

2007-2008 年

SHANGHAI E-BUSINESS DEVELOPMENT REPORT

上海市电子商务发展报告

《上海市电子商务发展报告（2007-2008 年）》编委会

学林出版社

2007—2008 年

SHANGHAI E-BUSINESS DEVELOPMENT REPORT

上海市电子商务发展报告

《上海市电子商务发展报告（2007—2008 年）》编委会



学林出版社

图书在版编目(CIP)数据

上海市电子商务发展报告. 2007~2008年/《上海市
电子商务发展报告》编委会编. —上海: 学林出版社,
2008. 7

ISBN 978-7-80730-635-1

I. 上... II. 上... III. 电子商务—研究报告—上海市—
2007~2008 IV. F724.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第116944号

上海市电子商务发展报告(2007—2008年)



作 者—— 本书编委会

特约编辑—— 李益强

责任编辑—— 张建一

封面设计—— 周剑峰

出 版—— 上海世纪出版股份有限公司

学林出版社(钦州南路81号3楼)

电话: 64515005 传真: 64515005

发 行—— 新华书店上海发行所

学林图书发行部(上海钦州南路81号1楼)

电话: 64515012 传真: 64844088

印 刷—— 上海港东印刷厂

开 本—— 787×1092 1/16

印 张—— 7.25

字 数—— 14万

版 次—— 2008年7月第1版

2008年7月第1次印刷

书 号—— ISBN 978-7-80730-635-1/F·77

定 价—— 20.00元

(如发生印刷、装订质量问题,读者可向工厂调换)

《上海市电子商务发展报告(2007—2008 年)》编委会

主 任: 王 坚

副主任: 金兴明 乐景彭 张新生 杲 云 周敏浩 张华芳 沈庭忠
胡文君 戎之勤

主 编: 金兴明

副主编: 柳靖国 徐志祥 张 英

委 员: 顾国权 聂廷莲 朱维嘉 张明辉 史文录 赵龙妹 余爱国
罗贵华 元如林 汤兵勇 章学拯 劳帼龄 王 东 陶 田
刘 斌 戴佩华 张志勇 凌 震 孟宪群 霍晓云 何晓鲁
何 川 裔 勇 孟宪煌

前 言

现代商务是现代服务业的重要组成部分,现代商务就是以科学发展观和自主创新的精神,利用各种现代技术,提升和改造传统商务的运作方式,形成高效的、低成本的、具有国际竞争力的商务业态。现代商务涉及的领域包括:现代物流配送、连锁经营、超市卖场、电子商务、农畜产品冷链、循环流通、商品防伪、智能标签应用和现代商务会展等。

当前,作为现代商务的重要组成部分,电子商务在全球日趋活跃,业务模式不断创新,我国电子商务正以前所未有的速度发展,政府有关部门为促进电子商务发展,采取了一系列的措施。我国电子商务发展迎来了前所未有的良好环境。上海电子商务顺应这一发展趋势,把握上海经济结构调整及城市信息化发展的需要,在自觉服从国家战略、主动服务上海发展、贴近社会需求的过程中加快发展。

2007年上海市电子商务交易额总量进一步上升,作为电子商务基础的企业信息化水平进一步提高,物流和电子支付等电子商务的支撑环境进一步优化。上海市现代商务促进中心在上海市经委领导下,延续前两年连续编写出版《上海市电子商务发展报告》的做法,今年继续编写出版《上海市电子商务发展报告(2007—2008年)》,对上海市电子商务发展情况作一个汇总,反映上海市电子商务整体发展进展情况。

本报告在编写出版的过程中得到了上海市经委、上海市统计局、东方

上海市电子商务发展报告(2007—2008 年)

钢铁电子商务有限公司、爱姆意机电连锁有限公司、百联电子商务有限公司、上海大宗钢铁电子交易中心有限公司、上海钢联电子商务股份有限公司、上海盛大网络发展有限公司、上海春秋国际旅行社、上海家化股份有限公司、上海易趣网络技术有限公司和有关专家的大力支持,在此表示衷心感谢。

《上海市电子商务发展报告(2007—2008 年)》改变以往的时间标示,2008 年的发展报告以 2007 年的数据为基础,以符合当今报告冠名时间标示的潮流。

《上海市电子商务发展报告(2007—2008 年)》编委会
2008 年 6 月

目 录

前 言	1
-----------	---

第一部分 2007—2008 年上海市 电子商务发展概况

第一章 2007—2008 年上海市电子商务发展总体情况	3
一、2007—2008 年上海市电子商务发展基本情况	3
二、2007 年上海市电子商务交易情况	5
三、上海发展传统企业 B2C 电子商务势在必行	9
四、2007 年上海市电子商务发展特征	14

第二部分 2007 年上海市电子商务环境

第二章 2007 年电子商务政策、法规及制度建设	19
一、政策法规建设	19
二、电子商务法律发展的对策	32
第三章 支付手段的发展	34
一、银行卡支付	34
二、网上支付	37
三、电话与手机支付	39
四、第三方支付平台	40
五、其他电子支付	43
第四章 物流配送的发展	44
一、上海物流的整体发展状况	45
二、信息技术在物流业应用的进展	46

三、物流业电子商务应用的进展	50
四、展望与建议	52

第三部分 上海市推动电子商务发展的举措

第五章 启动 2006 年度《上海市引进技术的吸收与创新计划》 (现代商务专项)	55
第六章 建立上海市电子商务样本企业	57
一、建立上海市现代商务样本企业的背景	57
二、指导思想	57
三、样本企业筛选原则	58
四、样本企业筛选条件	58
五、确定样本企业的工作程序	58
六、结果	58
第七章 制订上海市电子商务发展规划	60
一、规划的发展思路 and 主要目标	60
二、主要任务和重点引导工程	61
三、主要保障措施	64

附 录

附录一：上海市部分电子商务样本企业简介	69
附录二：商务部关于网上交易指导意见	97
附录三：商务部关于促进电子商务规范发展的意见	103

第一部分

2007—2008 年上海市 电子商务发展概况

第一章 2007—2008 年上海市电子商务发展总体情况

2007 年上海市电子商务的交易总额达到 2 422. 22 亿元,同比增长 16%,比 2002 年几乎增长了 100%,占全市商品销售总额的比重已经达到 11. 87%,占全市 GDP 比重已经达到 20. 18%,占全国电子商务交易额的比重已经达到 14. 25%,充分体现了“科技兴贸”对上海商业、服务业实现转型的拉动作用。

经历了 2000 年网络经济的低迷期之后,电子商务行业在 2002 年开始复苏。上海市经委贯彻商务部关于“科技兴贸”战略,在本市启动了数十个以科技应用推动传统商业升级的项目——“现代商务专项”,对本市电子商务的发展产生了积极的推进作用。

2007 年上海市电子商务延续了健康蓬勃发展的势头,从调研结果来看,目前电子商务已基本覆盖先进制造业和现代服务业的各个行业,在本市国民经济中的地位举足轻重,作用日益凸现。

一、2007—2008 年上海市电子商务发展基本情况

到 2007 年底,上海通过加快信息基础设施建设、提升网络通信服务水平、加快推进信息技术应用,有力支撑了电子商务的持续、快速发展。2007 年,全市电子商务交易额达到 2 422. 22 亿元,其中 B2B 电子商务交易额占交易总额的比重达到 93. 714%。同时,本市在电子商务支撑体系建设、应用普及、相关产业培育和环境营造等方面也取得了长足进步。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“十一五”期间电子商务的持续、健康、快速发展奠定了良好基础。

(一) 支付、物流、信用、安全建设取得明显进展,电子商务发展支撑体系初步形成

电子支付环境日益改善,全社会对电子支付的接受度不断提高。银行卡跨行

交易网络逐步完善,银行卡自动取款机(ATM)、银行卡受理终端(POS)的跨行交易全面实现,网上银行的服务功能进一步拓展,持卡消费比例处于全国领先水平;上海口岸税费电子支付系统初具规模,“付费通”支付系统为市民缴付各类公用事业费提供了便利的支付手段,一批为企业和个人提供第三方电子支付服务的机构陆续出现。

物流服务水平显著提升,支撑电子商务应用发展的物流服务体系逐步形成。现代物流业规模和效益不断提高,物流支撑体系日渐完善,洋山港等一批综合交通基础设施建设取得重大突破;电子口岸等物流信息化建设不断深化,口岸通关效率和物流信息服务水平明显提高;重点物流园区建设取得阶段性成果,支撑支柱产业和连锁商业的现代物流配送体系逐渐形成,一批国内外知名的物流企业落户上海,多种所有制物流企业共同发展的格局基本形成。电子商务配套物流环境逐步完善。

社会诚信体系建设取得明显进展,电子商务应用的信用环境逐步改善。以市场化、专业化为导向的个人与企业信用联合征信系统相继建立,初步营造了全社会知信用、守信用、用信用的良好环境;电子商务行业协会、投诉服务中心等中介组织的建立,促进了电子商务的行业监督、行业自律、服务规范和诚信建设,初步建立了电子商务投诉服务、争议解决机制。

安全认证服务体系基本建立,全社会信息安全意识普遍增强。信息安全测评、等级保护等制度逐步完善;数字证书、应急防范体系等信息安全基础设施建设步伐加快;发布《上海市数字认证管理办法》,“十五”期间上海CA中心累计发放各类数字证书57万张,在电子商务安全认证方面发挥了较大作用。

(二) 企业信息化水平普遍提升,电子商务应用基础进一步夯实

企业信息化意识增强,信息化投入力度逐步加大。办公自动化、财务管理等基础管理软件在各类企业广泛应用,计算机辅助设计(CAD)、企业资源计划(ERP)、供应链管理(SCM)、客户关系管理(CRM)等应用系统在大中型企业推广应用,覆盖了企业的产品设计、生产、销售各环节。企业信息化的普及与深化,促进了企业电子商务应用的快速发展,B2B电子商务交易额从2003年的458亿元增长到2007年的2269.95亿元,占全市电子商务交易总额的比例持续保持在90%以上。

(三) 电子商务应用领域不断拓展,龙头企业的主导作用日益显现

随着各类电子商务运营企业不断涌现和电子商务应用领域不断拓展,网络化的生产经营与消费方式逐步形成。钢铁、机电、医药等行业B2B电子商务平台的建设带动了大批企业的信息化建设与电子商务应用;在网上购物、数字娱乐、交易服务、旅游服务等领域涌现出一批知名的B2C、C2C电子商务运营企业,使电子商务逐步融入了

市民的日常生活。

(四) 电子商务应用发展环境明显改善,创新能力不断增强

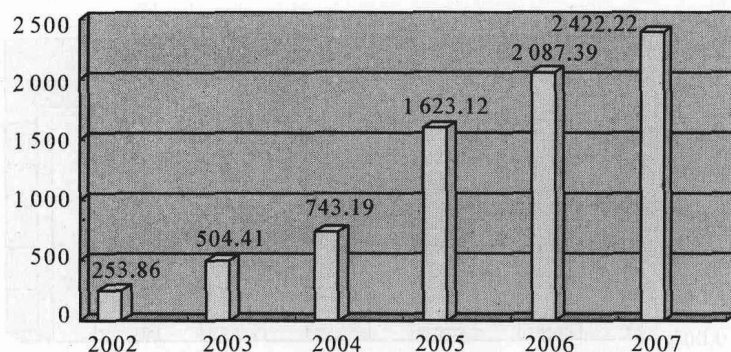
贯彻落实国家关于加快电子商务发展的政策法规,积极推进地方立法研究,加强市场监管与管理、建立统计与信息发布制度,电子商务政策法规环境建设取得初步进展。加快推进行业中介组织、企业信息化促进机构的建设,实施企业信息化示范工程,开展电子商务创业园试点和相关宣传培训,公共服务环境明显改善。

在线交易、电子支付、电子认证等技术产品在电子商务领域的研发与应用取得一定进展。面向行业、区域及中小企业的第三方电子商务交易与服务模式初步形成。电子商务产品与服务的创新能力逐步提升,自主发展态势日渐显现。

上海电子商务发展虽然取得阶段性成果,但在促进城市服务功能提升、产业结构优化升级等方面的作用尚未充分发挥,主要表现在:企业电子商务应用发展不平衡,普及与深化应用的水平亟待提高;以第三方服务为主的电子商务服务业发展相对比较薄弱,尚未形成规模优势;电子商务支撑体系还不能全面满足电子商务快速发展的需要,仍需进一步深化建设;电子商务发展的政策法规环境不够健全,电子商务交易纠纷处理、消费者权益保护等公共服务尚需完善,监管与服务的工作合力有待进一步增强。

二、2007 年上海市电子商务交易情况

2007 年,全市电子商务交易额达到 2 422.22 亿元,比 2006 年增长 16%。其中 B2B 电子商务交易额 2 269.95 亿元,占交易总额的比重达到 93.714%;B2C 电子商务交易额 81.15 亿元,占交易总额 3.350%;C2C 电子商务交易额 71.12 亿元,占交易总额 2.936%。



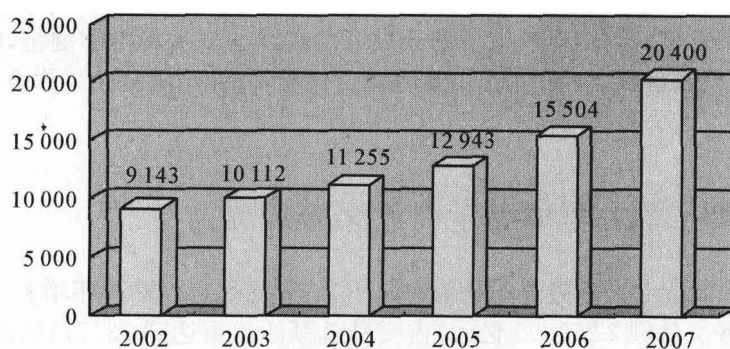
上海市电子商务交易额(单位:亿元)

上海市电子商务发展报告(2007—2008 年)

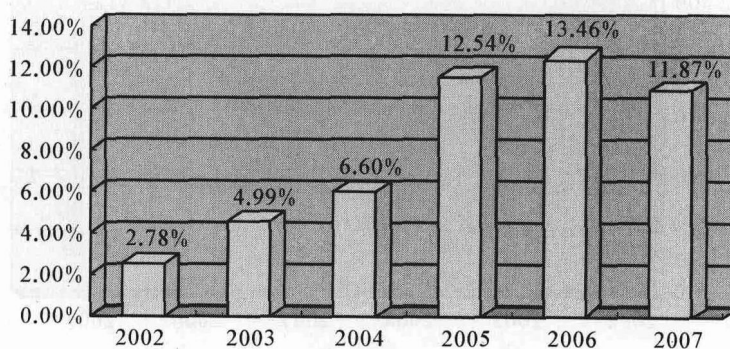
电子商务交易额占全市商品销售总额的比重

单位: 亿元

年 份	电子商务交易额	全市商品销售总额	比 重%
2002	253.86	9 143	2.78
2003	504.41	10 112	4.99
2004	743.19	11 255	6.60
2005	1 623.12	12 943	12.54
2006	2 087.39	15 504	13.46
2007	2 422.22	20 400	11.87



上海市商品销售总额(单位: 亿元)



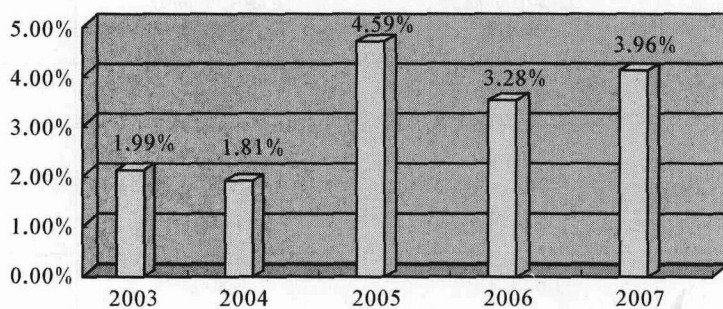
电子商务交易额占全市商品销售总额的比重

第一章 2007—2008 年上海市电子商务发展总体情况

电子商务交易额占全市消费品零售总额的比重

单位: 亿元

年 份	B2C	C2C	共 计	全市消费品零售总额	比 重%
2002				2 204	
2003	37.53	10.29	47.82	2 404	1.99
2004	28.17	20	48.17	2 657	1.81
2005	98.69	37.98	136.65	2 973	4.59
2006	60.3	49.8	110.1	3 360	3.28
2007	81.15	71.12	152.27	3 848	3.96



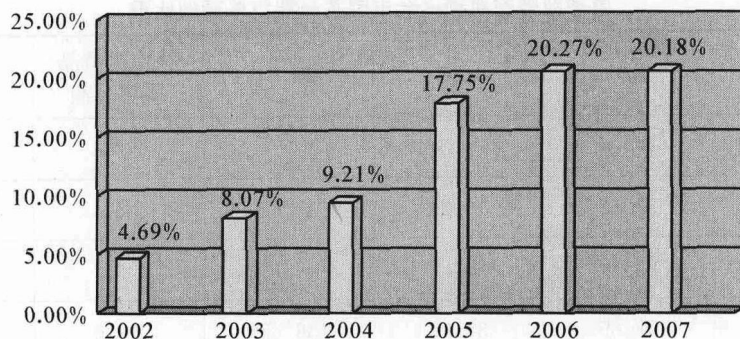
电子商务交易额占全市零售总额比重表

电子商务交易额占全市 GDP 的比重

单位: 亿元

年 份	电子商务交易额	全市 GDP	比 重%
2002	253.86	5 408.76	4.69
2003	504.41	6 250.81	8.07
2004	743.19	8 072.8	9.21
2005	1 623.12	9 143.95	17.75
2006	2 087.39	10 296.97	20.27
2007	2 422.22	12 001.16	20.18

上海市电子商务发展报告(2007—2008 年)

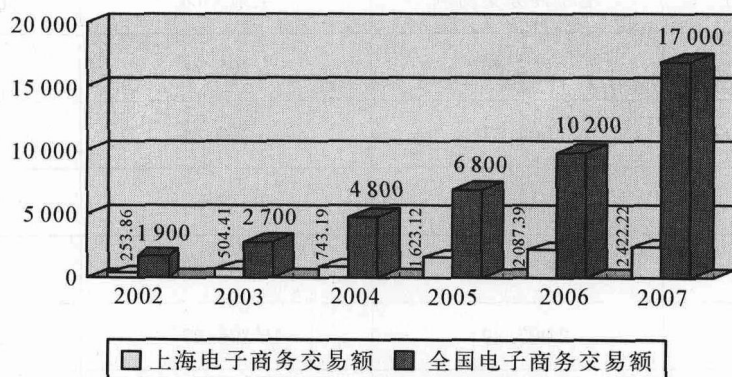


电子商务交易额占全市 GDP 比重表

上海市电子商务交易额占全国电子商务交易额的比重

单位: 亿元

年 份	上海电子商务交易额	全国电子商务交易额	比 重 %
2002	253.86	1 900	13.36
2003	504.41	2 700	18.68
2004	743.19	4 800	15.48
2005	1 623.12	6 800	23.87
2006	2 087.39	10 200	20.46
2007	2 422.22	17 000	14.25



上海与全国电子商务交易额情况表

三、上海发展传统企业 B2C 电子商务势在必行

(一) B2C 电子商务发展遭遇四大瓶颈,制约了其进一步的发展

由于社会各方面配套跟不上我国电子商务的发展,诚信无保障、服务不完善、供应链短小,物流系统未优化是当今中国 B2C 电子商务发展的四大瓶颈。而诚信无保证、服务不完善、供应链短小,物流系统未优化等一系列长期悬而未决的问题严重阻碍了中国 B2C 电子商务进一步发展。

目前除了若干家大的 B2C 网站(当当、卓越、携程、e 龙、北斗手机网等),绝大部分 B2C 网上商店都是没有线下实体店面、没有品牌优势、没有资金实力的小企业,支付和产品质量等诚信度成为我国 B2C 电子商务进一步发展的最大瓶颈。

其次,在服务品质方面,本该也是 B2C 领先于 C2C,但现实中这一点也没有体现出来。特别是售后服务远远跟不上消费者的需求。

第三,在供应链方面,由于 B2C 供应链短小,和产品的上下游链接整合不深入,商家所提供的产品类别和品种远远低于 C2C 所提供的,本该有的优势却变为了劣势。

第四,绝大部分 B2C 商家都没有与第三方物流建立完善长期的合作关系,缺乏规模优势,无法利用信息技术来提高物流效率,降低物流成本,本该比起 C2C 应成为优势的物流效率和物流成本没有体现出来,有时还因为企业自身的问题,变为了劣势。

总之,本该由传统零售业承担的 B2C 电子商务市场,现在却由纯网络电子商务公司和 C2C 平台上的个人卖家大量占据。

而如果 B2C 电子商务领域里是由卓越、当当和淘宝等类似网站担当起主要角色,那么无论是品牌、诚信、物流配送、供应链整合、售后服务、区域采购等问题将永远无法解决。

中国的 B2C 乃至整个的网络购物,真正要发展壮大,必须让传统企业大规模进入,才能解决 B2C 发展的四个障碍。

而传统企业大规模介入 B2C 电子商务领域是解决 B2C 电子商务发展瓶颈最佳办法。

由于互联网的普及,以及传统商务成本的不断提高,电子零售将对传统零售方式形成强烈的冲击。

而作为中国最大的都市,上海商业本身就是一个品牌,只是随着最近几年沿海各地经济腾飞,上海商业与其他城市的差距在缩小,而最新兴起的 B2C 浪潮再次证明了上海商业之都的魅力,这种虚拟世界的商业品牌,将更加持久。

(二) 传统企业触网模式两大明显特征

1. 先有线下成熟的运营的实体商城、仓储系统、供应链体系、物流配送体系,后