

了解中国电子商务发展的一部百科全书
第一次全面刻画了电子商务的发展历程和各阶段的发展特点

中国电子商务发展史

ZHONGGUODIANZISHANGWU
FAZHANSHI

叶秀敏 | 著

中国第一次引领了商务领域的
人类现代化过程

山西出版传媒集团
山西经济出版社

了解中国电子商务发展的一部百科全书
第一次全面刻画了电子商务的发展历程和各阶段的发展特点

中国电子商务发展史

ZHONGGUODIANZISHANGWU
FAZHANSHI

叶秀敏 | 著

中国第一次引领了商务领域的
人类现代化过程

山西出版传媒集团

山西经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国电子商务发展史 / 叶秀敏著. —太原: 山西
经济出版社, 2017.3

ISBN 978—7—80767—909—7

I. ①中… II. ①叶… III. ①电子商务—商业史—中
国 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 046025 号

中国电子商务发展史

著 者: 叶秀敏
出版策划: 刘静仪 阎晓风
责任编辑: 司 元
封面设计: 陈东升

出 版 者: 山西出版传媒集团·山西经济出版社
地 址: 太原市建设南路 21 号
邮 编: 030012
电 话: 0351-4922133(市场部)
0351-4922085(总编室)
E-mail: sch@sxjjcb.com(市场部)
zbs@sxjjcb.com(总编室)
网 址: www.sxjjcb.com

经 销 者: 山西出版传媒集团·山西经济出版社
承 印 者: 山西新华印业有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16
印 张: 27
字 数: 435 千字
印 数: 1—2000 册
版 次: 2017 年 6 月 第 1 版
印 次: 2017 年 6 月 第 1 次印刷
书 号: ISBN 978—7—80767—909—7
定 价: 48.00 元

发现春天,大约在冬季

姜奇平(中国电子商务协会秘书长)

叶秀敏的《中国电子商务发展史》是我国迄今第一部权威系统的电子商务史著作。

本书系统梳理了中国电子商务发展的历程。以电子商务产生、发展的时间脉络,揭示各个阶段的发展特点、主要事件及其对电子商务发展产生的重大影响。这本书有助于帮助读者清晰了解中国电子商务的发展过程。

叶秀敏博士系出名门,是中国信息经济学会前理事长陈禹的高徒。她接触电子商务很早,1998年还读硕士时,就开始搜集、汇总有关电子商务的文章。那时,我主编的《互联网周刊》刚刚创刊。1998年可以说是中国电子商务的起步时刻。我们一起经历、见证了中国互联网和电子商务的风云变幻,潮落潮起。叶秀敏的专业是电子商务,读博期间译有《电子商务革命与新经济》。进入中国社会科学院信息化研究中心后,一直分工专业研究电子商务,有常年大量的电子商务专业研究和调研成果。由她来作史,非常合适。

作者在谈写作本书目的时提到,希望能帮助读者更深刻地认识电子商务,推动电子商务更广泛的普及应用。中国人有一个习惯,通过历史来认识事物规律。中国现在是电子商务世界冠军,读《中国电子商务发展史》,可以当作悟道的一种方式。就好比读女排讲自己怎么夺世界冠军,从中来认识排球运动之道一样。

说起认识电子商务,读了这本书,感触良多。正如作者所述:最开始,电子商务一直不被传统领域所认可,认为是炒作、不成气候、不适合中国国情等等。但经过二十年发展,电子商务已经走入千家万户,已经逐步被传统经济所接受,并在寻求牵手的途径,以电子商务为核心的新经济的春天就要来临!

二十年前,让我们说电子商务如何发展,我们也不知道。但等你知道马云怎么做再起步,你已经做不成马云了。今天许多传统产业的人士还有这样的心态,正如作者分析的那样,“很多传统领域踌躇不前的原因就是不想作为试验品”。但过了节气再播种,可能为时已晚。

我们看看历史,中国的先行者,在整个世界范围里比较,是什么时候开始对电子商务有了感觉的?我个人认为,是在2008年,也就是本书“电子商务的冬天来了”那一节。叶博士用历史告诉未来:发现春天,大约在冬季。

在2008年那个商务意义上的冬季,欧洲人、美国人还在华尔街冬眠的时候,中国人在一个关键的窍门上,醒了。

首先是阿里醒了。

2008年7月23日那天晚上,马云向全体员工发布了题为《冬天的使命》的内部邮件,提出“抓住这次过冬的机遇”:“我想对严冬的到来,阿里人应该拿出当年的豪情:If not now, When?! If not me, Who?!!(此时此刻,非我莫属!)”

阿里提出:“阿里集团要成为全世界最大的电子商务服务提供商!”“有责任保护我们的客户——全世界相信并依赖阿里巴巴服务的数千万的中小企业不能倒下!”

其中的窍门在于,不是做电子商务,而是做电子商务平台。

其次是中国电子商务协会醒了。

2008年5月29日,中国电子商务协会决定授予杭州市“中国电子商务之都”称号。

背景是,杭州市政府提出,到2010年,使杭州成为全国电子商务专业网站集聚中心、全国网商集聚中心。

其中的窍门在于,不是做电子商务的地方称“都”,而是做电子商务平台的

地方称“都”。

这个意识,一直到读者手中拿到这本书,翻开这一页的时候,欧洲人、美国人仍然还没有明确具有。他们与中国人的意识相比,落后了整整十年!估计要到 2030 年才会明白。

本书有 876 次谈到平台这个词。请读这本书的人,经过这 876 次提醒,能记住一件事,中国人为什么在电子商务这件事上成功,因为“平台”!(顺便预告一下,叶博士今年的研究课题是平台经济,请大家继续关注她的成果)。

这个平台的份量有多大?阿里上市第一天,市值就超过同一天闹独立的苏格兰的 GDP。读《中国电子商务发展史》要知道,她讲的是:在全世界人眼皮底下,中国人神不知鬼不觉地搞出一串规模达到欧洲发达国家量级的平台!

欧洲没有出阿里巴巴,一个世界级电子商务平台也没有(而且一个世界级互联网平台也没有),这一点不奇怪。我在意大利威尼斯码头喝着咖啡,悠然看着意大利城管,追逐着小摊小贩,百米赛跑,鸡飞狗跳。当时心想,这些小贩为什么不去开网店呢?我知道,意大利经济类型,是世界上与浙江最象的地方(都以中小企业见长)。浙江能搞电子商务,意大利为什么不能搞呢?考察结果发现,意大利人发展不起电子商务,是因为根本没有建平台的意识,结果变成一堆小生产,只好去鸡飞狗跳,并且一地鸡毛。

而美国为什么不出阿里巴巴?我们看美国人在哪一点上不开窍就会明白。美国经济学会会长鲍莫尔说:“服务业是那些生产率缓慢增长部门(生产率增长停滞)的集合体”^①。长期以来,服务业被认为是修脚、理发的。与制造业利用机器提高生产率相反,人与机器在服务业难以结合,所以效率低。美国人思路典型如沃尔玛,与马云是反的,商业做了那么大,却不懂做平台,开放给中小企业构成的轻服务业,无法当服务价值的倍增器和放大器。结果 2016 年被阿里超过,而且恐怕再无翻身之日。

电子商务平台恰恰解决了人与机器体系结合提高服务效率的问题。中国电

^①盖雷、加卢主编:《服务业的生产率、创新与知识:新经济与社会经济方法》,上海人民出版社。

子商务既不是沃尔玛那种大生产,也不是意大利那种小生产,而是大生产为小生产作平台,放大其小生产的定制能量,使大规模与定制有机结合。

我经常在想,看山不是山,看水不是水,跳出来看中国电子商务,它是一件什么事?电子不电子倒在其次,商务之变才是重点。

人类商务演进的世界走势,像当年工业分为重工业、轻工业,用重工业平台放大轻工业一样,服务业当前也正在经历重服务业与轻服务业的产业分工,重服务业就是平台,轻服务业就是店主。用平台来成倍放大店主的效率,从而使服务业变成生产率快速增长部门(生产率增长飞跃)的集合体。当这种业态从第三产业经“互联网+”,蔓延到农业和工业时,就不光是服务业变革,而是一场服务化变革了。

这种人类级变革的首发地,不是在美国、欧洲,而是在中国。发生的时间,大约在2008年冬季。中国发展的电子商务,是人类服务业、服务化的一次伟大跃升。中国第一次引领了商务领域的人类现代化过程。

希望读者在阅读《中国电子商务发展史》,拎起那些动辄百亿量级的“小事”时,感到历史的重量!

写在前面的话

“不转型就等死!”

2014年8月19日下午,京东集团副总裁张建设欢迎由中国社科院信息化研究中心介绍,来京东洽谈合作事宜的贵州省铜仁市常务副市长宗文一行,宗文副市长紧握着张建设的手说:“我们是来联姻的……用我们同仁的优势和资源对接电子商务!”

从2013年年终开始,不管是京东,还是1号店、阿里巴巴,都频繁遭遇类似的场景。地方的父母官们,带着虔诚的心态,领着大队人马来到各大电子商务平台,要求合作推广他们本地的特色产品。

2016年7月,在杭州举办的“首届中国县域经济和电子商务峰会”上,共有144位来自全国各地的市、县级领导参加了论坛。即使论坛进行中,主办方还不断地接到市长、县长们的咨询电话,临时要求参会。而主办方面对汹涌而来的市长、县长们,不得已场地受限的原因拒绝。该会的举办,引爆了县域电子商务发展的热潮。即便在会议间歇,县长们也和其他参会者一样,端着盒饭,热烈讨论着地方电子商务发展的出路。

2016年8月22日,中国股市新三板迎来第1000家挂牌上市公司——吉芬设计,作为时装设计公司,上市当日即宣布将借助互联网进行商业模式创新,借助线上到线下(O2O)增加消费者体验。不仅是服装企业,笔者最近常常接到房地产公司、物业公司的咨询,他们咨询的问题是如何利用互联网、大数据进行企业转型。2016年8月26日的消息显示,万科与淘宝合作卖房;中石化与腾讯签署战略合作协。原本传统得不能再传统的两家企业大佬,也不甘示弱地牵手互联网。

2013年年终,以余额宝为代表的互联网金融,以及随后爆发的打车软件补贴大战,吹响了互联网转型的号角。“不转型等死”“不拥抱互联网就会被淘汰”成为整个社会的共识!中国银行首席经济学家曹远征在“2013 中国金融改革国际论坛”上表示,“互联网金融是一个革命”^①。中国农业银行首席经济学家向松祚也公开声称:“我们已进入互联网金融飞速发展的时代,大型银行面临传统优势快速下降的挑战。传统银行的企业文化、经营理念、治理结构、激励机制必须进行革命性变革。”

2012年曾有人预测,2016年中国电子商务将超过美国,但是艾瑞的数据显示,2013年,中国和美国的网络零售额分别为1.84万亿元和1.57万亿元,并且,中国和美国得网络零售总额占比分别为7.8%和5.8%,因此,不管从总量上,还是比率上,中国已经提前超越美国成为世界第一。

自1991年,我国正式引入电子数据交换(EDI)电子商务以来,电子商务从无到有,几经起伏。最开始,电子商务一直不被传统领域所认可,认为是炒作、不成气候、不适合中国国情等。网络零售近几年虽然爆发式发展,但是其成交额仍然只占社会商品零售总额的一小部分,企业间的电子商务更是以信息发布和查询为主。二十几年后的今天,电子商务已经走入千家万户,已经逐步被传统经济所接受,并在寻求牵手的途径,以电子商务为核心的新经济的春天就要来临!

电子商务虽然被传统领域所认可,但是,传统经济如何拥抱互联网一直是尚在探索的问题。“不转型就等死,转型是找死”,很多传统领域踌躇不前的原因就是不想作为试验品。近年,伴随着大数据、移动互联网的兴起,线上到线下(O2O)模式成为传统零售领域转型的契机。但是,如何转、怎么转?还缺少典型的成功案例。针对更多的领域,转型模式一直是业界讨论的焦点。

本书将梳理中国电子商务发展的历程。以电子商务产生、发展的时间脉络,揭示各个阶段的发展特点、主要事件,及其对电子商务发展产生的重大影响。希冀本书能够帮助读者清晰地了解中国电子商务的发展过程。也希望能帮助读者更深刻的认识电子商务,推动电子商务更广泛的普及应用。

^①金晟:《中行首席经济学家曹远征:互联网金融是一个革命》,《新京报》2013年9月24日。

目 录

写在前面的话

第一章 电子商务启蒙阶段(1991—1999) / 001

第一节 中国最早的电子商务 EDI(1991—1993 年) / 001

第二节 “金字”工程全面启动(1993 年—1997) / 003

第三节 基于 Internet 的电子商务起步 / 006

第二章 电子商务迎来小高潮(1998—2000 年) / 013

第一节 总体发展情况和特点 / 013

第二节 一批电子商务零售网站开通运营 / 015

第三节 第二批 B2B 网站扎堆上线 / 016

第四节 中国电子商务发展史的首个小高潮 / 016

第五节 政府开始重视电子商务 / 020

第六节 电子商务服务商积极布局 / 021

第三章 网络泡沫破裂期(2001—2002 年) / 023

第一节 纳斯达克股市暴跌 / 023

第二节 中国新经济受到重创 / 024

第三节 电子商务先驱者带来的启示 / 025

第四章 电子商务进入恢复期(2002—2003 年) / 034

第一节 非典救了电子商务 / 034

第二节 网络购物市场迎来发展黄金期 / 038

第三节 传统企业尝试电子商务渠道 / 039

第四节 基础环境持续改善 / 040

第五节 配套服务逐步建立 / 043

第六节 泡沫让业界逐步清醒 / 044

第五章 电子商务走上快车道(2004—2007年) / 047

第一节 电子商务基总体发展状况 / 047

第二节 电子商务服务市场发展情况 / 056

第三节 电子商务环境建设 / 075

第四节 电子商务应用情况 / 098

第五节 电子商务区域发展高潮迭起 / 112

第六章 电子商务备战过冬期(2008—2009年) / 124

第一节 电子商务的冬天来了 / 125

第二节 内贸电子商务在寒潮中崛起 / 132

第三节 电子商务基础设施建设稳步推进 / 167

第四节 电子商务环境趋暖 / 175

第五节 电子商务逐步向传统行业渗透融合 / 199

第六节 地方政府积极推动电子商务发展 / 209

第七节 电子商务发展中存在的问题 / 211

第七章 电子商务应对短期调整(2010—2012) / 224

第一节 2010—2012年度中国电子商务发展综述 / 224

第二节 电子商务服务市场发展情况 / 245

第三节 电子商务环境建设 / 273

第四节 电子商务应用情况 / 301

第五节 电子商务区域发展情况 / 320

第六节 问题和障碍 / 323

第八章 电子商务全面爆发(2013 年至今) / 328

第一节 电子商务发展情况综述 / 328

第二节 基础设施建设情况 / 376

第三节 电子商务服务市场发展情况 / 380

第四节 电子商务环境建设情况 / 392

第五节 主要存在的问题 / 405

附录 中国电子商务大事记 / 407

第一章 电子商务启蒙阶段 (1991—1999 年)

第一节 中国最早的电子商务 EDI(1991—1993 年)

最早,人们眼里的电子商务是电子数据交换(EDI)。随着技术的进步,EDI 已经逐渐淡出了人们的视野,但它在中国电子商务发展过程中,却是最重要的根基,起到重要的启蒙作用。

在我国,EDI 的建设和应用中,政府发挥了重要作用。1991 年,国务院电子信息系统推广办公室联合八个部委建立了中国 EDI 委员会(简称 CEC)。该委员会的任务是有计划地协调和规范我国 EDI 发展。CEC 的成立,标志着我国官方对电子商务的积极认可。从此,中国电子商务开启了发展的序幕。

EDI 全称为电子数据交换(Electronic Data Interchange)^①,是由国际标准化组织推出的国际标准,它是指一种通过电子信息化的手段,在贸易伙伴之间传播标准化的商务贸易元素方法和标准。例如,国际贸易中的采购订单、装箱单、提货单等数据的交换。

一、EDI 产生的背景

EDI 的产生,既是国际贸易发展需求的驱动,又是计算机通信技术快速发展的必然结果。

EDI 是全球贸易快速发展的必然产物。1978 年伊朗发生政变,引发第二次石油危机,产量锐减,石油价格飙升,引发西方国家全面衰退。自 1983 年起,西方国家先后摆脱

^①来源:百度百科。

了经济危机,走上了复苏之路,国际贸易出现井喷,国家之间的沟通和交流日益频繁。传统国际贸易中,通常由银行进行担保,以各种纸面单证作为凭据。而全球贸易的活跃,带来了各种贸易单证、文件数量的激增。贸易竞争的压力,产生了对凭证传递和处理速度的迫切需求。在这种情况下,EDI 的产生和应用势在必行。

计算机快速创新普及,信息技术不断突破,计算机性能飞速提升,体积逐步缩小,成本快速降低。所有这些指标的改善,都有利于计算机的普及应用。企业、事业单位开始陆续接受计算机,用于信息处理。

通信能力显著提高,为 EDI 的应用奠定了坚实的支撑。1946 年,贝尔实验室提出蜂窝移动通信概念,1983 年正式投入商用,大大提高了移动通信系统的容量。随后数字蜂窝系统、全球移动通信系统(GSM)、码分多址(CDMA)系统等相继投入使用。公用电话交换网(Public Switch Telephone Network,简称:PSTN)伴随着数字用户线路(xDSL)技术应用及智能化改造步伐,通信能力显著提升。下一代通信网络(next generation network,简称 NGN)的诞生,使语音、数据、视频或多媒体能更快捷地传输。

二、EDI 的特点

EDI 有两个特点:一是电子化,利用电子信号传递和交换商贸信息;二是标准化,传递的信号符合国际通用标准。

EDI 使得文字资料电子化,给贸易领域带来前所未有的变革。EDI 在信息传输上更具优势:①速度上,信息传输瞬时可达;②可靠性上,EDI 数据更加精准;③容量上,传输内容不受限制;④便捷性上,实现了商贸活动的无纸化。

EDI 的局限性体现在它的封闭性,它仅仅应用于外贸、交通、银行等个别领域,当时中国的用户只有相关部委和少量较大型的外贸企业;EDI 应用门槛高,主要体现在建设成本高,操作复杂。

三、EDI 在我国的应用

EDI 出现以后,受到了贸易领域的广泛欢迎,提高了企业的生产率和竞争能力。世界各主要工业发达国家和地区得到广泛的应用。电子化成为国际贸易发展的一种必然趋势。

在我国,政府部门积极督促推动 EDI 应用,国家“八五”科技攻关计划投资 500 万元

支持 EDI。CEC(中国电子信息产业集团)的成员单位率先应用 EDI,陆续建设了一大批试点示范项目,如海关开发了 EDI 通关系统,税务总局建设了以电子报税和出口退税为主要功能的 EDI 系统,商检局应用了签证办理和报验申请的 EDI 应用系统等。

以中国海关为例,早在 1995 年 1 月,就成功地研制了 EDI 海关系统。短时间内,海关 EDI 系统用户已达 400 多家^①,EDI 海关系统日平均处理的普通货物报关单 6000 余份,占全国总数的 15%;快递 EDI 海关系统处理的快递物品占全国的 80%以上。海关 EDI 系统的应用,起到了推动与示范的作用。

第二节 “金字”工程全面启动(1993—1997 年)

在电子商务启蒙阶段,我国政府较早认识到了信息技术的影响力,迅速做出了反应,并且通过建设试点示范工程推动信息化进程。虽然这些工程效果有待最后评估,但是这些工程在一定程度上推进了我国政务信息化的进程。

一、“三金工程”启动

1993 年 3 月 12 日,朱镕基同志主持会议,提出了建设“三金工程”,即“金桥工程”“金关工程”“金卡工程”。1994 年 6 月 8 日,国务院办公厅向各部委、各省市传达《国务院办公厅关于“三金工程”有关问题的通知》。自此,“三金工程”建设全面展开。

“三金工程”是国民经济信息化的起步工程。“金桥工程”首先建立国家共用经济信息网。具体目标是建立一个覆盖全国并与国务院各部委专用网连接的国家共用经济信息网。“金关工程”是对国家外贸企业的信息系统联网,推广电子数据交换技术(EDI),实行无纸贸易的外贸信息管理工程。“金卡工程”则是以推广使用“信息卡”和“现金卡”为目标的货币电子化工程。

二、“十二金工程”全面展开

“三金工程”推动了以政府业务部门为主的信息化应用建设,随后其他一些部门也陆

^①于建华、司林胜:《我国 EDI 应用现状、问题及对策分析》,《商业研究》2000 年 2 月。

续开展了信息化建设工程。如 1994 年开始推行的中国税收管理信息系统建设“金税工程”(中国税收管理信息系统,简称 CTAIS),1994 年发起的推进农业和农村信息化的“金农工程”,1998 年启动的以实现“科技强警”为诉求的“金盾工程”,2002 年启动的社会保障系统信息化的“金保工程”等,总计十二个项目工程。

2002 年 8 月 5 日,中办发 17 号文件转发了《国家信息化领导小组关于我国电子政务建设的指导意见》,明确表示,要加快十二个重要业务系统建设:继续完善已取得初步成效的办公业务资源系统、金关、金税和金融监督(含金卡)四个工程,促进业务协同、资源整合;启动和加快建设宏观经济管理,以及“金财”“金盾”“金审”“金保”“金农”“金质”和“金水”等八个业务系统工程建设。以上十二个系统建设被称为“十二金工程”,其主要是针对政府部门建立的办公业务信息应用系统。

三、“十二金工程”建设过程中存在的问题

2014 年 5 月 11 日,国家信息中心在新大都饭店主办“国家重大信息化工程建设交流会”。会上,“十二金”的主要负责人介绍了各项工程的进展情况、未来打算。但是,总体感觉,这种政府投资的项目,还是存在着一些问题,有些问题虽然提出多年,但是一直没有解决。这些问题是:

- (1)缺少顶层设计。
- (2)非需求导向,不接地气。
- (3)信息孤岛日益严重,条块分割,层级不畅。
- (4)标准化滞后。
- (5)效果不理想,欠科学绩效评估。
- (6)仍重视平台和系统建设,缺少服务和管理。
- (7)仍然是一把手工程,没有形成良性运营体系和机制。
- (8)信息安全重视不够。

以上问题的存在,导致“十二金工程”最终可能会演变成鸡肋工程或者是无用工程。分析产生问题的原因,主要有以下几点:

- (1)顶层不够重视。
- (2)仍然存在传统工业化思维方式。

(3)各部门闭门造车,没有考虑到市场需求。

(4)政绩导向,导致各说各话、各花各钱。

四、国家级信息化领导小组成立

我国在信息化建设的早期,就发现了一些问题。这些问题涉及面广,情况复杂,某个部委也无法单独解决。在此背景下,1996年1月,国务院国家信息化工作领导小组成立,由副总理邹家华任组长,20多个部委参加。国家信息化工作领导小组的任务是统一战略规划、组织、协调我国信息化建设。原国家经济信息化联席会议办公室改为国务院信息化工作领导小组办公室,简称国信办。

此时,迫切需要一部国家级的信息化发展规则,来整合资源,推动创新和协调、健康发展。1997年,国信办组织有关部门起草编制我国信息化发展规划。1997年4月,在深圳召开全国信息化工作会议,会议确定了国家信息化体系的定义、组成要素、指导方针、工作原则、奋斗目标、主要任务,并通过了《国家信息化九五规划和2000年远景目标》,各省市地区相继成立信息化领导小组及其办公室,各省开始制订本省包含电子商务在内的信息化建设规划。

五、硬件厂商、系统集成商也是电子商务的积极倡导者

硬件厂商、系统集成商较早看到了电子商务发展的商机,积极布局其中。为了争夺市场,这些企业在电子商务概念普及上,互联网发展前景上,投入了大量资金,进行了广泛的公关和市场营销。1997年,在苏州召开的电子商务大会上,参会者不仅有部委领导,还有大量企业厂商,如美国通用电气公司、IBM(国际商业机器公司)公司、HP(惠普)公司、SUN(太阳计算机系统)公司、上海华腾软件公司、北大方正等企业代表。这些厂商不仅介绍了企业的电子商务解决方案,还对EDI、互联网的应用与前景做了分享和讨论。IBM公司的电脑营业部副总裁汤姆逊预测:“到2000年全世界将有1亿台主电脑和100个大型网络与Internet(因特网)联网,网上用户将增至5亿~10亿”。并且预言,互联网将成为“全世界最广大、最深厚、最快捷和最安全的市场,在Internet上实现的购物和服务交易额将不下1万亿美元。”