



高职高专电子商务专业规划教材

电子商务

盈利模式分析



陈月波 编著

THE ANALYSIS
OF PROFIT MODEL
OF E-COMMERCE

高职高专电子商务专业规划教材

电子商务盈利模式分析

陈月波 编著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子商务盈利模式分析/陈月波编著. —杭州: 浙江大学出版社, 2011. 6

ISBN 978-7-308-08559-5

I. ①电… II. ①陈… III. ①电子商务—经济管理—研究 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 057686 号

电子商务盈利模式分析

陈月波 编著

责任编辑 朱 玲

文字编辑 王元新

封面设计 俞亚彤

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州大漠照排印刷有限公司

印 刷 德清县第二印刷厂

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 19.75

字 数 480 千

版 次 2011 年 6 月第 1 版 2011 年 6 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-08559-5

定 价 35.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571) 88925591

内容提要

本书是在浙江大学出版社出版的《电子商务盈利模式研究》(陈月波,2006年)基础上,重新梳理修改、补充完善而成的。

全书共分为20章,前面两章介绍电子商务发展概况和电子商务的基本概念;第三、四两章介绍电子商务主要盈利模式和垂直B2B电子商务的盈利模式分析;第五至第十八章分别介绍博客网站盈利模式、即时通信盈利模式、威客盈利模式、拼客盈利模式、游戏网站盈利模式、淘宝盈利模式、虚拟社区营销、优酷视频网站盈利模式、音乐网站盈利模式、搜索引擎营销模式、阿里巴巴盈利模式、佑康电子商务盈利模式、中香化学网盈利模式、移动电子商务盈利模式等内容;最后两章介绍未来电子商务盈利模式和电子商务发展中面临的问题。

本书可作为高校师生教学或者教辅材料,同时也可以作为广大电子商务爱好者的参考书。

前 言

从1996年我国第一笔互联网交易取得成功开始算起,电子商务在我国已经有了十五年的发展历史。期间,我国电子商务经历了起步、发展、网络泡沫破灭、理性回归、快速发展等时期,电子商务的商业模式也变得越来越多样化,并且不断趋于成熟。电子商务商业模式的研究成为当前国内外研究的热点问题。电子商务的盈利手段层出不穷,一些门户网站的广告业务量也不断增长。与此同时,很多网站不断推出新的特色服务,如Google允许用户定制更具有鲜明特色的主页,包括股票指数、天气预报、电子消息预览等,以进一步吸引网民的关注。在这段时间里,中国的网民增加了140倍,每年以20%~30%的速度增加,2009年年底互联网用户达到4亿,网民数居世界第1位。

互联网时代是创造财富奇迹的时代,互联网的“第一浪”造就了网易丁磊、搜狐张朝阳等一批富豪,网络游戏将盛大的陈天桥推上了“中国首富”的宝座,而电子商务、即时通信、搜索引擎又产生了阿里巴巴的马云、腾讯的马化腾、百度的李彦宏等一批网络“大亨”,2005年热起来的“博客”作为网络新贵,又产生了像方兴东这样许许多多新生代的网络富豪……当前,像“微博”、“SNS”等新概念、新模式还在不断地产生,意想不到的奇迹和财富神话也将会继续。

电子商务发展已经进入了黄金时期,互联网产业的规模日益扩大,中小企业纷纷加入电子商务的行列,搜索引擎市场的潜力逐渐被市场认可,像网络游戏、博客网、红娘网、虚拟连锁店等新的商业模式正在不断涌现,像阿里巴巴、盛大网络、优酷、百度等创造的财富神话令人瞩目。随着《电子签名法》、《电子支付指引》等法律法规的制定与生效,电子商务的市场环境与电子交易安全的法律环境越来越完善。

据第三方机构CNZZ的统计数据表明,我国2009年全年电子商务总交易量比2008年翻了一番还要多,总金额达到2500亿元,而全国电子商务站点数量达到了1.56万家,访客量同比增长61.29%。其中B2C站点数保持着持续增长,访客量达到了2.46亿人次。全国网民中的86.49%访问过电子商务网站。电子支付逐渐为大众所接受。2009年是中国网上支付发展的第11个年头,来自艾瑞咨询的数据显示,2009年网上支付行业延续强劲的增长态势,交易规模达5766亿元,增速为110%,交易额连续5年翻番。与此同时,用户规模增长同

样迅猛,从2008年的5200万增长至2009年的9000万,增速达73.1%。

随着信息技术的发展,电子商务的内涵和外延也在不断充实和扩展,并不断被赋予新的含义,开拓出更广阔的应用空间。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,对于国家实施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。

本书为集体合作的结晶,其中浙江商业职业技术学院的吴林华副教授编写了第3、4、5、6、13、15、18等七章内容。

作者一直以来长期关注电子商务、网络营销、盈利模式等方面的研究成果,特别感兴趣的是互联网上新出现的商业模式、新颖的盈利模式等方面内容。本书正是在大量阅读了国内外专家对电子商务盈利模式的研究成果的基础上,结合自己的研究与思考而写成的。

作 者

2011年1月

目录

CONTENTS

第 1 章 电子商务发展概况	1
第 1 节 全球电子商务发展概况	1
第 2 节 我国电子商务发展概况	4
第 3 节 我国电子商务发展特点	15
第 2 章 电子商务概述	23
第 1 节 电子商务的概念	23
第 2 节 电子商务的组成要素	25
第 3 节 电子商务的分类	26
第 4 节 电子商务的特点	29
第 5 节 电子商务的应用模式	32
第 6 节 电子商务的支付模式	38
第 3 章 电子商务主要盈利模式分析	40
第 1 节 电子商务的商业模式	40
第 2 节 B2C 电子商务模式	41
第 3 节 B2B 电子商务模式	49
第 4 节 C2C 电子商务模式	56
第 5 节 B2B、B2C、C2C 三种商业模式比较	61
第 6 节 电子商务常见的盈利模式	64
第 4 章 垂直电子商务盈利模式分析	70
第 1 节 垂直 B2B 电子商务概述	70
第 2 节 垂直 B2B 电子商务的盈利特点	71
第 3 节 垂直电子商务发展中存在的问题	74
第 4 节 垂直电子商务盈利案例分析	77

第 5 章 博客网站盈利模式分析	83
第 1 节 博客发展简史	83
第 2 节 博客概述	85
第 3 节 博客的盈利方式	89
第 4 节 博客的营销	92
第 5 节 博客的作用与运营状况	99
第 6 章 即时通信盈利模式	102
第 1 节 即时通信(IM)概况	102
第 2 节 即时通信盈利点	105
第 3 节 即时通信的发展	107
第 4 节 腾讯 QQ 盈利模式分析	107
第 5 节 MSN 盈利模式分析	116
第 7 章 威客盈利模式分析	119
第 1 节 威客概述	119
第 2 节 威客网站运营模式	120
第 3 节 猪八戒威客网站	123
第 4 节 K68 威客网站	125
第 5 节 威客的发展趋势	128
第 8 章 拼客盈利模式	130
第 1 节 拼客概述	130
第 2 节 拼客的盈利模式	131
第 3 节 拼玩策划案例：单身狂欢迎圣诞 Party	133
第 4 节 拼客的发展趋势	134
第 9 章 游戏网站盈利模式	136
第 1 节 游戏网站概况	136
第 2 节 游戏网站分类	138
第 3 节 游戏网站盈利模式	140
第 4 节 《泡泡堂》的成功模式	144
第 5 节 QQ 网络游戏	145
第 6 节 盛大游戏网站盈利模式分析	146
第 7 节 两个著名的网络游戏公司：EA 和暴雪娱乐	148
第 8 节 网易游戏盈利方式分析	151
第 9 节 发展前景与存在的问题	154

第 10 章 淘宝盈利模式	157
第 1 节 淘宝网概述	157
第 2 节 淘宝网的服务及其运作模式	157
第 3 节 淘宝网站盈利方式	162
第 4 节 淘宝网的成功分析	164
第 5 节 淘宝网成功运营的案例	167
第 11 章 虚拟社区营销分析	169
第 1 节 虚拟社区营销概述	169
第 2 节 虚拟社区的特点和功能	170
第 3 节 虚拟社区的经营模式	172
第 4 节 虚拟社区盈利方式	174
第 5 节 人人网盈利模式分析	176
第 6 节 西祠胡同和 e 龙社区分析	186
第 7 节 虚拟社区展望	187
第 12 章 优酷视频网站盈利模式	189
第 1 节 优酷网的概述	189
第 2 节 视频网站盈利模式	192
第 3 节 优酷网的特色	194
第 13 章 音乐网站盈利模式分析	196
第 1 节 音乐网站概况	196
第 2 节 音乐网站盈利模式	200
第 3 节 音乐网站运营状况	201
第 4 节 音乐网站盈利模式案例分析	202
第 14 章 搜索引擎营销模式分析	209
第 1 节 搜索引擎营销发展概况	209
第 2 节 搜索引擎营销概述	210
第 3 节 搜索引擎营销的特点	215
第 4 节 搜索引擎营销的实现过程	218
第 5 节 搜索引擎营销的实现方法	219
第 6 节 搜索引擎营销的实施步骤	227
第 7 节 搜索引擎网站的盈利模式	236
第 15 章 阿里巴巴盈利模式分析	240
第 1 节 阿里巴巴概况	240

第2节 阿里巴巴网站及其运营模式	242
第3节 阿里巴巴中国网站的业务分析	249
第4节 阿里巴巴商业模式分析	251
第16章 祐康电子商务盈利模式分析	255
第1节 祐康电子商务发展概况	255
第2节 祐康电子商务的经营优势	256
第3节 祐康电子商务的盈利模式	257
第4节 祐康电子商务与浙江金融职业学院的合作	259
第17章 中香化学网盈利模式分析	261
第1节 中香化学网概况	261
第2节 以传统业务为基础,开创四流合一的电子商务模式	262
第3节 创造“中香”自主品牌	264
第4节 中香化学成功的经验	265
第18章 移动电子商务盈利模式分析	267
第1节 移动电子商务概述	267
第2节 移动电子商务与传统电子商务比较	269
第3节 移动电子商务提供的服务	270
第4节 移动电子商务技术及其商业模式	271
第5节 移动电子商务的应用	275
第6节 移动电子商务盈利模式	277
第7节 移动电子商务的安全问题	278
第8节 移动广告发展	281
第19章 未来电子商务模式分析	283
第1节 未来电子商务的模式	283
第2节 我国电子商务未来发展趋势	286
第20章 电子商务发展中面临的问题	290
第1节 电子商务发展中的法律问题	290
第2节 电子商务发展中的税务问题	292
第3节 我国电子商务面临的问题	296

第1章 电子商务发展概况

电子商务概念在1993年引入中国,1996年中国出现了第一笔网上交易,1998年以推动国民经济信息化为目标的企业间电子商务示范项目开始启动。1999年以后,电子商务在中国开始了由概念向实践的转变。从最初的B2C模式扩展到1999年的C2C网上拍卖以及1999年末兴起的B2B模式,电子商务在中国发展良好。2000年互联网泡沫破灭,对电子商务发展造成了沉重打击。但2002年增值服务的兴起和运营环境的成熟又促进了电子商务的发展。2004年,中国电子商务的增长率为73.7%,营业额达到4800亿元人民币,约为全球电子商务营业额的2%。根据艾瑞咨询发布的2010年第一季度中国电子商务市场数据显示,中国电子商务市场整体交易额达到了10152.7亿元,单季交易额突破万亿规模。电子商务已成为网络经济各行业当中最受关注的行业。从电子商务市场结构来看,企业间电子商务仍然是电子商务市场的主体。其中,中小企业B2B电子商务交易规模占比最高,达到了52.6%,成为电子商务市场发展最大的推动力。当今,电子商务的发展如日中天,巨大的网民数量为电子商务的开展提供了无限广阔的空间。下面将全球范围和我国的电子商务发展情况作一简单的概述。

第1节 全球电子商务发展概况

电子商务具有全球化、方便快捷、成本低、效率高、选择性强等优点,因此,发展十分迅速。全球电子商务交易额在1998年尚不足350亿美元,到2006年,则超过12.8万亿美元,增长速度极为惊人。2008年,我国电子商务成交额突破3.1万亿元人民币,比2007年增长43%,可见发展速度也极为迅猛。目前,电子商务已经成为全球支柱行业之一。在电子商务的几种交易方式中,B2C和B2B所占分量较重,而其中又尤以B2B所占比例最大。在全球电子商务销售额中,B2B业务所占比例高达80%~90%。

1998年美国在线购物金额达到48亿美元,2000年上升到200亿美元。B2B的网络贸易从1998年的156亿美元上升至2000年的1750亿美元。1998年日本B2B电子商务的规模约为9兆日元,2003年年底达到68兆日元,年平均增长达50%。亚洲电子商务2000年达到84亿美元。每年以超过2倍的速度增长,到2003年达到480亿美元。欧盟成员中B2B互联网交易有望在2004年达到13000亿美元,占整个欧盟国民生产总值的12.9%。韩国电子商务的基础设施在国际社会公认为世界级水平,宽带普及率是世界上最高的。据IDC的一项调查显示,在信息化社会的排名中,韩国居世界第八位,居亚洲首位。韩国的电子商务显示了迅猛的发展态势和持续的增长能力,2003年,韩国电子商务的规模达2040亿美元。

1997年4月,欧盟提出了《欧盟电子商务行动方案》;1997年7月,美国提出了《全球电子商务框架》。韩国在电子商务、电子政务方面的立法比较健全,目前,已经形成了较为完善的电子商务、电子政务法律体系。在美国总统的倡议下,世界贸易组织132个成员决定使Internet成为自由贸易区,期限至少为一年。我国政府积极支持电子商务活动的开展,先后批准北京、上海、天津等城市作为我国电子商务的试点城市,并开始计划制定一系列相应的政策和法规等。

近几年,“信息化”的概念已经在全球“炒热”,发达国家的计算机网络建设已日臻完善,应用也相当广泛,已经进入到进一步开放市场、普及民众及推动技术发展的新阶段,从而以电子商务带动经济增长。

电子商务行业缔造了一些大型网络平台,逐步控制了物流网络、信息网络的咽喉要道,成为各国国民经济发展的发动机。例如,eBay网在2008年完成交易额600多亿美元,2008年Google销售额为217.95亿美元,亚马逊为191.66亿美元,其大部分业务均来自美国之外的全球市场。中国的当当网2008年完成销售收入12多亿元人民币。淘宝网2009年交易额达到2000亿元人民币,相当于全国最大连锁超市集团华润万家2008年全球销售额的3倍多。随着渠道控制能力的增强,中化网、中国制造网、当当网、淘宝网等大型营销平台逐步扶持自主品牌,进入产品定制和技术研发领域,在产业链上游培育出一些大型企业。因此,电子商务已经成为维护本国商业、工业、科技企业命脉的核心产业。随着百度、腾讯等互联网巨头逐步进入电子商务平台服务领域,我国电子商务行业将迎来新的爆发性增长阶段,将会吸纳数以百万计的优秀科技人才,实现大量商业模式和技术手段的创新。电子商务还推动了相关产业的快速发展。

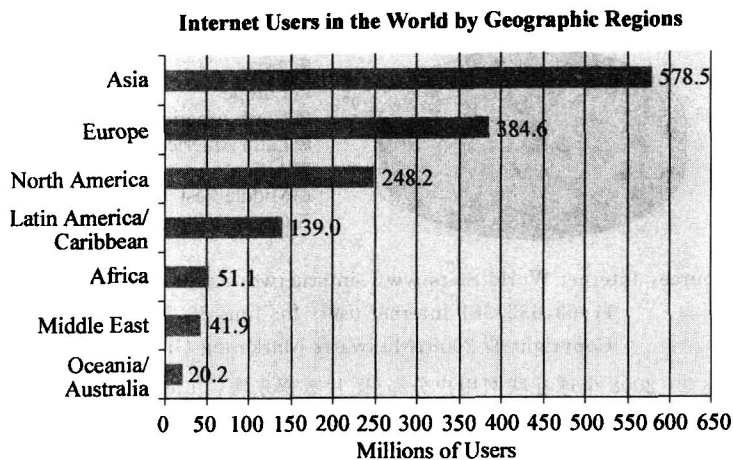
加拿大和欧盟几年前就成立了电子商务委员会,该委员会是负责电子商务试点、法律构架筹备等事务的协调机构。加拿大甚至还提出要成为世界电子商务的领导者。与美国相似,欧盟在建设覆盖整个欧洲的信息网的同时,为了提高信息的利用率,取得更好的经济效益和社会效益,各成员国政府以及地方政府都投入了大量人力和物力。

当前,亚洲电子商务的重心已由日本转移到中国和印度。亚洲企业家在各个领域纷纷推出电子商务活动,范围涵盖银行、消费品、旅游等方面。

概括起来,全球电子商务的发展可以从以下几个方面体现:

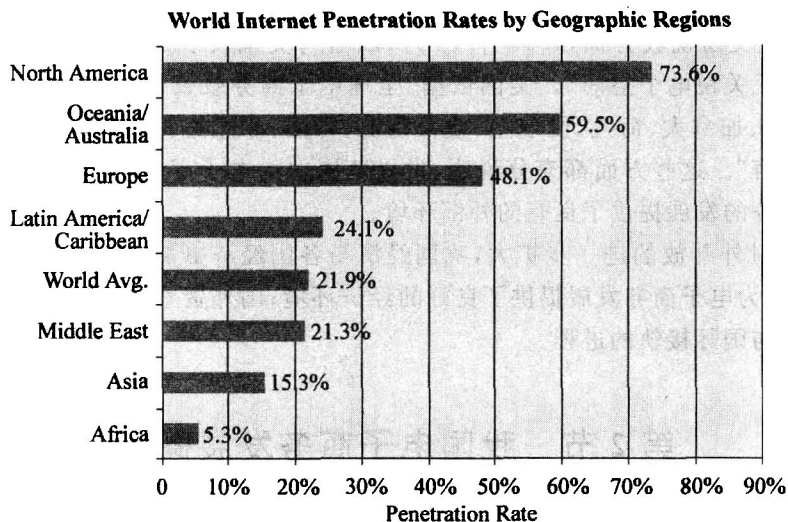
(1) 全球互联网用户数量快速增长。1996年不足0.4亿,到2008年12月全球互联网用户数目已经达到15亿。而WSIS(World Summit on the Information Society)所预期的目标是,到2015年,人类的一半都是网民。图1-1所示是2008年全球互联网用户人数地区分布,图1-2所示是2008年全球互联网覆盖率地区分布,图1-3所示是2008年全球互联网用户比例。

(2) 电子商务交易额直线攀升,呈指数规律增长。1994年全球电子商务销售额仅为12亿美元,1997年即达到26亿美元,全球电子商务交易额在1998年尚不足350亿美元,到2006年,则超过12.8万亿美元,增长速度极为惊人。2008年,我国电子商务成交额突破3.1万亿元人民币,比2007年增长43%,发展速度也极为迅猛。



Source: Internet World Stats-www.internetworkworldstats.com/stats.htm
Estimated Internet users is 1,463,632,361 for Q2 2008
Copyright © 2008, Miniwatts Marketing Group

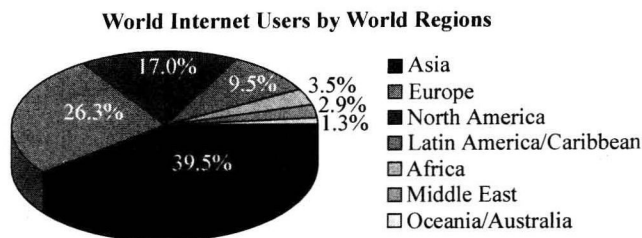
图 1-1 2008 全球互联网用户人数地区分布图(图片数据来源: Internet World Stats)



Source: Internet World Stats-www.internetworkworldstats.com/stats.htm
Penetration Rates are based on a world population of 6,676,120,288
for mid-year 2008 and 1,463,632,361 estimated Internet users.
Copyright © 2008, Miniwatts Marketing Group

图 1-2 2008 全球互联网覆盖率地区分布图(图片数据来源: Internet World Stats)

(3) 全球电子商务的法律环境日益完善。国际社会正在努力打破地区、国家之间的界限,建立一套国际统一的贸易规范与法律框架,包括对电子合同的认可、接受电子签名以及其他类似授权程序的规则,制定争端解决机制,制定权责明确的根本原则,等等。1999 年 2 月,欧盟提出建立一个旨在协调全球通信,特别是电子商务的国际宪章的提议;1999 年 5 月,美日两国发表联合声明,双方在关税、税收、隐私权、身份确认等方面确定了共同原则。



Source: Internet World Stats-www. internetworldstats. con/stats. htm

1,463,632,361 Internet users for June 30,2008

Copyright © 2008,Miniwatts Marketing Group

图 1-3 2008 全球互联网用户分布(图片数据来源: Internet World Stats)

1998 年 5 月,世界贸易组织 132 个成员签署“关于电子商务的宣言”。

(4) 全球电子商务支付成为可能。目前,网络技术和安全技术的发展和应用已使全球电子支付成为可能。

(5) 国际上基于公开密钥体制(PKI)的 CA 安全认证保障体系,已被普遍认可。多数国家都在建立自己的 CA 安全认证保障体系,但目前还没有国际统一的认证机构。目前许多国家都在为建立一套完整的安全保障制度而努力。

(6) 在网上交易税收方面,1997 年 12 月,欧盟与美国发表了有关电子商务的联合宣言,承诺建立“无关税电子空间”。美国依据“全球电子商务政策框架”规定的原则,已经分别与日本、法国、加拿大、荷兰、爱尔兰、澳大利亚、韩国、菲律宾、智利、埃及等国签署了“电子商务联合宣言”。这些方面都充分说明,世界范围内的电子商务得到了飞速发展。这也为我国电子商务的发展提供了良好的外部环境。

随着我国对外开放的进一步扩大,我国经济与各国经济更加紧密地依存,加上我国经济的高速发展,为电子商务发展提供了良好的经济环境;国外资本的注入,也进一步加快了我国电子商务与国际接轨的进程。

第 2 节 我国电子商务发展概况

一、我国电子商务发展回顾

我国计算机应用已有 40 多年历史,但互联网仅有 10 多年,1987 年 9 月 20 日,中国的第一封电子邮件越过长城,通向世界,揭开了中国使用互联网的序幕。通常把我国电子商务发展过程分为下面三个阶段:

第一阶段为 1990—1993 年,开展 EDI 的电子商务应用阶段。

我国于 20 世纪 90 年代开始开展 EDI 的电子商务应用,自 1990 年开始,国家计委、科委将 EDI 列入“八五”国家科技攻关项目,如外经贸部国家外贸许可证 EDI 系统、中国对外贸易运输总公司中国外运海运/空运管理 EDI 系统、中国化工进出口公司“中化财务、石油、橡胶贸易 EDI 系统”及山东抽纱公司“EDI 在出口贸易中的应用”等。1991 年 9 月由国务院

电子信息系统推广应用办公室牵头,会同国家计委、科委、外经贸部、国内贸易部、交通部、邮电部、电子部、国家技术监督局、商检局、外汇管理局、海关总署、中国银行、人民银行、中国人民保险公司、税务局、贸促会等发起成立“中国促进 EDI 应用协调小组”,同年 10 月成立“中国 EDIFACT 委员会”并参加亚洲 EDIFACT 理事会,目前已有 18 个国家部门成员和 10 个地方委员会。EDI 在国内外贸易、交通、银行等部门应用。

第二阶段为 1993—1997 年,政府领导组织开展“三金工程”阶段,为电子商务发展打基础。

1993 年成立国务院副总理为主席的国民经济信息化联席会议及其办公室,相继组织了金关、金卡、金税等“三金工程”,取得了重大进展。1994 年 5 月,中国人民银行、电子部、全球信息基础设施委员会(GIIC)共同组织“北京电子商务国际论坛”,来自美、英、法、德、日本、澳大利亚、埃及、加拿大等国 700 人参加。

1994 年 10 月“亚太地区电子商务研讨会”在京召开,使电子商务概念开始在我国传播。

1995 年,中国互联网开始商业化,互联网公司开始兴起。

1996 年 1 月成立国务院国家信息化工作领导小组,由国务院副总理任组长,20 多个部委参加,统一领导组织我国信息化建设。1996 年,全桥网与因特网正式开通。

1997 年,信息办组织有关部门起草编制我国信息化规划,1997 年 4 月在深圳召开全国信息化工作会议,各省市地区相继成立信息化领导小组及其办公室,各省开始制订本省包含电子商务在内的信息化建设规划。1997 年,广告主开始使用网络广告。1997 年 4 月以来,中国商品订货系统(CGOS)开始运行。

第三阶段为 1998 年至今,进入互联网电子商务发展阶段。

1998 年 3 月,我国第一笔互联网网上交易成功。1998 年 7 月,中国商品交易市场正式宣告成立,被称为“永不闭幕的广交会”。中国商品现货交易市场,是我国第一家现货电子交易市场,1999 年现货电子市场电子交易额达到 2000 亿元人民币。中国银行与电信数据信局合作在湖南进行中国银行电子商务试点,推出我国第一套基于 SET 的电子商务系统。1998 年 10 月,国家经贸委与信息产业部联合宣布启动以电子贸易为主要内容的“金贸工程”,它是一项推广网络化应用、开发电子商务在经贸流通领域的大型应用试点工程。1998 年北京、上海等城市启动电子商务工程,开展电子商场、电子商厦及电子商城的试点,开展网上购物与网上交易,建立金融与非金融论证中心,制定有关标准、法规,为今后开展电子商务打下基础。

1999 年 3 月,8848 等 B2C 网站正式开通,网上购物进入实际应用阶段。

1999 年兴起政府上网、企业上网。电子政务(政府上网工程)、网上纳税、网上教育(湖南大学、浙江大学网上大学)、远程诊断(北京、上海的大医院)等广义电子商务开始启动,并已有试点及进入实际试用阶段。

2000 年,我国电子商务进入了务实发展阶段。

2002 年电子政务进入全面实施阶段,政府采购投资就有 350 亿元(硬件 250 亿元,软件 45 亿元,信息服务 55 亿元),比同期增长 25%。电子政务的全面实施有力地促进了电子商务的发展。2002 年 7 月国信办公布关于我国电子政务建设的指导意见:建立两个统一的电子政务网络平台;推进 12 项金字工程建设(金税、金关、金财、金审等);加快重要战略性数据库建设(人口、农业信息库等)。全国各级政府申请的 gov. com 域名,2001

年1月4615个,到2002年12月已有7796个。在有的省,乡镇政府已全部上网,各级政府网站都已在网上发布政府信息,开辟了与公众沟通交流和提供服务的渠道,不少地方政府建立了面向群众的信息发布查询系统,设立“市长信箱”、“政府信箱”,方便公众参政议政。

北京首都公用信息平台建立了142个政府网站,开展80多项网上办公项目,提供下载办公文告表格565种。上海建立了143个政府网站,实现跨部门工商网上并联审批,过去要花30多天跑18个部门现只需要5天跑1个部门就完成。广州市已建立了76个政府网站、93个应用系统,有43个部门在“企业注册和年检并联审批系统”进行网上审批等。青岛电子政务工程被国务院办公厅和科技部评为全国电子政务示范工程之一,创下技术性能最先进、信息资源最丰富、访问量最大等政府网站建设多项纪录,在电子政务战略、技术研究及电子政务规划建设方面也走在全国前列。海关等部门建立了电子口岸系统,在网上进行进出口报关通关业务管理,企业可以在网上完成报关通关手续。全国税务系统计算机广域网点已超过4000多个,基本建成全国性税务计算机网,全国2000多万户纳税人纳入计算机管理,全国75%的税款通过计算机征收,防伪税控系统已在全国推行,税务部门在部分地区开展网上申报与缴税的试点,网上征税已在上海、江苏、山东、广东等部分省市实现,网上政府采购已在部分省市开始实施,如深圳市6亿元药品已在网上招标、采购。

由于电子商务基础设施等外部环境和应用方式的进一步完善,现实市场对电子商务的需求正在成熟,电子商务软件和解决方案的“本土化”趋势加快,国内企业开发的着眼于国内应用的电子商务软件和解决方案逐渐在市场上占据主导。

各个行业电子商务迅速发展。2002年外贸电子商务的运行环境得到极大改善,全国进出口许可证联网申领与发证系统全面投入运行,企业可以在网上申领进出口许可证;外经贸部早已在国际互联网上建立了在线广交会、中国商品交易市场、中国技术出口交易会、中国招商等站点,其中中国商品交易市场(China.market.com.cn),已有8000多家企业近3万种商品在这个虚拟市场上常年展示,为展客商提供信息发布、贸易撮合、网上洽谈、辅助成交等电子商务服务。

据统计,2002年广交会各网站的访问量累计总数达5090万次,比上届同期增长50.95%。其中境外访问量累计数为2589万次。广交会网站三个平台意向成交量为2.18亿美元,确认的成交量为4784.77万美元。

2002年建立义乌小商品在线国际博览会,促进了小商品出口。全国加工贸易联网审批管理系统已在全国推广,全国有300家审批机关,2万多家企业已实现加工贸易网上申报、审批、实时监控与管理。

全国商业银行营业网点已实现电子化,金融系统由人民银行和全国12家商业银行联合建成的中国金融认证中心(CFCA)已开通运行,招商银行、中国银行、中国工商银行、中国建设银行和中国农业银行均已开展网上业务,电子支付逐渐为大众所接受。中国工商银行2001年网上交易额达6000亿元,2002年突破5万亿元。根据中国工商银行的最新统计,到2005年个人银行客户达到1485万多户,企业网上银行客户达到32万多户,交易额达到了42万亿元。目前,我国北京、上海、杭州、南京等十大城市的网民中,已经有20%的个人用户和超过10%的企业用户正在使用网上银行服务。

全国101家证券公司、239家信托投资公司的2623家证券营业部目前已经基本上建立

了电子化业务处理系统。计算机与网络通信技术已成为支撑各项证券业务运转的关键措施,上海、深圳、北京等地证券公司在网上建立站点,提供股市行情,进行证券在线交易(网上炒股)。2002年通过互联网完成证券交易5230亿元。

2002年,大多数保险公司都开通了网站,部分已向电子商务型发展,如中国人保的e-picc、平安保险pa18等网站,客户可通过网上投保车险、家财险、货运险,并可享受保单验真、保费试算、理赔查询、投诉报案、风险评估、保单批改等实时服务。

很多行业均建立了行业网站,在网上发布产品信息,进行网上洽谈、签约,开展网络经销。

房地产交易系统网上在线交易。2002年盛夏起,客户就可以通过安装在中国电信主机房服务器内的EES房地产信息在线交易系统进行房地产交易。当前中国建材商品网、中国装饰材料网、中国水泥网、鲁班网络、易网五金网等建筑建材网站,已形成多品种、广覆盖、纵横交错的网络格局。

旅游业也已启动电子商务,国家旅行社、青年旅行社已开展网上旅游业务,可以在网上预订旅游景点宾馆饭店,安排旅行计划等。全国旅游网站已近300家,网上旅游市场发展很快,中华万游网、华夏旅游网、康辉专业出国旅游网站、携程旅游网和旅游资讯网推出的特色旅游受到普遍欢迎。

我国农业网站发展很快,不仅各省市普遍建立了农业信息网,还涌现出类似中华十亿农副产物网、福州亚峰、南京白云亭这样一些大型网上市场。网上经营的品种一改过去以粮食、化肥为主的局面。副料、家禽、农药、土特产、花卉、园林、水产品、茶叶、鲜果等全部上网。江苏目前已有9大类,30个农产品市场实现了联网。沛县率先在全国实现全县28个乡镇联网。网上销售菜粮等农产品23亿千克。环球农商网、中青农网、中国农村星火数据广播网让农民用电视机即可走进网络时空,成为面向9亿农民的数字化信息网络。

农村供求信息服务系统。农村供求信息全国联播系统(农村供求一站通),开通一年来已有注册会员18000家,每月颁布信息6000条,内容详查13万条,中国农业信息网(www.agri.gor.cn)已成为中国最全面、权威的农业信息网络,每月点击已达到1000万次。农产品价格供求信息还通过中国联通的寻呼机向全国用户发送,2002年改进了对网站信息的管理,建立了三层结构内容管理系统,推进县、乡信息服务点建设。

网上农产品超市开通,从2002年5月起利用互联网销售农副产品,市民只要登录www.hhl.com.cn网址,就可以看到图文并茂的大兴蔬菜、瓜果、肉食等农副产品的介绍,公司设立配送站点的小区居民通过网络订货后,该公司针对顾客的要求进行清洗、加工和配送,市民不出小区就可购买到新鲜、便宜的优质农副产品。目前,已有6万户北京市民成为该公司会员。自1997年至今,南通市农民通过上网销售的农产品累计达到200多个品种,实现销售额数亿元。

有关电子商务应用与发展中的安全问题受到了前所未有的重视,电子商务的环境继续改善。我国发展电子商务的环境(网络基础建设等运行环境、法律环境、市场环境以及网上支付、信息安全、认证中心建设等条件)逐步完善,国家有关电子商务的政策、法规即将出台,已为电子商务的发展建立了基本的条件。物流配送出现了一些进展,拥有我国最大传递网络的中国邮政加盟电子商务领域,一些专门为电子商务项目服务的专业配送企业也相继出现。