

2006 年

SHANGHAI E-BUSINESS DEVELOPMENT REPORT

上海市电子商务发展报告

《上海市电子商务发展报告（2006年）》编委会

学林出版社

2006年

SHANGHAI E-BUSINESS DEVELOPMENT REPORT

上海市电子商务发展报告

《上海市电子商务发展报告（2006年）》编委会

学林出版社

图书在版编目(CIP)数据

上海市电子商务发展报告. 2006 年/《上海市电子商务发展报告(2006 年)》编委会编. —上海: 学林出版社, 2007. 6

ISBN 978—7—80730—394—7

I. 上... II. 上... III. 电子商务—研究报告—上海市—2006 IV. F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 093045 号

上海市电子商务发展报告(2006 年)



作 者——本书编委会
特约编辑——李益强
责任编辑——张建一
出 版——上海世纪出版股份有限公司
学林出版社(上海钦州南路81号3楼)
电话: 64515005 传真: 64515005
发 行——学林图书发行部(钦州南路81号1楼)
电话: 64515012 传真: 64844088
印 刷——常熟市东张印刷有限公司
开 本——787×1092 1/16
印 张——18.25
字 数——38 万
版 次——2007 年 6 月第 1 版
2007 年 6 月第 1 次印刷
书 号——ISBN 978—7—80730—394—7/F·52
定 价——46.00 元

(如发生印刷、装订质量问题,读者可向工厂调换)

《上海市电子商务发展报告(2006 年)》编委会

主 任：王 坚

副主任：陈海刚 乐影彭 张新生 杲 云 傅新华 周敏浩 张华芳
沈庭忠 秦福光

主 编：傅新华

副主编：劳帼龄 徐志祥 张 英 赵龙妹

委 员：顾国权 聂廷莲 朱维嘉 刘益平 张明辉 张舒敏 罗志伟
余爱国 章学拯 元如林 何 川 任家华 吴 耀 周志伟
罗贵华 戴培华 张志勇 凌 震 何晓鲁 薛光明 沈金龙
刘 斌 黄云飞 汤兵勇 裔 勇 孟宪煌

前 言

中国电子商务的发展在经历 2001 年的泡沫,经过第一代电子商务人的开拓与创新,在 2006 年取得前所未有的发展。电子商务已经实现了信息流,商流,资金流的流通,逐步突破了制约电子商务发展的瓶颈,电子商务更加的安全,诚信,便捷,有效。电子商务的发展实现了质的飞跃,电子商务的市场正在健康的迅猛发展。

2006 年上海市的电子商务也得到了长足的发展,其明显的特征就是电子商务在更多的行业中得到应用,在应用中充分显示了电子商务的蓬勃生机。无论是社会、机构、团体,还是企业和消费者,都已经从过去对电子商务的怀疑和观望转变到现在的认同与积极应用。在电子商务环境下,创新成了社会发展的主流,新的商务模式,新的生产方式,新的商业业态,新的生存形态正在不断地涌现。电子商务迎来了发展的最好时机。

上海市现代商务促进中心在上海市经委的领导下组织编写的《上海市电子商务发展报告(2006 年)》,是继《上海市电子商务报告(2004)》和《上海市电子商务发展报告(2005 年)》之后,对上海市电子商务在 2006 年间的发展进行的回顾和总结,相信对上海市的电子商务发展会产生积极作用。

在组织编写《上海市电子商务发展报告(2006 年)》的过程中,得到了上海市有关政府部门、有关企业、社会团体和有关专家的大力支持。在此表示衷心感谢。《上海市电子商务发展报告(2006 年)》分四个部分共二十五章。

傅新华

2007 年 5 月 10 日

目 录

前 言	傅新华 1
-----------	-------

第一部分 2006 年上海市电子商务发展概述

第一章 2006 年上海市电子商务发展概况	3
一、2006 年中国电子商务发展情况	3
二、2006 年上海市电子商务发展情况	5
三、今后 3—5 年上海市商贸流通的重点发展领域	9

第二部分 行业电子商务应用情况

第二章 上海市制造业电子商务应用情况	13
一、2006 年上海制造业电子商务应用状况	14
二、2006 年上海制造业电子商务应用新特色	14
第三章 上海市外贸行业电子商务应用情况	16
一、外贸业务监管电子化应用状况	17
二、外贸企业管理和业务处理电子化应用状况	26
第四章 上海市电子银行发展情况	33
一、上海市电子银行发展概况	33
二、上海市电子银行现状和发展趋势分析	36
三、加快上海市电子银行发展的对策	38
第五章 上海市百货零售行业电子商务应用情况	40
一、百货零售业概况	40
二、百货零售业电子商务概况	42
三、电子商务时代的上海知名百货零售企业	43

四、上海市百货零售电子商务存在的问题及对策	49
第六章 上海市汽车行业电子商务应用情况	51
一、上海汽车市场的发展概况	51
二、汽车行业电子商务发展概况	52
三、汽车电子商务(网络营销)的作用	60
四、汽车网站现存问题和发展策略	62
第七章 上海市化工行业电子商务发展情况	65
一、化工行业概况	65
二、化工行业电子商务概况	67
三、上海市化工类电子商务网站	69
四、存在的问题及对策	74
第八章 石化行业电子商务发展情况	77
一、中国石化电子商务发展的策略和总体规划	77
二、中国石化电子商务发展状况	80
三、中国石化电子商务发展的预测和展望	84
第九章 上海市钢铁行业电子商务应用情况	86
一、钢铁行业概况	86
二、钢铁行业电子商务概况	88
三、电子商务时代的上海知名钢铁企业和网站	90
四、上海市钢铁行业电子商务存在的问题与对策	99
第十章 上海医药信息系统情况	101
一、上海市医药股份有限公司简介	101
二、上海医药信息系统介绍	101
第十一章 上海市旅游电子商务应用情况	104
一、上海旅游电子商务应用发展分析	104
二、上海旅游电子商务环境分析	107
三、上海旅游电子商务应用分类	109
四、上海旅游电子商务应用效果分析	111
五、上海旅游电子商务发展策略	113
第十二章 上海市物流业的电子商务进展	116
一、上海物流的整体发展状况	116
二、信息技术在物流业应用的进展	117
三、物流业电子商务应用的进展	120
四、展望与建议	126
第十三章 上海市文化产业电子商务应用情况	128

目 录

一、上海的文化产业	128
二、电子商务与文化产业的结合	129
三、电子商务与文化产业发展	130
四、局限及进一步发展的方向	132
第十四章 上海市广告会展业电子商务应用情况	133
一、广告行业概况	133
二、新型媒体日渐崛起	134
三、中国互联网广告行业概况	135
四、上海网络广告市场概况	138
五、中国展览业的发展	141
六、电子商务与会展行业的互动	144
七、网上会展的现状	144
八、网上会展与实物会展的关系	147
九、上海会展行业电子商务网站	152
第十五章 上海市家电业电子商务应用情况	153
一、家电业概况	153
二、家电业电子商务概况	155
三、电子商务时代的上海知名家电企业	156
四、电子商务体系中家电企业的现状及对策	160
第十六章 上海市农产品电子商务应用情况	166
一、农产品行业概况	166
二、农产品电子商务发展概况	167
三、上海市农产品电子商务概况	168
四、农产品电子商务存在的问题及对策	174
第十七章 上海市建材业电子商务应用情况	177
一、建材业概况	177
二、建材业电子商务概况	179
三、电子商务时代的上海知名建材企业	180
四、建材业电子商务存在的问题与对策	186
第十八章 上海市人才市场电子商务应用情况	188
一、上海人才招聘市场的发展脉络	188
二、国内招聘网站整体发展概况	190
三、主要招聘网站服务分析	194
四、招聘网站总体问题和发展策略	198
第十九章 “在线收废”	200

一、国内外的产业现状	200
二、上海市长宁区供销合作社概况	200
三、“在线收废”的社会效益	202

第三部分 电子商务环境建设

第二十章 上海电子支付环境	205
一、银行卡支付	205
二、网上支付	208
三、电话与手机支付	209
四、数字电视支付	210
五、第三方支付平台	211
六、其他电子支付	215
第二十一章 上海市电子商务安全与诚信体系	216
一、上海电子商务安全情况	216
二、上海电子商务诚信体系情况	219
第二十二章 上海市物流配送发展现状	230
一、上海物流业发展概述	230
二、上海城市配送的基本情况	232
三、政府推进城市物流建设的情况	235
四、上海推进城市物流发展的目标与重点	236
第二十三章 与电子商务相关的法律法规与政策	238
一、自 2005 年 12 月 1 日以来出台的法规及政策	238
二、我国电子商务面临的问题的背景	241
三、改善电子商务发展环境的主要措施	243
四、电子商务立法存在的问题	243
五、电子商务政策法律发展的对策	244
六、关于诚信、支付、认证	245
七、诚信体系建设	249
第二十四章 上海市企业信息化建设状况	254
一、上海企业发展和城市信息化的基本情况	254
二、上海企业信息化建设的现状和发展趋势	255
三、上海企业信息化建设的外部环境分析	260
四、政府部门推动企业信息化建设的作用	261
五、进一步推动中小企业信息化建设的对策	263

第四部分 2006 年度现代商务专项

第二十五章 2006 年度《上海市引进技术的吸收与创新计划》

(现代商务专项)	267
一、2006 年度《上海市引进技术的吸收与创新计划》(现代商务专项)的依据	268
二、《上海市引进技术的吸收与创新计划》(现代商务专项)项目申报	268
三、《上海市引进技术的吸收与创新计划》(现代商务专项)项目的确定	269
四、入选项目简介	270

第一部分

2006 年上海市电子商务 发展概述

第一章 2006 年上海市电子商务发展概况

一、2006 年中国电子商务发展情况

21 世纪是信息化的时代,第三产业在各国的比重不断上升,特别是服务业,信息服务业成为 21 世纪的主导产业,这导致了电子商务的产生和发展,在全球信息化大势的影响下,各国的电子商务不断的改进和完善,电子商务成为各个国家和各大公司争夺的焦点。而在我国,计算机与网络技术的普及与发展,电子商务迅速崛起,众多的信息技术企业、风险投资公司、生产流通企业纷纷开展电子商务。电子商务将成为 21 世纪人类信息世界的核心,也是网络应用的发展方向,具有无法预测的增长前景。电子商务还将构筑 21 世纪新型的经济贸易框架。大力发展电子商务,对于国家以信息化带动工业化的战略,实现跨越式发展,增强国家竞争力,具有十分重要的战略意义。

我国电子商务的核心竞争力及规模实际上是由众多应用电子商务的传统企业所形成。我国有 3000 万中小企业,占企业总数的 99%,他们所创造的最终产品和服务的价值占我国 GDP 的 50.5%。在我国特有的国情下,由机械、化工、电子、食品等各类行业电子商务网站所带动和促成的企业间电子商务交易远远超过门户、游戏、搜索等网站的经营规模。由此可见,为各行业企业提供 B2B 交易服务的第三方服务平台型行业电子商务网站在我国电子商务领域中有着重要的地位及良好的发展前景。

2006 年 B2B 行业网站联盟兴起。不过这种行业网站联盟的发展效果还并不明显,许多行业网站对此保持着观望态度。B2B 行业网站发展的初级阶段是信息服务阶段,我们现在大多数的网站运营商缺乏创新的交易模式,现在中国电子商务大多数处于电子发布等的层次,没有充分发挥电子商务对优化资源配置的作用,一个很重要的原因就是缺乏创新的交易模式。实际上大多数的网站上根本没有在线交易,包括我们规模最大的阿里巴巴,也是一个入门的阶段,这就是我们中国电子商务发展的基本现状。原因就在于缺乏创新的交易模式。

2006 年的中国 B2C 市场价格战越来越激烈,新营销模式成为值得关注的热点。

B2B2C 浮出水面。所以寻找高流量和规范经营之间的平衡,是想做好商城业务的急需考虑的问题。C2B“激发”B2C 高额消费市场,即所谓消费者对企业(C2B)模式在 2006 年获得了中国市场的广泛关注,这种模式的核心是通过聚合为数庞大的用户形成一个强大的采购集团,以此来改变 B2C 模式中用户一对一出价的弱势地位,今年层出不穷的国内家居建材、家电类网站正是这种形式的代表。

“当网络作为消费渠道的观念被大多数人接受之后,一些在过去看来不太适合在网上销售的产品也开始充分利用这个渠道。可以说,消费者的需求已经开始主动地创造出了一些商机。在从传统的 B2C 以企业为中心,转向以客户为中心。”过去有人认为只有书、CD 这种廉价商品才能在网上销售,但实际上,由于消费者更主动地利用网络了解、咨询消费信息,让一些无形的服务也完全能够网销,这些服务的共同特点是都有明显的网上网下互动趋势,除了家居建材之外,教育培训课程等都已经纳入了这个范畴。“团购”只是其中的一个形式,核心在于这些 B2C 网站已经开始主动地引爆消费者的消费需求,以 C 的力量来影响 B,从而给 B2C 创造出新的盈利点。在主营产品和副线产品之间增加关联性,是 2006 年 B2C 细化营销的一个亮点。

2006 年,C2C 开始借鉴 B2C 模式中的精华。

首先,卖家成长开始趋向成熟,管理能力也逐渐增强。较早一批进入 C2C 领域的卖家逐渐成熟,销售逐步形成规模,从采购、客服、资金管理、物流都逐渐形成体系,有不少卖家已经成为专职卖家,更有一些 eBay 易趣、淘宝卖家已经雇用专职客服人员开展团队化的销售。这些卖家正从 C2C 过渡到 B2C。卖家的成长是“店中店”地位凸显的一个客观的推动因素。

其次,卖家品牌意识逐步加强。卖家的自有品牌意识正在逐步形成,越来越重视商品页模板和店铺整体效果的设计,从客户体验角度看,越发接近 B2C 的模式。另外,从客户角度来看,商品的信誉、品质、服务都越来越有保障。店中店在入住时都要跟平台签订协议,缴纳保证金承诺退货退款等服务。C2C 市场销售额持续攀升。

我国电子商务仍然面临着诸多的问题。如,电子商务的搜索功能问题、电子商务的安全性问题、电子商务管理的问题、电子商务的税务问题、电子商务的标准问题、电子商务的费用支出问题、电子商务的合同法律问题等。这些问题在今后的发展中将得到逐步的解决。

总之,随着经济全球化和信息技术与信息产业迅速发展,电子商务将成为今后信息交流的热点,成为各国争先发展,各个产业部门最为关注的领域。中国电子商务虽然还处在初始阶段,面临着体制、技术、管理等诸多问题,但是已迈出可喜的一步。我们只有具备战略性和前瞻性的眼光,适应全球经济一体化的趋势,努力发展适合我国国情的电子商务,才能立于不败之地。

二、2006 年上海市电子商务发展情况

2006 年上海市电子商务仍有较大的发展。B2B 的电子商务发展较快,钢材的电子商务占 B2B 的比重较大。企业电子商务有上升的趋势。B2C 的电子商务有较大的发展空间,本土 C2C 的电子商务在激烈的市场竞争中正经受着严峻的考验。eBay 公司在 eBay 易趣推行的模式因不适合中国国情惨遭失败的案例是电子商务业界引以为戒的教训。最新进行的 2006 年度中国网上购物调查结果显示,当前中国网上购物市场在竞争中正呈现新变化,各购物网站已形成了各自相对忠诚的消费群。在网上购物的人数方面,上海排在全国首位。易趣网在 C2C 网上购物的市场份额大幅下滑,拍拍网的市场份额不足 3%。据了解,这项调查的区域覆盖北京、上海、广州、武汉和成都五个城市,调查对象为 2006 年度有过网上购物或网上售物行为的五城市网民。调查显示,2006 年度,京、沪、穗有超过 400 万人在网上购物,其中近 290 万人在淘宝网上有过购物,90 余万人在易趣网有过购物,近 30 万人在拍拍网有过购物。在当当网有过购物的人数大致与在易趣网有过购物的人数相当,在卓越网有过购物的人数也接近 80 万人。分城市来看,2006 年网上购物消费者数量中,上海人数最多,为 176 万人,其后依次是北京、广州、成都和武汉。这从一定意义上表明上海网民对网上购物更能接受。

在 2006 年中,上海市政府按照商务部有关科技兴贸工程的安排,在上海启动了现代商务专项,目的在于进一步促进上海市电子商务的应用。有关现代商务专项的问题,请阅本书第二十五章。

(一) 电子商务交易额

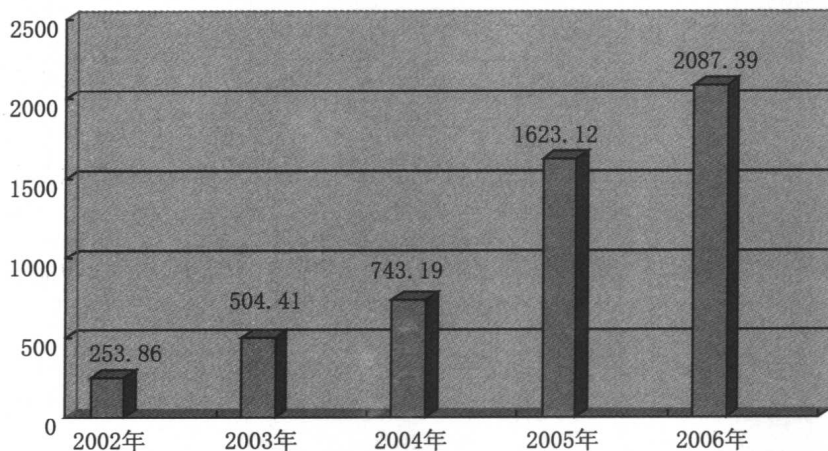


图 1-1 上海市电子商务交易额(单位:亿元)

上海市电子商务发展报告(2006 年)

上海市电子商务近年来呈快速发展态势,据统计,2002 年电子商务交易额 253.86 亿元人民币,占全市商品销售总额的 2.78%;2003 年电子商务交易额 504.41 亿元人民币,同比增长 98%,占全市商品销售总额的 4.99%;2004 年电子商务交易额 743.19 亿元人民币,同比增长 47.34%,占全市商品销售总额的 6.60%。2005 年度,本市电子商务企业共实现电子商务交易金额 16,231,162.83 万元,同比增长 118.4%,占全市商品销售总额的 12.54%。2006 年度,上海市电子商务交易额是 2087.39 亿元,同比增长 28.6%,占全市商品销售总额的 13.46%。

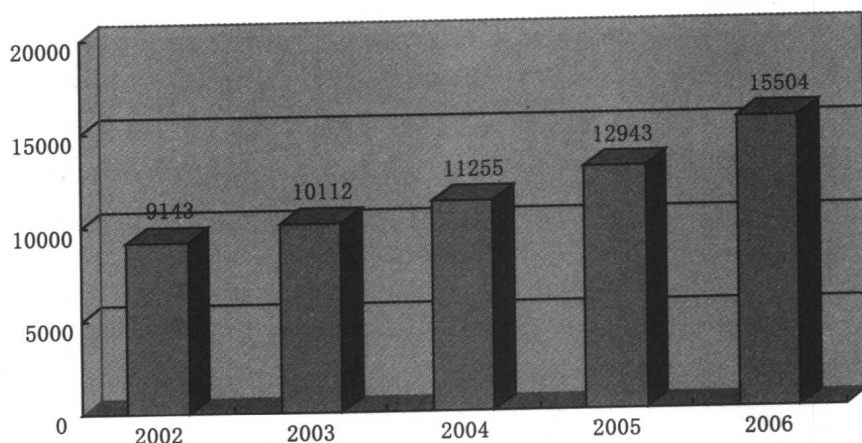


图 1-2 上海市商品销售总额(单位:亿元)

表 1-1 电子商务交易额占全市商品销售总额的比重

单位:亿元

年 份	电子商务交易额	全市商品销售总额	比 重%
2002	253.86	9143	2.78
2003	504.41	10112	4.99
2004	743.19	11255	6.60
2005	1623.12	12943	12.54
2006	2087.39	15504	13.46

从电子商务交易额占全市商品销售总额的比例逐年递升这一事实可以看到,电子商务对上海市商品销售的促进作用在逐年递升,同时也反映了一种发展趋势,就是电子商务正在越来越多地取代传统的商品销售方式。

第一章 2006 年上海市电子商务发展概况

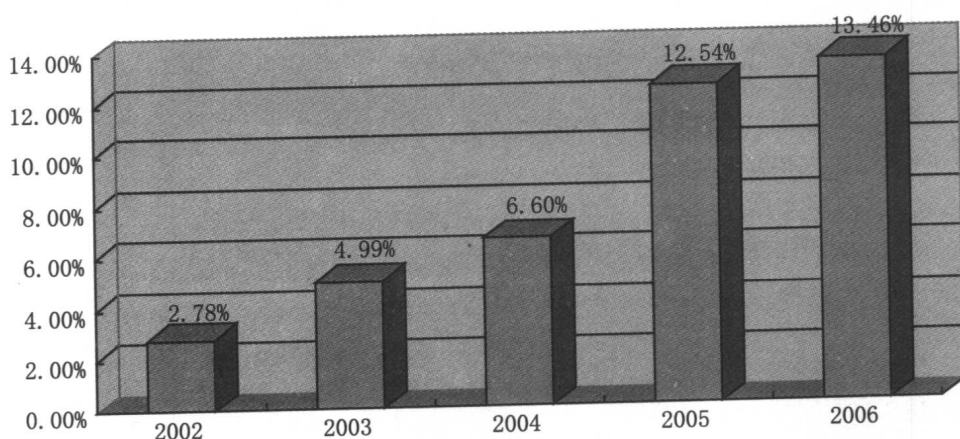


图 1-3 电子商务交易额占全市商品销售总额的比重

据统计,2006 年上海市电子商务交易额占全市 GDP 的比重达 20.27%,且呈逐年上升的趋势。(见表 1-2)

表 1-2 电子商务交易额占全市 GDP 的比重 单位:亿元

年 份	电子商务交易额	全市 GDP	比 重%
2002	253.86	5408.76	4.69
2003	504.41	6250.81	8.07
2004	743.19	8072.8	9.21
2005	1623.12	9143.95	17.75
2006	2087.39	10296.97	20.27

另外,从统计看上海市电子商务交易额约占全国电子商务交易额的五分之一,2006 年达 20.46%。(见表 1-3)

表 1-3 上海市电子商务交易额占全国电子商务交易额的比重 单位:亿元

年 份	上海电子商务交易额	全国电子商务交易额	比 重%
2002	253.86	1900	13.36
2003	504.41	2700	18.68
2004	743.19	4800	15.48
2005	1623.12	6800	23.87
2006	2087.39	10200	20.46