

# 新疆网货

—网上销售的新疆特色产品

陈兵 关新强 著



新疆大学 出版社  
XINJIANG UNIVERSITY PRESS

# 新疆网货

|                              |           |
|------------------------------|-----------|
| 序.....                       | 6         |
| 前言.....                      | 8         |
| <b>第 1 章 网货概述.....</b>       | <b>16</b> |
| <b>1.1 网货发展背景.....</b>       | <b>17</b> |
| 1.1.1 互联网对传统商业的颠覆.....       | 17        |
| 1.1.2 网商的崛起和社会化.....         | 18        |
| 1.1.3 海量的网购消费者.....          | 19        |
| 1.1.4 电子商务龙头企业的榜样力量.....     | 22        |
| 1.1.5 传统企业的商务转型.....         | 36        |
| <b>1.2 网货发展过程.....</b>       | <b>37</b> |
| <b>1.3 网货化.....</b>          | <b>39</b> |
| <b>1.4 网货发展趋势.....</b>       | <b>42</b> |
| 1.4.1 网货加速品牌化.....           | 42        |
| 1.4.2 传统商品主流品牌的网货化.....      | 44        |
| 1.4.3 全面趋向个性化.....           | 45        |
| 1.4.5 “主流消费”网购化.....         | 46        |
| 1.4.6 未来增长空间广阔.....          | 46        |
| <b>第 2 章 网货发布和网货交易会.....</b> | <b>48</b> |
| 2.1 网货发布.....                | 48        |
| 2.2 网货交易会.....               | 49        |
| <b>第 3 章 淘宝网上的新疆网货.....</b>  | <b>50</b> |
| 3.1 淘宝网上国内外网商销售的新疆网货.....    | 52        |
| 3.2 淘宝网上新疆网商销售的新疆网货.....     | 53        |
| 3.3 淘宝网上新疆网货的特点.....         | 54        |

|                                 |           |
|---------------------------------|-----------|
| <b>第 4 章 新疆网货的竞争优势与分类</b> ..... | <b>56</b> |
| <b>4.1 “新疆”地标的影响因素</b> .....    | <b>57</b> |
| 4.1.1 丰富多彩的自然环境 .....           | 57        |
| 4.1.2 独特的气候资源 .....             | 58        |
| 4.1.3 积淀深厚的人文环境 .....           | 59        |
| <b>4.2 新疆网货的竞争优势</b> .....      | <b>61</b> |
| <b>4.3 新疆网货的梳理和分类</b> .....     | <b>62</b> |
| <b>第 5 章 新疆特色林果产品</b> .....     | <b>63</b> |
| <b>5.1 集天地精华的红枣</b> .....       | <b>65</b> |
| 5.1.1 新疆红枣的产量与分布 .....          | 66        |
| 5.1.2 新疆红枣的特点 .....             | 67        |
| 5.1.3 新疆红枣的名牌产品和深加工产品 .....     | 68        |
| <b>5.2 野生的、皮薄的核桃</b> .....      | <b>69</b> |
| 5.2.1 新疆核桃的特点 .....             | 70        |
| 5.2.2 新疆核桃的名牌产品和深加工产品 .....     | 71        |
| <b>5.3 制成品丰富的杏</b> .....        | <b>72</b> |
| 5.3.1 新疆杏的产量与分布 .....           | 72        |
| 5.3.2 新疆杏的特点 .....              | 73        |
| 5.3.3 新疆杏的种类 .....              | 73        |
| 5.3.4 新疆杏的名牌产品和深加工产品 .....      | 75        |
| <b>5.4 此物只有新疆有的梨</b> .....      | <b>76</b> |
| 5.4.1 新疆梨的产量与分布 .....           | 76        |
| 5.4.2 新疆梨的种类 .....              | 77        |
| 5.4.3 新疆梨的名牌产品 .....            | 78        |
| <b>5.5 原始的、冰糖心的苹果</b> .....     | <b>79</b> |
| 5.5.1 新疆苹果的产量与分布 .....          | 79        |
| 5.5.2 新疆苹果的种类和特点 .....          | 80        |
| 5.5.3 新疆苹果的名牌产品和深加工产品 .....     | 82        |
| <b>5.6 个大、籽大、皮薄的石榴</b> .....    | <b>83</b> |
| 5.6.1 新疆石榴的产量与分布 .....          | 83        |
| 5.6.2 新疆石榴的特点 .....             | 84        |
| 5.6.3 新疆石榴的名牌产品和深加工产品 .....     | 85        |
| <b>5.7 一人三斤的葡萄</b> .....        | <b>85</b> |
| 5.7.1 新疆葡萄的产量与分布 .....          | 86        |
| 5.7.2 新疆葡萄的种类 .....             | 86        |
| 5.7.3 新疆葡萄的名牌产品和深加工产品 .....     | 88        |

|                               |            |
|-------------------------------|------------|
| 5.8 太有名的甜瓜 .....              | 89         |
| 5.8.1 新疆甜瓜的特点与种类 .....        | 90         |
| 5.8.2 新疆甜瓜的名牌产品 .....         | 92         |
| 5.9 王母娘娘蟠桃会上众神享用的桃 .....      | 92         |
| 5.10 一些新疆独有的特色林果产品 .....      | 94         |
| <b>第6章 食疗与药用并重的特色植物 .....</b> | <b>95</b>  |
| 6.1 雪莲 .....                  | 96         |
| 6.2 贝母 .....                  | 96         |
| 6.3 甘草 .....                  | 96         |
| 6.4 阿魏 .....                  | 97         |
| 6.5 一枝蒿 .....                 | 97         |
| 6.6 管花肉苁蓉 .....               | 97         |
| <b>第7章 大美新疆的旅游产品 .....</b>    | <b>98</b>  |
| 7.1 新疆旅游资源特点 .....            | 98         |
| 7.2 旅游景区门票 .....              | 100        |
| 7.3 导游、订房、租车等地接服务 .....       | 109        |
| 7.4 新疆的特色旅游资源 .....           | 110        |
| <b>第8章 独特的民族手工艺品 .....</b>    | <b>114</b> |
| 8.1 民族特色浓郁的服饰 .....           | 115        |
| 8.1.1 花帽 .....                | 115        |
| 8.1.2 维吾尔民间印花布 .....          | 117        |
| 8.1.3 艾得莱斯绸 .....             | 119        |
| 8.2 手工制作、有品位的地毯 .....         | 121        |
| 8.3 激情、快乐的民族乐器 .....          | 123        |
| 8.3.1 弹拨尔 .....               | 124        |
| 8.3.2 热瓦甫 .....               | 124        |
| 8.3.3 独塔尔 .....               | 125        |
| 8.3.4 达甫 .....                | 125        |
| 8.3.5 冬不拉 .....               | 125        |

|                         |            |
|-------------------------|------------|
| 8.3.6 库姆孜.....          | 126        |
| 8.4 众山的奉献—玉石 .....      | 127        |
| 8.5 实用的艺术品英吉沙小刀.....    | 129        |
| <b>第9章 特色深加工产品.....</b> | <b>132</b> |
| <b>9.1 瓜果加工产品 .....</b> | <b>132</b> |
| 9.1.1 干果.....           | 132        |
| 9.1.2 果酱.....           | 133        |
| 9.1.3 果汁饮料.....         | 133        |
| <b>9.2 蜂产品 .....</b>    | <b>134</b> |
| <b>9.3 红花产品 .....</b>   | <b>136</b> |
| <b>9.4 枸杞产品 .....</b>   | <b>138</b> |
| <b>9.5 番茄产品 .....</b>   | <b>139</b> |
| <b>9.6 沙棘产品 .....</b>   | <b>142</b> |
| <b>9.7 玫瑰产品 .....</b>   | <b>143</b> |
| <b>9.8 熏衣草产品 .....</b>  | <b>145</b> |
| <b>9.9 罗布麻产品 .....</b>  | <b>147</b> |
| <b>9.10 酒产品 .....</b>   | <b>149</b> |
| 9.10.1 啤酒.....          | 149        |
| 9.10.2 白酒.....          | 150        |
| 9.10.3 葡萄酒.....         | 150        |
| 9.10.4 果酒.....          | 151        |
| 9.10.5 保健养生酒.....       | 151        |
| <b>9.11 皮制品 .....</b>   | <b>152</b> |
| <b>9.12 肉产品 .....</b>   | <b>153</b> |
| <b>9.13 奶产品 .....</b>   | <b>156</b> |
| 9.13.1 牛奶.....          | 156        |
| 9.13.2 羊奶.....          | 157        |
| 9.13.3 马奶.....          | 157        |
| 9.13.4 骆驼奶.....         | 158        |
| 9.13.5 驴奶.....          | 158        |
| <b>9.14 鹰嘴豆产品 .....</b> | <b>159</b> |

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| 第 10 章 新疆网货的佼佼者—名牌产品和地标产品..... | 161 |
| 10.1 新疆名牌产品.....               | 161 |
| 10.1.1 新疆名牌产品基本情况.....         | 161 |
| 10.1.2 新疆名牌产品地域分布.....         | 162 |
| 10.1.3 新疆名牌产品行业分布.....         | 163 |
| 10.1.4 商标和网站对新疆名牌产品网货化的影响..... | 164 |
| 10.1.5 新疆名牌产品目录.....           | 171 |
| 10.2 新疆网货的旗帜—地标产品.....         | 183 |
| 后记.....                        | 187 |
| 参考文献.....                      | 188 |
| 图表索引.....                      | 192 |

# 序

电子商务是基于计算机技术、网络技术和远程通信技术，实现整个商务活动电子化、数字化和网络化的过程。它通过网上众多的商品信息、完善的物流配送系统和方便安全的资金结算系统进行交易，是现代商务活动的主要形式之一，其本身所具有的开放性、全球性、低成本、高效率的特性，吸引了大量的企业、社会组织和个人进入这一领域。以淘宝网为例，目前注册用户已达到 3.7 亿，在线网货（网上销售商品）数量达到 8 亿，每天最多有 6000 万人访问，平均每分钟出售 4.8 万件商品，单日交易额峰值达到 19.5 亿元。据统计，2009 年中国网络购物交易规模为 2630 亿元，占同期社会消费品零售总额的 2.1%，是新疆同期全区社会消费品零售总额的 2.25 倍。目前，我国电子商务已从初期的网商（电子商务企业和个人创业者）的先行开拓和独立行为，发展成为依托现代电子信息技术，结合传统商务特点的全新流通业态。大力发展电子商务，坚持以信息化带动工业化，转变经济发展方式，提高国民经济运行质量和效率，走新型工业化道路，对实现全面建设小康社会的宏伟目标具有十分重要的意义。

中央新疆工作座谈会议以后，新疆迎来了前所未有的大建设、大开放、大发展机遇。自治区党委、人民政府高度重视电子商务的发展。《新疆维吾尔自治区信息化促进条例》明确规定了推进电子商务发展，建立和完善信用体系、网上支付、物流配送体系的条款，以地方法规的形式为发展电子商务提供了法律保障，同时结合新疆特色林果业的发展，建立了新疆林果网，我区电子商务活动取得了重大突破。同时，我们也必

须看到新疆与内地经济发达地区相比，在网商数量和规模、物流覆盖能力和效率等方面还存在较大差距，尚需我们付出更大的努力，去推动电子商务的发展。

新疆拥有丰富的网络商品（网货）资源，特色林果产品、特色植物、民族手工艺品、旅游产品和特色深加工产品都有很强的竞争力，它们不仅品种丰富、货源充足、品质优良，更重要的在于其或有浓郁的民族特色、或为地方特有、或有国内乃至国际影响力，使这些产品明显不同于或优于国内外同类产品。此外，积淀深厚的人文历史和“新疆”地标的国际性影响力也进一步强化了新疆商品的独特性和竞争力。如何把新疆特色产品优势与电子商务优势有机结合起来，是我们面临的新课题。《新疆网货》一书正是从推介新疆特色商品出发，对新疆电子商务的优势做了详尽的解读，系统介绍新疆特色网货的资源，具有一定的可读性。

我们要充分认识发展电子商务对改善民生，提高新疆优势产品的竞争力，扩大新疆优势产品市场的重要性，深入研究和探索新疆电子商务，特别是新疆网货应用上资源的优势，制定有针对性和可操作性的措施，努力为企业减少流通环节，降低流通成本，进一步降低生产和交易风险。我们相信，随着电子商务的不断发展，新疆网货在全社会的共同关心的促进下，一定会取得骄人的业绩，也必将为新疆跨越式发展和长治久安发挥应有的作用。

王永明

二零零一年五月十七日

# 前言

将时间拉回到 1999 年，刚刚扬风起航的 8848、当当、携程网、易趣、阿里巴巴等电子商务先行者拉开了中国电子商务应用的序幕。这些电子商务先行者的出现不仅使越来越多的人开始听说、知道和了解电子商务，而且它们使用当时较为先进的技术手段在互联网上搭建了一个虚拟的货架让国人开始亲身感受电子商务，为电子商务在中国的宣传、推广和普及做出了巨大的贡献。

2003 年，淘宝网作为一个为个人交易提供交易服务的平台开始出现，虽然在它之前已有强大的类似平台——易趣，但淘宝网的免费推广策略和构建的包括网上沟通、支付和交易信用评价系统在内的较为完善的交易环境使更多的人、尤其是对变化更为敏感的弱势群体的积极参与。个人网商的积极参与成为人们从关注电子商务到参与电子商务的分水岭，电子商务平台在电子商务发展中的作用逐渐显现，成为继技术之后推动电子商务深入发展的主要动力。

2008 年，金融危机下传统生产制造企业借助电子商务实现外销到内贸的转型，大量的传统企业开始应用电子商务，大量的质优价廉的产品由生产企业直接进入网上销售渠道，极大的丰富了网上销售商品的种类、数量。进入 2010 年，主营图书的当当网和主营电器的京东商城加快了单一货源向多种货源、从专业网上商城到百货类网上商场的过渡，甚至于线下最大的零售商苏宁、国美也加大了网上销售的力度，将更多质优、价廉的货源放在网上销售。网上查货、线下看货、网上买货已成为许多

消费者的购物习惯，海量、货真价实的货源正在成为推动电子商务发展新的、强大的推动力量。电子商务下的网货时代已然来临。

在网货逐渐代替技术和平台成为驱动电子商务发展主要动力的转型期，货源优势成为拉动新疆电子商务快速发展的龙头。因而，整理和梳理新疆网货资源成为做好新疆电子商务应用首要的基础性工作，这正是本书编写的初衷和目的。

本书共分为 10 个章节。分别为：第 1 章网货概述；第 2 章网货发布和网货交易会；第 3 章淘宝网的新疆网货；第 4 章新疆网货的竞争优势与分类；第 5 章新疆特色林果产品；第 6 章食疗与药用并重的特色植物；第 7 章大美新疆的旅游产品；第 8 章独特的民族手工艺品；第 9 章特色深加工产品；第 10 章新疆网货的佼佼者——名牌产品和地标产品。主要阐述网货出现的深层次原因、发展过程及趋势，提出网货及网货化已成为继技术、平台之后电子商务发展新的、主要的驱动力。基于以上对网货在电子商务应用中重要作用和地位的认识，本书在现场调查、与部分新疆网商和相关政府部门沟通、大量资料查阅（包括期刊、网站、图书、电子商务平台、相关咨询报告等）基础上整理和梳理三大类、七小类有特色和有竞争力的新疆网货，将其系统的展现给国内的 7700 万网商和新疆的相关政府部门、行业组织和企业，期望相关组织通过对新疆网货资源的挖掘和利用推动新疆电子商务应用快速发展，推动新疆经济和电子商务应用的快速发展。

第 1 章网货概述。本章是本书的理论基础，主要描述网货的定义、特征、产生的原因、发展阶段和趋势。网货就是在互联网上销售的商品。

货真价实、海量个性是其主要特征。从第一件商品放到网上销售到网货概念提出经历十年时间，网货的明确提出及成为驱动电子商务发展的主要动力是有深层次的原因和必然性，具体包括互联网对传统商业的颠覆、网商的崛起和社会化、海量的网购消费者、电子商务龙头企业的榜样力量和传统企业的商务转型，在这些因素的共同作用下，网货将在很长一段时期内成为影响电子商务发展的主要因素。在网货发展的十年中，网上销售的网货经历了以图书和音像制品为主的低价、标准化产品-->以家用百货为代表的非标准化产品-->以电子产品为主的高价产品-->包含大量个性化特点的服务型产品四个阶段。到目前为止，除禁入品外所有的商品都可以放在网上销售。不过，将商品放在网上销售只是网货化的开始，完整意义上的网货化指在传统商品中增加了更多的服务内容，使网货商品除具有传统商品的使用价值（自然属性）和交换价值（社会属性）外，增加了新的“意义价值（商品的个性化属性），这样传统商品网货化后新增的个性化服务为网购群体的个性化需求奠定了良好的基础，具有了更强的生命力，已不仅是将原来的商品放在网上销售那么简单。网货化是一个持续的过程，总体看来，网货化表现出以下发展趋势：网货加速品牌化、传统商品主流品牌网货化、全面趋向个性化、“主流消费”网购化、未来增长空间广阔。

第 2 章网货发布和网货交易会。在网上发布商品、开店并展开网货销售是十分简单的，只要会上网就能将商品发布（放）在网上。普遍情况下，建议在知名的第三方平台上发布商品和开店，当然可以在国内知名的所有第三方平台上发布商品和开店。本书仅以淘宝网为例，经过简

单的四步，就可以免费的发布商品、开店和网上销售。开店容易找货难，采用线下交易会的方式通过网货将网上的卖家（网商）和线下的卖家（传统企业）联系在一起而举办的商务活动即为网交会遂应运而生。截止 2010 年底，由当地政府主办，阿里巴巴集团协办的网货交易会（简称网交会）已连续举办六次，对推动当地实体经济和网络经济融合、当地电子商务应用水平提升均起到十分重要的作用。新疆网货资源丰富，可以充分借助网交会吸引区内外网商参与新疆网货的挖掘、开发和利用。

第 3 章淘宝网上的新疆网货。淘宝网占有国内网上零售市场 80% 的份额，是国内最大的网络零售平台；另外，其上有 8 亿件以上的网货，基本上包括了所有在网上销售的网货。根据在淘宝网上发布的新疆网货的统计数据来看，在淘宝网上发布的新疆网货有以下三个方面的特点：除禁入商品外，产自新疆的每种商品都可以放在网上销售；区外网商是发布、销售新疆网货的主力；淘宝网上新疆网货集中度非常高，网货化仍处于初级阶段，需要政府和企业的重视和强力推动。

第 4 章新疆网货的竞争优势与分类。新疆网货的竞争优势非常明显，具体表现在：以新疆干果为代表的众多有影响力、品质优良、产量和市场占有率高的新疆网货正在或已经成为主流网货产品；众多的新疆网货有较为明显的特色，充分满足了网购人群的个性化需求；有一定数量的名牌产品、地标产品。另外，新疆网货拥有在国内外有影响力的“新疆”地标，“新疆”地标进一步强化了新疆网货的竞争优势，使新疆网货的竞争优势更加明显。基于对新疆网货竞争优势的理解，本书将新疆网货分为主流网货、特色网货和精品网货三大类，以瓜果为代表的新疆特色林

果产品、以雪莲为代表的药用和食疗特色植物、以景区门票为代表的旅游产品、以和田地毯为代表的手工艺品、以蕃茄酱等为代表的特色深加工产品、名牌产品和地标产品七个小类。七个小类里新疆网货的具体内容在第 5 至 10 章详细说明，需要说明的是，以上新疆网货的分类和具体内容只针对部分零售类网货，并不代表新疆网货的全部。

第 5 章新疆特色林果产品。新疆素有“瓜果之乡”的美称，生产的林果产品适合网上销售，在网上销售上有以下显著的优势：种植面积大，货源有保证；品种丰富，独特性明显，能够满足海量消费者个性化的需求；品质优良，生食、食疗皆相宜；是绿色、有机的瓜果产品。本章述及的林果产品有红枣、香梨、葡萄等 12 种产品，分别从产地和产量分布、品种与特点、名牌产品和深加工产品等方面进行详细描述。

第 6 章食疗与药用并重的特色植物。新疆有大量的、野生的、有食疗和药用价值的植物资源，这些植物资源品种多、储量大、绿色纯天然，极适合网上销售。本章述及的特色植物有：雪莲、贝母、甘草、阿魏、一枝蒿、管花肉苁蓉等 6 种。

第 7 章大美新疆的旅游产品。新疆旅游资源极其丰富，是国内外游客最期待和向往的地方之一。2007 年新疆接待游客 2200 万人次，首次超过新疆 2050 万人口总数；2010 年，新疆共接待疆内外游客 3144.37 万人，突破 3000 万人大关，其中境外游客 106.53 万人；预计 2012 年，新疆接待国内外游将会客突破 4000 万人次。因而，新疆也是旅游业发展最快的地区。资源丰富、特色鲜明、有号召力、增长速度快等特点为新疆旅游产品的网上销售提供了很好的基础和条件。目前，摆放在新疆旅

游货架上的网货产品主要有旅游景区门票和导游、订房、租车等地接服务。另外，新疆旅游网货产品主要是服务性产品，与特色林果产品等实物网货相比，绕开新疆电子商务发展中的物流短板，这对新疆旅游产品的网上销售也是极其有利的。

第 8 章独特的民族手工艺品。新疆多民族聚居，居住着 13 个民族，其中以维吾尔族为代表的少数民族构成了新疆人口的主体。少数民族在新疆生存、繁衍的过程中，创造和生产了大量的具有民族风情的产品，尤其是少数民族制作的手工艺品，不仅有一定的实用和观赏价值还蕴涵本民族的发展历史和丰富的文化内涵，具有鲜明的民族、文化和地域特性，甚至在全球范围内都是独一无二的，这些特点使新疆的民族手工艺品十分适合网上销售。本章述及的民族手工艺品有：民族特色浓郁的服饰，手工制作、有品位的地毯，激情、快乐的民族乐器，玉石，实用的艺术品英吉沙小刀 5 种网货产品。

第 9 章特色深加工产品。新疆有品种丰富、品质优良、产量大的特色林果产品；新疆有包括番茄、红花、枸杞、沙棘在内品质优良、红色特性明显的农产品；新疆有包括玫瑰、熏衣草、罗布麻在内的特色植物；新疆占有全国五分之一左右的草原面积，牲畜存栏量仅次于内蒙古，是国内第二大牧区，有丰富的毛、皮、肉、奶资源。以这些优质资源为原料，新疆生产企业生产了大量的有特色的深加工产品。这些深加工产品的原料品质优良，一些为新疆独有、一些具有鲜明的民族和地方特色，独特性显著，十分适合网上销售。本章述及的特色深加工产品有瓜果加工产品、玫瑰花产品、番茄产品、肉产品、奶产品等 14 种产品，每种产

品又从其特点、种类和加工企业等方面进行详细描述。

第 10 章新疆网货的佼佼者——名牌产品和地标产品。本章分为名牌产品和地标产品两部分。名牌产品部分包括新疆名牌产品的评审情况和现有数量、新疆名牌产品的地域分布、新疆名牌产品的行业分布、商标和网站对新疆名牌产品网货化的影响、新疆名牌产品目录等五部分。截止 2010 年，新疆共有 237 家企业生产的 265 个产品获得名牌产品称号，它们是新疆各类商品的佼佼者，因品质有保障、影响力大而更适合网上销售，是区内外 7700 万网商重点关注的网货。资源丰富的地理环境、独特的气候资源和积淀深厚的人文环境造就了新疆这个全球知名和有影响力的地标，提高了新疆网货的竞争力。除“新疆”地标外，还有一些新疆产品和更加具体的地理名称联系在一起，地理名称成为这些产品更为响亮的品牌。地标产品的申请条件十分严格，首先只有品质好、有特色、有较高声誉和影响力的产品才有条件申请通过地标产品认定，而且地标产品与具体地理位置绑定在一起，具有全球独一无二的特性。因而，地标产品在网货化过程中拥有更强的竞争力，是新疆网货的代表和旗帜。截止 2010 年底，新疆共有 13 件商品通过地标认证，主要分布在特色林果产品。

新疆的网货产自新疆，既属于新疆的网商和消费者，也属于国内外的网商和消费者，当每一个国内外的网商、消费者充分认识新疆网货的品质和价值并能从新疆网货中得到有益的回报，新疆经济和电子商务的快速发展就有了良好的基础和突破口。

新疆维吾尔自治区政协副主席、经信委主任王永明在阅读本书书稿

后给予充分肯定，亲自为本书写序。领导的关注和肯定成为我继续做好新疆电子商务应用研究新的动力。最后，十分感谢新疆维吾尔自治区经信委、新疆维吾尔自治区质量技术监督局、新疆维吾尔自治区工商行政管理局、新疆维吾尔自治区互联网协会、新疆维吾尔自治区中小企业服务中心、阿里巴巴集团研究中心、淘宝网给予的资料支持和建议，对本书引用的载于图书、杂志、研究报告、网站之上的原创内容的作者表示感谢。本书著者水平有限、成书仓促，期望各位读者对本书提出宝贵的意见。

# 第1章 网货概述

网货就是在互联网上销售的商品。货真价实、海量个性是其主要特征。从第一件商品放在网上销售（网货出现）到网上销售的商品引起社会的关注再到网货概念的提出和深入研究共经历了十余年的时间。

从电子商务的先行者 8848 网站，到当当、卓越、易趣，再到阿里巴巴、淘宝、携程，再到风头正劲的京东商城、凡客网盟，在这些已消亡和仍存在公司十余年电子商务应用的过程中，无论是提供商品或交易信息的电子商务公司还是海量的网购消费者都没有认识到双方正在用自己的努力和行为创造一个新的概念、新的现象，一种对电子商务新的认识和理解。直到 2009 年，人们对比国家统计局公布的统计数据后才发现：仅淘宝网上半年实现的 809 亿元网络零售交易额，就已占据了上半年国内社会消费品零售总额的 1.4%。此时，网上销售的商品才引起社会的关注，并为网上交易的商品起了一个简单而直观的名字：网货。

网货的提出和社会对其的关注，深刻的反映电子商务应用正在从技术驱动到应用（平台）驱动再到商品驱动的变化趋势，预示着传统企业和电子商务企业、传统商务和电子商务全面融合的大幕正在徐徐拉开。

十年磨一剑。网货的提出和社会对其关注是电子商务发展的必然趋势。在第一件商品在互联网上发布到网货明确提出的十年发展中，多种力量和因素起到了推动和催化的作用。