

(2008—2009年)

中国电子商务报告

China's E-commerce



中华人民共和国商务部

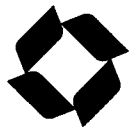
清华大学出版社



China's E-commerce

中国电子商务报告

(2008—2009年)



中华人民共和国商务部

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书是商务部组织编写的关于中国电子商务发展情况的权威性报告,从不同角度反映了过去两年中国电子商务发展的最新状况,涉及了电子商务的发展环境、市场状况、应用情况、发展趋势、政策建议等多个方面。读者可以从中了解到电子商务在国民经济中的地位 and 作用,以及中国电子商务的发展水平、速度、现状和前景。

本书资料丰富、内容翔实,对政府、企业、行业协会及科研教学机构等单位有重要的参考价值。附录提供了电子商务交易额的计算方法和电子商务相关标准目录,供读者参考。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

中国电子商务报告(2008—2009年)/中华人民共和国商务部. —北京:清华大学出版社, 2010.9

ISBN 978-7-302-23129-5

I. ①中… II. ①中… III. ①电子商务—概况—中国—2008—2009 IV. ①F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 114463 号

责任编辑:袁勤勇 顾 冰

责任校对:焦丽丽

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62795954, jsjic@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:清华大学印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×260

印 张:10

字 数:213 千字

版 次:2010 年 9 月第 1 版

印 次:2010 年 9 月第 1 次印刷

印 数:1~1000

定 价:25.00 元

产品编号:038039-01

《中国电子商务报告(2008—2009 年)》

编委会名单

编委会

主 任	蒋耀平	商务部副部长
副主任	李晋奇	商务部信息化司司长
	刘俊生	中国国际电子商务中心主任
编 委	赵小凡	工业和信息化部软件服务司司长
	董宝青	工业和信息化部信息化推进司副司长
	王晓川	商务部商贸服务司副司长
	包 玲	商务部外贸司副司长
	聂林海	商务部信息化司副巡视员
	王开前	中国国际电子商务中心副主任
	张卫华	国家统计局工业交通统计司副司长
	杨坚争	上海理工大学教授
	龚炳铮	华北计算机系统工程研究所研究员
	石伟光	商务部信息化司电子商务处处长
	刘德成	商务部商贸服务司行业管理二处处长
	何 平	国家统计局工业交通统计司专项调查处处长
	申屠晓琦	商务部信息化司电子商务处调研员
	蔡 雯	商务部商贸服务司行业管理二处调研员
	白海龙	商务部信息化司电子商务处副处长
	王中辉	商务部信息化司电子商务处副处长
	洪国强	中国国际电子商务中心政府业务部总经理
	刘立群	中国国际电子商务中心政务项目合作部总经理
	李鸣涛	中国国际电子商务中心政府业务部副总经理
	王 丽	中国国际电子商务中心国际部总经理
	王鹏飞	商务部商贸服务司行业管理二处

顾问组

- | | |
|-----|----------------------|
| 高新民 | 中国互联网协会常务副理事长 |
| 陆首群 | 中国工业经济联合会副会长 |
| 宋 玲 | 中国电子商务协会理事长 |
| 柴跃廷 | 清华大学教授(国家信息化专家委员会委员) |
| 汪向东 | 中国社会科学院网络经济研究中心主任 |
| 吕廷杰 | 北京邮电大学经济管理学院院长 |
| 陈 进 | 对外经济贸易大学信息学院院长 |
| 陈 禹 | 中国人民大学信息学院教授 |
| 姜奇平 | 中国社会科学院网络经济研究中心秘书长 |
| 荆林波 | 中国社会科学院财贸所副所长 |
| 黄国雄 | 中国人民大学教授 |
| 洪 涛 | 北京工商大学教授 |

《中国电子商务报告(2008—2009 年)》

编写组名单

主 编 杨坚争

副主编 龚炳铮

第 1 章	杨坚争	龚炳铮	梁春晓	郑 敏
	李鸣涛	杨立钊		
第 2 章	杨坚争	龚炳铮	阿拉木斯	刘 颖
	万以娴	郭卫华	秦 亮	
第 3 章	龚炳铮	梁春晓	李鸣涛	杨立钊
	张启杰	付春杰	盛振中	曹军义
	晏国英	唐日红	高 翔	信宏业
第 4 章	郑 敏	杨坚争	郭 杰	张静静
	徐文钦	余德光	张秀英	赵 楠
	王 珊	李国敏		
第 5 章	杨坚争	陈晓明	陈曙光	万以娴
	刘 旭	何宇飞	黄东航	

序

当前,电子商务与产业的深度结合,改变了企业生产、经营、销售与组织形态,推动了全球范围内产业结构调整与资源优化配置,加速了经济全球化进程。

党中央、国务院一直高度重视电子商务发展,通过制定政策、颁布法律等一系列措施,营造电子商务发展环境,确立电子商务战略地位,明确电子商务重点发展领域。2008年以来,国际金融危机席卷全球,世界经济明显下行和衰退,中国经济面临严峻挑战。2010年3月5日,温家宝总理在十一届全国人大三次会议上所作的《政府工作报告》明确提出要“加强商贸流通体系等基础设施建设,积极发展电子商务”,为在后金融危机时期进一步做好电子商务工作指明了方向。

经过不断探索,中国电子商务已步入务实发展轨道,呈现出以下特点:一是大型企业电子商务应用开始进入协同商务阶段;二是中小企业电子商务应用意识普遍提高;三是网络购物规模迅速扩大;四是电子商务专业化服务体系正在形成;五是电子商务在社会经济生活各领域中的应用日趋广泛;六是电子商务在应对金融危机、北京奥运、自然灾害等重大社会事件中作用凸显。

同时,中国电子商务在发展中也存在一些问题,主要是支撑电子商务快速发展的外部环境有待进一步完善;相关政府部门需要进一步加强协调,加强电子商务的发展规划和宏观指导;电子商务国际交流与合作还需要进一步深入;电子商务与传统产业融合步伐还需要进一步加快等。

商务部已经三次组织编写了《中国电子商务报告》。本次报告秉承以往宗旨,力争全面反映两年来中国电子商务发展状况,客观分析存在的问题,并提出进一步促进电子商务发展的建议,帮助读者提高对我国电子商务发展现状与趋势的认识。

在全面实现“十一五”规划目标、为“十二五”发展打好基础的过程中,商务部将按照党中央、国务院的战略部署,一如既往地与各相关部委、各地方政府共同合作,继续完善电子商务发展环境,加速发展第三方电子商务服务平台及行业电子商务网站,建设并完善电子商务服务体系,引导企业电子商务向纵深发展,推动“物联网”技术在商贸领域应用,充分发挥电子商务在转变经济增长方式、调整产业结构、促进国民经济发展中的作用,为应对国际金融危机,保持经济平稳较快发展做出应有贡献。

蔣耀平

2010年5月

目 录

第 1 章 综述	(1)
1.1 全球电子商务发展态势	(1)
1.1.1 全球电子商务规模急剧扩大	(1)
1.1.2 各国电子商务高速增长	(2)
1.2 中国电子商务发展的最新进展与特点	(5)
1.2.1 中国电子商务发展的最新进展	(5)
1.2.2 中国电子商务发展的特点	(6)
1.2.3 中国电子商务发展的趋势	(10)
1.3 电子商务在国民经济发展中的地位 and 作用	(13)
1.3.1 电子商务已经成为我国现代服务业的重要组成部分	(13)
1.3.2 发展电子商务有利于推动传统产业的转型与升级	(14)
1.3.3 发展电子商务有利于现代商贸流通体系的形成	(17)
1.4 加强政策引导,促进中国电子商务又好又快发展	(18)
1.4.1 进一步完善支撑电子商务快速成长的发展环境	(19)
1.4.2 加快电子商务与传统产业融合的步伐	(20)
1.4.3 加快重点区域电子商务发展进程	(21)
1.4.4 大力倡导电子商务的技术创新和商业模式创新	(21)
1.4.5 加强协调,为电子商务发展提供更有效的宏观指导	(21)
1.4.6 进一步推动电子商务国际交流与合作	(22)
第 2 章 中国电子商务发展环境	(23)
2.1 电子商务基础环境	(23)
2.1.1 电子商务网络运行基础设施不断完善	(23)

2.1.2	电子商务关键技术研发项目全面启动	(24)
2.1.3	电子商务技术标准制定取得新进展	(26)
2.2	电子商务政策法律环境	(27)
2.2.1	国家高度重视电子商务的发展	(27)
2.2.2	各地政府积极出台政策法规,推动电子商务发展	(29)
2.2.3	电子商务的法律实践逐步展开	(31)
2.3	电子商务市场环境	(32)
2.3.1	社会信用环境	(32)
2.3.2	投融资环境	(38)
2.4	电子商务人文环境	(39)
2.4.1	电子商务人才培养	(39)
2.4.2	电子商务理论研究	(43)
第3章	中国电子商务应用状况	(46)
3.1	工业行业电子商务应用	(46)
3.1.1	大中型企业电子商务应用	(46)
3.1.2	中小企业电子商务应用	(54)
3.2	流通行业电子商务应用	(59)
3.2.1	国际贸易电子商务服务	(60)
3.2.2	网络购物	(64)
3.2.3	大型零售企业电子商务	(68)
3.3	电子化政府采购	(73)
3.3.1	国务院高度重视电子化政府采购工作	(73)
3.3.2	我国电子化政府采购工作的现状	(74)
3.4	其他行业电子商务应用	(75)
3.4.1	邮政电子商务	(75)
3.4.2	铁路电子商务	(78)
3.4.3	民航电子商务	(80)
3.4.4	保险业电子商务	(82)
3.4.5	农业电子商务	(85)
3.4.6	旅游业电子商务	(88)
3.4.7	娱乐业电子商务	(90)
第4章	电子商务服务业发展状况	(94)
4.1	第三方 B2B 电子商务服务平台发展概况	(94)

4.1.1	总体发展状况	(94)
4.1.2	服务内容及商业模式	(98)
4.1.3	金融危机对 B2B 网站的影响	(100)
4.1.4	大宗商品 B2B 电子商务网站发展概况	(101)
4.2	第三方 C2C 电子商务服务平台发展概况	(105)
4.2.1	我国 C2C 电子商务服务业初步形成	(105)
4.2.2	C2C 对经济发展和社会生活做出积极贡献	(105)
4.3	电子支付服务	(109)
4.3.1	电子支付系统建设取得阶段性成果	(109)
4.3.2	第三方电子支付服务蓬勃发展	(110)
4.3.3	第三方电子支付市场竞争主体介绍	(111)
4.4	电子商务物流服务业发展概况	(112)
4.4.1	我国物流业总体发展情况	(112)
4.4.2	国内电子商务企业物流中心建设发展迅速	(113)
4.4.3	电子商务物流及关联领域的新变化	(114)
4.4.4	我国重视开展物联网研究	(116)
4.5	电子认证服务业发展概况	(117)
4.5.1	电子认证服务机构培育	(117)
4.5.2	电子认证服务市场拓展	(119)
第 5 章	部分省市电子商务发展状况	(121)
5.1	上海市	(121)
5.2	浙江省	(123)
5.3	山东省	(125)
5.4	北京市	(126)
5.5	广东省	(127)
5.6	福建省	(129)
5.7	四川省	(130)
5.8	陕西省	(132)
5.9	湖南省	(133)
附录 A	本报告采用的电子商务交易额测算方法	(135)
A.1.1	电子商务交易额的统计定义	(135)
A.1.2	已有的数据资源	(135)
A.1.3	计算方法	(135)

附录 B 我国已经颁布实施的电子商务标准	(139)
附录 C 1995—2009 年发布的信息安全国家标准	(141)
附录 D 缩略语中英文对照表	(143)
编后记	(145)

第1章 综 述

世界电子商务正在快速发展,已成为经济发展新的增长点,受到各国政府的高度重视。中国电子商务保持了持续增长的良好态势,交易额已经突破3万亿元人民币。本章描述了全球电子商务的发展态势和中国电子商务的最新发展状况与特点,论述了电子商务在国民经济发展中的地位 and 作用,探讨了中国电子商务发展面临的新问题以及应对挑战的思路和方法。

1.1 全球电子商务发展态势

1.1.1 全球电子商务规模急剧扩大

截至2009年12月31日,世界互联网络使用人数达到18.02亿人,较2000年的3.6亿人增长399.3%^①;全球电子商务用户数达到6.24亿人,世界网站数量达到2.3亿个^②,为电子商务的发展奠定了雄厚的基础。

金融危机爆发以来,电子商务交易额增速有所放缓,但仍明显高于全球经济增长速度。2008年全球电子商务市场交易规模增长了40%,首次突破10万亿美元大关。2009年,全球电子商务交易额达到16万亿美元,同比增长25%(参见图1-1)。全球电子商务市场规模持续的高速增长,反映出电子商务强大的生命力和广阔的发展前景。

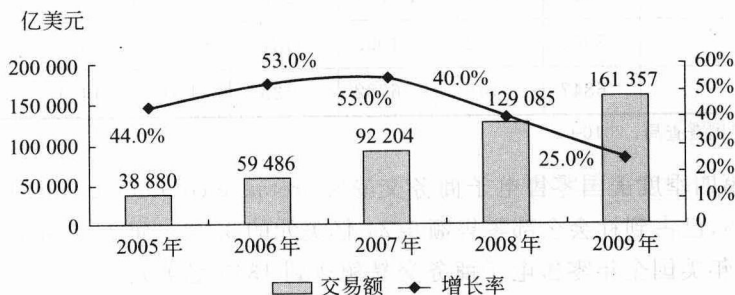


图 1-1 2005—2009 年全球电子商务交易额及增长

资料来源:赛迪顾问,2010-01。

① 互联网世界统计公司. 世界互联网用户和人口统计 [EB/OL](2009-10-30)[2010-01-20].
<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>.

② Netcraft 公司. 2010 年 1 月网站服务调查 [EB/OL](2010-01-20)[2010-04-20].
http://news.netcraft.com/archives/2010/01/07/january_2010_web_server_survey.html.

1.1.2 各国电子商务高速增长

随着网络基础设施的逐步完善,基于互联网的全球性虚拟市场基本形成。世界各国在这一新市场中的竞争越来越激烈。

美国作为全球最大的电子商务市场,2008 年电子商务交易额达到 37 040 亿美元,其中 B2B(企业对企业)电子商务交易额达到 34 160 亿美元,B2C(企业对消费者)电子商务交易额达到 2880 亿美元(参见表 1-1)。

表 1-1 美国贸易、零售、税收和电子商务(2007—2008)①

(单位:10 亿美元)

类 别	贸易、零售、税收额				比上年增长 (%)		电子商务比例 (%)	
	2008 年		2007 年					
	总量	电子商务	总量	电子商务	总量	电子商务	2008 年	2007 年
合计	22 408	3704	21 966	3395	5.0	12.1	100.0	100.0
B2B	11 602	3416	11 179	3130	3.8	9.1	92.2	92.2
制造业	5486	2154	5338	1879	2.8	14.6	58.2	55.3
商业批发	6116	1262	5841	1251	4.7	0.9	34.1	36.8
不包括制造业的销售 分支机构和办事处	4411	720	4153	705	6.2	2.1	19.4	20.8
制造业销售分支机构 办事处	1705	543	1687	547	1.1	-0.7	14.7	16.1
B2C	10 806	288	10 787	265	0.2	8.7	7.8	7.8
零售	3959	142	4005	137	-1.2	3.3	3.8	4.0
部分服务业	6847	146	6782	128	1.0	14.1	3.9	3.8

资料来源:美国普查局,2010-05。

2009 年第四季度美国零售电子商务交易额(retail e-commerce sales)达到 359 亿美元,增长 4.5%,已占到社会全部零售额 9424 亿美元的 3.7%,而 2000 年这一比例还只有 0.8%。2009 年美国全年零售电子商务交易额达到 1349 亿美元。图 1-2 显示了 2000 年第四季度到 2009 年第四季度美国零售电子商务高速增长的情况。②

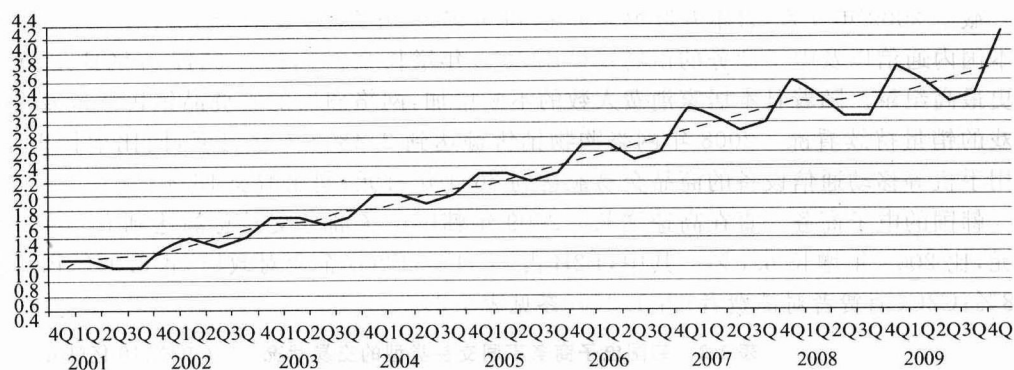
2008 年以来,欧盟企业电子商务交易发展迅速。统计数据显示,2008 年,欧盟 27 国 10 名雇员以上的企业的电子商务交易额占其总交易额的 12%;部分国家电子商务销售

① 美国普查局.2008 年电子商务状况[R/OL](2010-05-27)[2010-06-20].

<http://www.census.gov/econ/estats/2008/2008reportfinal.pdf>.

② 美国普查局.2009 年第四季度电子商务零售额调查(Quarter 2009)[R/OL](2010-02-16)[2010-03-20].

<http://www.census.gov/retail/mrts/www/data/pdf/09Q4.pdf>.



注：图中“Q”为“季度”的英文缩写。实线是没有经过调整的实际统计数据，虚线是调整过的数据。

图 1-2 2000 年第四季度到 2009 年第四季度美国零售电子商务高速增长的情况

资料来源：美国普查局，2010-03。

和采购已经接近 60%^①。图 1-3 显示了欧盟部分国家电子商务销售和采购的比例。^②

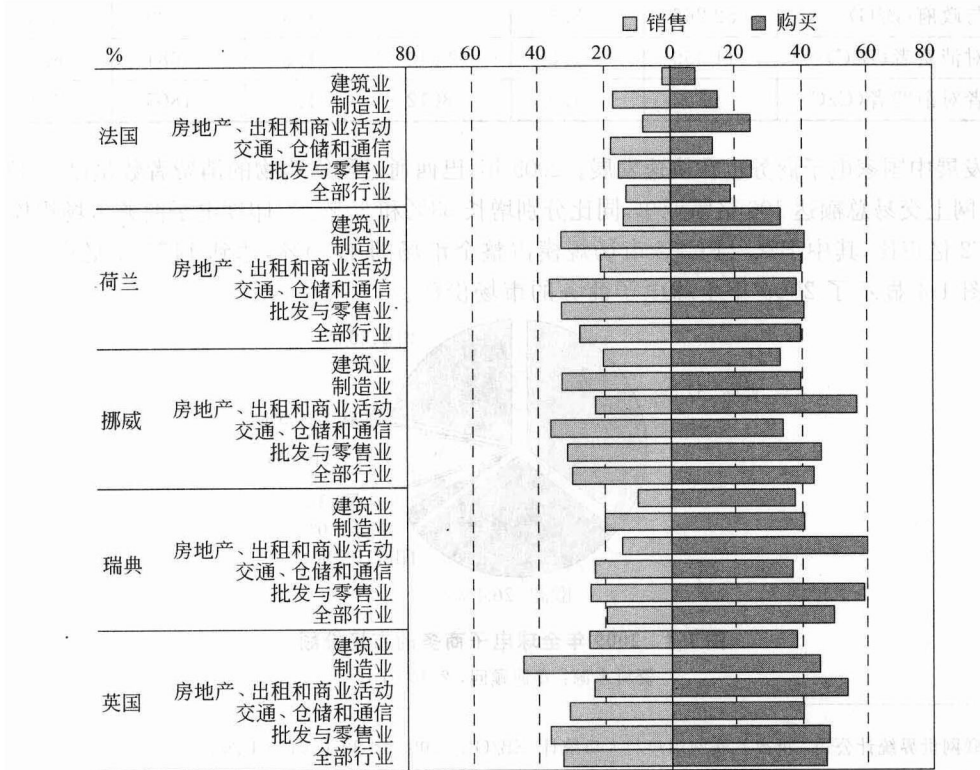


图 1-3 欧盟部分国家电子商务销售和采购比例

- ① 欧盟统计局. 2008 年电子商务营业额占欧盟 27 国企业的 12%[R/OL](2010-01-19)[2010-01-20].
http://cpp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_PUBLIC/4-19012010-BP/EN/4-19012010-BP-EN.PDF.
- ② 经济合作与发展组织. 信息与通信技术关键性指标[R/OL](2009-07-22)[2010-01-20].
http://www.oecd.org/document/23/0,3343,en_2649_34449_33987543_1_1_1_1,00.html.

截至 2009 年 9 月,日本互联网用户达到 9597.9 万人,普及率为 75.5%^①。2009 年日本国内通信以及电子商务的市场规模比 2008 年增长 5.9%,达 5.6547 万亿日元,创下历史最高纪录。随着日本居家消费人数的不断增加,网络商店的小商品销售额以及手机游戏的销量持续看涨。2008 年网络购物销售额达到 2.4802 万亿日元,同比增长 11%;利用手机等移动通信设备的商品交易额达到 3661 亿日元,同比增长 16.4%。

韩国的电子商务一直在高速增长。2009 年韩国电子商务交易总额达到 6708.86 兆韩元,比 2008 年增长 6.5%。其中,B2B 占 88.1%;B2G(企业对政府)占 8.9%;B2C 占 1.8%;C2C(消费者对消费者)占 1.2%(参见表 1-2)^②。

表 1-2 韩国电子商务不同交易类型的交易状况 (单位:10 亿韩元)

分 类	2008 年		2009 年		年度变化	
	交易额	百分比(%)	交易额	百分比(%)	增长量	百分比(%)
总计	630 087	100.0	670 886	100.0	40 799	6.5
企业对企业(B2B)	560 255	88.9	591 375	88.1	31 120	5.6
企业与政府(B2G)	52 266	8.3	59 456	8.9	7190	13.8
企业对消费者(B2C)	11 359	1.8	12 043	1.8	684	6.0
消费者对消费者(C2C)	6207	1.0	8012	1.2	1805	29.1

发展中国家电子商务也在快速发展。2009 年,巴西通过网络购物的消费者数量已达 1760 万人,网上交易总额达 106 亿雷亚尔,同比分别增长 33%和 30%。^③ 印度电子商务市场规模达到 3072 亿卢比,其中 B2C 与 C2C 市场规模占整个市场的 47.9%,达到 1471.5 亿卢比。

图 1-4 显示了 2009 年全球电子商务的市场份额。

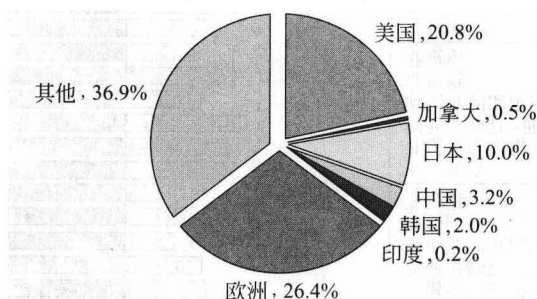


图 1-4 2009 年全球电子商务的市场份额

资料来源:赛迪顾问,2010-01。

① 互联网世界统计公司. 世界互联网用户与人口统计[EB/OL](2009-10-30)[2010-01-20].

<http://www.internetworldstats.com/stats3.htm>.

② 韩国国家统计局. 2009 年及 2009 年第四季度电子商务和网络购物调查[EB/OL](2010-03-04)[2010-03-20].

http://kostat.go.kr/eboard_faq/BoardAction.do?method=view&board_id=104&seq=119&num=119&parent_num=0&page=1&sdate=&edate=&search_mode=&keyword=&position=&catgrp=eng2009&catid1=g01&catid2=g01b&catid3=g01bg&catid4=.

③ e-bit 公司. 2009 年巴西电子商务市场增长 30%[R/OL](2010-03-17)[2010-03-20].

<http://www.telecompaper.com/news/article.aspx?cid=724215&freeArticle=false>.

1.2 中国电子商务发展的最新进展与特点

1.2.1 中国电子商务发展的最新进展

2009年,中国电子商务发展环境进一步改善。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)的调查,截至2009年12月31日,中国网民数达到3.84亿人,互联网普及率达28.9%。从发展速度上看,商务交易类应用遥遥领先,平均年增幅达到68%。其中,网上支付的使用率达到24.5%;网上支付用户规模达9406万,年增幅高达80.9%,是用户增长最快的网络应用^①。

2008年和2009年,中国电子商务交易额连续创出新高。2008年,中国电子商务交易额达到31 427亿元人民币(以下均为人民币)^②,同比增长44.8%;其中,大中型工业企业电子商务交易额为14 127亿元;中小企业电子商务交易额达到16 542亿元;网络购物交易额达到1257亿元^③。2009年中国电子商务交易额达到38 251亿元,同比增长21.7%;其中,大中型工业企业电子商务交易额达15 666亿元,中小企业电子商务交易额达到19 900亿元,网络购物交易额达到2586亿元。图1-5反映了我国电子商务交易额连年快速增长的态势。

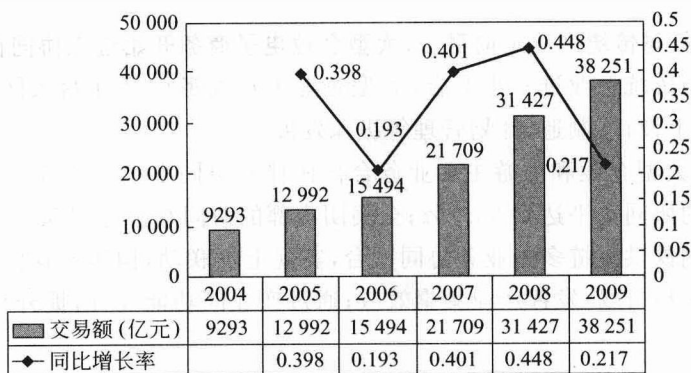


图 1-5 中国电子商务交易额增长态势

2008年,大型企业电子商务应用水平显著提高。52.24%的企业建立了电子商务系统,比2007年度增加17.76%;网上销售商品和服务总额占总销售额的比例达到36%;网上采购商品和服务总额占总采购额的比例达到34%。

电子商务在中小企业生产经营的多个环节中得到广泛应用,其中应用最多的是采购和销售环节。通过互联网寻找供应商的中小企业占比达31%,通过互联网从事营销推广

① 中国互联网络信息中心,第25次中国互联网络发展状况调查报告[R/OL](2010-01-15)[2010-03-20].
http://research.cnnic.cn/html/1263531336d1752.html.

② 有关中国电子商务交易额的计算方法请参见附件A。

③ 由于统计数据来源不同,大中型工业企业电子商务交易额与中小企业电子商务交易额有少量重复统计。