



中国电子商务年鉴

(2011)

中国电子商务协会 编



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

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



中国电子商务年鉴 (2011)

中国电子商务协会 编

電子工業出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京 • BEIJING

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

中国电子商务年鉴. 2011/中国电子商务协会编. —北京：电子工业出版社，2013.2
ISBN 978-7-121-19474-0

I. ①中… II. ①中… III. ①电子商务—中国—2011—年鉴 IV. ①F724.6-54

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2013）第 016290 号

责任编辑：徐蔷薇

特约编辑：王 纲 劳嫦娟

印 刷：涿州市京南印刷厂

装 订：涿州市京南印刷厂

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：880×1 230 1/16 印张：22.25 字数：710 千字 彩插：14

印 次：2013 年 2 月第 1 次印刷

定 价：268.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。

《中国电子商务年鉴（2011）》

编委会名单

名誉主任：张晓强 曹健林 吕新奎

主任：徐 愈 綦成元 赵玉海 李晋奇 刘富江 张会生

副主任：董宝青 顾大伟 胡世辉 聂林海 张卫华 樊爽文

主编：宋 玲

副主编：龚炳铮 陈信祥 杨坚争 叶秀敏 蔡亮华 张宝泰 赵廷超

编委会成员（按姓氏笔画排序）：

王继业	王开前	王 娜	王 健	王光辉	王 宏	王海波	孙 晓
叶 可	冯伟国	刘 勇	刘 兵	刘 斌	刘 颖	刘 昊	江 源
李德芳	李 琪	李鸣涛	李宪贵	李 玮	朱国学	吕廷杰	许增元
吴静宜	王 萍	何宇飞	阿拉木斯	张大明	张 铎	张新红	陈玉忠
陈曙光	陈言楷	陈 禹	陈德人	陈 进	陈 静	陈 震	汪向东
苏会燕	杨京英	杨志刚	郑 敏	洪京一	侯卫宁	胡建生	姚 琴
姚 章	赵晚明	赵 刚	荆林波	易艳红	姜奇平	郭作玉	郭和生
柴跃廷	徐 晔	高 林	高建华	唐洪广	唐建国	秦绪军	秦淑芬
黄 萍	黄嘉骊	崔翰文	常丹红	梁春晓			

《中国电子商务年鉴(2011)》编辑说明

1. 《中国电子商务年鉴(2011)》编辑出版宗旨

《中国电子商务年鉴(2011)》是全面反映我国电子商务发展的大型专业资料工具书。本年鉴是在国家发展和改革委员会、科技部、工业和信息化部、商务部、中国人民银行和国家统计局等有关部门的指导下,由中国电子商务协会负责组织编辑,旨在全面、系统、准确地反映中国电子商务发展的总体状况,有关政策、法规、市场信用等环境建设,各地区、各行业、企业应用方面取得的重大进展,总结发展电子商务的经验教训,探索电子商务未来的发展方向,以推动我国电子商务健康发展。

2. 《中国电子商务年鉴(2011)》主要内容

《中国电子商务年鉴(2011)》记录了2010年和2011年中国电子商务发展的历程,可为政府、行业管理、广大科研人员、大专院校师生、企业经营管理人员及广大关注电子商务的社会各界人士提供参考和信息服务。今后每年年鉴记录当年的情况。

本年鉴由概况篇、环境篇、市场篇、应用篇、地区篇、国际篇、协会篇组成。

概况篇:包括综述、专文、2010年和2011年大事记。

环境篇:介绍政策法律环境、市场信用建设、电子支付环境、物流环境、电子商务技术标准化环境、人文环境。

市场篇:介绍电子商务市场规模及电子商务交易额的调查统计数据。

应用篇:介绍行业电子商务应用、中小企业电子商务应用、基础网络服务及交易类服务等电子商务服务企业。

地区篇:介绍我国电子商务区域发展概况。

国际篇:介绍国外电子商务发展情况。

协会篇:介绍中国电子商务协会相关工作情况。

3. 《中国电子商务年鉴(2011)》参编单位

参加本年鉴的编写单位如下。

① 政府机构:部分中央部委及下属单位、部分省市政府、行业信息化和电子商务主管部门等有关单位。

② 从事电子商务的科研院所、高等院校、行业协会及电子商务服务的企事业单位。

③ 电子商务应用企业:国有大中型企业、民营企业、部分中小企业。

在此,我们向为《中国电子商务年鉴(2011)》提供各类资料、稿件的有关单位领导、科技及业务管理人员表示衷心感谢,向各编委、专家、编辑出版的工作人员表示衷心感谢。

同时,我们要感谢北京网库互通信息技术有限公司和上海商贸服务业知识服务中心给予的支持。

中国电子商务年鉴编委会编辑部
2012年12月

目 录 Contents

第一篇 概 况 篇

第 1 章 2010—2011 年中国电子商务发展	3
1.1 概况	3
1.1.1 电子商务发展的基础条件明显改善	3
1.1.2 电子商务交易额突破 5 万亿元	4
1.1.3 电子商务交易服务市场规模稳步增长	4
1.1.4 第三方网上支付规模突破 2 万亿元	4
1.1.5 电子商务企业物流配送模式基本形成，网络零售带动快递业务快速发展	5
1.2 2010—2011 年中国电子商务发展的特点	5
第 2 章 专文	9
2.1 2010 年专文	9
2.1.1 国家工商总局：网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法（第 49 号）	9
2.1.2 中国人民银行：非金融机构支付服务管理办法	13
2.1.3 商务部：商务部关于促进网络购物健康发展的指导意见	15
2.1.4 商务部：打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品专项行动网络购物领域实施方案	17
2.2 2011 年专文	19
2.2.1 国家发展改革委等：关于开展国家电子商务示范城市创建工作的指导意见	19
2.2.2 商务部：第三方电子商务交易平台服务规范	22
2.2.3 商务部：关于“电子商务示范企业名单”的公告	28
2.2.4 科技部：关于认定第一批现代服务业创新发展示范企业的通知	32
2.2.5 商务部：“十二五”电子商务发展指导意见	33
2.2.6 国家发改委等：关于同意北京市等 21 个城市创建国家电子商务示范城市的复函	38
2.2.7 工业和信息化部：电子认证服务业“十二五”发展规划	40
2.2.8 工业和信息化部：电子商务“十二五”发展规划	45
2.2.9 商务部：商务部关于“十二五”电子商务信用体系建设的指导意见	52
2.2.10 商务部：商务部关于开展国家电子商务示范基地创建工作的指导意见	55
第 3 章 大事记	59
3.1 2010 年大事记	59

3.2 2011 年大事记	66
---------------------	----

第二篇 环 境 篇

第 4 章 政策法律环境	75
4.1 政策支持	75
4.1.1 国家部门	75
4.1.2 地方政府	77
4.2 市场规范	78
4.3 电子商务执法实践	80
第 5 章 市场信用环境	81
5.1 银行与社会信用环境	81
5.1.1 银行信用环境	81
5.1.2 社会信用环境	82
5.2 电子商务信用环境	83
5.2.1 电子商务信用环境建设中的问题	83
5.2.2 政府部门的举措	83
5.2.3 行业协会的探索	85
5.2.4 网络企业的努力	85
5.2.5 新闻媒体的监督	86
5.3 电子商务投融资环境	87
5.3.1 中国创投市场发展状况	87
5.3.2 电子商务行业投融资进展情况	87
5.3.3 电子商务企业上市融资情况	88
第 6 章 电子支付环境	89
6.1 电子支付结算基础设施建设稳步推进	89
6.2 非现金支付工具业务量稳步增长	90
6.3 第三方支付正在成为现代金融服务业的重要组成部分	91
6.4 移动支付规模呈现爆发式增长	92
6.5 网上银行成为银行业新的竞争焦点	93
第 7 章 物流环境	95
7.1 物流业发展的政策环境	95
7.1.1 相关物流规划相继出台	95
7.1.2 促进物流发展的配套政策措施发布	96
7.2 2011 年物流发展的特点	96
7.3 电子商务物流服务平台的发展	99
7.4 服务于电子商务平台的快递公司的发展	100
第 8 章 电子商务技术标准化环境	103
8.1 电子商务标准体系正在形成	103

8.2	电子商务标准化试点工作	105
8.3	电子商务标准建设的新突破	105
8.3.1	集装箱 RFID 货运标签系统正式成为国际标准	105
8.3.2	家庭多媒体网关通用要求正式成为国际标准	106
第 9 章	人文环境	109
9.1	电子商务的人才培养	109
9.1.1	电子商务的人才需求	109
9.1.2	电子商务的学历教育	110
9.1.3	电子商务人才培养	111
9.1.4	全国大学生电子商务“创新、创意、创业”挑战赛	112
9.2	电子商务的理论研究	113
9.2.1	电子商务相关的学术论文	113
9.2.2	电子商务相关的学位论文	114
9.2.3	电子商务相关的书籍	114
9.2.4	新兴电子商务研究进展	115
9.3	电子商务服务关键技术研发	116
9.3.1	交易主体基础信息规范管理与服务技术及系统	116
9.3.2	交易客体基础信息规范管理与服务技术及系统	117
9.3.3	电子商务交易技术与系统	118
9.3.4	电子商务安全交易保障服务技术与系统	118

第三篇 市 场 篇

第 10 章	2010/2011 年中国电子商务市场规模	123
10.1	2010 年电子商务市场数据	123
10.1.1	国家统计局工业企业电子商务应用统计数据	123
10.1.2	赛迪顾问电子商务市场数据	126
10.1.3	艾瑞咨询电子商务市场数据	129
10.1.4	易观国际电子商务市场数据	136
10.2	2011 年电子商务市场数据	141
10.2.1	国家统计局工业企业电子商务应用统计数据	141
10.2.2	赛迪顾问电子商务市场数据	143
10.2.3	艾瑞咨询电子商务市场数据	149
10.2.4	易观国际电子商务市场数据	152
10.2.5	中国互联网协会数据中心电子商务市场数据	158
10.3	全国电子商务交易额计算	159
10.3.1	计算的基本思路	159
10.3.2	加和法	159
10.3.3	自然增长法	160
10.3.4	全国电子商务交易额	161

第四篇 应用篇

第 11 章 传统产业电子商务应用	165
11.1 工业电子商务	165
11.1.1 钢铁行业电子商务	165
11.1.2 石化行业电子商务	169
11.1.3 轻工行业电子商务	172
11.1.4 纺织行业电子商务	175
11.1.5 烟草行业电子商务	178
11.1.6 汽车行业电子商务	183
11.1.7 建材行业电子商务	186
11.2 农业电子商务	188
11.2.1 我国农业信息化水平显著提高	188
11.2.2 我国农业电子商务发展的主要特点	190
11.3 交通运输行业电子商务	192
11.3.1 公路、水路电子商务	192
11.3.2 铁路电子商务	194
11.3.3 民航电子商务	195
11.4 服务业电子商务	196
11.4.1 邮政业电子商务	196
11.4.2 旅游业电子商务	198
11.4.3 外贸行业电子商务	202
11.4.4 零售行业电子商务	210
11.4.5 金融行业电子商务	214
第 12 章 中小企业电子商务应用	219
12.1 2010 年中小企业电子商务应用	219
12.1.1 基本状况	219
12.1.2 中小企业电子商务发展的主要特点	220
12.1.3 中小电子商务服务企业情况	221
12.1.4 电子商务服务商的商业模式	222
12.1.5 中小企业电子商务服务业发展状况	223
12.2 2011 年网商发展情况	225
12.2.1 2011 年百佳网商对电子商务充满信心	225
12.2.2 2011 年网商发展新现象	226
12.2.3 2011 年网商生态化、体系化发展	229
12.2.4 2011 年网商发展对国民经济的巨大影响	230
12.3 2011 年中小企业电子商务发展情况	231
12.3.1 中小企业互联网应用概况	231
12.3.2 中小企业电子商务应用情况	232

第 13 章 电子商务服务企业	235
13.1 基础网络服务企业	235
13.1.1 中国移动	235
13.1.2 中国电信	237
13.1.3 中国联通	238
13.2 电子商务 B2B 交易平台服务企业	239
13.2.1 阿里巴巴	239
13.2.2 环球资源	241
13.2.3 慧聪网	241
13.2.4 中国制造网	242
13.2.5 环球市场	242
13.2.6 敦煌网	243
13.2.7 网盛生意宝	243
13.2.8 中国网库	244
13.3 电子支付服务企业	246
13.3.1 支付宝	246
13.3.2 银联支付	246
13.3.3 贝宝	247
13.3.4 财付通	247
13.3.5 快钱	247
13.3.6 环迅支付	248
13.3.7 百付宝	249
13.3.8 易宝支付	249
13.3.9 联动优势	250
13.4 电子商务技术服务及其他服务企业	250
13.4.1 ShopEx	250
13.4.2 阿里云	251
13.4.3 中国万网	252
13.4.4 百分点	252
13.4.5 亿玛	253
13.4.6 派代网	253
13.4.7 亿邦动力	253
13.4.8 金马甲资产与权益网络交易服务平台	254
13.4.9 上海商业发展研究院	254
第 14 章 电子商务零售及其他服务企业	257
14.1 淘宝网	257
14.2 京东商城	257
14.3 苏宁易购	258
14.4 当当网	260
14.5 1 号店	261

14.6	银泰网	262
14.7	国美网上商城	262
14.8	易迅网	263
14.9	快书包	264
14.10	凡客	264
14.11	唯品会	264
14.12	麦考林购物	265
14.13	聚美优品	265
14.14	乐蜂网	265
14.15	走秀网	266
14.16	好乐买	266
14.17	优购网	266
14.18	乐淘鞋城	267
14.19	麦包包	267
14.20	淘鞋网	268
14.21	酷运动	268
14.22	名鞋库	268
14.23	美团网	269
14.24	大众点评网	269
14.25	拉手网	269
14.26	糯米网	270
14.27	中国诚商网	270

第五篇 地 区 篇

第 15 章	2010—2011 年各省市电子商务应用情况	273
15.1	北京市	273
15.2	天津市	275
15.3	河北省	277
15.4	辽宁省	279
15.5	黑龙江省	280
15.6	上海市	280
15.7	江苏省	285
15.8	浙江省	287
15.9	福建省	292
15.10	山东省	293
15.11	广东省	298
15.12	重庆市	301
15.13	四川省	304
15.14	云南省	305
15.15	陕西省	306
15.16	宁夏回族自治区	307

15.17 青海省	309
15.18 新疆维吾尔自治区	310

第六篇 国际篇

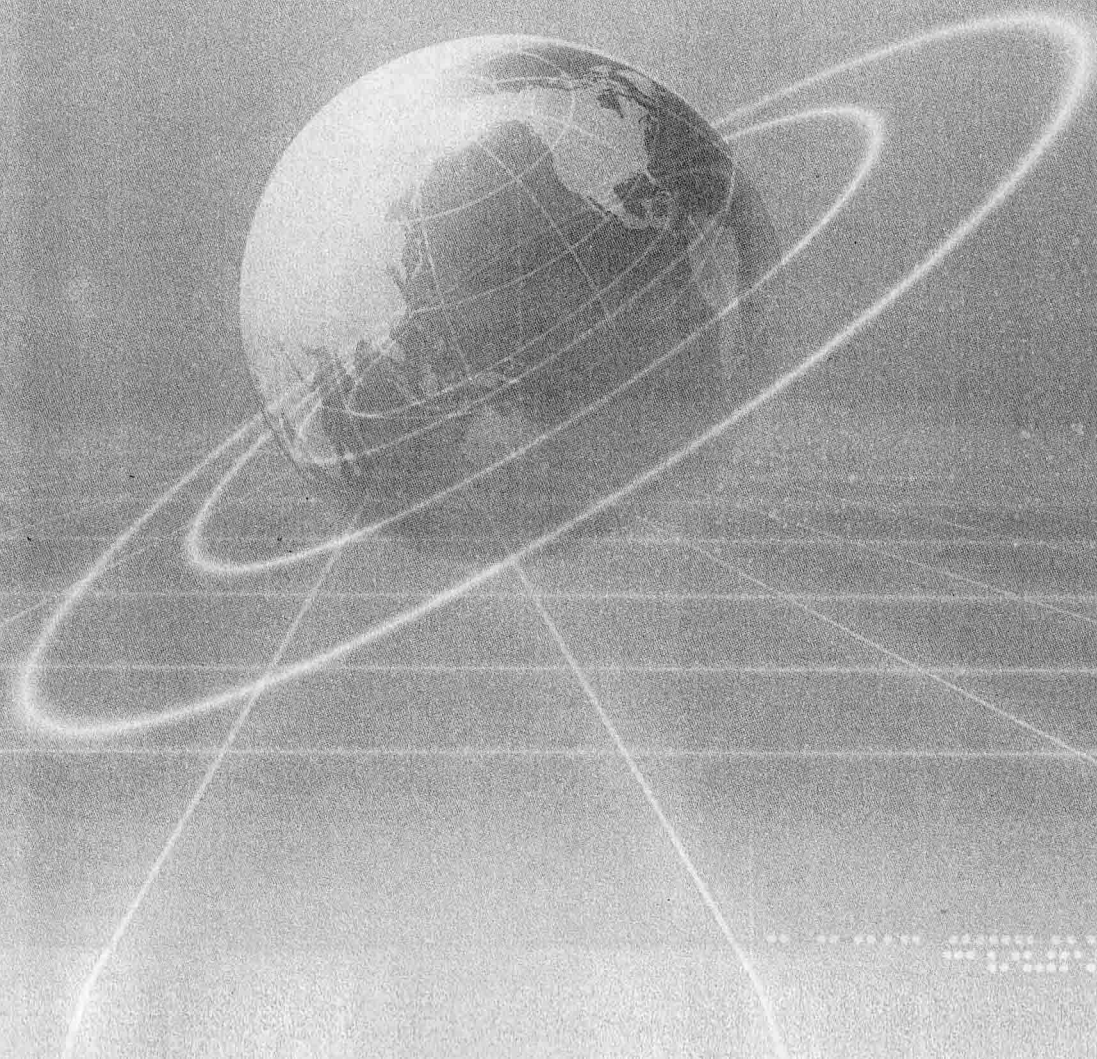
第 16 章 国际互联网及电子商务发展概况	315
16.1 全球互联网渗透率	315
16.2 全球网络就绪度指数	316
16.3 全球宽带建设情况	319
16.4 全球电子商务发展情况	320
16.5 美国电子商务发展概况	321
16.6 欧盟电子商务发展概况	321
16.6.1 欧盟电子商务发展总体情况	321
16.6.2 欧洲电子商务的新特征	324
16.6.3 欧洲电子商务的发展趋势	326
16.6.4 德国电子商务发展概况	327
16.6.5 法国电子商务发展概况	328
16.6.6 波兰电子商务发展概况	329
16.7 俄罗斯电子商务发展概况	329
16.8 大洋洲电子商务发展概况	329
16.8.1 澳大利亚电子商务发展概况	329
16.8.2 新西兰电子商务发展概况	330
16.9 拉丁美洲电子商务发展概况	331
16.9.1 拉丁美洲电子商务整体发展状况	331
16.9.2 巴西电子商务发展状况	331
16.10 其他地区和国家电子商务发展概况	333
16.10.1 韩国电子商务发展概况	333
16.10.2 亚洲其他国家电子商务发展概况	333
16.10.3 哈萨克斯坦电子商务发展概况	333

第七篇 协会篇

第 17 章 2010—2011 年中国电子商务协会主要工作回顾	337
17.1 2010 年中国电子商务协会工作	337
17.1.1 讲党性，铸灵魂，加强精神文明建设	337
17.1.2 为政府、行业、区域、会员提供服务	337
17.1.3 开展教育培训，培养实战型电子商务人才	340
17.2 2011 年中国电子商务协会工作	341
17.2.1 为政府、行业、区域、会员提供服务	341
17.2.2 开展教育培训，培养实战型电子商务人才	342

第一篇

概況篇



第1章 2010—2011年中国电子商务发展

2010年到2011年,中国各级政府高度重视电子商务的发展,电子商务进入规模化快速发展的新阶段:B2C、C2C电子商务网站交易规模成倍增长;中小企业电子商务应用规模迅速扩大;电子商务已经广泛渗透到国民经济各个领域,成为促进GDP增长的新动力;电子商务服务业呈现出多元化快速发展态势。本章概括性地总结了2010—2011年的发展概况。

1.1 概况

1.1.1 电子商务发展的基础条件明显改善

根据中国互联网络信息中心(CNNIC)的调查,截至2011年12月31日,中国网民数达到5.13亿人,互联网普及率攀升至38.3%。手机网民规模达到3.56亿,在总体网民中的比例达到69.3%¹。

截至2011年11月,我国互联网宽带接入用户达到1.55亿户,3G网络已经覆盖全国所有县城和大部分乡镇,3G用户达到11873万户。硬件设施的不断完备为互联网深入普及提供了良好的外部环境。

截至2011年12月底,中国网站数量达到230万个。国家在2010年加大互联网领域的安全治理力度后,中国网站数量有所下降,但整体质量得到了提高。在此基础上,2011年网站数量重新开始稳步回升²。

2010年,中国电子商务网站数量继续保持增长。到2010年年底,中国电子商务网站数量达到1.86万个,与年初相比增长了16.13%³。在2011年上半年,电子商务网站总数依然在快速增长。截至6月底,我国电子商务网站总数为2.32万家,相比1月增长了21.38%。

2011年,中国网络购物(网购)人数达到1.94亿人,较2011年底增长20.8%,使用率提升至37.8%;网上支付用户和网上银行用户也增长了21.6%和19.2%,用户规模分别为1.67亿和1.66亿⁴。

1 中国互联网络信息中心. 第29次中国互联网络发展状况统计报告[R/OL](2012-01-16)[2012-03-20]. 中国互联网络信息中心网站: <http://www.cnnic.net.cn/dtygg/dtgg/201201/W020120116337628870651.pdf>

2 中商情报网. 2006—2011年中国网站数量变化情况[EB/OL](2012-01-16)[2012-10-20]. 中商情报网: <http://www.askci.com/news/201201/16/161712450741.shtml>

3 CNZZ 数据中心. 2010年电子商务行业网站年终盘点[R/OL](2010-12-30)[2012-10-20]. <http://data.cnzz.com/type/content.php?tid=2724&type=47>

4 中国互联网络信息中心. 第29次中国互联网络发展状况统计报告[R/OL](2012-01-16)[2012-03-20]. 中国互联网络信息中心网站: <http://www.cnnic.net.cn/dtygg/dtgg/201201/W020120116337628870651.pdf>

1.1.2 电子商务交易额突破 5 万亿元

2010 年,中国电子商务市场交易额达 4.55 万亿元,同比增长 23.7%。2011 年,中国电子商务交易额继续创出新高,交易总额突破 5 万亿元,达到 5.83 万亿元,同比增长 28.4%¹。

在电子商务全部交易额中,中国大中型企业电子商务交易额 2010 年达到 1.42 万亿元,较 2009 年的 1.31 万亿元同比增长 8.1%,整体保持稳定的发展态势^{2,3}。2011 年估计达到 1.69 万亿元,同比增长 19.1%。

2010 年,中小企业电子商务交易额达到 2.53 万亿元,较 2009 年的 1.99 万亿元增长 27.1%;2011 年估计达到 3.21 万亿元,同比增长 26.9%。

网络零售呈现出爆发式增长的态势。2010 年中国网络零售市场交易规模达 5091.04 亿元,较 2009 年 2586 亿元增长 96.7%;2011 年中国网络零售市场交易规模达 7825.6 亿元,同比增长 53.7%。2010 年中国网络零售市场交易规模占社会消费品零售总额(15.45 万亿元)的比重增至 3.30%,2011 年占社会消费品零售总额(18.12 万亿元)达到 4.32%,增长了 1 个百分点。

1.1.3 电子商务交易服务市场规模稳步增长

2010 年中国电子商务服务市场规模(代运营市场交易规模)为 108.9 亿元,同比增长 119.3%⁴。2011 年年底,整个电子商务服务业的营业收入超过 1200 亿元,支撑了 3 万亿元电子商务交易规模⁵。目前中国电子商务交易服务行业仍然处在发展初期,未来具有非常大的发展空间。

2011 年,中国 B2B 电子商务运营商营业收入规模达到 131.0 亿元,同比增长 35.1%⁶。稳定增长的主要原因:一是企业对电子商务的渗透率逐年提升,中小企业纷纷加大线上推广费用,加强对增值服务的用户体验;二是核心运营商的业务模式逐渐拓展,付费会员、在线交易、增值服务等业务保持稳定增长,提价措施又将整个 B2B 电子商务行业的准入门槛抬高,提升服务质量,一定程度上避免恶性价格战。

目前中国大部分 B2B 电子商务运营商都是行业信息服务商,未来几年它们将逐渐从传统的信息服务提供商转变为综合的交易服务解决商,为用户提供物流配送、信用担保、金融融资、精准营销、行业咨询等综合的电子商务解决方案。面对 4500 多万中小企业的多样化需求,B2B 电子商务细分市场服务市场潜力巨大。

1.1.4 第三方网上支付规模突破 2 万亿元

2011 年,我国电子商务支付体系进一步完善。中国人民银行根据《非金融机构支付服务管理办法》的要求,分三批给 101 家企业发放了第三方支付牌照,促进了这一行业的规范有序发展。2011 年,中国第三方网上支付交易规模突破 2 万亿元大关,达到 21610 亿元⁷,已连续五年增速接近或超

1 商务部.中国电子商务报告(2010—2011).北京:清华大学出版社,2012

2 国家统计局 2009 年和 2010 年信息化情况表

3 艾瑞咨询.中国中小企业 B2B 电子商务行业年度监测报告[R/OL](2011-04-29)[2012-04-03].艾瑞网站: <http://report.iresearch.cn/1528.html>

4 艾瑞咨询.2010-2011 年中国电子商务第三方服务市场研究报告[R/OL](2011-04-13)[2012-04-03].艾瑞网站: <http://report.iresearch.cn/1517.html>

5 阿里巴巴.2011 年中国电子商务服务业报告[R/OL](2011-04-13)[2012-04-03].阿里研究中心网站: <http://www.aliresearch.com/index.php?m-cms-q-view-id-69131.html>

6 艾瑞咨询.2011 年中国互联网市场年度总结报告标准版[R/OL](2012-01-16)[2012-04-03].艾瑞网站: <http://report.iresearch.cn/1653.html#>

7 易观智库.行业数据:2011 年中国第三方互联网支付市场继续保持高速发展[EB/OL](2012-02-18)[2012-04-01].易观智库: <http://www.enfodesk.com/SMinisite/maininfo/articleDetail-id-314334.html>

过 100%，远远超过同期社会商品零售额的增速。

随着电子商务的快速发展，越来越多的第三方支付机构借助互联网、移动电话、数字电视等信息技术广泛参与支付市场，提供前端支付、后台操作甚至全程支付服务，改进了企业、公众的日常支付体验，使现代支付服务的广度和深度不断延伸。

2011 年 12 月 28 日，经民政部批准，中国支付清算协会宣布成立银行卡基支付工作委员会、网络支付应用工作委员会、预付卡工作委员会。新成立的三个工作委员会的业务范围都是当前支付清算行业的热点，与百姓生活和民生服务联系密切。工作委员会将建立和完善相关业务的自律管理体系，引导成员加强内控制度建设，完善风险防范机制，规范行业服务行为，进一步推动我国新型支付业务的创新和发展。

1.1.5 电子商务企业物流配送模式基本形成，网络零售带动快递业务快速发展

在电子商务物流发展过程中，中国企业逐渐形成了三种主要的配送形式。

① 外包模式：大部分中小型电子商务企业，没有力量自建物流渠道，均采取这种物流操作模式。淘宝网卖家大都采取这种模式。

② 自建模式：当前各品类较大的电子商务销售企业基本上都采取自建模式进行物流运作（自建模式主要是针对仓储、终端配送进行自建，干线运输依然是外包给专业的物流公司操作），以凡客诚品、京东商城为典型代表。

③ 混合模式：此模式是自建模式与外包模式的融合，现已经成为大中型电子商务企业的主流模式，诸如当当网、麦考林等之前完全将物流服务外包的电子商务企业都逐步改变成为混合模式。

2011 年，中国已有超过 6800 家的企业取得了快递业务经营许可证，占快递市场 90% 以上份额的快递企业依法获得了经营许可。营业网点达 6.4 万处，从业人员超过 70 万人，日均处理量从 2007 年的 300 万件增长到 2011 年的 1300 万件；市场规模位居世界第三，达到 715 亿元；2007—2011 年快递业务量年均增长率达到 27.23%¹。

2011 年中国网络零售交易额达到 7825.6 亿元，其中 70% 以上的网购货物必须依靠快递来完成。按照网购快递占到全部快递业务量 50% 估算，由网络零售带动的快递业务量突破 350 亿元。电子商务在提高快递业务发展水平、扩大就业方面发挥着越来越重要的作用。

1.2 2010—2011 年中国电子商务发展的特点

1. 中国电子商务进入规模化快速发展新阶段

2011 年，中国电子商务进入规模化快速发展新阶段。这一特征突出表现在以下三个方面。

① B2C、C2C 电子商务网站交易规模成倍增长。2010 年 11 月 11 日当天淘宝商城的支付宝交易额达到 9.36 亿元，2011 年 11 月 11 日猛增到 33.6 亿元。京东商城 2010 年销售额为 102 亿元，2011

1 马军胜. 在 2011 年度“中国快递论坛”上的致辞[EB/OL](2011-11-22)[2012-04-03]. 国家邮政局网站: <http://www.spb.gov.cn/folder108/folder2537/folder2543/2011/11/2011-11-2396989.html>