



“十三五”普通高等教育本科规划教材

电子商务与快递物流综合信息技术实训系列教材

电子商务与快递物流

杨萌柯 周晓光 编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



“十三五”普通高等教育本科规划教材
电子商务与快递物流综合信息技术实训系列教材

F713.305.1
5

电子商务与快递物流

杨萌柯 周晓光 编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书包括概述篇、理论篇和应用篇三大部分，共 13 章。概述篇阐述了电子商务与快递物流的基本概念和特点；理论篇阐述了电子商务物流管理基础、电子商务物流基本功能和电子商务与快递物流的作业流程；应用篇阐述了电子商务运营与网站建设推广、电子商务物流配送与配送中心、仓储管理与库存控制、装卸与运输管理、电子商务与快递物流信息技术、电子商务与快递物流信息系统、智能物流终端快递柜和电子商务与快递物流的发展趋势等内容。

本书可作为物流管理、物流工程、电子商务等相关专业的教学用书，也可作为电子商务和快递公司的员工培训资料。

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务与快递物流 / 杨萌柯，周晓光编著. —北京：北京大学出版社，2018.1

(电子商务与快递物流综合信息技术实训系列教材)

ISBN 978-7-301-28980-8

I. ①电… II. ①杨…②周… III. ①电子商务—物流管理—高等学校—教材 IV. ①F713.365.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 304674 号

书 名	电子商务与快递物流 DIANZI SHANGWU YU KUAIDI WULIU
著作责任者	杨萌柯 周晓光 编著
策划编辑	刘 丽
责任编辑	李瑞芳
数字编辑	陈颖颖
标准书号	ISBN 978-7-301-28980-8
出版发行	北京大学出版社
地 址	北京市海淀区成府路 205 号 100871
网 址	http://www.pup.cn 新浪微博：@ 北京大学出版社
电子信箱	pup_6@163.com
电 话	邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667
印 刷 者	滦县鑫华书刊印刷厂
经 销 者	新华书店
	787 毫米 × 1092 毫米 16 开本 20.25 印张 474 千字
	2018 年 1 月第 1 版 2018 年 1 月第 1 次印刷
定 价	49.00 元

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

举报电话：010-62752024 电子信箱：fd@pup.pku.edu.cn

图书如有印装质量问题，请与出版部联系，电话：010-62756370

随着国民经济的飞速发展及移动互联网的迅速普及,电子商务逐渐成为经济增长的新亮点并将推动快递业的持续发展。2015年,我国快递业务量完成206.7亿件,同比增长48%,稳居世界第一;快递业务收入完成2760亿元,同比增长35%。“十二五”期间,全国快递服务企业的业务量持续快速增长,市场规模从2011年的36.7亿件增长到2015年的206.7亿件,年均增长率超过50%。国家邮政局局长马军胜表示,到2020年,我国年快递业务量将达到500亿件,年快递业务收入将达到8000亿元。人们快速变化的电子商务消费需求推动着快递业的高速发展,电子商务与快递物流协同发展的重要性日益凸显。

2015年全国人大三次会议上,国务院总理李克强在政府工作报告中首次提出“互联网+”行动计划,“推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合,促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展”。所谓“互联网+”是指传统产业经过互联网改造后的在线化、数据化、信息化。

“互联网+物流”从技术、设备、商业模式等诸多方面改变了传统物流业的运作方式和效率水平,促进了物流业的飞速发展,同时也对互联网物流人才提出了新的要求。新型互联网物流信息技术人才,是指把电子商务应用和快递物流各环节相结合,既熟悉电子商务与快递物流的理论知识,又通晓现代电子商务与快递物流信息技术;既掌握电子商务网站构建、维护、管理的相关知识和技能,又具备电子商务与快递物流系统的分析、设计、实现、评价技能的综合应用型人才。

然而,目前高等院校在电子商务与快递物流相关人才的教学培养上,存在创新创业教育理念滞后,与专业教育结合不紧,与实践脱节;教学方式方法单一,针对性实效性不强;教学内容较陈旧,市场适用性不足;实践平台短缺,创新创业教育体系亟待健全等问题。

因此,新型电子商务物流人才的培养,亟须改革物流专业现有课程体系设计,探索校企协同合作培养机制,强化电子商务物流实践教学环节,强调专业教学与实训操作相结合,培养学生的实践能力和创新能力,以满足未来电子商务、快递物流公司的人才需求。

本书根据目前各高校、企业、培训机构对电子商务、物流及相关专业的需要,有针对性地设置教学内容,包括概述篇、理论篇和应用篇。概述篇介绍了电子商务与快递物流的基本概念、关系和发展趋势;理论篇阐述了电子商务物流的基本模式、基本功能和作业流



程；应用篇阐述了电子商务网站运营和网站建设推广、配送中心的规划设计、物流信息系统的设计与维护等内容。

本书以注重案例分析和实践应用为原则，根据课程教学的实际需要，结合大量的国内外电子商务快递物流相关研究成果和知名企业电商物流运作的实际案例，对电子商务与快递物流基础理论进行了比较详细的说明，既与实际应用密切结合，又突出实践技能，具有较强的实用价值。

通过对本书的学习，读者可以了解电子商务与快递物流的基本理论，掌握电子商务环境下快递物流的业务流程，熟悉电子商务物流运作的基本模式和技术手段，进而适应现今社会对新型电子商务物流人才的需求。

本书是电子商务与快递物流综合实训系列教材，根据北京邮电大学和中科富创(北京)科技有限公司联合成立的电子商务与物流协同发展研究院的研发成果编写而成，亦得益于张琦、邓庆元、周红艳、王海霞、杨宁、潘彦、孙琼、于清、郑磊、刘刚等团队成员的努力和贡献，在此对他们的付出表示感谢。

由于编者水平有限，加之时间仓促，书中难免会有不完善和谬误之处，敬请读者批评指正。

编 者

2017年7月



【资源索引】

目 录

C O N T E N T S

概 述 篇

第1章 电子商务与快递物流概述	1
1.1 电子商务与快递物流的基本概念	2
1.1.1 电子商务	2
1.1.2 快递物流	11
1.1.3 快递服务与物流服务的区别	19
1.2 电子商务与快递物流的关系	20
1.3 快递物流的发展	22
1.3.1 中国快递市场概况	22
1.3.2 国际快递巨头概况	27
1.3.3 快递服务业的特征	31
本章小结	33
习题	34

理 论 篇

第2章 电子商务物流管理基础	38
2.1 电子商务物流管理概述	40
2.1.1 电子商务物流管理的含义及特点	40
2.1.2 电子商务物流管理的职能	42
2.2 电子商务物流模式	43
2.2.1 自营物流	43
2.2.2 第三方物流	45
2.2.3 物流联盟	50
2.2.4 第四方物流	54
2.2.5 物流一体化	57
2.2.6 电子商务逆向物流	59
本章小结	64
习题	64
第3章 电子商务物流的基本功能	68
3.1 包装	70



3.1.1	包装概述	70
3.1.2	包装的操作技法	72
3.1.3	包装的合理化	75
3.1.4	包装的现代化趋势	76
3.2	装卸搬运	80
3.2.1	装卸搬运概述	80
3.2.2	装卸搬运的合理化	81
3.3	流通加工	82
3.3.1	流通加工概述	82
3.3.2	流通加工的方式与合理化	84
3.4	运输	87
3.4.1	运输的概念	88
3.4.2	运输的地位	88
3.4.3	运输的分类	89
3.4.4	运输方式	90
3.5	仓储	92
3.5.1	仓储的概念和现状	92
3.5.2	仓储活动的性质	93
3.5.3	仓储的基本功能	94
3.5.4	仓储在物流中的作用	96
3.6	配送	98
3.6.1	配送的含义和特征	98
3.6.2	配送与运输及送货的关系	99
3.6.3	配送在生产流通中的作用	101
	本章小结	103
	习题	104
第4章	电子商务与快递物流的作业流程	108
4.1	作业流程概述	109
4.2	作业流程的内容	111
4.2.1	订单处理流程	112
4.2.2	运输作业流程	114
4.2.3	配送作业流程	115
4.2.4	退货处理流程	117
	本章小结	119
	习题	119
应 用 篇		
第5章	电子商务运营与网站建设推广	123
5.1	电子商务运营概述	126
5.1.1	电子商务运营的概念	126

5.1.2	电子商务运营注意事项	127
5.1.3	电子商务运营内容	127
5.1.4	电子商务的运营模式	128
5.1.5	电子商务网站运营	135
5.1.6	电子商务网站的功能及分类	136
5.2	电子商务网站的建设规划	139
5.2.1	电子商务网站的定位与策划	139
5.2.2	电子商务网站的规划设计	143
5.2.3	电子商务网站的构建与设计	145
5.3	电子商务网站的运营及推广	149
5.3.1	电子商务网站的运营管理	149
5.3.2	电子商务网站的推广营销	151
	本章小结	156
	习题	157
第6章	电子商务物流配送与配送中心	161
6.1	配送	162
6.1.1	配送的概念	162
6.1.2	配送的分类	162
6.1.3	电子商务下的快递物流配送特征	165
6.2	配送中心	168
6.2.1	配送中心的概念、分类	168
6.2.2	配送中心的功能	169
6.2.3	配送中心的规划设计	171
6.2.4	配送中心的基本作业流程	175
6.3	“最后一公里”配送	178
6.3.1	“最后一公里”配送概述	178
6.3.2	“最后一公里”配送现状	178
	本章小结	181
	习题	182
第7章	快递物流仓储管理与库存控制	187
7.1	仓储管理概述	188
7.1.1	仓储管理的基本概念	188
7.1.2	仓储管理的作用	189
7.2	库存管理与控制	190
7.2.1	库存的定义和分类	190
7.2.2	库存的作用	191
7.2.3	库存管理与控制的含义	192
7.2.4	库存控制方法	193
	本章小结	198
	习题	198



第8章 快递物流装卸与运输管理	203
8.1 装卸搬运管理	204
8.1.1 装卸搬运的概念	204
8.1.2 装卸搬运的地位	205
8.1.3 装卸的分类和原则	205
8.1.4 装卸搬运设备的选择原则	207
8.1.5 装卸搬运合理化	209
8.2 运输管理	212
8.2.1 运输管理概述	212
8.2.2 运输方式	214
8.2.3 第三方物流运输管理的合理化	215
本章小结	216
习题	217
第9章 电子商务与快递物流信息技术	221
9.1 物流信息技术概述	222
9.1.1 物流信息的概念和分类	222
9.1.2 物流信息技术的作用	223
9.2 信息识别技术	224
9.2.1 RFID技术	224
9.2.2 条形码技术	226
9.2.3 二维码技术	231
9.2.4 磁卡技术	234
9.2.5 硬币识别技术	235
9.2.6 POS技术	236
9.2.7 指纹技术	239
9.3 通信技术	241
9.3.1 无线WiFi技术	241
9.3.2 蓝牙技术	243
9.4 自动跟踪技术	245
9.4.1 全球卫星定位系统	245
9.4.2 地理信息系统	247
本章小结	248
习题	249
第10章 电子商务与快递物流信息系统	251
10.1 电子商务与快递物流信息系统概述	252
10.1.1 电子商务与快递物流信息系统的功能	253
10.1.2 电子商务与快递物流信息系统的构成	254
10.2 电子商务与快递物流信息系统的设计	257
10.3 物流管理信息系统的实施与评价	258

10.3.1 物流信息系统的实施	258
10.3.2 物流信息系统的评价	264
本章小结	266
习题	267
 第 11 章 智能物流终端快递柜	270
11.1 智能快递柜概述	271
11.2 智能快递柜的发展历程	273
11.2.1 国外智能快递柜的发展	273
11.2.2 国内智能快递柜的发展	275
11.3 智能快递柜系统框架	282
本章小结	284
习题	285
 第 12 章 电子商务与快递物流的发展趋势	287
12.1 物流网络化运营	288
12.2 增值服务柔性化	289
12.3 物流过程精益化	290
12.4 物流社会化	292
12.5 物流国际化	293
12.6 物流标准化	295
12.7 物流绿色化	297
12.8 物流智能化	298
本章小结	300
习题	300
 第 13 章 电子商务与快递物流综合实训方案	303
13.1 实训目标	304
13.2 实训方案	305
13.3 实训内容	306
本章小结	310
 附录 本书主要专业术语	311
参考文献	315

概述篇

第 1 章

电子商务与快递物流概述

【学习目标】

- (1) 了解电子商务的发展历程、基本概念和分类。
- (2) 掌握快递和物流的概念、分类和特征。
- (3) 理解电子商务与快递物流的关系。
- (4) 了解国内外快递物流的发展情况。

【学习重点】

- (1) 电子商务、快递物流的基本概念、分类和特征。
- (2) 快递物流的发展情况。

【学习难点】

- (1) 电子商务的分类。
- (2) 快递物流的发展情况。



导入案例

顺丰强攻电商物流，快递公司备战“双11”系

2015年上半年，顺丰集团总裁王卫的一份内部讲话透露出顺丰“五大事业群”的内部重构事宜，这在业内引起了轩然大波。

2015年9月22日，顺丰“五大事业群”中曝光度最低的“顺丰集团仓配物流事业群”（以下简称顺丰仓配）在2015电商物流高峰论坛上亮相，顺丰仓配全系产品随之揭开面纱，其涵盖电商专配、云仓产品和增值服务三大板块。

在2015年“双11”大战前夕，顺丰还发布了2015年电商高峰应急预案。至此，包括通达系（申通、圆通、中通、韵达）在内的国内主要快递公司已全部宣布启动备战模式。业内人士评价，顺丰仓配此番集体亮相“蓄谋已久”，大有借道“双11”强攻电商物流市场的势头。随着以顺丰为代表的“仓网时代”的推动，电商物流正跑步进入2.0时代。《每日经济新闻》记者了解到，重点区别于通达系，顺丰2015年的应急预案力推“仓配全国一口价”“仓储预售”“备货融资零利率”和“买卖保”四大高峰产品。顺丰内部人士接受记者采访时表示，海量备货、资金吃紧、发货困难、蜗牛时效、遗失破损等物流供应链痛点已成为电商们在大促期间必须面对的首要问题。在“互联网+”时代，电商的经营模式正在不断发生变化，与之相对应的电商物流服务也必须随之而变。

（资料来源：<http://www.nbd.com.cn/articles/2015-09-23/948387.html>。）

为何快递与电商有着如此紧密的联系，它们之间到底有什么关系？本章将阐述电子商务的基本概念、类型和快递物流的基本知识和发展情况等。

1.1 电子商务与快递物流的基本概念

1.1.1 电子商务

1. 电子商务概述

1) 电子商务的定义

目前学术界对于电子商务还没有统一的定义，通常可以从狭义和广义两个角度对其进行理解。

狭义的电子商务也称电子贸易（E-commerce）、电子化商务系统，仅仅将互联网上进行的商业活动归属于电子商务。

广义的电子商务（E-business）也可称为商务电子化，是指利用包括互联网、内联网、LAN等各种不同形式的网络在内的一切计算机网络进行的各种商务活动。这些商务活动不局限于企业之间，还包括企业内部、个人与企业之间。



资料卡

电子商务

电子商务是以信息技术为手段,以商品交换为中心的商务活动;也可理解为在互联网(Internet)、企业内部网(Intranet)和增值网(Value Added Network, VAN)上以电子交易方式进行交易和相关服务的活动,是传统商业活动各环节的电子化、网络化、信息化。

2) 电子商务的特点

电子商务是互联网爆炸式发展的直接产物,是网络技术应用的全新发展方向。互联网本身所具有的开放性、全球性、低成本、高效率等特点,也成为电子商务的内在特征,并使得电子商务大大超越了作为一种新的贸易形式所具有的价值,它不仅会改变企业本身的生产、经营、管理活动,而且会影响到整个社会的经济运行与结构。电子商务主要具有以下几个特点。

(1) 信息技术的支撑使得电子商务将传统的商务流程电子化、数字化。一方面,电子商务以电子流代替了实物流,可以大量减少人力、物力,降低成本;另一方面,电子商务突破了时间和空间的限制,使得交易活动可以在任何时间、任何地点进行,从而大大提高了效率。

(2) 网络的支撑使得电子商务具有开放性和全球性的特点,为企业创造了更多的贸易机会。

(3) 电子商务使所有的企业都可以以相近的成本进入全球电子化市场,使得中小企业有可能拥有和大企业一样的信息资源,提高了中小企业的竞争能力。

(4) 电子商务重新定义了传统的物流模式,减少了中间环节,使生产者和消费者的直接交易成为可能,从而在一定程度上改变了整个社会经济运行的方式。

(5) 电子商务一方面突破了时空的壁垒,另一方面又提供了丰富的信息资源,为各种社会经济要素的重新组合提供了更多的可能,从而影响到社会的经济布局 and 结构。

3) 电子商务的作用

要实现完整的电子商务还会涉及很多方面,除了买家、卖家外,还需要金融机构、政府机构、认证机构、配送中心等。由于参与电子商务的各方在物理上是互不谋面的,因此整个电子商务过程并不是物理世界商务活动的翻版,网上银行、在线电子支付等条件和数据加密、电子签名等技术在电子商务中发挥着不可或缺的作用。因此,电子商务的作用通常可以分为直接作用和间接作用两个方面。

(1) 电子商务的直接作用:①降低商务成本,尤其能节约商务沟通和非实物交易的成本。②提高商务效率,尤其能提高地域广阔但交易规则相同的商务效率。③有利于进行商务(经济)宏观调控、中观调节和微观调整。电子商务可以将政府、市场和企业乃至个人连接起来,将“看得见的手”和“看不见的手”连接起来,既可克服“政府失灵”,又可克服“市场失灵”;既为政府服务,又为企业和个人服务。



(2) 电子商务的间接作用：①促进整个国民经济和世界经济高效化、节约化和协调化；②带动一大批新兴产业的发展，如信息产业、知识产业和教育事业等；③促使物尽其用、保护环境，有利于人类社会可持续发展。

此外，随着电子商务规模的不断扩大，各地政府大力推进电子商务发展。电子商务对于快递等上下游行业都有很强的带动作用，由此衍生出来的就业机会大幅增加，如随之而来的客服、配送、技术等工作岗位。随着我国大量的中小企业将深度应用电子商务、电子商务服务商规模的扩大以及电子商务创业热潮的兴起，都将带动更多的电子商务直接从业人员和间接就业人员。2010—2016 年中国电子商务服务企业带动从业人员的规模如图 1.1 所示。

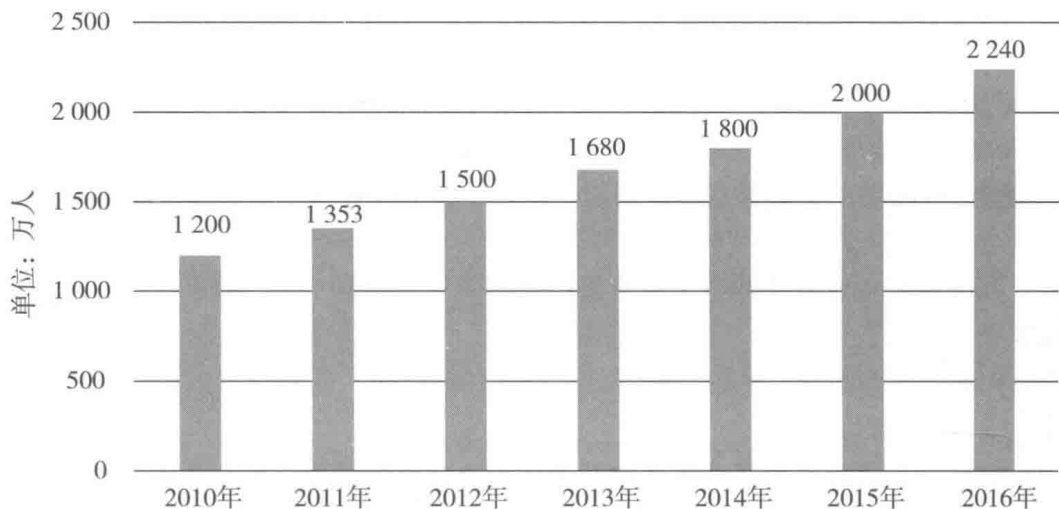


图 1.1 2010—2016 年中国电子商务服务企业带动从业人员的规模^①

2. 国内外电子商务的发展趋势

电子商务是 20 世纪 90 年代中期伴随着网络经济的兴起，在世界经济生活中出现的应用技术革命。面对经济全球化的发展趋势，电子商务将成为 21 世纪商务和贸易活动的重要形态，以及企业竞争的主要手段。互联网和电子商务的兴起，将对整个社会经济生活产生了巨大影响，电子商务作为商贸经济活动的一个平台，引发了一场信息技术对传统商务活动的革命。

1) 国外电子商务发展现状

欧盟(European Union, EU)于 2000 年推出了“电子欧洲行动计划”；美国提出了改善电子交易措施的指引计划；经济合作与发展组织(Organization for Economic Co-operation and Development, OECD)建议设立观察指标来反映电子商务的发展趋势；亚太经济合作组织(Asia-Pacific Economic Cooperation, APEC)在 2000 年文莱会议上也提出了类似计划，并成立了 E-APEC 工作组。2001 年，APEC 上海会议在文莱会议的成果基础上进一步提出了《E-APEC 战略》行动方案。2002 年的墨西哥会议提出可持续经济增长应与发展数字经济相结合，并通过了《贸易和数码经济协定》。2002 年 11 月，由联合国贸发会议和联

^① 数据来源：《2015 年度中国电子商务市场数据监测报告》。

联合国亚太经社委员会在曼谷联合召开的亚太国际会议的主题就定位于“E - Commerce Strategies for Development”(电子商务发展策略);大会宣言特别指出:政府和商业机构包括私人商业机构都应成为推动和应用电子商务发展的伙伴。

联合国贸易法委员会(UNCITRAL)1996年通过了《电子商务示范法》,2001年通过了《电子签名示范法》、2005年通过了《电子合同公约》、2016年通过了《关于网上争议解决的技术指引》。目前正在制定《电子可转让记录示范法》。世界贸易组织(WTO)成员自1998年开始讨论电子传输及数字化产品的世贸规则如何适用等问题,目前就通过电子方式传输临时性免征关税达成一致。经济合作与发展组织(OECD)1998年发布《关于电子商务中消费者保护指南》《电子商务税收政策框架条件》。亚太经合组织(APEC)1998年发布《APEC电子商务行动蓝图》,并设立电子商务工作指导组,其成员经济体于2004年签署《APEC隐私保护框架》。

目前已有30多个国家和地区制定了电子商务相关法律法规,从信息安全、知识产权、隐私保护等方面保障企业和消费者权益,防范和打击不法行为。美国制定了《互联网税收不歧视法案》《网络安全法案》。加拿大制定了《反网络诈骗法》。欧盟制定了《电子商务指令》《电子通信领域个人数据处理和隐私保护指令》《消费者纠纷网上解决机制条例》《一般数据保护条例》。英国制定了《电子商务条例》。

美国参议院于2013年、2015年先后两次通过《市场公平法案》,试图将电子商务税收从个别征收扩展至普遍要求。日本在内阁设立IT(信息技术)推进战略本部,负责制订实施有关IT促进计划。欧盟制定《单一数字市场战略规划》。英国、法国、德国等也加强信息基础设施建设,积极创造电子商务发展的基础环境。

可见,发展电子商务已成为国际社会的共识。

纵观当今全球电子商务市场,各地区发展并不平衡,呈现出美国、欧盟、亚洲“三足鼎立”的局面。

美国是世界上最早发展电子商务的国家,同时也是电子商务发展最为成熟的国家,一直引领着全球电子商务的发展,是全球电子商务的成熟发达地区。欧盟电子商务的发展较美国晚,但发展速度快,成为全球电子商务较为领先的地区。亚洲作为电子商务发展的新秀,市场潜力较大,是全球电子商务的持续发展地区。

欧美国家电子商务飞速发展有以下因素。

(1)欧美国家拥有计算机的家庭、企业众多,网民人数占其总人口的2/3以上,尤其是青少年,几乎都是网民,优越的经济条件和庞大的网民群体为电子商务的发展创造了一个良好的环境。

(2)欧美国家普遍实行信用卡消费制度,信用保证业务已开展有80多年的时间,这建立了一套完善的信用保障体系,同时很好地解决了电子商务网上支付的问题。在西方发达国家,市场经济可以说就是信用经济,信用文化十分发达,讲究信用蔚然成风,信用渗透到社会经济生活的方方面面。西方人普遍将信用看作自己的第二生命,在网上购物时,他们会在点击物品时直接输入密码,将信用卡中的电子货币划拨到网站上,商务网站在确认货款到账后,会立即组织送货上门。



(3) 欧美国家的物流配送体系相当完善、正规,尤其是近年来大型第三方物流公司的出现,使得不同地区的众多网民,基本上都能在点击购物的当日或次日就可收到自己所需的产品。这要得益于欧美国家近百年的仓储运输体系的发展史。以美国为例,第二次世界大战后,许多企业将军队后勤保障体系的运作模式有效地加以改造并运用到物资流通领域中来,逐渐在全国各地设立了物流配送网络。有了这样庞大、完善的物流配送体系,在电子商务时代到来后,美国只需将各个配送点用计算机连接起来,即完成了传统配送向电子商务时代配送的过渡,电子商务活动中最重要、最复杂的环节——物流配送问题就这样轻而易举地解决了。

2) 国内电子商务发展现状

20 世纪 90 年代初,电子商务概念开始在我国传播,1998 年 3 月我国第一笔互联网网上交易成功,此后中国电子商务迅猛发展。

中国电子商务研究中心发布的《2016 年度中国电子商务市场数据监测报告》数据显示:2016 年,中国电子商务交易额达 22.97 万亿元,同比增长 25.5%。其中,B2B 电商交易额 16.7 万亿元,同比增长 20.14%。网络零售市场规模 5.3 万亿元,同比增长 39.1%。2010—2016 年中国电子商务的交易规模如图 1.2 所示。

单位:万亿元

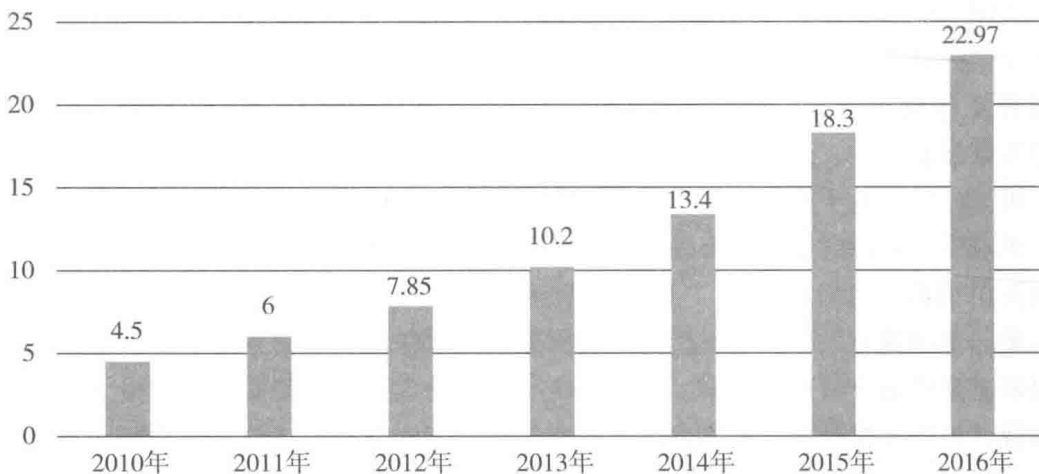


图 1.2 2010—2016 年中国电子商务的交易规模^①

我国电子商务发展的趋势呈现良好态势。

(1) 发展电子商务的环境持续改善。在网络基础建设方面,随着计算机的普及和互联网技术的发展,我国加大了对网络平台以及网络带宽的投入,为电子商务的发展提供了基本保障。

在法律援助方面,国家已经出台和即将出台的有关电子商务的政策、法规,为电子商务的发展提供了法律保障。

在信息安全方面,我国政府非常重视有关电子商务应用与发展中的安全问题,相继成

^① 数据来源:《2015 年度中国电子商务市场数据监测报告》。

立了多个相关行业认证中心,安全标准、电子签名、密码系统等相关核心技术的开发也得到了更多的重视。

(2) 电子商务成为经济增长的新引擎。电子商务已经成为经济增长的新引擎,网络购物成为消费增长的新力量。2015 年我国网络购物同比增长 33.3%, 高于同期社会消费品零售总额 21%, 占社会消费品零售总额达到 10.8%, 连续第三年成为全球网络最大市场。2015 年全国电子商务园区数量已经超过 500 个, 全国电子商务仓储面积超过 1 亿平方米, 多个创业热点频发, 线上线下互动。

(3) 涌现出一批大型电子商务交易平台。近年来, 我国涌现出一批优秀且发展迅速的大型电子商务网站, 如淘宝网、聚美优品、唯品会、凡客诚品、京东商城等。这些网站不仅是我国电子商务行业的杰出代表, 也是我国电子商务快速发展的最好见证。

(4) 跨境电子商务迎来重要增长空间。近年来跨境电子商务发展势头非常迅速, 我国外贸电子商务企业平台数已经超过了 5 000 家, 开展跨境电子商务业务的外贸企业已经超过了 20 万家。另外, 我国网购人群的跨境消费规模从 2010 年的 20 亿美元大幅增加至 2014 年的 200 亿美元。2016 年, 中国跨境电商交易规模为 6.7 万亿元, 同比增长 24%。其中跨境出口交易规模达 5.5 万亿元, 跨境进口交易规模达 1.2 万亿元。我国 2011—2016 年的跨境电子商务交易规模, 如图 1.3 所示。

单位: 万亿元

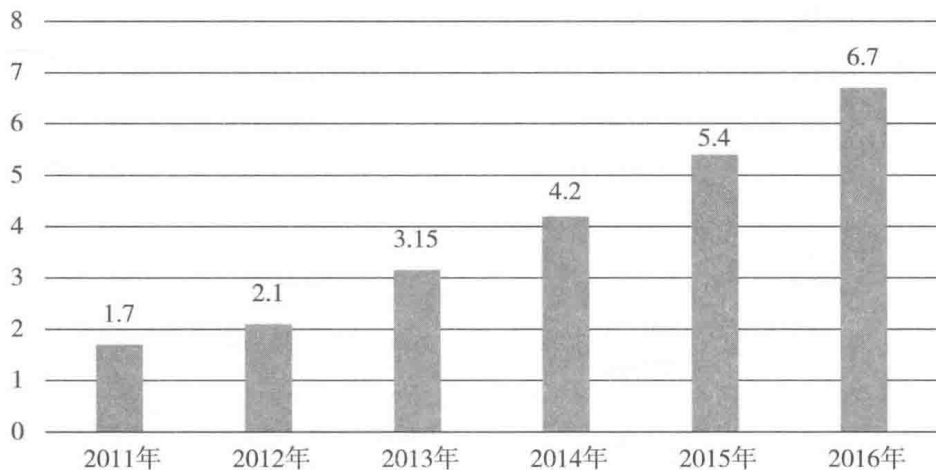


图 1.3 2011—2016 年中国跨境电子商务交易规模^①

此外, 各类电子商务企业纷纷发力, 加快布局跨境电子商务。京东商城开启“自营+平台”模式, 一方面通过海外直采与国外原产地品牌商合作增强品控能力, 另一方面依托平台引进第三方商家入驻来销售国外商品, 两者互为补充, 效益明显; 淘宝、亚马逊等平台推出专门的全球购频道, 开辟海淘商品代拍或直采业务, 并通过自建物流或第三方物流将商品配送到消费者手中; 唯品会和聚美优品等垂直电商积极拓展跨境电子商务业务, 相继推出全球特卖和网上免税店业务; 蜜芽宝贝、洋码头等一批跨境电子商务新秀则获得资

^① 数据来源:《2015 年度中国电子商务市场数据监测报告》。