

《电商的战国》续篇

电商 大时代

李 芑 巍 / 著



THE ERA OF
E-COMMERCE



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

《电商的战国》续篇

电商 大时代

李芒巍 / 著

①

THE ERA OF
E-COMMERCE



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

电商大时代. 1/李芒巍著. —北京: 社会科学文献出版社, 2014. 6

ISBN 978 - 7 - 5097 - 5930 - 1

I. ①电… II. ①李… III. ①电子商务 - 研究 - 中国 IV. ①F724. 6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 078366 号



电商大时代

著 者 / 李芒巍

出 版 人 / 谢寿光

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮政编码 / 100029

责任部门 / 经济与管理出版中心 (010) 59367226

责任编辑 / 陈凤玲

电子信箱 / caijingbu@ssap.cn

责任校对 / 白秀君

项目统筹 / 陈凤玲

责任印制 / 岳 阳

经 销 / 社会科学文献出版社市场营销中心 (010) 59367081 59367089

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 北京季蜂印刷有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

印 张 / 19.75

版 次 / 2014 年 6 月第 1 版

字 数 / 318 千字

印 次 / 2014 年 6 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 5930 - 1

定 价 / 49.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

版权所有 翻印必究

大时代，要有大担当（代序）

有人说，近代以来，以计算机、互联网、手机等为代表的高新技术是中国少有的与全世界同步的技术，而电子商务也是唯一与世界同步发展的产业。

在迄今并不长久的生命周期内，中国电子商务经历了磨难、挫折、失败，但仍在不断地进行着颠覆式的创新，寻找创造和刺激增长的途径，创造出巨大的价值，成为一个具有无限活力和吸引力的新兴产业。中国电子商务在不断进行着惊天动地的变革，在角力和博弈中实现了精神的洗礼、高度的发展以及智慧的开启。因此，现在我们所处的这个时代，是一个前所未有的时代，是名副其实的“电商大时代”。

大时代，要有大担当。对中国电子商务来说，市场、话语权竞争的冲撞，似乎没有停止过，以一种方式，宣示着自身的存在在于发展。越有争议，越易清醒；越是诋毁，越能坚定。可以说，中华民族从来没有像今天这样，如此接近民族复兴这一伟大目标。

2013 年的电商行业，真实、全面、有看点。虽然依然有着 6·18、“双 11”、“双 12” 这样抢夺市场的价格战，似乎火药味儿并没有 2012 年那么浓烈，尤其是马云退居幕后、刘强东游学美国，使得行业里似乎少了一些口水仗。但是整个行业中明显的多元化及差异化发展现象已经清晰地展现出“电商大时代”的特征：大融合、大跨越、大创新、大变革。

大融合

2013 年，随着余额宝的横空出世，金融行业开始与电商密切融合。银行、证券、基金、保险，都在以各种方式牵手电商。平安集团董事长马明哲在 2014 年新年来临之际写给全体员工的信就是以“科技，让综合金融更精彩”为标题的。

O2O 更是实体产业与电子商务融合的一把利剑。2013 年，团购不再是 O2O 模式仅有的辉煌，而是在引领着传统产业的新生。苏宁云商“向左走”，拥抱互联网；国美电器“向右走”，线上线下齐拓展。曾经叱咤风云的红星美凯龙等家居卖场，曾经无比辉煌的电脑城，已经走下坡路的服装零售、百货商店遭遇了电商危机，而 O2O 成为拯救他们的“英雄”。阿里不仅联手传统零售合谋 O2O，而且马云与张瑞敏直接牵手，从此海尔“务虚”，阿里“做实”。

电商改造的不仅是零售业，而且更多地改造着传统服务业、传统工业制造业甚至传统农业。就连海尔集团董事长张瑞敏在谈互联网思维时，也认为“这是制造业最好的时代”。快递业巨头——顺丰集团也积极开拓电商业务，其网上商城“顺丰优选”已经越来越受到认可。真可谓“无产业、不电商”。

与电商的成长相辅相成的是物流产业的发展。阿里牵头成立“菜鸟网络”，即“地网”，以便解决物流干线仓储的瓶颈问题，其物流“天网”解决物流数据化问题，最后二者要相互编织在一起，达到“天地合一”。京东 2010 年便提出“亚洲一号”仓储计划，现在已经进入实施状态，其自建的仓储与物流系统不仅自用，而且可以向外提供服务。其他电商也纷纷自建物流队伍甚至物流园区，“智慧物流”的提出更将对电商产生深刻的影响。

2013 年帅哥（雷军）与美女（董明珠）的 10 亿元赌局新鲜热辣，实乃 2012 年马云与长王健林亿元对赌的效颦之举。“鼠标和水泥”的对决言犹在耳，而 2013 年“双 11”淘宝销售总额 350 亿元的亮丽数字，似乎在证明未来的胜算并不在由钢筋水泥武装起来的传统商业一方。

大跨越

电商平台之争格局基本已定，未来的玩家不会超过3~5家，刘强东如是说。从2013年的发展状况看，天猫已经再次通过“双11”证明了其在平台方面的地位，而B2C自营方面，京东也以1000亿元的交易额稳居第一。但是，这些并非2013年电商的全部。因为，在这一年，电商行业更多的新贵崛起：腾讯电商借助微信名噪一时，方兴未艾；“坚持互联网思维”的小米强势崛起；去哪儿成为在线旅游的骑兵；58同城，以其神奇的分类信息占据了一席之地；唯品会，更是获得高速发展的奇葩。与此同时，当当、凡客等传统电商豪门均受到不同程度的冲击，电商行业的游戏规则已经发生改变，过往“得渠道者，得天下”的定律将被彻底颠覆。

大创新

移动电商毫无疑问是2013年最热的话题。由微信引领的移动互联网以及由此形成的移动电商业务是正在形成的一片新的“蓝海”。借助微信强大的用户黏性，腾讯在布局移动电商时，似乎更容易；春节期间，微信红包更是成了一种新的贺岁礼。而这让马云都深深感到了威胁，以至直接出来为阿里的“来往”站台。阿里在“双12”促销时，采用3600万元买下双色球彩票发放给手机淘宝用户的策略，来推动手机淘宝的下载和使用。对于阿里而言，不仅仅要推动移动购物的发展，更希望布局整个移动产业链，所以阿里投资了微博、高德，包括不断对支付宝进行升级，尽集团之力推广来往，希望在社交电商及O2O上进行更深入的布局。就在阿里抢占“移动互联网船票”时，游学美国回来的刘强东却说这是个伪命题。当然京东的摊子并没有阿里铺的那么大，刘强东的逻辑是，电商最重要的本质依然是后端体验和物流，只要这些做得好，用户不会懒到懒得去下载个APP。

移动电商的发展催生了移动支付的发展。支付宝钱包、微信支付、阿里的手机声波支付、新浪的信用支付，令人眼花缭乱；支付江湖，波澜不断。支付圈内的老大哥“中国银联”也放下身段加码移动支付；快钱、汇付天下等支付老兵们，更倾向于“私人订制”企业支付解决方案；银行也不甘落后，互联网系支付企业推出什么产品，银行皆进行“山寨”，抢着建立支付话语权，催生了平安的“壹钱包”、光大银行的“阳光e付”、中国银行的“中银移动支付”、中信银行的“异度支付”等等。

互联网金融，简直是无限风光，颠覆传统。为草根量身定做的余额宝暴富，现金宝、零钱宝、活期宝等“宝宝们”不待孕育，快速出世，纷纷抢夺传统金融看不起的“屌丝”们。在P2P面临行业洗牌的同时，比特币正在书写着自己的传奇人生。

大变革

诸多“淘宝村”的出现，使得中国二元经济有了来自民间的新的破解方式。电商在国内强大发展的基础上，打造着驶向国际电商“蓝海”的船舶。电商的大发展倒逼政府对它重视起来。来自于工业和信息化部的《电子商务“十二五”发展规划》将电子商务纳入国家产业发展的范畴，政府和高层领导开始关注行业发展，电子商务已被赋予转变经济发展方式、优化产业结构并形成新的经济增长点的诸多产业使命。电子商务前景看好，这一点，就连从事实体经济的格力集团董事长董明珠也看得很清楚，“如果能和阿里巴巴这样的电子商务企业合作，世界就将是属于格力的”。

中国电子商务经历了“战国”的纷争，迈向新的“大时代”。本书拨开电商行业纷纷扰扰的是是非非，深刻解读电商大时代的内涵，在有大事件、有小细节的基础上进行理论分析，不仅让读者“笑看”电商江湖风云变幻，而且透过现象探求产业发展的本质。

未来，电商江湖依然精彩不断。

目 录

CONTENTS

第一篇 大融合 / 1

第一章 无产业 不电商 / 3

- 一 金融行业：电子商务的再造 / 3
- 二 O2O：引领传统产业的新生 / 34
- 三 顺丰：物流电商的先行者 / 59
- 四 实体经济与虚拟经济的联姻 / 67

第二章 电商与物流织就的网络 / 83

- 一 阿里牵头成立“菜鸟网络” / 83
- 二 京东自建仓储与物流系统 / 90
- 三 电商物流和物流园区 / 93
- 四 智慧物流：开启电商发展新时代 / 94

第二篇 大跨越 / 103

第三章 腾讯电商：方兴未艾 / 105

第四章 小米强势崛起：坚持互联网思维 / 118

- 一 MIUI 的 1314 / 118
- 二 董明珠和雷军的赌局 / 121
- 三 谋划海外市场 / 125

第五章 去哪儿：在线旅游的奇兵 / 139

第六章 京东：梦想不息 / 158

第七章 58 同城：神奇的分类信息 / 174

第八章 唯品会：高速发展的奇葩 / 180

第三篇 大创新 / 183

第九章 移动互联网：大浪汹涌 / 185

第十章 支付江湖：波澜不断 / 198

第十一章 互联网金融：颠覆传统 / 204

一 余额宝暴富记 / 204

二 P2P 行业洗牌 / 218

三 比特币的前世今生 / 230

第四篇 大变革 / 241

第十二章 电子商务破解二元经济 / 243

一 众多淘宝村纷纷建协会 / 245

二 淘宝村网商进军设计师品牌 / 246

三 淘宝村推动第三方服务业业绩狂飙 / 246

四 淘宝村上扩到淘宝县 产业集群效应明显 / 247

第十三章 电商跨境贸易的突破 / 251

一 阿里打响国际业务战 / 251

二 官方试水跨境电商平台 / 252

三 中国电商转战海外渐成趋势 / 255

四 电商助粤企进军国际 / 257

第十四章 政策：为电商保驾护航 / 265

一 2014：电子商务立法元年 / 265

二 网购后悔权将实施 / 273

三 政府的大数据试验 / 274

2014：电商走向何方？ / 280

附录 2013 年电商大事记 / 286

参考文献 / 294

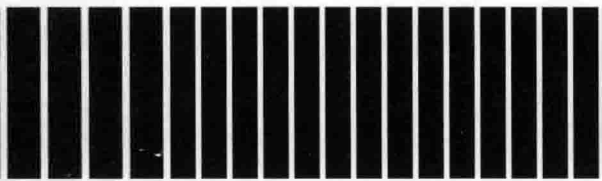
后 记 / 302



电商 大时代

THE ERA OF
E-COMMERCE

第 一 篇



大融合

第一章 无产业 不电商

一 金融行业：电子商务的再造

（一）引子：疯狂的余额宝

2013 年，以余额宝为代表的搅局者大举入侵传统理财市场，它的出现告诉人们：啊，原来金融和互联网可以这么玩！余额宝在创造自身奇迹之时，也极大地激发出这一轮互联网金融热潮。互联网金融颠覆了传统思维，互联网与金融的融合在悄然加速，因此 2013 年被称为互联网金融爆发元年，有理由相信，2014 年这一领域将有更多“想不到”的事情发生，互联网与金融界大佬们主导下的新一轮竞争格局进一步升温。

2013 年 6 月的一天，有个叫“余额宝”的增值功能悄然在支付宝页面上出现，这是支付宝的一个新功能——销售天弘基金旗下的天弘增利宝货币基金。“马云卖基金了？”“怎么是和天弘基金合作？”……一系列疑问从业界人士中涌现。同时，对经常使用支付宝完成交易的淘宝达人而言，余额宝的出现，既新奇，又怀疑。但是，6 个月过去后，一组令人心跳的数据化解了大多数人的怀疑与不安：截至 2013 年三季度末，余额宝资金规模已达到 556.53 亿

元，第3季度规模增长近10倍，客户数突破1300万，这一惊人的增速让市场再一次见证了互联网金融的神奇。

在巨大的“诱惑”面前，互联网企业、传统基金机构都按捺不住了。定期宝、活期宝、现金宝、收益宝等类似产品不断涌现。它们以各自所绑定基金的高额收益、托管费手续费的优惠、快速取现赎回等方面的优势，作为吸引互联网用户的法宝。东方财富最初推出了活期宝、定期宝来抢占市场，后来又推出岁末专享理财产品，约定年化收益率高达10%~11%来吸引投资者；基金销售机构众禄也绑定海富通货币基金推出了现金宝，并称收益将是活期存款的8~13倍；喧闹一时的还有百度在10月推出的一度宣称“8%年化收益，保本保收益”的“百发”产品以及稍后推出的“团购金融”产品。

“那一天早晨，从梦中醒来，侵略者闯进我家乡”，面对“入侵者”，传统金融机构开始寻找自己在新形势下的坐标。余额宝的“疯狂”引起的不仅是互联网理财产品的热潮，而且也给2013年整个互联网金融市场的迅猛发展注入了新的活力。在这场大潮中，不论是互联网公司，还是传统金融机构，都开始试图以互联网思维来探索业务的发展，凭借各自的优势重新寻找各自的位置，重构行业格局。

互联网技术的革新使互联网企业、第三方支付机构在这场创新中的优势越来越明显，它们正在逐渐打破银行等金融机构的特权，变成新的支付、理财渠道，并借助互联网商业模式，一步步深入金融业务。2013年的市场环境已经发生了巨大的变化，以基金、保险为代表的传统金融产品销售的电子商务化取得突破性进展，这意味着第三方支付企业、电商平台的市场地位得到认可，互联网企业正在成为重要的金融渠道。

互联网金融迅猛发展的2013年，对传统金融机构而言，用一位业内人士的话来说，是“备受煎熬的一年”。传统金融机构在互联网金融大潮中，开始努力寻找自己的坐标。它们手中有两张王牌，一是积极主动“触网”，二是借互联网公司发力。

民生银行在2013年首家推出小微手机银行，独创公私账户集中管理、大额汇款、乐收银账户管理、代发工资等小微客户专属移动金融特色服务。“在此之前，电子商务一直是互联网公司的势力范围。”一位互联网人士称。平安

银行也推出了“平安盈”产品，该款产品首期与南方基金合作，没有传统银行理财产品的起点，而且可以实现随时取现。而民生银行之后又推出一款电子银行卡，该卡将活期储蓄与货币收益挂钩，用户可以购买并获得一定的年化收益率。此外，新浪、腾讯标榜高收益的类似产品也在筹划中……

如果银行牌照获批，阿里银行2014年有可能成为国内第一家没有实体店的银行，这将改变中国金融生态。阿里巴巴在未来除了会围绕支付宝、余额宝等产品继续发力外，一旦政策放开，酝酿许久的多种业务将同时出炉：针对个人用户的消费信贷业务“信用支付”，以及针对小微企业的各种小贷业务，等等。

经过2013年的“混战”，业内人士认为，互联网金融未来的趋势是产业化，由数百种产品、模式形成产业集群，因此，对未来的互联网金融而言，不是彼此颠覆，不是相互补充，而是加速融合。加速开发用户喜闻乐见的金融产品，以此布局互联网金融，已经成为有心染指这一领域的互联网公司的共识。在2013年年初尝甜头后，2014年互联网公司或将走得更远。

腾讯的布局也同样迅猛。马化腾已经表态，未来腾讯在前海的投资不会少于100亿元，具体运营业务包括互联网金融、微信支付、小额信贷、股权投资和外汇业务等。另有消息称腾讯将打造一个开放的平台，未来还将与更多基金公司，甚至券商、保险机构合作，而微信版类余额宝产品也将推出。

起步较晚的百度也不甘落后，公司方面已经明确表态，未来将会根据用户的需要和相关金融机构合作，推出更多具有良好回报的百发产品。另外，百度未来会将自己的搜索和大数据能力延伸至互联网金融领域，在用户和金融机构之间搭起一座桥梁，将用户需求和金融机构的产品设计能力对接起来，形成双方谁也离不开谁的互联网金融平台。

传统金融机构也试图在2014年市场上争得一杯羹。各家银行正从手机银行、微信银行到自助银行，从网上支付拓展到O2O模式，开辟新的业务领域。

中国工商银行推出了基于4G网络的自助银行服务；平安银行宣布升级公司业务微信平台，率先推出微信开户功能，试水以O2O方式，打造公司客户的“虚拟营业厅”和“随身智囊”；民生银行将携手汇添富基金和招商基金推出一款新型电子银行卡；招商银行尝试涉足P2P业务；广东发展银行等试图

通过淘宝店销售理财产品。

正如银河证券副总裁朱永强所说的：“目前我们拼命在自己内部自我革新，同时我们又面临整个金融行业的剧变，因为是互联网企业带来的金融行业剧变，我们只能在大的金融行业剧变这样一个背景下重塑商业模式，这个是我们反思的。”“互联网金融和传统金融各有各的优势，传统金融体系已经积累了很多数据，互联网拥有大数据、海量数据，到底哪一个可以跑得更快，我的看法是，大数据并不在于数据量够大，而是需要完整，如果要有完整数据，各互联网企业之间尤其是这些掌握大量数据的互联网企业之间必须开放和共享，否则都不足以构建好互联网上的金融体系，从这个角度来讲，在互联网的开放和共享下，大家能够合作共赢。只有这样，互联网金融才会比现在看到的更加迅猛，更加有颠覆性。”平安陆金所副总裁黄黎明指出，“未来决定互联网金融和传统金融胜败最核心的是信用体系的建立”。

对于眼花缭乱的互联网金融的快速发展，监管存在空白在情理之中。从监管当局于惊诧中反应过来后的态度看，宽容与必要的监管应是主基调。

中国人民银行行长周小川在接受媒体采访时表示，央行对互联网金融采取支持发展的态度，其本人对互联网金融的看法也是乐观的。但是，互联网金融的风险是客观存在的。正像周小川所说，对互联网金融“要履行好依法办事，防范风险，保持稳定的责任”。

对第三方支付引发的案例，周小川认为，互联网金融行业还要防范经营失败时的社会效应。他举例指出，比如中国人民银行给第三方支付发了牌照，关键的一条就是要求不能把客户的支付资金“吃掉”，而且不能在经营失败的时候才发现。所以，央行要求支付资金一定要在银行开专户进行托管。

“互联网金融在促进金融创新方面功不可没，潜力巨大，但是一定要遵循金融的规律，一定要研究金融的风险怎么防范。”国务院发展研究中心前副主任卢中原这样指出。互联网金融的风险主要有两个层面，即安全风险和合规风险。安全风险是指互联网金融会涉及客户的资金安全、信息安全以及系统安全。相对而言，目前更突出的是合规性风险，即一些互联网企业超范围经营，同时还存在一定的套现、洗钱等方面的风险。“P2P 网贷公司如果离开做信息中介的定位，而做了信用中介，做资金池、做担保等，就很容易出问题。因为

像银行这样的信用中介，都需要计提资本，有风险拨备，而 P2P 网贷公司没有这些方面的管理。”

2014 年 4 月 2 日，据《第一财经日报》报道，由中国人民银行牵头组建的中国互联网金融协会已正式获得国务院批复。该协会由央行条法司牵头筹建，旨在对互联网金融行业进行自律管理。目前，该协会正上报民政部批筹。中国互联网金融行业监管正式起航。2014 年 4 月 10 日，在第二届中国电子信息博览会（CITE2014）新一代信息技术产业发展高峰论坛上，中国人民银行金融市场司司长穆怀朋发表讲话“风险防控是互联网金融的首要”^①，他说：中国人民银行一直支持和鼓励互联网的创新，一贯遵循党中央国务院规范金融服务的要求，始终尊重业界和市场主体的精神，引导市场机构，优化产品创新机制，加强金融基础设施建设，促进互联网持续、健康稳步发展。但是，由于互联网没有边界，风险容易快速传播和蔓延，金融和互联网结合以后，把创新的思路和风险控制在可预期可控制的范围内，是我们必须坚持的原则。互联网金融监管的总体要求是鼓励创新、趋利避害。中国人民银行将按照这一要求，完善监管。

穆怀朋说，中国人民银行一直积极支持互联网金融的创新，同时认为监管要遵循以下 5 个原则，一是互联网金融创新必须坚持金融服务实体经济的要求，合理把握创新的界限和力度。包括互联网金融创新必须以市场引导下更好地服务实体经济，更好地为百姓创业、就业提供支持为根本目的，不能脱离监管、脱离实体经济抽象地谈金融创新。二是互联网金融创新应符合宏观调控，包括互联网金融在内的一切金融创新，均应有利于维护金融稳定，有利于稳步推进利率市场化的改革，有利于中国人民银行对流动性的调控，要避免因某种金融创新导致金融市场价格剧烈波动，增加市场经济融资成本，影响银行体系流动性转化，降低银行体系对实体经济的信贷支持能力。三是要切实维护消费者的合法权益。互联网金融企业应有充分的信息披露和风险提示，任何机构不能以直接或间接的方式承诺收益，误导消费者。四是要维护公平竞争的市场秩序，在市场经济条件下，把线下金融搬到线上来必须遵循资本约束。机构不得采取任何措施诋毁竞争对手。五是要处理自律管理的关系。

^① <http://tech.china.com/news/company/domestic/11066129/20140411/18441968.html>.