



中国电子商务年鉴

2009

中国电子商务协会
www.ec.org.cn

中国电子商务年鉴

2009

中国电子商务协会
www.ec.org.cn

年 鉴 目 录

第一篇 概况

第一章 2008年我国电子商务发展综述

1.1 中国电子商务的发展环境日益完善	3
1.1.1 法律政策环境不断完善	3
1.1.2 网络基础设施进一步改善	3
1.1.3 电子支付广泛普及	3
1.1.4 市场信用环境开始好转	4
1.1.5 物流配送基础条件逐步改善	4
1.1.6 人文环境显著改善	5
1.2 电子商务市场规模	5
1.3 电子商务应用	6
1.3.1 在社会发展及处理突发事件中作用凸现	6
1.3.2 行业应用的新局面	7
1.3.3 大型企业电子商务	12
1.3.4 地区电子商务应用上新台阶	13
1.4 电子商务发展中存在的问题与发展趋势	15
1.4.1 电子商务发展中存在的问题	15
1.4.2 电子商务发展趋势	16

第二章 专文

2.1 领导讲话	17
2.1.1 第十一届中国国际电子商务大会领导致辞	14
2.1.2 两位中央政治局委员关注马云	21
2.1.3 工业和信息化部副部长杨学山在北京会见阿里巴巴 集团公司首席执行官马云时的讲话	21
2.1.4 国家发改委高技术司副司长顾大伟讲话	22
2.2 重要文件	22
2.2.1 国家发改委等八部门《关于印发强化服务 促进中小企业信息化意见的通知》	23
2.2.2 国务院确定工业和信息化部15项主要职责	26
2.2.3 国家发展改革委办公厅	

关于组织开展信息化试点工作的通知	27
------------------------	----

2.2.4 《浙江省网上商品交易市场管理暂行办法》	28
2.2.5 《关于贯彻落实〈北京市信息化促进条例〉加强 电子商务监督管理的意见》	28
2.2.6 上海市人民代表大会常务委员会公告第五号, 公布《上海市促进电子商务发展规定》	30
2.2.7 2008年动漫产业相关政策	32
第三章 2008年大事记	35

第二篇 环境

第四章 电子商务发展的政策法律环境

4.1 立法	47
4.1.1 《浙江省网上商品交易市场管理暂行办法》	47
4.1.2 《关于贯彻落实〈北京市信息化促进条例〉 加强电子商务监督管理的意见》	48
4.1.3 《上海市促进电子商务发展规定》	48
4.1.4 重庆市《关于开展电子商务监管工作的试行意见》	49
4.1.5 两岸“大三通”协议签署有力促进电子商务发展 ...	49
4.2 行政管理	50
4.2.1 加强互联网视听节目服务的监管	50
4.2.2 加强公民个人信息保护力度	51
4.3 司法	51
4.3.1 “人肉搜索”第一案	51
4.3.2 五百硕博学位论文侵权案集中宣判	52
4.3.3 全国首例网络文学侵权案终审判决	52
4.3.4 百度竞价排名引发思考	53

第五章 电子商务市场信用建设

5.1 2008年中国电子商务信用建设概况	54
5.2 加强市场信用建设的行政管理	54

5.2.1 商务部	55	7.3.2 公共物流信息平台意义深远	71
5.2.2 工商主管部门	55	7.4 物流标准化进展情况	72
5.2.3 公安部	55	7.4.1 5项商品条码系列国家标准发布,5项报批	72
5.2.4 人民银行	55	7.4.2 2项物流公共信息平台应用开发系列国家标准发布	72
5.2.5 地方政府	56	7.4.3 5项国家标准计划项目正在制定过程中	72
5.3 通过行业协会加强信用管理	57	7.5 企业开展电子商务物流情况	72
5.3.1 信用建设成为商会和协会的重要工作	58	7.5.1 国内电子商务企业开始建立物流中心	72
5.3.2 《网上仲裁规则》起草工作完成	59	7.5.2 中小企业开始搭建物流信息平台	73
5.4 企业积极开展电子商务信用建设	59	7.6 电子商务实现奥运物流数字化	73
5.5 我国商业信用体系建设的方向	60	7.7 我国电子商务物流未来的发展	73
第六章 电子支付环境		7.7.1 内贸物流总量及发展速度将会高速发展	74
6.1 电子支付发展行政管理	62	7.7.2 物流管理精益化水平将会有较大的提升	74
6.1.1 人民银行	62	7.7.3 区域物流发展增速,促进区域整合加剧	74
6.1.2 公安机关与银行	62	7.7.4 全国物流产业的兼并规模增大	74
6.2 电子支付手段使用快速增长	63	7.7.5 特色物流将会加大发展速度	74
6.2.1 银行卡	63	7.7.6 能源物流将在一段时间占据物流产业的主导地位	75
6.2.2 非现金支付	63	7.7.7 物流产业软、硬件设施将会有较大幅度的推广和使用	75
6.2.3 电子支付	64	7.7.8 企业对物流人才的需求将更迫切	75
6.3 第三方支付服务	64	第八章 电子商务标准化环境	
6.3.1 第三方支付规模	64	8.1 标准建设状况	76
6.3.2 第三方支付应用领域的新拓展	65	8.1.1 电子商务相关标准建设的基本情况	76
6.3.3 第三方支付成为救灾捐赠新渠道	66	8.1.2 《信息技术元数据注册系统(MDR)》	76
6.3.4 第三方支付企业	66	国家标准通过审查	76
6.3.5 第三方支付的安全建设	68	8.1.3 进出口许可证格式和报文等4项国家标准发布实施	77
第七章 物流环境		8.1.4 “中国及世界主要贸易港口代码”国家标准	77
7.1 2008年中国物流环境概况	69	(GB/T7407-2008)发布实施	77
7.2 主要统计数据	69	8.1.5 《报文设计规则》上报国家标准化管理委员会	77
7.2.1 社会物流总额增长19.5%,增幅回落6.7个百分点	69	8.1.6 《基于电子商务的交易主体信用系列标准》	78
7.2.2 社会物流总费用增长16.2%,增幅回落4.4个百分点	70	研究全面展开	78
7.2.3 物流业增加值增长15.4%,增幅回落4.5个百分点	70		
7.3 物流信息化发展成果及问题	71		
7.3.1 物流业振兴规划带来信息化机遇	71		

8.1.7 商务部征求对电子商务行业规范办法的意见	78	10.3 艾瑞公司的数据	107
8.2 标准推进	79	10.3.1 2008年电子商务的总交易额规模	107
8.2.1 电子商务标准制定工作全面展开	79	10.3.2 B2B、B2C、C2C年度交易额规模	107
8.2.2 消化吸收国际管理标准,建立有中国特色的电子商务 管理标准体系	79	10.3.3 2008年B2C、C2C、B2B各季度交易、营收规模	109
8.2.3 创新电子商务标准化的行业应用	80	10.3.4 2008年中国网络购物市场交易规模及其构成	109
8.2.4 社会信用标准体系建设工作稳步推进	80	10.3.5 第三方电子支付交易额规模	110
8.2.5 北京市信息化标准推进情况	81	10.3.6 网上银行交易额规模	110
8.3 学术研究	84	10.4 易观国际的数据	110
8.3.1 信息化标准研讨	84	10.4.1 2008年中国B2B电子商务交易状况	110
8.3.2 数字内容管理与保护研讨	85	10.4.2 中国B2C网上零售市场规模分析	111
8.3.3 我国电子商务标准发布和研究情况	85	10.4.3 中国B2C网上零售市场特点	112
第九章 人文环境		10.5 互联网协会数据中心(DCCI)的数据	112
9.1 电子商务宣传工作	89	10.5.1 中国B2B电子商务市场交易规模	112
9.1.1 各类媒体	89	10.5.2 中国C2C电子商务市场交易规模	113
9.1.2 商务部	89	10.5.3 中国B2C电子商务市场交易规模	114
9.1.3 中国电子商务协会	90		
9.2 电子商务人才培养	90	第四篇 行业企业应用	
9.2.1 电子商务人次需求呈现井喷现象	90	第十一章 行业电子商务行业应用	
9.2.2 学历教育	91	11.1 流通业	119
9.2.3 电子商务实用人才培养	91	11.1.1 外贸行业	119
9.2.4 网络教育	92	11.1.2 中国电子口岸	122
9.3 电子商务理论研究	94	11.1.3 内贸零售业	124
		11.2 工业	126
第三篇 市场		11.2.1 轻工行业电子商务发展概况	126
第十章 电子商务市场		11.2.2 国家电网电力市场交易	128
10.1 国家统计局的数据	99	11.2.3 海尔集团	128
10.2 赛迪集团的数据	99	11.2.4 石油石化工业	128
10.2.1 电子商务市场规模及特点	99	11.2.4 钢铁	130
10.2.2 2008-2009年中国电子商务市场结构分析	101	11.2.5 烟草行业	132
10.2.3 2009-2011年中国电子商务市场趋势	103	11.2.6 汽车行业	133
10.2.4 2009-2011年中国电子商务市场规模预测	106	11.2.7 纺织	134
10.2.5 整体电子商务市场竞争格局	106	11.2.8 医药行业	135

11.3 农业	136	13.1.1 概况分析	184
11.3.1 党中央政策导向推动农业电子商务发展	136	13.1.2 中国移动	189
11.3.2 2008年农业电子商务服务内容	136	13.1.3 中国电信	190
11.3.3 农业电子商务发展的瓶颈问题	137	13.1.4 中国联通	192
11.3.4 2008年中国农业电子商务及农博网电子商务 发展情况	138	13.1.5 中国网通	194
11.4 服务业	140	13.2 电子商务电子交易类企业	196
11.4.1 交通业	141	13.2.1 阿里巴巴——淘宝网、支付宝	196
11.4.2 铁路电子商务	141	13.2.2 eBay易趣	197
11.4.3 旅游电子商务	143	13.2.3 卓越亚马逊	197
11.4.4 邮政电子商务	147	13.2.4 京东商城	198
11.4.5 民航电子商务	150	第十四章 网络信息服务及娱乐行业企业应用	
11.4.6 保险业电子商务	151	14.1 网络信息服务类企业	200
11.5 B2B网站	153	14.1.1 概况分析	200
11.5.1 B2B网站总体发展情况	153	14.1.2 新浪——综合门户服务	200
11.5.2 商业模式与发展规律	155	14.1.3 搜狐——综合门户服务	200
11.5.3 大宗商品电子商务网站调查	158	14.1.4 网易——综合门户服务	201
第十二章 企业电子商务应用		14.1.5 腾讯——即时信息服务	203
12.1 大中型企业电子商务概况	162	14.1.6 百度——百度搜索服务	205
12.2 中小企业概况	162	14.1.7 雅虎(中国)——“搜索”与“一搜”服务	206
12.3 企业电子商务案例	163	14.1.8 搜狐——“搜狗”搜索服务	207
12.3.1 国家电网公司	163	14.1.9 TOM在线	208
12.3.2 海尔集团	165	14.2 网络文化娱乐类企业	209
12.3.3 中华粮网	166	14.2.1 中国移动——12530音乐网站	209
12.3.4 苏宁电器网上商城	169	14.2.2 新浪乐库	210
12.3.5 银河证券电子商务	170	14.2.3 A8音乐	210
12.4 电子商务服务企业	174	14.2.4 当当网	210
12.4.1 中国网库	174	14.2.5 盛大公司	211
12.4.2 中国建材网	177	14.2.6 九城	212
12.4.3 必联采购网	178	14.2.7 征途	213
12.4.4 易宝支付	179	14.2.8 空中网	214
12.4.5 首都信息发展股份有限公司	180	14.2.9 北纬通信	215
第十三章 基础网络服务及交易类行业企业应用		14.2.10 魔龙	215
13.1 电子商务基础网络服务企业	184	14.2.11 优酷网	216
		14.3 其他新型电子商务网络行业企业	216

14.3.1 中华英才网	216
14.3.2 前程无忧——51job	216
14.3.3 亿玛公司	217
14.4 2008年中国动漫产业的基本态势和主要特点 ...	218
14.4.1 电视动画	218
14.4.2 动画电影	219
14.4.3 原创漫画	220
14.4.4 网络动漫	223
14.4.5 手机动漫	224
14.4.6 动漫演出	225
14.4.7 动漫衍生产业	225

第五篇 地区应用

第十五章 区域电子商务发展

15.1 各地电子商务发展总体情况	229
15.1.1 浙江省电子商务应用强势发展	229
15.1.2 杭州市成为全国首个“电子商务之都”	231
15.1.3 四川省电子商务稳步发展	235
15.1.4 广州市电子商务加速发展	237
15.1.5 陕西省电子商务应用不断深化	241
15.1.6 上海市电子商务持续增长,逐步渗透传统应用	242
15.1.7 长春市电子商务应用绩效显著	242
15.1.8 扎扎实实发展“数字安徽”战略	243
15.1.9 福建省工业企业电子商务千万工程启动	244
15.1.10 天津市电子商务进程加快	245
15.1.11 厦门市电子商务发展提速	245
15.1.12 重庆市着力打造中西部电子商务中心	247
15.1.13 香港电子商务应用水平逐年提高	247
15.2 各地平台建设情况	247
15.2.1 福建省国际电子商务应用平台启用	247
15.2.2 河南省粮食平台和数字证书建设取得突破 ...	248
15.2.3 苏州软件外包电子商务平台正式启用	248
15.2.4 青岛港建立现代物流及电子商务平台	248

15.2.5 新疆制造业信息化中小企业电子商务公共服务平台 通过验收	249
15.2.6 广东省打造专业电子商务交易市场	250
15.3 行业监管方面	250
15.3.1 重庆市成立电子商务监管所	250
15.3.2 《上海市促进电子商务发展规定》正式实施	250
15.3.3 北京市工商局出台《关于贯彻落实〈北京市信息化 促进条例〉加强电子商务监督管理的意见》	251
15.4 鼓励行业发展方面	251
15.5 各地在发展电子商务中存在的不足	254

第六篇 国际

第十六章 国外电子商务发展概况

16.1 总体情况	257
16.1.1 全球电子商务的发展非常迅速	257
16.1.2 欧美国家加大网络基础设施建设投入	257
16.1.3 网民持续增长,亚洲网民数量最多	257
16.1.4 北美的网民渗透率最高,中国网民渗透率接近国际 平均水平	258
16.1.5 北欧国家互联网最发达,非洲国家最落后, 中国进步最快	258
16.1.6 在网民中,欧美网络购物者比例最高	259
16.2 世界主要国家信息化发展指数(IDICN)比较 ...	259
16.2.1 世界及各国(地区)信息化发展指数逐年提高	259
16.2.2 瑞典信息化发展总指数列居世界第一位	259
16.2.3 世界信息化发展总指数增长较快	260
16.3 各国加大基础设施建设	261
16.3.1 美国	261
16.3.2 日本	263
16.3.3 欧盟	264
16.3.4 法国	265
16.3.5 德国	265

16.3.6 葡萄牙	266
16.3.7 英国	266
16.3.8 韩国	266
16.3.9 新加坡	267
16.3.10 澳大利亚	267
16.3.11 新西兰	268
16.4 各区域与各国电子商务发展情况	269
16.4.1 欧洲电子商务发展状况	269
16.4.2 美国电子商务增长潜力巨大	270
16.4.3 韩国电子商务持续增长	270
16.4.4 拉丁美洲电子商务增长迅速	271
16.4.5 俄罗斯电子商务发展现状	271
16.4.6 中东电子商务发展取得进展	272
16.4.7 奥地利重视中小企业电子商务发展	272
16.4.8 泰国虽然经济放缓,但电子商务业仍将持续增长	272
16.4.9 阿联酋	273
16.4.10 墨西哥电子商务的发展	274
16.5 全球零售业取得突破性成绩	278
16.5.1 美国网络零售持续两位数增长,但增速放缓 ...	278
16.5.2 欧盟国家网络购物发展情况	279
16.5.3 英国B2C网站的销售额和利润翻倍	280
16.5.4 七成法国人在网上购物	281
16.5.5 墨西哥信用卡普及推动网络购物	281
16.5.6 日本“宅经济”逆市增长	281
16.5.7 阿根廷电子商务高速发展	281
16.5.8 新加坡等六个国家和地区有八成网民有网购经历	281
16.5.9 韩国网上购物额有望超过百货商店	282
16.6 政策法规建设	282
16.6.1 欧盟逐步完善电子商务交易规则	282
16.6.2 奥地利政府支持五大措施扶持电子商务发展	283
16.6.3 英国完善电子商务监管体系	284

16.6.4 法国政府加强网购监管	285
16.6.5 阿联酋建立电子商务管制框架	286
16.6.6 新加坡打造安全高效的外部发展环境	286
16.6.7 罗马尼亚2008年的电子商务网上支付额将翻番	286

第七篇 协会工作

第十七章 中国电子商务协会工作

17.1 2008年中国电子商务协会工作	289
17.2 中国电子商务协会重要活动	289
17.2.1 2008中国电子金融发展年会	289
17.2.2 中国人民银行支付结算司领导莅临中国电子商务 协会指导工作	290
17.2.3 第十一届中国国际电子商务大会暨中国网上支付 十周年回顾	290
17.2.4 中小企业移动电子商务推进工程启动	291
17.2.5 第五届网商大会颁奖典礼举行	292
17.2.6 中国电子商务协会授予杭州市“中国电子商务之都” 称号	293
17.2.7 在浙江大学软件学院2008级研究生开学典礼上的 讲话	296
17.2.8 首届中国统筹城乡发展与电子商务论坛	297
17.2.9 2008中国农业信息化年度峰会暨第五届 全国农业网站百强大型评选	299
17.2.10 第二届中国电子金融发展年会暨首届中国电子 金融“金爵奖”颁奖盛典	299
17.3 中国电子商务协会分支机构及地方协会工作 ...	301
17.4 中国电子商务协会会员工作	302
17.5 中国电子商务协会信用工作	302
17.5.1 行业信用评价工作的进展情况	302
17.5.2 全面推动行业信用体系建设,促进行业自律方面的 工作情况	303
17.6 中国电子商务协会标准建设工作	306
17.6.1 中国电子商务标准化工作取得了实质性进展 ...	306

17.6.2 创新推进电子商务标准化的行业应用	308	17.7.4 统筹城乡科学规划支持灾区重建	311
17.7 统筹城乡电子商务迸发活力	309	17.7.5 组织首届中国统筹城乡与电子商务发展论坛 ...	311
17.7.1 积极开展面向三农的可信的信息服务	310	17.7.6 继往开来,在统筹城乡发展与电子商务道路上	
17.7.2 大力促进面向三农的电子金融服务	310	开拓前行	312
17.7.3 广泛推进面向三农的电子商务服务	310		

第一篇 概 况

第一章 2008 年我国电子商务发展综述

第二章 专文

第三章 2008 年大事记

第一章 2008 年我国电子商务发展综述

2008年是不平凡的一年。这一年是“十一五”规划执行的关键一年,是战胜风雪灾害与四川地震自然灾害的一年,是胜利举办奥运会的一年,是全球经济陷入困难的一年,也是是电子商务显示强大生命力的一年。

1.1 中国电子商务的发展环境日益完善

1.1.1 法律政策环境不断完善

《中华人民共和国电子签名法》颁布以来,我国的电子商务法制建取得了长足的进步。《电子认证服务管理办法》、《电子支付指引(第一号)》、《信息网络传播权保护条例》、《电子银行业务管理办法》、《互联网电子邮件服务管理办法》、《互联网安全保护技术措施规定》、《北京市信息化促进条例》、《商务部关于网上交易的指导意见(暂行)》等先后出台并实施,分别从电子认证服务、网上支付、知识产权、电子邮件服务、网络安全、信息化促进、网上交易规范等不同角度作出了明确的规定,我国电子商务及信息化法律环境中的不足和空白得到了一定程度的弥补,电子商务行为得到规范,电子商务企业和个人的利益得到了进一步的保护。

2008年,地方立法成为我国电子商务法制环境建设过程中的亮点。为落实《电子商务发展“十一五”规划》,2008年各地政府先后出台了一些政策法规,促进电子商务的发展,规范电子商务的运作,包括《上海市促进电子商务发展规定》、《浙江省网上商品交易市场管理暂行办法》、《关于贯彻落实〈北京市信息化促进条例〉加强电子商务监督管理的意见》等。

2008年,公民个人信息的保护、搜索引擎的规范、人肉搜索引起的争议吸引了各界的高度重视。

1.1.2 网络基础设施进一步改善

2008年,全国电话用户净增6909.2万户,总数达到98 203.4万户。移动电话用户在电话用户总数中所占的比重达到65.3%,移动电话用户与固定电话用户的差距超过3亿户。2008年是全国移动电话用户增长最多的一年,移动电话用户净增9392.4万户,达到64 123.0万户。移动电话普及率达到48.5部/百人,全国固定电话用户减少了2483.2万户,总数为34 080.4万户。固定电话普及率达到25.8部/百人,比上年下降2.0部/百人。

截至2008年12月31日,中国网民规模达到2.98亿人,普及率达到22.6%,超过全球平均水平;中国网民规模依然保持快速增长之势。宽带网民规模达到2.7亿人,占网民总体的90.6%。手机上网网民规模达到11760万人,农村网民规模增长迅速,网民规模达到8460万人增速远远超过城镇(35.6%)。在我国东中西部地区中,西部省份网民增长最快,网民增速达到52%,远远超过中部(40.6%)和东部(39.3%)地区。

1.1.3 电子支付广泛普及

2008年,我国支付系统运行平稳,业务量增长稳定。全年各类支付系统¹共处理支付业务93.82亿笔,金额1131.04万亿元,是2008年GDP²的37.62倍。同时,我国支付系统等基础设施建设取得新的重要进展。

¹ 包括人民银行大、小额支付系统,全国支票影像交换系统,同城票据交换系统,银行业金融机构行内支付系统,银行卡跨行交易清算系统,城市商业银行银行汇票处理系统,农信银支付清算系统。

² 本文中所采用GDP数据为300 670亿元,引自国家统计局2009年2月26日发布的《中华人民共和国2008年国民经济和社会发展统计公报》中公布的初步核算数据。

2008年4月28日,人民银行组织建设的境内外币支付系统成功上线运行,并先后开通了港币、日元、欧元、美元等八个币种的支付业务。截至2008年年底,系统平稳运行172个工作日,共处理各币种支付业务7.13万笔,金额折合美元约80.50亿美元³。

2008年,随着各类支付系统相继建成运行。2008年,全国使用票据、银行卡、汇兑、委托收款和托收承付办理支付业务量约183.27亿笔,金额633万亿元。全年人均发起非现金支付业务量13.8笔,同比增长18.05%。

2008年5月8日和12月1日,人民银行小额支付系统分别开通了银行本票业务和华东三省一市银行汇票业务,提高了票据业务效率,进一步拓宽了票据流通领域。

银行卡应用更加广泛。截至2008年年末,全国人均持有银行卡1.36张,其中城镇人口人均持卡2.97张,同比分别增长19.3%和17.4%;全年银行卡持卡消费额在社会消费品零售总额中占比达24.2%,银行卡已经成为我国个人消费最频繁使用的非现金支付工具。银行卡受理环境进一步完善。公务卡推广工作在各级财政预算单位全面展开。截至2008年年末,100多家中央预算单位以及26个省(自治区、直辖市)的地方预算单位推广应用公务卡,公务卡交易增长迅猛。

1.1.4 市场信用环境开始好转

随着市场经济体制的不断完善,2008年我国社会信用体系建设取得了多方面的成绩。

社会整体信用环境持续改善。政府在抗震救灾、成功举办奥运、妥善处理应急事件等一系列事件中树立了良好的信用形象。商品交易市场违法违章案件逐年下降,市场秩序不断好转,征信系统建设工作进展迅速。到2008年底,中国人民银行征信中心企业征信系统收录

企业及其他组织1447万户,个人征信系统收录自然人数6.4亿人,其中有信贷记录的1.4亿人,广泛地为企业和个人建立起信用档案。信用体系建设向纵深方向发展。2008年社会信用体系建设的特点是,中小企业和农村信用体系建设加快。长期以来,各部门着力促进中小企业信息化推进工程以及公共服务平台、信用制度建设,征信系统开始为农村信用社建立农户信用档案,提高农村信用风险管理水平。

国家工商行政管理总局公布的“2008年全国市场监督管理基本情况”显示,通过推进商品交易市场信用分类监管,完善流通领域商品质量监管措施,规范经营行为、支持诚信经营等措施,商品交易市场秩序呈现出不断向好的趋势。工商部门查处的商品交易市场违规案件数量从2002年的103.11万件下降到2008年的45.11万件,下降了56.25%。⁴

1.1.5 物流配送基础条件逐步改善。

2008年我国相继经历了罕见的雨雪冰冻和汶川特大地震灾害的重大考验,当前又面临国际金融危机的严峻挑战,物流业仍实现了平稳较快发展,为社会经济发展提供了基础保障。2008年物流企业物流业务发展迅速,企业物流业务量增加明显,业务收入增长较快。其中,综合型物流企业业务收入增长最快,仓储型、运输型物流企业业务收入增长较为平稳。

物流业务量仍然保持了较快增长态势。2008年,全国社会物流总额89.9万亿元,仍然保持了较快增长态势,从社会物流总额的构成看,工业品物流总额79.86万亿元,占社会物流总额的比重为88.8%,仍然是带动社会物流总额增长的主要因素。进口物流总额7.86万亿元,占社会物流总额的比重为8.7%。农产品物流总额、再生资源物流总额和单位与居民物品物流总额分别增长17.6%、3.8%和14%。

³ 按2008年12月31日汇率折算。

⁴ 国家工商行政管理总局. 统计分析发布:2008年全国市场监督管理基本情况 [R/OL] (2009-03-20)[2009-07-03]. 国家工商总局门户网站: http://www.saic.gov.cn/zwgk/tjzl/200903/t20090320_57373.html]

物流业务成本增幅下降。2008年,全国社会物流总费用为54 542亿元,同比增长16.2%,增幅比2007年回落4.4个百分点。社会物流总费用与GDP的比率为18.1%,比2007年下降0.1个百分点。⁵ 物流业增加值增长迅速。2008年,全国物流业增加值为19 965亿元,同比增长15.4%,占服务业增加值的16.5%。

1.1.6 人文环境显著改善

虽然受到金融危机的影响,2008年电子商务人才需求仍然保持了较高的水平。根据艾瑞咨询和阿里学院联合发布的调查数据,2008年中国企业新增电子商务用人需要超过230万。⁶

2008年,全国从事国家职业资格电子商务师培训鉴定的机构有522所,其中本科类院校70所、高职类院校297所、中专技校类120所,其他社会培训机构有35所。目前电子商务师项目开考电子商务员、助理电子商务师、电子商务师三个等级,其中电子商务员和助理电子商务师考试人数比例最大。2008年参加助理电子商务师职业资格鉴定的人数有22 844人次、参加电子商务员职业资格鉴定的人数有6545人次,两个等级合计29389人次。

根据艾瑞即将发布的《2008-2009年中国网络教育行业发展报告》,2008年中国网络教育市场规模同比增长23.9%,达到352亿元。⁷ 其中包括高等网络教育、在线(远程)教育和网络教育服务。其中在线(远程)教育是以各类考前辅导或提高技能为主要目的的远程培训,包括基础教育在线培训、成人职业在线培训和企业在线培训,而网络教育服务则包括教育门户、教育网游、教育频道、平台及内容提供商等。

1.2 电子商务市场规模

2005年国家统计局调查,我国电子商务交

易额1.29万亿元人民币;

2006年电子商务交易额经测算为1.55~1.66万亿;

2007年电子商务交易额估计2.1~2.3万亿;

2008年电子商务交易额估计2.9~3.2万亿。

按赛迪网(CCID)统计,2008年电子商务交易额2.4万亿,B2B依然是电子商务市场的主流,B2B交易额占中国电子商务总体交易额的89.5%,达到21480亿元;而B2C交易额占整体交易额的7.4%,达到1776亿元;C2C交易额占3.1%,达到744亿元。整体业务格局的最大变化在于B2C市场份额进一步扩大。

根据艾瑞咨询统计数据显示,2008年当作所谓电子商务交易额达3.098万亿元,B2B电子商务交易规模达2.97万亿元,B2C网络购物交易规模达87.1亿元,C2C网络购物交易规模达1194.7亿元。

易观国际研究表明,2008年中国线上B2B电子商务市场交易规模保持了持续增长,通过线上B2B电子商务达成的交易金额已达22725亿元人民币,同比增长31.4%,季度平均增长率达4.69%。但是受经济大环境影响,外贸交易规模增幅明显放缓,季度平均复合增长率仅为1.25%。总体交易规模上,内贸高于外贸,分别为13349亿和9376亿,分别占58.7%和41.3%。易观国际认为随着经济危机的影响进一步深入,各家B2B平台将更大力开拓内需市场,今年内贸交易规模占比将超过60%。2008年,我国B2C网上零售市场规模预计可达到81.1亿元,比2007年的46.4亿元增长75%,发展势头迅猛。虽然由于受到雪灾、地震、奥运会的影响,B2C网上零售市场规模季度增长率起伏较大,但总体来看呈现调整上升趋势。

⁵ 国家发展改革委,国家统计局,中国物流与采购联合会. 2008年全国物流运行情况通报(2008-2009年)[EB/OL](2009-03-06)[2009-07-03]. 国家发展和改革委员会网站: http://yxj.ndrc.gov.cn/xdwl/t20090306_264992.htm]

⁶ 艾瑞咨询,阿里巴巴.《中国电子商务从业人员职业发展及薪酬研究报告》[R/OL](2008-12-05)[2009-07-23]. 阿里巴巴网: <http://down.iresearch.cn/Reports/Free/1243.html>.<http://info.china.alibaba.com/news/detail/v5003256-d1004417605.html>

⁷ 艾瑞咨询. 2008-2009年中国网络教育行业发展报告[R/OL](2009-06-24)[2009-07-23]. 艾瑞网: <http://analyst.iresearch.cn/u/stormqueen/archives/2009/110137.shtml>]

互联网协会数据中心(DCCI)的数据,中国B2B电子商务市场交易规模,2007年电子商务交易额12962.6亿元,2008年电子商务交易额19793.5亿元,2009年电子商务交易额23741.6亿元。

1.3 电子商务应用

1.3.1 在社会发展及处理突发事件中作用凸现

1 在战胜风雪灾与四川地震自然灾害中发挥重要作用

2008年,在抗击南方部分省(市)发生的冰冻灾害,特别是汶川特大地震以及支持灾后重建方面,人民银行及时应对,确保了支付系统的高效、稳定、连续运行,为受灾地区群众、企业和金融机构提供了优质的支付清算服务和政策支持。一是及时启动支付清算系统应急处置预案,大额支付系统节假日照常运行、放开小额支付系统贷记业务金额上限,全力保障支付系统的安全稳定运行,为救灾款项的及时划拨到位开辟了“绿色通道”。二是切实贯彻国务院关于向地震灾区困难群众发放补助金的决定,专门开辟特殊支付渠道,并发出紧急通知,要求受灾地区人民银行分支机构积极协调当地政府及银行业金融机构,认真做好受灾群众身份信息采集、补助金收款账户开立及补助金发放等各项工作,使补助金发放得以快速、准确、自动化处理。三是及时组织制定了一系列恢复灾区支付结算秩序、维护灾区群众和企业利益的政策措施。

网上捐款平台提供高效便民服务 在2008年春节前后易宝支付与北京红十字会合作开展的“红十字风雪救援行动”中,该平台半月募集善款近30万元,在红十字汶川地震救援中,5月13日到28日7万多名网友通过易宝支付捐款逾1850万元,在此次地震救援中涌现出的三大捐款平台——淘宝支付宝、腾讯财付通和易宝支付,创造了互联网史上的公益奇迹。

2 在数字奥运会中的应用

“数字奥运”是“科技奥运”的时代特征,这其中也包括了奥运电子商务网站、奥运智能卡、数字奥运信息亭、奥运移动电子商务应用服务系统、奥运电子支付应用管理平台、电子物流配送体系服务网等一整套电子商务应用系统。加快科技奥运和数字北京的建设步伐,不仅是把握奥运会的良机,也是我国现阶段加快发展电子商务的一个契机。

在本届奥运会的报道中,互联网成为快速、海量、全面的主流媒体,中国2亿多网民可通过互联网获取资讯、追踪金牌走势、比赛结果、阅读评论、查找统计数字等。围绕数字电视、IPTV、视频网站、手机彩信等互联网和无线应用的新媒体,网络视频成为一个众多门户网站或视频网站都非常看好的传播渠道。

为兑现“3G服务奥运”承诺,确保奥运期间提供优质的通信保障和服务,近年来政府主管部门和移动运营商、终端制造商等各方积极推动3G的研发和应用。2008年4月1日,TD-SCDMA的社会化业务测试和试商用在奥运城市正式启动,此举标志着中国开始迈向3G移动通信,使手机用户随时随地观看移动电视、浏览电影、视频交流、查阅资讯成为了现实。

手机电视奥运台将分设“手机电视”、“我@央视”、“畅行奥运”三个频道,为手机用户提供视频直播、点播、下载、互动、查询等服务;而手机彩信也不甘落后,中国移动与国内主流媒体单位合作,通过彩信和短信方式,向用户提供“奥运手机报”。在5月1日,中国移动就已推出了其手机报业务的奥运英文版,8月1日推出奥运夺金热点项目深入报道版,奥运手机报的内容更加丰富和全面。

2008年北京奥运会与以前奥运会的最大区别在于,本届奥运会将是新媒体的舞台,最主要的参与者将是全球数以亿计的网民。

北京顺义区空港物流基地的奥运物流中心(OLC),是奥运物流的“中枢神经”。北京奥运

会期间,物流需求总量约为432亿元人民币。北京奥运会的总体物流需求约为2760亿元人民币。从最初奥运场馆建设到最终奥运会结束,需要庞大的物流体系支撑。通过此次的赛事服务,是对国内物流行业服务需求质量的考验,也是对响应能力、响应速度的考验。

举办奥运会实现2008年奥运会在信息化建设及在电子商务应用方面的承诺:电子商务、数字化社区等信息化应用更趋成熟,电信网络、数字电视、卫星直播等应用工程也达到了世界先进水平。人们通过网络在家里就可以查阅到各种奥运资料,并看到形象生动的奥运画面。借助互联网,更深入地介入到体育比赛的全过程,让人们充分感受到奥运赛场上体育健儿奋勇拼搏的精神。

1.3.2 行业应用的新局面

1 行业网站带动行业电子商务发展

中国石化物资采购电子商务网是联接中国石化总部、各分(子)公司与供应商三方,实时互动的大型B2B交易网站。网站经过近9年的持续推进,网上采购工作实现了快速发展。网上采购物资品种从最初的钢材、煤炭、机电设备等8个大类约5000个品种,扩大到全部56个大类76万余个品种,增加152倍;网上交易用户从2400个发展到2.7万个,其中注册供应商从300家发展到2万多家;网上采购成交金额从2001年76亿元,提高到2008年1600亿元,增幅21倍。截止到2008年12月31日,物资采购电子商务网站共成交合同777458笔,采购资金6018.55亿元;2008年成交合同208480笔,采购资金1681.29亿元。

实施物资采购电子商务为中国石化传统的物资采购工作带来了深刻变化。一是向公众投资者宣传了中国石化的物资采购形象;二是运用网络技术改革了中国石化物资采购运行机制和物资采购模式,同时规范了采购行为,公开采购过程,杜绝了暗箱操作和不正当之风,有效地提高了工作效率和物资供应管理水

平;三是采购成本有效降低;四是实现了采购过程的实时监控。五是加强了对供应商的管理。系统自动提供物资采购历史成交价格和各供应商综合考核评分,使得供应商的选择向量化、科学化又迈进了一步,提高了对供应商的管理水平。

B2B网站数量超过5100家,年服务收入约190亿全国,网站5500家,提供供应商或产品目录、网上店铺或展示、产品配送和物流、网上支付、建网站等服务。

“中国轻工业网”(中轻网`www.clui.com.cn`)是在中国轻工业联合会的领导下,由中国轻工业信息中心组织建设的中国轻工行业最具权威的政府网站、门户网站和电子商务平台。2008年,为全面推进轻工行业电子商务,进一步完善电子商务服务功能,中国轻工业信息中心把中轻网的信息服务功能和电子商务功能进行了分离,在中轻网上推出了独立的电子商务平台。该平台覆盖轻工27个行业,开通了买家信息,卖家信息,招商引资,人才招聘,企业库,产品库等功能,平台建立后取得了良好的效果,现在电子商务会员的日注册数量达了400家,“中轻网”排名较以前也有了显著提高。由轻工各行业协会和民间机构组织建设的行业垂直型网站,如国家电网(`www.cheaa.com`),中国皮革网(`www.china-leather.com`),天天家具网(`www.365f.com`),温州眼镜网(`www.wenzhouglasses.com`)等也发展迅速,为行业企业提供专业的电子商务服务,在行业中具有很大的影响力。此外,广东,山东,天津等轻工重点地区也相继开通了地区轻工网。2008年轻工行业以中轻网为门户,以行业网、地区网为两条主线,为轻工企业提供综合电子商务服务,开辟了行业电子商务新局面。

烟草行业电子商务系统由网上交易子系统、准运证管理子系统和网上资金结算子系统三个部分构成,以“决策管理系统”的物流信息为基础,实现行业供应链管理商流、物流、资金

流和专卖等信息流的统一,为卷烟、烟叶等烟草制品购销间及相关业务的商务流动提供切实的支持和服务。2008年,烟草行业电子商务稳步发展。目前,交易子系统已全面支持卷烟、烟叶、物资、烟机及零配件等的网上购销活动;准运证管理子系统统一省内省际准运证,完成准运证的网上申领和发放,并在物流环节实现协同;网上资金结算子系统正在积极探索交易活动网上资金结算的实现途径,努力建设支付型电子商务。

存在于烟草供应链产销环节工商企业之间的BtoB 电子商务应用日趋成熟。全年共签订烟叶购销合同 91,087 份,总成交量 50,593,913.38 万担;共签订卷烟交易合同 494,008 份,总成交量 219,349,027 万支(合 43,869,805.4 箱);共签订物资交易合同 2940 份,总成交金额 1,654,476.13 万元;合计开具各类准运证 746,402 份。

全国数以千计的行业网站,带动了各行业电子商务及中小企业电子商务的发展。

2 先进制造领域电子商务的进展

在国家“863”科技计划的支持下,上海华申智能卡应用系统有限公司开发了基于电子标签的危险品气瓶(液化气气瓶)、烟花爆竹二项安全追踪和溯源管理软件及应用系统;开发了危险品气瓶、烟花爆竹等危险品的公共安全管理服务系统,并进入了实际运行阶段。已在上海市 200 万液化气气瓶上应用,占上海市液化气气瓶的半数以上;该课题成果及上海中京电子标签集成技术有限公司承担的“RFID 标签集成技术研究及产业化”课题成果成功应用于北京奥运会烟花安全追溯和管理中,并保证了奥运会烟花燃放工作圆满完成。

在国家“863”科技计划的支持下,同方股份有限公司承担的“可重构 RFID 中间件技术研究与开发”课题成果应用于 2008 年北京奥运会门票系统,保证北京奥运会门票全面成功使用了 RFID 技术,产生了良好的影响。

在国家“863”科技计划的支持下,开发出面向危化品生产、运输、仓储和使用等方面的安全监测与跟踪网络化微系统系列产品,已在福建中石化、新疆/北京/广州中石油、张家港优尼科等危化品运输公司进行了 500 多套系统产品的小批量装车,中国国际海运集装箱(集团)股份有限公司为此专门注册成立了“中集智能科技有限公司”,以企业运作方式,来推动危化品运输跟踪管理智能系统开发、应用与产业化。

先进制造领域高度重视电子商务发展模式,注重 ASP/SAS 模式的结合,推动制造业与电子商务的融合发展。在制造业信息化科技工程中重点支持了包括汽车零部件、工控行业、摩托车零部件等产业链业务协同商务平台等基于电子商务模式的 12 个平台。在 863 计划中布置了制造业产业链业务协同商务平台和面向同质企业集聚区域的共性技术资源服务商务平台等课题。其中,制造业产业链业务协同商务平台以支持制造业产业链开展业务协同为目标,基于协同商务平台建立制造企业与其上下游协作企业群(供应商群、服务商群和经销商群体)之间开展业务协同的电子商务体系。基于平台实现与企业 ERP 系统的集成,构建制造企业与协作企业群体之间开展业务协同的一体化信息系统,实现信息流、物流和资金流的企业内外部贯通,优化产业链的业务流程,实现电子商务平台从“信息服务”向企业间“业务协作”的跨越。

面向同质企业集聚区域的共性技术资源服务商务平台以区域集聚的同质企业群为对象,利用共性技术资源服务商务平台开展制造业信息化的共性技术资源服务,包括软件资源、行业设计资源、技术资源服务(ASP/SAS)等,实现电子商务平台从“信息服务”向“资源服务”的跨越。

3 农业电子商务初见成效

农业部中国农业信息网政务版截止 2008