

2014现代服务业 发展战略报告

现代服务业领域总体专家组 著



科学出版社

2014 现代服务业发展战略报告

现代服务业领域总体专家组 著

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书旨在阐述我国现代服务业的理念、结构、现状与趋势，推动我国现代服务业发展。本书力求涵盖现代服务业的全面内容及前沿观点，内容包括电子商务服务业、跨界服务、现代物流业、移动消费服务业、数字文化产业、科技服务业、数字生活服务业、第三方医疗服务业、数字教育服务业和移动互联网产业。每篇报告对相关行业的理念、结构、现状与趋势进行了分析，并提出了相应的建议和措施。

本书可供国家机关和相关管理部门、现代服务业及信息技术行业的从业者和创业者参考，也可作为大专院校相关专业师生的参考资料。

图书在版编目(CIP)数据

2014 现代服务业发展战略报告 / 现代服务业领域总体专家组著. —北京: 科学出版社, 2014.6

ISBN 978-7-03-040576-0

I. ①②… II. ①现… III. ①服务业—经济发展战略—研究报告—中国 IV. ①F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 094816 号

责任编辑: 任 静 / 责任校对: 彭 涛

责任印制: 张 倩 / 封面设计: 迷底书装

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

中国科学院印刷厂 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2014 年 6 月第 一 版 开本: 787×1 092 1/16

2014 年 6 月第一次印刷 印张: 15 1/2

字数: 379 000

定价: 85.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)

序 一

现代服务业是在工业化比较发达的阶段产生的、主要依托信息技术和现代管理理念发展起来的、信息和知识相对密集的服务业。21 世纪以来，现代服务业在全球范围内快速发展，主要发达国家产业结构呈现出由“工业型经济”向“服务型经济”的迅猛转变。现代服务业产值在国民生产总值（GDP）中所占的比重不断上升，其发展水平已成为衡量一个国家经济社会现代化程度的重要标志。

党中央、国务院高度重视服务业，相继发布了《关于加快发展服务业的若干意见》、《关于加快发展服务业若干政策措施的实施意见》等文件来促进服务业的发展。为充分发挥服务业，尤其是现代服务业在转方式、调结构中的重要作用，“十二五”以来，国务院相继发布了《服务业发展“十二五”规划》以及养老、健康、研发设计与相关产业融合发展和对信息消费、生产性服务业等领域的指导意见。2013 年 5 月，在第二届京交会暨全球服务论坛北京峰会上，李克强总理发表了《把服务业打造成经济社会可持续发展的新引擎》的演讲。

科学技术尤其是信息技术对现代服务业发展起着重要的支撑和先导作用，是“服务型经济”快速成长和发展的推动力量。早在 2003 年，在国家中长期科技发展战略研究中，就开展了现代服务业科技需求的战略研究，在正式颁布的《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006—2020 年）》中，设立了信息产业与现代服务业领域。“十一五”期间，科学技术部发布了《现代服务业科技行动纲要》，启动实施了现代服务业科技行动，在国家科技支撑计划中部署了一批现代服务业科技项目，投入国家经费十亿多元支持现代服务业科技创新。为促进“十二五”现代服务业加快发展，科学技术部采取了多项措施：一是组织编制了《现代服务业科技发展“十二五”专项规划》，提出了着力推进生产性服务业、新兴服务业、科技服务业三个重点领域的发展，构建现代服务业技术支撑、科技创新、产业发展支撑三大体系，优化现代服务业产业发展空间布局的“331”框架体系；二是在科技支撑计划中，单独设立了现代服务业领域，加大了对现代服务业科技创新的支持力度；三是开展了现代服务业试点示范，组织认定了 7 个现代服务业创新发展示范城市，59 个国家现代服务业产业化基地和 49 家现代服务业创新发展示范企业，并与财政部等部委一起，开展了中关村、东湖国家自主创新示范区现代服务业综合试点，初步形成了以示范城市、试点园区、产业化基地、示范企业为抓手的现代服务业发展格局。

为充分发挥战略研究对现代服务业科技创新和产业发展的指导作用，科学技术部现代服务业领域总体专家组开展了本报告的研究和编写工作，在长达半年左右的时间里，专家组联合了北京大学、清华大学、浙江大学、中国科学院自动化研究所、中国科学院软件研究所、中山大学等单位的专家、学者及有关领域的企业家，对现代服务业进行了分领域的专题研究，并对报告内容进行了多轮的讨论和修改。报告对我国现代服务业的重点行业的发展现状与趋势进行了分析，针对产业发展中遇到的问题提出了政策措施建议，反映了我国现代服务业的最新研究成果与产业动态，可供对现代服务业相关领域感兴趣的读者阅读参考。

序 二

现代服务业是现代知识经济的主体，它的发展促进了信息技术的广泛传播，改变了服务产业的格局，极大地提高了国家经济的整体运行效率和质量，在增强国家创新能力、转变经济增长方式、推动产业结构升级方面起到了关键作用。

加快发展现代服务业，符合现代经济发展的趋势，是产业结构调整的重中之重，也是转型升级的战略性举措。目前，发达国家基本确立了以服务经济为主体的产业结构，发展中国家也正在加快发展服务业，并逐步向服务经济转型。当前，现代服务业作为服务经济时代下的支柱产业，正逐渐成为国家经济发展的主要推动力。

相对于发达国家，我国现代服务业起步较晚，产业整体上处于落后状态。面对这种现状，我国高度重视现代服务业的发展，党的十八大报告明确提出，要加快发展现代服务业，《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006—2020年）》中专门设立“信息产业与现代服务业”领域，把“现代服务业信息支撑技术及大型软件”作为优先主题；自2007年发布《国务院关于加快发展服务业的若干意见》以来，各地加快了现代服务业的政策制定与人才培养工作；2012年，国务院又发布了《服务业发展“十二五”规划》，提到“支持高等院校和职业学校开设服务业发展相关学科专业，强化服务业特别是现代服务业人才和复合型人才培养”，展示出国家对现代服务业的人才建设极其重视。

现代服务业前景广阔，自金融危机爆发以来，许多制造业和生产企业发展低迷，而服务业却逆势而上，展现出强大的活力。在国家政策的支持下，现代服务业同时还带动传统的金融、教育、家居、医疗等行业的发展，与现代服务业融合而产生的数字金融、数字教育、智慧家居、智慧医疗等服务业正迎来蓬勃发展期。

科学技术部委托现代服务业领域总体专家组起草本报告，在长达半年左右的时间里，邀请不同领域的专家、学者、企业家对报告内容进行讨论、修改。本报告的主要撰写单位有北京大学、清华大学、浙江大学、中国科学院自动化研究所、中国科学院软件研究所、中山大学等。本报告总结了我国现代服务业中的重点行业，并对各行业的发展现状与趋势进行了分析，针对产业发展中遇到的问题提出了政策措施建议，反映了我国现代服务业的最新研究成果与产业动态，可供对现代服务业相关领域感兴趣的读者阅读参考。

现代服务业领域总体专家组

2014年5月

前 言

现代服务业是指在工业化比较发达的阶段产生的、主要依托信息技术和现代管理理念发展起来的、信息和知识相对密集的服务业，包括由传统服务业通过技术改造升级和经营模式更新而形成的服务业，以及随着信息网络技术的高速发展而产生的新兴服务业。现代服务业有“三高、三新、三少”的特点，即高人力资本含量、高技术含量、高附加值，新技术、新业态、新方式，以及占地少、消耗少、污染少等特点。现代服务业产值在国民生产总值（GDP）中所占的比重越来越大，已成为衡量一个国家经济发展水平的重要依据。

近年来，全球产业结构由“工业型经济”向“服务型经济”快速转型，服务经济迅猛发展，造就了一批新兴世界级的现代服务业聚集区；全球化和专业化分工进一步促进了现代服务业的发展，发达国家纷纷向现代服务业产业链高端转移；我国现代服务业虽然发展迅速，但是整体水平低、发展潜力大，需要突破发展模式、技术与制度的制约。现代服务产业与传统产业的融合越来越明显，成为升级转型的重要引擎，基于互联网的电子商务、内容服务、数据服务等新兴服务产业已成为全球经济重要的新增长极，现代服务业正在成为现代产业体系的核心。

当前，以云计算、移动互联网、物联网和 3D 打印为代表的新型信息技术正引领着新一轮产业革命的到来，并推动着大数据时代新经济的不断壮大，蕴含着商业模式的不断创新，现代服务业发展呈现出“跨界融合”的新态势与新特征。科技进步进一步缩小了现实世界和信息世界的鸿沟，使得人们对客观世界的认识变得量化而精准，这将促使第一、二产业与现代服务业更加深度融合，促进各企业、各行业的相互渗透、相互融合、跨界发展，并将塑造出若干创新型服务行业和产业链，加速现代服务业的新一轮飞速发展，势必对市场、产业、服务经济和社会带来深远影响。

现代服务业涉及众多行业，每个行业发展特色各不相同，其中的跨界融合深度整合各行各业，将逐渐成为主流的服务经济模式，电子商务服务业成为增速最快的现代服务业，现代物流服务业为现代服务业打造坚实的基础平台，移动消费服务业将现代服务业渗透到寻常百姓家，文化科技融合服务业引领大众文化消费并形成高文化附加值的产品和服务，科技服务业成为推动经济增长、带动产业升级的重要力量，数字生活服务业为百姓提供舒适、便捷、有效改善民生的丰富多彩的服务，数字医疗服务业为医疗服务注入新活力并优化医疗资源配置，数字教育服务业为社会提供全民教育、优质教育、个性化学习和终身学习，移动互联网服务业是促进整个新兴电子信息产业快速发展的中坚力量。

本书选择以上发展最迅猛的十个现代服务业领域，介绍产业概况、分析国内外现状与趋势，并给出相应发展与政策方面的建议，希望能为现代服务业领域从业人员提供参考，为推动我国现代服务业发展尽绵薄之力。清华大学、浙江大学、中国科学院等众多单位的专家、学者和企业界同仁参与了本报告的编撰，本报告还参考了国内外同行及市场调研机构的数据和文献资料，在此我们致以衷心的感谢。

现代服务业领域总体专家组

2014 年 5 月

目 录

序一

序二

前言

电子商务服务业发展战略报告	柴跃廷 孙林夫	2
一、电子商务服务业发展现状		2
二、电子商务服务业发展趋势		7
三、电子商务服务业发展重点		7
四、电子商务服务业发展政策建议		9
跨界服务发展战略报告	吴朝晖 邓水光 吴 健	11
一、引言		11
二、跨界服务的提出		12
三、跨界服务的概念及其特点		14
四、跨界服务的主要科学问题		14
五、跨界服务的技术挑战		15
六、跨界服务的支撑技术——复杂服务计算		17
七、跨界服务的典型案例		22
八、结语		23
参考文献		23
现代物流业发展战略报告	王 旭 郭 跃	25
一、引言		25
二、现代物流业发展现状		27
三、现代物流业发展趋势		34
四、现代物流业发展重点		41
五、现代物流业发展政策建议		43
参考文献		44
移动消费服务业发展战略报告	罗笑南	47
一、引言：移动消费正在成为互联网消费的主流		47
二、用户需求和技术进步是移动消费服务业蓬勃发展的动力		50
三、代表性的移动消费服务发展现状和趋势		54
四、移动消费服务业发展政策建议		63
参考文献		64

文化和科技融合发展战略报告	王国成 张树武	67
一、引言.....		67
二、文化创意产业现状分析.....		68
三、文化和科技融合的现状分析.....		73
四、以数字文化产业为重点的文化与科技融合模式.....		76
五、文化和科技融合趋势.....		78
六、文化和科技融合发展政策建议.....		85
七、结束语.....		87
科技服务业发展战略报告	秦 君 刘维汉	89
一、科技服务业内涵和发展历程.....		89
二、国内外科技服务业发展现状和趋势.....		90
三、研发服务业的发展现状和趋势.....		96
四、科技成果转移转化服务业发展趋势和特征.....		101
五、创业服务业发展现状和趋势.....		109
六、结束语.....		117
参考文献.....		117
数字生活服务业发展战略报告	丁香乾 秦 勇	119
一、引言.....		119
二、数字生活服务业发展现状.....		120
三、数字生活服务业未来趋势.....		138
四、数字生活服务业发展重点.....		147
五、促进数字生活服务业发展的措施和政策建议.....		148
第三方医疗服务业发展战略报告	黄 涛 吴朝晖	152
一、引言.....		152
二、我国医疗服务业发展环境分析.....		153
三、第三方医疗服务业的兴起和发展.....		157
四、第三方服务是我国医疗服务业发展的重要方向.....		160
五、我国第三方医疗服务业发展战略.....		166
六、数字医疗服务业发展建议.....		171
参考文献.....		173
数字教育服务业发展战略报告	杨宗凯 罗笑南	175
一、数字教育服务业概述.....		176
二、数字教育服务业国内外发展现状.....		182
三、数字教育服务产业链分析.....		193
四、数字教育服务业趋势分析.....		197
五、对策与建议.....		202
参考文献.....		204

移动互联网产业发展战略报告	武文生 吴 健 李石坚	206
一、引言		206
二、移动互联网产业的现状		207
三、移动互联网产业链分析		214
四、移动互联网产业发展趋势分析		217
五、移动互联网产业的商业模式		220

电子商务服务业发展战略报告



电子商务服务业发展战略报告

柴跃廷¹ 孙林夫²

(1. 清华大学自动化系; 2. 西南交通大学 CAD 工程中心)

电子商务服务业是基于网络, 为企业、机构和个人提供产品或服务交易与相关的电子认证、在线支付、物流配送等服务的产业。电子商务服务业可分为网络中介型服务业、网络商店型服务业、网络平台型服务业、支撑型服务业与相关的配套型服务业。其中, 网络中介型服务是指依托网站, 以交易佣金为主要盈利模式, 为企业、机构和个人提供产品或服务交易与相关的业务处理、电子认证、在线支付、物流配送等服务的业务活动, 如钢铁交易网等。传统的现货、期货交易市场等中介型服务向网络中介型服务业态转型是发展的必然趋势。网络商店型服务是指依托网站, 以进销差价为主要盈利模式开展的商品或服务网上采购、网上销售与相关的业务处理、电子认证、在线支付、物流配送等服务的业务活动, 如京东商城等。传统的百货商店、商城、超市等服务向网络商店型服务业态转型是发展的必然趋势。网络平台型服务是指依托网站, 以会员费或租金等为主要盈利模式, 为企业、个人和相关组织进行网络采购、销售活动提供网络平台服务的业务活动, 如淘宝网。传统的集贸市场、批发市场向网络平台型服务业态转型是发展的必然趋势。支撑型服务是指依托网站, 以手续费等为主要盈利模式, 为企业、机构和个人提供电子认证、在线支付、物流配送等服务的业务活动, 如 CA 机构、支付服务平台等。配套型服务是指为电子商务服务行业提供网络接入、服务器托管、数据处理、系统开发和技术咨询等的业务活动。

一、电子商务服务业发展现状

截至 2012 年 12 月底, 中国网民规模达 5.64 亿人, 全年新增 5090 万人; 网络普及率达到 42.1%, 较 2011 年年底提升 3.8 个百分点; 手机网民规模为 4.20 亿人, 全年增加约 6440 万人; 网民中使用手机上网的用户比例由 2011 年年底的 69.3% 提升至 74.5%。

2012 年, 中国电子商务继续保持了快速发展态势, 全年交易额突破 8 万亿元, 达到了 8.06

万亿元,同比增长 32.4%,已经相当于当年国内生产总值的 15.5%;其中,网络购物为 1.32 万亿元,占当年社会消费品零售总额的 6.30%,中国成为世界第二大网络零售市场。电子商务的巨大发展潜力已经引起越来越多的企业的重视。

1. 网络中介型业态发展规模(B2B 服务产业)

根据易观智库的统计,2012 年中国电子商务 B2B 市场整体收入为 136.1 亿元人民币,同比增长 16.6%。2009—2012 年中国电子商务 B2B 市场收入规模见图 1。

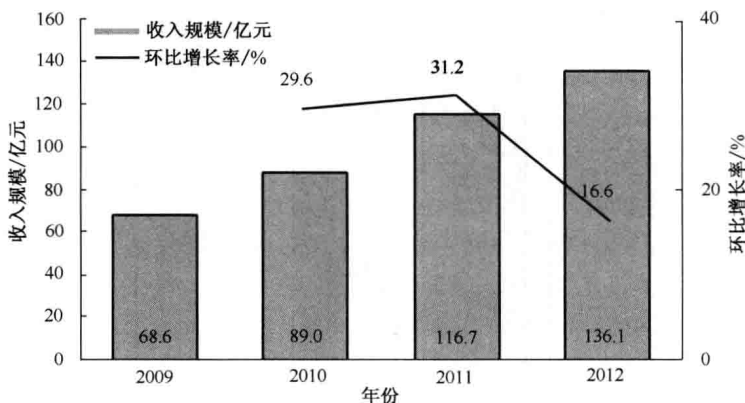
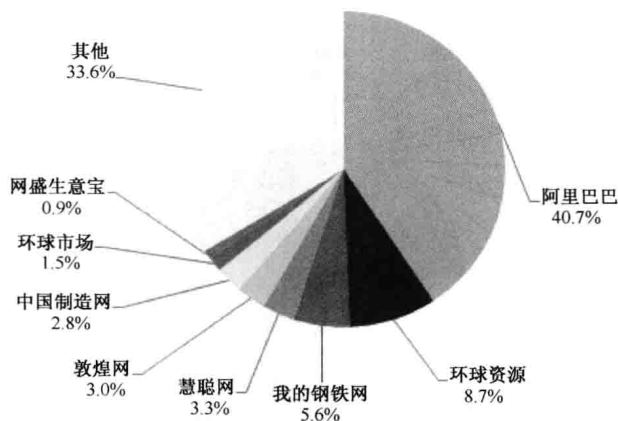


图1 2009—2012年中国电子商务B2B市场收入规模

(数据来源:易观智库,2013年2月)

2012年,排名前8位的中小企业B2B电子商务平台服务商总营收份额为全部营收份额的66.4%,较2011年同期下降了8.4个百分点。其中,阿里巴巴继续领跑,环球资源、我的钢铁网、慧聪网分别列2~4位。从B2B服务商平台服务收入的市场份额来看,阿里巴巴、环球资源、慧聪网和敦煌网位居前四位,且四家企业合计占比约为60%。2012年中国B2B服务业市场份额格局见图2。



1. 2012年中国中小企业B2B运营商总营收规模为167.1亿元
2. 上述B2B运营商收入包含平台服务和自建平台部分的业务收入

图2 2012年中国B2B服务业市场份额格局

(数据来源:艾瑞咨询,根据艾瑞统计模型核算,2013年1月)

从整体来看,在2012年,中国主要B2B服务商在市场执行能力和创新能力方面都有不同程度的加强,各家企业根据自身的优势与特点,寻求差异化,行业处于变革期。

2. 网络零售业态发展规模（B2C 服务产业）

2012 年中国网络零售市场交易规模达到 13 239 亿元，已经占到当年社会消费品零售总额的 6.30%。从网络零售市场交易规模的结构来看，C2C 网络零售目前仍是主流。但 B2C 正在迎头赶上。2012 年 B2C 在网上零售市场中的占比达 37%，较 2011 年提高了近 7 个百分点。2008—2012 年中国 B2C 与 C2C 占比变化情况见图 3。

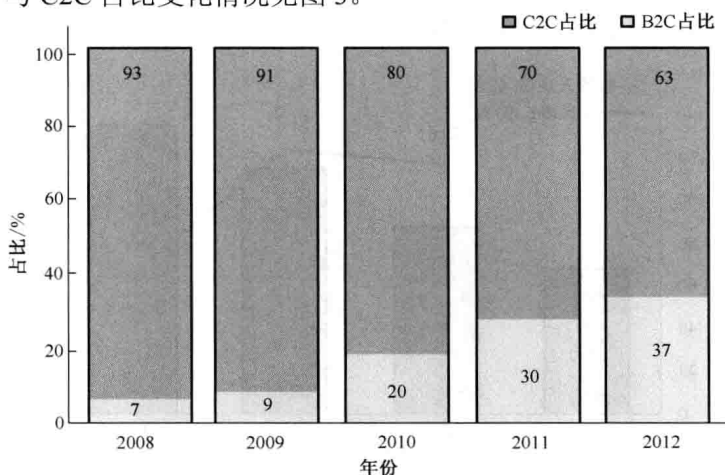
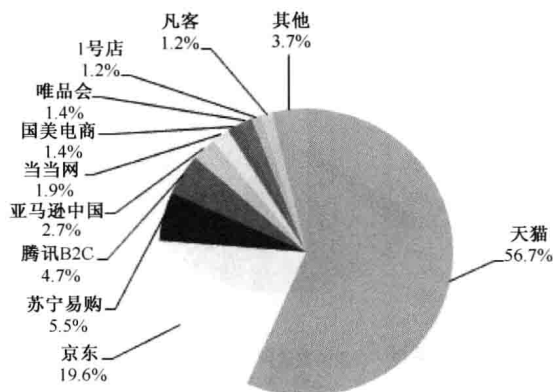


图3 2008—2012 年中国 B2C 与 C2C 占比变化情况

（数据来源：易观智库，2013 年 2 月）

从市场格局来看，伴随着多轮电商核心战役的爆发，B2C 市场洗牌加速。天猫、京东调配各种资源，进一步拉大了与中小电商之间的差距。苏宁易购、腾讯电商通过收购垂直电商、全面拓展产品线、加大整合力度等方法，保持了第二梯队的位置。在平台型电商日益强大的同时，垂直电商生存环境日益严峻，凡客诚品、麦网、新蛋网市场份额进一步下滑。2012 年中国 B2C 购物网站交易规模市场份额见图 4。



1. B2C市场拥有复合销售渠道的运营商规模仅统计其与网络相关的销售额。
2. B2C网站根据盈利模式不同划分为平台式B2C和自主式B2C：其中，平台式B2C指淘宝商城之类的以佣金服务费为主要收入的网站；自主式B2C指京东商城之类的以商品的进销差价为主要收入的网站。
3. 苏宁易购包含旗下红孩子，腾讯B2C包含QQ网购、QQ商城及旗下易讯网，国美电商包含国美在线及库巴网。

图4 2012 年中国 B2C 购物网站交易规模市场份额

（数据来源：艾瑞咨询，根据艾瑞统计模型核算，2013 年 1 月）

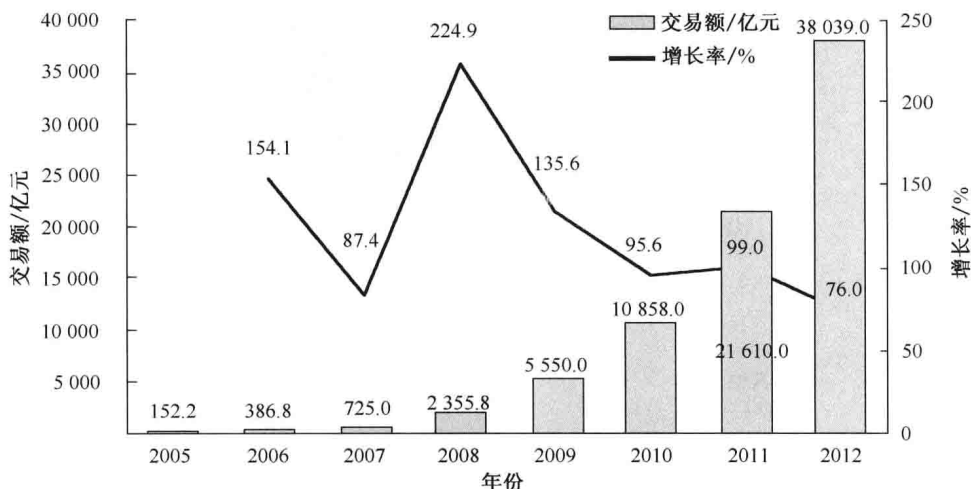
3. 支撑服务业态发展规模

2012年,中国人民银行在2010年向79家企业发放第三方支付牌照的基础上,又分两批向第三方电子支付企业发放了牌照。截至2012年年底,持有《非金融机构支付业务许可证》的第三方支付机构达到195家。其中,上海、北京、广东、浙江、江苏支付机构数量都达到了两位数。

在195家获得《非金融机构支付业务许可证》的企业中,业务类型涵盖了互联网支付、货币汇兑、移动电话支付、固定电话支付、银行卡收单、数字电视支付和预付卡发行与受理,其中,数字电视支付是2012年首次批准开展的业务。

截至2012年12月,我国使用网上支付的用户规模达到2.21亿,使用率提升至39.1%。与2011年相比,用户增长5389万,增长率为32.3%。

2012年,中国第三方互联网支付的交易规模达到38 039亿,比2011年增长76%。2005—2012年中国第三方互联网支付市场交易规模见图5。



说明：指通过互联网上支付渠道，完成的从用户到商户的在线货币支付、资金清算等行为。易观会根据最新掌握的市场信息对历史数据进行微调。

图5 2005—2012年中国第三方互联网支付市场交易规模

（数据来源：易观智库，2013年2月）

从市场整体情况看,由于持有第三方支付牌照的企业已经接近200家,2012年电子支付市场竞争非常激烈,特别是互联网支付业务在网购、航空、游戏等细分市场中的竞争不断升级。在这样的大背景下,“多元化”成为主要第三方支付厂商的重要战略,企业的诉求也从牌照发放之前单纯追求市场规模转到寻求规模和利润的平衡。

根据中央银行数据,2012年支付机构互联网支付市场继续呈现较高的市场集中度。10家支付机构互联网支付业务额度超过1000亿元,共处理互联网支付业务80.48亿笔,共57 067.47亿元,在全国支付机构互联网支付业务中占比达81.89%和91.92%。其中支付宝发生互联网支付业务55.88亿笔,共15 050.88亿元,在全国支付机构中占比达56.86%和24.24%。

2012 年，第三方互联网支付市场格局保持稳定，支付宝、财付通、银联网上支付分别以 46.6%、20.9%和 11.9%占据了市场前三位，如图 6 所示。

从互联网支付细分应用行业交易规模结构来看，2012 年网络购物贡献最大，占比为 41.5%；航空旅行占比为 15.3%；电信缴费、电商 B2B、网络游戏占比分别为 6.2%、3.9%和 3.0%；创新行业应用贡献比例持续扩大，如图 7 所示。

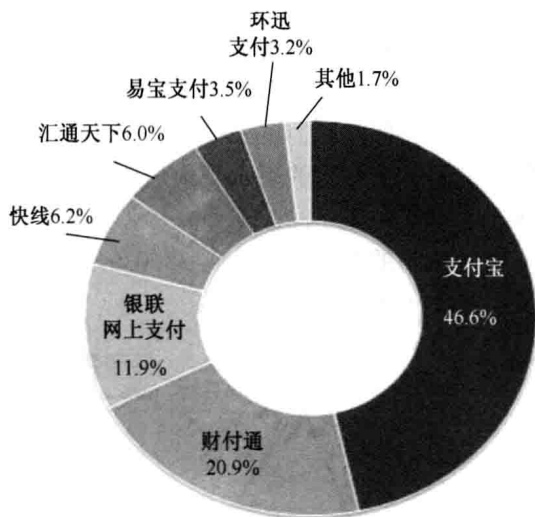


图 6 2012 年中国电子支付服务业市场份额情况

（数据来源：易观智库，2013 年 2 月）

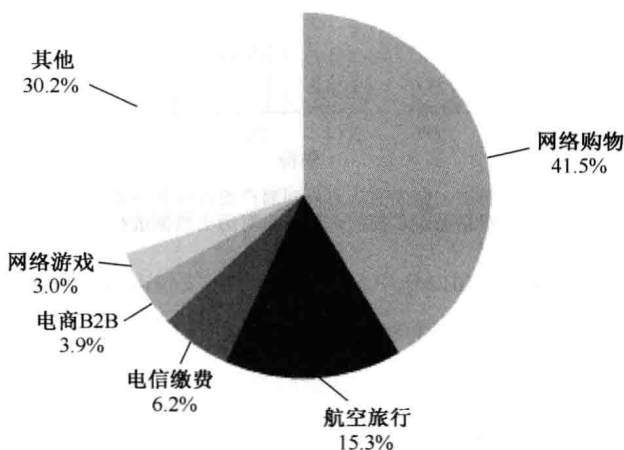


图 7 2012 年中国第三方互联网支付细分应用行业交易规模结构

（资料来源：易观智库，根据艾瑞统计模型核算及预估数据，2013 年 2 月）

2012 年全国社会物流总额 177.3 万亿元，按可比价格计算，同比增长 9.8%，全年总体保持了较快的增长水平。特别是受网购等电子商务快速发展推动，快递等与民生相关的物流发展势头良好，全年单位与居民物品物流总额按可比价格计算，同比增长 23.5%，增幅高于社会物流总额 13.7 个百分点。

2012年,邮政企业和全国规模以上快递服务企业业务收入(不包括邮政储蓄银行直接营业收入)完成1980.9亿元,同比增长26.9%;业务总量完成2036.8亿件,同比增长26.7%。全国规模以上快递服务企业业务量完成56.9亿件,同比增长54.8%;业务收入完成1055.3亿元,同比增长39.2%。快递业务收入已经占到邮政行业收入的53.3%。从快递业务量的分布情况看,排在前五位的省市均为网络零售发展较好的省市;从快递业务量增长情况看,网络零售发展快的省份,快递业务量增长幅度也大。

截至2012年12月,我国电子认证服务机构达到34家,有效电子认证证书持有量合计87311524张。

二、电子商务服务业发展趋势

经济全球化和新一轮产业升级为电子商务服务产业发展带来新的机遇。云计算、物联网、移动互联等新一代信息技术的发展正在催生电子商务新的技术架构和新的服务模式,引领电子商务服务产业步入新的发展阶段。电子商务服务正在由目前的线上与线下结合的模式向集电子认证、在线交易、在线支付、物流配送和信用评估等服务于一体的方向发展,正在由目前的服务企业数量多、规模小、秩序乱的混沌状态向品牌服务企业主导、服务过程规范的有序状态发展,正在由目前的采购、销售服务向企业内部的相关业务渗透,呈现出全程在线化、规范化,与传统产业融合发展的态势。

根据目前的技术与经济条件判断,2015年左右将是电子商务服务产业发展的转折点。2015年左右,具有彻底的、成熟的网络意识和网络文化的90后新生代将步入经济社会各领域,整个社会的网络生产经营与消费氛围基本形成,电子商务服务产业将由快速发展转变为高速发展。2020年左右将是电子商务服务产业发展的攻坚点,基于网络的无形市场规模将接近传统的有形市场规模,电子商务服务产业规模将超越传统服务产业规模,逐步成为服务业的主流业态。

三、电子商务服务业发展重点

1. 强化电子商务基础理论研究,引领技术与产业发展方向

融合经济、金融、技术、管理、系统等多学科基础理论与方法,重点研究完全网络化条件下有效率的电子商务市场体系结构,网络化生产经营方式与行为规律,网络化消费方式与行为规律等,为发展有效率的电子商务服务形态提供科学依据;研究有效率的电子商务市场结构演化机理与过程,为制定不同发展阶段产业和相关政策提供科学依据。研究政府有效率的网络经济监管与服务方式,为政府调控网络经济提供科学依据。正确引导电子商务服务产业健康快速发展,占据全球电子商务服务产业制高点。

2. 强化电子商务新技术研究开发,提升自主发展能力

面向未来大规模协同化、网络化、个性化电子商务应用需求,基于云计算服务模式,创新

电子商务应用开发和应用模式，研发智慧电子商务云服务平台，实现电子商务协同业务逻辑与云平台的分离，展示未来协同化、网络化、个性化电子商务开发、运行、交易环境与方式，为下一代电子商务发展提供信息支撑技术与平台；研究开发电子商务市场主体网络身份管理和验证技术与系统，网络市场信息规范管理和智能监测技术与系统，网络安全交易保障技术与系统等，推进我国电子商务市场可信交易环境建设，促进我国电子商务服务产业健康、快速发展。

3. 强化电子商务主流服务业态培育与支持，扩大产业发展规模

1) 培育自有品牌电子商务企业，树立由“中国制造”向“中国创造”转变的典型

培育自有品牌的电子商务服务企业，可以加快传统产业转型升级，在全球范围内配置优势资源，占据产品或产业价值链高端，转移产品或产业链低端。例如，2011 年我国纺织服装行业销售达 13 457.26 亿元，同比增长率为 27.61%，但由于大多数服装企业的核心业务是加工制造，居纺织服装产业链低端，平均利润率约为 5%。而凡客诚品网，通过网络创建自有服装品牌——凡客，在全球范围内配置服装设计、制造和物流等优势资源，占据产业链高端——服装销售，实现品牌经营（毛利率约为 50%）。2011 年，服装行业网络销售市场规模为 2670 亿元，年增长率为 93.5%，高于网络销售市场总体增长率 20.6 个百分点，呈现快速发展势头，通过电子商务实现纺织服装业由“中国制造”向“中国创造”的趋势逐步显现。

2) 培育网络销售电子商务服务企业，树立由“世界工厂”向“世界市场”转变的典型

中国具有世界上最庞大的制造产业集群，被誉为“世界工厂”，但世界市场的核心在欧美等发达国家，外贸出口依赖度高，利润率低，物资资源消耗大。

培育网络销售电子商务服务企业，可以建立规模庞大、具有国际影响力的各类网络市场，成为全球市场中心。据不完全统计，2012 年中国网络购物市场上，有 1 家年交易额过万亿元的 B2C 购物平台，有 2 家年交易额过百亿元的 B2C 购物网站，年交易额介于 10 亿~30 亿元的购物网站不少于 7 家，年交易额介于 1 亿~10 亿元的购物网站超过 20 家。交易规模刚过亿元的购物网站，从 2008 年至 2012 年，年均交易规模增长 80%以上，是全球交易规模增长最快的地区。加快发展电子商务，有望形成世界市场的信息中心、交易中心和结算中心，由“世界工厂”逐步转变为“世界市场”，外移加工制造环节，降低外贸出口依赖度和物资资源消耗，占据各产业价值链高端，提高利润率。

3) 培育大宗物品电子商务服务企业，树立由“中国被动”向“中国主动”转变的典型

长期以来，我国在粮食、各类有色金属等重要战略物资领域没有定价权和控制权，经济发展在一定程度上处于被动局面。但是，通过规模大、有绝对竞争优势的网络交易平台可以获得物品定价权、重要战略物资控制权、经济发展的主导权。例如，“我的钢铁网”形成的中国钢铁市场价格指数，被众多国内企业和国外机构认同，通过价格指数，可以逐步影响或掌控国内和国际钢铁市场定价权。大力发展网络交易平台，并进一步结合金融要素可以逐步获得重要战略物资控制权，通过获取物品定价权、重要战略物资控制权，可以逐步把握经济发展的主动权，实现由“中国被动”向“中国主动”转变。