

● 周 鸿 著

中关村电子商务 产业和发展模式

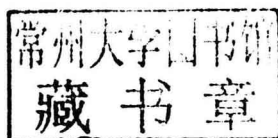
ZHONGGUANCUN e-commerce
industry and development models



冶金工业出版社
www.cnmp.com.cn

中关村电子商务 产业和发展模式

周 鸿 著



北 京
冶金工业出版社
2017

内 容 提 要

本书从中关村电子商务产业发展现状调研着手,对中关村电子商务产业链和新技术环境下各行业电商进行分析,重点对中关村电子商务产业链进行了整体调研和分析,阐述了其中主要环节的典型企业和运作模式;对服装、生鲜农副产品、泛家居、医药、汽车、旅游、教育培训这七个传统产业在中关村及其他地区的代表性电子商务企业发展情况做了较为详细的分析和比较;整理了近年来电子商务发展的创新模式,对电子商务模式的发展状况和模式进行了总结,并对电子商务未来一段时期内的运营模式进行了展望,总结出中关村电子商务在模式发展方面值得借鉴的经验。

本书可供从事电子商务的工程技术人员、管理及研究人员使用,也可供大专院校有关师生参考。

图书在版编目(CIP)数据

中关村电子商务产业和发展模式/周鸿著. —北京:冶金工业出版社, 2017. 11

ISBN 978-7-5024-7590-1

I. ①中… II. ①周… III. ①电子商务—产业发展—发展模式—研究—北京 IV. ①F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 258767 号

出 版 人 谭学余

地 址 北京市东城区嵩祝院北巷 39 号 邮编 100009 电话 (010)64027926

网 址 www.cnmp.com.cn 电子信箱 yjcbbs@cnmp.com.cn

责任编辑 郭冬艳 美术编辑 吕欣童 版式设计 孙跃红

责任校对 郭惠兰 责任印制 牛晓波

ISBN 978-7-5024-7590-1

冶金工业出版社出版发行;各地新华书店经销;三河市双峰印刷装订有限公司印刷

2017 年 11 月第 1 版, 2017 年 11 月第 1 次印刷

787mm×1092mm 1/16; 13.5 印张; 327 千字; 207 页

74.00 元

冶金工业出版社 投稿电话 (010)64027932 投稿信箱 tougao@cnmp.com.cn

冶金工业出版社营销中心 电话 (010)64044283 传真 (010)64027893

冶金书店 地址 北京市东四西大街 46 号(100010) 电话 (010)65289081(兼传真)

冶金工业出版社天猫旗舰店 yjgycbs.tmall.com

(本书如有印装质量问题,本社营销中心负责退换)

前 言

电子商务已经成为我国战略新兴产业与现代流通方式的重要组成部分，是实现科技和文化创新的重要抓手和实现途径。近年来，国家也制订并出台了系列政策来鼓励支持电子商务的发展，为我国电子商务发展营造了良好的政策环境；电子商务已经成为经济可持续发展，特别是扩大消费需求、汇集城市高端资源、重组产业链条和技术创新等的重要支撑，是转变经济发展方式、促进产业转型升级、提高经济运行质量和效率，更好地实现市场在资源配置中的决定性作用的重要举措。

近年来我国电子商务市场已逐渐规范，相关政策法规相继出台以及相关部门协作机制初步形成，电子商务服务平台、信用保障、电子支付、物流配送和电子认证等体系得到了迅速发展，全社会电子商务应用意识的不断增强使其应用范围和交易规模不断扩大。随着国民经济的持续增长和互联网的普及，电子商务作为一种新型的交易模式在我国已经得到了迅速发展，市场规模快速扩大，目前已成为我国现代市场体系的重要组成部分，其发展前景广阔。北京市的电子商务整体规模居全国前列，总部型电子商务快速发展。中石油、中石化、国家电网、国电集团、中航集团等一批年交易额 100 亿元以上的国家级企业电子商务平台蓬勃发展，李宁、曲美等一批企业通过电子商务扩大市场份额，积极带动产业链上下游企业协同发展。其次是全国领先的 B2C 企业大批涌现，成为电子商务产业发展的一大亮点。京东商城、当当网等一批全国排名前十位的网商企业在北京设立总部，年均增产率普遍高达 200%。北京市电子商务服务企业集聚，综合服务能力在全国领先。第三方电子商务服务平台交易规模不断扩大，涌现出慧聪、金银岛、敦煌等一批高速成长的龙头电子商务公共服务企业。

中关村作为全国最早、资源最丰富、最具竞争力和创新优势的科技创新发展中心，北京市科技创新、文化创新的“双轮驱动”发展战略落实的重要承载地，中关村是促进科技与现代服务业融合、发挥科技对现代服务业产业扩张发展支撑作用的关键区域。近年来中关村电子商务产业聚集了京东商城、当当网、慧聪网、敦煌网等一大批电子商务企业；同时产业规模连年保持快速增

长,据相关数据显示,2015年北京市电子商务交易规模达到1.8万亿元,同比增长20.6%,占全国的8.4%;技术和商业模式的创新不断涌现,产业结构显著升级,构建了身份认证、网络支付、供应链管理等安全可信的电子商务环境和关键技术解决方案,率先出现了基于电子商务的大数据分析、云计算服务等新兴服务业态,呈现出信息技术高附加值的发展态势,形成了整体性比较优势,在我国电子商务发展中发挥着示范引领作用。

本书以中关村为载体,以我国电子商务产业发展先进地区为参照,借鉴国外先进经验,总结出具有中国特色的电子商务发展新业态和新模式,同时促进传统行业与电子商务深度融合;对国内外电子商务和物流产业发展状况进行调研和总体分析,摸清电子商务行业市场结构、产业链条和重点电子商务企业的发展现状;总结中关村电子商务发展的主要模式、发展特点,分析国外政府引导行业的政策制定、相关机制建设的状况;多方调研电子产品、快销品、生鲜产品等各类型电子商务发展的现状并结合我国现有政策、机制建设的现状对中关村电子商务和物流的发展提出建议和对策。

本书作者根据在中关村电子商务与现代物流产业联盟的长期工作经验和实际调研情况,对中关村电子商务产业发展情况进行了总体分析研究,对巩固和推进中关村电子商务产业持续、高速、健康发展具有积极意义。中关村电子商务与现代物流产业联盟在中关村管委会的指导下成立于2012年,拥有会员企业69家,包括京东商城、当当网、慧聪网、敦煌网、凡客诚品、拉卡拉、普天物流、宅急送、EMS等重点企业,北京物流协会、国际电子商务中心等行业相关机构为联盟副理事长单位,京东商城为理事长单位,秘书长单位为北京物资学院,联盟依托北京物资学院成立了电子商务研究所,为本书的编写提供了研究基础和人员保障,有利于本书中的资料调查、数据搜集。

本书总结了四百多个详实的国内外知名电子商务企业情况,提及相关企业一千余家,详尽描绘和分析了中关村电子商务产业现状和发展趋势。与时俱进地选择了政策、产业链、行业电商和创新发展模式四个切入点,对当代电子商务的热点问题进行了详尽的分析,为不同的读者提供了借鉴。

由于作者水平所限,不妥之处,恳请广大读者批评指正。

著者

2017年5月

目 录

1 绪 论	1
1.1 电子商务发展背景	1
1.1.1 国家新政推动电子商务产业发展	1
1.1.2 爆炸式增长是国内电子商务产业的基本趋势	2
1.1.3 中关村电子商务产业高度聚集引领发展	2
1.2 电子商务的内涵	3
1.2.1 电子商务产业的界定	3
1.2.2 电子商务模式分类	3
1.2.3 电子商务产业主要功能和影响	3
1.3 研究思路与方法	5
1.3.1 总体研究思路	5
1.3.2 研究路径及工作流程	7
2 国内外电子商务产业政策及发展	9
2.1 国外电子商务产业政策及发展	9
2.1.1 全球电子商务产业发展及政策综述	9
2.1.2 美国电子商务产业发展	13
2.1.3 日本电子商务产业发展	17
2.1.4 欧洲电子商务产业发展	20
2.2 国内电子商务产业政策及发展	23
2.2.1 政府对电子商务产业的政策支持	23
2.2.2 国内电子商务发展整体情况	24
2.2.3 国内电子商务产业园发展	26
2.2.4 国内电子商务产业重点领域企业分析	28
2.2.5 国内重点地区电子商务产业发展情况	33
2.3 中关村电子商务产业政策及发展	34
2.3.1 中关村基本情况	34
2.3.2 中关村电子商务产业政策支持	35
2.3.3 中关村电子商务产业发展	36
2.3.4 中关村电子商务产业发展趋势	39
3 中关村电子商务产业链分析及研究	41
3.1 中关村电子商务产业链分析	41

3.1.1 中关村电子商务产业链理论分析	41
3.1.2 中关村电子商务产业链整体分析	43
3.2 中关村电子商务基础服务商	43
3.2.1 电子商务平台服务商	43
3.2.2 电子商务运营服务商	46
3.2.3 电子商务物流服务商	47
3.2.4 电子商务广告、媒体、会展服务商	49
3.2.5 电子商务支付服务商	50
3.3 中关村电子商务技术服务商	53
3.3.1 软硬件服务商	53
3.3.2 数据基础服务商	55
3.3.3 安全服务商	57
3.4 中关村电子商务衍生服务商	57
3.4.1 人才服务商	57
3.4.2 诚信认证服务商	58
3.4.3 市调咨询服务商	59
3.4.4 社会团体组织	59
4 传统行业电子商务化	61
4.1 服装行业电子商务化分析	61
4.1.1 服装行业总体发展规模	61
4.1.2 服装行业电子商务发展	62
4.1.3 服装行业电子商务发展趋势	67
4.2 生鲜农副产业电子商务化分析	68
4.2.1 生鲜农副产业总体发展规模	69
4.2.2 生鲜农副产业电子商务发展	69
4.2.3 生鲜农副产业电子商务发展趋势	73
4.3 泛家居产业电子商务化分析	74
4.3.1 泛家居产业总体发展规模	74
4.3.2 泛家居产业电子商务发展	75
4.3.3 泛家居产业电子商务发展趋势	80
4.4 医药产业电子商务化分析	81
4.4.1 医药产业总体发展规模	81
4.4.2 医药产业电子商务发展	81
4.4.3 医药产业电子商务发展趋势	86
4.5 汽车行业电子商务化分析	87
4.5.1 汽车行业总体发展规模	88
4.5.2 汽车行业电子商务发展	88
4.5.3 汽车行业电子商务发展趋势	92

4.6 旅游行业电子商务化分析	93
4.6.1 旅游行业总体发展规模	93
4.6.2 旅游行业电子商务发展	94
4.6.3 旅游行业电子商务发展趋势	98
4.7 教育培训行业电子商务化分析	100
4.7.1 教育培训行业总体发展规模	100
4.7.2 教育培训行业电子商务发展	100
4.7.3 教育培训行业电子商务发展趋势	107
4.8 基于新技术驱动的新型电子商务业务集群及业态	110
4.8.1 移动电子商务	110
4.8.2 互联网金融	119
4.9 案例解读: BAT 互联网全产业链布局研究	135
4.9.1 百度全产业链布局	135
4.9.2 阿里巴巴全产业链布局	137
4.9.3 腾讯全产业链布局	139
4.9.4 BAT 产业链对比分析	140
5 中关村电子商务创新发展模式研究	143
5.1 B2B 电子商务市场发展模式分析	143
5.1.1 B2B 电子商务	143
5.1.2 B2B 电子商务发展趋势	146
5.2 网络零售电子商务市场发展模式分析	148
5.2.1 网络零售电子商务	148
5.2.2 网络零售电子商务创新发展模式	149
5.2.3 网络零售电子商务发展趋势	152
5.3 团购电子商务模式	153
5.3.1 团购电子商务	153
5.3.2 团购电子商务创新发展模式	154
5.3.3 团购电子商务发展趋势	155
5.4 O2O 电子商务模式	156
5.4.1 O2O 电子商务	157
5.4.2 O2O 电子商务创新发展模式	158
5.4.3 O2O 电子商务发展趋势	159
5.5 其他典型模式	164
5.5.1 区域性行业电子商务交易平台发展模式	164
5.5.2 众包电子商务发展模式	165
5.5.3 C2B 电子商务发展模式	166
5.6 中关村电子商务生态服务圈构建	167
5.6.1 电子商务生态服务圈概述	167

5.6.2 电子商务生态服务圈的发展模式及趋势	169
5.6.3 典型的电子商务生态服务圈	170
5.7 中关村电子商务创新发展模式分析	174
5.7.1 中关村产业带发展模式引领 B2B 电子商务产业发展	174
5.7.2 传统产业、行业及企业电子商务化加速发展	175
5.7.3 自主品牌电子商务模式发展亟待创新	178
5.7.4 快递及物流终端配送综合服务创新模式分析	183
5.8 案例解读	184
5.8.1 京东的零售“生态圈”布局	184
5.8.2 产业带模式	190
6 促进中关村电子商务产业发展政策建议	195
6.1 当前制约电子商务产业发展的障碍性因素	195
6.2 中关村电子商务产业政策需求分析和梳理	196
6.2.1 支持新技术、新产品在电子商务产业中的应用	196
6.2.2 电子商务影响和改变了人们生活	197
6.2.3 电子商务企业发展环境的进一步优化	198
6.2.4 完善电子商务人才培养机制	200
6.3 促进中关村电子商务发展的具体建议措施	201
6.3.1 政府引导和合理布局和发展电商物流城市配送体系	201
6.3.2 推动中关村电子商务生态服务圈建设	203
6.3.3 电子商务产业支撑京津冀一体化协同发展	204
6.3.4 推动政策在中关村示范区电子商务产业中的先行先试	204
参考文献	207

1 绪 论

作为总领全书的绪论部分，本章主要介绍了电子商务的发展背景、内涵以及本书编写组的研究思路与方法。在国家新政推动、产业急速增长和产业在中关村高度集聚的背景下，电子商务的界定、分类、作用等方面都发生了改变。对此，编写组深入研究了新时代的电子商务产业及创新发展模式，并在本章叙述了主要研究思路与方法。

1.1 电子商务发展背景

1.1.1 国家新政推动电子商务产业发展

2012年3月，工业和信息化部发布的《电子商务“十二五”发展规划》中明确提出：以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，深入贯彻落实科学发展观，立足全面建设小康社会的战略目标，以科学发展为主题，以服务于加快转变经济发展方式为主线，以创新发展为动力，以普及和深化电子商务应用为重点，以营造良好的制度环境和社会环境为保障，不断提高产业组织化程度和资源配置能力，进一步发挥电子商务在经济和社会发展战略中的战略性作用。

截止2016年，电子商务进一步普及深化，对国民经济和社会发展的贡献显著提高。电子商务在现代服务业中的比重明显上升。电子商务制度体系基本健全，初步形成安全可信、规范有序的网络商务环境。电子商务交易额突破23万亿元。其中，B2B市场交易规模16.7万亿元，生活服务O2O交易规模9700亿元。大型企业的网络化供应链协同能力基本建立，部分行业龙头企业的全球化商务协同能力初步形成。经常性应用电子商务的中小企业达到中小企业总数的60%以上。网络零售交易额突破5万亿元，占社会消费品零售总额的比例超过9%。移动电子商务交易额和用户数达到全球领先水平。电子商务的服务水平显著提升，涌现出一批具有国际影响力的电子商务企业和服务品牌。

党的十八大报告中提出，“以经济建设为中心是兴国之要”，“到2020年，中国经济在发展平衡性、协调性、可持续性明显增强的基础上，实现国内生产总值和城乡居民人均收入比2010年翻一番。”按照党的十八大报告提出的要求，未来十年中国GDP和城乡居民人均收入的年均增长率将保持在7.2%以上，而GDP的增长和人均收入的增加不但能够拉动传统销售行业，更大程度地促进了电商零售市场的发展空间。每年的“双十一”购物狂欢节对于电商行业和网民来说就是期盼已久的“盛宴”，从这一点上看，电子商务行业必将迎来新一轮的快速发展。

1.1.2 爆炸式增长是国内电子商务产业的基本趋势

随着国民经济的持续增长和互联网的普及,电子商务作为一种新型的交易模式在我国也得到迅速发展,市场规模快速扩大,发展前景广阔。新世纪以来,我国电子商务市场规模连续保持高速稳定增长,电子商务已成为国民经济发展的亮点之一。

2011年,全国电子商务交易额达6万亿元,同比增长33%。其中,B2B电子商务交易额达到4.9万亿元,同比增长29%。整体保持稳定增长趋势。

2012年,全国电子商务市场交易规模达7.85万亿元,同比增长30.83%。其中,B2B电子商务交易额达6.25万亿元,同比增长27%。网络零售市场交易规模达1.32亿元,同比增长64.7%。间接带动的就业人数,已超过1500万人。

2013年截止到6月,全国电子商务交易额达4.35万亿元,同比增长24.3%。其中,B2B交易额达3.4万亿元,同比增长15.25%。网络零售市场交易规模达7542亿元,同比增长47.3%,间接带动就业人数已超过1600万人。

1.1.3 中关村电子商务产业高度聚集引领发展

北京市的电子商务整体规模居全国前列。由“2012年中国电子商务十强榜单”可知综合电子商务交易量、网上市场吸引力、基础设施建设、零售业发展、创新、行业活力与垄断六项指数,北京以总分最高位居第一。据中国电子商务研究中心监测数据显示,2013年在电子商务企业区域的分布上,北京市以10.3%紧跟广东省和浙江省,排在全国第三。

中石油、中石化、国家电网、国电集团、中航集团等一批年交易额100亿元以上的国家级企业电子商务平台蓬勃发展;李宁、曲美等一批企业通过电子商务扩大市场份额,在带动产业链上下游企业协同发展方面起到了较好的引领作用。其次,全国领先的B2C企业大批涌现,成为网络购物发展的一大亮点。京东商城、当当网、卓越网、凡客诚品等一批全国排名前十位的网商企业在北京设立总部,年均增产率普遍高达200%。全市上网人数达到1218万,网购人数超过864万。北京市电子商务服务企业集聚,综合服务能力在全国领先。2010年,第三方电子商务服务平台交易规模达2680亿元,涌现出慧聪、金银岛、敦煌等一批高速成长的龙头电子商务公共服务企业。全市专业化物流企业超过千家,第三方支付企业几十家,电子认证服务企业7家,以北京为核心、服务全国的电子商务支付结算中心、信息安全中心和诚信管理与投诉服务中心正在形成。与此同时新型电子商务应用不断涌现,新兴业态快速兴起。慧聪、敦煌等推出了免费建站和深度行业服务,百度正在建设打造生活类服务电子商务平台,凡客、京东、当当大力推广移动电子商务等。

中关村作为全国最早、资源最丰富、最具竞争力和创新优势的科技创新发展中心,北京市科技创新、文化创新的“双轮驱动”发展战略落实的重要承载地,中关村将是促进科技与现代服务业融合、发挥科技对现代服务产业扩张发展支撑作用的关键区域。

1.2 电子商务的内涵

1.2.1 电子商务产业的界定

广义的电子商务是指使用各种电子工具从事商务活动；狭义的电子商务是指在互联网、企业内部网和增值网上以电子交易的方式进行交易活动和相关服务活动，是传统商业活动各环节的电子化、网络化。

相关国际组织及国内学者对电子商务的定义如下：

(1) 联合国经济合作和发展组织：电子商务是发生在开放网络上的包括企业之间、企业和消费者之间的商业交易。

(2) 全球信息基础设施委员会电子商务工作委员会：电子商务是运用电子通信作为手段的经济活动，通过这种方式人们可以对带有经济价值的产品和服务进行宣传、购买和结算。

(3) 世界贸易组织：电子商务是基于电子信息技术、网络技术和现代通信技术的商务整体运作的电子化。

随着电子商务发展和信息技术进步，国内外在横向各个行业新兴业态的总结、挖掘形成的新的商业模式，基于新技术带动的技术创新形成的新的商业模式，以及基于众筹、众包、P2P 等未来整个供需生态过程形成的新的商业模式不断涌现，电子商务的内涵逐渐丰富，传统意义上的电子商务发生了新的改变，根据相关部门和专家的建议，对电子商务产业界定如下：在新技术背景下，电子商务定义延伸为以互联网思维为指导，依托多样化、便利化的服务平台，利用互联网、移动终端、下一代互联网，以智能物流、计算机、大数据和云计算等技术为载体，在农产品、制造加工、商贸流通等传统领域开展的交易行为，包括教育、医疗、旅游、汽车、文化娱乐等行业和涉及 O2O、互联网金融等新兴业态的现代服务业活动。

1.2.2 电子商务模式分类

随着电子商务产业向纵深发展，电子商务产业模式也日益丰富：

- (1) B2B 模式：如阿里巴巴、慧聪网、生意宝等。
- (2) 网络零售模式：包括 B2C、B2B2C、C2C，如天猫商城、京东商城、淘宝网等。
- (3) 团购模式：如拉手网、百度糯米、特优团等。
- (4) O2O 模式：Groupon、大众点评、格瓦拉生活网、58 同城等。
- (5) 其他电子商务新模式新领域：包括区域性行业电子商务交易平台、众包、C2B 等。

1.2.3 电子商务产业主要功能和影响

电子商务已经成为经济可持续发展，特别是扩大消费需求，汇集城市高端资源、重组产业链条和技术创新等的重要支撑；转变经济发展方式，促进产业转型升级，提高经济运

行质量和效率,更好地实现市场在资源配置中的决定性作用的重要举措;推动信息技术在经济社会各领域应用,增强企业参与国际合作和竞争能力的必然要求,其主要功能和影响有:

(1) 改造企业供应链的管理模式和运营方式,支撑传统工业升级改造。电子商务的发展,促进了原材料、价格、社会物流、金融、质检等各种信息资源的整合,传统工业的商品设计、制造、销售和流通等诸多环节逐步引入线上平台,形成了更加公平、公正、公开、高效的市场环境,全面快捷的综合信息服务缩短了商品流通周期,有效降低了企业在各环节的运营成本,为其创造了巨大的经济效益和社会效益,提升了我国传统工业的整体水平和国际竞争力。

(2) 成为拓展消费领域、促进国内消费、扩大内需的有效途径。

统计显示,2013年电子商务零售交易总额超1.8万亿元,其中40%是新增消费,电子商务带来的新增消费达到了7000亿元,说明电子商务在促消费、拉内需方面起到重要作用。目前,电子商务已经渗透到社会经济各个领域,为广大消费者提供了更多消费选择和消费机会,释放了市场消费潜能,成为企业开拓市场的重要途径和政府促进经济发展、推动产业转型升级的重要抓手。

(3) 衍生并促进相关产业加速发展。在巩固和发展公平、公正、公开的商业环境中,电子商务产业逐渐形成了以电商平台为核心,以物流、支付、IT支撑等基础服务企业,软件、搜索、安全等技术服务企业和诚信评估、安全认证等衍生服务企业为支撑的产业体系。同时,电子商务对信息技术、物流服务等方面的综合性需求极大地带动了相关企业在基础设施、技术创新、模式创新等方面的建设和完善。

(4) 促进传统产业转型升级。近年来电子商务在传统产业中的应用得到不断深化,农村电子商务应用不断推进,围绕农产品加工企业逐步形成现代化的农产品生产流通服务体系,围绕特色农产品逐步形成一批跨区域、专业化的农产品交易平台,农村新型产业模式逐步形成;制造企业全过程业务得以协同运作,中间流通环节逐步减少,直接面向消费市场的服务能力得到强化,生产性制造逐步向服务性制造转变;传统商贸流通业中催生了数字音乐、在线电影、电子图书、网络教学和课件共享等数字内容的无物流网上交易模式,文化、旅游、会展等行业的票务、营销、展示等业务也逐步转移线上,传统贸易流通业逐步向现代服务业转变。

(5) 引导产业要素聚集,推动区域经济发展。在电子商务产业快速发展的带动下,各生产类企业及其配套上下游企业逐步围绕电子商务企业汇聚,特别是在产业园、创新基地、产业带等中集聚,改变了过去单一片面的产业要素聚集方式,从而更快更全面地发挥区域经济资源优势。形成辐射和带动作用,最终导致更多企业、人才等产业要素的进一步集聚,进一步激发各种商业模式和技术的创新,反过来又加快区域电子商务的发展,这样的循环机制最终推进了城市区域经济的发展。

(6) 改变人们传统生产生活方式。电子商务产业为买卖双方提供了便捷的交易平台、快捷的物流配送、安全的支付等服务。用户可以足不出户完成包括商品采购、投资理财、

票务预订、税费缴纳、文化娱乐等活动,商家借助电子商务开展原材料采购、产品展示、交易结算、投融资等活动,极大节省了运营成本。

1.3 研究思路与方法

1.3.1 总体研究思路

1.3.1.1 调研国内外电子商务整体发展现状及产业政策

要促进电子商务健康、有序、快速发展,必须提供一个公平规范的法律环境。近年来中关村管委会及相关部门制定了一系列电子商务政策,使北京市电子商务的政策法律环境有了一定的改善。但是在电子商务飞速发展的背景下,电子商务技术、安全、标准、人才以及诚信等问题日益成为电子商务发展的制约因素。只有深刻认识国内外电子商务已经制定的政策执行效果,政府及相关部门才能更好地对已有的电子商务政策体系进行评估,进而科学地制定和执行符合北京经济发展目标的相关政策。

首先,对支撑电子商务发展的国内外现行政策、机制进行调研分析。通过调研美国、日本、西欧发达国家以及国内重点省市区域的电子商务政策,重点分析各国家或地区在市场机制建设、环境和体系建设、法律法规和标准规范建设、企业创新引导等方面的政策制定和机制建设;总结其中促进产业发展及创新的经验和政策服务体系,研究相关政策的立足点以及实际效用,为中关村电子商务产业及创新发展模式提供借鉴。

然后,对国内外电子商务产业发展现状进行调研分析。通过调研国内外电子商务产业的产业规模、发展格局、技术和商业模式创新情况、重点企业发展情况,总结出国内外电子商务产业发展特点、面临的问题以及发展趋势。

1.3.1.2 调研中关村电子商务产业链的现状

在传统概念中,电子商务产业链是指在电子商务活动中,相关产业部门基于电子商务活动内在的技术经济关联形成的环环相扣、首尾相接的链条式关联关系形态,其以技术产品或技术服务为实物构成,以产品链、价值链、供应链为统一的链接内容,以各种技术资源的供应和配置过程为重点的经济关系,以价值增值为核心的价值形态,实物构成、链接内容、经济关系和价值形态四者之间以不同的形式共同作用于电子商务产业链上的各个环节,构成电子商务产业链的存在和发展。

依据从事电子商务工作的实践经验和相关理论的支撑,概括中关村电子商务产业链如下:以价值增值为导向、以企业为主体、以上下游供需为依托、以先进技术为支撑、以信息流、资金流、物流为实现载体,由互为关联、价值累加的相关产业整合、产业集群等活动所构成的价值链。目前,中关村企业已覆盖电子商务产业链各个环节,主要包含:供应商、电子商务服务企业以及消费者。

在这一部分首先,对中关村电子商务物流产业链梳理,就电子商务产业链中的供应、交易、支付、信用、安全认证体系、配送、衍生服务等环节展开调研,对市场结构、供应链条进行分析和梳理,探讨中关村电子商务物流产业链结构、增值空间及上下游之间的关联性,总结产业主要模式和特点。

然后,调研分析新技术对各行业电子商务发展的影响,包括调研云计算、大数据、物联网等新兴信息化技术对服装、工业品、农产品等行业电子商务产生的影响,分析新技术与各行业电子商务相结合的市场前景、发展趋势、制约因素及发展关键问题,提出电子商务产业链上下游各个环节的发展需求。

最后,调研分析服务业电子商务的最近出现的新业态,包括生活服务、金融服务、生产服务、科技服务等各个现代服务行业在电子商务方面的应用,分析其与电子商务结合的市场前景、发展趋势以及制约因素,提出新型服务业发展所需的政策环境。

1.3.1.3 调研电子商务创新发展模式

电子商务是企业利用 Internet 技术将自身的劳务和产品在网络上实施交易活动,而与交易活动相关的运行机制和规律以及各个环节,就是我们所说的电子商务模式。企业的电子商务模式能够反映出该企业创造价值的全过程。为了对电子商务做出更加合理的理解,就必须仔细研究电子商务模式。

编写组调研和整理国内外可借鉴的电子商务发展的创新模式,研究如何利用这些新型模式助推跨行业的电子商务生态圈的整体发展,然后对中关村电子商务生态服务圈的构建进行研究,并研究生态服务圈的运行机制,以及如何完成共同进化并提升生态圈竞争力。

电子商务模式创新本质上是对新技术、新平台、新流程、跨行业的整合和优化。在创新模式研究部分,本章计划分营销、物流、支付、融资、平台建设、衍生服务等几个方面详细调查电子商务领域的创新模式,针对国内外已有的成功案例进行调研分析,总结电子商务产业链各环节中存在的创新需求、创新环境、创新模式和创新效果。在网络经济环境下,电子商务没有固定统一的创新模式,需要用创造性的思维根据行业、企业资源动态地改变策略。

在电子商务生态圈构建研究部分,将就如何构建这样一个完整的生态系统进行深入的分析,研究如何通过系统成员整合力量和资源,促进电子商务和其他行业的结合,推动中关村电子商务产业集群创新发展。

1.3.1.4 研究探索中关村电子商务产业发展的政策手段

电子商务模式的创新需要政府、企业和行业的共同推进。依据市场变化和需求,结合中关村电子商务物流产业集群发展的优势,从宏观和微观两个层面为推动中关村电子商务产业及创新发展提供建议,优化电子商务产业环境,构建电子商务生态系统。通过在国内外政策、产业链及行业电子商务、创新模式调研的基础上,对相关扶持政策需求进行总结,为相应政策的制定提供建议。

(1) 创造需求:科技创造/模式创新,关注和鼓励大家创新的需求。

(2) 扩充产业:当需求得到市场证实之后,通过政府引导,采取手段加快扩充产业。

(3) 培育市场:在产业扩张过程中,注重市场的培育。

(4) 促进盈利:在市场规模形成之后,关注盈利模式的回收渠道的多样化。

1.3.2 研究路径及工作流程

1.3.2.1 研究路径

研究路径见图 1-1。

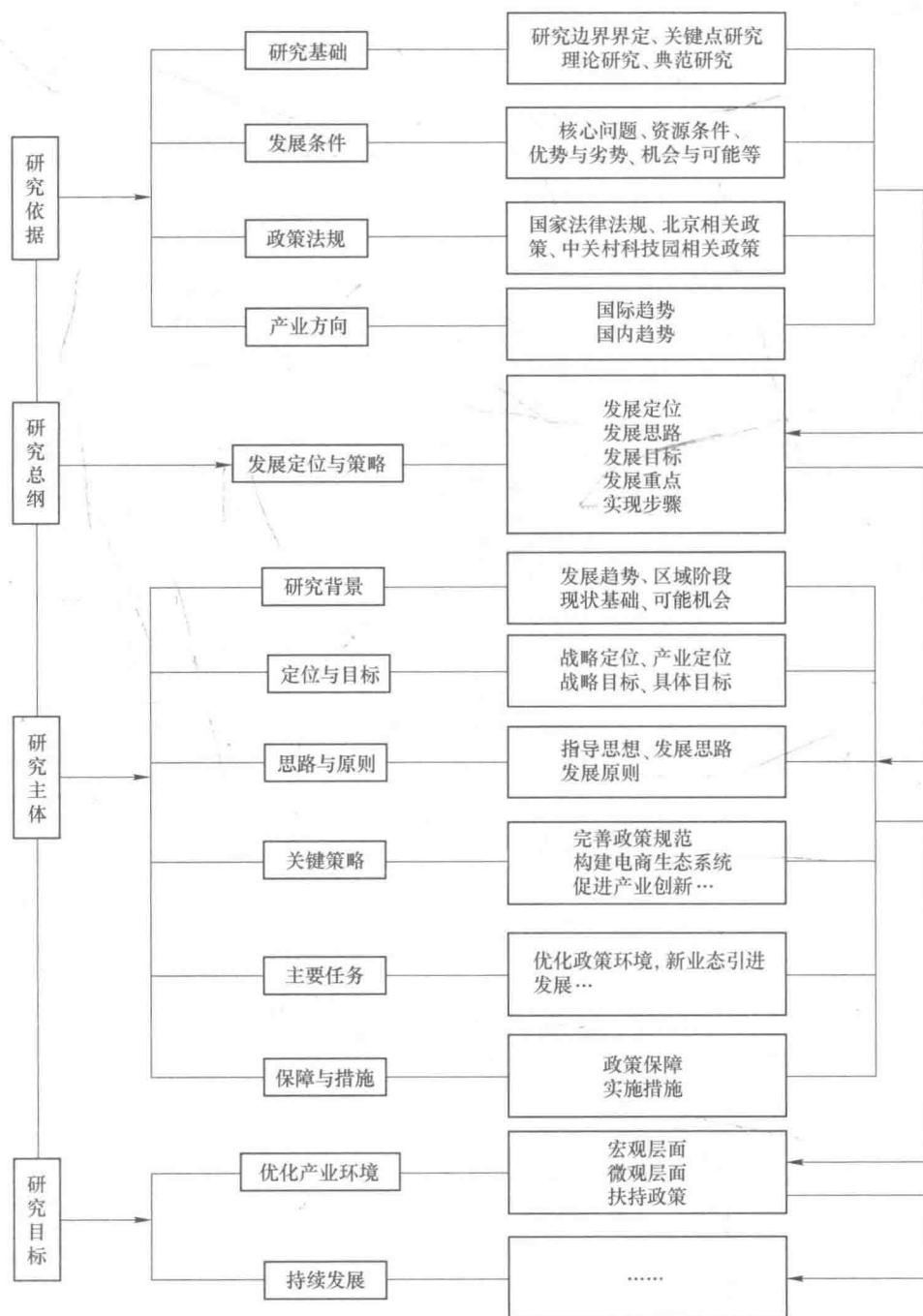


图 1-1 研究路径

1.3.2.2 工作流程

工作流程见图 1-2。

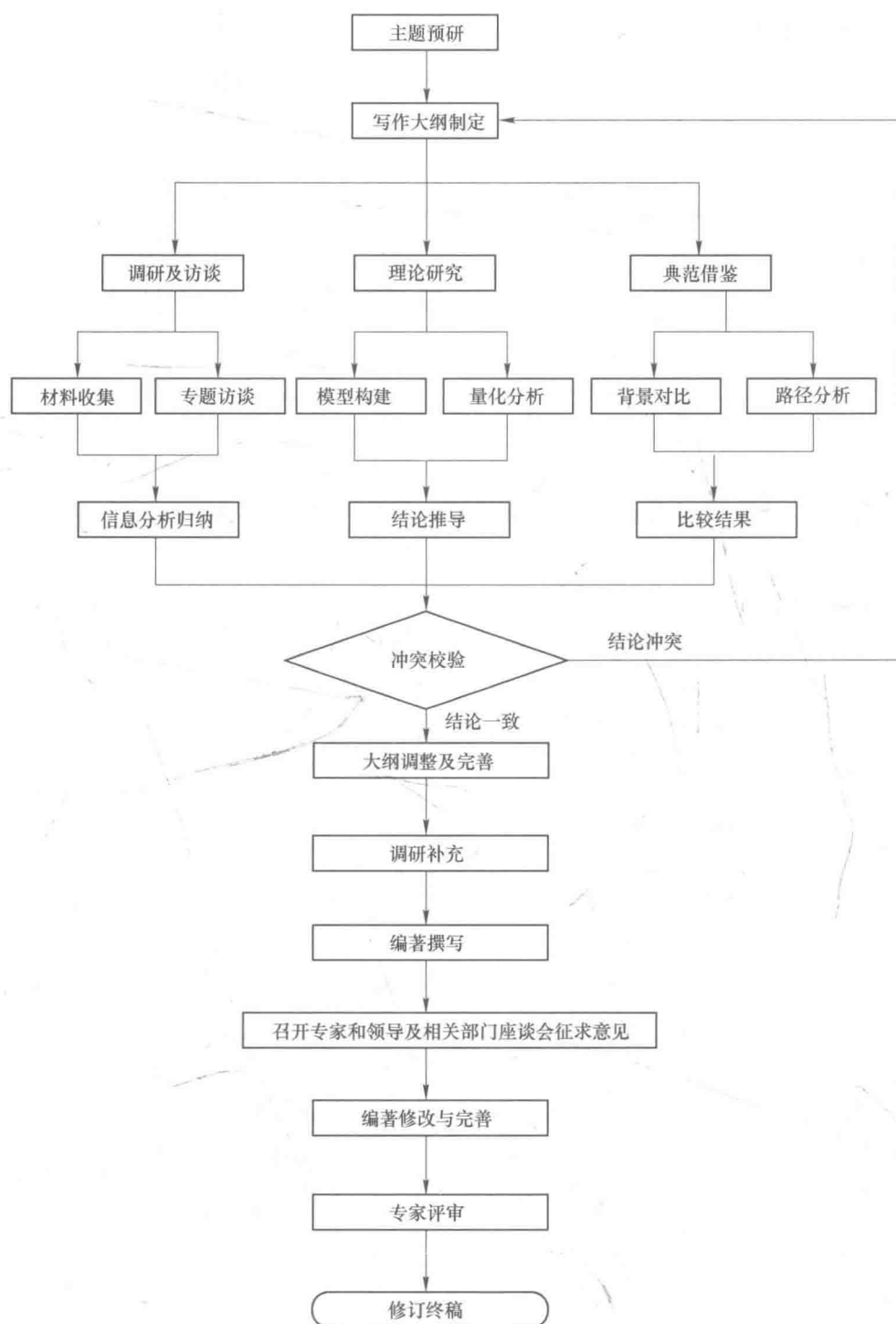


图 1-2 工作流程