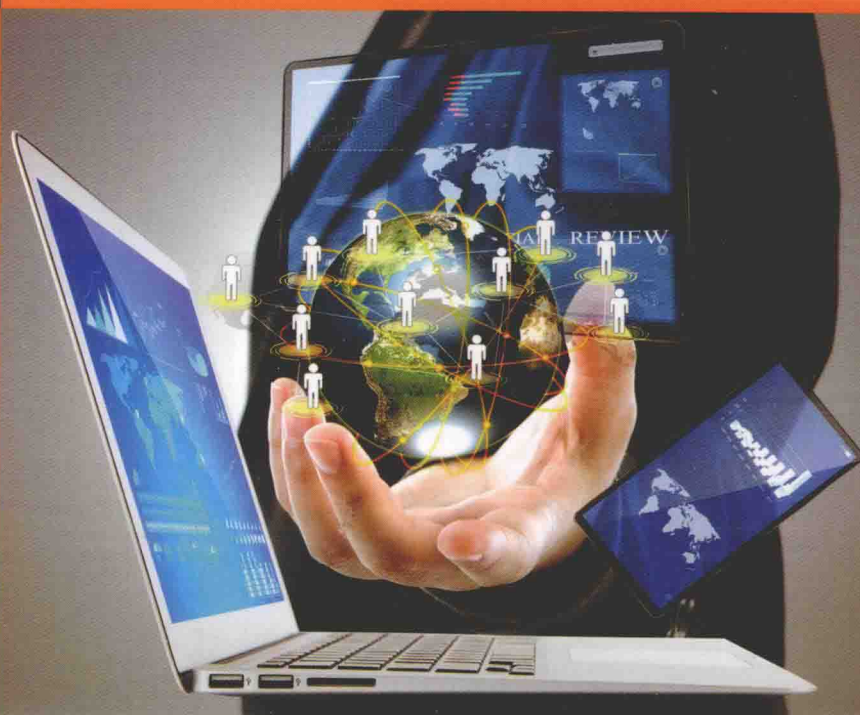


DIANZI SHANGWU REDIAN
WENTI FENXI

电子商务 热点问题分析

郝玉柱 陈 静◎主编



知识产权出版社
全国百佳图书出版单位

DIANZI SHANGWU REDIAN
WENTI FENXI

电子商务 热点问题分析

郝玉柱 陈 静◎主编



知识产权出版社
全国百佳图书出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务热点问题分析/郝玉柱, 陈静主编. —北京: 知识产权出版社, 2016. 4
ISBN 978-7-5130-4016-7

I. ①电… II. ①郝… ②陈… III. ①电子商务—研究 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 006293 号

内容提要

本书分为电子商务发展趋势、电子商务与物流、跨境电子商务、在线零售、电子商务管理及附录六个专题。

内容包括“一带一路”战略区电子商务, OTO 电子商务, 农产品电子商务, 电子商务时代的物流发展、物流信息化, 日本电子商务物流的发展经验, 云物流环境下的农物商一体化, 跨境电子商务物流, 零售企业线上线下协同经营、整合营销策略, 消费者品牌知识分享, 我国电子商务立法面临的挑战、监管体系中的公共主体作用, 网络零售市场信用、网络交易平台运营商垄断行为的政府规制等。

责任编辑: 张水华

责任出版: 刘译文

电子商务热点问题分析

郝玉柱 陈 静 主编

出版发行: 知识产权出版社 有限责任公司
社 址: 北京市海淀区西外太平庄 55 号
责编电话: 010-82000860 转 8389
发行电话: 010-82000860 转 8101/8102
印 刷: 三河市国英印务有限公司
开 本: 787mm×1092mm 1/16
版 次: 2016 年 4 月第 1 版
字 数: 320 千字
ISBN 978-7-5130-4016-7

网 址: <http://www.ipph.cn>
邮 编: 100081
责编邮箱: miss.shuihua99@163.com
发行传真: 010-82000893/82005070/82000270
经 销: 各大网上书店、新华书店及相关专业书店
印 张: 21.25
印 次: 2016 年 4 月第 1 次印刷
定 价: 49.00 元

版权专有 侵权必究

如有印装质量问题, 本社负责调换。

前 言

电子商务通常是指在开放的网络环境下,基于浏览器/服务器应用方式,买卖双方网络进行各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。近年来,电子商务在我国发展迅速,在2015年“双11”购物活动中,据数据公司“星图数据”公布的数字,“双11”当天全网交易额为1229.37亿元,较上年的805亿增长52.7%,全网包裹数达6.78亿,较上年的4.1亿增长65.7%。为了更好地推动电子商务的发展,2015年5月4日,国务院颁布了《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》,2015年8月21日商务部等19个部门出台了《关于加快发展农村电子商务的意见》。中国流通经济杂志社结合刊物特色及栏目设置,及时组织并刊登了与电子商务相关的热点问题研究稿件。应广大读者的要求,现将刊登在各期的电子商务热点问题的稿件结集出版,以飨读者。

本书的内容共分为六个专题,分别是电子商务发展趋势、电子商务与物流、跨境电子商务、在线零售、电子商务管理及附录。

在“电子商务发展趋势”研究专题中,《我国电子商务发展的特点和趋势》一文认为,我国电子商务的迅速发展带动了现代服务业快速发展和传统企业转型升级,助力企业开拓海外市场和中小企业进入大市场,促进实体经济与网络经济融合发展,在未来发展中,移动终端应用将成为电子商务市场的新领域,跨境电子商务将加快外贸发展方式转变,大数据技术将推动电子商务向精细化发展。《“一带一路”战略区电子商务新常态模式探索》一文指出,为更好地推动“一带一路”战略区电子商务实现新常态,必须积极创造条件,在明确电子商务与实体经济关系的基础上,立足“一带一路”战略区,“市场主导、政府参与”,打造由跨境电子商务平台、



专业化云物流系统、互联网金融等构件组成的电子商务新常态模式。《OTO 电子商务商业模式探析》一文认为,企业采用 O2O 模式,要精准定位,实施成本领先战略或差异化战略;设计可持续的赢利模式,扩大赢利源;平衡筹资能力、资源整合能力和技术能力,发展核心竞争力,提高自身竞争优势;注意成本和费用控制,避免一味“烧钱”,防止资金链断裂;提升企业价值,吸引多方投资,使企业发展进入良性循环。《从阿里平台看农产品电子商务发展趋势》一文,归纳总结了农产品电子商务发展出现的几个新特点:一是通过互联网用心做农业的“新农人”崛起;二是原产地农产品直销成为热点;三是越来越多的海外农产品涌进中国;四是生鲜农产品电子商务快速发展;五是非标准化农产品探索新标准;六是农产品成为县域电子商务的关键抓手,一些特点明显的县域电子商务模式不断涌现。

在“电子商务与物流”研究专题中,《电子商务时代的物流发展分析》一文认为,电子商务平台的快速拓展急需构建并完善相应的物流系统。因此,要以动态开放的理念构建匹配电子商务发展的物流系统,加强基础管理,创新管理模式;加快制定法律法规,以政策法规进行引导和约束;提高管理信息化、技术信息化和基础设施信息化水平;加大人力资本存量,提升从业人员职业素质,提高物流服务质量和配送效率。《电子商务背景下物流信息化的新趋势》一文认为,信息化物流作为一个社会物流系统,其主要输入和输出分别是物流运作信息和物流基础设施服务,电子商务背景下,当信息化遇到传统物流业时,必将推动传统物流运作朝着信息化物流方向转型,信息化物流将成为物流业特别是快递服务业发展的趋势,并深刻影响我国商业流通模式的发展。信息化物流作为一种全新的物流运作业态,将通过物流信息共享来实现对社会物流资源的整合,从而深刻影响甚至再造我国物流业,其对整个流通业运作模式的冲击在所难免。《日本电子商务物流的发展经验及对中国的启示》一文认为,中国是在电子商务发展的基础上完善和发展了物流业,而日本则在先发展了物流业和零售业后发展的电子商务,近年来随着电子商务市场规模不断扩大,日本传统物流业以及零售业的物流体制均面临着挑战,为满足电子商务高速发展的需要,中国应加快建设电子商务专用物流设施,依据电子商务物流的特点规划和建设物流设施,加强电子商务物流需求量预测,使其与实际的物流供给量相

匹配。《中国电商与快递协同发展的影响因素及未来趋势》一文认为,当前我国电商与快递协同发展趋势明显,但总体上前者还受制于后者发展;网购节日化特征、双方服务水平相对不足、行业竞争无序及利益分配机制不健全等因素制约两者协同发展;两者协同发展天然属性及两者快速发展前景为协同发展提供基础动力,政策助推、产业演化及环境助推为两者协同发展提供现实动力,前者注定两者协同发展将呈现更加紧密趋势,后者会加快这一趋势的进程。《云物流环境下的农物商一体化农产品物流模式》一文认为,在云物流环境下,“农、物、商一体化”是农产品物流的一种新模式,其提升物流效率主要从三个方面体现:通过物流公共信息平台接受客户订单,提交物流管理平台调度和指挥各类物流资源,以最快的速度交付货物;各物流企业在云物流平台上整合资源,安全快捷地完成物流配送任务;云物流通过物联网、互联网、社交平台、智能终端抓取、汇集海量物流信息和物流订单、订单全生命周期可视、业务紧密衔接且可追溯,为客户提供个性化的整体物流解决方案。

在“跨境电子商务”研究专题中,《跨境电子商务物流模式创新与发展趋势》一文认为,跨境电子商务发展迅速,但跨境物流尚未适应其发展,二者无法实现协同发展,未来跨境电子商务物流发展需要推动跨境电子商务与跨境物流的协同发展和跨境物流网络协同,采用多种跨境物流模式共用的方式,推动以第四方物流为代表的物流外包模式升级,实现跨境物流本地化运作,加强与本土物流公司合作等。《中国跨境电子商务发展现状及对策》一文,提出了我国跨境电子商务发展的具体对策,即整合第三方物流资源、适当建设海外仓储和利用海外第三方仓储解决物流问题;大力扶持第三方支付机构开展跨境支付业务,并通过第三方支付机构加强对跨境电子商务交易的监管;构建第三方信用中介体系,政府积极参与国际协商并建立争端解决机制;创新海关监管模式,探索无纸通关和无纸征税措施;做好市场调研,优化客户服务。《我国 B2C 跨境电子商务物流模式选择》一文认为,跨境物流系统建设的严重滞后以及高昂的跨境物流成本,严重阻碍了我国 B2C 跨境电子商务企业的进一步发展。因此,对政府来讲,作为跨境电子商务市场的监管者,应当在现有扶持政策基础上,进一步出台以促进 B2C 跨境电子商务便利化为重点的专项政策,减少跨境电



子商务企业不必要的制度成本；对 B2C 跨境电子商务企业来讲，应积极构建第四方物流联盟，并致力于为顾客提供定制化跨境物流服务，这将成为其核心竞争力的重要来源。《促进跨境电子商务物流发展的路径》一文认为，为更好地促进跨境电子商务的发展，必须重视跨境物流网络建设，一要加强海外仓等的建立和管理，二要加强物流监控和预测，三要采用供应链管理方式，四要针对不同国家采取不同的物流模式，五要积极争取政府政策的支持。《跨境电子商务在我国不同规模企业中的应用》一文认为，信息技术基础设施准备度、可感知的收益、可感知的外部压力以及政策法律的支持程度是影响企业采纳跨境电子商务的主要因素，企业规模起部分调节作用，相较于大型企业，中小企业中的信息技术基础设施准备度与跨境电子商务采纳度的关联更显著；政策法律的支持程度对大型企业跨境电子商务采纳度的影响比中小企业更明显。

在“在线零售”研究专题中，《零售企业线上线下协同经营机制研究》一文认为，零售企业线上线下协同包括战略协同、流程协同、营销策略协同和经营保障协同，协同程度可分为完全协同、中度协同和差异化经营。战略协同是协同的方向和起点，流程协同是战略协同实现的条件，营销策略协同是协同的具体实施，经营保障协同是企业协同战略的保障。《线上线下整合营销策略对在线零售品牌体验影响机理》一文认为，跨越顾客与企业两个层面的扎根理论研究发现，顾客对零售品牌的体验过程包括决策、交易、履行、反馈四个过程。在以上四个过程中，线上线下整合策略以顾客感知到的信息对称程度、风险和不确定性、服务效率与成本、顾客参与和控制感为中介，影响品牌体验。《物流服务质量、网络顾客满意与网络顾客忠诚》一文，基于 717 位网络消费者样本数据研究发现，物流服务质量显著增强了顾客忠诚，而网络顾客满意在其中发挥了完全中介作用；转换成本是有中介的调节变量，在物流服务质量和网络顾客满意的关系中具有显著调节作用，但在网络顾客满意与顾客忠诚的关系中调节作用不显著，这种调节作用会进一步通过网络顾客满意影响顾客忠诚。《虚拟社群中消费者品牌知识分享意愿探析》一文认为，品牌营销者应在以下方面做出努力：一要在进行社群营销时努力使品牌相关话题的讨论更多，内容更丰富，以增加消费者讨论品牌话题的兴趣，吸引更多消费者进入到品牌知识

讨论的圈子中来；二要增强与消费者的互动，提升品牌与消费者的关系质量；三要建立成员间信任关系，使知识分享更流畅。《网络口碑对体验型产品在线销量的影响》一文，通过格瓦拉网上电影评论的样本面板数据，从在线评论数量、评论分数、星级评论三个角度，对网络口碑和电影票房收入的关系进行实证分析。研究发现，第三方网站在线评论对电影票房收入有显著影响，电影网络销售商应积极在第三方网站上建立和完善消费者在线评论系统，激励消费者参与在线评论，并对负面口碑进行积极管理。

在“电子商务管理”研究专题中，《我国电子商务立法面临的挑战》一文认为，目前我国电子商务立法主要面临急进与缓进、综合与分立、电子商务与传统商务、国际接轨与中国特色、自我治理与法律治理、自下而上与自上而下等六个方面的问题，这些问题涉及不同观点之间由来已久的激烈争议，以及立法者如何在不同的观点之间加以选择或者进行平衡。《电子商务监管体系中的公共主体作用》一文认为，随着电子商务的纵深化演进，现有监管体系中的漏洞日益扩大，其根源在于监管主体经济人的身份属性，追求经济利益最大化的监管行为准则制约了电子商务发展，将公共主体如政府纳入电子商务监管体系成为占优选择。《网络零售市场信用机制优化研究》一文，采用信任传递原理改进信用计分机制，可有效改善我国网络零售商信用评价机制，降低用户虚假评价及其他蓄意破坏行为对我国网络零售市场信用系统的影响，反映店铺真实的信用度，降低买家因信息不对称和时空分隔带来的不信任，降低消费者购买的信用风险，同时为卖家提供一个公平的竞争环境，为我国网络零售市场健康发展奠定一个良好的信用基础。《网络交易平台运营商垄断行为的政府规制》一文认为，由于网络交易平台具有显著的规模经济、范围经济、网络经济效益等自然垄断特性，在平台之间的市场竞争中出现了“一枝独秀”和“赢者通吃”的市场竞争格局，有可能出现损害市场效率的垄断现象。这就需要政府通过政策或法规方式引入竞争性力量，抑制网络交易平台运营商利用垄断势力实施垄断行为的冲动，主要包括端口接入规制、业务范围规制、网络互通规制、共同投资规制四类模式。《电子商务中的消费者知情权保护探讨》一文认为，我国现行的《中华人民共和国消费者权益保护法》在应对电子商务环境中消费者知情权保护方面无法直接适用，国家应立足于



电子商务中消费者知情权保护的特点，制定更为完善的针对性法律法规，全社会也应建立强大的公众舆论力量，同时创新和完善各种在线法律程序，以满足电子商务模式下消费者对知情权益的渴求。

在“附录”中，收录了与“电子商务”联系紧密的政策——《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》《关于加快发展农村电子商务的意见》，供广大读者参考。

目 录

电子商务发展趋势

我国电子商务发展的特点和趋势	聂林海	3
“一带一路”战略区电子商务新常态模式探索	王娟娟 秦 炜	11
OTO 电子商务商业模式探析	林小兰	27
从阿里平台看农产品电子商务发展趋势	陈 亮	38

电子商务与物流

电子商务时代的物流发展分析	王娟娟	55
电子商务背景下物流信息化的新趋势	王昕天 汪向东	66
日本电子商务物流的发展经验及对中国的启示 ...	杨 洋 李晓晖	79
中国电商与快递协同发展的影响因素及未来趋势	孙学琴 王宝义	90
云物流环境下的农物商一体化农产品物流模式	丁丽芳	106

跨境电子商务

跨境电子商务物流模式创新与发展趋势	冀 芳 张夏恒	119
中国跨境电子商务发展现状及对策	孙 蕾 王 芳	131
我国 B2C 跨境电子商务物流模式选择	柯 颖	138
促进跨境电子商务物流发展的路径	李向阳	152
跨境电子商务在我国不同规模企业中的应用	谌 楠 刘 昱	162



在线零售

零售企业线上线下协同经营机制研究	张 琳	179
线上线下整合营销策略对在线零售品牌体验影响机理	刘 铁 李桂华 卢宏亮	193
物流服务质量、网络顾客满意与网络顾客忠诚	陈文沛	206
虚拟社群中消费者品牌知识分享意愿探析	管玉娟 黄光球	221
网络口碑对体验型产品在线销量的影响	杨 扬	239

电子商务管理

我国电子商务立法面临的挑战	李红升	253
电子商务监管体系中的公共主体作用	王肃元	264
网络零售市场信用机制优化研究	李敬泉	276
网络交易平台运营商垄断行为的政府规制	邱 毅	286
电子商务中的消费者知情权保护探讨	温 蕾	298

附 录

国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见	311
关于加快发展农村电子商务的意见	322

电子商务发展趋势



我国电子商务发展的特点和趋势

聂林海^①

摘 要：近年来，我国电子商务发展迅速，带动了现代服务业的快速发展和传统企业的转型升级，助力企业开拓海外市场和中小企业进入大市场，促进实体经济与网络经济融合发展。在未来发展中，移动终端应用将成为电子商务市场的新领域，跨境电子商务将加快外贸发展方式转变，大数据技术将推动电子商务向精细化发展。要努力构建有利于电子商务发展的政策环境，加快电子商务信用体系建设，引导网络零售健康快速发展，推动跨境电子商务创新应用，加强电子商务应用示范体系及农村和农产品电子商务应用体系建设，完善电子商务支撑服务体系，建立电子商务发展人才智力支持体系，广泛开展国际交流与合作。

关键词：电子商务；政策环境；信用体系；跨境

随着物联网、云计算和移动终端等新一代信息技术的飞速发展和应用的日益普及，电子商务作为一种新型商业模式，正在与实体经济加速融合，对人们的日常生产、生活和消费产生深刻影响，并且已经成为信息化、网络化、市场化、国际化条件下配置资源的重要途径，成为引领经济社会发展进步的一种重要力量。大力发展电子商务，成为世界各国、各地区提高竞争力、抢占发展先机的战略举措。

^① 作者简介：聂林海（1959—），男，湖南省衡阳市人，中华人民共和国商务部电子商务与信息化司副司长，主要研究方向为电子商务。



一、我国的电子商务发展

近年来,我国电子商务保持快速发展态势,市场规模不断扩大,网上消费群体增长迅速。2013年,我国电子商务交易总额已超过10万亿元,5年翻了两番;网络零售超过1.85万亿元,5年来年均增长率超过80%,市场规模已超过美国,成为全球最大的网络零售市场。电子商务已成为我国重要的社会经济形式和流通方式,在国民经济和社会发展中发挥着日益重要的作用。从发展情况看,主要呈现出以下几个特点。

1. 带动现代服务业快速发展

电子商务应用需求的不断扩大,促进了包括交易服务业、支撑服务业和相关衍生服务业的快速发展。目前,我国获得非金融机构第三方支付牌照的企业已超过250家。据统计,2013年我国第三方互联网支付交易额达9.22万亿元,使用网上支付的用户规模达2.6亿,在网上预订旅行的网民规模达1.8亿。据不完全统计,全国规模以上快递企业超过70%的业务量来自网络零售的配送需求。

2. 在扩大消费、促进就业方面作用明显

网络零售市场交易规模占社会消费品零售总额的比例,在2008年首次突破了1%,2013年则超过8%。2013年我国网络购物用户达3.02亿。网络零售商品种类也由图书和数码产品为主发展到实体市场存在的几乎各类商品,甚至扩大到实体市场难以实现的游戏装备等虚拟商品。据研究机构分析,在网络零售产生的交易额中,约有40%的消费是由网络渠道刺激产生的新增消费,在三、四线城市这个数字更高达57%。研究表明,2008—2012年间,网络零售创业创造了1000多万个就业岗位,2015年预计将达到3000万个就业岗位。

3. 带动传统企业加快转型升级

随着电子商务应用的普及,电子商务企业与传统企业由竞争向融合发展的方向转变。众多知名传统零售企业积极应用电子商务加快转型升级,在协同线上线下资源、拓展营销渠道、增强用户体验、提升供应链效率等方面取得了良好效果。大型传统制造业企业普遍应用电子商务网上采购,更直接地面向市场组织生产,降低了企业运营成本。同时,电子商务推动

传统农业转型升级。由于电子商务对上线交易的产品有规模、品质、标准等多方面的要求，这将引导传统农业在种养、运输、加工、销售等环节进行变革，从而有效缓解供需信息不对称、价格波动大等一系列农业发展的“老大难”问题。

4. 助力中小企业进入大市场

电子商务为中小企业发展创造了更多的贸易机会和发展空间，特别是通过第三方电子商务平台，中小企业可以更加便捷地进入国内外市场，获得与大企业同样的市场竞争机会。据调查，2013 年开展在线销售的小微企业比例为 23.5%，开展在线采购的比例为 26.8%。研究表明，中小企业在第三方平台上跨省域销售的商品约占 80%，这在传统市场体系下是不可能实现的。同时，电子商务的迅速传播性和良好互动性，使得中小企业得以迅速成长为业内有影响力的企业，如凡客诚品（VANCL）、小米公司等。

5. 助力企业开拓海外市场

电子商务借助互联网技术突破了时空限制，减少了中间环节，降低交易成本、提高流通效率，能够有力促进现代流通体系的形成。电子商务拓宽了买卖双方的市场空间，让国内的生产、流通企业可以直接面向国际市场，有效建立和拓展国际营销网络，促进国际国内要素自由流动，提高资源配置效率。跨境电子商务是目前发展的一个热点，已成为我国加快转变外贸发展方式的新手段。据统计，我国 80% 以上的外贸企业已经开始应用电子商务开拓海外市场。

6. 新一代互联网技术在电子商务中得到广泛应用

无线互联网功能的不断优化，提升了用户体验，大批优秀电子商务平台的服务功能完成了向移动终端的移植。移动终端应用在用户规模和信息交互维度、实时性、实地性、多样性等方面的优势得到了较好的发挥。云计算技术被大型电子商务平台普遍应用，为单日内数十亿级别各类业务处理和数百亿级别的查询访问提供了良好的支撑。二维码技术在电子商务推广中得到普遍应用。

二、我国电子商务发展趋势

互联网和信息技术的广泛应用，将商品交易市场演变为实体市场和互



联网虚拟市场,以网络交易为主体的电子商务使互联网虚拟市场得到快速发展。互联网市场与实体市场协同融合发展将是大势所趋,也是世界经济发展的必然走向。

1. 电子商务促进实体经济与网络经济融合发展

电子商务对流通业的影响,不仅表现为交易方式的改变,更重要的是它带来了流通业内部作业流程和经营管理方式的一系列深刻变革。电子商务大大提高了流通行业的技术和资本构成,使之从“劳动密集型”向“技术密集型”转变。大批传统零售企业和品牌制造企业已通过第三方平台或自建平台开展电子商务服务;同时,纯电商企业也日益重视物流配送等网下业务,积极开展线下服务。未来,线上和线下将进一步融合,“线上营销、线下成交”,或“线下体验、线上购买”等服务和交易模式都将逐步成熟。电子商务与传统产业密切结合的全新商业模式正在加速形成。

2. 移动终端应用将成为电子商务市场新领域

移动终端在互联网应用中快速普及,为电子商务的创新发展奠定了基础。移动终端凭借其及时性和便携性,成为网民获取信息的重要通道。其地理位置服务、微信、二维码等应用,为新的商业模式提供了发展机遇;其媒体属性和个性化服务,为移动终端营销提供了广阔空间。随着4G应用的发展,移动终端应用将成为电商企业角逐的新战场。

3. 跨境电子商务将加快外贸发展方式转变

电子商务借助互联网技术突破了时空限制,将促进国际国内要素自由、有序流动,加快市场深度融合。跨境电子商务具有开放性、全球化、低成本、高效率等特点,成为推动经济一体化、贸易全球化的重要手段。跨境电子商务不仅冲破了国家之间的障碍,使国际贸易走向无国界贸易,同时也正在引起世界经济发展方式的巨大变革。跨境电子商务构建的开放、多维、立体的多边经贸合作模式,将极大地拓宽进入国际市场的通道,大大促进多边资源的优化配置与企业间的互利共赢。

4. 大数据技术将推动电子商务向精细化发展

大数据技术为精准营销、个性化服务及管理决策打下坚实基础。依托大数据分析,电子商务企业可以从规模庞杂的用户数据中挖掘出具有市场开发价值的营销数据,更准确地判断消费者需求,更准确地锁定目标受