

# 2010 年(上)中国电子商务市场数据 监测报告

报告编制：中国电子商务研究中心

报告发布：中国电子商务之都·杭州

发布时间：2010 年 8 月 5 日

# 2010年(上)中国电子商务市场数据监测报告

## (文字目录)

一、报告背景	6
二、报告目的	6
三、研究方法	7
四、报告执行	7
五、报告阶段	7
六、报告核心数据摘要	7-9
七、2010年上半年中国电子商务动态监测	10-18
(一)2010年1月份中国电子商务动态监测	10
(二)2010年2月份中国电子商务动态监测	10-11
(三)2010年3月份中国电子商务动态监测	10-11
(四)2010年4月份中国电子商务动态监测	11-15
(五)2010年5月份中国电子商务动态监测	15-17
(六)2010年6月份中国电子商务动态监测	17-18
八、中国电子商务发展现状及产业规模	19-39
(一)行业层：电子商务整体行业数据	
(1)电子商务行业市场交易规模	19-20
(2)第三方电子支付市场交易规模	20-21
(3)移动电子商务市场交易规模	21
(4)海外代购的市场交易规模	22
(5)电子商务服务行业网站规模	22-24
(6)电子商务服务企业区域分布情况	24
(7)电子商务服务企业的行业分布	24-25
(8)海外代购前十大品类	25-26
(9)网络团购企业数量	26-27
(二)企业层：电子商务服务厂商数据	
(1)电子商务服务企业整体收入规模	28

(2) B2B 电子商务运营商份额比例	28-29
(3) B2C 电子商务运营商市场份额比例	29-30
(4) C2C 电子商务运营商市场份额比例	30-31
(5) 第三方支付企业市场份额比例	31
(6) 移动电子商务运营商市场份额比例	32-33
(7) 团购企业数量及运营商份额比例	33
(8) B2B 企业网络融资规模	34
<b>(三) 用户层：电子商务用户数据</b>	
(1) 网络购物快递企业数量及收入规模	35-36
(2) 电子商务服务行业从业人员情况	36-37
(3) 电子商务整体用户规模情况	37-38
(4) 个人网店数量规模	38-39
<b>九、2010 年电子商务发展特征及趋势</b>	<b>40-42</b>
<b>十、报告附录：</b>	
(一) 常用名词解释	43-44
(二) 相关研究报告	45-46
(三) 相关产品服务	46
(四) 关于中国电子商务研究中心	46
(五) 联系报告分析师	47

# 2010年(上)中国电子商务市场数据监测报告

## (图表目录)

图表一：2007-2012年中国 B2B 电子商务交易规模	19
图表二：2007-2012年中国网络购物交易规模	20
图表三：2007-2012年中国第三方支付交易规模	20
图表四：2007-2012年中国移动电子商务交易规模	21
图表五：2007-2012年中国海外代购市场交易规模	22
图表六：2007-2012年中国 B2B 电子商务企业数量	23
图表七：2007-2012年中国 B2C、C2C 电子商务企业数量	23
图表八：2010年上半年中国电子商务企业区域分布	24
图表九：2010年上半年中国电子商务企业行业分布	25
图表十：2010年(上)中国海外代购最受欢迎十大品类	26
图表十一：2010年(上)中国团购企业数量规模	27
图表十二：2007-2012年中国电子商务服务企业整体收入规模	27
图表十三：2010年上半年中国 B2B 电子商务运营商份额	28
图表十四：2010年(上)中国 B2C 平台网络购物交易市场份额占比图	29
图表十五：2010年(上)中国 C2C 平台网络购物交易市场份额占比图	30
图表十六：2010年(上)第三方网上支付企业市场份额占比图	31
图表十七：2010年(上)中国移动电子商务运营商市场份额占比图	32
图表十八：2010年(上)中国团购交易市场份额	33
图表十九：部分第三方电子商务企业“网络融资”历年贷款规模表	34
图表二十：2007-2012年中国网络购物快递企业数量	35
图表二十一：2007-2012年中国网络购物所带来的快递业收入规模	35
图表二十二：2007-2012年中国电子商务服务企业直接从业人员规模	36
图表二十三：2007-2012年中国电子商务服务企业带动从业人员规模	37
图表二十四：2007-2010年使用第三方电子商务平台中小企业用户规模	37
图表二十五：2007-2012年中国网络购物用户规模	38
图表二十六：2007-2012年中国个人网店数量规模	39

## 2010年(上)中国电子商务市场数据监测报告

# 报告编委会

主 编：

中国电子商务研究中心研究员、主任

曹 磊

编 委：

中国电子商务研究中心助理研究员、电子商务分析师

张周平

中国电子商务研究中心助理研究员、电子商务分析师

方盈芝

中国电子商务研究中心互联网与金融分析师

冯 林

# 报告鸣谢

在《2010年(上)中国电子商务市场数据监测报告》顺利发布之际，我们对为本报告编撰过程中，提供数据、案例和观点的各电子商务有关部门、地方政府、行业协会，以及广大受访的电子商务企业对我们调研的支持，表示由衷感谢！（兹不一一列举）

## 一、报告背景：

如今，互联网已经深入到人们生活的各个领域，电子商务也在近几年日益占居人们的生活，渗入到经济、生活的每一个层面。电子商务市场所产生的经济效益及调查数据显示，电子商务已经成为当今网络经济与实体经济发展的主要方向。由人们日常生活的衣食住行到各行各业，电子商务席卷了经济的各个层面。

电子商务作为网络化的新兴经济活动，正逐渐成为主要发达国家争抢经济实力、融合全球资源配置优势的有效手段。“十一五”是我国发展电子商务的战略机遇期。目前，就中国现阶段及未来的经济趋势市场来说，中国电子商务市场正进入快速发展期。中国网购市场交易规模高速增长，网购用户稳定增长，电子商务渐成资本市场投资新宠。

近年来，电子商务也逐步向经济主流和商务核心方面延伸，在向深度和广度发展，呈现出了“多元化”的状态。传统制造业、服务业、密集型企业正在大规模进入电子商务领域。不可否认，电子商务将是企业转型升级与新的利润增长点。

我们认为：电子商务市场引领“全民经济”，必将成为未来经济发展的主方向，是有其一定的优势决定的。如今正值中国互联网市场发展的另一个重要的历史时期，电子商务的崛起符合互联网发展的必然，是网络化发展的产物。

为此，我国最早创办、也是目前唯一一家以研究与传播电子商务为己任的第三方机构和网络传播平台——中国电子商务研究中心（China e-Business Research Center），通过对 2010 年我国上半年电子商务行业进行数据监测、行业调查与深度总结（因条件限制，本报告涉及行业数据暂不包括港澳台地区），并对电子商务呈现出来的特征及趋势等问题进行了分析。

## 二、报告目的：

本报告对 2010 年上半年国内电子商务市场的行业运行动态与详细数据监测，对电子商务各领域的产业规模、以及未来发展趋势等方面做了较为系统的梳理与盘点。旨在为国内电子商务领域的专家学者、业内人士、投融资机构等，提供一份对国内电子商务行业整体的运行状况与数据的参考资料。

### 三、研究方法：

中国电子商务研究中心秉承科学严谨的市场研究方法设计，通过行业监测、企业调研与深度访谈获取一手资料，利用产业链各环节深访信息的交叉验证，提高数据与信息准确性。

同时，通过严谨的研究与信息数据进行交叉核实，尽可能确保数据与信息的可靠性、客观性与前瞻性。

### 四、报告执行：

本报告由目前国内唯一电子商务研究与传播机构——中国电子商务研究中心数位资深电子商务分析师及相关工作人员，历经数月时间对电子商务行业与典型企业进行抽样调查、运行监测、数据统计与研究分析所得。

### 五、报告时间：

- 2010年1月1日——2010年6月30日（调查监测阶段）
- 2010年7月1日——2010年7月30日（研究成文阶段）
- 2010年8月起（公开发布阶段）

### 六、报告核心数据摘要

#### （一）电子商务整体行业数据

##### 1、电子商务行业市场交易规模

据中国电子商务研究中心数据显示，截止2010年6月底，中国电子商务市场（包括B2B、B2C、C2C）交易额达到2.25万亿元；其中，B2B交易额达到2.05万亿元，B2C与C2C网购交易额达到了2000亿元。预计2010全年B2B交易额为3.85万亿，网购交易额为4300亿。

##### 2、第三方电子支付市场交易规模

据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到2010年6月底，中国网上支付市场交易额规模达到4500亿元，同比增长71.1%，保持高速发展态势。

##### 3、移动电子商务市场交易规模

据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到2010年6月底，中国移动电子商务实物交易规模（实物交易规模包括：家电、日用品、服饰等实体商品的交易总额）达到13亿元，用户规模已达到5531.5万，保持了快速增长的趋势。



#### 4、海外代购的市场交易规模

据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到2010年6月底，海外代购的市场交易规模达到了78.2亿元，并有望在2010年底这一规模达到110.3亿元。

#### 5、电子商务服务行业网站规模

据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到2010年6月，我国规模以上电子商务网站总量已经达20700家。其中，B2B电子商务服务企业有8200家，B2C、C2C与其它非主流模式企业达12500家。预计2010年电子商务网站总量将超过2.3万家。

#### 6、电子商务服务企业区域分布情况

据中国电子商务研究中心监测数据显示，目前国内电子商务服务企业主要分布在长三角、珠三角一带以及北京等经济较为发达的省市。其中长三角占有35.27%的份额，珠三角占有33.68%，北京占有9.32%，国内其它地方共占有21.73%。

#### 7、电子商务服务企业的行业分布

据中国电子商务研究中心监测显示，排在前十名的依次为：纺织服装（12.20）、数码家电（10.30）、钢铁机械（7.25）、建筑建材（7.00）、农林畜牧（6.38）、五金工具（5.89）、化工医药（5.30）、包装印刷（4.89）、食品糖酒（4.38）、礼品饰品（3.56）这些行业领域。其它领域（32.85）。

#### 8、海外代购前十大品类

数据显示，在众多的海外代购产品中，最受消费者欢迎的十大品类分别为：化妆品、奶粉、箱包类、鞋帽类、服装、电子产品、高档手表饰品、食品、个人运动器材、海外特产。

#### 9、网络团购企业数量

据监测数据显示，截止到2010年6月底，国内团购网站数量飙升到485家，而且正以迅猛的速度发展着，预计到2010年底，国内团购网站数量将有望达到880家。

### （二）、企业电子商务行业数据

#### 1、电子商务服务企业整体收入规模

数据显示，截止2010年6月底，国内电子商务服务类企业营收累计达到105亿元人民币。其中最为重要的B2B、B2C两块分别为：45亿和60亿，相比去年同期，各类企业营收规模都有明显的增长。预计2010年电子商务企业营收将突破200亿元人民币。

#### 2、B2B电子商务运营商份额比例

中国电子商务研究中心根据数据显示，从运营商的营收规模来看，2010年上半年中国主要B2B电子商务运营商营收规模预计将达到30亿元。从运营商格局来看，国内五大B2B上市公司所占市场份额分别为阿里巴巴市场份额54.6%，环球资源11.8%，慧聪网3%，中国制造网2.8%，网盛生意宝2.5%，前五位企业占到总营收的74.7%，其他为25.3%。

#### 3、B2C电子商务运营商市场份额比例、

据中国电子商务研究中心监测数据显示，2010年上半年国内各B2C电子商务运营商市



场份额占比情况为京东商城保持领先地位，占有34.5%的市场份额。其次为当当网和卓越亚马逊市场份额分别为9%、8.8%，而新蛋中国、红孩子、凡客诚品等紧随其后。

#### 4、C2C 电子商务运营商市场份额比例

据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到2010年6月底，国内各C2C网络购物平台格局基本保持稳定局势。淘宝网一家独大占83.5%市场份额，拍拍网次之，占有11.5%市场份额，其次是易趣与百度有啊。

#### 5、第三方支付企业市场份额比例

据中国电子商务研究中心即将发布的《2010年上半年中国电子商务市场监测报告》数据显示，截止到2010年6月底，中国第三方网上支付企业市场份额中，排在前三位的分别为支付宝、财付通、中国银联电子支付。

#### 6、移动电子商务运营商市场份额比例

据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到2010年6月底，国内各移动电子商务运营商（手机门户）的市场份额被几家大的运营商所占用，排名前三的分别为亿美软通15.6%、新网互联13.5%、用友移动商街10.2%，三家市场份额共占整体市场份额的近40%，剩下大部分市场空间则基本被“二线梯队”的天下互联、中科聚盟和其他小型厂商所瓜分。

#### 7、团购企业数量及运营商份额比例

在团购网站运营商的份额占比上，美团网领衔各团购网站，占到24%的市场份额，F团、拉手网分别占有19.10%、12.30%的市场份额。团宝网、满座网、24券、爱帮网等团购网站紧随其后。

### （三）个人电子商务行业数据

#### 1、网络购物快递企业数量及收入规模

据中国电子商务研究中心数据显示，截止到2010年6月底，基于网络购物的快递数量已经达到6500家，而由此为快递业所带来的收入为140亿元。可以说随着电子商务的兴起，特别是网络购物的爆发增长，给国内快递业也带来了爆发式增长。

#### 2、电子商务服务行业从业人员情况

根据中国电子商务研究中心数据显示，截止2010年6月，电子商务服务企业直接从业人员超过130万人。目前由电子商务间接带动的就业人数，已超过1000万人。

#### 3、电子商务整体用户规模情况

根据中国电子商务研究中心的数据显示，截止到2010年6月份，国内使用第三方电子商务平台的中小企业用户规模已经突破1300万。根据中国电子商务研究中心的调查数据显示，截止到2010年6月份，中国网购用户的规模已经突破了1.3亿人。预计未来几年，这一规模仍将持续上升。

#### 4、个人网店数量规模

根据中国电子商务研究中心的数据显示，截止到2010年6月份，个人网店的数量已经

达到了 1200 万家，而且增长速度迅猛，预计到 2010 年年底网店数量将达到 1300 万家。

## 七、2010 年上半年中国电子商务动态监测

### （一）2010 年 1 月份中国电子商务动态监测

2010 年 1 月 4 日，河南省加大对电子商务建设推进的力度，除财政已拨付 300 万元资金用于农村电子商务建设，今年还将协调有关部门对企业发展电子商务给予资金扶持。

2010 年 1 月，广州市表示力争 5 年内培育 10 家电子商务交易额超过 100 亿元的龙头骨干企业，10 家营业额超过 10 亿元的电子商务服务企业，和至少 5 家上市电子商务企业。此外，广州今年拨出 2000 万专款用以帮扶电子商务企业。

2010 年 1 月起，国家发改委和商务部正式批准建设的“首个国家电子商务示范城市”落户深圳。深圳将投入 5 个亿用于电子和商务企业的科技研发。而 2010 年 1 月开园的罗湖区“深圳互联网产业园”，则是深圳市首个以电子商务为特色的高新科技产业园。

2010 年 1 月 11 日，由国内电子商务研究与传播机构中国电子商务研究中心主办，主题为“融合与繁荣”的 2009-2010 年度中国网络购物网站排行评选活动，正式启动 (<http://b2b.toocle.com/zt/09wgpx/>)。该评选旨在为更好地促进网购服务企业关注用户满意度，提升自身服务水平，也为展示我国电子商务十二年来在网购领域涌现出来的一大批优秀企业。

2010 年 1 月 13 日，北京首家茶叶电子交易市场在京开业，这是目前国内规模最大的大宗茶叶现货展拍电子交易平台。

2010 年 1 月 14 日，中国银行与汇通(中国)网络科技有限公司在福建石狮签署了《交易结算资金监管协议书》。协议约定，今后将由中国银行石狮支行对大家旺服装网电子交易下的资金进行监管。由此，大家旺服装网成为了中国首家具备支付担保资质的服装行业 B2B 平台。

2010 年 1 月 18 日，大连国际电子商务应用平台正式上线，该平台由政府出资 500 万元与中国电子商务中心联合建设，是东北地区的第一家电子商务平台。

2010 年 1 月 22 日，国家工信部首次突破行政界域，广东乐从镇被授予全国首个“国家级电子商务试点”，政府将引导企业电子商务和服务示范区。

2010年1月27日，日本最大电子商务网站“乐天”宣布，将与中国百度成立合资公司，进军中国的网络商城市场，并计划于2010年下半年开始服务。

## （二）2010年2月份中国电子商务动态监测

2010年2月1日，苏宁电器旗下B2C网购平台——“苏宁易购”（www.suning.cn）正式上线，并宣布力争用三年时间使苏宁易购占据中国家电网购市场超过20%的份额，将其打造成为中国最大的3C家电B2C网站。这意味着我国3C家电连锁老大苏宁电器也由此正式出手电子商务B2C领域。

2010年2月1日，我国服装电子商务领军企业中国服装网（efu.com.cn）宣布重要股权交易，以其董事长陈学军为首的管理层向大股东网盛生意宝（002095，SZ）回购了浙江中服网络科技有限公司11.38%的股权，最终以60.38%的比例成公司第一大股东实现了控股。这是国内电子商务领域首例MBO，也是继新浪之后的国内互联网企业又一次MBO事件。

2010年2月25日，中国官方大型电子商务平台——中国供应商在新疆恢复开通。新疆企业可登陆浏览、查询、发布企业供求信息，国内外采购商同样可以通过中国供应商平台寻找供应商。另外，新疆企业又可以通过电子商务拓展市场。

## （三）2010年3月份中国电子商务动态监测

2010年3月5日，十一届全国人民代表大会第三次会议在北京开幕。国务院总理温家宝作政府工作报告时指出，要加强商贸流通体系等基础设施建设，积极发展电子商务。同时，两会代表、中国移动广东公司总经理徐龙建言制定统一系统的《电子商务法》，以引导和规范电子商务活动，防范和减少网上交易风险。

2010年3月，弘毅投资联合中信产业基金和红杉资本组成投资人团，向湖南卫视旗下的“快乐购”投资人民币3.3亿元。

2010年3月，“华南不锈钢网”（www.zhbxgw.com）获得来自民营风险投资商boergo创投的1200万风险投资，该企业准备2010年奔赴美国纳斯达克上市。

2010年3月7日，商务部部长陈德铭在召开的全国“两会”记者招待会上表示，目前管理层已对电子商务行业的发展“有了一些新想法”。其商务部新闻发言人姚坚也表示，加快农村流通体系的建设是今年商务部工作的重点。

2010年3月16日，商务部在其例行新闻发布会上透露，正在草拟一份关于《支持传统商业企业进军电子商务》的文件，该方案还拟成立专项资金对北京王

府井、上海百联、武汉中百等“上榜企业”进行资助。

2010年3月18日，美国电子商务网站 eBay 旗下支付系统 PayPal 宣布，将与中国银联合作，以便中国银联的用户进行海外网站的购物结算。

2010年3月30日，敦煌网和私募股权基金美国华平投资集团联合对外宣布，华平投资领投敦煌网第三轮融资，资金规模约为2亿元人民币，该资金将支持敦煌网进一步在线外贸市场上扩张。

2010年3月底，“杭州电子商务产业园”开园。该产业园已被批准为中国国内首个“中国移动电子商务试点基地”分园，并成为“中国电子商务之都”首个专业性电子商务产业园区和孵化基地。入驻企业将享受国家、浙江省、杭州市及西湖区政府给予的一系列优惠政策。

#### （四）2010年4月份中国电子商务动态监测

2010年4月1日，央行表示构建的第二代支付系统的“网银互联应用系统”将于今年8月份上线运行，该系统意在消解国内银行业金融机构网银的无序竞争状态。目前，首批十多家试点的主要商业银行正进行接入系统开发。

2010年4月2日，“中国快递协会快递与电子商务专业委员会”在杭州成立。

2010年4月6日，继京东商城、淘宝涉足线下物流后，当当网表示在全国现有六大物流中心、仓促面积12万平方米基础上，计划几年斥资10亿元在华北、华东和华南新增三个物流基地。这意味着B2C公司的物流竞赛正在加剧。

2010年4月9日，国内首家“三网融合全程电子商务工程中心”在华南正式成立，并同时启动“百万推进工程”，促进全国百万企业开展全程电子商务应用。

2010年4月9日，中国房产信息集团（纳斯达克代码：CRIC）下属房商集团推出中国第一个房地产电子商务产品“房商通”，这意味着我国房地产行业开始进入“B2B时代”。

2010年4月9日，中小板电子商务上市网盛生意宝（002095, SZ）宣布，旗下大宗商品资讯行情平台“生意社”（www.NetSun.com）正式上线。这是国内最大专业电子商务服务商生意宝，首度涉水大宗商品领域。

2010年4月10日，作为台交会之一的“第三届中国(厦门)海峡两岸电子商务发展论坛”召开。会议探讨了如何借鉴台湾地区电子商务发展的先进经验和模

式，以及如何加强两岸之间电子商务合作。有近 30 家来自台湾的电子商务企业参与论坛，从人数到规格都创下了历史纪录

2010 年 4 月 15 日，中搜发布商城平台，意指通过商城搭建传统企业与终端用户的沟通、销售、品牌渠道。

2010 年 4 月 20 日，中国物流企业爱普司集团宣布推出物流电子商务交易公共服务平台“流通宝”（E56 物流电子交易公共服务平台），该平台是一集卡、手机和网络平台为一体的新型电子商务平台，实现了物流与互联网、金融有机结合。

2010 年 4 月 20 日，由中国电子商务协会主办，成都市电子商务协会和《互联网周刊》联合承办的“2010 中国（成都）国际电子商务大会”在成都举行。会上，发布了《2009 成都市电子商务服务业发展研究报告》。

2010 年 4 月 20 日，阿里巴巴小额贷款股份公司从杭州市工商局领到了全国首张电子商务小额贷款公司的营业执照。这意味着，原先主要用于三农和微小企业的小额贷款开始扩展到了电子商务领域。

2010 年 4 月 22 日，中国电子商务研究中心举办的“2010 杭州电子商务产业政策解读说明会”召开。这是“中国电子商务之都”杭州，为招商引资首度出面邀请全国电子商务网站落户，这为杭州打造“全球电子商务之都”，向全球扩张提供了现实可能。

2010 年 4 月 22 日，在“福田网商大会”上，深圳市福田区政府发布了《福田区互联网产业振兴发展规划（2010—2012 年）》及《福田区促进互联网产业和电子商务发展若干措施》。在 2010—2012 年，福田区每年投入不少于 5000 万元的专项资金，扶持互联网产业和电子商务发展。

2010 年 4 月 22 日，当当网表示已启动上市筹备工作，旨在今年年底登陆纳斯达克。而去年 12 月 10 日，当当网启动了百万美元内部期权回购计划，允许员工可以选择将手里的部分期权变现。

2010 年 4 月 24 日，“第五届中小企业电子商务应用发展大会”在深圳召开，本次会议以转型与升级为主题。会上，举行了中国联通与“我的钢铁网”的签约仪式，首次将 3G 和行业电子商务进行战略对接。

2010 年 4 月 26 日，电子商务上市公司网盛生意宝（002095，SZ）宣布携手中国电信，正式启动农村版的横向“小门户+联盟”战略，旗下“九亿农民上网第一



站”的农村中国平台(9191.cn)正式上线运行,拟2011年起向全国主要省市普及。据公告,双方共同出资1000万元成立“网盛电信”合资公司。这也是近年来,国内电子商务领军企业与通信运营商巨头,首次在资本层面展开战略合作。

2010年4月27日,京东商城宣布将于2011年在上海建成国际化超大型仓储中心,其规模将是奥运会主体育场鸟巢的8倍。

2010年4月27日,由国内领先的全网电子商务运营服务商汇海集团(www.winhi.net)发起,与腾讯财付通、怡亚通、中国移动12580、中国广交会、分媒国际等近30家单位,成立了三网融合背景下的国内首个“中小企业电子商务产业推进联盟”,共同打造全网、全程、全沟通的“全网电子商务”产业链开放平台,推动传统中小企业的电子商务进程。目前已经在全国三十多个城市建立应用服务中心,推进展开。

4月28日,深圳市市场监督管理局表示,《关于服务深圳市电子商务市场健康快速发展的若干措施》将于近期发布。其中备受业界关注的是,深圳市监局将搭建第三方电子商务信用服务平台,这是国内首个由政府搭建的针对电子商务行业的信用服务体系。

2010年4月29日,银川中小企业在线资信服务平台正式启动运行,将为中小企业提供信用征集、担保贷款、电子商务认证等一系列专业化服务,其中,电子商务公信平台等服务在国内尚属首创。

2010年4月,中国平安保险集团战略投资上海的B2C电子商务网站“一号店”,收购其店约80%的股权。

2010年4月,用友集团下属伟库电子商务公司宣布三网融合背景下的“全程电子商务百万推进工程”活动在广州启动。该工程将在广州举办近百场电子商务应用培训,并建立应用推进中心,定期举行中小企业全程“电子商务体检”活动。

2010年4月,成都金牛区商务局完成厚达119页的《成都市金牛区电子商务产业发展规划(2010—2014)》,这是据中国电子商务研究中心目前调研获悉的最详实的区一级电子商务发展规划。

2010年4月,全球最大零售商沃尔玛筹划在中国和日本推出网络零售电子商务业务,有望成为超市百货业未来业务多元化的榜样。而此前,它的竞争对手家乐福,在几年前也曾经试水“在线商城”,以北京上海等为试点开展网购业务。

2010年4月,上海市自4月起启动2010年“上海市流通领域电子商务示范企业”和“上海市电子商务示范园区”创建活动。此举是为贯彻落实《上海市促进电子商务发展规定》及《商务部关于流通领域电子商务发展的意见》,促进上海电子商务的发展。

2010年4月,浙江中国小商品城集团股份有限公司(股票代码600415小商品城(600415))表示,拟着力发展电子商务平台,推动“网上义乌小商品市场”中国小商品城网([www.onccc.com](http://www.onccc.com)),将在年内尽早推动有形和无形市场融合发展。

### (五) 2010年5月份中国电子商务动态监测

2010年5月3日,国际互联网监测公司Alexa发布的最新统计数据显示:淘宝网的日独立访问数已逾4000万,首次超过Amazon、Ebay等国际大型购物网站,在全球电子商务网站流量中排名第一。

2010年5月5日,“中国服装第一街”杭州四季青服装特色街区宣布“杭州女装网”,经试运行后,网站于本月上旬正式运营。

2010年5月8日,中国川菜产业基地电子商务平台——中国川菜产业基地网正式成立。

2010年5月9日,淘宝网发布《2009-2010年度中国网购热门城市报告》。此份报告涉及时间跨度为一年。据调查,上海、北京、深圳、广州、杭州等入围“中国网购消费力十大城市”。

2010年05月11日,阿里巴巴与UPS旗下在线批发电子商务平台“全球速卖通”结成战略联盟。

2010年5月11日,中国国际航空股份有限公司继2003年推出电子客票后,宣布率先在北京投入使用国内首张电子收费凭证(EMD)。

2010年5月10日,中国银联联合商业银行、电信运营商及部分手机制造商共同成立的“移动支付产业联盟”,由于此前中国移动已经入股浦发发行。该事件标志着三大运营商对移动支付市场的争夺升级。

2010年5月14日,文博会上,全国首个石文化产业电子交易中心——汉玉立体艺术创意园电子交易平台,在深圳正式亮相。同日,文博会上举行了共建“蛇口网谷-互联网及电子商务产业基地”签约仪式。



2010年5月18日,香港联交所上市公司银泰百货(股票代码:1833.HK)宣布成立浙江银泰电子商务有限公司全资子公司,将于今年10月份推出电子商务平台“银泰网”(www.yintai.com)。其同行对手杭州大厦购物中心也随后表示跟进网络零售领域布局。这标志着传统实体百货零售巨头开始掘金网购市场。

2010年05月18日,网络男装品牌MasaMasO在京开设其第一家线下实体店,这是国内网络服装品牌首次进军传统服装销售行业。去年,该网站从国际著名VC红杉国际获取了千万美元的风投融资。

2010年5月19日,eBay旗下电子商务支付工具PayPal表示,仅向中国收取商家3%佣金,以对抗支付宝“零交易费用”的竞争策略。

2010年5月19日,拥有1.4亿注册用户的淘宝宣布“淘旅游”频道正式上线。这意味着,淘宝进军在线旅游消费市场,与拥有3500万注册会员的携程对峙。

2010年5月20日,京东商城宣布,将在6月投入3000万元推出12周年庆典活动。电脑、手机、数码、日用百货等各类商品,将在“京东价”基础上再度降价,最高降幅达70%。由此创下国内B2C史上最大促销力度记录。

2010年5月20日,深圳市电子商务的主管部门深圳电子商务协会,内部引发了一场国内电子商务历史上史无前例的“内讧”。深圳电子商务协会秘书长苏永彪将昔日的“战友”、同为深圳电子商务协会的同事、法人代表郝建强,他告上法庭的。一场诉讼争夺焦点,竟是由于深圳电子商务协会的两个“官方”网站,经媒体曝光后,使得深圳城市形象大蒙阴影。

2010年5月24日,百度C2C电子商务平台“有啊”新任掌舵人蔡虎“亮相”,他表示,有啊正在进行战略转型,人才招聘计划正在进行,平台和产品结构也都将发生变化。电子商务是支撑百度未来十年最重要的战略之一,此前未达预期的C2C平台有啊成了试验品,它让百度将其电子商务战略重心转向了B2C。

2010年05月22日,“第四届APEC电子商务工商联盟论坛”在成都落幕。

2010年5月25日,国内团购网站拉手网宣布实现盈利,也是国内首个宣布盈利的团购网站。这距其3月18日正式上线尚不足80天,更是把团购网站鼻祖美国Groupon六个月盈利的记录提前了3个多月。

2010年5月27日,eBay中国与中国邮政和美国邮政在上海签订合作行动书,

三方将共同规划并制定电子商务物流方案。

2010年5月28日，四川省经信委、四川移动等机构在蓉启动“百万中小企业信息化体验计划”，开通了西部首个“三网融合”电子商务平台——“全程电子商务西部中心”。平台供应方用友伟库公司称，只要拥有工商资质，企业都可在“全程电子商务”平台上注册网店，经营者可利用手机对网店进行操作和管理。

2010年5月30日，定位“东莞市产业信息化公共服务平台”的本土电子商务网站——“东莞制造网”正式上线，依托20多万的批发商数据，帮助借助电子商务企业来内开展销。该平台由“盛世商朝”团队打造，这家原本位于杭州的网络公司在去年招商引内资时落地东莞。

2010年5月底，杭州市上城区表示，由其推出的全国首创的居家网络就业新政：在家开网店每月有200元的社保补贴，已获得初步成功。

#### （六）2010年6月份中国电子商务动态监测

2010年6月1日，国家工商总局出台了《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》，其中明确规定，通过网络从事商品交易及有关服务行为的自然人，应提交其姓名和地址等真实身份信息。该《办法》的出台将促进网络商品交易及有关服务行为的健康发展，自2010年7月1日起施行。

2010年6月1日，淘宝网与软银集团控股下属的雅虎日本，宣布共同启动中日网购互联平台。面向中国消费者的淘宝网淘日本(www.taojapan.com)与面向日本买家的雅虎日本“中国商城”(chinamall.yahoo.co.jp)同时上线运营。

2010年6月1日，由杭州诺贝克电子公司自主研发建立的中国“回程车”网商务平台开通，受到公路运输企业和回程车辆司机的普遍欢迎。

2010年6月8日，焦点科技发布公告表示，拟投资6000万元在台湾设立全资子公司，以开展台湾地区的电子商务业务，并通过上门直销的方式开拓中国制造网在整个台湾的业务。此外，还宣布将投资1亿元设立全资网络保险代理公司，用于开展保险代理电子商务平台业务。

2010年6月9日，国内团购网站酷团网(kutuan.com)宣布获得万嘉创投首轮800万人民币投资，而之前该网上线前期已获得浙商创投1000万人民币投资。此前，拉手网也表示完成500万美元的A轮融资。据中国电子商务研究中心监测

统计表明：截止6月底，国内团购网站已达480家。

2010年6月9日，百度公布其与日本乐天(Nasdaq: 4755. q)合资B2B2C网站品牌为“乐酷天”(www.rakuten.com.cn)，并向中国商家开放注册。此前合资公司已于4月23日落户北京通州。

2010年6月11日，淘宝网联合国内外仓储、快递、软件等物流企业组成服务联盟，推出“淘宝大物流计划”，包含了API接口全面开放的淘宝物流宝平台、物流合作伙伴体系以及物流服务标准体系三块，提供一站式电子商务物流配送外包服务，解决商家货物配备(集货、加工、分货、拣选、配货、包装)和递送难题的物流信息平台。

2010年6月14日，百度旗下的“网址之家”Hao123宣布其团购页面已经全新上线，并且兼具团购网站导航指南和团购商品直接购买两种功能。

2010年6月16日，由中国中小企业协会、中国国际电子商务中心和深圳市政府等单位联合举办的“‘信星中国行’电子商务信用高峰论坛”在深圳举办。会上，中国中小企业协会电子商务信用管理中心正式揭牌并落户深圳。

2010年6月16日，经东盟各国政府批准，“中国-东盟自由贸易区商务门户网站运营中心”在昆明启动。

2010年6月21日，中国人民银行出台了《非金融机构支付服务管理办法》。该《办法》的出台大大规范当前发展迅猛的第三方支付行业，起到了引导作用。

2010年6月25日，温家宝总理视察阿里巴巴，马云作专题汇报。

2010年6月，京东商城开始向核心员工派发原始股，并表示其上市(IPO)已经进入筹备阶段，2011年有望登陆纳斯达克或香港资本市场。

2010年6月，经过近三个月的考察、测试，国家工信部正式选定中国化工网作为中国石化化工市场运行监测数据的合作伙伴，由后者为工信部提供详细监测数据。

2010年6月，浙江恒力工具公司今年上半年出资1645万元，收购杭州宏创电子商务有限公司“全球五金网”网站51%股份，涉足网络经济市场。这是目前国内首例由传统行业企业收购所在行业网站的案例。

2010年6月，网络融资成为一股新兴融资力量在国内迅速蔓延。我国两大电子商务龙头上市公司网盛生意宝（002095, SZ）、阿里巴巴（1688, HK），相继推出第三方网络融资服务平台，旨在为国内中小企业提供在线融资服务，以进一步缓解当前中小企业“融资难”的困局。这表明一些行业领军企业在继信息流、物流之后，向电子商务产业链下游扩张的种种迹象。随后，敦煌网表示跟进。

## 八、中国电子商务发展现状及产业规模

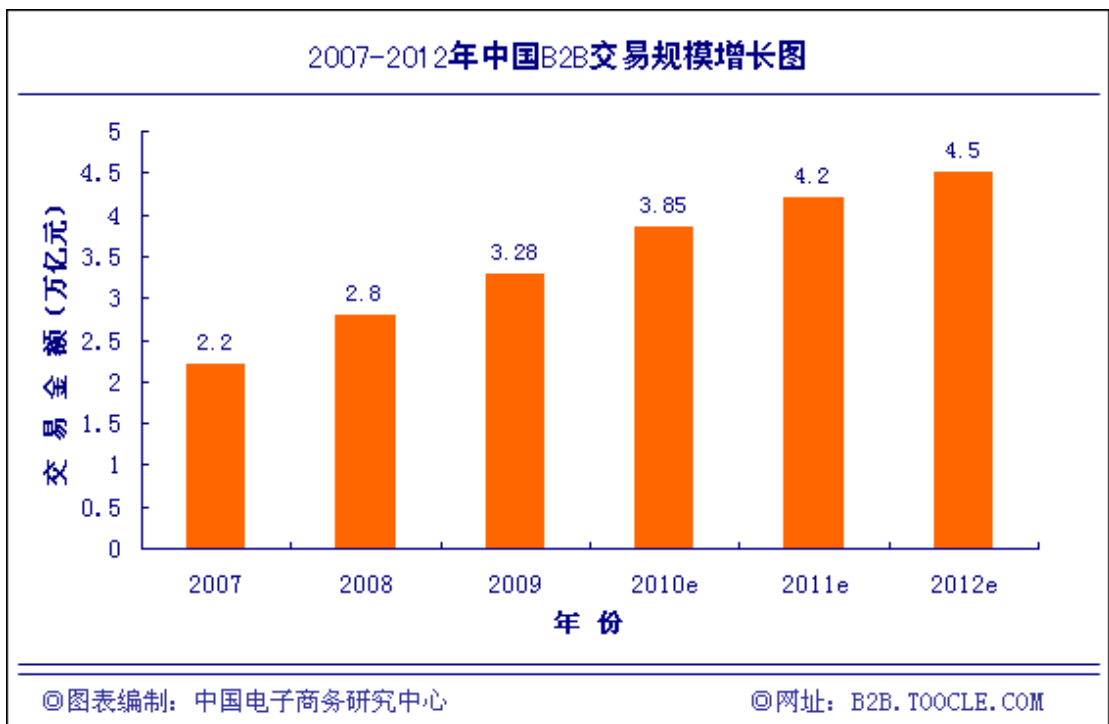
### （一）行业层：电子商务整体行业数据

#### 1、电子商务行业市场交易规模

据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到2010年6月底，中国电子商务市场（只包括B2B、B2C、C2C）交易额达到2.25万亿元。

其中，B2B交易额达到2.05万亿元，B2C与C2C网购交易额达到了2000亿元。

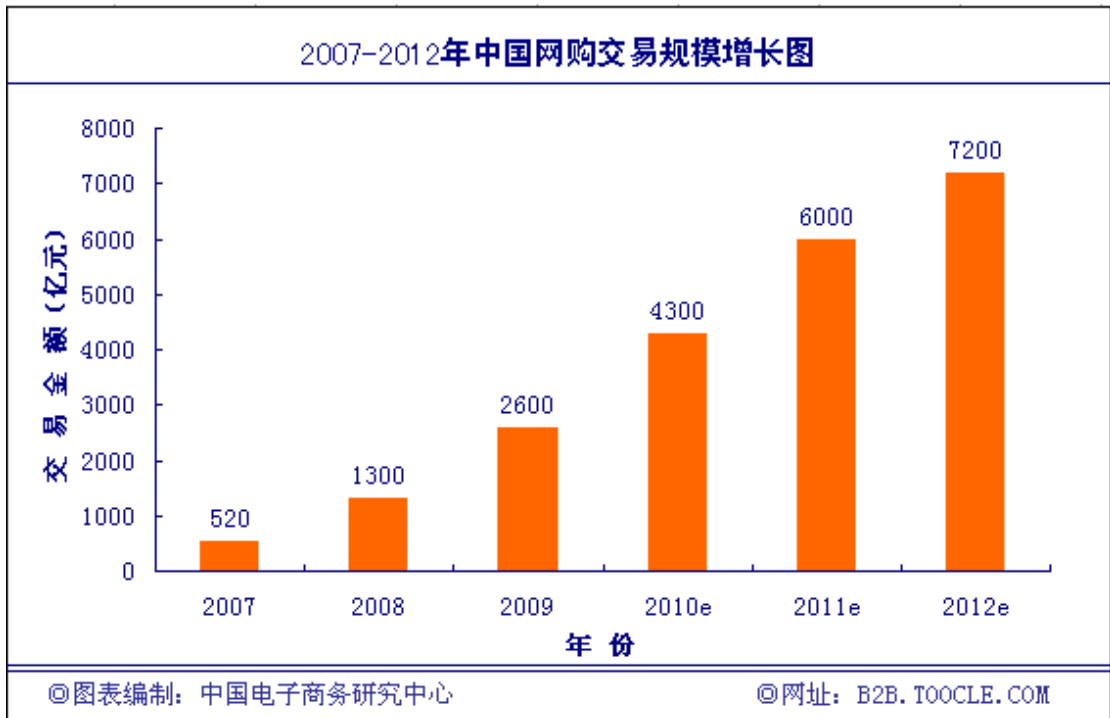
我们预计B2B交易额2010年为3.85万亿，B2C交易额2010年为4300亿。



从监测结果显示，2010年上半年电子商务整体交易额呈上升趋势。

其中，受环境等因素的影响B2B电子商务交易额激增。并且，在未来的几年，随着宏观经济的回暖和电子商务渗透率的提高，中国B2B电子商务的交易规模将呈现快速增长的趋势。

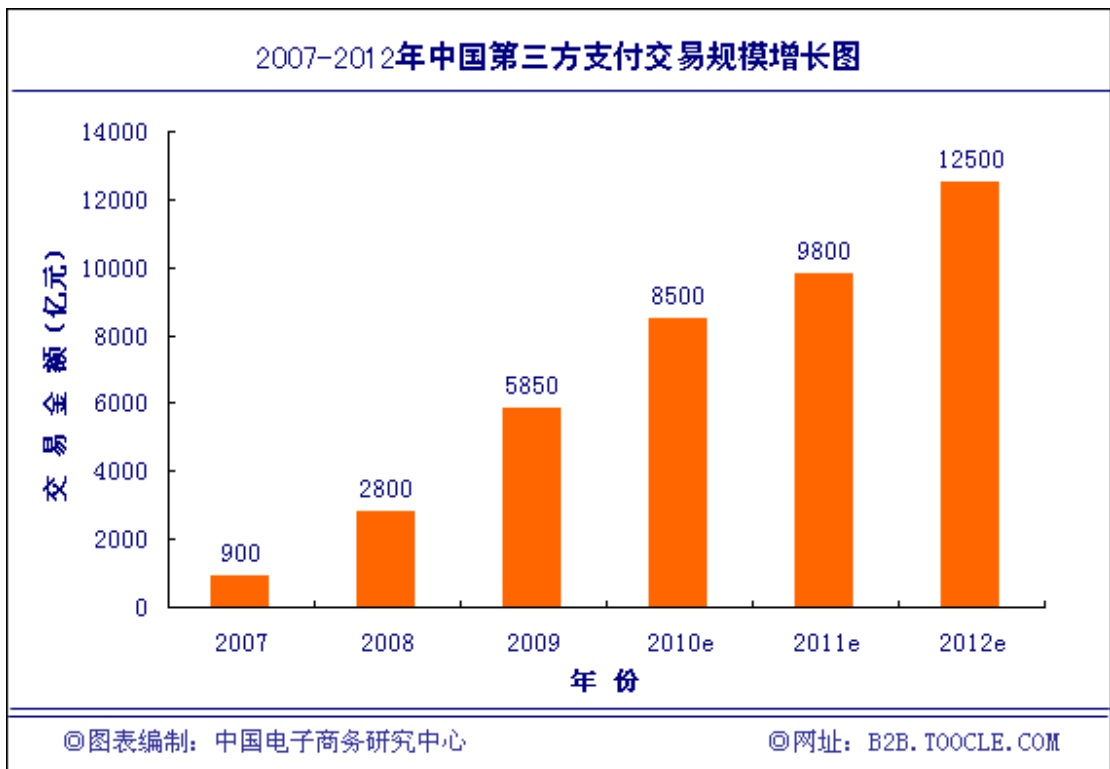
在网络购物方面，网购成为经济危机时期，网络经济各个行业当中，所受的负面影响最小、而成长性最佳的热点行业之一。



展望 2010 年及未来几年的发展，我们认为，网络购物市场依然会维持相对较快的成长，相比国外同行及国内传统商务市场，中国电子商务可以有所作为的空间还很广阔。

## 2、第三方电子支付市场交易规模

根据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到 2010 年 6 月底，中国网上支付市场交易额规模达到 4500 亿元，同比增长 71.1%，保持高速发展态势。



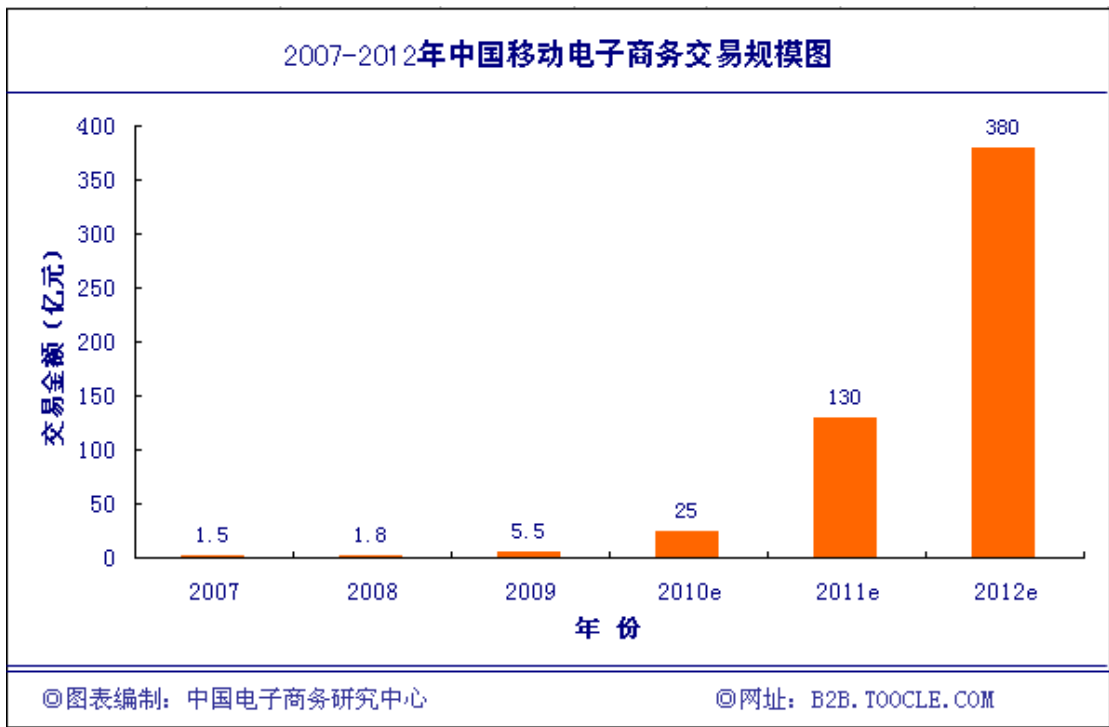
2010 年上半年第三方支付公司与保险、航空等资金流通量大的行业合作力度增强。网上支付业务开始向保险、票务、房产领域渗透，当前网上支付的服务已经覆盖到从 B2B、B2C、C2C、网游到航旅、保险、公共事业缴费等众多领域。

中国电子支付市场随着银行、非金融机构合作的更加深入，竞争也将逐步显现。同时，政府对市场的关注度和推进力度也在提升，通过整合资源、加强监管等手段保证市场健康有序、快速的发展。

此外，各电子支付厂商的业务类型也将不断丰富，解决方案日趋完善和成熟，服务、渠道尽力贴近大众。中国电子支付市场将迎来赢来新机遇，迈入第二轮快速增长阶段。

### 3、移动电子商务市场交易规模

据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到 2010 年 6 月底，中国移动电子商务实物交易规模（实物交易规模包括：家电、日用品、服饰等实体商品的交易总额）达到 13 亿元，用户规模已达到 5531.5 万，保持了快速增长的趋势。



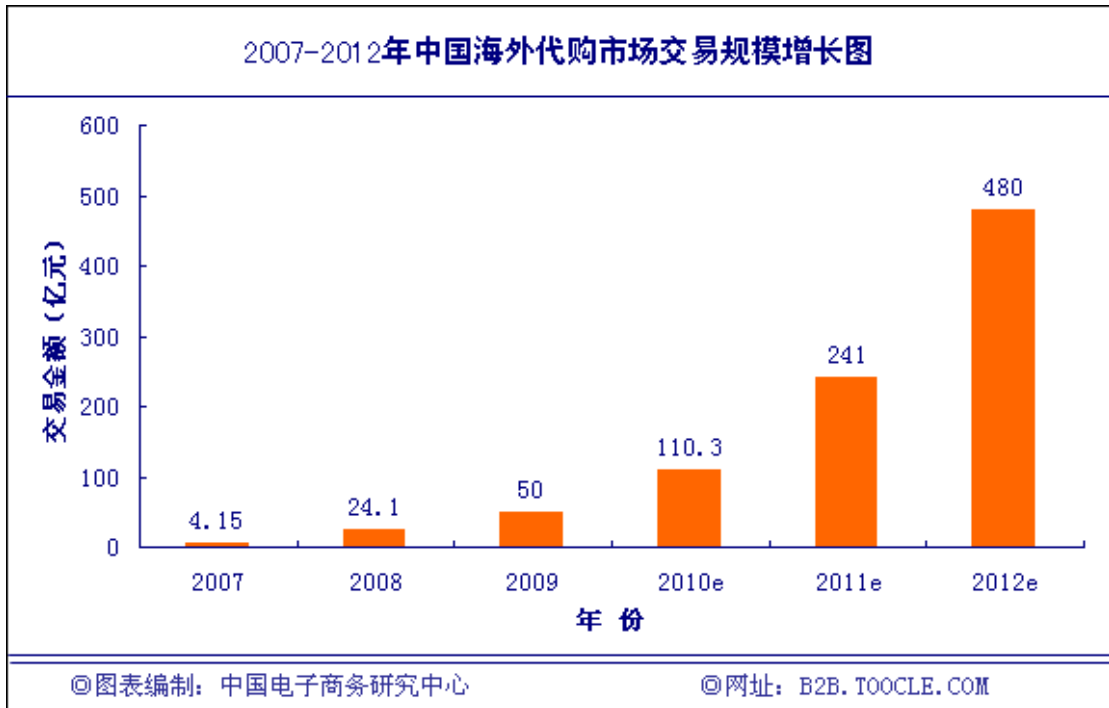
我国移动电子商务正呈现良好的发展势头，企业应用成为移动商务发展的热点，呈现出广泛渗透，规模扩张的特点。随着移动通讯技术的突破，以及政策环境的不断优化，移动电子商务的建设与发展已成为了潮流和趋势。

中国电子商务研究中心研究发现：中国电子商务研究中心研究发现：由国内领先的全网电子商务运营服务商汇海集团（www.winhi.net）发起的“全网电子商务”模式，是一种整合移动电子商务在内的创新型电子商务商业模式，无疑代表了未来电子商务与移动电子商务朝着“融合化”、“一体化”发展的趋势。

同时，在产业链不断细分的前提下，移动电子商务正在广泛的应用到社会的各个领域，个人用户可以利用手机通过信息、邮件，手机网站等方式获取各类信息，这些信息促进用户开展电子商务交流活动。

#### 4、海外代购的市场交易规模

据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到2010年6月底，海外代购的市场交易规模达到了78.2亿元，并有望在2010年底这一规模达到110.3亿元。



近年来，中国海外代购市场增长速度远高于网上零售市场整体发展速度。但随着中国海关总署对个人邮寄进出境物品应征进口税税额的调整，其发展速度将会放缓。但即便如此，这一市场仍然具有价格上的优势。

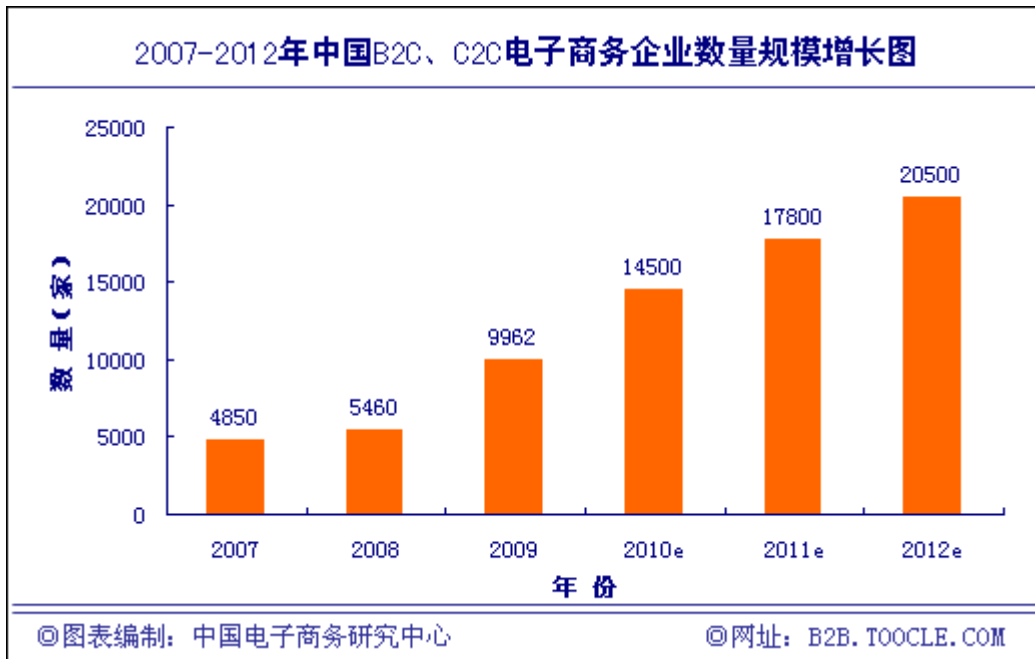
#### 5、电子商务服务行业网站规模

国内电子商务在经历了2009年逆势增长后，在2010年上半年更是出现了规模性增长。由于受2009年金融危机的影响，在一定程度上带动了整体电子商务行业的发展。而随着中小企业对电子商务认识的提高，也促进了电子商务行业的快速发展。





据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到2010年6月，我国规模以上电子商务网站总量已经达20700家；其中，B2B电子商务服务企业有8200家，B2C、C2C与其它非主流模式企业达12500家；预计2010年电子商务网站总量将超过2.3万家。



受09年金融危机的影响，降低成本，提高效率成为目前中小企业最重要的任务，而电子商务正是最好的实现方式。因此大量的传统企业开始纷纷建立电子商务网站，通过互联网开拓市场，这就构成了2010年电子商务网站数量井喷式的增长。

分析认为，国内电子商务网站数量呈现出高速增长，主要有两方面原因：一方面是基于国内互联网快速发展的必然趋势，互联网的发展也在一定程度上促进了电子商务的发展。另一方面，在金融危机的影响下，更多的企业对电子商务认识提升，越来越多的中小企业选择

电子商务网站来帮助渡过难关，促进销售。

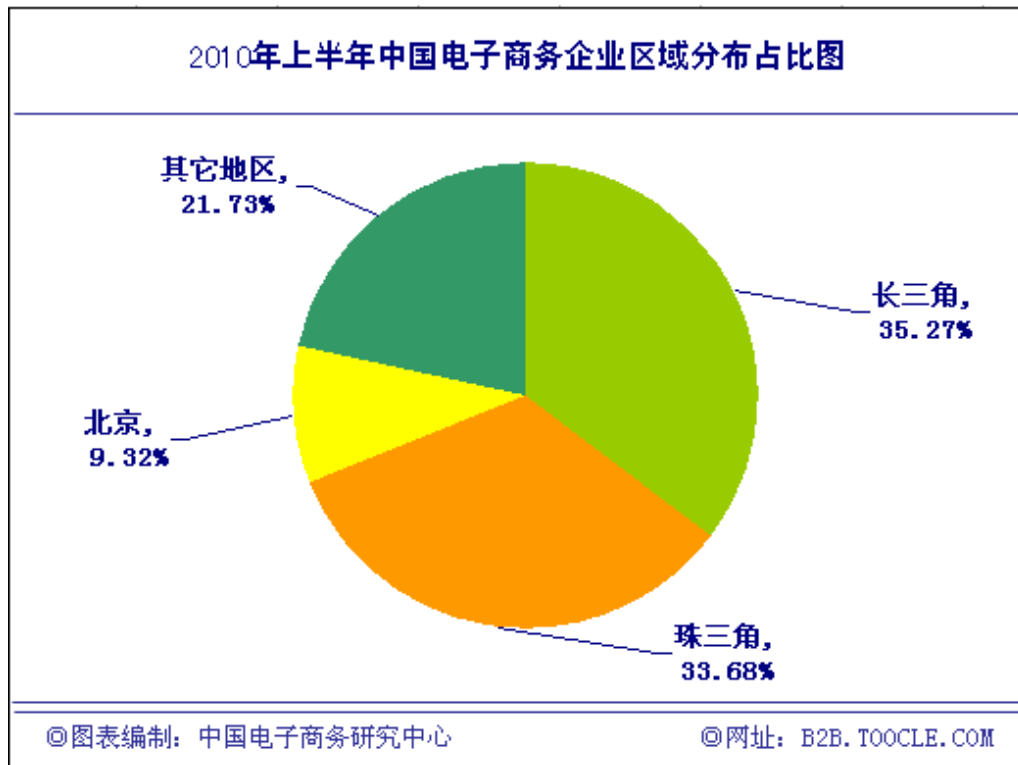
## 6、电子商务服务企业区域分布情况

据中国电子商务研究中心监测数据显示，目前国内电子商务服务企业主要分布在长三角、珠三角一带以及北京等经济较为发达的省市。其中长三角占有 35.27% 的份额，珠三角占有 33.68%，北京占有 9.32%，国内其它地方共占有 21.73%。

监测结果显示，目前我国的电子商务服务企业多分布在经济较为发达的省市，其中以长三角和珠三角最为集中。这主要跟经济较为发达的地区对电子商务的扶持力度较大、环境承载能力较强、电子商务配套较为完善等因素有关。

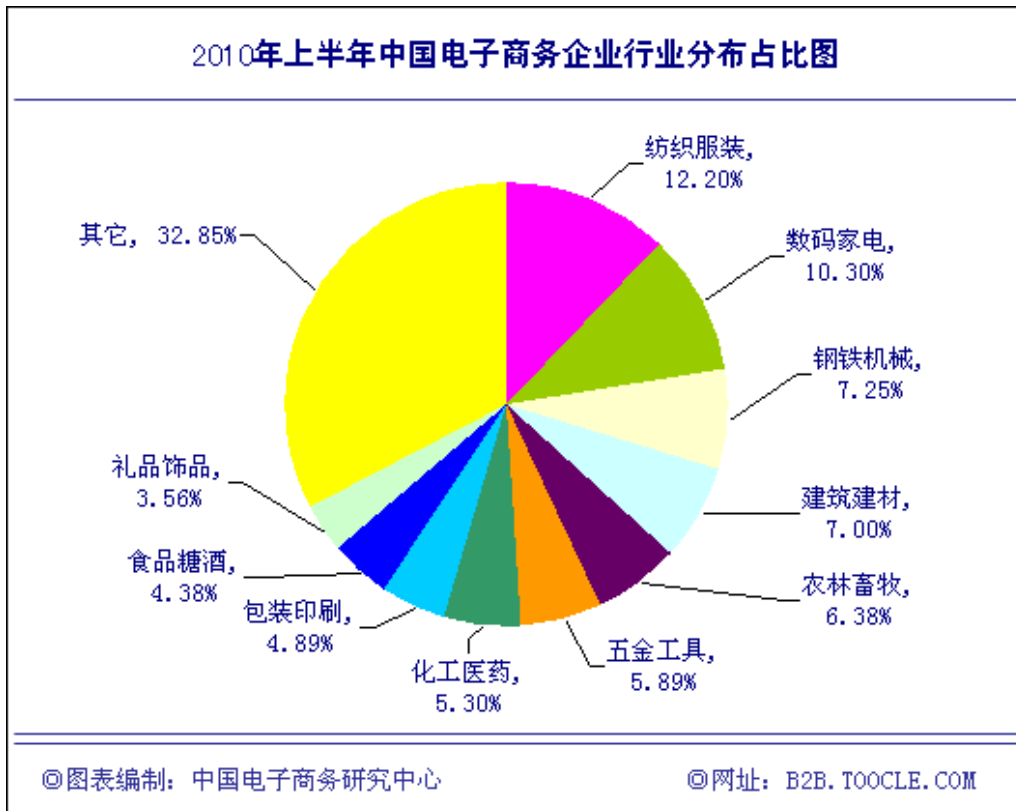
此外，经济的发达使这些地方网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付，以及各种商务、交易、金融、物流和相关的综合服务活动也较为活跃。

该结果也符合电子商务行业公认的“六六定律”，即全国数千家行业网站，其中有六成在长江三角洲经济圈内，而该经济圈内的行业网站，又有近六成在浙江，其中又是以杭州为主，聚集了其中的六成以上，因此杭州也是公认的“中国电子商务之都”。



## 7、电子商务服务企业的行业分布

据中国电子商务研究中心数据显示，排在前十名的依次为：纺织服装（12.20）、数码家电（10.30）、钢铁机械（7.25）、建筑建材（7.00）、农林畜牧（6.38）、五金工具（5.89）、化工医药（5.30）、包装印刷（4.89）、食品糖酒（4.38）、礼品饰品（3.56）。



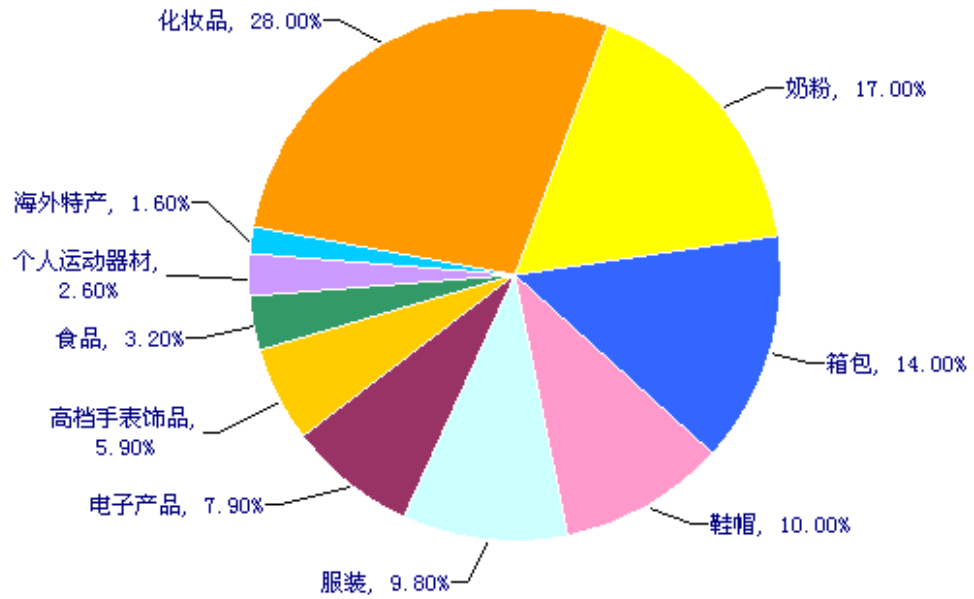
从监测结果显示，纺织服装、家电数码等跟人们生活息息相关的生活必需品所占比重较大，这些电子商务平台也蕴含有着更多的消费群体，所以电子商务企业较为集中。

在电子商务企业的行业分布中，消费能力大的行业成为了企业的首先。而这些跟人们生活息息相关的行业则受到了追捧。相反，那些相对冷门的行业企业参与较小，两者形成了强烈的反差。

## 8、海外代购前十大品类

据中国电子商务研究中心监测数据显示，在众多的海外代购产品中，最受消费者欢迎的十大品类分别为：化妆品、奶粉、箱包类、鞋帽类、服装、电子产品、高档手表饰品、食品、个人运动器材、海外特产。

2010年（上）中国海外代购最受欢迎十大品类占比图

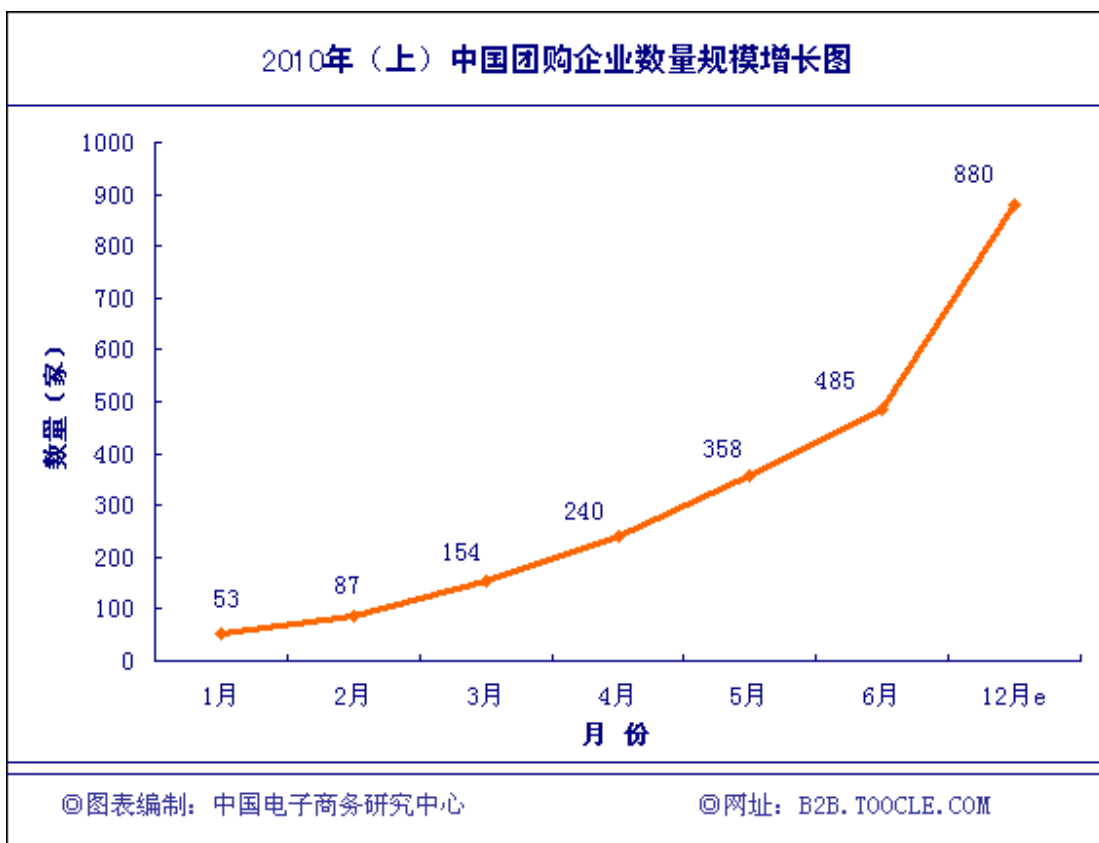


©图表编制：中国电子商务研究中心

©网址：B2B.TOOOLE.COM

## 9、网络团购企业数量

2010年上半年全国上下刮起了一股猛烈的团购飓风。继糯米、美团等一线城市的团购网站取得佳绩之后，各二三线城市团购网站上更是异军突起。随着搜狐、腾讯、新浪等互联网巨头的加入，使这场被媒体称为“百团大战”的战事更加炙手可热。



据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到2010年6月底，国内团购网站数量飙升到485家，而且正以迅猛的速度发展着，预计到2010年底，国内团购网站数量将有望达到880家。

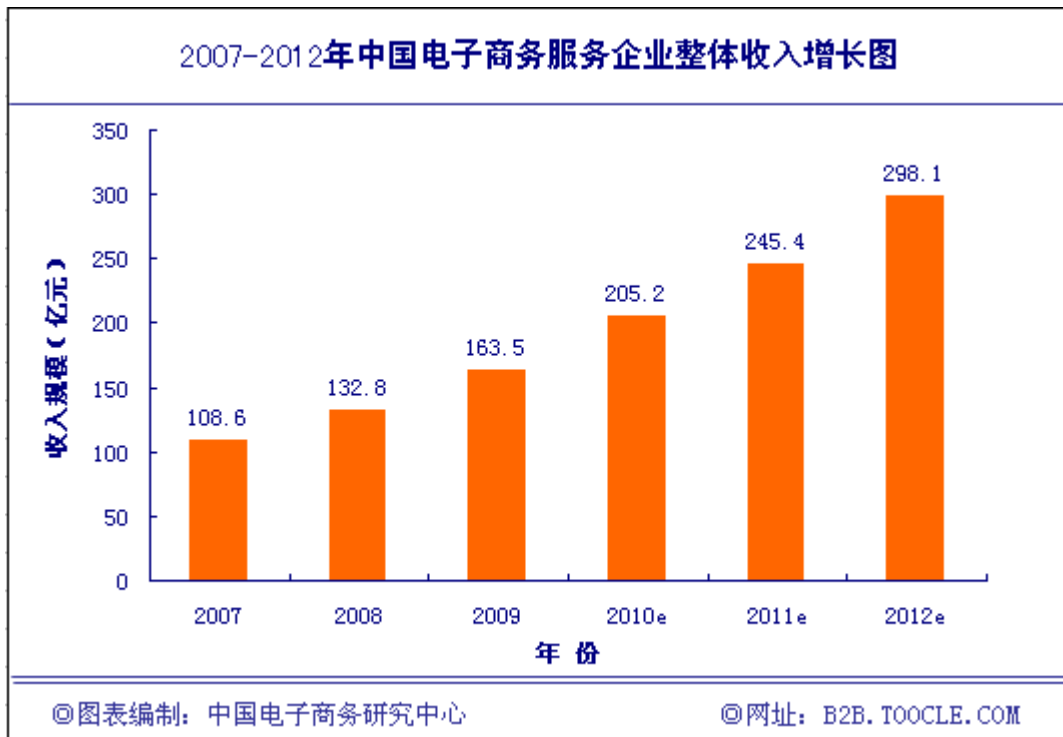
## （二）企业层：电子商务服务厂商数据

### 1、电子商务服务厂商整体收入规模

中国电子商务行业经过了 09 年的逆势增长后,在 2010 年上半年还是表现出了强劲的增长空间,不管是在 B2B 还是 B2C 领域都出现了一定程度的增长。

根据中国电子商务研究中心监测数据显示,截止到 2010 年 6 月底,国内电子商务服务类企业(包括 B2B、B2C、C2C、B2M、B2G 等)营收累计达到 105 亿元人民币。其中最为重要的 B2B、B2C 两块分别为:45 亿和 60 亿,相比去年同期,各类企业营收规模都有明显的增长。预计 2010 年电子商务企业营收将突破 200 亿元人民币。

从监测结果显示,国内电子商务服务企业收入规模的增长,主要得益于受金融危机的影响和推动,越来越多的中小企业加入到了借助第三方电子商务平台开拓市场。还得益于各地政府对电子商务行业扶持力度的增加。这些都极大的促进了电子商务行业的发展。



### 2、B2B 电子商务运营商份额比例

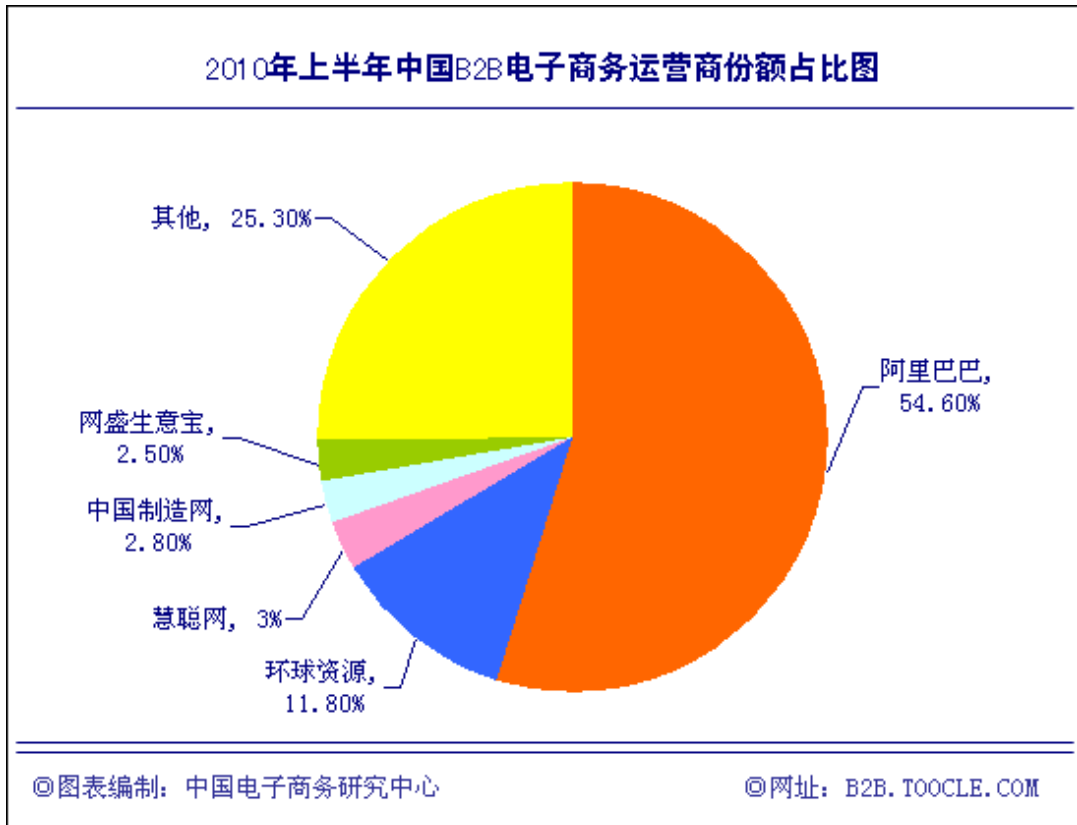
中国电子商务研究中心根据数据显示,从运营商的营收规模来看,2010 年上半年中国主要 B2B 电子商务运营商营收规模预计将达到 30 亿元。从运营格局来看,国内五大 B2B 上市公司所占市场份额分别为阿里巴巴市场份额 54.6%,环球资源 11.8%,慧聪网 3%,中国制造网 2.8%,网盛生意宝 2.5%,前五位企业占到总营收的 74.7%,其他为 25.3%。

中国电子商务研究中心认为,目前中国主要 B2B 电子商务运营商的格局基本稳定,阿里巴巴仍占据较大的市场份额,而其他运营商(如网盛生意宝)也在各自领域有了不同幅度的较快增长。从 2010 年各主要 B2B 运营商的发展情况来看,各运营商们都采取了差异化的竞争策略,竞争态势更为激烈。

在几大主要运营商中，以广大中小企业为服务对象的生意宝上半年业绩仍保持稳定增长，达到乃至超出此前诸多证券分析师的预期。并在保持中国化工网等专业网站经营优势同时，通过商业模式创新，实现了公司下属“小门户+联盟”生意宝网站（Toocle.cn）收入的增长，并且并购的子公司的收入也有同步增加。

另外，以大宗商品交易平台金银岛、小额外贸平台敦煌网等为代表的新兴在线交易电子商务平台逐渐成长起来，未来增长空间值得期待。

对此，中国电子商务研究中心认为，未来 B2B 电子商务市场的竞争局势将更加激烈，并朝产品与服务差异化方向发展。

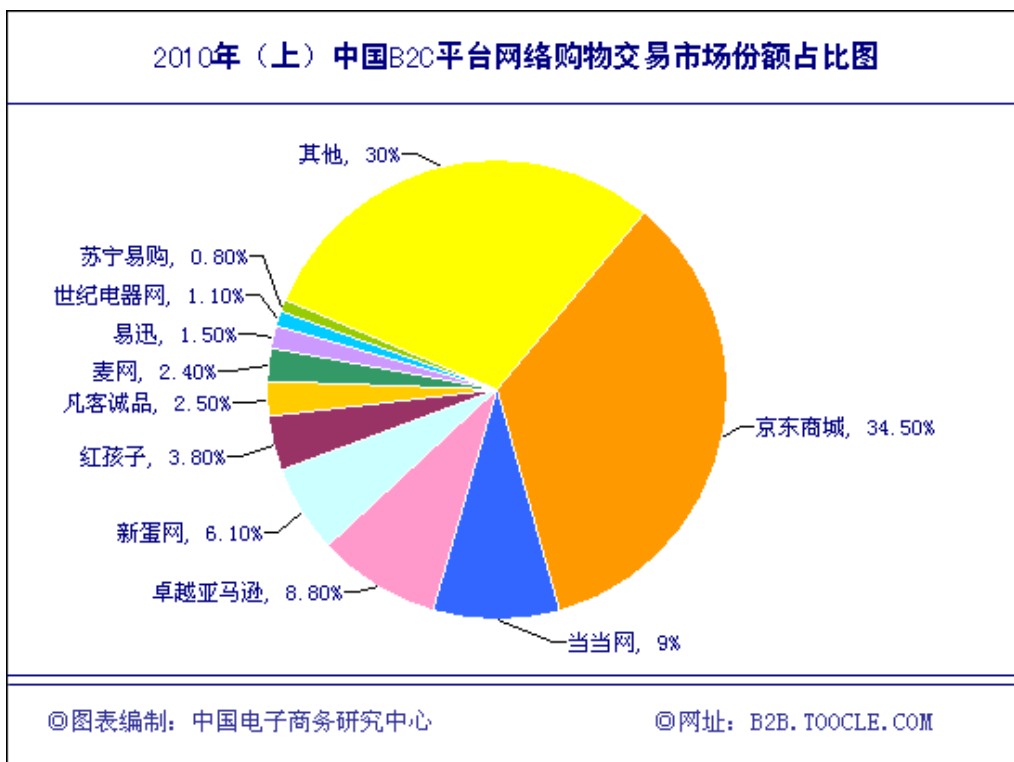


2010年，各大主要B2B运营商纷纷升级老产品，推出新产品，为中小企业提供多项增值服务，改善用户体验，增加用户黏性，抢占市场先机。与去年同期相比，各电子商务上市企业营收总额依然保持较好的增长。

### 3、B2C 电子商务运营商市场份额比例

据中国电子商务研究中心调查统计显示，2010年上半年国内各B2C电子商务运营商市场份额占比情况为京东商城保持领先地位，占有34.5%的市场份额。其次为当当网和卓越亚马逊市场份额分别为9%、8.8%，而新蛋中国、红孩子、凡客诚品等紧随其后。



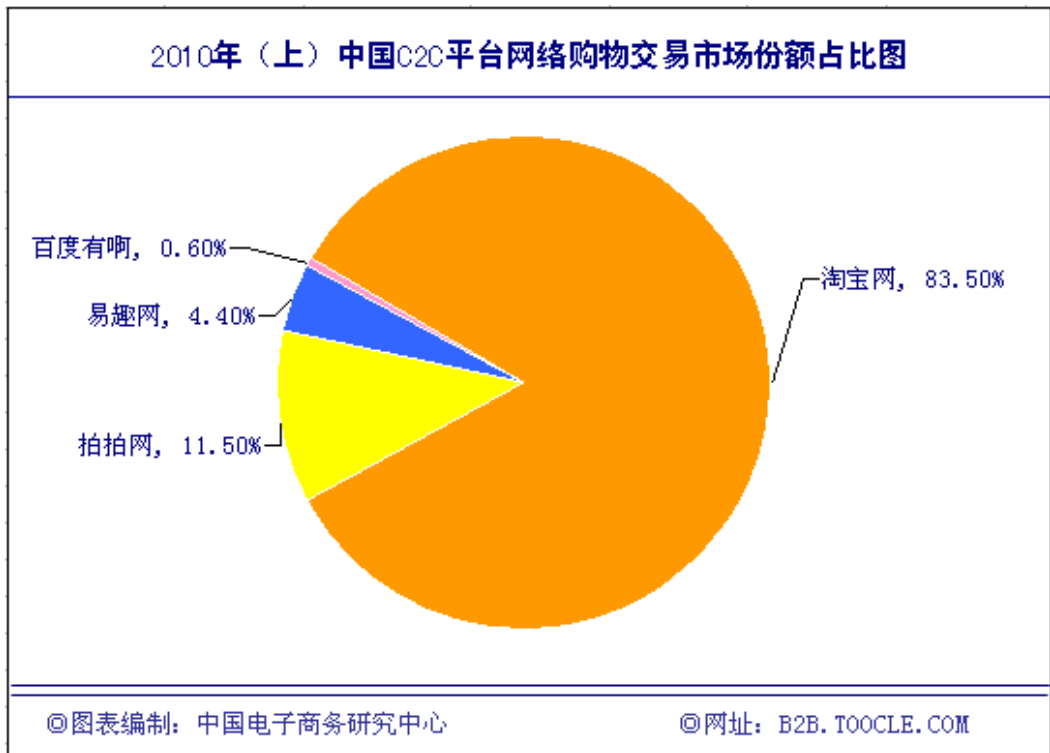


B2C 市场上，对于当当网、卓越亚马逊、京东商城市场份额的快速提升，中国电子商务研究中心认为，除了电子类商品市场需求增强之外，京东商城物流方面的投入渐显成效，物流配送速度有所提升，加之强势的促销推广，带来销售规模的快速增长。

#### 4、C2C 电子商务运营商市场份额比例

据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到 2010 年 6 月底，国内各 C2C 网络购物平台格局基本保持稳定局势。

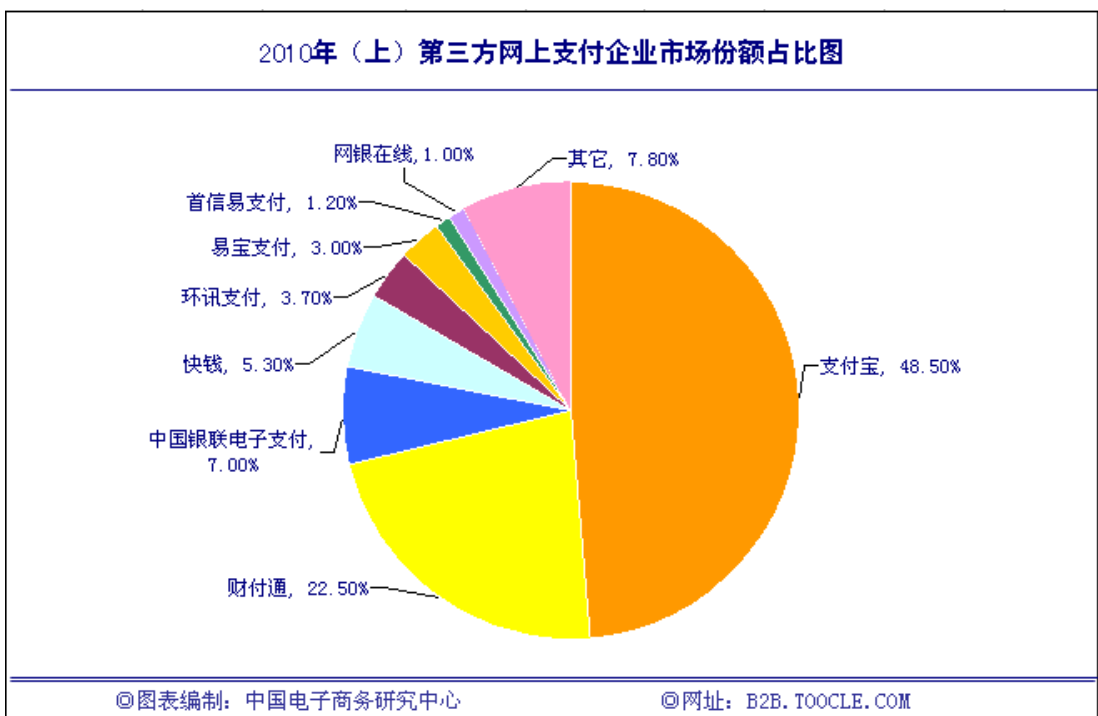
目前，淘宝网仍然一家独大，占据了 83.5% 市场份额，腾讯公司下属的拍拍网次之，占有 11.5% 市场份额，其次是 eBay 易趣与百度有啊。



从目前情况看，C2C 市场还是被淘宝网所垄断，但腾讯的拍拍网有着强大的 QQ 作后台，在未来发展潜力巨大。同样，有啊有着百度强大的流量作支撑，若能更多的流量转化为有效用户，发展潜力也同样不容小视。

### 5、第三方支付企业市场份额比例

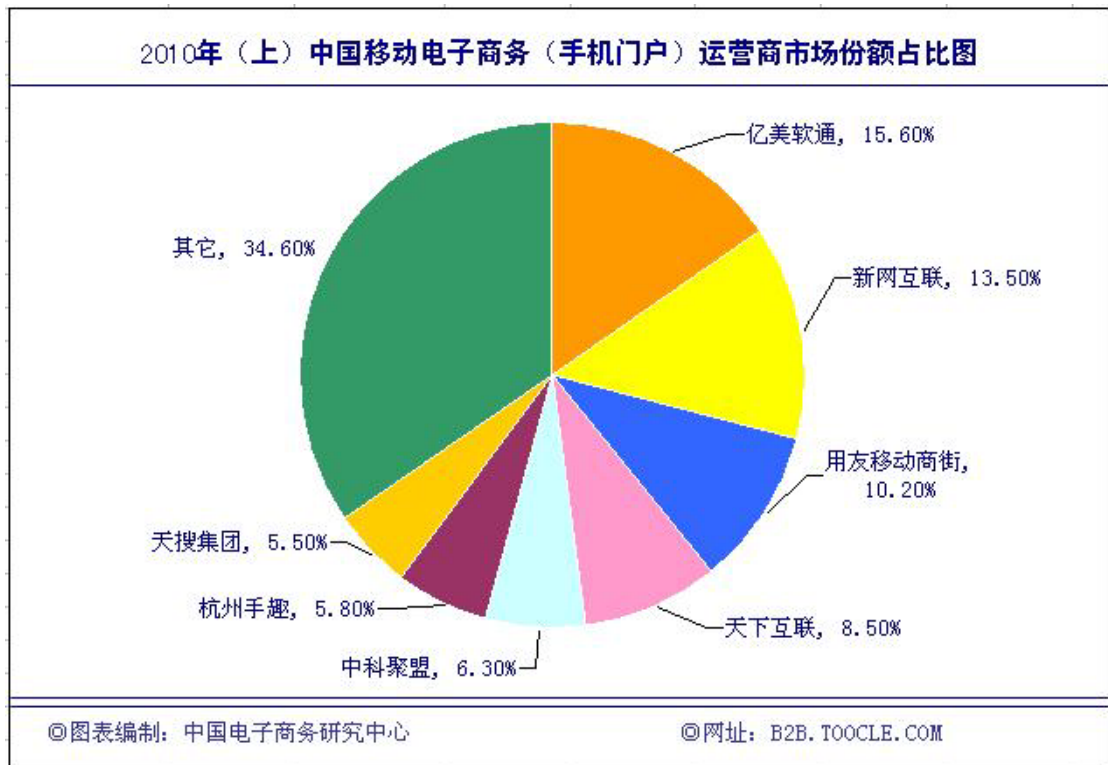
据中国电子商务研究中心监测显示，截止到 2010 年 6 月底，中国第三方网上支付企业市场份额中，排在前三位的分别为支付宝、财付通、中国银联电子支付。



## 6、移动电子商务运营商市场份额比例

随着移动电子商务呈现出来的快速发展趋势，未来会有更多的企业进军这一领域，并进一步引起了中小企业的重视，这也必定加剧了市场的竞争格局。

据中国电子商务研究中心调查统计显示，截止到2010年6月底，国内各移动电子商务运营商（手机门户）的市场份额被几家大的运营商所占用，排名前三的分别为亿美软通15.6%、新网互联13.5%、用友移动商街10.2%，三家市场份额共占到整体市场份额的近40%，剩下的大部分市场空间，则基本被“二线梯队”的天下互联、中科聚盟和其他小型厂商所瓜分。



中国电子商务研究中心研究发现：与传统手机行业门户不同，作为移动电子商务一大亮点的“全网电子商务”创新商业模式下的“掌商联盟”，开创了行业的先河，率先在国内免费向企业开放基于移动互联网的电子商务平台服务。该联盟通过免费策略，向传统中小企业开放基于同步互联网和移动互联网平台的“企业移动应用商店”——掌商企业门户。除此之外，企业还能加入“掌商联盟”，享受汇海集团提供的技术、服务、以及平台一站式支持，在全国范围内有效推动传统中小企业在移动电子商务领域的普及和应用。

调查发现：这一“全网电子商务”创新商业模式，能为企业提供基于传统互联网平台的电子商务和基于移动互联网电子商务的全网电子商务运营及服务，其中包括全网、全程和全沟通三个环节，旨在为用户打造一站式的电子商务运营服务平台。这是一种整合了传统互联网电子商务与移动互联网电子商务在内的创新型电子商务商业模式，代表了未来传统互联网、电子商务与移动互联网电子商务朝着“融合化”、“一体化”发展的趋势。

对此，中国电子商务研究中心认为，与阿里巴巴、慧聪网、环球资源等一代电子商务模

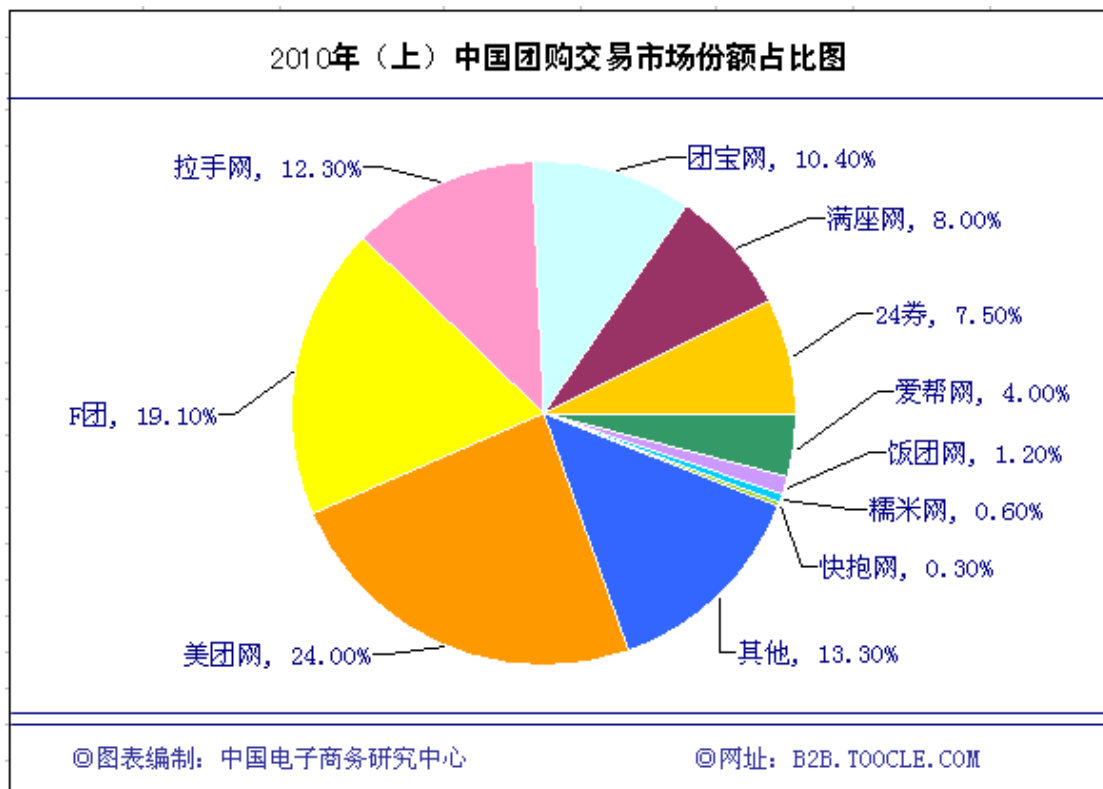
式相比，“全网电子商务”的运营服务模式，是一个更加开放、更加个性化的电子商务模式。在该平台上，中小企业不用自己花费巨资开发电子商务技术、组建电子商务团队，也能轻轻松松实现电子商务运营，将能为企业提供更加个性化、定制化的服务。

中国电子商务研究中心分析师张周平认为，传统电子商务模式已难以适应市场需求的快速变化，融合“全网”理念的电子商务模式，或将成为中小企业开展移动电子商务的解决方案之一。当然，新的电子商务模式需要从电信运营商、电子商务技术提供商、电子商务平台企业和众多中小企业的积极参与和全面融入。

然而，作为新兴电子商务应用行业，中国电子商务研究中心也发现：移动电子商务（手机门户）行业普遍处于市场发展初期，也还存在一定的行业弊端。为深度挖掘移动电子商务（手机门户）行业情况，中国电子商务研究中心独家策划了手机行业门户特别调查专题（地址：<http://b2b.toocle.com/zt/sjmh/>），并将于近日推出研究报告《中国移动电子商务（手机行业门户）调查报告》，敬请期待。

### 7、团购网站份额比例

在团购网站运营商的份额占比上，美团网领衔各团购网站，占到 24% 的市场份额，F 团、拉手网分别占有 19.10%、12.30% 的市场份额。团宝网、满座网、24 券、爱帮网等团购网站紧随其后。



中国电子商务研究中心分析师方盈芝指出，在团购网站迅猛发展的背后，却隐藏着众多的隐患。支付方式的滞后，使得先行支付的用户没有保障。团购网站模式的单一，团购网站现在虽然十分火爆，但是几乎所有网站都是模仿美国 Groupon 每日团购一次的模式，将一些商家的折扣券放在网上去团购，却没有网站自己的特色。地域限制过强，往往局限于同一个城市，其他城市的消费者却无法享受，局限过强对于网站后期的发展比较困难。

## 8、B2B 企业网络融资规模

近一年来，“网络融资”的概念，开始从国外引入中国，一时间成为银行界与电子商务圈内，颇为时髦的词汇，而包括阿里巴巴、网盛生意宝在内的 B2B 上市公司率先在这方面做了不同方式的尝试。

对此，中国电子商务研究中心认为：在继信息流、物流之后，B2B 电子商务呈现出向产业链下游扩张的种种迹象。而与第三方支付业务面临洗牌恰恰截然不同的是，中小企业网络融资正成为一股新兴融资力量迅速蔓延。

网络融资，是指通过网络进行企业与企业之间互相借贷的中介服务。这种服务在美国急剧成长，而能否在中国大规模应用，受到了业内的普遍关注。

据中国电子商务研究中心市场监测统计显示：2010年上半年，我国针对中小企业的网络融资服务放款规模总额超过75亿元人民币，预计2010全年有望首度突破“百亿大关”，达到130亿元人民币新高。

另据中国电子商务研究中心调查统计显示：截止到2010年6月底，部分第三方电子商务企业网络贷款放贷规模为：阿里贷款共放贷达到68亿元，一达通放贷金额为2900万元，金银岛为7000万元。（生意宝贷款通与敦煌网暂无公开数据）

部分第三方电子商务企业“网络融资”历年贷款规模表				
单位：万元	2007年	2008年	2009年	2010年上半年
阿里巴巴	2000	140000	460000	680000
一达通	/	/	6700	2900
金银岛	/	/	/	7000
生意宝贷款通	/	/	/	/
金银岛 e 单通	/	/	/	/
©图表编制：中国电子商务研究中心		数据来源：b2b.toocle.com		
(注：以上数据来自各公司公开资料，部分企业因产品营运时间等原因，尚未公布数据)				

从上表不难发现：阿里巴巴集团旗下的阿里贷款占据了目前国内中小企业网络融资的绝大比重。而除阿里巴巴、网盛生意宝、一达通、金银岛、敦煌网这五家典型电子商务企业外，数银在线、易贷中国等非电子商务类第三方平台也提供针对中小企业的在线融资服务。

结合早前阿里巴巴、一达通、金银岛率先涉水网络融资，电子商务企业显示出不再满足于单纯的信息流管理，进一步迈进中小企业的资金流、物流操作，更深度介入中小企业贸易、发展，探索新的电子商务商业模式。

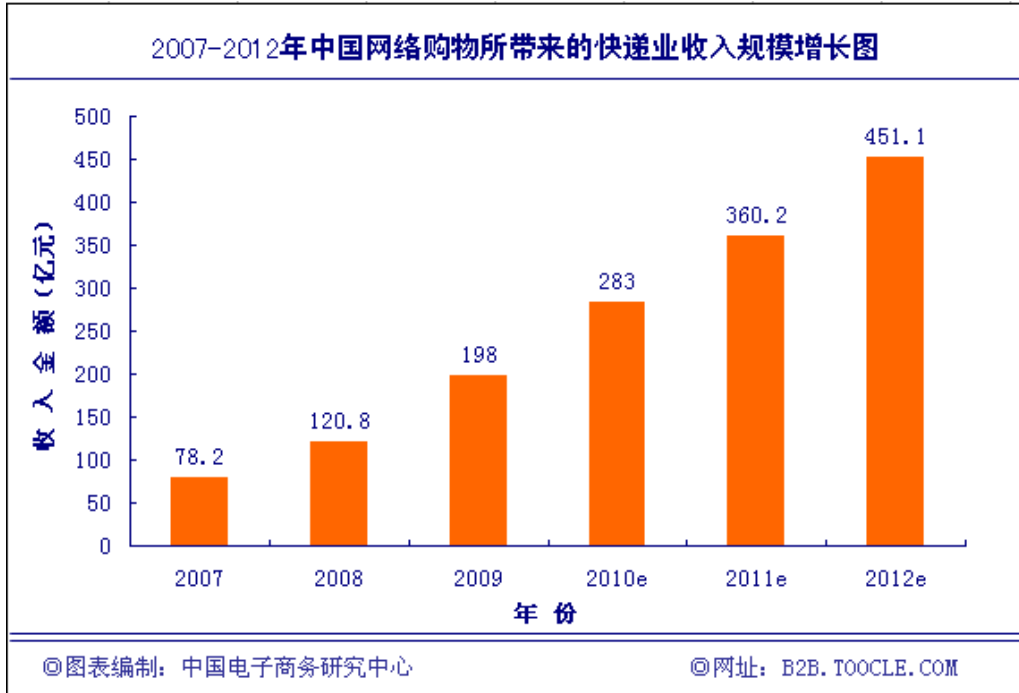
对此，中国电子商务研究中心认为：阿里巴巴、网盛生意宝等 B2B 上市公司纷纷涉足网络融资的目的，不仅在于缓解中小企业融资难问题，某种角度讲也是希望通过“网络贷款”增值服务，来增加其客户黏性，更好地提升用户体验。

此外，我们预测：在今后的 3-5 年内，“网络融资”将成为信息流、物流之后的又一电子商务重要服务领域，并朝着更广泛而深入的领域发展，会有越来越多的第三方电子商务企业涉足该领域，做不同模式的探索。

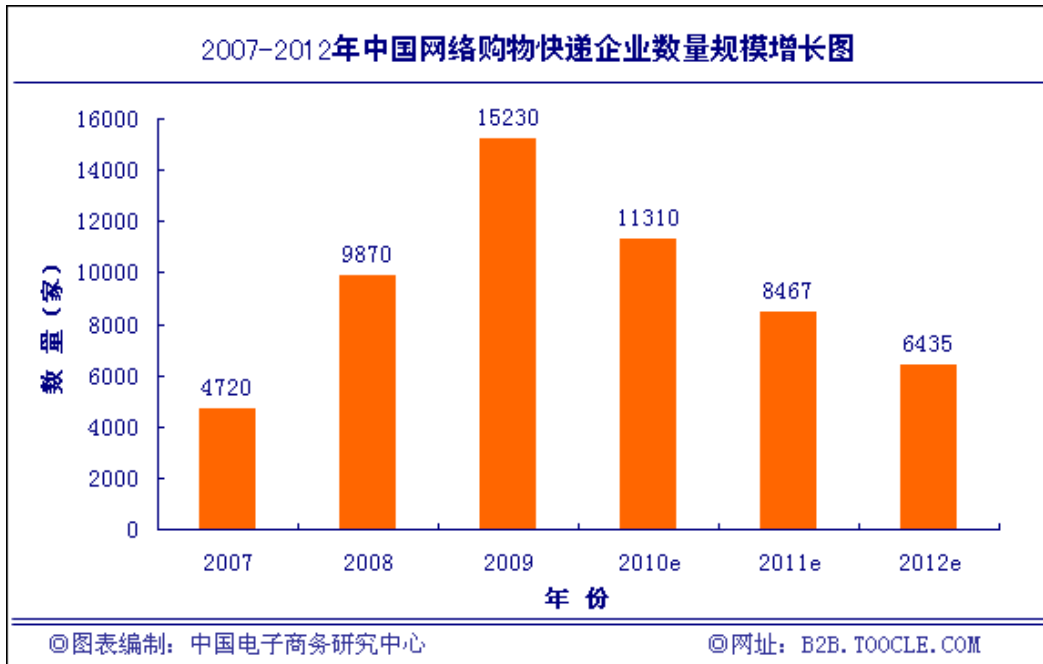
### (三) 用户层：电子商务用户数据

#### 1、网络购物快递企业数量及收入规模

随着电子商务的兴起，特别是网络购物的爆发增长，给快递业增添了新的引擎，也随之带来了爆发式的增长。据中国电子商务研究中心数据显示，截止到2010年6月底，基于网络购物业务的快递公司数量已经达到6500家，而由此为快递业所带来的收入为140亿元。



而随着电子商务企业与网购用户对快递服务要求的提升，以及行业优胜劣汰的市场规律作用下，2010年开始快递行业企业总数由2009年的15230家开始呈现下降趋势。我们预计，自2010年起，基于网络购物业务的快递企业数量将逐年下降，有半数以上将被淘汰消亡。



近年来新起的网络购物市场，为快递业提供了新的业务增长点。由于网络购物特别是 C2C 交易通常选择第三方快递企业进行商品配送，因此网络购物为快递业提供了充足的业务来源。据中国电子商务研究中心了解，很多跟 C2C 平台合作的快递企业，其六成以上的业务量都来自网购交易。

## 2、电子商务服务行业从业人员情况

根据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止 2010 年 6 月，电子商务服务企业直接从业人员超过 130 万人。目前由电子商务间接带动的就业人数，已超过 1000 万人。



随着电子商务行业的蓬勃发展，在如今整个社会出现的普遍就业难的背景下，电子商务行业在拉动就业方面也有一定的贡献，而且在未来还将继续带动更多的就业率。

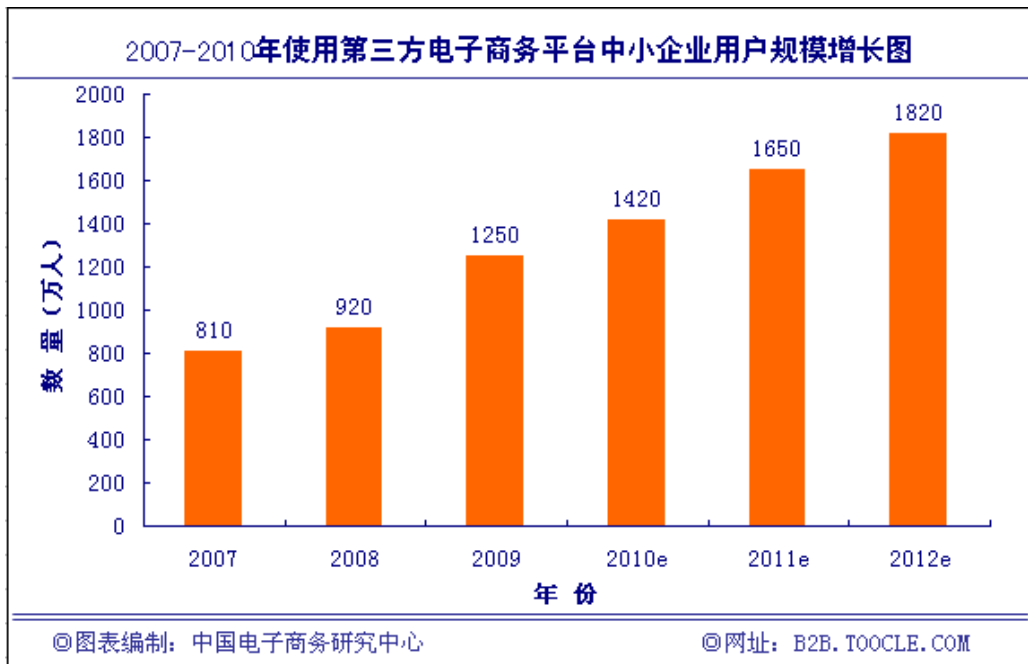
电子商务不仅带动了包括网络基础服务、仓储物流配送、支付渠道、网络营销、网络广告等延伸行业或互联网其他领域，也由此催生了专职网店卖家、网店装修师、“网模”等一大批新兴职业。



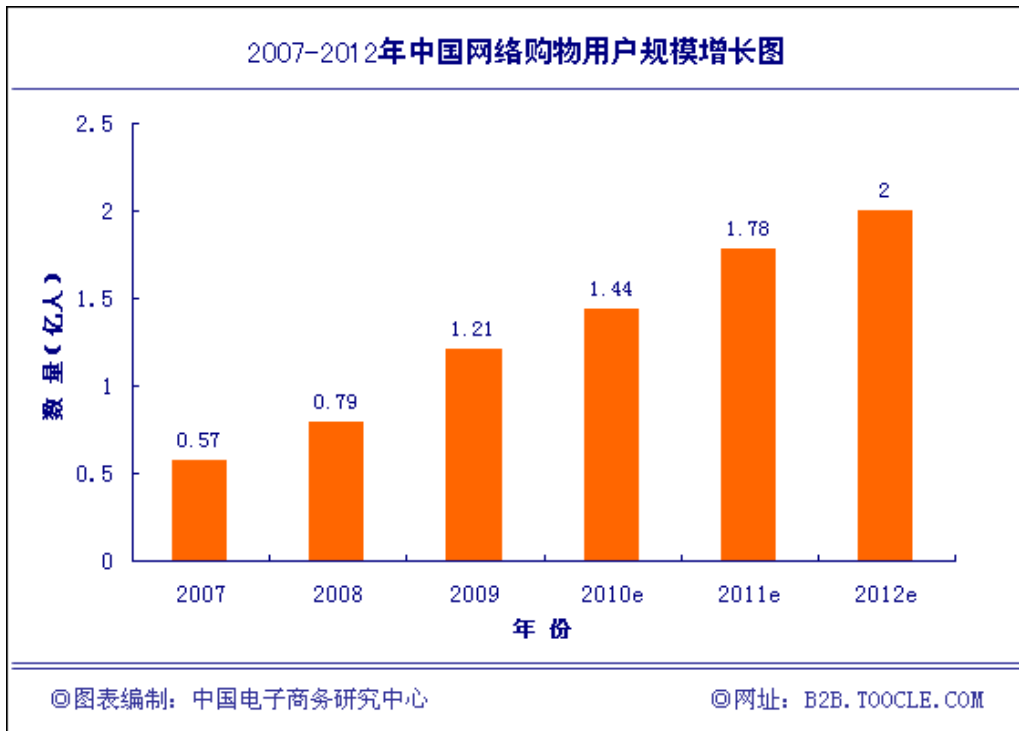


### 3、电子商务整体用户规模情况

根据中国电子商务研究中心的监测数据显示，截止到2010年6月份，国内使用第三方电子商务平台的中小企业用户规模已经突破1300万。



根据中国电子商务研究中心的监测数据显示，截止到2010年6月份，中国网购用户的规模已经突破了1.3亿人。预计未来几年，这一规模仍将持续上升。

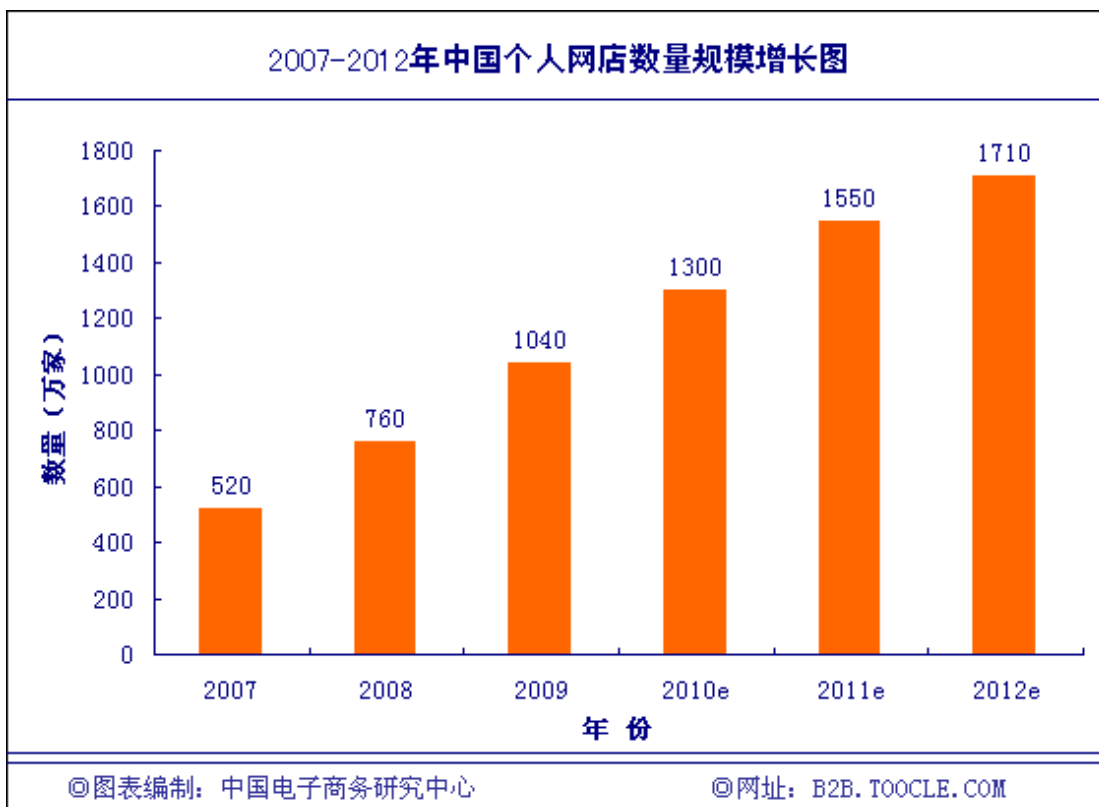


调查显示，受 2009 年国际金融危机的影响，使国内外贸企业深受打击。各传统外贸企业纷纷由出口向内销转变，同时电子商务借助低成本、高效率、覆盖面广等独特优势受到了中小企业的青睐。

另外在网络购物方面，其以其便捷、高性价比等优势吸引着越来越多用户的青睐。目前网购用户仍以一线城市、年轻群体为主，近年来主流电子商务平台的用户拓展重点已经向线下、更偏远地区转移；同时，随着互联网向西部、农村等区域的渗透持续加大，未来网络购物将会覆盖到更广的人群。

#### 4、个人网店数量规模

根据中国电子商务研究中心的监测数据显示，截止到 2010 年 6 月份，个人网店的数量已经达到了 1200 万家，而且增长速度迅猛，预计到 2010 年年底网店数量将达到 1300 万家。



受2009年金融危机的影响，催生了新一轮的网上创业高潮。众多包括大学毕业生、失业人员在内的人通过在淘宝网、拍拍网等第三方网购平台上开店实现了就业，同时也带动了社会就业率的提高。

因个人网店经营有着门槛低、成本小的优势，在就业形势极为严峻的情况下，网店给城市失业者、刚毕业的大学生提供了一个就业机会。

## 九、2010 年电子商务发展特征及趋势

国内电子商务行业虽受 2009 年国际金融危机的洗礼，但仍保持飞速发展，社会经济影响力不断扩大。2010 年上半年电子商务行业更是取得了突飞猛进的发展，从目前的市场发展情况来看，中国电子商务研究中心认为，当前电子商务行业将呈现如下主要特征及趋势：

### （一）电子商务行业渐受 VC 追捧

2010 年上半年，中国电子商务行业高速增长，已引发新一轮资本热潮。据 China Venture 投中集团数据显示，2010 年前 6 个月，国内电子商务行业企业已完成 23 笔融资交易、总融资规模达 3.31 亿美元，全年有望超过 2008 年 36 笔交易、总融资金额 3.37 亿美元的历史最高水平。

而在刚刚过去的 6 月，共有包括红孩子、梦芭莎、唯友佳品等在内的 9 家企业宣布获得风险投资，总计规模超过 1 亿美元，为该行业融资历史上最为活跃的一个月。国内电子商务行业 6 月融资出现井喷，多家龙头企业纷纷宣称明年 IPO……诸多迹象表明，电子商务似乎已经进入了夏季。

上半年京东商城 1.5 亿美元的第三轮投资、以及快乐购 4834 万美元的两笔投资已达到了 PE 的规模，此外多家电子商务网站的上市预期渐明，都加剧了市场对于行业的乐观情绪。

### （二）电子商务公司掀起自建物流风

货不对版、难以验货后付款，已经成为网络购物的致命伤。为此，京东商城、凡客诚品等纷纷宣布，自建物流公司以保障快递质量。为了进一步压缩物流配送成本、保证货品配送质量，电子商务业界不少公司都已经或考虑自建物流体系。

目前国内物流体系对电子商务的发展还存在一些制约因素，成为限制电子商务发展的瓶颈。这使得电子商务企业在配送决策上往往面临较大困难。中国电子商务企业物流模式的建立和完善，是电子商务企业发展仍待解决的课题。2009 年，风险投资注入中国电子商务领域的资金越来越多，使得国内企业自建物流体系的步伐不断加快。

### （三）移动电子商务成未来发展新驱动力

在经历了对网络广告、SP、网游、垂直搜索、WEB2.0、B2C 电子商务等热门市场争夺之后，“3G 时代”已经到来，中国电子商务已步入了对移动电子商务市场进行抢滩布局的新阶段。

各家具备前瞻意识的电子商务公司开始在移动支付、行业门户、移动 IM、移动搜索、移动旺铺、移动定位等领域抢先战略布局。而随着移动电子商务呈现出来的快速发展趋势，还会有更多的企业进军这一领域，并进一步引起了中小企业的重视，这也必定加剧市场竞争。

事实上，阿里巴巴、联想、百度等众多行业龙头企业不仅看到了这一价值，更早已在移动电子商务领域布局。尽管已经有许多企业纷纷进入移动电子商务市场去抢食这块大蛋糕，但移动电子商务市场所蕴藏的潜力远远超乎人们的想象，留有广阔的发展空间。

而由国内领先的电子商务运营服务商汇海集团（www.winhi.net）发起的“全网电子商务”，是一种整合移动电子商务在内的创新型电子商务商业模式。它是指为企业提供基于互联网平台的电子商务一站式运营及服务，包括全网（传统互联网、广播电视网和手机互联网）、

全程（企业从采购到生产、销售的电子商务全程服务）和全沟通（为企业电子商务提供最为核心的物流、资金流和信息流管理的一站式服务）三个环节。

对此，中国电子商务研究中心分析师张周平认为，这是一种整合创新型电子商务商业模式，无疑代表了未来电子商务与移动电子商务朝着“融合化”、“一体化”发展的趋势。

#### （四）个性化服务将成电子商务未来趋势

现代顾客需要的是个性化服务，专注、精准、深化是企业吸引客户的重要手段。而网络服务系统为顾客提供了全新的工具：全天候、即时、互动、了解信息、释疑解难等，这些性质迎合了现代顾客个性化的需求特征。所以，中小企业也会越来越重视了解其客户的个性化信息。

中小企业在追求电子商务所带来的机会的时候，也发现除了好的商务模式外，还必须要有好的实用机制，如供应链关系管理、客户关系管理。通过这些机制，企业才能对客户的需求有很好的理解，才能针对客户的需求把公司的产品进行个性化的设置。

#### （五）小额外贸 B2B 迎来新契机

国际金融危机之后，传统贸易“集装箱”式的大额交易受到冲击，以跨境小额交易为代表的外贸电子商务却迎来发展的新契机。

与此同时，金融危机下海外买家的采购行为也发生了变化。国外小型批发商高频率的短单、小单，取代原有大中型批发商的长单、大单。大量海外草根买家的涌现，正在推动“中国制造”交易方式的转型，这就为以在线交易为核心的电子商务平台带来了高速发展的机遇。

#### （六）企业电子商务应用呈全流程化趋势

不仅在企业商机与贸易撮合方面，即从发布商机、寻找客户开始，一直到洽谈、订货、在线付收款、开据电子发票以至到电子报关、电子纳税等，都能够通过电子商务平台完成。而且，电子商务平台服务还能覆盖某行业或某领域产业链，甚至能全面应用于企业从采购、研发、生产、招商、市场、零售、企划、行政、财务、人力、设计等几乎所有企业的常规部门。

不难预测：电子商务企业尤其是专业化电子商务企业，其所扮演的角色将不仅满足于一般的信息发布与交易平台，更将扮演“第三方行业综合服务商”的重要角色，这其中包括信息平台、交易平台、信誉评级、行业媒体、咨询机构、会展服务商、信息化服务商，甚至融资促进平台等。

#### （七）电子商务立法问题逐步完善

随着阻碍电子商务发展的网络普及、在线结算、物流配送的“三座大山”的逐步移除，特别是随着 3G 时代的到来，中国已经进入电子商务快速发展的时期。但与此同时，快速发展的电子商务也存在不容忽视的问题，如网上交易的安全问题、电子合同的法律问题、网络信用问题等。

日前，国家工商总局出台了《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》，其中明确规定，通过网络从事商品交易及有关服务行为的自然人，应提交其姓名和地址等真实身份信息，并于 7 月 1 日正式施行。

2010 年 6 月 21 日，中国人民银行出台了《非金融机构支付服务管理办法》，要求第三

方支付公司必须在 2011 年 9 月 1 日前申请取得《支付业务许可证》，且全国性公司注册资本最低为 1 亿元。无疑，针对各电子商务行业法规的出台，将能有效地保证电子商务的健康发展。

#### （八）支付方式逐渐向手机等便捷方式转变

2009 年 3G 的到来为手机支付的发展带来契机，运营商与金融机构展开合作，三大运营商纷纷推出手机近端刷卡支付的业务。第三方支付平台也相继推出了面向主流智能手机操作系统的手机支付客户端。据 CNNIC 的调查也显示，在使用电子支付的网购用户中，已经有 10.3% 的用户使用过手机支付。中国网上支付服务实现了从网关模式到信用中介模式的转变，正迈向手机支付等更便捷支付模式的时代。

随着移动技术的发展和普及，手机支付逐渐成为新兴的电子支付服务形式。相对于以互联网为基础的传统的电子支付，手机支付具有移动性、及时性、个性化、便利性等特点，它直接将银行柜台、商家的收银平台等资金处理系统推送到用户面前，用户只要手握手机，就可以随时随地与各种对象完成交易。手机支付，赫然揭开了移动金融服务时代的序幕。

#### （九）线上商务平台与线下实体平台呈融合化趋势

随着电子商务服务多元化的发展，以及产业链上下游控制的内在需要，近年来逐渐呈现出线上电子商务平台向线下实体平台扩张的趋势。这在弥补纯线上平台服务能力的同时，也使得电子商务平台的赢利模式由单一走向多元化，而行业准入门槛也随之进一步提高。

在 B2B 领域，五家 B2B 电子商务上市公司在线下展览或买家见面会和认证服务中均有覆盖。有些还在行业咨询调研服务、发行自办线下刊物有所尝试。在 B2C 与 C2C 领域，一些行业领先的 B2C 企业，如当当网、京东商城等，也从依托第三方物流加大对物流的资金投入，在主要城市自建物流，向线下实体扩张。

反之传统产业的制造商（如家电领域的创维、海信）与渠道商（如家电领域的苏宁、国美）大规模介入 B2C 市场，纷纷借自建网上商城，进军网络直销领域。甚至像慧聪网、环球资源，本身就是从线下商情刊物和行业会展公司向线上 B2B 转型而来，且其目前大部分营收还来自线下业务。

无疑，那些能提供更为全面服务的电子商务平台，对于用户而言，会更有吸引力。当然，不论以何种方式提供服务，都想借此抢占更多的市场份额，加强自身核心竞争力。

#### （十）电子商务人才缺口大 成阻碍产业发展重要因素

在国内电子商务行业高速发展的背后，呈现出来的是电子商务人才的缺失。有专家预测，未来 10 年，我国电子商务人才缺口将达 200 多万。目前，虽有近千所高校开通了电子商务专业，但这些电子商务毕业生普遍无法直接上岗，就业率仅为 20%，远远低于普通高校其它专业 84% 的就业率。伴随绝大多数该专业人才毕业后转投它业，市场需求和人才缺口同比上升，

可见，如何发展壮大企业急需的具备综合能力的新型电子商务人才队伍，是电子商务发展的迫切需要，也是国内就业形势和人才市场的一大尴尬。当然，这需要政府在为电子商务等网络经济营造良好外部环境的同时，建立健全包括人才在内的内部机制。如何为相关的毕业生和求职者营造宽松的就业环境，需要政府、企业等在内的社会各方共同努力。



## 十、报告附录：

### （一）常用名词解释

●**电子商务**：(Electronic Commerce) 是网络化的新型经济活动，即基于互联网、广播电视网和电信网络等电子信息网络的生产、流通和消费活动，以实现整个商务过程的电子化、数字化和网络化，而不仅仅是基于互联网的新型交易或流通方式。

●**中小企业**：是与所处行业的大企业相比人员规模、资产规模与经营规模都比较小的经济单位。不同国家、不同经济发展的阶段、不同行业对其界定的标准不尽相同，且随着经济的发展而动态变化。目前我国对中小企业的划分标准为 2003 年国家经贸委、国家计委、财政部、国家统计局研究制订的《中小企业标准暂行规定》，国家统计部门据此制订大中小型企业的统计分类。根据规定，中小企业标准根据企业职工人数、销售额、资产总额等指标，结合行业特点制定。

●**B2B**：按电子商务的交易对象分类，即 BtoB，全称是 Business To Business，指这样一种互联网企业以提供互联网展示推广平台的方式，为跨行业的各类企业的国际、国内贸易和即时沟通提供便利，同时也在线下为企业提供市场推广服务，特别是在交易会等场合的市场推广活动，是企业对企业的电子商务。

●**B2C**：按电子商务的交易对象分类，即 BtoC，全称是 Business to Customer，是指企业与消费者之间的电子商务模式。一般以网络零售业为主，主要借助于 Internet 开展在线销售活动。

●**C2C**：按电子商务的交易对象分类，即 CtoC，全称是 Customer to Customer，是指消费者与消费者之间的电子商务模式。由于是个人与个人之间的交易，C2C 的特点就是大众化交易。

●**第三方支付**：是指与银行签约、并具备一定实力和信誉保障的第三方独立机构提供的交易支持平台。在通过第三方支付平台的交易中，买方选购商品后，使用第三方平台提供的账户进行货款支付，由第三方通知卖家货款到达、进行发货；买方检验物品后，就可以通知付款给卖家，第三方再将款项转至卖家账户。

●**网络团购**：是通过互联网渠道将有相同购买意向的消费者组织起来，向厂商进行大宗购买的行为。依托网络，能将具有相同购买意向的网民组织起来，向厂商进行团体购买，将原先购买的被动权转为主动权，改变消费行为中的弱势地位，非但能够最大程度的节省成本，而且在购买和服务过程中占据一个相对主动地位，可以有更高的安全性，享受到更好的服务。

●**海外代购**：是指由个人或由代购商帮国内消费者买到商海外品。海外代购主要分两种，



一种是私人代购，另一种则是企业代购。前者一般在淘宝等 C2C 网站上开设网店，为顾客提供代购服务；而后者则多为专业类的海内外购物网站。

● **信息化**：是指培养、发展以计算机为主的智能化工具为代表的新生产力，并使之造福于社会的历史过程。与智能化工具相适应的生产力，称为信息化生产力。智能化生产工具将改变人们的生产方式、工作方式、学习方式、交往方式、生活方式、思维方式等，将使人类社会发生极其深刻的变化。

● **移动电子商务**：是利用手机、PDA 及掌上电脑等无线终端进行的 B2B、B2C 或者 C2C 的电子商务。它将因特网、移动通信技术、短距离通信技术及其它技术完善的结合，使人们可以在任何时间、任何地点进行各种商贸活动，实现随时随地的线上线下购物与交易、在线电子支付以及各种交易活动、商务活动、金融活动和相关的综合服务活动等。

● **全网电子商务**：全网电子商务，是由国内领先的电子商务运营服务商汇海集团（www.winhi.net）发起的一种电子商务营销创新新模式。它是指为企业提供基于互联网平台的电子商务一站式运营及服务，包括全网、全程和全沟通三个环节。

全 网：指的是传统互联网、广播电视网和随时随地的手机互联网。

全 程：是指帮助企业完成从采购到生产、销售的电子商务全程服务。

全沟通：是指为企业电子商务提供最为核心的物流、资金流和信息流管理的一站式服务。

● **掌商联盟**：掌商联盟是由国内领先的全网电子商务运营服务商汇海集团发起，并携手国内多家权威机构、联合国内百强移动互联网企业，共同打造的专业化移动电子商务平台，也被称为“企业移动应用商店”。掌商联盟整合了移动互联网行业优势资源，以及全新移动营销推广应用模式，并开创了移动电子商务掌商诚信认证体系。通过联盟帮助传统企业在移动互联网上规范化、正规化的实现从企业电子商务平台建立、到营销推广、在线交易、客户管理、供应链、物流、在线支付、联合运营为一体的聚合式移动电子商务平台（www.zhangshang.org）。

● **网络贷款**：最早发源于欧美，近年来开始传入我国。是指贷款人在网上填写贷款需求申请与企业信息等资料，通过第三方平台或直接向银行提出贷款申请而获得的一种新型贷款方式。

● **商业模式**：即 Business Model，是指一个完整的产品、服务和信息流体系，包括每一个参与者和其在其中起到的作用，以及每一个参与者的潜在利益和相应的收益来源和方式。任何一个商业模式都是一个由客户价值、企业资源和能力、盈利方式构成的三维立体模式。在分析商业模式过程中，主要关注一类企业在市场中与用户、供应商、其他合作办的关系，尤其是彼此间的物流、信息流和资金流。任何一个商业模式都是一个由客户价值、企业资源和能力、盈利方式构成的三维立体模式。

## (二) 相关研究报告

以下为近期由中国电子商务研究中心编著发布的公开部分电子商务研究报告：

- 《第三方电子商务企业网络融资服务模式研究报告》

全文下载：<http://b2b.toocle.com/zt/down/ecrz.pdf>

- 《1997-2009：中国电子商务十二年调查报告》

报告下载：<http://b2b.toocle.com/zt/1997/>

- 《<网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法>解读报告》

简版下载：<http://b2b.toocle.com/zt/down/2010wgsm.pdf>

- 《<非金融机构支付服务管理办法>解读报告》

简版下载：<http://b2b.toocle.com/zt/down/2010zhifu.pdf>

- 《中国电子商务行业物流系统建设需求研究报告》

全文下载：<http://b2b.toocle.com/zt/down/2010dswl.pdf>

- 《2010 我国电子商务政策解读与预测研究报告》

简版下载：<http://b2b.toocle.com/zt/down/2010dzswzc.pdf>

- 《2010 中国电子商务 100 位 CEO 调查报告》

简版下载：<http://b2b.toocle.com/b2bimages/ceo100.ppt>

- 《广电总局整治电视购物行业政策解读与对策分析报告》

简版下载：<http://b2b.toocle.com/zt/down/dsgw.pdf>

- 《金银岛网交所“仓单交易”B2B 模式案例分析》

下载报告：<http://b2b.toocle.com/zt/down/jyd.pdf>

- 《我国团购网站模式及盈利分析报告》（即将发布，敬请关注）

- 《我国“网店实名制”实施研究报告》（即将发布，敬请关注）

- 《我国大宗商品电子交易市场研究报告》（即将发布，敬请关注）

- 《2010（上）中国电子商务市场监测报告》（即将发布，敬请关注）

- 《2010 我国中小企业金融服务需求调查报告》（即将发布，敬请关注）

……（部分公开研究报告下载,<http://b2b.toocle.com/zt/baogao.htm>）

更多电子商务研究报告下载请访问：<http://b2b.toocle.com/zt/baogao.htm>；欢迎全国各地政府、行业协会、电子商务企业、新闻媒体等来函、来电定制、合作咨询。

如有意向订阅上述报告的媒体记者请登陆中国电子商务研究中心“记者服务”平台

b2b.toocle.com/jizhe, 在线报名登记; 其他各界人士, 请发送电子名片到News#netsun.com(发邮件时, 请将“#”改为“@”), 以便我们第一时间将电子商务系列报告产品与您分享。

### (三) 相关产品服务

- “研究报告”: b2b.toocle.com/zt/baogao.htm
- “记者服务”: http://b2b.toocle.com/jizhe/
- “会议服务”: http://b2b.toocle.com/huiyi/
- “认证服务”: http://b2b.toocle.com/about/rz.html
- “广告服务”: http://b2b.toocle.com/about/ad.html
- “投融资服务”: (即将重磅推出, 敬请关注, 欢迎意向融资电商企业与各VC/PE 来电、来函垂询! 合作咨询: 0571-87756579)

### (四) 关于中国电子商务研究中心:

中国电子商务研究中心(China e-Business Research Center), 于2006年底在“中国电子商务之都”杭州创办, 是我国最早创办、也是目前唯一一家以研究与传播电子商务为己任的权威第三方机构和专业网络媒体传播平台。

其中, 中国电子商务研究中心官方网站(b2b.toocle.com)是国内电子商务第三方服务商、中小企业、网络营销、网络购物等企业专业人士, 第一时间了解我国电子商务动态、掌握电子商务应用技巧、获悉国内外电子商务最新趋势与研究成果的首选平台。通过互联网在线平台, 研究中心(b2b.toocle.com)日均发布各类行业动态稿件、分析研究文章与行业报告数百篇, 每日吸引了来自全国各地百余万业界群体访问。

通过多年积累, 目前中国电子商务研究中心拥有以下独有电子商务行业资源, 包括:

- 权威的机构品牌资源;
- 广泛的社会传播资源;
- 精准的百万用户资源;
- 专业的研究分析资源;
- 庞大的中高端人脉资源

(拥有涵盖近5000余位电子商务为主的《中国电子商务中高层人脉数据库》);

- 以及丰富的电子商务、网络营销、创业投资会议服务资源等。

因此, 无论是电子商务业界影响力, 还是监测研究专业性、行业资源整合能力, 中国电子商务研究中心在国内均处于领先地位, 我们欢迎与业界展开广泛的合作。

(五) 联系分析师:

曹 磊

中国电子商务研究中心研究员、主任

中国电子商务专家库专家 中国电子商务协会网络整合营销研究中心特聘专家

• 负责领域: 基于研究中心媒体传播资源、专业研究资源、百万用户资源、高端电商资源的各项研究与合作。

• 联系方式: • TEL: 0571-87756579 • E-mail: caolei@netsun.com • MSN: caocaohe@hotmail.com

张周平

中国电子商务研究中心助理研究员、电子商务分析师

中国电子商务专家库专家 中国电子商务协会网络整合营销研究中心特聘专家

• 研究领域: B2B 电子商务、行业网站、大中小企业应用、网络营销、搜索引擎、信息化、电子政务等互联网主流应用领域, 以及上述行业高端人物访谈、企业调研、行业性研究。

• 联系方式: TEL: 0571-85337328 E-mail: zzp@netsun.com MSN: st.rugg@hotmail.com

方盈芝

中国电子商务研究中心助理研究员、电子商务分析师

• 研究领域: C2C 与 B2C 电子商务、网络零售、网络购物、第三方支付与物流配送、电视购物等互联网主流应用领域。在我国电子商务第三方研究领域, 享受较高社会知名度, 并为国内外数百家关心电子商务的新闻媒体作第三方点评。

• 联系方式: TEL: 0571-88228186; E-mail: fyz1@netsun.com; MSN: fyz\_3929@hotmail.com。

冯 林

中国电子商务研究中心互联网与金融分析师

• 研究领域: 重点研究、分析中小企业网络融资、网络贷款、企业信用、担保抵押; 新经济尤其是互联网类上市公司投融资 (VC/PE)、并购与上市动态、年报研报解读; 国内外资本市场, 尤其是中国创业板监测等; 以及上述行业高端人物访谈、企业调研、行业性研究。

• 联系方式: TEL: 0571-85304967; E-mail: flin@netsun.com; MSN: rotilllove@163.com。

报告编制: 中国电子商务研究中心

发布时间: 2010年8月5日

发布时间: 二〇一〇年八月五日