

北京市 电子商务 发展报告

2005

北京市信息化工作办公室 组织编写
北京市统计局

中国发展出版社

北京市 电子商务 发展报告 2005

北京市信息化工作办公室
北京市统计局 组织编写

中国发展出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

北京市电子商务发展报告 .2005/北京市信息化工作办公室,
北京市统计局组织编写 .—北京: 中国发展出版社, 2006.5
ISBN 7-80087-934-8

I . 北… II . ①北… ②北… III . 电子商务-研究报告
北京市-2005 IV . F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 037935 号

书 名: 北京市电子商务发展报告 (2005)

著作责任者: 北京市信息化工作办公室 北京市统计局

出版发行: 中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街 16 号 8 层 100037)

标准书号: ISBN 7-80087-934-8/F·567

经 销 者: 各地新华书店

印 刷 者: 北京新华印刷厂

开 本: 787 × 1092mm 1/16

印 张: 11

字 数: 140 千字

版 次: 2006 年 5 月第 1 版

印 次: 2006 年 5 月第 1 次印刷

定 价: 32.00 元

咨 询 电 话: (010) 68990692 68990622

购 书 热 线: (010) 68990682 68990686

网 址: <http://www.develpress.com.cn/>

电 子 邮 件: fazhan@drc.gov.cn

版权所有·翻印必究

本社图书若有缺页、倒页, 请向发行部调换

《北京市电子商务发展报告》编委会

主 任 朱 炎

副主任 王 红 李 洪

成 员(按姓名笔画为序)

王 勇 尤 靖 任世强 刘宏义

刘 旭 朱浩东 吴钢华 陈玉龙

李 伟 岳卫红 范广琳 杨冰之

张英逊 张宇航 苏京丽 宫鸣华

唐 玮 唐建国 贾 力 高 勋

童腾飞 龚炳铮

报告编写人员

吴钢华 岳卫红 朱浩东 刘 旭

蔡培松

序 言

电子商务既是全球经济一体化的产物，也是全球经济一体化发展的重要推动力，代表着未来贸易方式的发展方向，已经成为全球经济的最大增长点之一，是信息社会贸易活动的基本形态。《北京市“十一五”时期国民经济与社会发展信息化规划》提出，要加快电子商务普及与推广，提高电子商务整体应用水平，把北京建设成为全国电子商务中心。北京市已将发展电子商务作为当前信息化建设的三大任务之一。

2005年，我国相继出台了《中华人民共和国电子签名法》、《关于加快电子商务发展的若干意见》，电子商务发展环境得到了有效改善。北京市电子商务继续快速稳步发展，据不完全统计，2005年全市电子商务交易额达887亿元以上，同比增长约33%，电子商务应用逐步深入，取得良好的效果。北京市将紧紧抓住奥运机遇，本着政府推动，企业主导；统筹规划，重点推进；规范市场，营造环境的原则，全面推广电子商务在经济社会各个领域、各个环节的应用，推动北京市电子商务健康、持续、快速发展，提高城市综合竞争力。

2005年，北京市信息化办公室在对全市电子商务发展

状况调查成功完成的基础上，以数据的延续性、深度挖掘性为目标，通过对北京市近千家重点企业的跟踪调查研究，编制了《北京市电子商务发展报告（2005）》，及时掌握和追踪北京市电子商务发展的状况，希望对有关政府部门制定电子商务发展政策、大力推进电子商务、引导企业应用电子商务发挥重要作用。

本书在编写和出版过程中得到了国务院信息化工作办公室、中国电子商务协会、北京市商务局等有关单位的大力支持和社会各界人士的帮助，北京市统计局信息咨询中心、北京市信息化促进中心和国务院发展研究中心信息网（国研网）等单位做了大量的基础工作，中国发展出版社的编辑为本书的出版付出了辛勤的劳动，借本书出版之际，我们表示衷心的感谢。

朱 炎

2006年4月

目 录

第一部分 北京市电子商务发展报告

1 概述	3
1.1 电子商务定义	3
1.2 分类与说明	4
1.3 国内电子商务发展的新特点	5
2 北京市电子商务发展状况	9
2.1 电子商务交易状况	9
2.2 主要行业发展状况	10
2.3 电子商务发展主要特征	15
2.4 支撑环境发展状况	18
3 企业电子商务发展状况	22
3.1 企业信息化发展状况	22
3.2 企业电子商务发展特征	23
3.3 典型企业案例	26
4 第三方电子商务发展状况	32
4.1 第三方服务模式发展状况	32
4.2 第三方电子商务发展特征	34
4.3 典型企业案例	38

5. 北京市电子商务发展的机遇和挑战	45
5.1 电子商务发展的影响因素	45
5.2 北京市电子商务发展面临的挑战	47
5.3 北京市电子商务发展面临的机遇	49

第二部分 北京市企业电子商务调查报告

1 样本基本情况	55
1.1 调查情况概述	55
1.2 样本基本情况	56
2 企业信息化及电子商务内部基础环境	61
2.1 企业信息化投入状况	61
2.2 企业信息化实施情况	62
2.3 企业网络及网站建设情况	64
2.4 企业电子商务的开展情况	66
3 企业电子商务发展状况	68
3.1 电子商务交易规模	68
3.2 电子商务发展特点	69
3.3 企业利用互联网开展的活动	74
3.4 实施电子商务后的经济效果	75
4 影响企业开展电子商务的因素评价	77
4.1 影响企业参与电子商务的驱动因素	77
4.2 制约企业参与电子商务的障碍因素	78
4.3 影响企业开展电子商务的主要影响因素	80

第三部分 北京市第三方电子商务调查报告

1 基本调查情况阐述	85
1.1 调查情况概述	85
1.2 样本情况概述	85
2 北京市第三方电子商务企业内部基础环境	89
2.1 企业网站建设情况	89
2.2 企业信息化实施情况	90
2.3 企业硬件设备拥有情况	91
2.4 企业人员情况	91
2.5 企业开展电子商务的情况	93
3 北京市第三方电子商务企业发展状况	94
3.1 第三方电子商务交易规模	94
3.2 主要经营模式	95
3.3 企业未来发展重点	97
3.4 开展电子商务的产品类型	98
3.5 主要产品和服务情况	98
3.6 物流模式	101
3.7 支付方式	101
3.8 产品和服务质量控制情况	103
3.9 电子商务客户地区分布	104
3.10 实施电子商务后的经济效果	105
4 影响电子商务发展的因素评价	106
附录一：北京市企业电子商务发展状况调查	110
附录二：北京市电子商务专业企业及第三方服务平台企业发展状况调查	117

附录三：2005 年调查情况说明	124
附录四：中华人民共和国电子签名法	128
附录五：电子认证服务管理办法	133
附录六：电子支付指引（第一号）	139
附录七：电子银行业务管理办法	146
附录八：网络交易平台服务规范	161

第一部分

北京市电子商务 发展报告

电子商务作为国民经济和社会信息化的重要组成部分,极大地改变了社会经济运作模式,其应用和推广将给社会和经济带来极大的效益。电子商务与传统产业的结合,在使电子商务实际应用走向深化的同时,必将为传统产业的发展带来生机与活力。发展电子商务不仅仅是技术问题,更是关系到国民经济和社会发展的重大问题,电子商务在信息化带动工业化、推动经济增长方式转变以及产业结构调整与优化等各个方面都具有十分重要的作用,发展电子商务对实现全面建设小康社会的宏伟目标具有十分重要的意义。

大力发展电子商务是北京市落实科学发展观、加快建设信息社会和资源节约型社会的客观要求,是全面建设小康社会和率先基本实现现代化的必然选择。北京市委市政府高度重视电子商务的发展,明确将发展电子商务作为当前信息化建设的三大任务之一。在 2004 年电子商务统计调查的基础上,2005 年,北京市信息化工作办公室和北京市统计局进一步开展了北京市电子商务发展状况统计调查工作,对已经开展电子商务的企业和第三方电子商务服务企业进行了重点调查,初步掌握了北京市电子商务的总体状况。调查表明,北京市电子商务继续快速稳步发展,企业对电子商务的认识正在逐步深入,借助互联网开展商务活动的综合应用水平稳步提高,电子商务应用已初见成效。



概 述

1.1 电子商务定义

为便于统计调查，2004 年我们对电子商务定义是：指借助互联网络，通过网上洽谈、寻价、下单等，最终实现产品或服务交易。经过一年多的工作实践，为了保证统计调查的延续性、一致性和可用性，在广泛征求企业以及专家意见的基础上，我们在本报告（同时也是本次调查）中对上述定义加以了补充说明，特别强调了订单确认这一环节，以利于统计口径的统一。因此，2005 年的统计调查主要针对实现了订单确认的电子商务行为，这种电子商务行为可以采用线上支付，也可以采用线下支付形式，但必须通过网上订单的确认乃至合同的签订。这样做的目的：一是为了利于实现统计比较，以比较符合实际的交易行为作为标志，其中最直接的就是订单；二是伴随着广大企业对电子商务认识的深入，业内人士普遍认识到电子商务必须注重实效；三是将电子商务概念与订单签订或合同签订紧密联系在一起，从统计调查的可操作性上来讲也是必须的。

总的来讲，上述定义具有三个方面的特征：

(1) 狭义性。定义强调电子商务是基于互联网进行的商务行为，这就将借助电话、电视等媒体或手段进行的商务活动排除在电子商务边界之外。原因在于：基于电话、电视等手段的商务行为之概念边界存在一定的模糊性，为保证调查取样的可操作性和有效性，采用狭义范畴内的定义更能切合实际。

(2) 系统性。电子商务的发展目标之一应是传统商务流程整体的电子化、信息化, 因此, 定义覆盖了商务活动全过程的各个基础环节或者说系列活动, 体现了定义的系统性。现阶段, 硬性规定全程电子商务并不现实, 因此在定义描述上我们淡化了流程的内容。

(3) 实效性。这里的实效性 with 调查统计工作密切相关, “实效”和“交易”密切相关。换句话讲, 系列电子商务活动产生实际交易与否成为是否将其列入电子商务调查范围的最终判据。比如, 我们在调查中对企业特别强调指出: 只有那些产生实际订单/定单的发生额才能被计入本次调查的相关指标中去。

1.2 分类与说明

(1) 电子商务模式分类。本报告中的电子商务分类沿袭了目前公认的分类模式, 主要划分为四类, 即企业间的电子商务 (B2B)、企业与消费者之间的电子商务 (B2C)、消费者与消费者之间的电子商务 (C2C) 以及企业与政府部门之间的电子商务 (B2G)。分述如下:

① B2B: 指企业与企业之间通过网络进行产品或服务的经营活 动。对于北京市的企业而言, 由于 B2B 中的销售和采购所对应的交易主体重合度比较小, 因此, 本次调查在具体的数值统计方面将 B2B 划分为 B2B 实现的销售收入和 B2B 的采购支出两类。

② B2C: 企业通过网络为消费者提供产品或者服务的经营活动。

③ C2C: 通过企业 (第三方) 建立的网络平台, 消费者与消费者之间提供产品或者服务的经营活动。

④ B2G: 通过网络为政府部门提供相关消费产品或满足政府采购的经营活动。需要强调指出的是, 大多数分类都将 B2G 作为 B2B 的一个特例, 我们在以往的调查分析工作中也是这样处理的。这里的“政府部门”包括在京中央政府部门、北京各级政府部门及事业单位。为了了解电子商务在政府工作中的具体应用情况, 2005 年的调查针对 B2G 进行了独立采样。

(2) 企业分类。本报告将所有企业划分为两大类, 简称为企业和

第三方。

① 企业：指从事农林牧渔、工业、交通运输、计算机服务、批发零售等行业的企业，本次调查以及本报告针对的是这些企业开展电子商务的情况。

② 第三方：指电子商务专业企业和电子商务第三方服务平台企业两类。其中，电子商务专业企业是指仅通过互联网与其他企业、单位或个人进行产品或服务交易的企业，如当当网，只通过网上进行图书音像制品的销售。电子商务第三方服务平台企业是指为其他企业、单位或个人开展电子商务提供交易或服务的平台企业，如首信易支付，只提供电子商务支付服务。也有些企业既通过互联网从事产品交易和服务，也为其他企业和个人提供交易平台服务，有互相融合的现象，在本次调查和报告中将这两类企业统一简称为第三方企业。

(3) 其他说明。电子商务总交易额，即 B2B 销售、B2B 采购以及 B2C、C2C、B2G 交易额之和。B2B 交易额（或率），不做特殊说明时，指 B2B 销售和 B2B 采购的合计结果。同比，指标值与去年同类或同项指标的比较，主要考察增加值/率。IT 业，为表述方便，将信息传输、计算机服务和软件业统称为 IT 业。结合型，企业在物流以及支付体系的建设或运用中，普遍存在多种应用相结合的情况，如，第三方物流和自建物流相结合，网上支付和传统支付相结合等。报告中将上述组合模式统称为结合型。

1.3 国内电子商务发展的新特点

1.3.1 政策法规环境明显改善

《中华人民共和国电子签名法》（以下简称《电子签名法》）2005 年 4 月 1 日正式开始实施。《电子签名法》既是我国信息化领域第一部法律，也是《行政许可法》颁布施行以来在信息产业和信息化方面由法律设立的第一个行政许可。《电子签名法》的颁布，标志着我国电子商务法律建设发展进入到一个新的阶段。《电子签名法》通过

确立电子签名法律效力、规范电子签名行为、维护有关各方合法权益,从而从法律制度上保障了电子交易安全,促进了电子商务和电子政务的发展,同时为电子认证服务业的发展创造了良好的法律环境,为我国电子商务安全认证体系和网络信任体系的建立奠定了重要基础。为贯彻实施《电子签名法》,信息产业部出台《电子认证服务管理办法》,规范电子认证服务市场和行为。

为了贯彻落实党的十六大提出的信息化发展战略和十六届三中全会关于加快发展电子商务的要求,2005年1月8日,国务院出台电子商务政策文件《国务院办公厅关于加快电子商务发展的若干意见》,是我国现阶段电子商务发展纲领性、政策性文件。

中国人民银行发布了《网上银行业务管理办法》、《电子支付指引(第一号)》,银监会审议并原则通过了《电子银行业务管理办法》、《电子银行安全评估指引》及《电子银行安全评估机构业务资格认定工作规程》。

另外,国家在推动网络仲裁、网络公证等相关法律服务与法律保障体系建设方面,在打击电子商务领域的非法经营以及危害国家安全、损害人民群众切身利益的违法犯罪活动,保障电子商务的正常秩序等方面均下大力气进行了整治。

1.3.2 交易规模不断扩大

2005中国电子商务市场继续迅猛发展。据赛迪顾问的数据显示,继2004年74%的高速增长之后,2005年电子商务逐渐步入稳定增长期,市场规模达到6800亿元人民币,同比2004年增长了42%。B2B电子商务市场规模较2004年增长了37%,达到6446亿元,B2B交易额在电子商务市场交易总额中占据将近95%的比例。

1.3.3 市场竞争日趋激烈

中小企业电子商务的广泛应用使得B2B市场的竞争日趋激烈;互联网用户人数突破1亿大关,为B2C的发展奠定了坚实的用户基础。

B2B竞争加剧。阿里巴巴收购雅虎中国,对于中国电子商务的发

展影响巨大；慧聪网推出了买卖通，凭借长期中小企业商情服务经验，确立了线上服务与线下服务相结合的运营模式，为中小企业电子商务应用提供“一条龙”服务；万网旗下的买麦网则依托自身建立的渠道力量，规避了完全直销的缺点，从而增强了客户服务能力。

Cnnic 调查报告显示，截至 2005 年 12 月 31 日，我国网民人数达到 1.11 亿，比 2004 年末增加了 1700 万，增长率达到 18.1%，网民访问购物网站的热情进一步提高。经常访问购物网站的网民比例从 2004 年的 17% 增加到 2005 年的 53%，增长了 36 个百分点，而同时很少访问购物网站的网民比例下降了 46 个百分点。“腾讯”和“当当”陆续推出各自的 C2C 交易平台，正式进入这一前景广阔但同时竞争也十分激烈的在线拍卖市场，同“eBay 易趣”和“淘宝”一起形成多方竞争的新市场格局。

1.3.4 网上支付发展势头迅猛，应用逐步扩大

近年来，我国网上支付显现了迅猛的发展势头，第三方支付成为 2005 年电子商务舞台上各方关注的焦点。2005 年 2 月，淘宝网花费 3000 万美元巨资，联合中国工商银行、建设银行等国内多家金融机构共同打造出了“支付宝”交易服务工具。7 月，全球最大的在线支付商“PayPal”正式进入中国，“贝宝”的第三方支付平台进一步激化中国电子商务第三方支付市场的竞争。

调查显示，国内目前采用网上支付业务的网上商店总数已经超过 10 万家，网上展示的商品总数约为 2000 万件。现在比较成熟的第三方支付公司大概有 20 多家，由于第三方网上支付较好地解决了长期困扰电子商务的诚信、物流、现金流问题，因此，第三方支付成为了安全实现从消费者、金融机构到商家的在线支付、现金流转、资金清算、查询统计等流程；开展 B2B、B2C 交易等电子商务服务和其他增值服务的完善的技术支撑，成为了推动电子商务和网络营销发展的助推器，显示了对于推动和促进电子商务发展的促进作用。

1.3.5 以无线技术为代表的新技术被广泛采用

无线电子商务，就是利用手机等无线终端产品来实现电子商务