



电子商务蓝皮书®

BLUE BOOK OF E-BUSINESS

中国城市电子商务 影响力报告 (2012)

URBAN E-BUSINESS INFLUENCE IN CHINA (2012)

主 编 / 荆林波
副主编 / 黄 浩 赵京桥



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2012
版

电子商务蓝皮书

BLUE BOOK
OF E-BUSINESS



中国城市电子商务影响力报告 (2012)

URBAN E-BUSINESS INFLUENCE IN CHINA (2012)

主 编 / 荆林波
副主编 / 黄 浩 赵京桥



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

中国城市电子商务影响力报告. 2012/荆林波主编. —北京: 社会科学文献出版社, 2012. 5

(电子商务蓝皮书)

ISBN 978 - 7 - 5097 - 3400 - 1

I. ①中… II. ①荆… III. ①电子商务 - 研究报告 - 中国 - 2012
IV. ①F724. 6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 090836 号

电子商务蓝皮书

中国城市电子商务影响力报告 (2012)

主 编 / 荆林波

副 主 编 / 黄 浩 赵京桥

出 版 人 / 谢寿光

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮政编码 / 100029

责任部门 / 财经与管理图书事业部 (010) 59367226

责任编辑 / 许秀江 林 尧

电子信箱 / caijingbu@ssap.cn

责任校对 / 李有江

项目统筹 / 恽 薇

责任印制 / 岳 阳

总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部 (010) 59367081 59367089

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 北京季蜂印刷有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

版 次 / 2012 年 5 月第 1 版

印 次 / 2012 年 5 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 3400 - 1

定 价 / 69.00 元

印 张 / 24

字 数 / 411 千字

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

▲ 版权所有 翻印必究

主编简介

荆林波 经济学博士，研究员，博士生导师。现为中国社会科学院财经院副院长，《财贸经济》副主编。享受国务院特殊津贴，经贸政策咨询委员会委员。社会兼职包括：APEC 电子商务联盟主任委员、中国市场学会副会长、中国商业经济学会副会长、中国物流学会副会长、世烹联国际饮食文化研究会秘书长、中国烹饪协会专家委员会副主任、高等院校贸易经济教研会副会长及浙江工商大学现代商贸研究中心兼职研究员等职。

近年获奖情况包括：孙冶方经济科学奖、万典武商业经济学奖、中国商业联合会科技进步一等奖、商务部优秀成果二等奖、全国首届信息化优秀成果奖等，荣获“中国流通 60 年突出贡献人物”、“中国服务业科技创新人物”、“中国餐饮 60 年杰出人物”等称号。出版专著：《信息服务与经营模式》、《第三只眼看网络经济》、《中国商品期货交割》、《市场营销》等；译著：《营销 e 术》、《生产率：信息技术与美国增长复苏》（与冯永晟合作）等；主编：《解读电子商务》、《阿里巴巴集团考察——阿里巴巴经营模式研究》、《阿里巴巴的网商帝国》、《现代流通业：资本与技术的融合》、《现代零售业战略与管理》、《中国流通理论前沿》、《消费者心理学理论与实践》、《中国企业大并购》、《中国商品市场发展报告》、《中国电子商务服务业发展报告》（与梁春晓合作）、《中国服务业发展报告》（与史丹、夏杰长合作）和《中国餐饮产业运行报告》（与杨柳合作）等多部著作。

摘 要

电子商务作为信息社会的重要商务方式正在深刻地影响着人类社会的方方面面。城市作为人类社会生活的集中体现和重要载体，自然也会受到电子商务的革命性影响。同时，城市的政治、经济、社会、技术等一系列因素也会给城市电子商务发展带来重要影响。本书正是从电子商务与城市发展的新视角来研究区域电子商务的发展。

全书由总报告、城市报告和园区报告三大部分组成。总报告《中国城市电子商务影响力综合评价》中，课题组从总体上分析了电子商务与城市发展的重要关系，认为电子商务在拉动城市经济增长，调整城市产业结构，解决城市就业，改善城市民生等方面都具有重要意义，同时，报告也对当前城市发展电子商务的环境和现状做了研究分析。为评价城市电子商务发展，课题组首次提出城市电子商务影响力评价模型。模型主要从吸引力、管理力和辐射力三个方面衡量城市电子商务的影响力，包括了10个二级指标和37个三级指标。基于实地调研、问卷调查以及其他文献资料，课题组对2011年首批电子商务示范城市的电子商务发展情况进行了综合评价。这些城市包括北京市、天津市、上海市、深圳市、重庆市、青岛市、宁波市、厦门市、哈尔滨市、武汉市、广州市、成都市、南京市、杭州市、福州市、郑州市、昆明市、银川市、南宁市、苏州市、汕头市以及长春—吉林一体化区域。模型评价结果显示杭州、北京、上海、深圳、广州是我国电子商务发展最有影响力的五个城市。总报告最后提出了提升城市电子商务影响力的对策建议。

城市报告则以城市电子商务案例的形式对上述22个城市的电子商务发展条件、现状及前景进行研究分析，并对城市电子商务影响力进行评价。园区报告选取了北京通州区国家级电子商务示范基地，上海嘉定电子商务产业园，杭州东方电子商务产业园，苏州金枫电子商务产业园和深圳市福田电子商务产业基地这五个电子商务产业园区进行介绍，为电子商务示范城市发展电子商务聚集区提供借鉴。

Abstract

E-Business, as one of most important parts of information society, is a profound impact on all aspects of human society. Thereby, city, as the key carrier of human society, is deeply influenced by E-Business. Meanwhile, the political, economic, social and technological factors of the city also have important effect on the development of E-Business. The study on the development of E-Business in this book is from a new perspective: the interactivity between E-Business and urban development.

This book is composed of general report, 22 cities reports and 5 industrial park reports. The general report "Evaluation on the Influence of the Cities' E-Business in China", generally analyze the important relationship between E-Business and the urban development and hold the points that E-Business is significant to the growth of urban economy, the adjustment of industry structure, the urban employment and people's livelihood. And then the report describes the development of urban E-Business and analyzes the positive factors for the development of E-Business. In order to evaluate the development of the cities' E-Business, the influence evaluation model is established in the report. The model evaluates the influence of the cities' E-Business from three aspects: Attractiveness, Management Ability and Radiation Power. These three aspects contain 10 secondary indicators and 37 third grade indicators. Based on the model, the report evaluation 22 cities in China, that is Beijing, Tianjin, Shanghai, Shenzhen, Chongqing, Qingdao, Ningbo, Xiamen, Harbin, Wuhan, Guangzhou, Chengdu, Nanjing, Hangzhou, Fuzhou, Zhengzhou, Kunming, Yinchuan, Nanning, Suzhou, Shantou and Jilin-Changchun. The result tells that Hangzhou, Beijing, Shanghai, Shenzhen and Guangzhou have the most powerful influence in E-Business. The general report proposes several suggestions on enhance the influence of E-Business.

After the general report, the 22 city reports are the case study of the 22 cities which further describe and analyze the development of E-Business in these 22 cities. The third part of this book is the reports of selected E-Business Park, which include "National Demonstration Base of E-Business, Tongzhou, Beijing", "E-Business Park, Jiading, Shanghai", "East E-Business Park, Hangzhou, Zhejiang", "Jinfeng E-Business Park, Suzhou, Jiangsu", and "Futian E-Business Park, Shenzhen, Guangzhou". The experiences of these Parks will help enhance the influence of urban E-Business a lot.

目 录



Ⅱ I 中国城市电子商务影响力综合评价

Ⅱ.1 中国城市电子商务影响力综合评价·····	001
一 电子商务与城市发展·····	001
二 城市电子商务发展的环境分析·····	005
三 城市电子商务影响力的基本情况·····	009
四 城市电子商务影响力评价模型·····	020
五 提升城市电子商务影响力的政策建议·····	027

Ⅱ II 示范城市电子商务发展情况介绍与影响力评价

Ⅱ.2 杭州市电子商务发展情况与影响力评价·····	038
Ⅱ.3 北京市电子商务发展情况与影响力评价·····	053
Ⅱ.4 上海市电子商务发展情况与影响力评价·····	064
Ⅱ.5 广州市电子商务发展情况与影响力评价·····	077
Ⅱ.6 深圳市电子商务发展情况与影响力评价·····	094
Ⅱ.7 南京市电子商务发展情况与影响力评价·····	110
Ⅱ.8 苏州市电子商务发展情况与影响力评价·····	120
Ⅱ.9 宁波市电子商务发展情况与影响力评价·····	132
Ⅱ.10 武汉市电子商务发展情况与影响力评价·····	145
Ⅱ.11 天津市电子商务发展情况与影响力评价·····	158
Ⅱ.12 成都市电子商务发展情况与影响力评价·····	172



B.13	重庆市电子商务发展情况与影响力评价	187
B.14	青岛市电子商务发展情况与影响力评价	197
B.15	郑州市电子商务发展情况与影响力评价	210
B.16	福州市电子商务发展情况与影响力评价	225
B.17	厦门市电子商务发展情况与影响力评价	237
B.18	哈尔滨市电子商务发展情况与影响力评价	249
B.19	南宁市电子商务发展情况与影响力评价	260
B.20	昆明市电子商务发展情况与影响力评价	274
B.21	长春—吉林一体化区域电子商务发展情况与影响力评价	288
B.22	汕头市电子商务发展情况与影响力评价	301
B.23	银川市电子商务发展情况与影响力评价	314

B III 典型电子商务示范园区介绍

B.24	北京通州区国家级电子商务示范基地	327
B.25	上海嘉定电子商务产业园	335
B.26	杭州东方电子商务产业园	346
B.27	苏州金枫电子商务产业园	351
B.28	深圳市福田电子商务产业基地	358



CONTENTS



B I Evaluation on the Influence of the Urban E-Business in China

B.1	Evaluation on the Influence of the Urban E-Business in China	/ 001
	1. <i>E-Business and the Urban Development</i>	/ 001
	2. <i>Analysis on the Environments of the Development of E-Business</i>	/ 005
	3. <i>Introduction for the Urban E-Business Influence in China</i>	/ 009
	4. <i>Evaluation Model for Urban E-Business Influence</i>	/ 020
	5. <i>Policy Suggestions for Improving the Influence of Urban E-Business</i>	/ 027

B II Introduction and Evaluation for the Development of E-Business in Demonstration Cities

B.2	Introduction and Evaluation for the Development of E-Business in Hangzhou	/ 038
B.3	Introduction and Evaluation for the Development of E-Business in Beijing	/ 053
B.4	Introduction and Evaluation for the Development of E-Business in Shanghai	/ 064
B.5	Introduction and Evaluation for the Development of E-Business in Guangzhou	/ 077



B.6	Introduction and Evaluation for the Development of E-Business in Shenzhen	/ 094
B.7	Introduction and Evaluation for the Development of E-Business in Nanjing	/ 110
B.8	Introduction and Evaluation for the Development of E-Business in Suzhou	/ 120
B.9	Introduction and Evaluation for the Development of E-Business in Ningbo	/ 132
B.10	Introduction and Evaluation for the Development of E-Business in Wuhan	/ 145
B.11	Introduction and Evaluation for the Development of E-Business in Tianjing	/ 158
B.12	Introduction and Evaluation for the Development of E-Business in Chengdu	/ 172
B.13	Introduction and Evaluation for the Development of E-Business in Chongqing	/ 187
B.14	Introduction and Evaluation for the Development of E-Business in Qingdao	/ 197
B.15	Introduction and Evaluation for the Development of E-Business in Zhengzhou	/ 210
B.16	Introduction and Evaluation for the Development of E-Business in Fuzhou	/ 225
B.17	Introduction and Evaluation for the Development of E-Business in Xiamen	/ 237
B.18	Introduction and Evaluation for the Development of E-Business in Harbin	/ 249
B.19	Introduction and Evaluation for the Development of E-Business in Nanning	/ 260
B.20	Introduction and Evaluation for the Development of E-Business in Kunming	/ 274



B.21	Introduction and Evaluation for the Development of E-Business in Changchun & Jilin	/ 288
B.22	Introduction and Evaluation for the Development of E-Business in Shantou	/ 301
B.23	Introduction and Evaluation for the Development of E-Business in Yinchuan	/ 314

B III Introduction for Parks of Electronic Business in China

B.24	National Demonstrate Base of E-Business, Tongzhou, Beijing	/ 327
B.25	E-Business Park, Jiading, Shanghai	/ 335
B.26	East E-Business Park, Hangzhou, Zhejiang	/ 346
B.27	Jinfeng E-Business Park, Suzhou, Jiangsu	/ 351
B.28	Futian E-Business Park, Shenzhen, Guangzhou	/ 358

中国城市电子商务 影响力综合评价

Evaluation on the Influence of the Urban
E-Business in China



B.1

中国城市电子商务影响力综合评价

一 电子商务与城市发展

电子商务是指利用互联网进行的商务活动，它是一种现代化的商业作业模式，它面向企业和个人，提供全面而有针对性的商务服务，主要包括基于互联网的交易服务、业务支持服务及信息技术服务三个主要部分。电子商务涉及社会经济中的许多传统行业和新兴行业，围绕电子交易方式的实现，形成了庞大的电子商务生态系统，深刻地影响着社会经济的运行和组织机构的运作方式。我们关于中国电子商务城市影响力的研究主要是基于以上的理解而展开的。

电子商务对城市经济、社会发展的影响已经逐渐显现。电子商务成为就业人数众多和带动性很高的新兴产业，目前电子商务已经广泛渗入到生产、流通、消费和服务各个领域，不断与各个产业相融合，并成为新的经济增长点。图1说明了电子商务对城市经济、社会发展的影响作用。

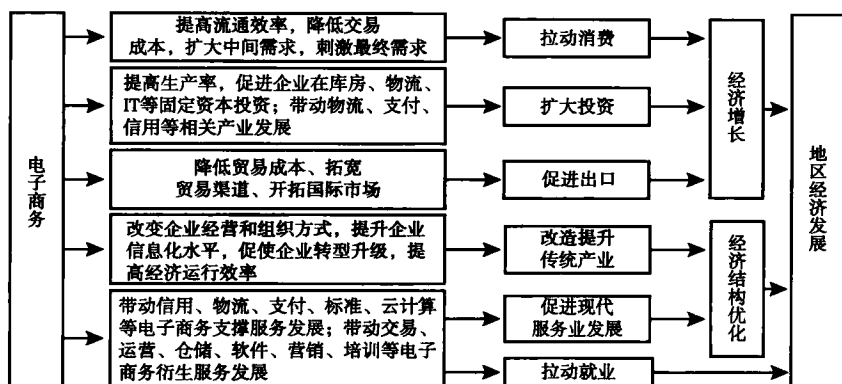


图1 电子商务对城市经济、社会发展的主要影响

从宏观经济层面上看，第一，作为流通方式的电子商务在开拓市场范围方面的作用，使得需求方面面临更广泛的市场选择范围，导致一定价格水平上的总需求数量的增长；第二，电子商务可以看作是一种技术创新，能有效降低交易成本、提高交易的效率，通过节省从微观经济活动到宏观经济运行的成本，提高全社会的总供给水平，因此促进了经济总量的增长；第三，由于成本节省带来的企业和行业生产经营效率的提高，提高了经济运行效率和质量，降低了资源消耗，促进了传统产业的转型升级，带动了现代服务业的发展，促进了经济发展方式的转变和产业结构的优化。

（一）电子商务对经济增长的拉动作用

电子商务对经济增长的拉动作用非常显著，电子商务通过拉动消费、促进投资、促进国际贸易等方式促进地区经济增长。作为一种新型的流通方式，电子商务缩短了生产和消费之间的流通环节，可以提高流通效率，降低交易成本，促进中间需求，刺激最终消费。电子商务在企业内部的应用，有效降低了企业的采购成本和销售成本，刺激了企业中间需求的增加；电子商务给普通消费者提供了更加方便、多样和实惠的消费选择，加快了收入增长向消费转化的过程，网络零售对最终消费的拉动作用日益明显。电子商务目前已成为扩大居民消费、拉动内需、保持经济增长动力的有效手段。

电子商务所带来的中间需求和最终需求的增加，以及电子商务应用范围和深



度的不断扩展，也带动了企业在库房、机器设备、物流运输工具、IT 基础设施等固定资产的投资。此外，作为国家战略新兴产业的组成部分，电子商务的快速发展也带动了物流、支付、信用、广告、云计算等一批电子商务服务业的发展。电子商务成为带动投资，促进经济新一轮增长的关键产业之一。

在传统国际贸易模式下，中小企业获取国际市场信息成本很高，而且面临代理、渠道、运输等一系列问题，并为此付出了高额成本，这使得很多出口中小企业只能依附于大企业成为订单的接包方。而电子商务以其开放性、跨时空和全球性等特点，可以打破各国家和地区之间的时空障碍，简化国际贸易流程，减低贸易成本，拓宽贸易渠道，有效降低中小企业开展国际贸易的门槛。借助阿里巴巴、慧聪网、敦煌网等第三方电子商务平台，中小企业开展国际贸易的门槛和成本得以降低，电子商务成为中小企业开拓国际市场的重要手段之一。电子商务在创造新兴市场方面的作用有助于拓展地区经济发展的空间。

（二）电子商务对产业结构优化的推动作用

电子商务已成为推动产业结构调整 and 转变经济发展方式的重要力量。电子商务对产业结构优化的促进作用在于：第一，以信息技术为核心的电子商务在传统产业的渗透和应用，可以提升企业的信息化水平，提高了企业管理、服务及流通等环节的效率，提升了传统产业的资源配置效率，促使传统产业的转型升级；第二，电子商务的应用可以提高服务业的服务能力，改进服务业的服务效率，开拓服务业的市场范围，加速传统服务业向现代服务业的转化过程；第三，电子商务的快速发展还带动了基于网络的交易服务、业务外包服务以及信息技术外包服务等电子商务服务业的发展，这不仅开辟了新的服务业领域，还促使了服务业内部各领域之间的交叉和融合。

电子商务是产业关联度、感应度及带动力都很高的新兴产业，电子商务的快速发展，不仅直接拉动了信用、物流、支付、标准、云计算等电子商务支撑服务的发展，而且还促进了与电子商务相关的交易、技术、运营、信用、支付、培训等衍生服务的发展，带动了金融、人才、第三方物流、信息服务、教育培训等多种现代服务业的发展，加快了传统服务业升级调整的步伐。这种为电子商务提供服务的一系列行业已经产业化，并称之为电子商务服务业。根据 IDC 的观点，从现代服务业的角度看，电子商务服务业是以互联网等计算机网络为基础工具，



以营造商务环境、促进商务活动为基本功能，是传统商务服务在信息技术——特别是计算机网络技术条件下的创新和转型，是基于网络的新兴商务服务形态，位于现代服务业的中心位置。

（三）电子商务已成为拉动就业的主要渠道之一

大量电子商务平台及网站的出现，提供了各种基于网络的创业及就业机会。因为门槛相对较低，电子商务已成为创业和就业的新渠道，这给普通人尤其是处于社会底层的人及弱势群体提供了更多的就业渠道和选择，从这个角度上看，电子商务创造的就业渠道和机会在缓解社会就业压力、服务弱势群体、提高居民收入、促进社会公平和安定等方面也起到了一定作用。据《中国中小企业电子商务发展报告 2009》的估算，中小企业通过开展电子商务直接创造的新增就业超过 130 万，每增加 1% 的中小企业使用电子商务，将带来 4 万个新增就业机会。

由电子商务带来的间接就业机会更是不容忽视。IDC 研究发现，2010 年淘宝网平均 1 个直接就业就可以带动约 2.85 个间接就业，通过淘宝网实现直接就业的人数为 182.3 万人，并带动了超过 500 万的间接就业；截至 2010 年底，阿里巴巴 B2B 平台涉及中小企业专业电子商务人员已达到 1520 万。电子商务的快速发展离不开物流、认证、支付等支撑服务的支持，电子商务的繁荣带动了营销、运营、仓储、培训等衍生服务和相关服务领域的发展。电子商务的繁荣间接给这些行业尤其是物流行业带来大量的就业机会，并催生出了网店卖家、网店装修师、“网模”、快递员等职业的产生。电子商务已当之无愧地成为重要的就业、创业渠道。由电子商务创造的直接及间接就业机会，如图 2 所示。

（四）电子商务改善民生

电子商务以其方便、快捷、高效、低成本等特点拉近了生产和消费之间的距离，将海量个性化需求汇集到一起，使得大规模定制成为现实，给人们提供了便捷的消费方式和多样化、个性化的选择。在 B2C 综合购物网站快速发展的同时，很多垂直化的专业购物网站也大量出现，加上 C2C 平台上大量的中小卖家，以及大批传统企业开设网上销售渠道，这给市民的生活提供了更加多样化的选择，使人们足不出户就可以购买到丰富而优惠的产品和服务，也可以很容易地买到线下买不到的产品，给人们节省了大量的时间和金钱，极大地方便了市民的生活。

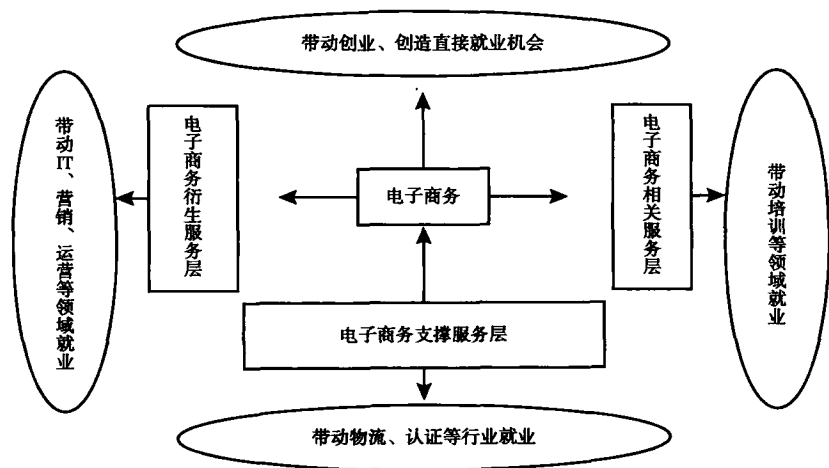


图2 电子商务创造的就业机会

随着电子商务应用领域的不断拓展，以及移动商务、网络团购等新兴模式的出现，电子商务与电信、旅游、餐饮、零售等本地生活服务企业的融合更加紧密，这给城市居民的生活提供了极大的便利，人们足不出户就可以进行网上购物、网上订餐、网上娱乐、网上旅行预订、网上缴费、网上炒股等，网络化的消费和生活方式已经融入了市民的日常生活。由于可以方便地进行网上购物，一定程度上也减少了人们外出购物的次数，这也非常有助于缓解城市拥堵问题。出行次数的减少带来的环保收益又对建设绿色、低碳的城市起到了支撑作用。

二 城市电子商务发展的环境分析

（一）电子商务发展的基础设施环境

城市电子商务发展的基础设施环境得到了长足的发展，城市的互联网普及率、宽带用户比例、带宽水平、手机普及率、移动互联网用户比例等等指标都远高于全国平均水平。

中国互联网络信息中心（CNNIC）的数据显示，截至2011年6月底，全国合计拥有网站183万个，其中北京地区网站总数29.8万个，占全国的16.3%，



居全国第一；其次是广东地区网站总数 28.8 万个，占全国的 15.8%；浙江地区网站总数 19.3 万个，占全国的 10.6%；上海地区网站总数 18.7 万个，占全国的 10.3%。

截至 2011 年 6 月底，全国合计域名数量 785.7 万个，其中 CN 域名数量 349.8 万个。北京域名数量超过 128 万个，占比达到 16.3%，排名中国第一。其中 CN 域名数量为 68.6 万个，占 CN 域名总数的 19.6%。上海域名数量超过 71.9 万个，占比达到 9.2%。

目前，北京 IPv4 地址数量占全国的 25.5%，广东 IPv4 地址数量占全国的 9.6%，浙江 IPv4 地址数量占全国的 5.3%，上海 IPv4 地址数量占全国的 4.5%。据北京市经济和信息化委员会数据可知，截至 2010 年 9 月，北京市累计建设 3G 基站约 1.8 万个，无线网接入点约 5400 个；具备 20 兆宽带接入能力的用户超过 176 万户，3G 用户超过 254 万户。北京市初步建成国内最好的 3G 网络、20 兆宽带覆盖最广的信息网络。北京市企业上网率达 58.3%，尝试开展电子商务的企业数量超过 30%。北京有上千个 Wi-Fi 热点和数十个 WiMAX 基站，中关村、金融街、CBD 等地区已有无线宽带覆盖，用户使用具有 Wi-Fi 功能的手机或笔记本即可稳定享用 1Mbps 速率。2010 年上海市实现信息产业增加值 1646.49 亿元，比 2009 年增长 21%。其中，信息服务业增加值 903.52 亿元，国际互联网出口带宽达 300Gbps，增加 100Gbps；WLAN 无线热点 7400 个，增加 2300 个；宽带接入用户达 499.2 万户，其中家庭宽带用户达 440 万户；数字电视用户达 227 万户，增加 143 万户；IPTV 用户达 130 万户，增加 29 万户。

（二）电子商务发展的人才环境

电子商务是现代信息技术与商务的有机结合，它的运作和发展需要大量“既懂电子、又懂商务，既会应用、又会创新”的复合型人才。目前我国既有国家高等教育电子商务专科、本科专业，又有电子商务研究生专业，既有公办院校开设的侧重理论知识培养的学历教育，也有与企业合办的侧重实践操作的非学历教育。这些多渠道培养措施大大坚实了我国电子商务应用与发展的人才基础。2001 年，教育部批准第一批 13 所高校设立电子商务本科专业。这些高校分别是：北方交通大学、北京邮电大学、对外经济贸易大学、东北大学秦皇岛分校、南京理工大学、南京审计学院、浙江大学、厦门大学、华侨大学、华中师范大