/游戏光盘。

## 2. 沙特阿拉伯电子商务发展情况

近年来，随着沙特网络服务质量的提升，网络用户尤其是具有很强购买力的年轻用户数量不断增加，呈现出高速增长态势的沙特电子商务的前景普遍为业界所看好。Research and Markets 关于中东 B2C 电商市场的调查报告显示，沙特的电商市场已经成为中东地区第二大 B2C 电商市场。移动电商在这里有很大的发展潜力，调查表明，超过三分之二的网购用户最近一次的购物是发生在手机端。沙特是阿拉伯国家中电子商务发展最快的一个，已接近发达国家水平。

此前，《阿拉伯商务媒体》曾报道称，沙特电商市场快速发展主要是因为 25% 的沙特阿拉伯网络用户经常进行网购，比例虽然只有四分之一，但消费总额巨大。沙特经济学家阿巴斯曾表示，沙特的互联网用户正在飞速增长，而且大多数网络用户的年龄都超过了 18 岁，这使得电子商务业务能够更为方便地定位于目标用户群。与周边国家相比，沙特国内互联网用户增多将带动该市场的繁荣发展，特别是出于宗教习俗考虑，一些年轻的女企业家对电商领域表现出了极大兴趣和关注。

据测算，如果一个国家的网络零售额占到了零售总额的 8.5%，那就可以认定这个国家的网络零售市场已经达到了发达水平，如德国的网上零售市场占比达到 11.7%，而澳大利亚则为 8.9%。如今，沙特阿拉伯离这个目标越来越近。据估计，2016 年，沙特阿拉伯网上零售市场占其零售市场总额的比例将达 8%，如果达到这一比例将能超越美国的 7.1%、日本的 6.8%、法国的 6.7%。

不过，沙特电商市场的发展也存在一些制约因素，如网上购物时，个人信用卡信息有泄露的风险，商品与期望值也存在差距。此外，大多数女性消费者倾向于购买前能看到实物，还有沙特的在线商品零售价格与发达国家相比也较高。

对于沙特电商市场的发展前景，沙特麦加工商会主席扎马尔透露，麦加工商会将通过与迪拜阿里巴巴电商平台以及迪拜商会的紧密合作，将阿里巴巴电商平台引入沙特，以推进电子商务在沙特的发展，完善当地企业的经营模式，使之与国际接轨。他也强调，政府应该制定相关监管制度来保证沙特买家以及卖家在网络交易中的权益，增加沙特买家与卖家之间的信任关系。

### 3. 以色列电子商务发展情况

以色列是中东另一重要电商市场。在以色列的 B2C 市场，不论是吸引消费者，还是与其他商家竞争，价格有着重要的影响。随着互联网覆盖率提高和网购消费者人数的增加，以色列的电商市场将表现出巨大的发展潜力。

以色列的网络经济发展水平居于世界前列，网络经济总量占其经济总量也有相当的比重。然而，令人意外的是，以色列的电商销售额占国内生产总值的比例却非常低。有分析称，内需有限、居民购物习惯以及物流成本等因素的制约，是以色列电商市场如今仍处于起步阶段的主要原因。

以色列国内电商市场的规模非常小，而且很落后，仅有的两个关键市场是电子产品和旅游业，而且毛利非常低。同时，发达的交通系统使得人们驱车到购物中心买东西非常便利，去实体店购物依然是人们的主流消费习惯。另外，由于政治层面的原因，以色列与中东国家的关系仍然比较紧张，发往以色列的包裹往往无法通过中东国家的物流枢纽中转，因此物流成本会稍微高一些。

不过，低水平的以色列电商市场其相关技术却非常发达。作为著名的创业国度，以色列有着数量庞大的创业企业，被认为是仅次于硅谷的第二创新梯队，也为以色列带来大量的风险投资和并购机会。比如，英特尔、微软等科技巨头在美国以外的首家研发中心就落户在以色列，这些世界顶级的研发中心利用以色列的高素质人才和活跃的创新氛围，取得了令人瞩目的技术成就。以色列也借此成为网络技术的领军国度，尤其是在云计算、数据存储、大数据分析等领域。

因此，以色列成为国际著名电子商务企业的创新试验田。美国第四大零售商 Sears 于 2009 年进入以色列，在以色列设立研发中心，研究与电子商务相关的技术、服务、产品和概念，提供的服务包括创新的社群电子商务平台 shopyourway.com，将社交层添加在电子商务之上的 Swidget，以及移动商务平台等。

另外，eBay 于 2005 年并购了以色列公司 shopping.com，并据此成立了以色列研发中心，致力于推动全球在电子商务和支付方面的创新。2010 年，eBay 在收购了以色列创新企业 The Gifts Project 的同时成立创新发展中心，并推出新的在线零售模式——社群电子商务平台。2013 年，eBay 在以色列的内塔尼亚设立创新企业孵化器，主要发展互联网贸易、社交网络和大数据交换。目前，eBay 在以色列已经开通本地化网站，占据了最大的市场份额。

尽管目前以色列电商市场仍是 eBay 一家独大，但近年来以色列也涌现了一批本土电商，如 Walla shopping.il、Nana.co.il、aoika.co.il 等（il 是以色列网站的后缀）。其中，Walla shopping.il 是一个综合性的网购网站，在以色列的影响力日益壮大。其母公司 Teletel 通讯公司在 1995 年就创立了以色列著名的门户网站 walla.co.il，接着又进

军电商领域。aolka.co.il 则是一个垂直电商网站，主要销售时装、配饰等，受到热爱穿衣打扮的年轻人的追捧。

如今的以色列 B2C 市场，不论是吸引消费者，还是与其他商家竞争，价格都起到了重要作用。有分析人士认为，由于经济发达，人民富裕并有很强的购买力，以色列电商市场未来的发展前景十分可观。

#### **4. 卡塔尔电子商务发展情况**

卡塔尔的人均 GDP 水平世界排名第三，尽管该国大多数人口已经接入互联网，但是上网购物的人数少于 20%。调查表明，在线商品价格是影响居民网购的最大因素，如果网上价格比实体店更优惠，会刺激消费者更常上网购物。

#### **5. 中东其他国家电子商务发展情况**

巴林是中东地区 B2C 市场发展最快的国家。伊朗的电商最近几年一直在发展，出现了许多电商初创公司。同时，阿曼和约旦的互联网覆盖率迅速增长，但是只有一小部分的互联网用户上网购物。

## 附录 B 2015 年电子商务政策法规汇总

颁布时间	发文单位	名 称
2015 年 1 月 10 日	国家旅游局	《关于促进智慧旅游发展的指导意见》
2015 年 1 月 13 日	工业和信息化部	《关于在中国（上海）自由贸易试验区放开在线数据处理与交易处理业务（经营类电子商务）外资股权比例限制的通告》
2015 年 1 月 15 日	商务部	《关于应用全国电子商务信息管理分析系统开展电子商务统计监测工作的通知》
2015 年 1 月 20 日	国家外汇管理局	《关于开展支付机构跨境外汇支付业务试点的通知》
2015 年 3 月 7 日	国务院	《关于同意设立中国（杭州）跨境电子商务综合试验区的批复》
2015 年 3 月 16 日	国家质量监督检验检疫总局	《关于促进电子商务健康发展的指导意见》
2015 年 3 月 30 日	商务部	《关于网络零售第三方平台交易规则备案系统上线运行的通知》
2015 年 4 月 3 日	商务部	《关于印发〈2015 年电子商务工作要点〉的通知》
2015 年 4 月 8 日	国务院	《关于印发中国（福建）自由贸易试验区总体方案的通知》
2015 年 4 月 8 日	国务院	《关于印发进一步深化中国（上海）自由贸易试验区改革开放方案的通知》
2015 年 4 月 8 日	国务院	《关于印发中国（天津）自由贸易试验区总体方案的通知》
2015 年 4 月 8 日	国务院	《关于印发中国（广东）自由贸易试验区总体方案的通知》
2015 年 4 月 22 日	国务院	《关于自由贸易试验区工作进展情况的报告》
2015 年 4 月 24 日	全国人民代表大会常务委员会	《中华人民共和国食品安全法》（2015）
2015 年 4 月 24 日	全国人民代表大会常务委员会	《中华人民共和国电子签名法》（2015）
2015 年 4 月 24 日	全国人民代表大会常务委员会	《中华人民共和国广告法》（2015）
2015 年 5 月 4 日	国务院	《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》
2015 年 5 月 4 日	财政部、商务部	《关于做好 2015 年电子商务进农村综合示范申报工作的通知》
2015 年 5 月 8 日	海关总署	《关于支持和促进中国（广东）自由贸易试验区建设发展的若干措施》
2015 年 5 月 8 日	海关总署	《关于支持和促进中国（福建）自由贸易试验区建设发展的若干措施》
2015 年 5 月 13 日	商务部	《关于印发“互联网+流通”行动计划的通知》
2015 年 5 月 14 日	国家质量监督检验检疫总局	《关于进一步发挥检验检疫职能作用促进跨境电子商务发展的意见》

续 表

颁布时间	发文单位	名 称
2015年5月16日	国务院	《关于加快高速宽带网络建设推进网络提速降费的指导意见》
2015年6月3日	海关总署	《关于规范通关无纸化电子支付税款问题的公告》
2015年6月11日	国务院	《关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》
2015年6月19日	工业和信息化部	《关于放开在线数据处理与交易处理业务（经营类电子商务）外资股比限制的通告》
2015年6月20日	国务院	《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》
2015年6月24日	国务院	《关于运用大数据加强对市场主体服务和监管的若干意见》
2015年6月29日	国务院	《关于信息化建设及推动信息化和工业化深度融合发展工作情况的报告》
2015年7月1日	国务院	《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》
2015年7月1日	商务部	《关于请加快推进2014年度电子商务进农村综合示范工作的函》
2015年7月1日	国家工商行政管理总局	《互联网广告监督管理暂行办法（征求意见稿）》
2015年7月1日	国家工商行政管理总局	《广告发布登记管理规定（征求意见稿）》
2015年7月6日	商务部	《关于确认第二批国家电子商务示范基地的通知》
2015年7月6日	全国人民代表大会常务委员会	《中华人民共和国网络安全法（草案）》
2015年7月7日	商务部	《关于智慧物流配送体系建设实施方案的通知》
2015年7月13日	财政部、商务部	《关于开展2015年电子商务进农村综合示范工作的通知》
2015年7月18日	中国人民银行、工业和信息化部等部门	《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》
2015年7月22日	中国保险监督管理委员会	《关于印发〈互联网保险业务监管暂行办法〉的通知》
2015年8月3日	中国证监会	《关于对通过互联网开展股权融资活动的机构进行专项检查的通知》
2015年8月18日	国家食品药品监督管理总局	《网络食品经营监督管理办法（征求意见稿）》
2015年8月21日	商务部、发展改革委等部门	《关于加快发展农村电子商务的意见》
2015年8月25日	国务院	《关于印发三网融合推广方案的通知》
2015年8月26日	国务院	《关于推进国内贸易流通现代化建设法治化营商环境的意见》
2015年8月28日	海关总署	《关于新增第三方支付公司参与海关税费电子支付系统建设的公告》
2015年8月29日	全国人民代表大会常务委员会	《中华人民共和国刑法修正案（九）》
2015年8月30日	国务院	《关于印发贯彻实施〈深化标准化工作改革方案〉行动计划（2015—2016年）的通知》
2015年8月31日	国务院	《关于印发促进大数据发展行动纲要的通知》

续 表

颁布时间	发文单位	名 称
2015 年 9 月 18 日	国家旅游局	《国家旅游局关于实施“旅游+互联网”行动计划的通知》
2015 年 9 月 23 日	国务院	《关于加快构建大众创业万众创新支撑平台的指导意见》
2015 年 9 月 28 日	国家税务总局	《关于印发〈“互联网+税务”行动计划〉的通知》
2015 年 9 月 29 日	国务院	《关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》
2015 年 10 月 10 日	农业部	《关于组织开展农业电子商务“平台对接”专项行动的通知》
2015 年 10 月 10 日	交通部	《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法（征求意见稿）》
2015 年 10 月 23 日	国务院	《关于促进快递业发展的若干意见》
2015 年 10 月 26 日	国务院	《关于加强互联网领域侵权假冒行为治理的意见》
2015 年 10 月 26 日	商务部	《关于开展首批国家电子商务示范基地建设情况调查填报和中央补助资金使用绩效评价工作的通知》
2015 年 10 月 27 日	国家质量监督检验检疫总局	《关于 2015 年蚕丝被电子商务产品质量国家监督专项抽查情况的通报》
2015 年 11 月 3 日	商务部	《关于报送 2015 年度落实〈“互联网+流通”行动计划〉工作总结的通知》
2015 年 11 月 4 日	国务院	《关于加强金融消费者权益保护工作的指导意见》
2015 年 11 月 9 日	国务院	《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》
2015 年 11 月 19 日	国务院	《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》
2015 年 11 月 24 日	国家质量监督检验检疫总局	《跨境电子商务经营主体和商品备案管理工作规范》
2015 年 11 月 25 日	国家标准化管理委员会	《关于筹建全国电子商务质量管理标准化技术委员会的批复》
2015 年 11 月 25 日	工业和信息化部	《关于印发贯彻落实〈国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见〉行动计划（2015—2018 年）的通知》
2015 年 11 月 26 日	国务院法制办公室	《快递条例（征求意见稿）》
2015 年 12 月 1 日	国家标准化管理委员会	《关于公开征集全国电子商务质量管理标准化技术委员会委员的通知》
2015 年 12 月 2 日	国务院法制办公室	《中华人民共和国专利法修订草案（送审稿）》
2015 年 12 月 6 日	国务院	《关于加快实施自由贸易区战略的若干意见》
2015 年 12 月 17 日	国务院	《关于印发国家标准化体系建设发展规划（2016—2020 年）的通知》
2015 年 12 月 31 日	国务院	《关于印发推进普惠金融发展规划（2016—2020 年）的通知》
2015 年 12 月 31 日	海关总署	《关于福州、平潭跨境贸易电子商务保税进口试点项目实施方案的复函》

颁布时间	发文单位	名 称
2015年1月29日	吉林省人民政府	《关于促进互联网经济发展的指导意见》
2015年4月8日	江苏省人民政府	《关于加快互联网平台经济发展的指导意见》
2015年4月20日	福建省人民政府	《中国（福建）自由贸易试验区管理办法》
2015年4月20日	广东省人民政府	《中国（广东）自由贸易试验区管理试行办法》
2015年4月22日	陕西省人民政府	《关于印发发展跨境电子商务实施方案的通知》
2015年4月29日	宁夏回族自治区人民政府	《关于转发全区千村电商工程实施方案的通知》
2015年5月13日	四川省人民政府	《关于印发四川省电子商务发展三年（2015—2017年）行动计划的通知》
2015年5月22日	四川省人民政府	《关于印发四川省促进农村电子商务发展实施意见的通知》
2015年5月26日	广西壮族自治区人民政府	《关于加快电子商务发展的若干意见》
2015年5月28日	广西壮族自治区人民政府	《关于印发2015—2017年全区农村电子商务工作实施方案的通知》
2015年6月1日	广西壮族自治区人民政府	《关于支持第三方支付产业发展的若干意见》
2015年6月2日	内蒙古自治区人民政府	《关于加快推进“互联网+”工作的指导意见》
2015年6月11日	四川省人民政府	《关于印发四川省2015年“互联网+”重点工作方案的通知》
2015年6月23日	浙江省人民政府	《关于印发中国（杭州）跨境电子商务综合试验区实施方案的通知》
2015年6月24日	福建省人民政府	《关于加快电子商务发展九条措施的通知》
2015年7月20日	广东省人民政府	《关于印发中国（广东）自由贸易试验区建设实施方案的通知》
2015年7月20日	上海市人民政府	《印发〈关于促进本市跨境电子商务发展的若干意见〉的通知》
2015年7月20日	湖北省人民政府	《关于加快互联网平台经济发展的指导意见》
2015年7月24日	福建省人民政府	《关于印发推动农村电子商务发展行动方案的通知》
2015年7月30日	山东省人民政府	《关于印发山东省跨境电子商务发展行动计划的通知》
2015年8月16日	贵州省人民政府	《关于大力发展电子商务的实施意见》
2015年8月21日	甘肃省人民政府	《关于做好国家电子招标投标试点工作的通知》
2015年8月28日	江西省人民政府	《印发关于加快推进“互联网+”行动实施方案的通知》
2015年9月9日	黑龙江省人民政府	《关于印发黑龙江省“互联网+农业”行动计划的通知》
2015年9月21日	海南省人民政府	《关于促进内贸流通健康发展的实施意见》
2015年9月23日	广东省人民政府	《关于印发广东省“互联网+”行动计划（2015—2020年）的通知》
2015年9月30日	江西省人民政府	《印发江西省贯彻落实国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力意见若干措施的通知》
2015年10月8日	河南省人民政府	《关于印发河南省“互联网+”行动实施方案的通知》
2015年10月8日	宁夏回族自治区人民政府	《关于促进电子商务发展加快培育经济新动力的实施意见》

续 表

颁布时间	发文单位	名 称
2015 年 10 月 22 日	贵州省人民政府	《关于推进“互联网+”行动的实施意见》
2015 年 10 月 24 日	安徽省人民政府	《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的实施意见》
2015 年 10 月 27 日	重庆市人民政府	《关于推进网络交易市场诚信建设的意见》
2015 年 11 月 9 日	江苏省人民政府	《关于促进互联网金融健康发展的意见》
2015 年 11 月 11 日	辽宁省人民政府	《关于印发辽宁省发展跨境电子商务工作方案的通知》
2015 年 11 月 13 日	黑龙江省人民政府	《关于印发黑龙江省“互联网+流通”行动计划的通知》
2015 年 11 月 20 日	河北省人民政府	《关于促进跨境电子商务健康快速发展的实施意见》
2015 年 11 月 25 日	四川省人民政府	《关于推动跨境电子商务加快发展的实施意见》
2015 年 12 月 2 日	广西壮族自治区人民政府	《关于促进全区跨境电子商务健康快速发展的实施意见》
2015 年 12 月 4 日	河北省人民政府	《关于加强互联网领域侵权假冒行为治理的实施意见》
2015 年 12 月 4 日	江苏省人民政府	《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的实施意见》
2015 年 12 月 5 日	云南省人民政府	《关于促进电子商务及跨境电子商务发展的实施意见》
2015 年 12 月 9 日	贵州省人民政府	《关于印发贵州省加快农村电子商务发展实施方案的通知》
2015 年 12 月 9 日	甘肃省人民政府	《关于推进国内贸易流通现代化建设法治化营商环境的实施意见》
2015 年 12 月 11 日	福建省人民政府	《关于支持快递业加快发展七条措施的通知》
2015 年 12 月 13 日	江西省人民政府	《转发省农业厅关于贯彻互联网+农业行动计划加快推进全省智慧农业建设实施意见的通知》
2015 年 12 月 13 日	江西省人民政府	《关于印发江西省促进跨境电子商务健康快速发展工作方案的通知》
2015 年 12 月 17 日	四川省人民政府	《关于印发“互联网+四川制造”实施方案的通知》
2015 年 12 月 18 日	河北省人民政府	《关于推进农村电子商务全覆盖的实施意见》
2015 年 12 月 19 日	河南省人民政府	《关于印发中国（郑州）跨境电子商务综合试验区申建工作方案的通知》
2015 年 12 月 21 日	海南省人民政府	《关于推进跨境电子商务发展的意见》
2015 年 12 月 23 日	甘肃省人民政府	《关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的实施意见》
2015 年 12 月 24 日	安徽省人民政府	《关于印发安徽省加快推进“互联网+”行动实施方案的通知》
2015 年 12 月 24 日	天津市人民代表大会 常务委员会	《中国（天津）自由贸易试验区条例》
2015 年 12 月 25 日	山西省人民政府	《关于积极推进“互联网+”行动的实施意见》
2015 年 12 月 26 日	陕西省人民政府	《关于促进互联网金融产业健康发展的意见》
2015 年 12 月 26 日	山西省人民政府	《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的实施意见》
2015 年 12 月 28 日	湖南省人民政府	《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的实施意见》
2015 年 12 月 29 日	河南省人民政府	《关于运用大数据加强对市场主体服务和监管的实施意见》
2015 年 12 月 30 日	辽宁省人民政府	《关于印发辽宁省积极推进“互联网+”行动实施方案的通知》
2015 年 12 月 30 日	辽宁省人民政府	《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的实施意见》
2015 年 12 月 30 日	浙江省人民政府	《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的实施意见》
2015 年 12 月 31 日	重庆市人民政府	《关于印发重庆市“互联网+”行动计划的通知》

## 附录 C 2015 年中国电子商务发展大事记

### C.1 重大政策及会议活动

3月5日，国务院总理李克强在政府工作报告中首次提出“互联网+”、“跨境电子商务”等电子商务相关词汇。报告中明确提出要制定“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，对电子商务重视程度提升到国家层面。

3月7日，国务院正式发布《关于同意设立中国（杭州）跨境电子商务综合试验区的批复》，标志着杭州市作为我国首个跨境电子商务综合试验区正式获批，《批复》同时要求有关部委机构按照职能分工，通过具体政策支持杭州综试区发展。

4月24日，全国人大审议通过了《中华人民共和国广告法》和《中华人民共和国电子签名法》修正稿，修正内容包括涉及网络广告等电子商务发展相关的具体法律条文，标志着针对电子商务高速发展遇到的问题已在法律层面开始修改和完善。

5月4日，国务院发布《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见（国发〔2015〕24号文）》，部署进一步促进电子商务创新发展。这是2005年以来，国家层面出台的又一份促进电子商务发展的政策文件，旨在消除束缚电子商务发展的机制体制障碍，进一步发挥电子商务在培育经济新动力，打造“双引擎”、实现“双目标”等方面的重要作用。

5月7日，2015中国电子商务创新发展峰会在贵阳开幕。在两天时间内，陆续有国家电子商务示范城市交流会、电子商务立法、众筹金融等八个分论坛举行，已成为一年一度研讨电子商务新业态、新政策，推进城市电子商务思路碰撞的重要会议。

5月16日，国务院办公厅发布《关于加快高速宽带网络建设推进网络提速降费的指导意见》，明确降低宽带费用和提升速率等具体措施，进一步加快了我国在网络基础设施建设方面的步伐。

6月20日，国务院办公厅印发《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》。这是在我国跨境电子商务快速发展并形成对外贸易新模式、新亮点和新趋势的情形下促进跨境电子商务发展的指导性意见。

7月4日，为落实“互联网+”行动计划，国务院发布了《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》，对互联网与经济社会融合发展作出重大战略部署和顶层设计，具有划时代的重大意义和深远影响。

7月18日，中国人民银行、工业和信息化部、公安部、财政部、工商总局、法制办、银监会、证监会、保监会、国家网信办联合发布了《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》，文件明确了互联网金融的重点发展方向和行业应当警惕的潜在风险。

8月31日，国务院印发《促进大数据发展行动纲要》，赋予了大数据作为建设数据强国、提升政府治理能力推动经济转型升级的战略地位。

9月10日，中国—阿拉伯国家博览会网上丝绸之路论坛在银川成功举办，大会邀请中国和阿拉伯国家电子商务及相关信息产业企业嘉宾、政府代表进行针对性讨论，首次将电子商务内容纳入中阿博览会正式议程。

9月29日，国务院办公厅发布了《关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》，大力发展线上线下互动，对推动实体店转型，促进商业模式创新，增强经济发展新动力，服务大众创业、万众创新具有重要意义。

11月9日，国务院办公厅发布了《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》，文件的落实和实施将加强部门间的协作和配合，更好地发挥农村电子商务的引领作用，对于进一步深化农村改革、推进农业现代化具有重要意义。

12月16日，第二届世界互联网大会在乌镇举行。习近平主席出席并发表主旨演讲。习近平主席在主旨演讲中提出推进全球互联网治理体系变革的四项原则和共同构建网络空间命运共同体的五点主张。

## C.2 重大企业事件

2月14日，滴滴打车与快的打车宣布以100%换股的方式正式合并。标志着激烈交锋的打车市场得到整合，网络打车市场最大的服务提供商问世。

4月17日，58同城宣布战略入股赶集网，获赶集网43.2%股份。两家合并以后将共同占到市场超过80%的份额，成为最大的生活服务业互联网平台。

6月18日，京东举行“618”活动，“618”期间，京东商城当日下单量超过1500万，同比增长100%。其中手机销量突破400万台，同比增长了249%。标志着“618”成为继“双11”、“双12”之后又一具有全国影响力的网购节。在手机销售付款方式上，每销售5部手机，即有1部通过京东白条分期付款。这表示借网络交易的便捷，电商率先启动了借贷消费的新模式，在扩大商品销售规模的同时实现了金融业务创新，推动了经济转型升级。

6月30日，百度公司董事长兼CEO李彦宏在糯米“会员+”战略发布会发表演讲，称百度将在3年时间内向糯米投资约200亿元。这是目前O2O行业最大的单笔投资，标志着行业巨头开始加速O2O市场的战略。

8月7日，京东集团宣布，与永辉超市达成战略合作，京东将战略入股永辉超市。京东入股永辉超市的价格为每股9元（约1.45美元），总价值为43.1亿元（约7亿美元）。这是京东首次入股大型连锁超市，与线下零售龙头开展合作。

8月10日，阿里巴巴宣布投资约283亿元入股苏宁云商，成为苏宁第二大股东，同时，苏宁云商以140亿元认购不超过2780万股阿里巴巴新发行股份，影响了国内B2C网络零售市场格局。

10月7日，大众点评与美团网正式宣布合并将实施联席CEO制，构成中国互联网产业新“巨头”，占据中国团购领域80%市场份额，成为中国最大O2O平台。

11月11日，天猫“双11”当天交易额达912亿元，同比增长59.7%，是2014年美国“黑色星期五”全美传统商场交易额91亿美元的1.57倍，并再次刷新世界最大购物日成交纪录。

11月27日，亚马逊中国、天猫国际、京东全球购、聚美、蜜芽等多个跨境电商平台开展“黑色星期五”大促。“黑五”天猫国际“海淘派”数量翻了7倍，京东宣布11月27日当天，京东全球购订单数量比“双11”增长超过180%。而“黑色星期五”当天，亚马逊海外购销售额是“双11”当天的9倍，洋码头也公布“黑色星期五”首日，平均每人至少购买两单，人均消费超过1000元。这意味着我国国内用户对国外商品热衷程度日益增加，国内跨境进口电商打造“黑色星期五”也成为跨境网购新的起点。

12月4日，滴滴专车（9月起更名为滴滴出行）宣布与Lyft、Grab Taxi和Ola达成建立共享出行全球合作的框架协议，四方将打通产品，为中国、美国、东南亚和印度的国际旅客群体提供目的国出行用车服务，标志着我国互联网约车服务企业已融入国际出行互联网服务市场。

## 附录 D 2015 年中国电子商务示范名单

### D.1 商务部第二批国家电子商务示范基地名单

地区	基地名称
北京	海淀区中关村软件园
	中关村科技园区丰台园
	中关村科技园区石景山园
天津	天津海滨国际商贸物流城
	天津京津电子商务产业园
河北	清河羊绒电子商务产业园
山西	太原高新区电子商务产业园
内蒙古	呼和浩特经济技术开发区金川工业园区
	包头金属深加工园区
	通辽电子商务产业园
辽宁	辽宁（本溪）生物医药产业园区
	沈阳永安新城电子商务产业园区
	锦州滨海电子商务产业基地
吉林	四平电子商务产业园
黑龙江	绥芬河边境经济合作区
	大庆电子商务产业园
	牡丹江经济开发区电子商务企业园
上海	普陀区中环商贸区
	虹桥临空经济园区
江苏	南京玄武区徐庄软件园
	淮安电子商务现代物流园
	无锡山水城电子商务产业园
	宿迁电子商务产业园区
	常州创意产业基地
浙江	义乌中国小商品城一网商服务区
	杭州东方电子商务园
	杭州北部软件园
宁波	宁波电子商务城
	宁波软件与服务外包产业园
安徽	安徽青年电子商务产业园
	安庆智慧产业园
福建	德化电子商务产业园
	莆田城厢区安福电子商务城
	弘桥智谷（泉州）电商产业基地

续 表

地区	基地名称
厦门	厦门(海沧)电子商务产业基地
江西	赣州南康家具市场
	江西新余高新区电子商务产业园
山东	烟台电子商务产业园
	威海跨境电子商务产业基地
	济南山大路电子商务产业园
青岛	前湾保税港区
河南	河南省电子商务创业孵化基地
	开封电子商务产业园
湖北	襄阳高新区电子商务基地
	武汉市汉口北市场群
湖南	岳阳电子商务产业园
	益阳中南电子商务产业园
广东	广州荔湾区花地河电子商务集聚区
	虎门服装电子商务产业园
	肇庆三榕电子商务产业园
	顺德龙江家具电子商务产业园
深圳	前海(全球)跨境电子商务产业园
	蛇口网谷
广西	桂林电商谷
	北海高新技术产业园
重庆	重庆网商产业园
	重庆国际电子商务产业园
四川	成都青羊总部基地
	泸州临港产业物流园区
	成都成华区环电子科大移动电子商务产业基地
贵州	铜仁高新区电子商务产业园
陕西	西安国际港务区
甘肃	陇南电子商务产业孵化园
	兰州新区联创智业园
新疆	巴州库尔勒经济技术开发区电子商务产业园
	新疆国际电子商务产业园
总计	66 个

## D.2 第二批电子商务进农村综合示范县名单

序号	省(区、市)	示范县名单
1	河北	行唐县、滦平县、易县、黄骅市、永清县、肥乡县、青龙县、乐亭县、平乡县、安平县
2	山西	垣曲县、静乐县、左权县、兴县、武乡县、陵川县、侯马市、清徐县
3	内蒙古	和林县、土默特右旗、扎兰屯市、五原县、凉城县、科右中旗、正蓝旗、巴林右旗

续 表

序号	省(区、市)	示范县名单
4	辽宁	瓦房店市、东港市、兴城市、绥中县、凌源市、本溪县、清原县、桓仁县
5	吉林	通榆县、蛟河市、桦甸市、通化县、敦化市、临江市、伊通县、延吉市
6	黑龙江	泰来县、勃利县、延寿县、嫩江县、桦南县、海林市、方正县、克东县
7	安徽	明光市、舒城县、岳西县、广德县、无为县、金寨县、桐城市、砀山县
8	福建	尤溪县、沙县、清流县、云霄县、明溪县、漳浦县、建宁县、建瓯市、武平县、长汀县
9	江西	赣县、信丰县、大余县、上犹县、崇义县、安远县、龙南县、全南县、定南县、兴国县、会昌县、寻乌县、石城县、瑞金市、井冈山
10	河南	睢县、泌阳县、唐河县、汝州市、卢氏县、长垣县、林州市、台前县
11	湖北	麻城、英山、黄梅、赤壁、鹤峰、广水、秭归、石首
12	湖南	韶山市、宁乡县、炎陵县、江永县、邵东县、双峰县、汨罗市、桃江县
13	广东	龙川县、饶平县、平远县、南雄市
14	广西	巴马瑶族自治县、靖西县、浦北县、东兴市、柳城县、桂平市、灌阳县、荔浦县
15	海南	屯昌县、澄迈县、定安县
16	重庆	秀山县、酉阳县、石柱县、云阳县、忠县、城口县、彭水县、巫溪县
17	四川	中江县、青川县、盐源县、岳池县、北川县、青神县、石棉县、宣汉县、简阳市、理县
18	贵州	石阡县、湄潭县、印江县、兴义市、普安县、龙里县、德江县、清镇市
19	云南	通海县、宾川县、剑川县、南华县、玉龙县、蒙自市、永胜县、文山市
20	西藏	贡嘎县、措勤县、班戈县、八宿县
21	陕西	洛川县、神木县、子长县、靖边县、富县、延川县、府谷县、黄陵县、米脂县、延长县、横山县、宜川县、安塞县、清涧县、绥德县
22	甘肃	华池县、民勤县、宁县、环县、岷县、会宁县、庄浪县、成县
23	青海	共和县、互助县、祁连县、湟中县
24	宁夏	盐池县、同心县、西吉县、平罗县
25	新疆	特克斯县、阿克苏市、尉犁县、沙湾县、民丰县、和静县、察布查尔锡伯自治县
26	新疆兵团	农一师、农二师
合计:		200

### D.3 2015—2016 年度电子商务示范企业名单

地区	示范企业名称
北京	小米科技有限责任公司 (小米网 www.mi.com) (网络零售类)
	中粮我买网有限公司 (中粮我买网 www.womai.com) (网络零售类)
	北京国美在线电子商务有限公司 (国美在线 www.gome.com.cn) (网络零售类)
	北京优锐文化传媒有限公司 (聚美优品 www.jumei.com) (网络零售类)
	北京优购文化发展有限公司 (优购时尚商城 www.yougou.com) (网络零售类)
	北京本来工坊科技有限公司 (本来生活网 www.benlai.com) (网络零售类)
	北京探路者户外用品股份有限公司 (探路者 www.toread.com.cn) (网络零售类)

续 表

地区	示范企业名称
北京	北京百花蜂业科技发展股份公司（百花蜂业 www.baihua1919.com）（网络零售类）
	乐视网信息技术（北京）股份有限公司（乐视网 www.letv.com）（网络零售类）
	北京三快科技有限公司（美团网 www.meituan.com）（电商服务类）
	北京天尧信息技术有限公司（天尧信息 www.tyiti.com）（电商服务类）
	北京石油交易所股份有限公司（北京石油交易所 www.bpex.com.cn）（电商服务类）
	国富商通信息技术发展股份有限公司（中国诚商网 www.trade2cn.com）（电商服务类）
	北京时尚人家网络科技有限公司（到家美食会 www.daojia.com.cn）（生活服务类）
	北京敦煌禾光信息技术有限公司（敦煌网 www.dhgate.com）（跨境电商类）
	中建材国际贸易有限公司（易单网 www.okorder.com）（跨境电商类）
	北京京东世纪贸易有限公司（京东商城 www.jd.com）（综合类）
	北京当当网信息技术有限公司（当当网 www.dangdang.com）（综合类）
	北京慧聪互联网信息技术有限公司（慧聪网 www.hc360.com）（综合类）
	北京汇商融通信息技术有限公司（小笨鸟 www.xbniao.com）（创新类）
	天津
天天希杰（天津）商贸有限公司（三佳购物 www.ttcj.tv）（网络零售类）	
五八同城信息技术有限公司（五八同城 www.58.com）（电商服务类）	
天津物产电子商务有限公司（天物大宗 www.tewoo.com.cn）（电商服务类）	
天津利和进出口集团有限公司（利和集团 www.tjliho.com）（跨境电商类）	
天津蒲尚科技有限公司（蒲尚科技 www.pisanio.cn）（跨境电商类）	
河北	河北讯成网络科技有限公司（366 网上商城 www.5i366.com）（网络零售类）
	河北玛世电子商务有限责任公司（玛世电商 www.hbmashi.com）（电商服务类）
	石家庄北国电子商务有限公司（北国如意购 www.ruyigou.com）（电商服务类）
山西	山西贡天下电子商务有限公司（贡天下特产网 www.gongtianxia.com）（电商服务类）
	山西易通天下网络科技有限公司（龙巅商城 www.longdian.com）（电商服务类）
	中国（太原）煤炭交易中心（中国（太原）煤炭交易中心 www.ctctc.cn）（电商服务类）
内蒙古	内蒙古草原旭日电子商务有限公司（爱上草原商城 www.cyxr.com.cn）（网络零售类）
	包头市春熙商贸有限公司（和兴惠客 www.baoganghuike.com）（网络零售类）
辽宁	辽宁迈克集团股份有限公司（出口时代网 www.exporttimes.com）（电商服务类）
	沈阳东软熙康医疗系统有限公司（熙康云医院 www.xikang365.com）（创新类）
	大连瀚闻资讯有限公司（瀚闻资讯 www.sinoimex.com.cn）（电商服务类）
吉林	吉林云飞鹤舞农牧业科技有限公司（三千禾旗舰店 sanqianhe.tmall.com）（网络零售类）
	长春欧亚集团股份有限公司（欧亚 e 购 www.oysd.cn）（网络零售类）
	吉林省农业综合信息服务有限公司（好汇购 www.365good.com.cn）（电商服务类）
黑龙江	黑龙江俄速通国际物流有限公司（俄速通 www.ruston.cc）（电商服务类）
	黑龙江中机电子商务有限责任公司（中机电商 www.intkit.ru）（跨境电商类）
上海	百联电子商务有限公司（百联 E 城 www.blemall.com）（网络零售类）
	上海菜管家电子商务有限公司（菜管家 www.962360.com）（网络零售类）
	上海钢富电子商务有限公司（找钢网 www.zhaogang.com）（电商服务类）
	上海钢联电子商务股份有限公司（我的钢铁网 www.mysteel.com）（电商服务类）
	快钱支付清算信息有限公司（快钱支付 www.99bill.com）（电商服务类）
	上海亿贝网络信息服务有限公司（亿贝网 www.ebay.cn）（电商服务类）
	上海汉涛信息咨询有限公司（大众点评网 www.dianping.com）（生活服务类）

续 表

地区	示范企业名称
上海	上海携程商务有限公司 (携程旅行网 www.ctrip.com) (生活服务类)
	号百商旅电子商务有限公司 (翼游旅行网 www.118114.cn) (生活服务类)
	纽海电子商务 (上海) 有限公司 (1 号店 www.yhd.com) (综合类)
	东方钢铁电子商务有限公司 (东方钢铁网 www.bsteel.com) (综合类)
	上海伊邦医药信息科技有限公司 (药房网商城 www.yaofangwang.com) (创新类)
江苏	宏图三胞高科技技术有限公司 (宏图三胞 www.cnpcmall.com) (网络零售类)
	常州买东西网络科技有限公司 (淘常州 www.taocz.com) (网络零售类)
	焦点科技股份有限公司 (焦点科技 www.focuschina.com) (电商服务类)
	远东买卖宝网络科技有限公司 (买卖宝 www.mmbao.com) (电商服务类)
	惠龙易通国际物流股份有限公司 (惠龙 e 通 www.hletown.com) (电商服务类)
	江苏歌德电子商务有限公司 (江苏歌德 www.jsghds.com) (电商服务类)
	淘金信息科技江苏有限公司 (淘金科技 www.taojintimes.com) (电商服务类)
	同程网络科技股份有限公司 (同程旅游网 www.ly.com) (生活服务类)
	南京途牛科技有限公司 (途牛旅游网 www.tuniu.com) (生活服务类)
	江苏中恒宠物用品股份有限公司 (中恒宠物 www.jszhongheng.com) (跨境电商类)
	江苏苏宁易购电子商务有限公司 (苏宁易购 www.suning.com) (综合类)
江苏随易信息科技有限公司 (食行生鲜 www.34580.com) (创新类)	
浙江	浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司 (红蜻蜓 www.cnhqt.com) (网络零售类)
	浙江欧诗漫集团有限公司 (欧诗漫 www.osmun.com.cn) (网络零售类)
	浙江绿森数码科技有限公司 (绿森数码 www.lusen.com) (网络零售类)
	嘉兴市麦宝科技信息有限公司 (麦包包 www.mbaobao.com) (网络零售类)
	浙江五芳斋实业股份有限公司 (五芳斋 www.wufangzhai.com) (网络零售类)
	浙江珍诚医药在线股份有限公司 (医药在线 www.zc511.com) (网络批发类)
	阿里巴巴 (中国) 有限公司 (阿里巴巴 www.alibaba.com) (电商服务类)
	浙江义乌购电子商务有限公司 (义乌购 www.yiwugou.com) (电商服务类)
	杭州卷瓜网络有限公司 (蘑菇街 www.mogujie.com) (电商服务类)
	浙江英特药业有限责任公司 (英特药谷 www.drugoogle.com) (电商服务类)
	杭州熙浪信息技术股份有限公司 (熙浪 www.egetchina.cn) (电商服务类)
	义乌市吉茂电子科技有限公司 (吉茂科技 www.eozy.com) (跨境电商类)
	宁波中哲慕尚电子商务有限公司 (GXG 天猫旗舰店 gxg.tmall.com) (网络零售类)
	宁波世贸通国际贸易有限公司 (世贸通 www.shimaotong.com) (电商服务类)
安徽	安徽三只松鼠电子商务有限公司 (三只松鼠 www.3songshu.com) (网络零售类)
	安徽天方茶业 (集团) 有限公司 (天方茶网 www.tfcw.cn) (网络零售类)
	安徽饕餮电子商务股份有限公司 (安徽饕餮 www.itaoitie.cn) (网络零售类)
	安徽商之都股份有限公司 (商之都 www.ahszd.com.cn) (电商服务类)
福建	春舞枝花卉有限公司 (春舞枝 www.531314.com) (网络零售类)
	福建省讯网网络科技有限公司 (环球鞋网 www.shoes.net.cn) (电商服务类)
	福建省海都公众服务股份有限公司 (海都公众 www.hdgzfw.com) (生活服务类)
	福建纵腾网络有限公司 (纵腾网络 www.zongteng.com.cn) (跨境电商类)
	厦门市嘉晟对外贸易有限公司 (嘉晟集团 www.xmjsjt.com) (电商服务类)
	厦门又一城软件科技有限公司 (又一城 www.ulcity.net) (电商服务类)
厦门美图网科技有限公司 (美图网 www.meitu.com) (创新类)	

续 表

地区	示范企业名称
江西	萍乡互通信息有限责任公司(网优二手网 www.fengji.com)(电商服务类)
	吉安万吉物流运输有限公司(万吉物流 www.wanji56.com)(电商服务类)
山东	山东韩都衣舍电商集团有限公司(韩都衣舍 www.handu.com)(网络零售类)
	山东易通发展集团有限公司(银座网 www.yinzuo100.com)(网络零售类)
	山东捷瑞数字科技股份有限公司(捷瑞数字 www.jerei.com)(电商服务类)
	青岛速普电子商务有限公司(速普母婴商城 www.supuy.com)(电商服务类)
	青岛国际商品交易所有限公司(青岛国际商品交易所 www.qdbot.com)(电商服务类)
	青岛矿权矿产品交易市场有限公司(矿猫商城 www.kuangmall.com)(电商服务类)
	青岛红领集团有限公司(红领 www.redcollar.com.cn)(跨境电商类)
河南	邓州雪阳集团股份有限公司(Pshirt 服饰旗舰店 p-shirtfs.tmall.com)(网络零售类)
	洛阳哈他网络科技有限公司(瑜伽网 www.yujia.com)(网络零售类)
	河南大用实业有限公司(大用食品 www.doyoo.cn)(网络批发类)
	郑州悉知信息技术有限公司(悉知网 www.xizhi.com)(电商服务类)
湖北	湖北良品铺子电子商务有限公司(良品铺子 www.lppz.com)(网络零售类)
	九州通医药集团股份有限公司(九州通医药网 www.yyjzt.com)(网络批发类)
	安琪酵母股份有限公司(安琪网 www.angelyeast.com)(网络批发类)
	武汉良中行供应链管理有限公司(集配号 www.lbd99.com)(电商服务类)
	十堰秦楚网络科技有限公司(秦楚网 www.10yan.com)(生活服务类)
湖南	快乐购物股份有限公司(快乐购 www.happigo.com)(网络零售类)
	湖南中南神箭竹木有限公司(中南神箭 www.zhujiaoban.net)(网络零售类)
	湖南商康医药电子商务有限公司(商康网 www.3kw.com)(电商服务类)
	长沙钢为网络科技有限公司(钢为网 www.prcsteel.com)(电商服务类)
	鹰皇商务科技有限公司(1872 俱乐部 www.1872.net)(电商服务类)
	湖南现代农商信息有限公司(城乡超市供应链平台 www.88077.com)(电商服务类)
广东	惠州酷友网络科技有限公司(TCL 网 www.tcl.com)(网络零售类)
	广州市汇美服装有限公司(茵曼旗舰店 inman.tmall.com)(网络零售类)
	广州龙媒计算机科技有限公司(环球市场 www.globalmarket.com)(电商服务类)
	广东欧浦钢铁物流股份有限公司(欧浦钢网 www.opsteel.cn)(电商服务类)
	广东省邮政速递物流有限公司(跨境易 www.kjy.cn)(电商服务类)
	中经汇通有限责任公司(有油网 www.chinaexpresscard.com)(电商服务类)
	广州华多网络科技有限公司(欢聚时代 www.huanju.cn)(电商服务类)
	广州唯品会信息科技有限公司(唯品会 www.vip.com)(综合类)
	广东省广新控股集团有限公司(广新控股 www.gdftc.com)(综合类)
	广州酷狗计算机科技有限公司(酷狗音乐 www.kugou.com)(创新类)
	深圳市中农网股份有限公司(中农网 www.ap-ec.cn)(电商服务类)
	深圳市华运国际物流有限公司(华运物流 www.cntrans.cn)(电商服务类)
	深圳市递四方信息科技有限公司(动力未来 www.4px.com)(电商服务类)
	深圳市聚橙网络技术有限公司(聚橙网 www.juooo.com)(生活服务类)
	深圳市腾邦国际商业服务股份有限公司(腾邦国际 www.feiren.com)(生活服务类)
	深圳市环球易购电子商务有限公司(环球易购 www.everbuying.net)(跨境电商类)
	深圳走秀网络科技有限公司(走秀网 www.xiu.com)(跨境电商类)
广西	象翌微链科技发展有限公司(象翌网 www.suneee.com)(电商服务类)

续 表

地区	示范企业名称
海南	海口博旅旅业有限公司(团游商城 www.7toyo.com)(生活服务类)
重庆	重庆猪八戒网络有限公司(猪八戒网 www.zhubajie.com)(电商服务类)
	重庆博拉网络发展有限公司(博拉网 www.bolaa.com)(电商服务类)
	重庆大龙网科技有限公司(大龙网 www.osell.com)(跨境电商类)
	重庆康洲科贸有限公司(药智网 www.yaozh.com)(创新类)
	重庆喜玛拉雅科技有限公司(AA 拼车网 www.aapinche.cn)(创新类)
四川	四川文轩在线电子商务有限公司(文轩网 www.winxuan.com)(网络零售类)
	成都九正科技实业有限公司(九正建材网 www.jc001.cn)(电商服务类)
	成都天地网信息科技有限公司(中药材天地网 www.zyctd.com)(电商服务类)
	天府商品交易所有限公司(天府商品交易所 www.chinatme.com)(电商服务类)
	四川创物科技有限公司(人人快递网 www.rrkd.cn)(创新类)
贵州	大唐高鸿数据网络技术股份有限公司(高鸿商城 www.tao3c.com)(网络零售类)
	贵州电子商务云运营有限责任公司(贵州电子商务云 www.gogbuy.com)(创新类)
云南	保山市云雾清凉商贸有限公司(云雾清凉食品专营店 ywqlsp.tmall.com)(网络零售类)
	云南云商汇网络科技有限公司(云商汇 www.yunshow.com)(电商服务类)
西藏	西藏金哈达羊绒制品有限公司(西藏金哈达羊绒 www.goldenhada.com)(网络零售类)
陕西	陕西利安信息传播有限公司(利安社区 www.lianshequ.com)(电商服务类)
	陕西森弗高科实业有限公司(森弗商城 www.sciphar.com)(跨境电商类)
甘肃	兰州惠商电子商务有限责任公司(三维商城 www.3d100.cn)(电商服务类)
青海	青海柴达木进出口贸易有限公司(过日子网上商城 www.grz.cn)(电商服务类)
宁夏	固原银海科技有限责任公司(六盘山商务网 www.nxyhkj.com)(电商服务类)
新疆	新疆吉瑞祥科技股份有限公司(商领网 www.shanglingwang.cn)(网络零售类)
新疆兵团	新疆合源果业开发有限责任公司(新疆大宗农产品信息网 www.xj359.com)(电商服务类)

## 附录 E 我国已经颁布实施的电子商务标准

序号	标准号	中文标准名称	状态	实施日期
1	GB/T 19256.1—2003	基于 XML 的电子商务 第 1 部分：技术体系结构	现行	2003-12-01
2	GB/T 19256.2—2006	基于 XML 的电子商务 第 2 部分：协同规程轮廓与协议规范	现行	2007-03-01
3	GB/T 19256.3—2006	基于 XML 的电子商务 第 3 部分：消息服务规范	现行	2007-03-01
4	GB/T 19256.4—2006	基于 XML 的电子商务 第 4 部分：注册系统信息模型规范	现行	2007-03-01
5	GB/T 19256.5—2006	基于 XML 的电子商务 第 5 部分：注册服务规范	现行	2007-03-01
6	GB/T 19256.6—2006	基于 XML 的电子商务 第 6 部分：业务过程规范模式	现行	2007-03-01
7	GB/T 19256.9—2006	基于 XML 的电子商务 第 9 部分：核心构件与业务信息实体规范	现行	2007-03-01
8	GB/T 20538.1—2006	基于 XML 的电子商务业务数据和过程 第 1 部分：核心构件目录	现行	2007-03-01
9	GB/T 20538.6—2006	基于 XML 的电子商务业务数据和过程 第 6 部分：技术评审组织和程序	现行	2007-03-01
10	GB/T 20538.7—2006	基于 XML 的电子商务业务数据和过程 第 7 部分：技术评审指南	现行	2007-03-01
11	GB/Z 20539—2006	电子商务业务过程和信息建模指南	现行	2007-03-01
12	SB/T 10469—2008	网络营销运营规范	现行	2009-03-01
13	GB/T 23830—2009	物流管理信息系统应用开发指南	现行	2009-11-01
14	GB/T 18127—2009	商品条码 物流单元编码与条码表示	现行	2009-11-01
15	GB/T 23831—2009	物流信息分类与代码	现行	2009-11-01
16	ISO/IEC TR15944-6—2009	信息技术 商业运作综览 第 6 部分：建立电子商务模型的技术介绍	现行	2009-11-15
17	ISO/IEC TR15944-6—2009	信息技术 商业运作综览 第 6 部分：建立电子商务模型的技术介绍	现行	2009-11-15
18	GB/T 24359—2009	第三方物流服务质量要求	现行	2009-12-01
19	SB/T 10518—2009	电子商务模式规范	现行	2009-12-01
20	SB/T 10519—2009	网络交易服务规范	现行	2009-12-01
21	ISO 15944-7—2009	信息技术 商业运作综览 第 7 部分：电子商务词汇表	现行	2009-12-01
22	ISO/IEC 15944-7—2010	信息技术 商业运作综览 第 7 部分：电子商务词汇表	现行	2009-12-01
23	ISO/IEC 15944-7—2010	信息技术 商业运作综览 第 7 部分：电子商务词汇表	现行	2009-12-01
24	GB/T 24662—2009	电子商务 产品核心元数据	现行	2010-02-01

## 附录 E 我国已经颁布实施的电子商务标准

续 表

序号	标准号	中文标准名称	状态	实施日期
25	GB/T 24662—2009	电子商务 产品核心元数据	现行	2010-02-01
26	GB/T 24663—2009	电子商务 企业核心元数据	现行	2010-02-01
27	GB/T 24661.2—2009	第三方电子商务服务平台服务及服务等级划分规范 第2部分：企业间（B2B）、企业与消费者间（B2C）电子商务服务平台	现行	2010-02-01
28	GB/T 24661.3—2009	第三方电子商务服务平台服务及服务等级划分规范 第3部分：现代物流服务平台	现行	2010-02-01
29	GB/T 19252—2010	电子商务协议样本	现行	2011-05-01 实施，代替 GB/T 19252— 2003
30	GB/T 22263.7—2010	物流公共信息平台应用开发指南 第7部分：平台服务管理	现行	2011-05-01
31	GB/T 22263.8—2010	物流公共信息平台应用开发指南 第8部分：软件开发管理	现行	2011-05-01
32	GB/T 20538.2—2010	基于XML的电子商务业务数据和过程 第2部分：业务信息实体目录	现行	2011-06-01
33	GB/T 26151—2010	基于XML的电子商务发票报文	现行	2011-06-01
34	GB/T 26360—2010	旅游电子商务网站建设技术规范	现行	2011-06-01
35	GB/T 19252—2010	电子商务协议文本		
36	GB/T 26360—2010	旅游电子商务网站建设技术规范	现行	2011-06-01
37	GB/T 20538.2—2010	基于XML的电子商务业务数据和过程 第2部分：业务信息实体目录	现行	2011-06-01
38	GB/T 26152—2010	基于XML的电子商务订单报文	现行	2011-06-01
39	GB/T 26839—2011	电子商务 仓单交易模式规范	现行	2011-12-01
40	GB/T 26840—2011	电子商务 药品核心元数据	现行	2011-12-01
41	GB/T 26841—2011	基于电子商务活动的交易主体 企业信用档案规范	现行	2011-12-01
42	GB/T 26842—2011	基于电子商务活动的交易主体 企业信用评价指标与等级表示规范	现行	2011-12-01
43	GB/T 28041—2011	基于电子商务活动的交易主体 个人信用评价指标体系及表示规范	现行	2011-12-01
44	GB/T 28042—2011	基于电子商务活动的交易主体 个人信用档案规范	现行	2011-12-01
45	GB/T 26839—2011	电子商务 仓单交易模式规范	现行	2011-12-01
46	GB/T 26840—2011	电子商务 药品核心元数据	现行	2011-12-01
47	GB/T 26841—2011	基于电子商务活动的交易主体 企业信用档案规范	现行	2011-12-01
48	GB/T 26842—2011	基于电子商务活动的交易主体 企业信用评价指标与等级表示规范	现行	2011-12-01
49	GB/T 28042—2011	基于电子商务活动的交易主体 个人信用档案规范	现行	2011-12-01

续 表

序号	标准号	中文标准名称	状态	实施日期
50	GB/T 28041—2011	基于电子商务活动的交易主体 个人信用评价指标体系及表示规范	现行	2011-12-01
51	GB/T 18811—2012	电子商务基本术语	现行	2012 年第 17 号公告
52	YZ/T 0130—2012	快递服务与电子商务信息交换标准化指南	现行	2012-10-01
53	GB/T 18811—2012	电子商务基本术语 (代替标准号 GB/T 18811—2002)	现行	2012-11-01
54	SB/T 10721—2012	金属材料电子商务平台建设与管理规范	现行	2012-11-01
55	DIN CWA 16525—2013	电子商务中的多语种电子编目和分类, 电子商务中用开放和标准化产品分类的分类制图	现行	2013-05
56	SB/T 11004—2013	电子提单 (物权凭证) 使用规范	现行	2013-11-01
57	SB/T 11005—2013	电子提单 (物权登记) 服务系统规范	现行	2013-11-01
58	SB/T 11006—2013	电子一般原产地证明书格式规范	现行	2013-11-01
59	SB/T 11008—2013	用于贸易融资的电子信息查询规范	现行	2013-11-01
60	SB/T 10469—2013	电子商务商品营销运营规范	现行	2013-12-01
61	GB/T 29622—2013	电子商务信用 卖方交易信息披露规范	现行	2013-11-30
62	SB/T 11009—2013	电子合同在线订立流程规范	现行	2013-12-01
63	DIN CWA 16667—2014	纺织品/服装和鞋类部门电子商务协调用参考架构 2.0.	现行	2014-01
64	DIN CEN ISO/TS 17444-2—2014	电子收费, 充值性能, 第 2 部分: 检查框架	现行	2014-03
65	SB/T 11052—2013	电子商务售后服务评价准则	现行	2014-04-06
66	SB/T 11051—2013	电子商务信用评价指标体系 网络零售	现行	2014-04-06
67	BS ISO 15000-5—2014	电子商务可扩展标记语言 (ebXML), 核心部件规格 (CCS)	现行	2014-06-30
68	DIN ISO 15000-5—2014	电子商务可扩展标记语言 (ebXML), 第 5 部分: 核心部件规范 (CCS) (ISO 15000-5—2014)	现行	2014-10
69	DIN ISO 10008—2015	质量管理, 顾客满意度, 企业对消费者 (B2C) 电子商务交易 (ISO 10008—2013)	现行	2015-01
70	GB/T 31232.2—2014	电子商务统计指标体系 第 2 部分: 在线营销	现行	2015-04-15
71	GB/T 30698—2014	电子商务供应商评价准则 优质制造商	现行	2015-08-01
72	GB/T 31482—2015	品牌价值评价 电子商务	现行	2016-01-01
73	GB/T 31524—2015	电子商务平台运营与技术规范	现行	2015-12-01
74	GB/T 31526—2015	电子商务平台服务质量评价与等级划分	现行	2015-12-01
75	GB/T 31782—2015	电子商务可信交易要求	现行	2016-02-01
76	GB/T 31951—2015	电子商务信用 网络交易信用主体分类	现行	2016-01-01
77	GB/T 32054—2015	电子商务交易产品信息描述 电子元器件	现行	2016-10-01

资料来源: 国家标准文献共享服务平台, 2016 年 2 月 20 日

## 编后记

经过近 20 年的快速发展，中国的电子商务已经成为中国少数几个能够在世界产生重要影响的产业之一。2015 年，中国全社会电子商务交易额已经突破 20 万亿元；网络零售交易额突破 3 万亿元，继续保持世界第一位；快递业务量突破 200 亿件，从 100 亿件到 200 亿件仅仅用了一年时间；两家电子商务企业，阿里巴巴和腾讯已跻身世界 500 强企业行列。电子商务正在国家新经济发展中发挥越来越重要的作用。

2015 年 6 月，联合国国际贸易法委员会 A/CN.9/833 \* 号文件正式接受中国代表团关于《跨境电子商务交易网上争议解决：程序规则》的提案。联合国国际贸易法委员会 A/70/17 号文件第 352 段进一步提出：“会议商定，今后任何案文都应利用在第三提案（中国提案）和其他提案上取得的进展”。这是中国代表团在参加联合国贸易法委员会第三工作组 6 年后取得的重要成果，也是中国电子商务在国际立法活动中取得的重大突破。

通过《中国电子商务报告（2015 年）》的编写，我们希望能够记载中国电子商务实践者不断探索的轨迹，弘扬他们不怕失败，埋头苦干，敢于奉献的精神，以吸引更多的有志青年加入到这一行业中来，共同筑造电子商务的辉煌未来。

《中国电子商务报告（2015 年）》继续坚持“全面、务实、权威、明确”的原则，客观、准确、全面反映了 2015 年中国及各个省区市电子商务发展的最新情况，总结了电子商务在世界经济发展放缓，国内经济转型任务繁重的大环境下，电子商务出现的新特点和新趋势，为电子商务的从业人员和即将参与电子商务活动的各界人士提供很好的参考。

在本《报告》撰写过程中，商务部、国家发改委、国家统计局、工业和信息化部、农业部、教育部、国家工商行政管理总局、国家税务总局、海关总署、国家旅游局、民用航空局等国家各部门提供了相关的政策文件和研究报告；各省、市、自治区、新疆生产建设兵团商务委（厅）提供了地方电子商务发展状况；中国互联网络信息中心、艾瑞咨询集团、易观国际、赛迪集团等咨询机构提供了大量的数据资料；同时也参考了大量国内外有关研究资料。中国国际电子商务中心研究院和上海理工大学电子商务发展研究院承担了本《报告》编写的具体组织工作。在此，谨向参与本《报告》撰写的相关单位和人士表示诚挚的感谢。

《中国电子商务报告》作为反映电子商务发展的总体性报告，将不断提高撰写水平，更好地发挥电子商务的宣传和推动作用。编写组希望继续得到广大读者的批评、指正与帮助，进一步提高本书质量，使其在中国电子商务发展中产生更大的影响。

主 编  
2016年4月30日