2012 年度中国电子商务市场数据

监 测 报 告

发布机构：中国电子商务研究中心

报告编制：中国电子商务研究中心

报告发布：中国电子商务之都.杭州

发布时间：二 0 一三年三月二十日

报告目录

一、报告核心数据 4
二、报告概况 6
2.1 报告背景 8
2.2 报告目的 9
2.3 研究方法 9
2.4 报告执行 9
2.5 报告时间 9
2.6 报告声明 9
三、整体篇 10
3.1 电子商务整体现状及数据 10
3.1.1 交易规模 10
3.1.2 区域分布 10
3.1.3 行业分布 11
3.1.4 从业人员 12
3.2 中国主要地区电子商务发展数据概况 14
3.2.1 浙江省 14
3.2.2 广东省 15
3.2.3 江苏省 15
3.2.4 上海市 16
3.2.5 北京市 17
3.3 2012 年中国电子商务城市十强榜单 19
四、行业篇 21
4.1 B2B 电子商务现状与数据 21
4.1.1 市场规模 21
4.1.2 企业规模 21
4.1.3 市场营收 22
4.1.4 市场份额 23
4.1.5 用户规模 24
4.1.6 发展趋势 25
4.2 网络零售市场现状与数据 26
4.2.1 交易规模 26
4.2.2 企业规模 26
4.2.3 市场份额 27
4.2.4 注册用户 28
4.2.5 用户规模 29
4.2.6 网店规模 29
4.2.7 移动电商 30
4.2.8 海外代购 31
4.2.9 发展趋势 32
4.3 网络团购市场现状与数据 33

4.3.1 企业规模.....33
4.3.2 用户规模.....35
4.3.3 交易规模.....35
4.3.4 市场份额.....36
4.3.5 网站类型.....37
4.3.6 发展趋势.....38
4.4 电子商务投诉市场现状与数据.....39
4.4.1 行业整体.....39
4.4.1.1 领域分布.....39
4.4.1.2 投诉金额.....40
4.4.1.3 投诉性别.....40
4.4.2 网络零售投诉.....41
4.4.2.1 十大热点.....41
4.4.2.2 投诉榜单.....42
4.4.2.3 支付快递.....45
4.4.2.4 传统品牌.....45
4.4.3 网络团购投诉.....46
4.4.3.1 十大问题.....46
4.4.3.2 十大网站.....47
4.5 其他电子商务领域重要数据.....47
4.5.1 物流快递.....47
4.5.2 第三方支付.....48
4.5.3 O2O 数据.....48
4.5.4 投融资.....48

五、盘点篇.....51
5.1 行业十大事件盘点.....51
5.1.1 B2B 行业十大事件.....51
5.1.2 网络零售行业十大事件.....53
5.1.3 团购行业十大事件.....55
5.1.4 电商十大投诉事件.....57
5.2 主要市场动态盘点.....60
5.2.1 第一季度.....60
5.2.2 第二季度.....61
5.2.3 第三季度.....63
5.2.4 第四季度.....65

六、报告附录.....68
6.1 常见名词.....68
6.2 编制机构.....70
6.3 研究报告.....71
6.4 人才培训.....75
6.5 联系分析师.....80

一、报告核心数据

1.1 电子商务整体数据

交易规模：截止到2012年底，中国电子商务市场交易规模达7.85万亿，同比增长30.83%。其中，B2B 电子商务交易额达 6.25 万亿，同比增长 27%。网络零售市场交易规模达 13205 亿元，同比增长 64.7%。

区域分布：排在前十的省份（含直辖市）分别为：浙江省、广东省、上海市、北京市、江苏省、山东省、四川省、河北省、河南省、福建省。

城市十强：报告发布了 2012 年中国电子商务城市十强榜单，综合电子商务交易量、网上市场吸引力、基础设施建设、零售业发展、创新、行业活力与垄断六项指数，北京以总分最高位居第一，接下来分别为上海、杭州、广州、深圳、南京、重庆、成都、厦门、宁波。

行业分布：排在前十名的依次为：服装鞋帽、纺织化纤、农林畜牧、数码家电、机械设备、化工塑料、食品糖酒、建筑建材、五金工具、医疗医药。

从业人员：截止 2012 年 12 月，电子商务服务企业直接从业人员超过 200 万人。目前由电子商务间接带动的就业人数，已超过 1500 万人。

1.2B2B 行业数据

市场规模：2012 年中国 B2B 电子商务市场规模达 6.25 万亿，同比增长 27%，相较 2011 年下滑两个百分点。

企业规模：截止到 2012 年 12 月，我国 B2B 电子商务服务企业达 11350 家，同比增长 8%，相较 2011 年下降 6 个百分点。

市场营收：2012 年中国 B2B 电子商务服务商的营收规模约为 160 亿元，同比增长 23%。

市场份额：2012 年 B2B 电子商务服务商营收（包括线下服务收入）份额中，阿里巴巴继续排名首位，市场份额为 45%。而环球资源、我的钢铁网、慧聪网、中国制造网、环球市场集团、网盛生意宝分别位列二~七位。

用户规模：2012 年 12 月，国内使用第三方电子商务平台的中小企业用户规模（包括同一企业在不同平台上注册但不包括在同一平台上重复注册）已经突破 1700 万。

1.3 网络零售行业数据

交易规模：2012 年中国网络零售市场交易规模达 13205 亿元，同比增长 64.7%，占社会消费品零售总额的 6.3%。

企业规模：到 2012 年 12 月底国内 B2C、C2C 与其它电商模式企业数已达 24875 家，较去年增幅达 19.9%，预计 2013 年达到 25529 家。

市场份额：截至 2012 年 12 月 B2C 网络零售市场（包括平台式与自主销售式），排名第一的依旧是天猫商城，占 52.1%；京东商城名列第二，占据 22.3%；位于第三位的是苏宁易

购达到 3.6%，后续 4－10 位排名依次为：腾讯 B2C（3.3%）、凡客诚品（2.7%）、亚马逊中国（2.3%）、库巴网（1.4%）、当当网（1.2%）、易迅网（0.6%）、新蛋中国（0.3%）。

截至到 2012 年 12 月淘宝占全部的 96.4%。拍拍网占 3.4%，易趣网占 0.2%。

用户规模：截止到 2012 年 12 月，中国网购的用户规模达 2.47 亿人，同比增长 21.7%。

网店规模：据其他第三方机构监测数据显示，截 2012 年 12 月,实际运营的个人网店数量达 1365 万家，同比减少 15.7%，自 2008 年来首次出现下滑。另有机构报告数据显示：淘宝网现有职业卖家 600 多万,每天停运或倒闭网店数量近万家，绝大多数网店卖家辛苦辛苦一年后，却面临无钱可赚、乃至亏本的尴尬局面。

移动电商：截止到 2012 年 12 月，中国移动电子商务市场交易规模达到 965 亿元，同比增 135%，依然保持快速增长的趋势。到 2013 年这一数字将达到 1300 亿元。

海外代购：2012 年中国海外代购市场交易规模达 483 亿元，较去年涨幅 82.2%。

1.4 网络团购行业数据

企业规模：截至 2012 年底全国团购网站累计诞生总数高达 6177 家，累计关闭 3482 家，死亡率已达 56%，尚运营中 2695 家。

用户规模：2012 年我国团购参团人数总体呈现上升趋势，参团人数最高时段集中在 12 月。 1 月春节长假的影响，1 月团购人群较去年 12 月锐减。之后呈稳定上升态势直到 6 月份开始出现下滑。12 月是岁末传统销售旺季，众多消费者开始囤积年货。实物类团购与吃喝玩乐团购吸引人气齐暴涨，12 月有 6000 万人参加团购，创下团购单月参团人数最高纪录。

交易规模：2012 全年，团购市场（含聚划算）成交规模达到了 348.85 亿元，而这一数字在 2011 年仅为 216.32 亿元，同比增长 61%。回顾团购成长的历史，团购在其兴起的 2010 元年，交易额只有 25 亿元。

市场份额：排名前十的独立团购网站依次为：美团网 13%、高朋网 7%、拉手网 6%、大众点评 5%、糯米网 5%、窝窝团 5%、千品网 2%、满座网 2%、嘀嗒团 1%、聚齐网 1%。十强团购网站占据了整个团购市场 46%的市场份额。而以聚美优品、知我网、Like 团、喜团网、团购王、品质团等为主的中小综合团购网站和垂直细分团购网站占据了 12%市场份额。

融资数据：2010 年起团购行业共发生 43 起投资事件，获投总金额约为 7.19 亿美元。其中 2010 年发生 20 笔投资，投资额约为 1.40 亿美元；2011 年发生 15 笔投资，投资额约为 5.34 亿美元；2012 年仅 3 笔投资，金额为 0.45 亿美元。

移动交易：截至 2012 年 12 月 31 日，来自移动端的生活服务团购交易(不含聚划算)同比上一年激增 27 倍，移动业务占总体交易的占比例已超过 15%。

1.5 电商投诉数据

领域分布：2012 年网络购物投诉占电子商务类投诉 55.40%，占据最大的比例，团购紧随其后，占据 21.32%，第三位是移动电子商务领域投诉，5.36%，第四位是 B2B 网络贸易领域投诉，2.53%。

投诉金额：100-500 元区间的投诉金额占比最大，其次是 100 元以下、500-1000、

1000-5000，而 5000 元以上的投诉金额占比最少，仅 2.30%。

投诉性别：在 2012 全年电子商务投诉中，男性用户占比 68.50%，而女性用户仅为 31.50%。

网络零售投诉十大热点：退款问题、节能补贴、账户被盗、虚假促销、货到迟缓、网络诈骗、退换货难、物流快递、网络售假、支付问题，成为网络购物的诟病，是网友投诉最多的十大问题结症。

垂直行业投诉榜单：

在 2012 年度全国服装类电商网站投诉中，凡客诚品占比为 25.90%，梦芭莎占比为 14.23%，麦考林占比为 6.74%。

在 2012 年度全国鞋类电商网站投诉中，放心鞋网占比为 23.80%，优购网上商城占比为 17.14%，名鞋库占比为 15.23%，好乐买占比为 10.47%，拍鞋网占比为 7.62%。

在化妆品类电商投诉中，聚美优品占比为 19.23%，米奇网占比为 11.54%，爱妆网占比为 7.69%。

在手机数码类电商投诉中，新蛋网占比为 33.34%，华为商城占比为 26.67%，尼彩智能手机工厂店占比为 15.32%，小米手机官网占比为 5.30%。

在图书类电商投诉中，当当网占比为 28.57%，蔚蓝网占比为 23.30%，博大图书批发网占比为 16.67%。

支付快递：在 2012 年度全国第三方支付领域投诉中，财付通占比为 23.50%，国付宝占比为 19.83%，支付宝占比为 16.70%，易宝支付占比为 9.35%，百付宝占比为 4.90%。

在 2012 年度全国物流快递行业投诉中，申通快递占比为 27.10%，圆通速递占比为 14.86%，韵达快递占比为 10.81%，中通速递占比为 9.46%，EMS 占比为 6.75%，顺丰速运占比为 5.40%，汇通快递占比为 4.10%。

传统品牌：美特斯邦威、杰克琼斯、TCL、海信电视、卡西欧、森马、罗莱家纺、阿迪达斯、茵奈儿、李维斯为“2012 年度十大热点被投诉传统品牌电商”。

网络团购投诉十大热点：虚假团购、账户被盗、退款问题、发货迟缓、服务缩水、团购售假、发票问题、产品质量、售后服务，成为网络团购的诟病，是网友投诉最多的问题结症。

十大网站：2012 年度，在全国团购网站投诉占比中，高朋网最高为 8.62%，位列第一，随后依次为拉手网 8.13%，糯米网 7.88%，爱丽团购网 7.64%，窝窝团 6.16%，24 券 5.67%，聚齐网 4.43%，团宝网 3.21%，嘀嗒团 2.22%，58 团购 4.46%。

1.6 其他电子商务领域重要数据

1.6.1 物流快递

业务规模：国家邮政局发布 2012 年全国邮政运行情况。其中，全国规模以上快递业务收入首次突破 1000 亿元，同比增长 39.2%，步入千亿时代。全国规模以上快递服务企业业务量完成 56.9 亿件，同比增长 54.8%。快递行业已经连续 5 年实现超过 27%的增长，其中 50%以上的营收来自电子商务。

据中国电子商务研究中心监测显示，2012 年圆通公司完成快递业务量 9 亿件左右，同比增长 60.7%，业务收入为 130 亿元左右，同比增长 30%左右，市场占有率约 20%。而前年的营业额在 123 亿左右，按照公司发展的规划，在 2015 年营业额目标是 500 亿。

排名情况：监测数据显示，2012 年中国十大物流快递企业分别为：EMS（邮政快递）、顺丰速运、申通快递、圆通速运、汇通快运、中通速递、韵达快递、天天快递、宅急送、全峰快递。

1.6.2 第三方支付

交易规模：据中国电子商务研究中心监测显示，2012 年，国内第三方支付业务交易规模 35000 亿，同比增长 57%。

用户规模：截至 2012 年 12 月，我国使用网上支付的用户规模达到 2.3 亿，使用率提升至 37.6%。

排名情况：监测显示，2012 年中国十大第三方支付企业分别为：支付宝、财付通、银联商务、汇付天下、快钱、网银在线、易宝支付、环迅支付、上海银联、通联支付。

1.6.3 O2O 数据

市场规模：据中国电子商务研究中心监测显示，2012 年中国 O2O 市场规模已超过 1000 亿元，达到 1005 亿元，而在 2013 年将突破 2000 亿元。

二、报告概况

2.1 报告背景

2012 年，在宏观经济走低、资本市场降温的背景下，电子商务行业跌宕起伏。各企业仍不断加大市场营销和推广的力度，以价格战为主的促销活动赶超往年。而在电商巨头高歌猛进，新进者踌躇满志之时，也有大量的企业以不同的方式黯然退出，倒闭、转型时有发生。激烈乃至惨烈的市场竞争带给行业阵痛，但也在逐渐推进电商产业结构调整和升级的步伐。

中国电子商务研究中心监测数据显示，2012 年中国电子商务市场交易规模达 7.85 万亿，同比增长 30.83%。其中，B2B 电子商务交易额达 6.25 万亿，同比增长 27%。网络零售市场交易规模达 13205 亿元，同比增长 64.7%。

近年来，我国电子商务快速发展，对经济社会生活的影响不断增大，正成为我国经济发展的新引擎。利用好这个新引擎，对于启动消费、扩大内需、转变经济发展方式具有重要意义。

目前，我国网络购物快速从分散化购买阶段进入规模化购买阶段。即使面对国际金融危机的冲击，我国电子商务 2007 年至 2010 年的增长速度均超过 30%，2012 年更是达到了 64.7%的增速，占到社会消费品零售总额的 6.3%。

我国电子商务主要可分为 B2B、B2C、C2B、C2C、O2O 五大类模式，不同模式都有提升的趋势。以 B2B 模式为例。我国 B2B 电子商务网站众多，存在业务模式雷同、核心竞争力不强的问题，但目前其业务模式出现了提升趋势。

在网络购物上，我国已不局限于 3C 产品、图书等标准化品类，而扩展到服装鞋帽、化妆品、食品、家用电器、家居百货、文体用品、珠宝配饰、母婴产品等，线上零售与线下零售的差异正在缩小，甚至许多家庭生活服务、政务服务等都能在线上购买。传统零售企业纷纷建立网络平台，争取网络购物客源。特别是 2008 年以来，随着网络购物的发展，消费人群日益增多，许多零售企业加大了对网上销售的投入。

近 10 年来，我国电子商务市场高速稳定增长，电子商务交易额在消费总额中的占比从几乎为零稳步增长到突破 6%，成为我国扩大消费的一个主要渠道。同时，电子商务促进了相关产业的变革和发展，比如网络支付、快递等。电子商务的蓬勃发展还扩大了社会就业。

但我国电子商务领域还存在诸多问题，政府部门应加强监管和法制建设，维护公平交易的市场环境，防止网络欺诈，促进电子商务有序发展；同时，顺应电子商务的发展，转变行政理念和方式，因势利导，扶持壮大电子商务产业，尤其是推进电子商务服务业向纵深发展，促进经济结构调整和经济发展方式转变。

2012 年，商务部发布了《关于利用电子商务平台开展对外贸易的若干意见》，意见表示，支持电子商务平台增强外贸功能，鼓励企业利用电子商务开展对外贸易，有利于促进内外贸融合，推动内外贸共同发展，提高我国商务事业整体发展水平，夯实我国贸易大国地位。

在此背景下，中国电子商务研究中心对电商企业进行相关问卷调查，并且通过平日的积累、监测、深入分析，编制了《2012 年度中国电子商务市场数据监测报告》。通过调查，对我国电子商务市场在 2012 年呈现出的特征、市场规模、发展趋势、企业市场份额、投融资情况等进行研究与分析。

2.2 报告目的

本报告对 2012 年国内电子商务市场的行业动态与详细数据监测，对电子商务各领域的产业规模、以及未来发展趋势等方面做了较为系统的梳理与盘点。

旨在为国内电子商务领域的创业者、专家学者、业内人士、投资机构、政府协会等，提供一份对国内电子商务行业整体的运行状况与数据的参考资料。

2.3 研究方法

中国电子商务研究中心秉承科学严谨的市场研究方法设计，通过行业监测、企业调研与深度访谈获取一手资料，利用产业链各环节深访信息的交叉验证，提高数据与信息的准确性。

同时，通过严谨的研究与信息与数据进行交叉核实，尽可能确保数据与信息的可靠性、客观性与前瞻性。

2.4 报告执行

本报告由国目前唯一一家以研究与传播电子商务为己任的第三方机构——中国电子商务研究中心数位资深电子商务分析师及相关工作人员，通过对 2012 年电子商务运行数据、行业动态、发展特征与呈现趋势监测，历经数月时间对电子商务行业与典型企业进行抽样调查、数据统计与研究分析等所得。

2.5 报告时间

- 2012 年 1 月 1 日——2012 年 12 月 31 日（调查监测阶段）
- 2013 年 1 月 1 日——2013 年 2 月 28 日（研究成文阶段）
- 2013 年 3 月 20 日起（公开发布阶段）

（注：本报告调查数据截止时间为 2012 年 12 月 31 日。）

2.6 报告声明

（1）由于绝大对数电子商务企业为非上市公司，未披露财务与运营状况、会员信息，本《报告》编委会掌握的信息难免有所遗漏，部分数据未必能够完全反映真实市场情况，加上企业可能存在的主营业务、人员、股权、区域、注册地变更等情况；

（2）因此，本报告仍难免有不少疏漏之处，待继续予以完善，敬请谅解；

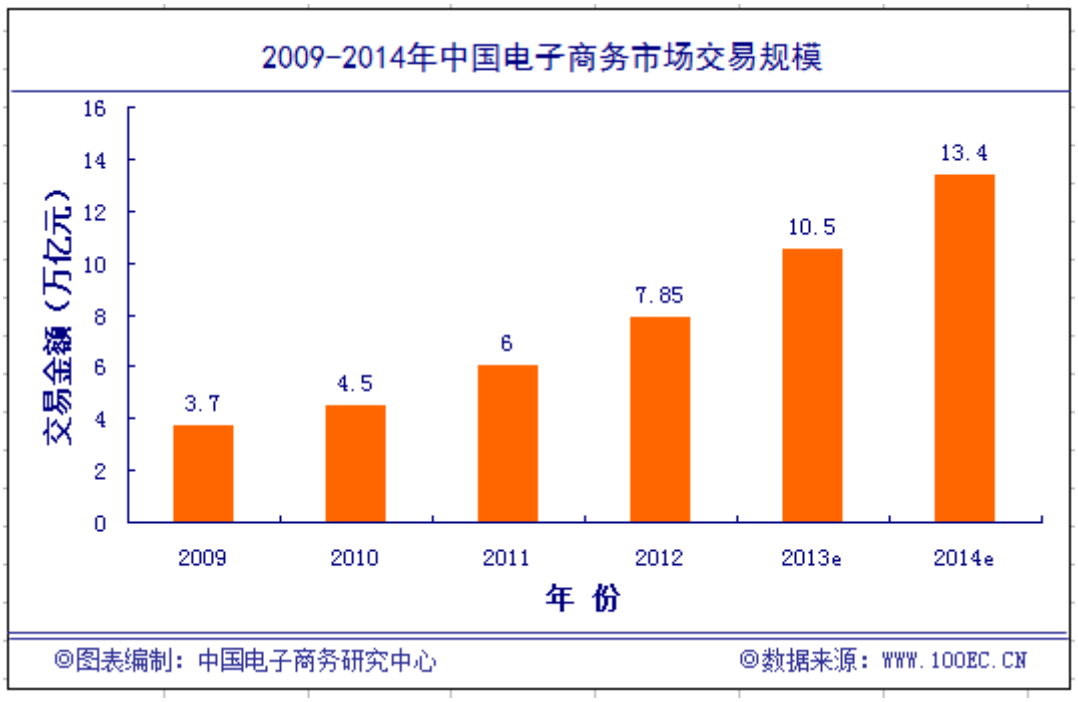
（3）此外，本报告提供给个人或单位仅为参考研究资料，不构成投资等任何建议，由此带来的风险请慎重考虑，本中心不承担因使用报告而产生的法律责任。

三、整体篇

3.1 电子商务整体现状及数据

3.1.1 交易规模

中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到 2012 年底，中国电子商务市场交易规模达 7.85 万亿，同比增长 30.83%。其中，B2B 电子商务交易额达 6.25 万亿，同比增长 27%。网络零售市场交易规模达 13205 亿元，同比增长 64.7%。

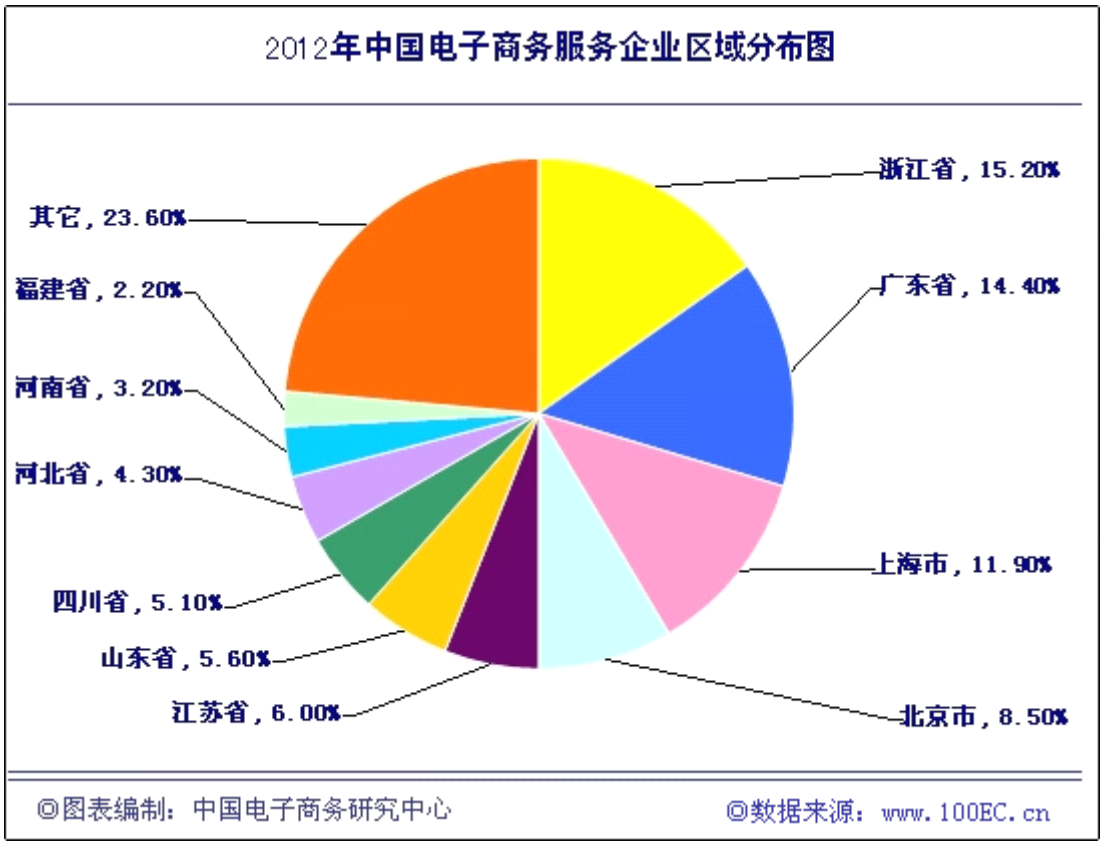


中国电子商务研究中心高级分析师张周平认为，2012 年受国际贸易不景气等因素的影响，国内电子商务增速放缓。据国家统计局发布的 2012 年经济数据显示，我国去年全年进出口总额 38667.6 亿美元，比上年增长 6.2%，增速比上年回落 16.3 个百分点。从市场结构来看，网络零售突破万亿元大关。

3.1.2 区域分布

据中国电子商务研究中心监测数据显示，目前国内电子商务服务企业主要分布在长三角、珠三角一带以及北京、上海等经济较为发达的省市。

在企业区域的分布上，排在前十的省份（含直辖市）分别为：浙江省、广东省、上海市、北京市、江苏省、山东省、四川省、河北省、河南省、福建省。

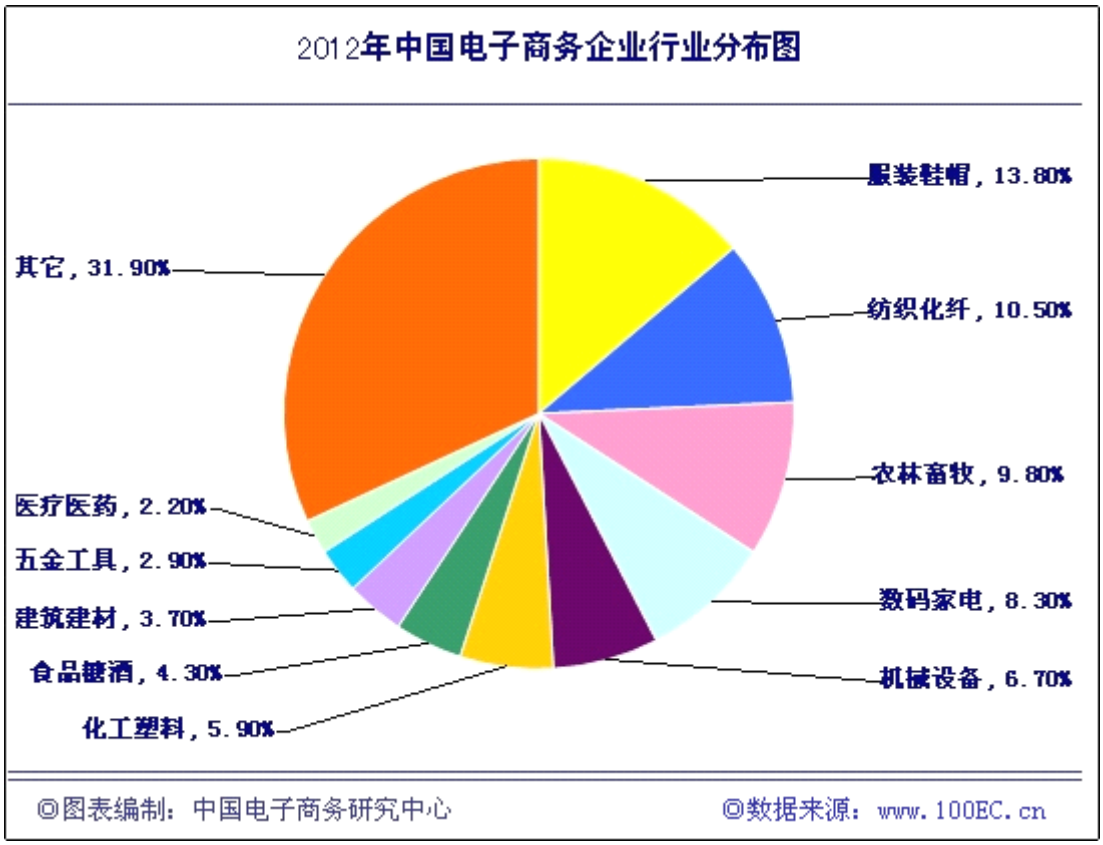


目前，国内电子商务企业分布主要还是集中在长三角、珠三角地区。

电子商务作为新经济，企业的发展跟地方经济密切相关，这在区域分布上体现明显，北京、上海、浙江、广东等沿海地区由于经济发达，人们接受新事物的能力较强，为电子商务的发展奠定良好基础。

3.1.3 行业分布

在日益增长的电子商务网站数量中，各电子商务服务商所处的行业至关重要。据中国电子商务研究中心数据显示，在目前电子商务网站所处的行业分布来看，排在前十名的依次为：服装鞋帽、纺织化纤、农林畜牧、数码家电、机械设备、化工塑料、食品糖酒、建筑建材、五金工具、医疗医药。

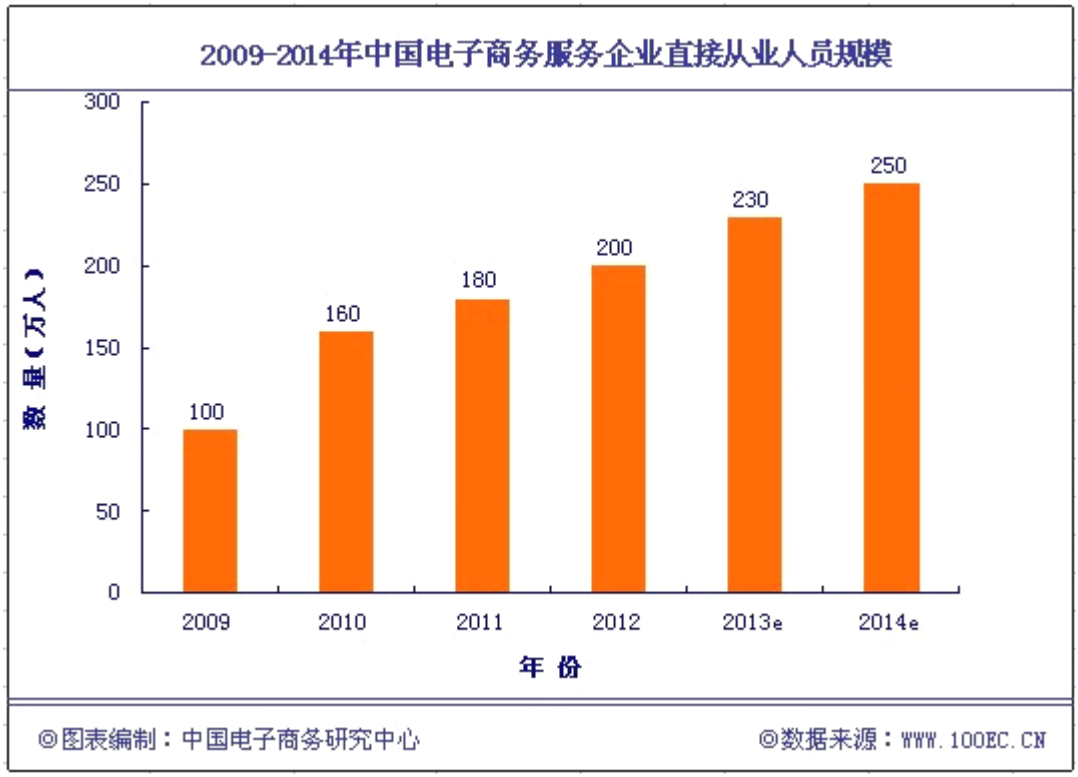


分析认为，服装、纺织等大众化、需求较大的行业聚集的电商网站越多，紧随其后的是数码家电等适合开展电商的行业。而随着电商的不断发展，将影响更多的行业加入电商。

3.1.4 从业人员

电子商务正在成为创造新的经济增长点、新的市场、新的就业方式。

根据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止 2012 年 12 月，电子商务服务企业直接从业人员超过 200 万人。目前由电子商务间接带动的就业人数，已超过 1500 万人。



在直接从业人员上，随着更多的中小企业加入到电子商务的阵营中来，专业人才的需求不断，务必带动需求的增长。而且，这一增长趋势未来还将延续。

在带动从业人员上，电子商务衍生出了如服务商、网络模特、快递人员的增加以及依托电商的新兴群体出现。这一人群规模庞大，快递人员的需求大量增加就是例证，网上购物的发展带动各类产业的连动发展。

3.2 中国主要地区电子商务发展概况与数据

3.2.1 浙江省

近年来，浙江省电子商务取得快速发展，电子商务市场规模快速扩大，应用程度不断普及，经营业态日益丰富，配套支撑逐步完善，产业化程度不断提高，成为经济的重要增长点。

发展概况：

电商企业不断发展壮大

阿里巴巴集团、网盛生意宝、5173 等知名电商企业继续在同行业领先，阿里巴巴、中国化工网、淘宝网、天猫、聚划算等均位居全国同类平台首位。自建平台网络零售企业（B2C）快速发展，麦包包、七格格、银泰网、衣服网等一篇新兴企业不断扩大。

电子商务业态日趋丰富

网络零售平台、企业间电子商务平台、大宗商品交易平台和团购等第三方平台稳步发展；网络零售企业、企业供应链电子商务、电子商务服务企业等业态不断涌现；跨境电子商务迅速兴起；文化、旅游、金融、医疗等领域电子商务应用不断普及，浙江成为全国电子商务业态最完整、最丰富的省份之一。

配套支撑体系不断完善

物流配送配套体系快速发展，全省拥有快递业务的企业 800 余家，服务网点超 6000 个，基本遍及全省乡镇。2012 年上半年，实现快递业务 4.97 亿件，同比增长 99.5%。有 12 家企业获得网络支付牌照，其中，支付宝为全国最大的第三方网络支付平台。电子商务软件、信息安全等技术不断完善。

产业集聚化程度逐步提高

围绕电子商务及相关配套产业发展，形成了一批电子商务产业基地和园区。据初步调查，全省已建设各类电子商务产业园区 13 个，20 多个正在规划建设中。同时，杭州、宁波两市入选国家级电子商务示范城市；杭州文三街电子商务产业基地和金华市区电子商务产业基地入选国家级示范基地。

主要数据：

2011 年，浙江实现电子商务交易 8700 亿元，同比增长 25%，2012 年将逾万亿元，居全国首位。2011 年实现网络零售 820 亿元，同比增长 65%，总量居全国第二位。

2012 年 1-11 月份，企业实现网络零售额 1861 亿元，同比增长 112.5%，全年将突破 2000 亿元；浙江省内消费者通过网上购物达 1268 亿元，同比增长 68.8%。

截止 2012 年 6 月份，浙江省开设各类网店 80 多万家，约占全国的 12%；在各类第三方电子商务平台上注册的中小企业数量达 210 万家（含个体工商户），企业应用比重达 65%。全省参与网络购物有 1500 多万人，成年居民网络购物普及率达 49.5%。

主要网站：

阿里巴巴、淘宝网、天猫、支付宝、生意宝、中国化工网、中国服装网、中国纺织网、

医药网、珍诚医药在线、5173 等。

3.2.2 广东省

发展概况：

“十一五”时期，广州加大力度推进电子商务快速发展，出台一系列政策措施，在电子商务应用推广、产业发展和环境改善等方面均取得显著成效。2012 年，广东继续加大电子商务的更快发展。

营造发展环境

2012 年，国内外经济形势严峻，“促内销、稳增长”成为中央对经济工作的建设要求。广东作为传统制造业大省，制造业销售渠道面临电子商务的颠覆；作为全国电商消费大省，电商渠道发展与消费需求出现严重“倒挂”。于是，广东推出以“广货网上行”为抓手的“促内销”的创新举措：一方面推动本省电商渠道壮大繁荣，另一方面推动制造业“触网”拓展销路。

加大电商扶持力度

2012 年广东省出台政策，新增 5 亿元发展资金及推出一揽子措施，着力打造电子商务发展新高地，加快推动传统制造业和服务业的转型升级。与此同时，广东省将打造覆盖全国的综合性电子商务平台。该省今年还计划把电子商务纳入战略性新兴产业范畴，全力打造电子商务发展“硅谷”。

出台意见促发展

2012 年 12 月，广东省政府首个电子商务发展意见——《关于加快发展电子商务的意见》发布。《意见》指出，广东将在财政、税收、融资、用地、人才、市场准入等方面对电子商务发展加大政策支持力度，加快培育一批电子商务平台和网商。

主要数据：

数据显示，2011 年广东省电子商务交易额 1.2 万亿元，排名全国第一，相当于全省 GDP 的 22.8%；全省网络购物交易额约 1200 亿元，全国排名第一，约占全国的七分之一，占社会消费品零售总额的 5.9%。

2011 年广东省电商交易额达到 11200 亿元，占全国的 1/6 至 1/5。

2012 年电子信息业完成增加值 4531.1 亿元，电子商务交易额约 1.5 万亿元。

2012 年，一线城市依然是网上消费的主力军。其中，广东用户的网上支出占到全国的 14.06%，成为全国第二大网上消费省份，同比增长了 67.61%。

主要网站：

腾讯电商、环球市场、唯品会、走秀网、梦芭莎、广贸天下、乐淘网、品尚红酒等。

3.2.3 江苏省

电子商务作为炙手可热的新兴产业，发展前景可期，江苏正大力推进全省企业迈入电子商务时代。

发展概况：

行业信息化取得长足进展

江苏省冶金、石油、石化、机械、电子、轻工、纺织、内外贸易、民航、医药、烟草、公交、农业、林业等都有了自己的专业网络系统和专业网站，各行业都采用网络及电子化手段收集信息，发布行业动态。

各类网络支付得以广泛应用

网络支付上，除了采用网上交易，网下支付的手段外，网上银行的发展，移动、联通等手机支付手段的广泛应用，以及全省正在推进的金融支付网关系统的建设，使得支付手段灵活多样，包括银行支付手段在内的全省企业网上支付和各类消费类网上支付的交易金额。

地区物流配送取得建设

物流配送上，做为电子商务的配套措施，江苏省物流配送采用政府推进、行业牵头、企业投入、注重实效的方法，南京、苏州、徐州等市已成为地区物流配送中心。许多地级市也在计划建设物流配送中心。国际上许多著名的连锁企业，如：家乐福、欧尚、沃尔玛等，也计划在江苏省建设物流采购中心。

电商价格监管落到实处

出台价格管理新规，目前对于电子商务，江苏省监管部门同样要求他们明码标价，信息透明，把真实的信息告诉消费者，要遵守公平、守信、合法的原则。去年“电商价格大战”爆发后，监管部门也一再跟踪调研，并酝酿出台一个专门针对电子商务的价格监管新规，以便于更好地处理消费者反映的一些比较集中的热点问题。

主要数据：

2012 年上半年，南京市电子商务交易额达到 2100 亿元，同比增长 30%以上；网络购物超过 130 亿元，同比增长超过 65%。

数据显示，南京网络购物平台企业 30 多个，团购网站 10 个，交易规模亿元以上的企业超过 10 家，交易规模千万元以上的电子商务企业近 30 家。

主要网站：

包括：苏宁易购、焦点科技（中国制造网）、慧买网、CA 买卖网、同程网、买卖宝、孩子王、无锡买菜网等。

3.2.4 上海市

发展概况：

上海是全国第一个建立电子商务全社会统计制度的地区。据统计 2012 年上海市电子商务交易总额预计达到 7160 亿元，同比增长 30%。B2B 交易额增长 29%。从统计分析来看，上海的电子商务发展有以下几个特点：

网络零售增速领先

2012 年全市实现网络零售交易额达到 600 多亿元，远远超过了社会零售品额，高于全

球 6%的水平。

第三方支付排名领先

到目前为止，上海已有 53 家企业获得了非金融机构支付业务的许可证，占全国已经下发的许可证数量近四分之一。2012 年前三季度统计上海第三方支付交易营业总额达到了 2.8 万亿元。

加强政府规范和引导

发布了《上海市电子商务发展“十二五”规划》，并将电子商务纳入全市战略性新兴产业发展的重点加以辅助。

积极引进大型外资电商企业

2012 年我们引进了一号店与沃尔沃成功的联营，共建了一号店网上沃尔沃，沃尔沃电子商务中国区总部也落户在浦东。

探索基础管理的创新

完善全市电子商务统计制度，积极推进电子商务合同示范文本建设，加强电子商务标准化建设，进一步规范市场秩序等等，为电商发展营造良好的环境。

展望未来，上海将加快建设电子商务市场体系建设，加快实施电子商务模式的创新，加快实施大型电子商务平台建设，加快实施传统企业电子商务应用工程，加快实施电子商务集聚区建设，加快实施电子商务配套服务建设，加快实施诚信体系建设等等。

到“十二五”末，我们努力把上海建成亚太地区电子商务中心城市。这次年会集聚了许多电子商务知名的企业家和优秀人士，相信你们的真知灼见，对推动全国电子商务，包括上海在内发展一定会起到积极的促进作用。

主要数据：

上海市商务委的数据显示，上海电子商务交易总额从 2007 年到 2011 年，年平均增长 23%。2012 年上海电子商务交易额预计将超过 7000 亿元，网络购物交易额预计超过 900 亿元，同比增长 30%左右。

上海统计局发布 2012 年上海市国民经济和社会发展统计公报显示，2012 年上海市完成电子商务交易额 7815 亿元，比上年增长 41.9%。口岸税费电子支付系统入网企业累计 29876 家，全年电子单证传输量为 17874.45 万张，实现电子支付金额 9947.56 亿元，增长 9.2%。

主要网站

包括：焦点科技（我的钢铁网）、新蛋中国、麦考林、一号店、环迅支付、齐家网、银联商务、上海商派、携程旅行网、易迅网等。

3.2.5 北京市

发展概况：

创新驱动与总部带动相结合

企业总部带动的规模化应用成为北京电子商务发展的典型特征。数据显示，北京拥有

30 家世界 500 强企业总部和全国 3/4 的央企总部，总部经济的要素集聚力、经济辐射力和国际影响力位居全国之冠，为大力发展电子商务提供有利的条件。

行业整合与产业融合相并重

制造业企业电子商务应用功能向集成化发展。如，首钢集团开通了首钢钢铁产品交易网，不仅打破了传统销售渠道单一的局限性，实现了传统销售方式和网上销售的有机结合，同时通过电子商务平台实现现货交易、仓储服务、金融服务、物流配送、加工服务、客户服务一体化，显著提升了企业服务效率和运营效益，成为先进制造业企业全流程电子商务应用的新模式。

电信运营商积极拓展电商服务新领域

电信服务企业积极拓展移动支付、信息增值服务等电子商务服务新领域。如中国移动通过收购上海浦东发展银行股票，将与浦发在移动金融和移动电子商务上展开紧密合作，重点发展移动支付业务、移动银行卡业务、移动转账业务等。中国电信、中国联通等电信企业不断拓展信息增值服务业务，培育移动电子商务平台，发展即时通讯、信息搜索、文化娱乐、在线交易等电子商务应用功能。

电子商务应用与社区服务范围结合

电子商务应用整合社会信息资源和服务资源，扩展社区服务范围和领域。如西城区什刹海街道于 2006 年开通了首家电子超市，通过引进电子商务进社区，拓宽商品供应渠道，为社区居民提供方便快捷的服务，在改变居民购物习惯的同时，也在一定程度上促进了居民消费和社区就业。

技术创新和技术应用相促进

北京市处于全国电子商务技术创新与应用的领军地位。北京市积极参与国家下一代互联网技术研发，推动三网融合、移动互联网、云计算、物联网应用，培育移动商务、物联网应用和信息增值服务等电子商务增长点。为电子商务的科技创新提供了坚实的技术和人才储备。

主要数据：

2012 年北京电子商务交易额约 5500 亿元，同比增长 15%。

2012 年北京团购网站在售团单数约 14.4 万个，北京市民团购消费共计 3094.4 万人次，累计成交额 18.6 亿元，全年团购折扣平均约 3.9 折。

2012 年以来，北京网络购物消费投诉超过 2.5 万件，占投诉总量的 52.3%，同比增长 1.86 倍。

主要网站

包括：京东商城、当当网、凡客诚品、亚马逊中国、慧聪网、敦煌网、库巴网、银泰网、国美在线、艺龙旅行网、中粮我买网等。

3.3 2012 年中国电子商务城市十强榜单

2012 年中国电子商务城市十强榜单									
排名	城市	所属省	电子商务交易量指数	网上市场吸引力指数	基础设施建设指数	零售业发展指数	创新指数	行业活力与垄断指数	总分
1	北京	北京市	19.3	18.7	19.2	19.4	18.2	19.8	114.6
2	上海	上海市	19.4	18.8	19.4	19.3	18.4	19.2	114.5
3	杭州	浙江省	18.6	19.4	19.2	18.9	19.7	18.3	114.1
4	广州	广东省	19.5	19.0	19.1	19.1	18.2	19.0	113.9
5	深圳	广东省	18.2	17.6	19.5	19.1	18.1	18.5	111
6	南京	江苏省	16.4	17.8	16.7	18.6	15.9	16.7	102.1
7	重庆	重庆市	16.7	16.2	16.4	17.5	17.2	16.2	100.2
8	成都	四川省	15.9	16.6	16.8	17.9	15.3	15.7	98.2
9	厦门	福建省	14.4	15.3	14.6	16.8	14.5	15.3	90.9
10	宁波	浙江省	14.8	15.9	14.4	15.6	14.9	14.7	90.3
◎图表编制：中国电子商务研究中心								◎数据来源：WWW.100EC.CN	

综合以上六项指数，北京以总分最高位居第一，接下来分别为上海、杭州、广州、深圳、南京、重庆、成都、厦门、宁波。

北京良好的政策环境、经济环境为电子商务的发展提供了坚实的基础，基础设施完善、零售业发达，诞生了如京东商城、当当网、凡客诚品等知名企业。

作为电子商务之都，杭州诞生了阿里巴巴、网盛生意宝、淘宝网等国内外知名企业，基础设施完善，政府扶持力度大，营造了一个较好的发展氛围。但由于阿里巴巴在国内电商电商各多个细分领域占有半数以上的市场份额，形成 " 相对垄断 " 态势，造成杭州其它电商企业活力不足。而在 2009 年中国电子商务研究中心发布的《1997-2009：中国电子商务十二年调查报告》中，杭州位居《中国电子商务十二年：十大创新创业城市/地区排行榜》第一名。

而在上海、广州、深圳等地，政府对电子商务的各项扶持力度也较大，都在积极推动行业的发展。

近年来，南京、重庆、武汉等地电子商务的发展也较为迅速，且都被列为政府推动企业转型升级的重要措施。除出台各项扶持政策外，各地政府也加大了基础设施的进一步完善，支付环境的完善，物流配送的完善等。

附：指标说明：

·**电子商务交易量指数：**根据各地电子商务交易总额加权计算所得。数据来源：根据各

地主管部门公开数据、CNNIC 各区域互联网发展状况报告；

·**网上市场吸引力指数：**指各地政府对于电子商务的扶持力度、出台的具体措施、意见；

· **基础设施建设指数：**是指各地的网络基础设施建设效果以及信息技术的应用程度。

· **零售业发展指数：**是指根据各地的零售业发展情况及发展速度进行综合；

·**创新指数：**是指所利用电子商务手段与当地城市的特色经济结合起来，发挥强大辐射作用的能力；

·**行业活力与垄断指数：**是指依据各地电商行业所处的竞争格局、行业集群分布情况综合评定。

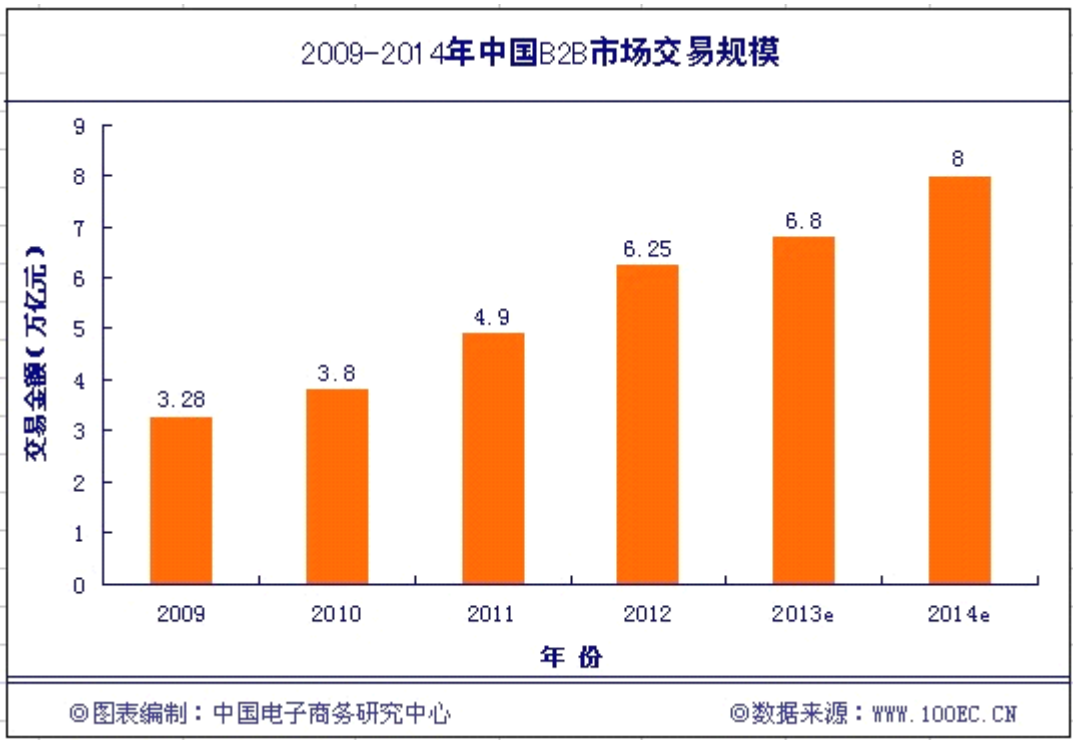
》》更多地方电商信息参见：中国电子商务省市频道 http://www.100ec.cn/zt/df/

四、行业篇

4.1 B2B 电子商务现状与数据

4.1.1 市场规模

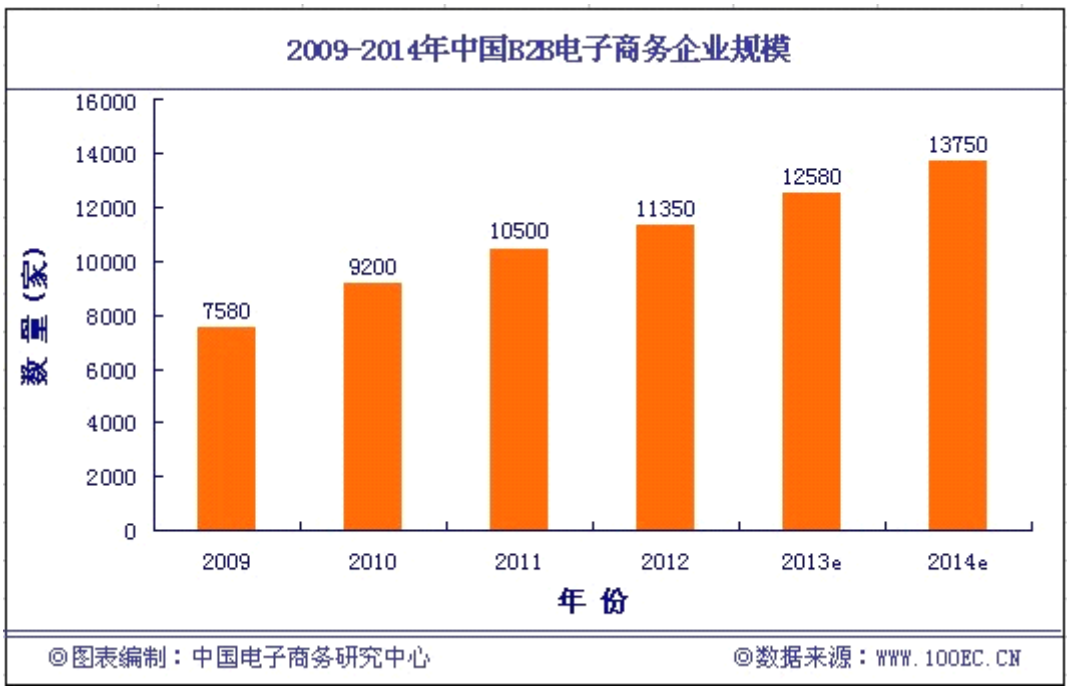
据中国电子商务研究中心数据显示，2012 年中国 B2B 电子商务市场规模达 6.25 万亿，同比增长 27%，相较 2011 年下滑两个百分点。



对此，中国电子商务研究中心高级分析师张周平认为， B2B 市场增长放缓主要原因受世界经济放缓、国内经济逐渐减速的宏观经济环境影响，导致企业库存压力加大、采购意愿下降，给我国中小企业 B2B 电子商务发展带来极大挑战。

4.1.2 企业规模

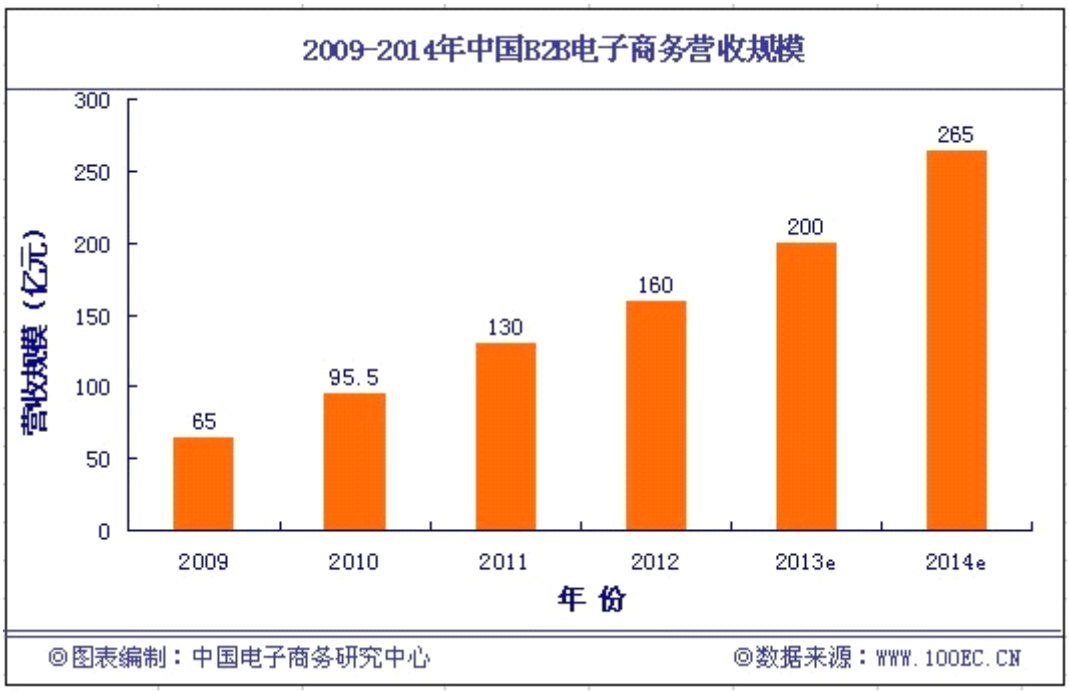
据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到 2012 年 12 月，我国 B2B 电子商务服务企业达 11350 家，同比增长 8%，相较 2011 年下降 6 个百分点。



对此，中国电子商务研究中心高级分析师张周平认为，受经济不景气、人力成本急剧上升等因素的影响，B2B 服务企业也备受影响，裁员、转型、倒闭现象不时出现，老牌 B2B 网站“万国商业网”宣布倒闭；深圳商机网宣布转型电子商务解决方案商；环球资源裁员等。

4.1.3 市场营收

据中国电子商务研究中心监测数据显示，2012 年中国 B2B 电子商务服务商的营收规模约为 160 亿元，同比增长 23%。



中国电子商务研究中心认为，2012 年 B2B 电子商务服务商的营收规模与去年相比增速放缓，其原因除了受到宏观经济环境影响外，B2B 电子商务在经过十余年的发展后，原有平台业务模式遭遇瓶颈。

在营收上，目前几大上市公司中公布财报的主要有：环球资源、上海钢联、焦点科技、慧聪网、网盛生意宝，主要营收数据为：

环球资源：2012 年公司的净营业收入为 2 亿 3,170 万美元，按“国际财务报告准则”计算的净收入为 3,220 万美元，未按“国际财务报告准则”计算的净收入为 3,710 万美元。

上海钢联：2012 年实现营业总收入 9.54 亿元，较上年同期增长 172.66%；营业利润为 3,661.28 万元，较上年同期下降 7.35%；利润总额为 4,563.67 万元，较上年同期下降 2.78%；归属于上市公司股东的净利润为 3,526.11 万元，较上年同期下降 8.75%。

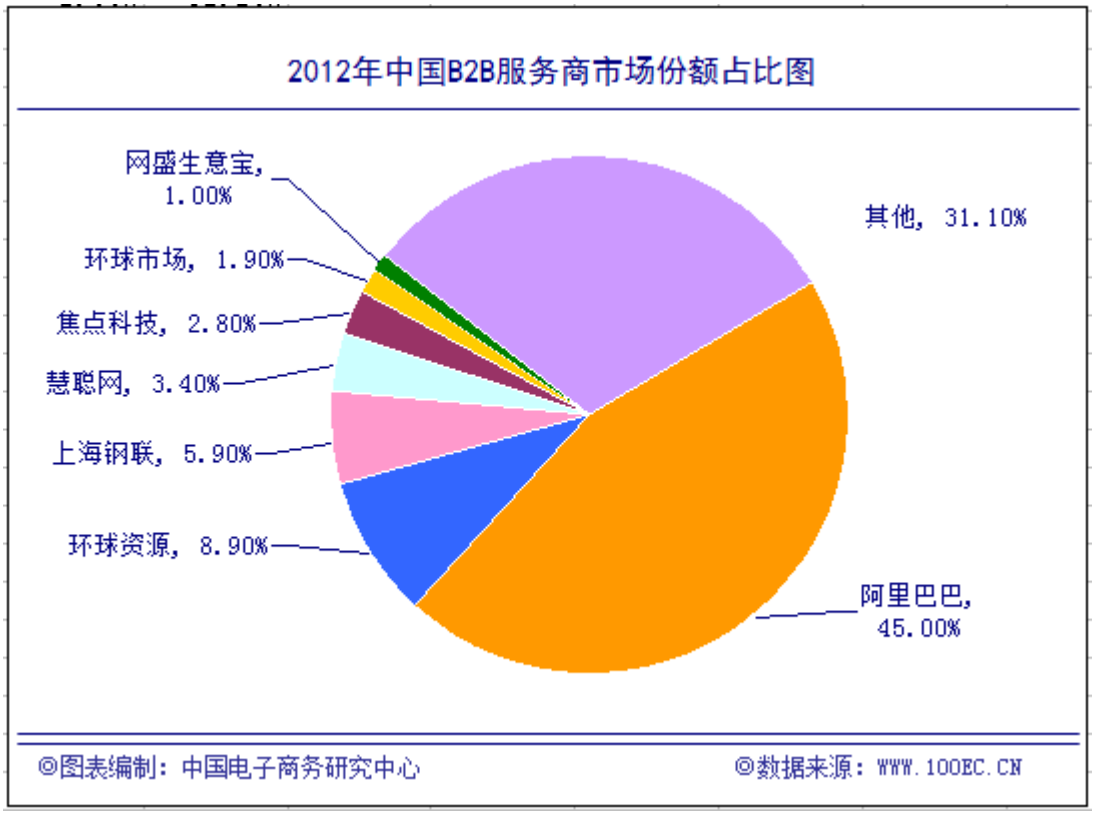
焦点科技：2012 年公司营业收入 4.49 亿元同比增长 5.37%；归属于上市公司股东的净利润 1.25 亿元，同比减少 23.01%。

慧聪网：2012 年，公司营业收入 5.49 亿元人民币，同比增长 25.14%；毛利润 4.80 亿元，同比增长 29.27%；净利润 6672 万元，2011 同比增长 62%。

网盛生意宝：2012 年，公司实现营业收入 1.6 亿元，同比增长 11.13%。实现净利润 3617.98 万元，同比增长 11.87%。

4.1.4 市场份额

据中国电子商务研究中心监测数据显示，2012 年 B2B 电子商务服务商营收（包括线下服务收入）份额中，阿里巴巴继续排名首位，市场份额为 45%。（因统计的几大服务商中还有环球市场公司 2012 年财报未发布，未发布的该份额排名按照各公司之前财报数据预测以及业绩预告作参考依据）



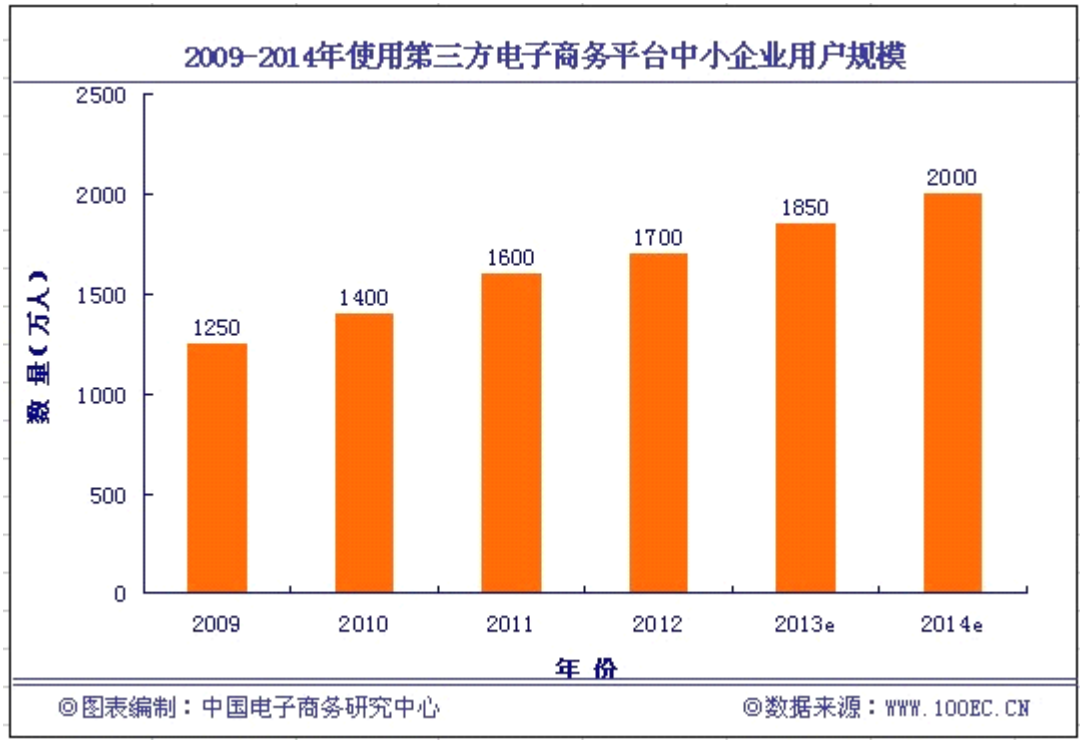
而环球资源（深圳环球资源网络服务有限公司（NASDAQ:GSOL））、我的钢铁网（上海钢联电子商务股份有限公司（300226,SZ））、慧聪网（北京慧聪国际资讯有限公司（HK.8292））、中国制造网（焦点科技股份有限公司（002315，SZ））、环球市场集团(股票代码：GMC)、网盛生意宝（浙江网盛生意宝股份有限公司（002095，SZ））分别位列二~七位，分别占比 8.90%、5.90%、3.40%、2.80%、1.90%、1.00%。

对此，中国电子商务研究中心高级分析师张周平认为，为了突破自身发展瓶颈以及更好的满足用户的需求，B2B 服务商都迫切希望通过改革突显竞争优势。

上述主要表现有：阿里巴巴 B2B 退市对平台服务模式进行升级；网盛生意宝开拓 B2B 支付、担保业务；慧聪网联手民生银行布局互联网金融等。

4.1.5 用户规模

据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到 2012 年 12 月，国内使用第三方电子商务平台的中小企业用户规模(包括同一企业在不同平台上注册但不包括在同一平台上重复注册）已经突破 1700 万。



2012 年，为了帮助企业度过难关，促进经济发展，各地政府纷纷出台扶持政策大力推动中小企业开展网上贸易。广东省启动了以“促消费、扩内需、调结构、稳增长”为目标的“广货网上行”活动；上海推出电子商务“双推工程”；河南省推出中小企业成长“翔计划”等。

4.1.6 发展趋势

中国电子商务研究中心认为，2013 年 B2B 市场将迎来以下发展趋势：

趋势一：B2B 行业将更加细分。

2013 年只针对行业某一类产品的 B2B 网站将大量涌现，尤其是工业品 B2B 行业网站未来一大发展趋势。该类行业网站的优势在于能够为供应商和采购商提供更加专业，更有针对性的服务。

趋势二：B2B 将由信息平台向交易平台转型。

未来 B2B 电子商务平台运营商，将进一步从现有的信息平台为主向交易平台转型，帮助买卖双方安全、便利地完成整个交易流程。

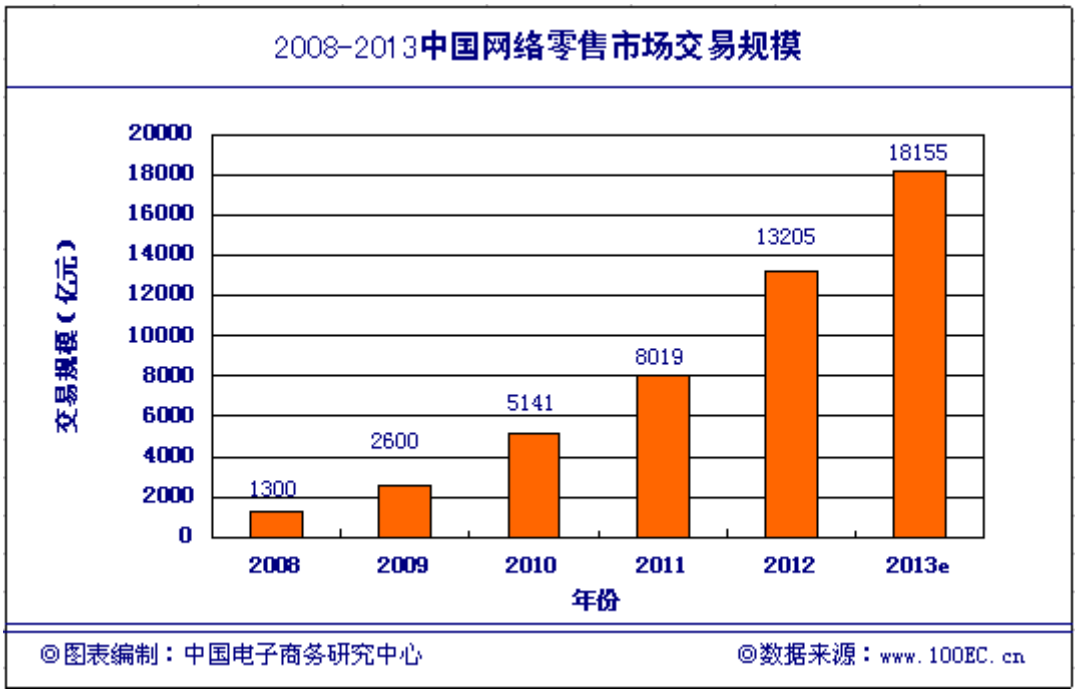
趋势三：B2B 与 B2C 融合发展。

两者结合将更加符合市场需求，将缩小商家与客户的距离，实现商品的直销。同时也降低了产品质量和服务的问题，让厂家直面消费者，缩短了交易的中间环节，加快供需信息交流的速度和保证了供需信息的准确性。

4.2 网络零售市场现状与数据

4.2.1 交易规模

据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止 2012 年 12 月中国网络零售市场交易规模达 13205 亿元，同比增长 64.7%，预计 2013 年有望达到 18155 亿。



其中，京东商城交易额突破 600 亿元； 苏宁易购全年销售额达 183.36 亿元；电商造节的效果，特别是年末“双十一”、双十二”让网购交易额再冲击了一把；网购用户的不断增长，越来越多的人接受网购并加入到该行列中来；网上购物相比实体店购物有一定的价格优势 。

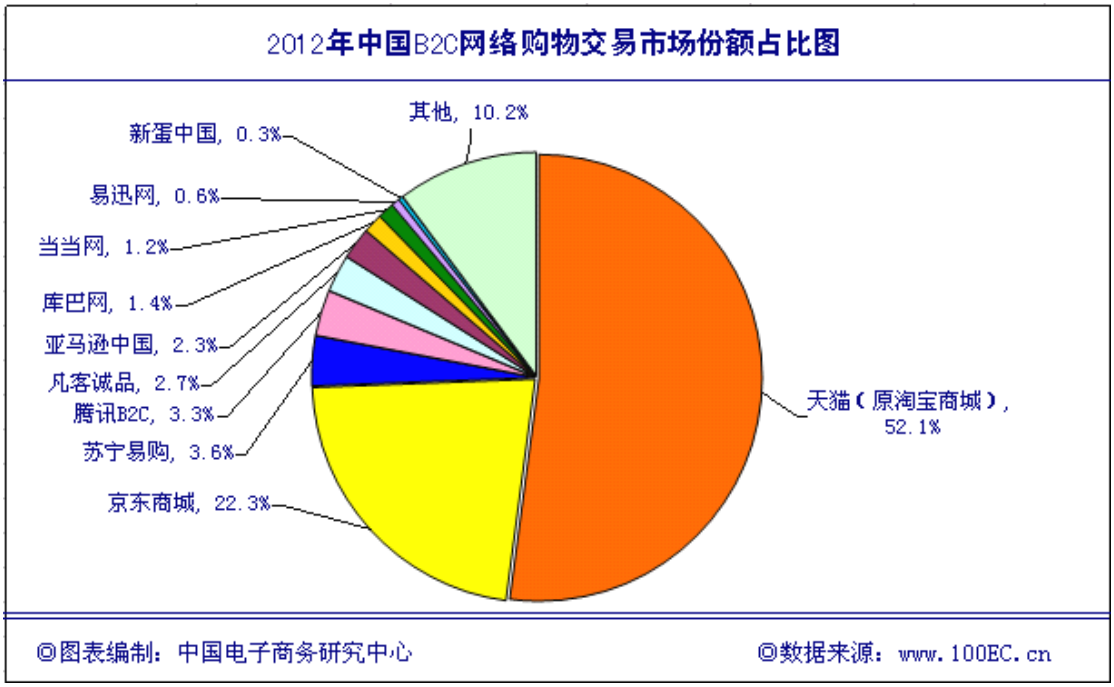
4.2.2 企业规模

据中国电子商务研究中心监测数据显示，到 2012 年 12 月底国内 B2C、C2C 与其它电商模式企业数已达 24875 家，较去年 20750 家增幅达 19.9%，预计 2013 年达到 25529 家。

B2C、C2C 与其它电商模式企业数量增长幅度有所下降。伴随价格战的大规模进行，伴随着电商市场的不断整合，相当数量的 B2C 企业还会在这个过程中被淘汰。

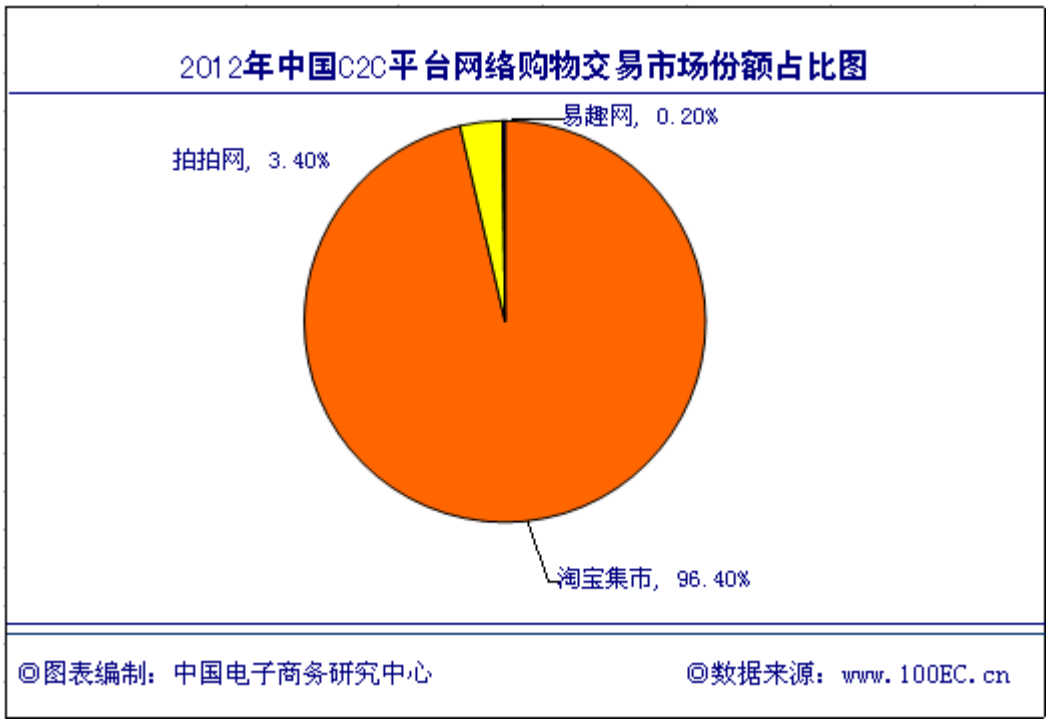
4.2.3 市场份额

据中国电子商务研究中心(100ec.cn)监测数据显示，截至 2012 年 12 月中国 B2C 网络零售市场（包括平台式与自主销售式）上，排名第一的依旧是天猫商城，占 52.1%份额；京东商城名列第二，占据 22.3%份额；位于第三位的是苏宁易购开始后来居上，达到了 3.6%份额。



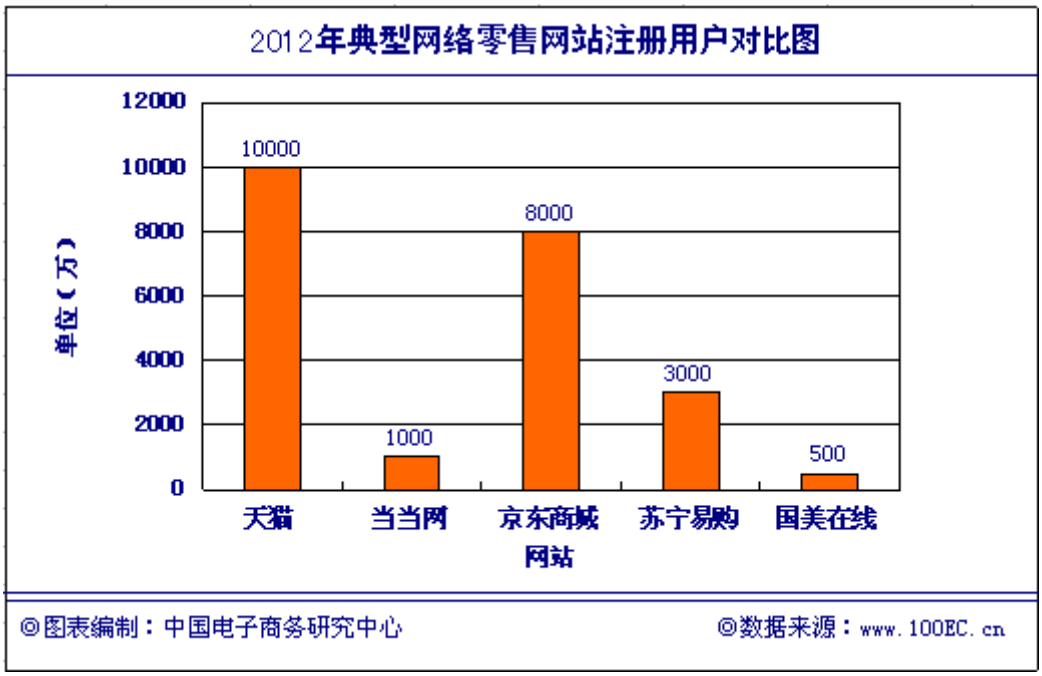
后续 4－10 位排名依次为：腾讯 B2C（3.3%）、凡客诚品（2.7%）、亚马逊中国（2.3%）、库巴网（1.4%）、当当网（1.2%）、易迅网（0.6%）、新蛋中国（0.3%）。

据中国电子商务研究中心监测数据显示，从 C2C 市场来看，淘宝集市地位依旧稳固，截至到 2012 年 12 月淘宝占全部的 96.4%。拍拍网占 3.4%，易趣网占 0.2%。



中国 C2C 网络购物市场格局相对稳定，各网站占比趋于稳定，交易规模持续平稳增长。

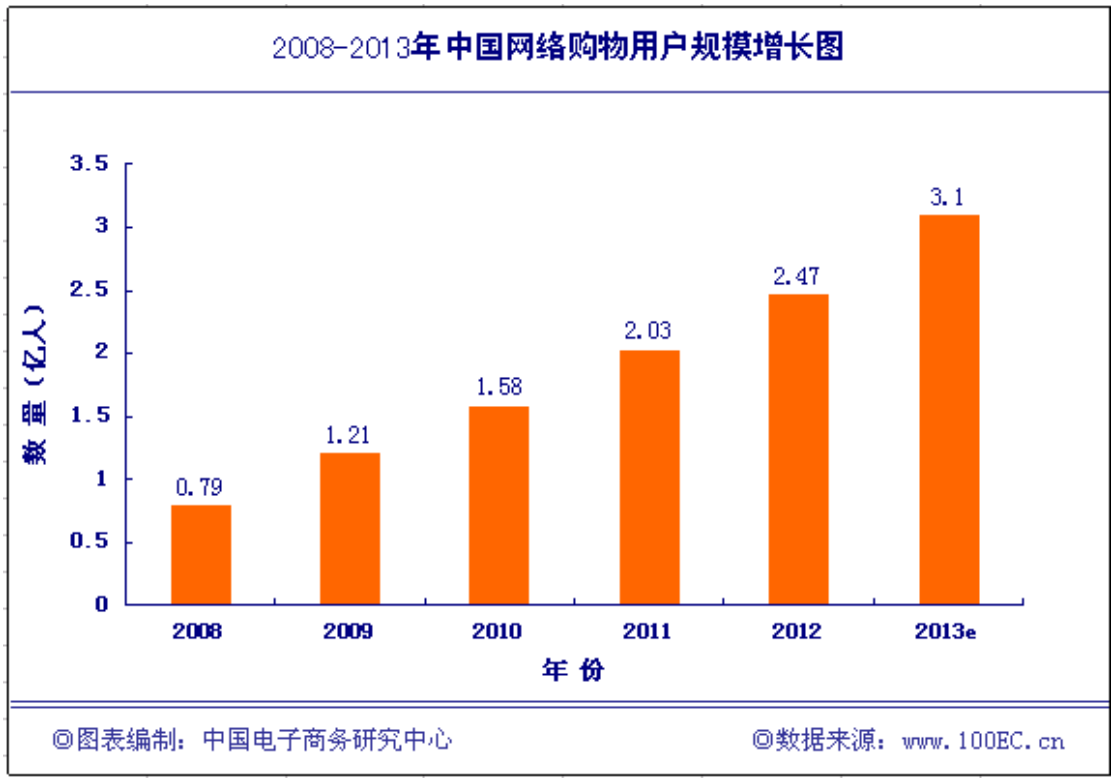
4.2.4 注册用户



据中国电子商务研究中心监测数据显示，2012 年天猫依托淘宝网的流量导入，其注册用户达 1 亿人以上；紧随其后，名列二位的是京东商城注册用户突破 8000 万人；名列第三位为的是苏宁易购，其在线注册用户（包括红孩子）达 3000 万人；当当网、国美在线分别以 1000 万、500 万注册用户排名行业第四、第五。

4.2.5 用户规模

2012 年中国网购用户规模达 2.47 亿人，而 2011 年数据 2.03 亿，同比增长 21.7%。

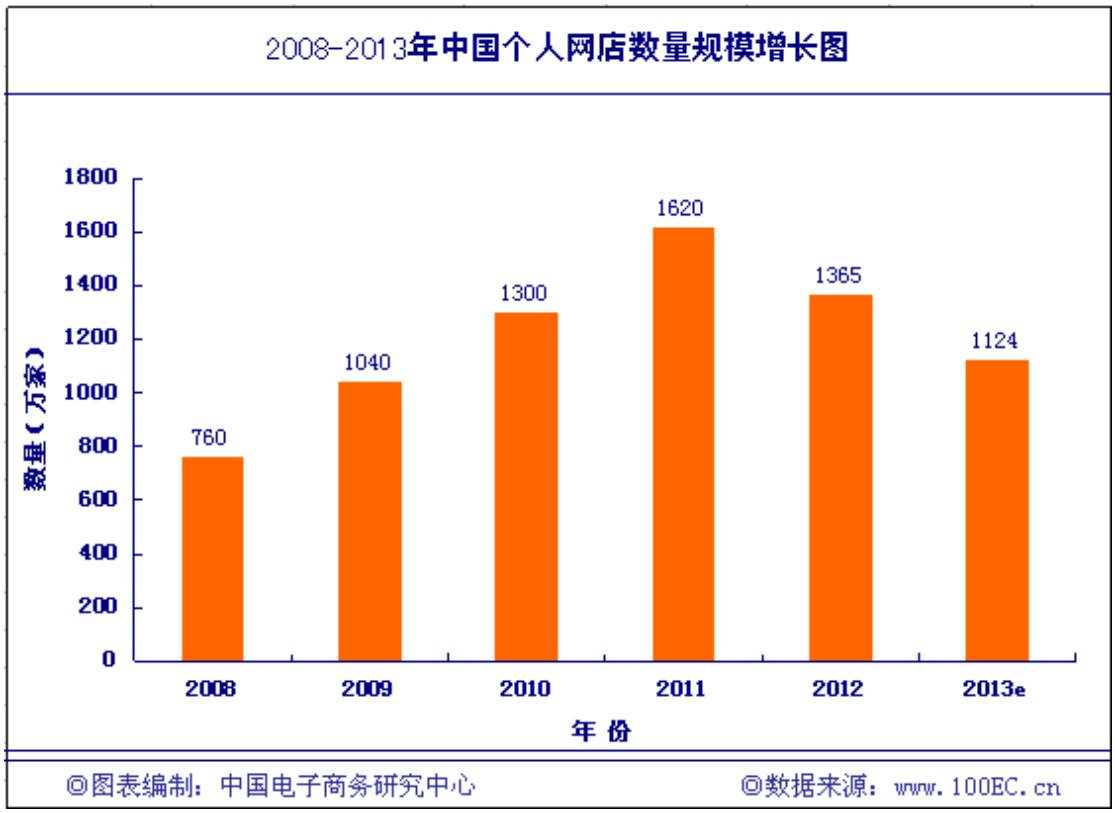


我们认为：网购用户规模增长的原因包括：网络购物环境日趋完善与成熟；快捷方便不受地域限制；政府监管以及物流支付环境的日益成熟；网购已成融入人们的生活。

对此，我们预计：2013 年年底中国网络购物用户规模将达到 3.1 亿人。

4.2.6 网店规模

中国电子商务研究中心据其他第三方机构监测数据显示，截 2012 年 12 月，实际运营的个人网店数量达 1365 万家，较 2011 年 1620 万家，同比减少 15.7%，首次出现自 2008 年来下滑。



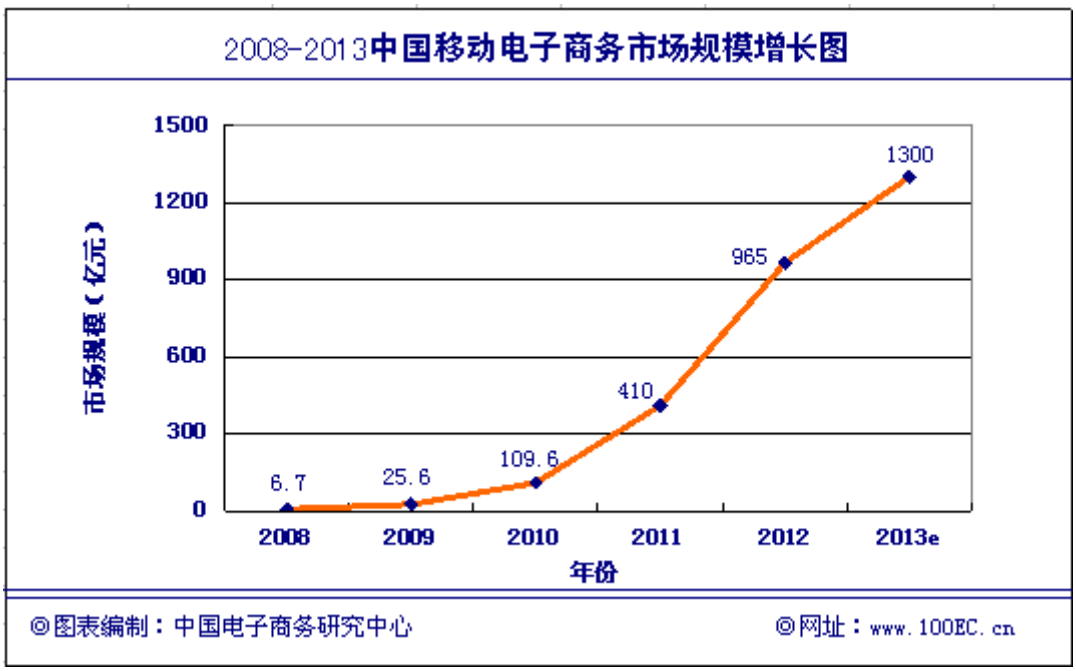
另据机构数据显示，淘宝网现有职业卖家 600 多万，每天停运或倒闭网店家数量达近万家，绝大多数卖家辛辛苦苦一年后，却面临无钱可赚、乃至亏本的尴尬局面。

随着网络零售市场的日益发展和用户对网购要求的日益提高，个人网店“鱼龙混杂”的时代已经过去，接下来优胜劣汰还将继续，个人网店将在不断规范中前进。

对此，中国电子商务研究中心预计：到 2013 年中国个人网店将下降到 1124 万家。

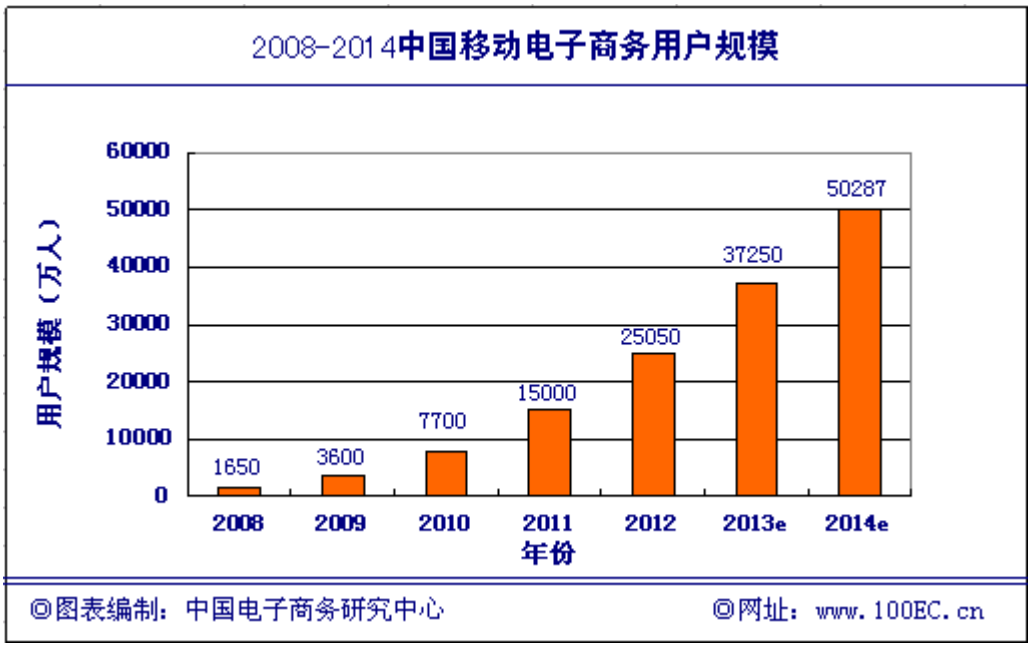
4.2.7 移动电商

据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到 2012 年 12 月，中国移动电子商务市场交易规模达到 965 亿元，同比增 135%，依然保持快速增长的趋势。我们预计：到 2013 年这一数字有望达 1300 亿元。



原因解读：手机用户数量和用手机上网用户数量攀升；廉价智能手机及平板电脑的大量普及；上网速度、无线宽带、资费下调；传统电商沉淀，为移动电子商务的发展奠定了基础。

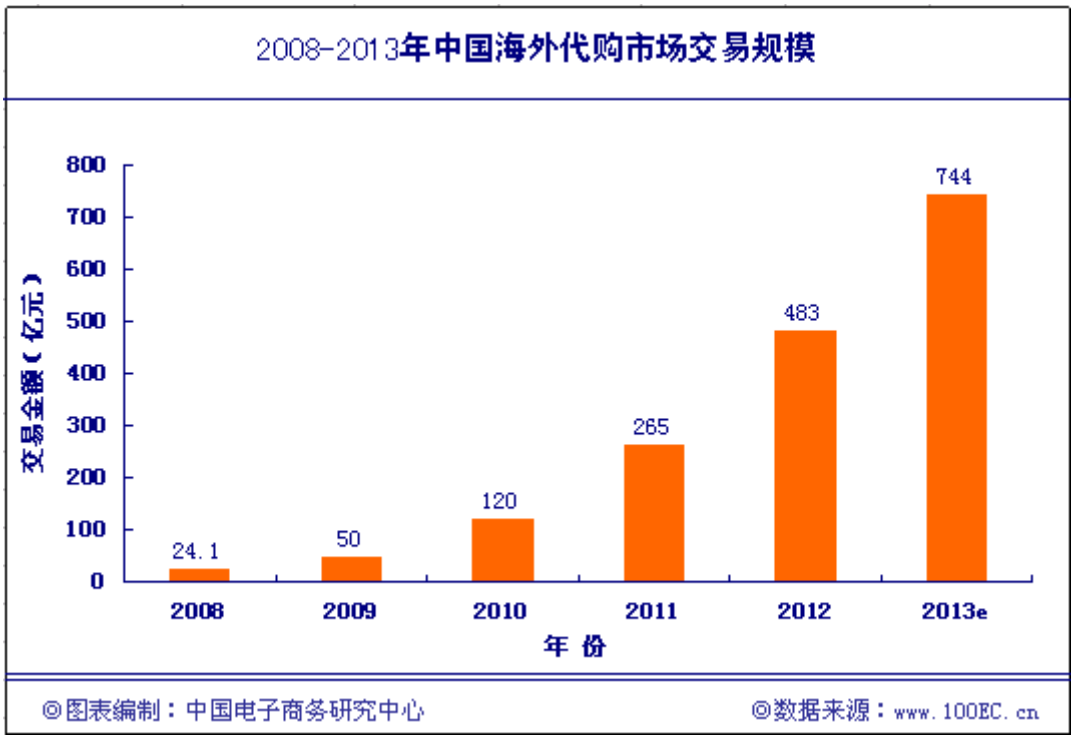
据中国电子商务研究中心监测数据显示，在过去的 2012 年移动电子商务用户规模约达 25050 万人，较 2011 年的 15000 万人同比增长 67%。预计到 2013 年这个数据将增长到 37250 万人。



4.2.8 海外代购

据中国电子商务研究中心监测数据显示，2012 年中国海外代购市场交易规模达 483 亿

元，较去年同比增长 82.3%。



2012 年海外代购市场规模增速放缓，一方面由于海关“新政”的实施，另一方面因为“海淘”的崛起。

中国电子商务研究中心预计 2013 年海外代购的交易规模将有望达 744 亿元。

4.2.9 发展趋势

趋势一：电商行业的整合并购潮将持续

电子商务堪称互联网行业里的吸金大户，以资本力量整合并购的趋势会更为突出，大鱼吃小鱼加剧。

趋势二：业务线继续拓展，商品种类不断丰富

综合 B2C 电子商务企业未来将继续拓展业务线，完善商品种类，为用户提供“一站式”购物体验。同时电商们也开始不满足于国内市场，实行走出去战略。

趋势三：移动电商成为电商争抢的蛋糕

移动电子商务为传统企业开辟了新战场，未来传统企业都将通过各种方式进军移动电子商务。移动电商将成为电商的下一个战场。

趋势四：线上线下加速融合将成零售业发展趋势

从传统企业走向线上到日前红孩子要落地开实体店，都可看到线上线下加速融合的趋势，未来将更加明显。

趋势五：电商竞争开始转向比拼内力

行业发展到一定阶段，电商竞争渐趋于内力的比拼，未来电商企业们急需修炼内功，以增强其竞争力。

4.3 网络团购市场现状与数据

4.3.1 企业规模

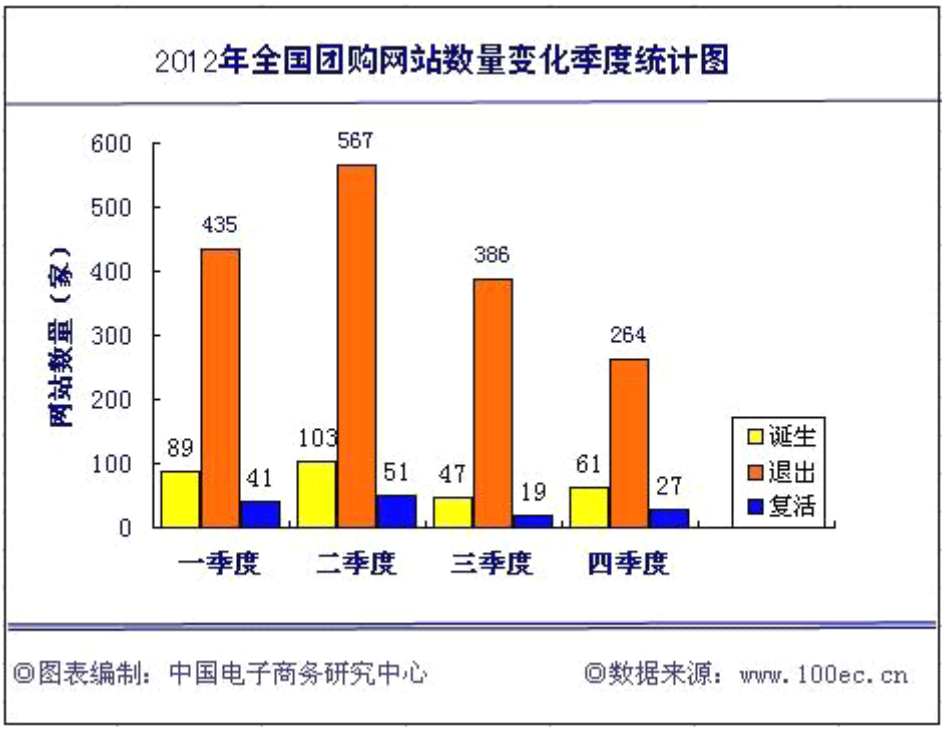
2012 年，我国团购行业整合洗牌速度加快，从年初的 3652 家运营团购网减少到年底的 2695 家。团购经历系列“磨难”，最终“百炼成钢”行业格局逐渐明朗以及资本市场回归理性都使得创业者对团购行业投资变得谨慎。

据中国电子商务研究中心和“领团网”团购数据显示，截至 2012 年 12 月底，全国团购网站累计诞生总数高达 6177 家，累计关闭 3482 家，死亡率达 56%，运营中 2695 家，低于 2010 年底的 3200 家。

与此同时，团购行业逐步规范，团购网站平均诞生率和平均复活率出现双降的趋势。6 月 20 日以后，10 天时间仅诞生 2 家新团购网，创团购兴起两年半以来新低。6 月之后的三、四季度单月网站数量诞生虽有所回升，但较 2012 年一、二季度下降明显。

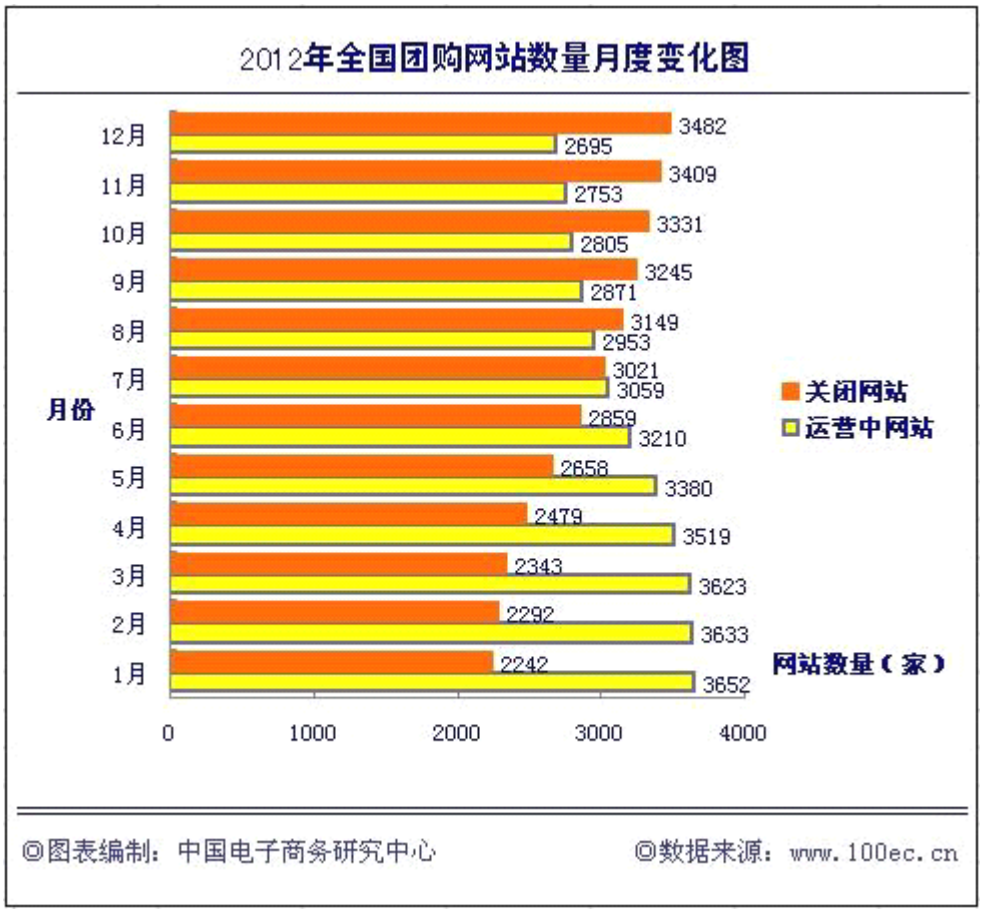
2012 年下半年的三、四季度团购网站关闭数量分别为 386 家和 264 家，相较于上半年的两个季度还是有所减少。

这表明以团购为核心模式来创业的创业者和投资者都变得更 加理性。注重团购 020 与移动互联网的结合将会成为 2013 年的重点。



数据显示，2012 年团购网站倒闭数量在增加，其减幅大于新增团购网站数量。2011 年我国倒闭的团购网站达 1885 家。截至 12 月底，2012 年共 1514 家团购网站倒闭退出团购市场，共有 300 家新生诞生团购网站。

根据中国电子商务研究中心与领团网监测数据显示，自 2010 年以来，全国共诞生团购网站 6177 家，其中的 3482 家已经在激烈的市场竞争中退出。具体每月运营中的团购网站数量和关闭的团购网站数量见下表：



图表数据显示：自 2010 年以来，全国共诞生团购网站 6177 家，其中的 3482 家已经在激烈的市场竞争中退出。

团购行业在整合洗牌的作用下趋于规范、成熟。除了众多的中小团购网站处于盈利状态外，从去年 9 月开始，陆续有大型团购网站如满座网、美团、窝窝团等宣布实现了盈利，这无疑给团购注入一剂“强心剂”。同时也宣布 了“团购速死论”的破产。

对此，中国电子商务研究中心特约研究员王启亨指出，快速发展的“新型城镇化”正在成为中国经济增长和社会发展的强大引擎，而“新型城镇化”也将为团购行业带来新的发展机会。

各地新 型团购网站与本地商家合作能够充分挖掘本地潜力资源，进行有效整合利用。在平衡本地供需的基础上，参与到全国的统筹供需里。

4.3.2 用户规模

图表数据显示：2012 年我国团购参团人数总体呈现上升趋势，参团人数最高时段集中在 12 月。 1 月春节长假的影响，1 月团购人群较去年 12 月锐减。之后呈稳定上升态势直到 6 月份开始出现下滑。12 月是岁末传统销售旺季，众多消费者开始囤积年货。实物类团购与吃喝玩乐团购吸引人气齐暴涨，12 月有 6000 万人参加团购，创下团购单月参团人数最高纪录。

中国电子商务研究中心分析师吴雪飞认为，2012 年团购行业整体看来用户粘性相对稳定，而且呈递增趋势，这反映出了广大消费者对于团购行业的信心。从图表也可以看出，团购用户时候节假日影响较大。

4.3.3 交易规模

据中国电子商务研究中心与领团网监测数据显示，2012 全年，团购市场（含聚划算）成交规模达到了 348.85 亿元，而这一数字在 2011 年仅为 216.32 亿元，同比增长 61%。

2012 上半年，含团购平台在内的中国网络团购交易额达到了 146.5 亿元，而这一数字在 2011 上半年仅为 65.4 亿元，同比大增 124%。但与 2011 下半年的 150.6 亿元相比却下跌了 2.74%。这与下半年是团购旺季有关。

从 2012 年全国团购市场交易额图中数据来看，2012 年各个月份团购交易额呈现上升趋势。1 月团购市场成交额大降，从 2 月开始迅速回升。

2012 年 1 月份交易额大降的原因有二：年底是团购的高峰时期，电影票、餐饮团购冲了一个高峰，团购需求提前透支、集中释放；2012 年 1 月份恰逢春节，春运、返乡、快递等因素导致了团购交易额大幅降低。

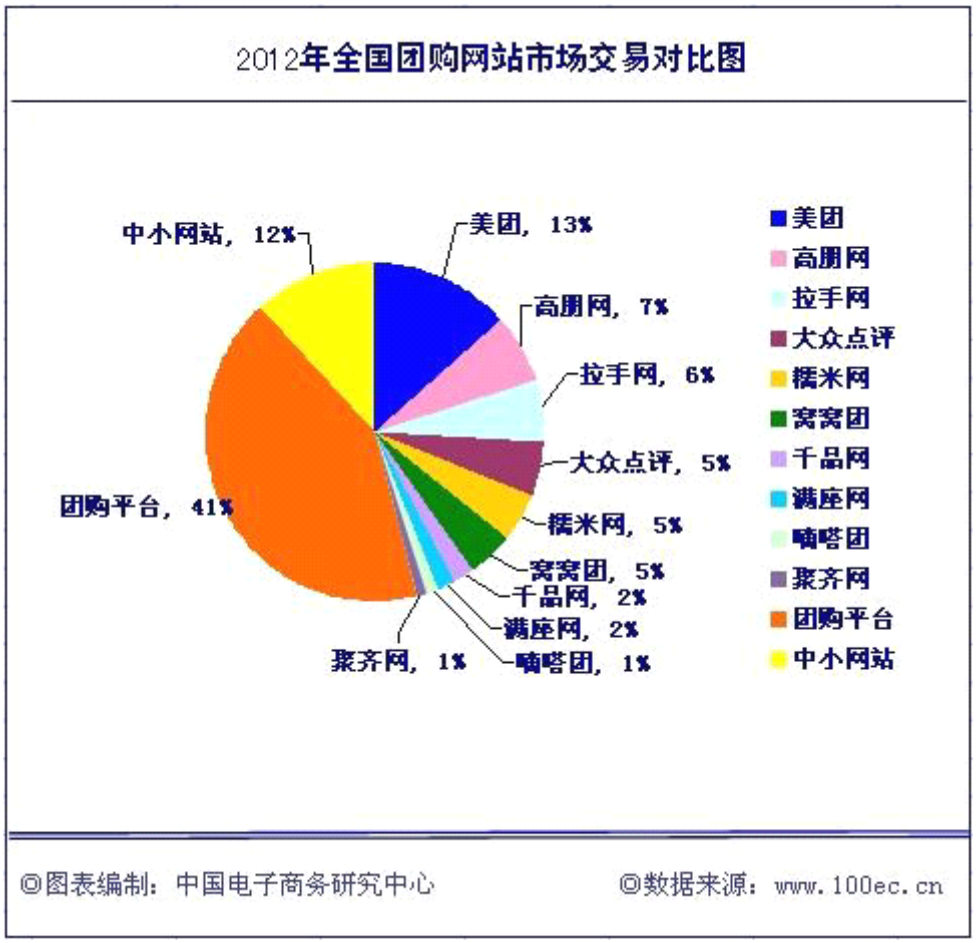
团购行业经历风雨，在岁末连续两月成交额突破 40 亿元，团购参团人数达到高峰。

11 月、12 月团购交易额不断上涨与两月来的电影贺岁档有关，《一九四二》、《泰囧》、《十二生肖》等叫座影片相继上映，带动了两月的电影票团购市场涨幅明显。此外，“双十一”、“双十二”、“圣诞节” 网购促销很好的带动了学生、白领等消费群体。“元旦节”前后更是掀起了全民网购高峰。

4.3.4 市场份额

2012 年团购市场份额统计，独立团购网站占据了团购市场 58%的份额。以聚划算、京东团购和 58 团购为主的团购平台占据 42%的市场份额。

独立团购网站排行榜前十名依次为：美团网 13%、高朋网 7%、拉手网 6%、大众点评 5%、糯米网 5%、窝窝团 5%、千品网 2%、满座网 2%、嘀嗒团 1%、聚齐网 1%。十强团购网站占据了整个团购市场 46%的市场份额。而以聚美优品、知我网、Like 团、喜团网、团购王、品质团等为主的中小综合团购网站和垂直细分团购网站占据了 12%的市场份额。



中国电子商务研究中心分析师吴雪飞预测，团购十强排行榜上的团购网站还将面临进一步的分化。24 券不会是最后一个倒下的大型团购网站，但一家大型团购网站的倒闭并不意味着团购模式的不可行。2012 是团购行业逆袭的一年，团宝网 在 2012 年底的东山再起和全国团购交易额再创新高标志着“团购速死论”的彻底破产。

4.3.5 网站类型

2010 年，团购鼻祖 Groupon 的商业模式传入中国之后，在我国产生不小的影响。一些创业者看重它准入门槛低，商业模式简单的特点，纷纷投资，建立了自己的团购网站，短短几个月时间就形成了“百团大战”的局面。

为此，中国电子商务研究中心经过调查分析，将当前的团购网站进行了分门别类并对各类型平台的优劣势力予以点评。

中国团购网站分类表		
分类	代表企业	点评
B2C自建的团购平台	淘宝聚划算、京东商城团购、麦麦团等	有稳定的商户、用户和相对完善的物流。但实物类团购产品居多，生活服务类仍需拓展。
分类信息网站开设的团购平台	58团购、大众点评团等	有稳定的用户群体，有品牌基础
门户网站自建的团购平台	网易团长网、新浪乐居团、搜狐爱家团等	具有品牌优势和推广优势，但是电商经验不足，产品品类不多。
社交网站旗下团购平台	如开心网的开心团购、人人网的糯米网等	有推广优势，利于增加用户粘性。
独立的团购平台	拉手网、美团网、24券、F团、窝窝团、满座网等	缺乏品牌优势和资金优势。
垂直细分领域团购平台	麦麦团、衣服团、搜旅团、聚美优品、米奇网等	拥有特定用户群，竞争压力相比综合网站较小
团购导航类网站	如团800、团拼网、360团购导航、购团网等	盈利模式多样
行业网站自建的团购网站	如慧聪网旗下的慧聪团	在网络零售领域缺乏竞争力
传统媒体旗下的团购平台	《都市快报》的快抱网、《钱江晚报》的窝里快购	有品牌优势，容易获得用户信任，但是电商经验不足，缺乏竞争力。
国外团购企业在中国的业务扩展	高朋网	有资金 优势和品牌优势，但是与同行竞争中没有产品优势
银行旗下团购平台	招行的聚便宜、民生银行的爽乐购、兴业银行的顶便宜	有支付优势，可以带动银行其他业务发展。但缺乏价格优势。
搜索引擎旗下团购平台	百度团购、谷歌 offers等	有品牌优势和推广优势
◎图表编制：中国电子商务研究中心		◎数据来源：www.100ec.cn

网络团购业的火爆也引得一些互联网公司和电子商务公司不甘寂寞，在自己的平台上开设团购频道。此外还有一些传统媒体、银行也开设了团购频道。各个领域的企业涉足团购，他们凭借着各自的优势使得中国的网络团购行业形成“百花齐放”的局面。

4.3.6 发展趋势

根据 2012 年我国网络团购的发展情况，中国电子商务研究中心分析师吴雪飞认为：

——未来随着团购网的激烈竞争，2013 年会是团购行业的盈利年和移动年;

——团购网站将会继续分化并向细分发展，团购总体量稳中有升，全年超过 600 亿元;

——团购网将尝试为上游商家提供更多的信息增值服务并衍生其他 O2O 服务;

——未来团购行业将会越来越标准和规范，在社会化合作的浪潮中，基于 LBS 与标签分析，在大数据云计算基础上整体向 C2B 演进。

不难预测：2013 年，我国网络团购将出现以下几种发展趋势。

趋势一：团购进入 O2O 社会化模式。

2012 年团购行业取得了长足的进展。团购已经从一种被视为很短命的暴发户模式，发展成为稳定的可以规模盈利的闭环 O2O 模式。

团购也为移动互联网时代传统行业的触电完成了热身。团购与 LBS 的天然契合使得本地生活服务的 O2O 快速发展，并成为现代都市人不可或缺的消费指南 与生活导航。

趋势二：未来团购由大型团购网站、团购平台与“小而美”组成。

中国未来团购大格局一定是几家独立大型团购网站、与几家大型团购平台或团购门户耦合的众多分布广泛的行业细分或区域特色的“小而美”团购网共同组成。前者 为行业的标准化作出贡献，后者为团购的多样性作出贡献。

中国地域和商家的复杂性注定最接地气、同时运营成本最低的是本地团队，因此行业整体向社会化发展才 是中国团购的出路。

趋势三：移动互联网成团购主战场。

2013 年团购的主战场将会逐渐由桌面转移到移动互联网。然使用手机上网的网民数量占网民总数的 69.3%，移动互联网的风靡成为团购网站与互联网的对接平台，团购导航的客户端比如领团网客户端，聚合了全部商家和团购更加方便了消费者。

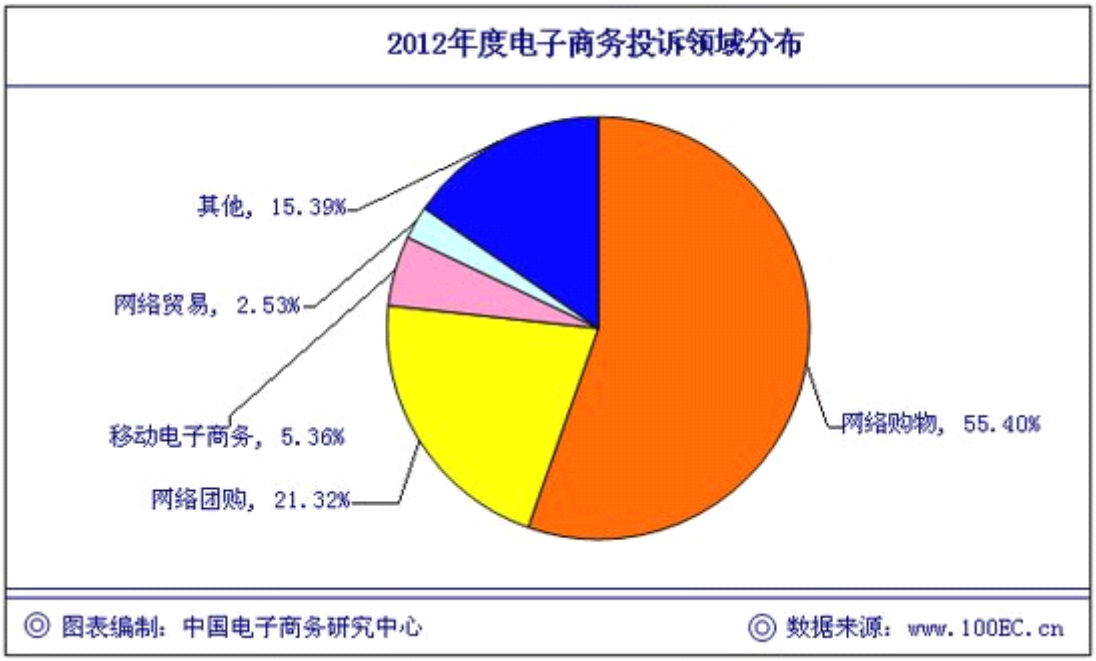
数据显示，截至 2012 年 12 月 31 日，来自移动端的生活服务团购交易(不含聚划算)同比上一年激增 27 倍，移动业务占总体交易的占比例已超过 15%。

4.4 电子商务投诉市场现状与数据

4.4.1 行业整体

4.4.1.1 领域分布

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，2012 年网络购物投诉占电子商务类投诉 55.40%，占据最大的比例，团购紧随其后，占据 21.32%，第三位是移动电子商务领域投诉，5.36%，第四位是 B2B 网络贸易领域投诉，2.53%。

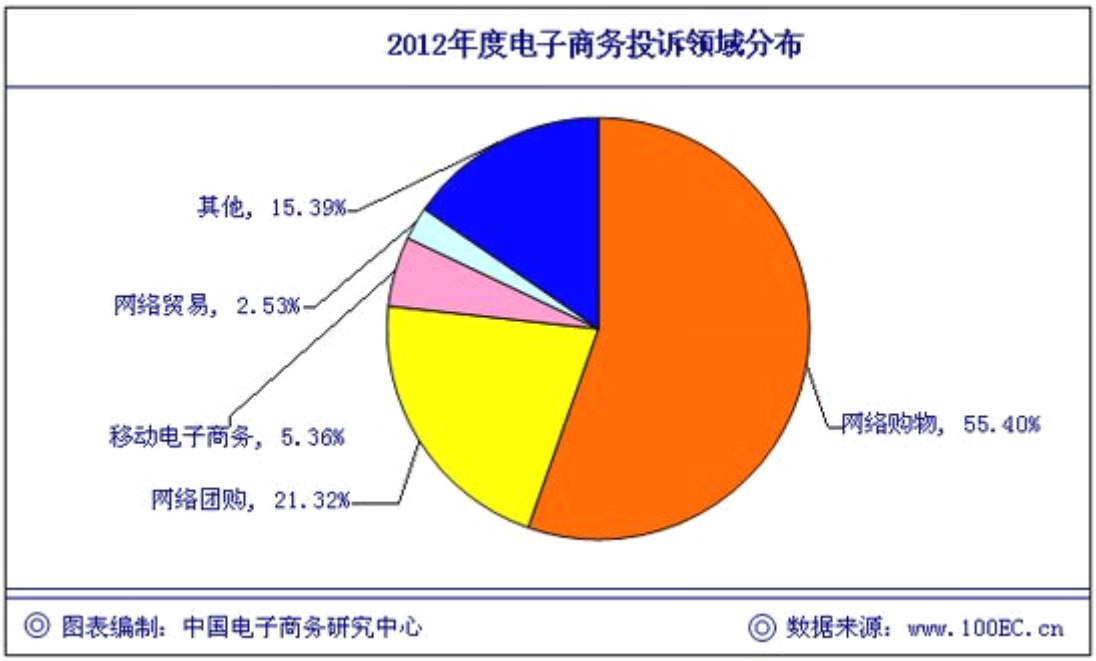


数据表明：网络购物是电子商务最热门的领域。无疑，网购以过半的投诉比例，已连续

三年盘踞全国各类电子商务投诉的榜首。

4.4.1.2 投诉金额

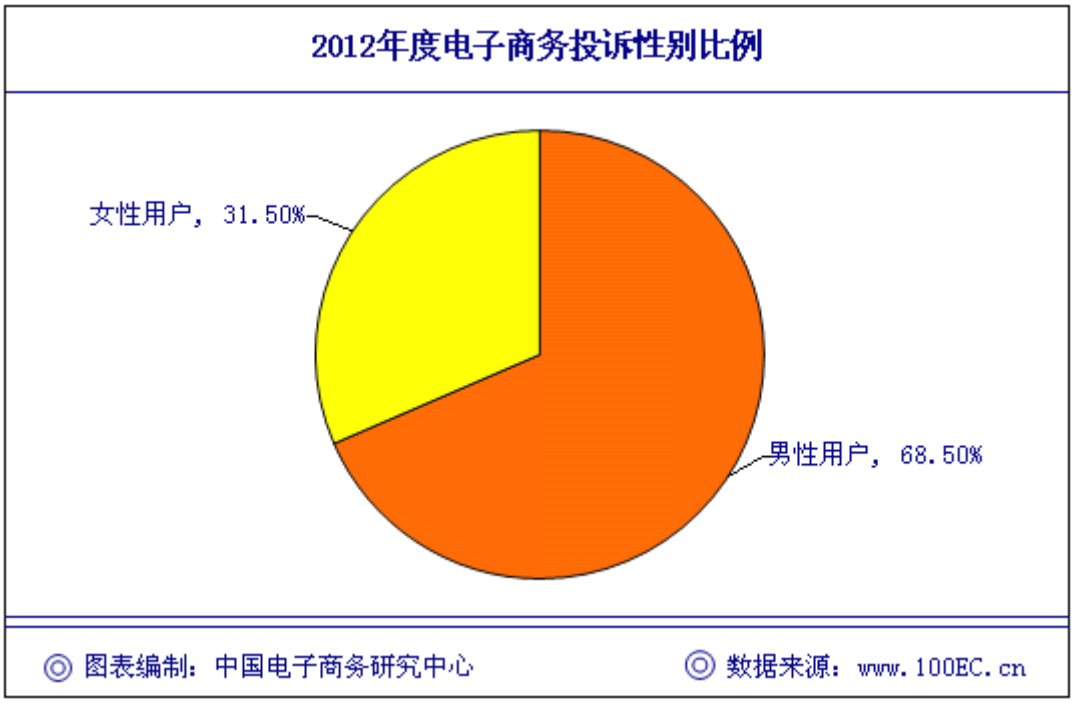
据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，100-500 元区间的投诉金额占比最大，其次是 100 元以下、500-1000、1000-5000，而 5000 元以上的投诉金额占比最少，仅 2.30%。



数据表明：网购用户往往对订单金额在 100 元以上的消费纠纷才开始特别在乎，并开始不信任网站商家，寻求第三方力量的帮助来解决。此外，随着网购的普及，用户网购的单笔金额呈现上涨趋势。

4.4.1.3 投诉性别

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，在 2012 全年电子商务投诉中，男性用户占比 68.50%，而女性用户仅为 31.50%。

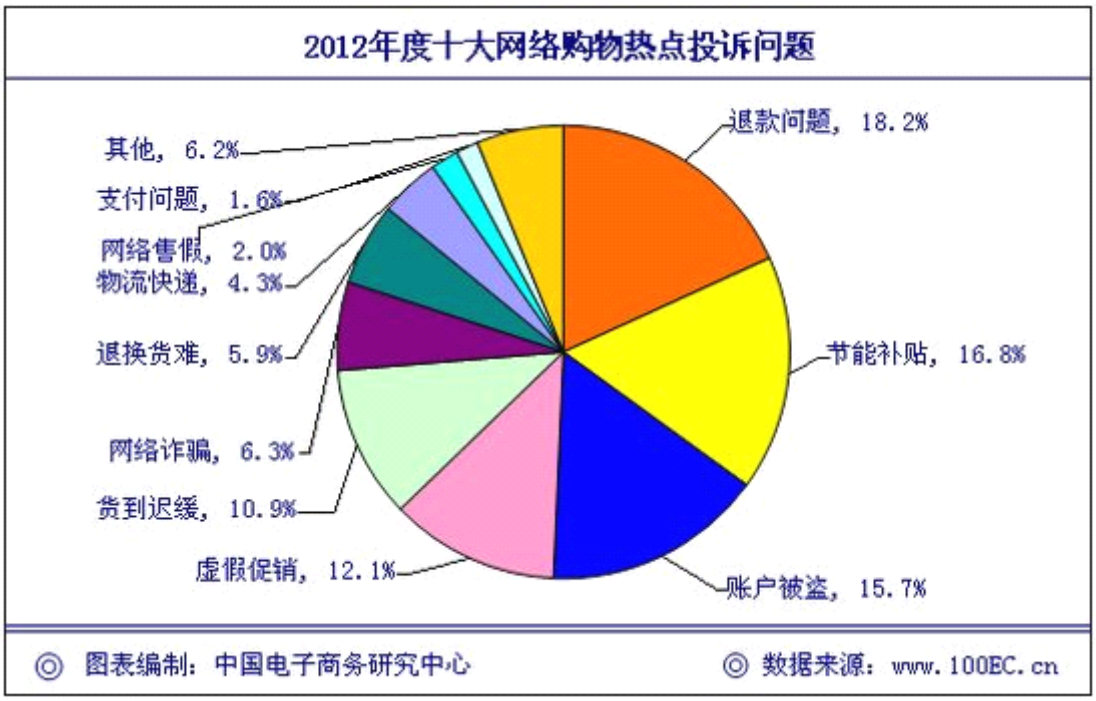


数据表明：女性用户在电子商务消费维权意识方面相对薄弱，遇到自身权益受侵犯时，更多选择了委曲求全与沉默，维权意识亟需加强。

4.4.2 网络零售投诉

4.4.2.1 十大热点

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，退款问题、节能补贴、账户被盗、虚假促销、货到迟缓、网络诈骗、退换货难、物流快递、网络售假、支付问题，成为网络购物的诟病，是网友投诉最多的十大问题结症。



数据表明：无疑，在各类用户反馈的投诉问题中，退款问题、节能补贴、账户被盗问题较为严峻，切该三类均与钱密切相关，需引起各电商企业的高度重视与切实落实。

4.4.2.2 投诉榜单

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，在 2012 年度全国服装类电商网站投诉中，凡客诚品占比为 25.90%，梦芭莎占比为 14.23%，麦考林占比为 6.74%。

2012年度热点行业购物网站投诉榜

网站类别	网站名称	网址	投诉比例
服装		www.vancl.com	25.90%
		www.moonbasa.com	14.23%
		www.m18.com	6.74%
鞋类		www.fangxinxie.com	23.80%
		www.yougou.com	17.14%
		www.s.cn	15.23%
		www.okbuy.com	10.47%
		www.paixie.net	7.62%

◎ 图表编制：中国电子商务研究中心　　◎ 数据来源：www.100EC.cn

在 2012 年度全国鞋类电商网站投诉中，放心鞋网占比为 23.80%，优购网上商城占比为 17.14%，名鞋库占比为 15.23%，好乐买占比为 10.47%，拍鞋网占比为 7.62%。

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，在化妆品类电商投诉中，聚美优品占比为 19.23%，米奇网占比为 11.54%，爱妆网占比为 7.69%。

2012年度热点行业购物网站投诉榜

网站类别	网站名称	网址	投诉比例
化妆品	聚美优品 JUMEI.COM	http://sh.jumei.com	19.23%
	米奇网 MIQI.CN	www.miqi.cn	11.54%
	爱妆网 LoveZhuang.Com	www.lovezhuang.com	7.69%
手机数码	newegg 新蛋	www.newegg.com.cn	33.34%
	华为,不仅仅是世界500强 | 华为商城	www.vmall.com	26.67%
	尼彩 NIECHE 智能手机工厂店 Mobilephone Factoryshop	www.531sj.com	15.32%
	mi 小米 xiaomi.com	www.xiaomi.com	5.30%
图书	当当网 dangdang.com	www.dangdang.com	28.57%
	蔚蓝网 www.wl.cn 放心购物 正品保证	www.wl.cn	23.30%
	博大图书批发网 www.tushupifa.org	www.tushupifa.org	16.67%

◎ 图表编制：中国电子商务研究中心　　◎ 数据来源：www.100EC.cn

在手机数码类电商投诉中，新蛋网占比为 33.34%，华为商城占比为 26.67%，尼彩智能手机工厂店占比为 15.32%，小米手机官网占比为 5.30%。

在图书类电商投诉中，当当网占比为 28.57%，蔚蓝网占比为 23.30%，博大图书批发网占比为 16.67%。

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，在 2012 年度全国母婴类电商网站投诉中，新一佳网上超市占比为 32.12%，快乐家园母婴批发网占比为 25.71%，苏州福禧儿用品有限公司占比为 21.43%，红孩子网上商城占比为 8.57%。

2012年度热点行业购物网站投诉榜			
网站类别	网站名称	网址	投诉比例
母婴	新一佳 A.Best 网上超市	www.xyj-shop.com	32.12%
	快乐家园母婴批发网 www.wzlqsy.com	www.wzlqsy.com	25.71%
	苏州福禧儿孕婴用品有限公司	szfxeyy.86mai.com	21.43%
	红孩子 redbaby	www.redbaby.com.cn	8.57%
在线旅游	同程网 17U.CN	www.17u.cn	16.83%
	去哪儿? Qunar.Com	hotel.qunar.com	14.36%
	ctrip	www.ctrip.com	10.15%
	eLong.com	www.elong.com	5.00%

◎ 图表编制：中国电子商务研究中心　　◎ 数据来源：www.100EC.cn

在 2012 年度全国在线旅游类电商网站投诉中，同程网占比为 16.83%，去哪儿占比为 14.36%，携程占比为 10.15%，艺龙占比为 5.00%。

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，在 2012 年度全国限时抢购类电商网站投诉中，唯品会占比为 41.35%，俏物俏语占比为 28.89%，佳品网占比为 13.34%，上品折扣网占比为 8.47%。

2012年度热点行业购物网站投诉榜			
网站类别	网站名称	网址	投诉比例
限时抢购	唯品会 VIPSHOP.COM	shop.vipshop.com	41.35%
	俏物俏语 www.ihush.com	www.ihush.com	28.89%
	JIAPIN 佳品网	www.jiapin.com	13.34%
	上品折扣网 SHOPIN.NET	www.shopin.net	8.47%
奢侈品	走秀 xiu.com	www.xiu.com	43.56%
	VIPMSSP•美尚奢品	www.vipmssp.com	32.15%
	聚尚网	www.fclub.cn	18.71%

◎ 图表编制：中国电子商务研究中心　　◎ 数据来源：www.100EC.cn

在 2012 年度全国奢侈品类电商网站投诉中，走秀网占比为 43.56%，美尚奢品占比为 32.15%，聚尚网占比为 18.71%。

4.4.2.3 支付快递

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，在 2012 年度全国第三方支付领域投诉中，财付通占比为 23.50%，国付宝占比为 19.83%，支付宝占比为 16.70%，易宝支付占比为 9.35%，百付宝占比为 4.90%。

2012年度TOP12热点投诉支付/快递榜

类别	名称	网址	投诉比例
支付	财付通 会支付 会生活	www.tenpay.com	23.50%
	国付宝	/	19.83%
	支付宝	www.alipay.com	16.70%
	易宝支付 YEEPAY.COM	www.yeepay.com	9.35%
	百付宝	www.baifubao.com	4.90%
物流快递	STO	www.sto.cn	27.10%
	YTO	www.yto.net.cn	14.86%
	YUNDA 韵达快运	www.yundaex.com	10.81%
	ZTO	www.zto.cn	9.46%
	EMS	www.ems.com.cn	6.75%
	SF EXPRESS 顺丰速运	www.sf-express.com	5.40%
		www.htky365.com	4.10%

◎ 图表编制：中国电子商务研究中心　　◎ 数据来源：www.100EC.cn

在 2012 年度全国物流快递行业投诉中，申通快递占比为 27.10%，圆通速递占比为 14.86%，韵达快递占比为 10.81%，中通速递占比为 9.46%，EMS 占比为 6.75%，顺丰速运占比为 5.40%，汇通快递占比为 4.10%。

4.4.2.4 传统品牌

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，美特斯邦威、杰克琼斯、TCL、海信电视、卡西欧、森马、罗莱家纺、阿迪达斯、茵奈儿、李维斯为“2012 年度十大热点被投诉传统品牌电商”。

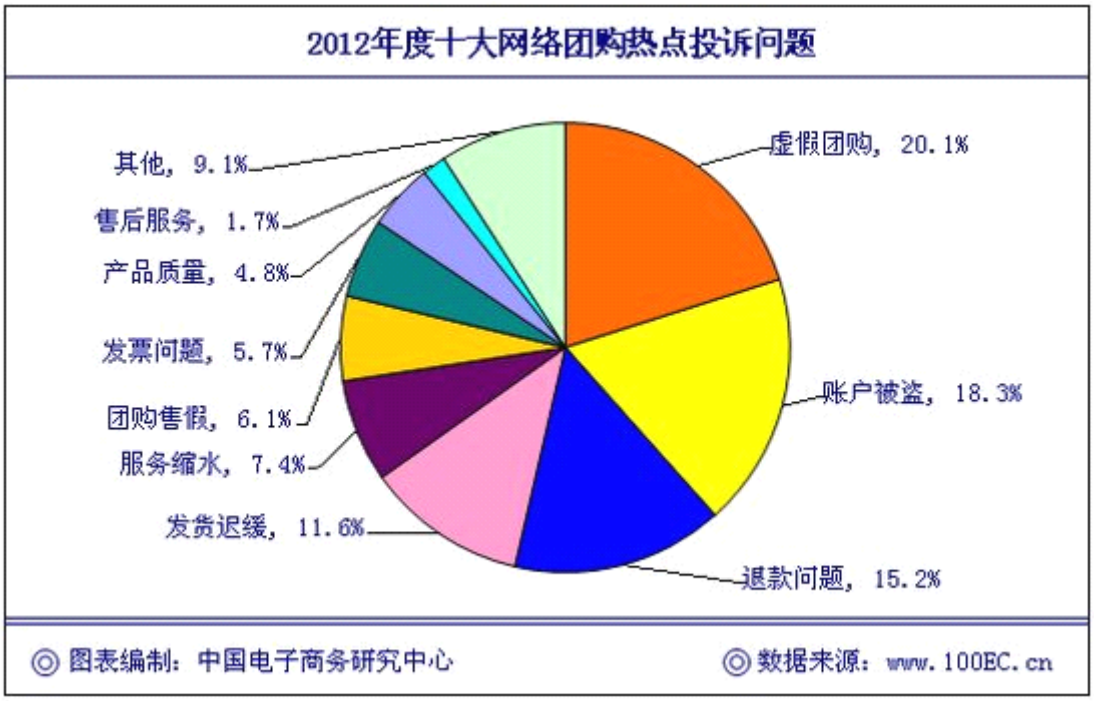
2012年度十大热点传统品牌电商投诉榜		
品牌	网址	投诉问题
美特斯邦威	banggo.com	产品质量、售后服务
杰克琼斯	jackjones.tmall.com	发货慢、客户服务
TCL	tcldq.tmall.com	产品质量、售后服务
海信电视	hisensetv.tmall.com	节能补贴
卡西欧	casio.tmall.com	虚假促销
森马	semir.tmall.com	不发货、客户服务
罗莱家纺	luolai.tmall.com	虚假发货、售后服务
阿迪达斯	adidas.tmall.com	产品超卖、客户服务
茵奈儿	innet.tmall.com	产品质量、售后服务
李维斯	levischinashop.com	退换货
◎ 图表编制：中国电子商务研究中心		◎ 数据来源：www.100EC.cn

与纯电商网购平台不同，传统品牌电商消费投诉注意集中于产品质量、发货问题、客户服务、虚假促销、退换货为用户投诉的主要问题。

4.4.3 网络团购投诉

4.4.3.1 十大问题

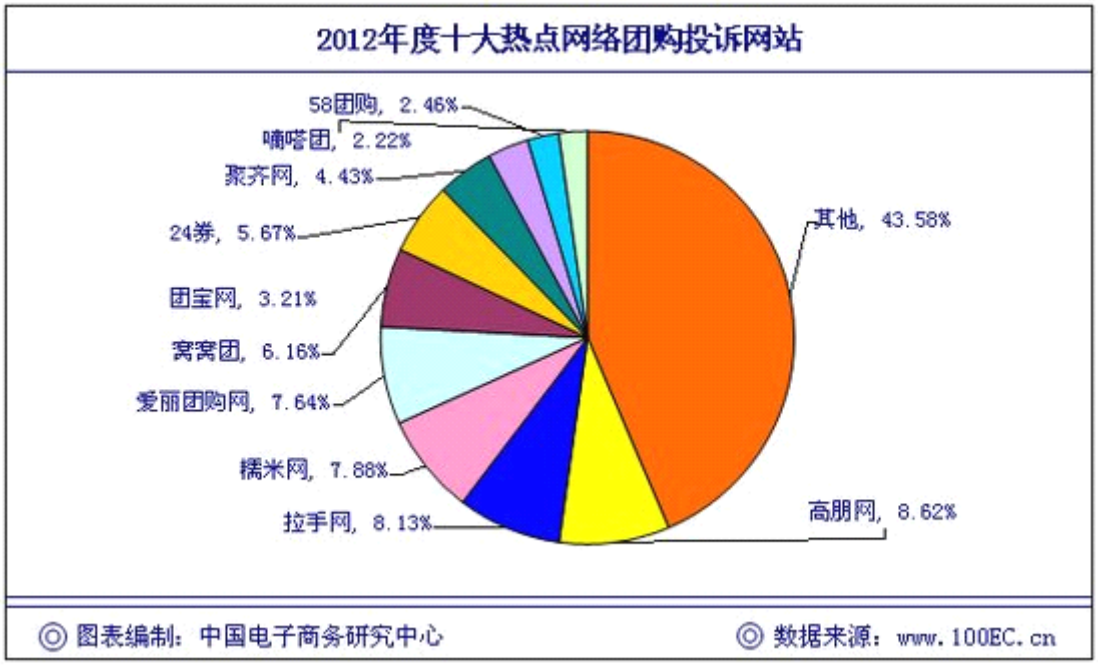
据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，虚假团购、账户被盗、退款问题、发货迟缓、服务缩水、团购售假、发票问题、产品质量、售后服务，成为网络团购的诟病，是网友投诉最多的问题结症。



数据表明：虚假团购、账户被盗以及退款问题较为严峻，广大团购企业与消费者需引起重视。

4.4.3.2 十大网站

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，2012 年度，在全国团购网站投诉占比中，高朋网最高为 8.62%，位列第一，随后依次为拉手网 8.13%，糯米网 7.88%，爱丽团购网 7.64%，窝窝团 6.16%，24 券 5.67%，聚齐网 4.43%，团宝网 3.21%，嘀嗒团 2.22%，58 团购 4.46%。



团购网站经历了行业洗牌，用户体验与售后服务总体有所提高，投诉总量也随之有所下降。

4.5 其他电子商务领域重要数据

4.5.1 物流快递

业务规模：国家邮政局发布 2012 年全国邮政运行情况。其中，全国规模以上快递业务收入首次突破 1000 亿元，同比增长 39.2%，步入千亿时代。全国规模以上快递服务企业业务量完成 56.9 亿件，同比增长 54.8%。快递行业已经连续 5 年实现超过 27%的增长，其中 50%以上的营收来自电子商务。

据中国电子商务研究中心监测显示，2012 年圆通公司完成快递业务量 9 亿件左右，同比增长 60.7%，业务收入为 130 亿元左右，同比增长 30%左右，市场占有率约 20%。而前年的营业额在 123 亿左右，按照公司发展的规划，在 2015 年营业额目标是 500 亿。

排名情况：监测数据显示，2012 年中国十大物流快递企业分别为：EMS（邮政快递）、顺丰速运、申通快递、圆通速运、汇通快运、中通速递、韵达快递、天天快递、宅急送、全峰快递。

4.5.2 第三方支付

交易规模：据中国电子商务研究中心监测显示，2012 年，国内第三方支付业务交易规模 35000 亿，同比增长 57%。

用户规模：截至 2012 年 12 月，我国使用网上支付的用户规模达到 2.3 亿，使用率提升至 37.6%。

排名情况：监测显示，2012 年中国十大第三方支付企业分别为：支付宝、财付通、银联商务、汇付天下、快钱、网银在线、易宝支付、环迅支付、上海银联、通联支付。

4.5.3O2O 数据

市场规模：据中国电子商务研究中心监测显示，2012 年中国 O2O 市场规模已超过 1000 亿元，达到 1005 亿元，而在 2013 年将突破 2000 亿元。

4.5.4 投融资

（详见中国电子商务研究中心积极发布的《2012 年度中国电子商务投融资市场数据监测报告》（下知地址：http://www.100ec.cn/zt/2010bgdz/）

2012 年 Q1 中国网络零售企业融资案例监测表

2012年Q1中国网络零售企业融资案例监测表

时间	融资方	投资方	融资方式	所属行业	融资金额
1月	花生共和	英特尔	风险投资	导购社区	N/A
2月	优众网	华威国际	风险投资	奢侈品B2C	4000万美元
2月	指点传媒	创东方	风险投资	电商服务商	8000万
2月	拍鞋网	海纳亚洲创投、高盛集团	风险投资	鞋类B2C	3000万美元
2月	帮5买	橡树投资	风险投资	社会购物搜索引擎	710万美元
3月	大龙网	不详	风险投资	百货B2C	1000万美元
3月	买好网	不详	风险投资	化妆品B2C	500万美元
3月	创愿	华威集团	风险投资	电商服务商	600万美元
3月	管易软件	深圳麦星	风险投资	电商服务商	1000万美元
3月	兰缪	DCM	风险投资	服装B2C	1000万美元
3月	时光100	明珠星	风险投资	手表B2C	3000万元
3月	优购网	百丽集团	风险投资	鞋类B2C	2亿美元
3月	唯品会	/	IPO	奢侈品B2C	1.2亿美元
3月	我买网	N/A	风险投资	食品电子商务	数亿元

©图表编制：中国电子商务研究中心　　©数据来源：www.100EC.cn

2012 年 Q2 中国网络零售企业融资案例监测表：

2012年Q2中国网络零售企业融资案例监测表					
时间	电商	主要投资方	融资方式	所属行业	融资金额
4月	耀点100	英特投资	风险投资	时尚B2C	1000万元
4月	多购网	甲子海汇	风险投资	百货B2C	2000万美元
4月	口袋购物	经纬中国	风险投资	服装B2C	1200万美元
4月	乐蜂网	红杉资本	风险投资	化妆品B2C	1000万美元
4月	品尚红酒网	N/A	风险投资	酒类B2C	亿元级别
5月	途家网	光速创投、鼎晖创投、携程网、HomeAway	风险投资	旅游B2C	不详
5月	寺库网	银泰资本、IDG、贝塔斯曼	风险投资	奢侈品电商	3000万美元
5月	麦包包	DCM	风险投资	箱包电商	3000万美元
5月	佳品网	梅西百货 、英特尔	风险投资	时尚名品电商	1500万美元
6月	美乐乐	光速创投、鼎晖创投	风险投资	家具B2C	4000万美元
6月	戴欧妮	金大福	风险投资	珠宝电商	2000万美元
6月	广州闪购	广东文投	风险投资	手机购物	10亿元
◎图表编制：中国电子商务研究中心				◎数据来源：www.100EC.cn	

2012 年 Q3 中国网络零售企业融资案例监测表：

2012年Q3中国网络零售企业融资案例监测表					
时间	电商	主要投资方	融资方式	所属行业	融资金额
7月	红孩子	北极光、NEA、凯旋创投	风险投资	母婴类电商	2000万美元
7月	返还网	险峰华兴、徐小平	风险投资	导购返现类电商	数百万美元
7月	神州租车	美国华平	风险投资	汽车租赁B2C	2亿美元
7月	天品网	嘉信资本领投	风险投资	百货类B2C	1000万美元
8月	1号店	沃尔玛	并购	百货B2C	未披露
8月	苏宁电器	公司债券	/	百货B2C	80亿元
8月	聚尚网	银瑞达、清科、IDG、韩国SK	风险投资	百货B2C	3000万美元
8月	酒仙网	沃衍资本	风险投资	酒类电商	2亿元
8月	酒美网	N/A	风险投资	酒类B2C	1亿元
9月	瑞金麟	赛富亚洲基金	风险投资	电商服务商	千万美元级别
9月	蚂蜂网	今日资本	风险投资	旅游B2C	1500万美元
9月	红孩子	苏宁电器	并购	母婴类B2C	6600万美元
◎图表编制：中国电子商务研究中心				◎数据来源：www.100EC.cn	

2012 年 Q4 中国网络零售企业融资案例监测表：

2012年Q4中国网络零售企业融资案例监测表					
时间	融资方	主要投资方	融资方式	所属行业	融资金额
10月	蘑菇街	IDC	风险投资	社会化电商	未透露
11月	美丽说	腾讯、纪元资本	风险投资	社会化导购	不详
11月	赛五洲	同创伟业	风险投资	电商服务商	千万元
11月	京东商城	安大略教师退休基金、老虎基金	风险投资	综合B2C	4亿美元
12月	酒美网	深圳创新投资公司	风险投资	酒类电商	1亿人民币
12月	酒斛网	/	/	葡萄酒社区	500万人民币
12月	家酷网	用友幸福投资	风险投资	餐厨具B2C	1000万人民币
◎图表编制：中国电子商务研究中心				◎数据来源：www.100EC.cn	

五、盘点篇

5.1 2012 年度中国电子商务行业十大事件盘点

5.1.1 2012 年度中国 B2B 行业十大事件

2012 年世界经济放缓，国际贸易增速回落，欧洲债务危机不断加剧，美国经济复苏乏力，新兴经济体和发展中国家市场规模较小，却对发达国家依赖程度较深，经济收缩步伐明显加快。国内经济逐渐减速，成本上升、库存压力加大，企业采购意愿降低。这种外需疲软，内需不足的经济环境，给我国 B2B 电子商务发展带来极大挑战，对现有 B2B 平台的服务模式、盈利方式也提出更高要求。

相比 B2C 网购的风生水起，2012 年的国内 B2B 行业堪称暗流涌动、动作频频，酝酿着行业的深度变革，其中典型事件包括：阿里巴巴 B2B 私有化、生意宝进军 B2B 支付、环球市场登陆伦敦证券交易所挂牌上市等事件不断。

以下为中国电子商务研究中心综合中国 B2B 行业在 2012 年发生的十大热点事件盘点：

（1）阿里巴巴 B2B 私有化

事件：2012 年 2 月 21 日，阿里巴巴集团向阿里巴巴网络有限公司董事会提出私有化要约；6 月 20 日，阿里巴巴正式从港交所退市；7 月 23 日，阿里巴巴集团进行整体架构调整，其中 B2B 业务分为小企业业务和国际业务两大块。

点评：阿里巴巴 B2B 私有化有两方面考虑，一是公司价值被低估，退市后可以重新获得评估；二是阿里巴巴集团可能打通 B2B、B2C 平台，谋求未来整体上市。

（2）万国商业网倒闭

事件概述：2012 年 8 月 17 日，老牌 B2B 网站“万国商业网”宣布倒闭。万国是国内最早的 B2B 平台之一，拥有香港，上海，深圳，广州，柳州等十多个分公司和营运中心。前身是创立于 1997 年的中华贸易网。

点评：在经济寒冬中，老牌 B2B 企业也未能挨过寒冬，在经济形势不佳的情况下，如何建立平台竞争力至关重要。

（3）生意宝进军 B2B 支付业务

事件：2012 年 8 月，网盛生意宝发布公告，拟投资 1 亿元设立浙江生意通支付服务有限公司（拟），建设“B2B 互联网支付平台”项目，开展互联网支付业务。公司认为支付平台项目有自建必要，通过打造在线交易和在线支付平台，网盛生意宝能够贯通产业链，有助于公司业务转型、服务深化，增强核心竞争力及盈利能力。

点评：未来，B2B 支付有望成为 B2B 行业网站一项重磅级的“标配”，有望像 C2C/B2C 领域的支付宝一样推动行业网站跨入在线交易的“2.0 时代”，行业网站有望迎来一场脱胎换

骨般的自我救赎。

（4）上海钢联现金流为负引关注

事件：2012 年 10 月 10 日，上海钢联发布公告称，近日公司收到了上海证监局对公司下发的《关于上海钢联电子商务股份有限公司的监管关注函》。函中指出，钢银电商 2011 年下半年开始开展钢材现货交易服务，在只收取少量履约保证金的情况下，预付大量采购款，公司经营活动现金流量净额在 2011 年出现负数。上海证监局称示，建议加强相关业务内控管理，确保运营资金安全，建立完善风险防范机制。

点评：同样是介入交易，进入支付环节，上海钢联的探索并不顺利。鉴于行业特殊性，钢联没有采用服务费或佣金模式，而是在收取少量履约保证金情况下，预付大量采购款。这种支付模型严重影响现金流量净额。考虑到钢铁行业的高资本要求和业内部分托盘业务风险，上海钢联对交易的探索还待验证。

（5）环球市场伦敦证券交易所上市

事件：6 月 22 日，环球市场集团正式登陆全球三大证券交易所之一伦敦证券交易所挂牌上市。据悉，环球市场集团成立于 1995 年，是依托电子商务平台，为优质制造商提供国际整合营销及其配套服务的企业，并专注于打造“环球优质制造商”的行业标准-GMC 标准。2008 年获得集富亚洲、NIFSMBC 两家私募基金以及三家海外上市公司 3000 万美元的联合注资。

点评：环球市场集团 CEO 凌风表示，此次上市的主要目的不是为了实现市值最大化，而是为了更好地建立社会各界对公司的信任，使企业管理更加规范。

（6）阿里开展 B2B 信用贷款业务

事件：8 月 27 日，阿里方面证实，阿里信贷目前向江、浙、沪三地的普通会员开放，但并非向所有会员开放。阿里金融放贷额度为 5 万~100 万元；期限为 12 个月；贷款形式为循环贷+固定贷。

点评：中国人民大学金融学院副教授王常龄表示，与当前多数金融机构采用的传统信贷方式不同，阿里金融尝试利用互联网进行信贷创新，即利用网络低成本广泛采集客户的各类数据信息，通过数据挖掘分析判断客户资质，而不是通过抵押物，从而降低了小微企业融资的门槛，这个信用信息平台是银行无法具备的。

（7）小商品城“义乌购”上线

事件：10 月 21 日，隶属小商品城旗下的“义乌购”上线仪式举行，义乌购是义乌小商品市场官方网站，以立足小商品市场、服务小商品市场为经营理念，以诚信赢天下为服务宗旨，倾力打造中国小商品城 7 万商铺网上市场。

点评：义乌购的上线标志着义乌电子商务发展跨出了崭新而又重要的一步。这是拓展义

乌市场发展空间、促进市场转型升级、提升市场发展竞争力的重要举措，也是实现义乌电子商务产业创新发展、促进实体市场与网络经济融合发展的重要平台。

（8）敦煌网与 PayPal 停止内部合作 均未透露原因

事件：从 8 月 6 日起，敦煌网宣布将不再使用 PayPal 的支付方式，双方停止内部合作关系。这意味着全球最大的网上支付巨头与其亚太区最大合作伙伴正式分手。

点评：目前跨境支付竞争激烈，包括银联、万事达、支付宝等支付巨头都已开发相应产品，而 PayPal 的费用相对较高，则是敦煌网选择停止合作的原因。

（9）环球资源与当当谈合作 转做内外贸平台

事件：2012 年 5 月，环球资源表示目前正在与京东商城、卓越亚马逊、1 号店、当当网和苏宁易购洽谈合作，帮助 B2C 企业寻找优质供应商，B2B 与 B2C 之间在业务上不再毫无关系。据悉，环球资源从 2011 年开始发力内贸市场，帮助中国外贸工厂拓展内贸找到买家。

点评：中国电子商务研究中心高级分析师张周平认为，B2B 平台与 B2C（企业对个人）类型电商的深度整合可以促进产业发展，两者结合后将更加符合市场需求，将缩小商家与客户的距离。这样做可以有效地缩短交易的中间环节，从而提高了生产、流通、销售整个产业环节的效率，有效降低 B2C 类型的电商经营成本，也将提升中小企业产品的市场占有率。

（10）中国建设银行善融商务上线，开启电商金融新时代

事件：2012 年 6 月，中国建设银行电子商务平台“善融商务”上线，业务范围囊括了电子商务服务、金融服务、营运管理服务、企业社区服务及企业和个人商城五大内容。善融商务提供 B2B 和 B2C 客户操作模式，以资金流、结算、信贷、支付为核心。平台涵盖商品批发、商品零售、房屋交易等领域；在金融服务方面，它还将为客户提供从支付结算、托管、担保到融资服务的全方位金融服务。

点评：建行在企业客户资源、精准的电子交易信息，安全的资金保障、以及先天的金融服务优势，能够吸引更多的个人消费者与电商企业。善融商务的上线，对企业的长远发展具有极为重要的积极意义。

5.1.2 2012 年度中国网络零售行业十大事件

（1）淘宝商城更名天猫 双十一创成交量再创新高

2012 年 1 月 11 日，阿里巴巴集团旗下淘宝商城正式更名为天猫，完全脱离淘宝品牌，并采用独立品牌拓展在线零售市场。2012 年 11 月 11 日天猫与淘宝两家网购单日纪录再次刷新为天猫 132 亿、淘宝 59 亿。合计 191 亿。

（2）国美电商左右互搏变双剑合璧

2012 年 12 月 3 日，国美集团宣布，将整合旗下国美电器网上商城和库巴网两大电商平台，实现后台统一管理和资源共享。整合后，国美电器网上商城更名为“国美在线”。

（3）苏宁 6600 万美元收购红孩子

2012 年 9 月 25 日，苏宁电器宣布收购母婴用品电子商务网站红孩子。红孩子已经创办 8 年，去年销售额约 10 亿元。苏宁以 6600 万美元（约合 4.16 亿元人民币）的价格将其纳入旗下。

（4）eBay 卷土重来再度入华 牵手走秀网大打国际牌

2012 年 11 月，eBay 与国内知名的时尚 B2C 走秀网合作，以推出“eBayStyle 秀”频道的方式回归中国市场，为国内用户提供高质量的美国商品。

（5）沃尔玛完全收购 1 号店

2012 年 10 月 26 日，沃尔玛百货有限公司宣布已完成对发展迅速的中国电子商务网站 1 号店控股公司的增加投资，沃尔玛持有股份增至近 51%。

（6）唯品会成功赴美 IPO

2012 年 3 月 23 日唯品会正式登陆纽交所，唯品会以 6.5 美元的发行价，共发行 1100 万股，附加 15%超额配售权，融资总额为 7000 多万美元。

（7）分拆下注 腾讯电商独立

2012 年 5 月 18 日，腾讯电商“独立”了。原来腾讯的 6 大主要业务部门平移至新公司旗下，负责电商线的腾讯高级执行副总裁吴宵光顺理成章地就任新公司 CEO。

（8）电商“争夺”快递牌照

2012 年，电商企业纷纷抢夺快递牌照，电商们从单纯的线上竞争开始向线下渠道延伸，而线下渠道的比拼成为了各大电商未来发展的一个重要组成部分。苏宁、京东商城、凡客诚品、唯品会、1 号店等纷纷拿到快递牌照。

（9）京东商城完成新一轮融资 为 IPO 加上最重砝码

2012 年 11 月 13 日，京东商城证实，日前已完成新一轮融资，投资方包括安大略教师退休基金和老虎环球基金，完成此轮融资后，京东商城的估值达到 72.5 亿美元，约合 456

亿元。中国电子商务研究中心助理分析师周翔认为，京东上市估值在 66~80 亿美元左右较为合理。

5.1.3 2012 年度中国网络团购行业十大事件

2012 年中国团购行业大事不断，团宝网、24 券相继倒闭，F 团、高朋网、QQ 团购三家合并，京东团购转型平台，同时 Groupon 在 2012 年股价的单边下跌，市值缩水严重打击了资本对团购行业的憧憬，满座网、窝窝团、美团网相继宣布盈利。

岁末年初，回首过去，展望未来，中国电子商务研究中心与领团网盘点 2012 年团购行业的十大热点事件。

（1）团宝网凤凰涅槃东山再起

2012 年春节期间，坊间突然传来团宝网资金链断裂，大幅裁员，濒临倒闭，CEO 任春雷已经跑路，于是“团购速死论”喧嚣尘上。后来证实由于创投矛盾激化，团宝网被迫断臂求生，裁员节流，但 CEO 任春雷并未跑路，更未畏缩。12 月 5 日，任春雷宣布团宝网重返团购舞台，“新团宝”转型开放团购服务平台，商家可自主在团宝网发布项目，同时个人还可以进行营销、设计等创业项目。团宝网凤凰涅槃东山再起，任春雷用实际行动了证明了一个创业者的担当。

（2）聚划算开始收取参团商家佣金最高为 3%

3 月 6 日，阿里巴巴集团旗下团购平台聚划算负责人阎利珉宣布，聚划算将正式向商家收取适当的佣金和开团排期的拍卖费，佣金费率大约在 1%到 3%不等。阎利珉表示，收费是聚划算发展的必经之路，适当收取费用减少人为干预流量配置的可能，在管理和诚信方面聚划算将会有较大进步。遗憾的是阎利珉的新政尚未实施，淘宝体制内部的问题已经让他深受其害。

（3）工商总局出台《关于加强网络团购经营活动管理的意见》

3.15 前夕，针对网络团购的特点和消费投诉中反映出的热点问题，工商总局制定出台《关于加强网络团购经营活动管理的意见》。规定团购网站经营者应承担以下七项责任义务：对团购商品（服务）供应者的经营主体资格和团购商品（服务）质量建立审核制度；以合同形式明确与团购商品（服务）供应者、消费者之间的权利、义务和责任；团购商品（服务）供应者商业秘密和消费者个人信息保护；不正当竞争行为禁止；保护消费者合法权益；记录、保存交易信息；规范团购促销活动。

（4）京东自营团购转型京东团购平台

5 月，京东宣布其团购策略由自营团购转变为团购平台。2012 年的团购洗牌轮到了大型团购网站，赶集、爱帮、京东、58 团购等不堪地面销售人员沉重的负担，相继宣布退出或缩减自营团购，转型平台吸引其他团购网站入驻。迄今为止，国内已经出现了包括聚划算、京东团购、58 团购等在内的多家团购平台，它们依靠其他自营团购网站或者本地服务运营

商提供团购产品，平台负责线上推广、支付体系和诚信体系的建设，堪称中国特色团购生态圈的一部分。

（5）窝窝团转型本地生活商城团购网站深化 O2O 模式

2012 年 5 月，窝窝团宣布转型成团购加商家分销的综合类商城模式，并把团购划入商城板块。商城模式类似于 B2C，商家进入平台商开设专卖店，缴纳一定的进场费或者佣金。与主打促销的团购模式相比，商城模式的促销力度虽然较弱，但毛利率更高，O2O 模式也更加常态化。

（6）拉手网撤销 IPO 计划

2012 年 6 月 19 日，拉手网向美国证券交易委员会（SEC）提交文件，撤销上市计划。2011 年 10 月 29 日，拉手网向美国 SEC 正式提交 IPO 申请文件，拟在纳斯达克上市，融资 1 亿美元。但由于团购鼻祖 Groupon 上市的高开低走，暴跌破发，国际金融环境非常严峻，拉手网上市的可能性也变得近乎为零，放弃上市，转向精细运营自身造血，是团购网站的当务之急。拉手网上市的折戟沉沙使得国内团购网站进入了资本的冬天。

（7）创投矛盾激化 24 券停止营运

2012 年 10 月 20 日，24 券宣布 20 日起正式暂停营运。24 券发布的声明指出，“因公司经营业务的重大调整，决定从商家、用户和员工长期利益的角度，暂时进入一段时间的"长假期"。据了解，24 券 CEO 杜一楠领衔的管理层与投资方产生了不可调和的矛盾。24 券管理层暂停了网站的运营。一度业界传出 24 券资方接洽 Groupon 和高朋网希望被收购，但最终收购之事并未被提上日程。目前 24 券网站仍然未恢复运营。24 券的停运折射了中国团购网站过度竞争的困境。

（8）高朋网、QQ 团、F 团三团合一

11 月 27 日，网罗天下终于确定将 F 团、高朋、QQ 团购三品牌合一，统一后的品牌为“高朋网”，域名入口为 www.gaopeng.com，F 团创始人林宁出任网罗天下的 CEO。据悉，12 月开始 F 团和 QQ 团购的 Logo 会更换为高朋网，前两者的流量将会切换至高朋网。据领团网统计，三团合一的高朋网，合并后的交易额已经超过 2 亿元位列团购网站排行榜第二名。

（9）窝窝团宣布规模化盈利

2012 年下半年开始宣布盈利的团购网站不止两家，2010 年 1 月上线的满座在 2012 年 9 月即宣布实现盈亏平衡，但满座网在宣布盈利的同时，流量排名交易额同时大幅下滑跌落至第二梯队。11 月，窝窝团董事长兼 CEO 徐茂栋向外透露，公司已于 12 月实现“规模性盈利”，盈利规模则在几百万元左右。据领团网观察，窝窝团同期流量持续增长，因此窝窝团成为中国首家规模化盈利的团购网站。

（10）移动团购同比增 27 倍 团购行业发力移动互联网

中国电子商务研究中心据支付宝数据显示，截止 2012 年 12 月 31 日，来自移动端的生活服务团购交易(不含聚划算)同比上一年增 27 倍，移动业务占总体交易的占比已超过 15%。2013 年，移动应用正挤身成为团购交易的主流渠道。

移动电子商务发展的大背景是终端用户使用行为的变迁，团购网站看中移动电子商务的潜力，对其跃跃欲试。如高朋网、窝窝团、美团网、拉手网、领团网都已经进入移动团购领域。移动团购将会是 2013 年最出彩的 020 应用之一。

行业综述：

历经沧桑的团购行业创下 2012 年全年近 350 亿元的好成绩，为全国团购消费者节省下超 523 亿元的生活开支。满座网、窝窝团、美团几大团购网站相继宣布实现盈利，还有几家大型网站挣扎在盈利边缘。在大型团购网站口碑提升、拥有大批忠实用户的同时，各地中小型垂直类团购网站依托本地资源优势迅速崛起，取得不俗成绩。自此，“团购速死论”可以休矣。

5.1.4 2012 年度中国电商十大投诉事件

（1）互联网信息泄露波及电商行业

2012 年，当当网、1 号店、亚马逊中国、国美在线、易迅网、库巴网等多家电商网站，先后遭遇“盗号门”，被曝用户账户信息泄露、账户资金被盗用。其中当当网在半年内就遭遇了三次信息被盗事件，1 号店网上商城员工与离职、外部人员内外勾结，叫卖用户信息，造成部分客户信息泄露。此外，窝窝团、拉手网、糯米网等多家团购网站也被爆出用户账户资金被盗用。

点评：对此，中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳认为：电商企业对用户账户安全的不够重视，再次引起行业的关注，为电商企业安全敲响警钟。个人用户信息安全、财产安全问题再次成为大家关注的焦点，网络信息安全立法的必要性和紧迫性再次凸显。

（2）网络交易信用评价危机

在网络交易中，一个差评可能引发的严重后果。因为给卖家差评，武汉女大学生收到了一件寿衣，北京买家收到删差评师的短信恐吓，成都女大学生更遭遇连续一个月的电话骚扰，对方甚至致电学校举报她作风不正、从事不正当兼职……另一方面专业给网上卖家差评，以此来敲诈和勒索，迫使卖家屈服，并要求你提供相应的“赔偿”以此来获利的职业差评师也浮出水面，“网上碰瓷”让不少卖家心有余悸。

2012 年 6 月以来，淘宝网频频接到卖家遭遇“恶意差评师”的投诉举报。2012 年 11 月 29 日，杭州市公安局和淘宝网联合宣布，经过跨省区联手侦查追捕，淘宝网首例“恶意差评师”案的 7 名犯罪嫌疑人已被抓获获，并以涉嫌敲诈勒索罪被逮捕。

（3）奢侈品电商深陷售假风波

2012 年一则“奢侈品电商走秀网被指售假，品牌女鞋实为假货”的消息引发了网购一族们的热烈转发和激烈讨论，在各大论坛、微博上，该负面消息点燃了网友对网购奢侈品的不信任感。

消费者高小姐称其在走秀网上购买的一双 NewbarK 品牌的女鞋，仅穿一周便出现质量问题，购买的 DOLCE &GABBANA(D&G)衬衣“也像地摊货”。随后的真相更令人惊讶，经高小姐辗转向 NewbarK 公司求证得知，其在走秀网上所购女鞋根本就是假冒品。

点评：中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳认为：现在网络购物渐渐火了起来，奢侈品电商也来势汹汹，但是货源渠道鱼龙混杂、消费者无法辨认真伪等问题也一直成为其发展的硬伤，与此同时，一些山寨商品也在网络上泛滥成灾。对于那些想在网络上购买到奢侈品的网友而言，实在是非常担心，他们如果花了大价钱购买到赝品，内心会非常不舒服。只是，网络购物虽然方便，维权却是非常的困难，这就是一个问题所在。

（4）快递单号信息被大面积泄露

2012 年 11 月，“三通一达”等多家快递公司客户信息遭贩卖。快递单号的信息被大面积泄露，甚至衍生出多个专门交易快递单号信息的网站。这些交易网站显示，被交易的快递单号来自包括申通、圆通、中通及韵达在内的多个快递公司，“淘单 114”还写着“单号来源于各地快递员”。此外，一些个人用户缺乏个人信息安全保护意识，随意将载有个人信息的快件包装盒和包装袋丢弃，也是造成快递信息泄露的重要原因。

调查发现，泄露个人信息已成为滋生违法犯罪活动的 “温床”，轻则引发非法调查等不法行为，重则导致电信诈骗、金融诈骗、入户盗窃等刑事犯罪，有的甚至成为敲诈勒索、绑架、暴力追债等恶性犯罪的“帮凶”。

（5）电商价格大战引发投诉热潮

2012 年“电商大战”无疑是最引人注目的关键词之一，据中国电子商务研究中心监测数据显示，2012 年规模性的电商价格战不下 10 次。6.18”、“8.15”、“双十一”全年无休的“价格战”在一次次挑逗着消费者的购买欲的同时也不断刷新着电商企业的销售纪录，淘宝和天猫在“双十一”当天的成交额定格在 191 亿。

然而，价格虚标、下单无货、快递爆仓、系统瘫痪、售后服务等促销乱象业随之出现。

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台统计监测：价格战当月或之后的一月内用户投诉相对较多，这表明用户投诉在时间上有一定的滞后性。

（6）网购家电节能补贴问题凸显

2012 年 6 月开始，节能家电补贴政策陆续在全国各地落地，继实体店发放节能补贴后，京东、天猫、库巴等网上商城也先后启动这一政策。消费者在线下实体店购买节能补贴产品，只需提供身份证复印件并填写节能补贴申请单，商家便可立即将补贴返还，而在网上，申请节能补贴的流程则较为复杂。

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测了解，网购家电节能补贴问题主要体现在发票“抬头”不明晰、“节能补贴”流程复杂、证件需快递邮费自掏、款项到账时间长、退款强制消费等。

（7）购物返利频现骗局

2012 年 6 月 12 日，浙江省金华市政府通报，“万家购物”因涉嫌组织、领导传销罪被立案查处。12 月 18 日，南昌市中级人民法院开庭审理“太平洋直购网”涉嫌传销案。与此同时，一些号称“购物返利”的电子商业网站陆续传出企业崩盘和被立案查处的消息。“你消费、我返钱、零成本购物”、“不花钱购物的时代终于来临了！”这是众多购物返利电子商务网站的宣传口号。这些一度被视为成功新型电子商务模式的“购物返利”营销，最终却变异为新型的网络传销行为。

中国电子商务研究中心发现，种种迹象表明：电子商务正成为传销新幌子，并成为重灾区。

（8）快递丢件索取赔偿难

朱姓网友向中国电子商务投诉与维权公共服务平台发来求助称北京的同事于 12 月 25 日通过中通快递发了 4 台 IPAD 到江西公司，作为年会奖品。之后得到中通方面快递丢件的回复，由于没有保价，中通最多赔偿 1000 人民币，双方未达成一致，丢件方表示可能会通过法律途径维权。

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测了解，快递投诉的主要问题集中于延误晚点、服务态度差、快递物品丢失及毁损、投递不到位等。

另据国家邮政局公布的统计数据显示，2012 年共受理快递业务有效申诉 137351 件，占全部有效申诉量的 98.3％，比 2011 年增加 87886 件，增长 177.7％。去年消费者申诉最多的问题仍然是延误、丢失短少、损毁，分别占 46%、16%、6%，而去年因丢失、短少的申诉同比增长 151.3%。

（9）淘宝网“一元宝贝”陷阱

“品牌运动鞋 1 元包邮。”“加厚 T 恤秒杀，一元包邮，只限今天。”“原价 426 元，参加促销限时打折后成了 1.28 元”……不少消费者在网购时都收到过这样的促销消息。当你以为抢到了便宜货时，却被卖家告知“价格标错了”、“没货了”，让申请退款。

网购“一元宝贝”暗藏陷阱：1、部分卖家利用超低价虚假销售来虚增销量，造成热销假象，诱使消费者购买；2、部分卖家套取买家真实姓名、地址、手机号码、固定电话、支付宝邮箱、家庭住址或者单位地址等信息。

点评：中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳建议：淘宝网需进一步规范商家的经营行为，完善销量排名监督和检索程序，杜绝低价虚假销售，加强消费者个人信息保护。对于广大消费者，应合理评估商品的价值，关注网店评价来判断是否属于虚假销售，莫贪小便宜，有效保护个人信息。

（10）抢票软件滋生陷阱

春运期间，www.12306.cn 成为全国最繁忙的网站，一天点击量数以亿计，购票难成为大众问题，“抢票软件”应运而生。抢票软件分为两种，一种是第三方浏览器推出的免费“抢票版”，如金山猎豹、搜狗、360 等，但只能帮助用户“找”到车票，能否抢到还要靠人工操作。另一种是付费的“抢票软件”，一些网店推出的付费抢票软件，潜在风险较大。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳建议：不可轻信陌生下载站中的山寨版“抢票利器”，预防木马偷钱。用户在网购过程中应开启专业安全软件防护，可以全面拦截和查杀火车票木马。

5.2 主要市场动态盘点

5.2.1 第一季度

2 月 1 日，阿里集团宣布，其联合旗下子公司成立的“阿里巴巴公益基金会”已通过国家民政部批准审核，由民政部直接主管。

2 月 2 日，亚马逊中国宣布调整商品配送标准，将原来坚持的全部自售商品免运费政策，更改为不满 29 元加收 5 元配送费。

2 月 5 日，淘宝网宣布，斥资 1 亿元打造的我国首个网购维权平台——淘宝消费者维权保障平台，将于春节后正式上线。

2 月 8 日，支付宝关闭了信用卡向支付宝账户充值的功能。支付宝人士说，关闭信用卡支付，是为堵住信用卡套现的网上漏洞。

2 月 13 日，淘宝发布通知变更了部分淘宝规则。其中，淘宝有权删除因虚假交易产生的店铺评分的内容，直指广受关注的通过虚假交易提升网店销量和信誉的行为。这一新规将于 13 日和 20 日分批生效。

2 月 14 日，阿里巴巴中国站宣布升级为在线交易平台，推出了“交易勋章”体系。

2 月 15 日，环球资源推出全新的“群星问鼎”服务，推出“每家一行”搜索结果，创业界先河，有关服务已于 2012 年 1 月于“环球资源网站”正式上线。

2 月 15 日，拉手网与国际领先的信息化服务商 IBM 达成合作，IBM 将为拉手网提供全球先进的 ERP 实施服务，渗透入其日常管理的各个领域当中。

2 月 17 日，发改委、央行等八部门联合下发通知，落实积极发展电子商务任务，深入开展国家电子商务示范城市创建工作。

3 月 6 日，阿里免去阎利珉聚划算总经理职务，任命阿里巴巴集团战略部原副总裁张宇接任。同日，聚划算宣布其商品团购将于 3 月 28 日开始向商家收取佣金。此举意味着聚划算免费时代结束，在团购行业引发巨大震动。

3 月 9 日，阿里巴巴集团宣布组织人才上的两大举措：全集团 21 名中高层管理干部轮

岗，全年只净增 200 人。

3 月 14 日，国家工商行政管理总局出台了《关于加强网络团购经营活动管理的意见》，以规范网络团购市场经营秩序，维护网络消费者和经营者的合法权益。

3 月 16 日，商务部有关负责人透露，今年将逐步出台网络交易系列规章来规范电子商务市场。包括此前就已酝酿多时的《网络零售管理条例》和《关于保护网上商业数据的指导办法》、《网上交易小额争端解决办法》等法律规章将于年内制定和发布。

3 月 19 日，支付宝启动物流 POS 战略，未来 3 年内将投入 6 万台 POS 机，帮助中国电子商务的货到付款模式全面从付现金过渡到支付宝 POS 刷卡阶段。

3 月 20 日，华为近日推出旗下电商平台“华为商城”，目前仅销售华为自主生产的消费级产品。

3 月 21 日，针对“当当网账户遭人盗刷，账号无法追回”事件当当网通过官方微博表示，将紧急冻结所有账户余额和礼品卡，此前发生的盗刷一经确认将分批全额补偿用户。

3 月 21 日，网盛生意宝公司正式对外宣布，旗下大宗商品数据商生意社推出全球首个十国语言版大宗商品数据平台。

3 月 22 日，QQ 商城宣布已从 3 月 1 日起对商城商户进行收费，每年将收取 6000 元的年费，而这也导致了部分商家的出逃。

3 月 23 日，广州品牌折扣网站唯品会在美国纽约交易所挂牌上市，股票交易代码为 VIPS，6.5 美元的发行价较原计划下调 23.5%，被业内评论为“流血上市”。

3 月 26 日，深圳市迪蒙网络科技有限公司昨日宣布将旗下运营的 B2B 平台“商机网”从即日起更名为“淘金地”，并同步启用 Taojindi.com 新域名。

3 月 27 日，工信部发布《电子商务“十二五”发展规划》。《规划》提出，到 2015 年，电子商务交易额翻两番，突破 18 万亿元。

5.2.2 第二季度

4 月 11 日，日前，淘宝网团购平台聚划算在淘宝帮中发布公告称，将取消高级商家机制(KA 商家)和专团机制，同时聚划算还宣布对商家参团疲劳度进行放宽，由原来的 2 次/月更改为 3 次/月。

4 月 23 日，网盛生意宝宣布发布其首款移动互联网产品——“期货通”，该产品是为国内期货投资者专门开发的一款无线电子商务客户端软件。

5 月 4 日，环球资源中国内贸发展部副总裁任丽峰表示，目前环球资源正在与京东商城、卓越亚马逊、1 号店、当当网和苏宁易购洽谈合作。

5 月 7 日，消费者起诉当当网“809 违约案”二审宣判，维持原判，驳回消费者上诉。

5 月 8 日，慧聪网在北京召开产品上线动员会，宣布推出一款名为采购通着力于买家体系的新产品。

5 月 8 日，麦德龙宣布其 B2B 网上商城正式上线。启动电商后，麦德龙将主要以自建物流系统和门店进行全国配送，为铺设更多配送网点，其计划未来 3~4 年内将在华门店数量翻一番。

5 月 16 日，杭州滨江法院近日对去年“阿里巴巴诈骗门”事件作出审判，该批国际诈骗系列案件中，已有 6 起案件中的 13 名被告人因诈骗罪，被判处了一年至三年八个月不等的有期徒刑，并分别判处了罚金。

5 月 21 日，阿里巴巴集团宣布与雅虎达成股权回购协议，将动用 63 亿美元现金和不超过 8 亿美元的新增优先股，回购雅虎所持有的阿里巴巴集团 20%股权。

5 月 24 日，马化腾宣布，腾讯将为独立运营的腾讯电商控股公司投入 10 亿美元。这是继上周腾讯公司宣布组织架构重组，成立六大事业群及腾讯电商控股公司之后的又一大动作。

5 月 25 日，阿里巴巴网络股东大会以 5.89 亿股数，占整体 95.46%的赞成票通过私有化计划，将于 6 月 19 日生效。

5 月 28 日，F 团与红螺惠缘谷合作推出的团购旅游服务遭到用户质疑，在消费过程中因为是团购项目所以在消费过程中遭到商家的服务打折、隐形消费等情况。

5 月 29 日，中国(北京)电子商务大会暨电子商务博览会在北京举行，会上，商务部公布了首批 34 家国家电子商务示范基地名单。

5 月 31 日，顺丰速运旗下电商食品商城“顺丰优选”日前正式宣布上线，定位于中高端食品 B2C。目前顺丰优选商城商品已覆盖母婴食品、营养保健品等九大品类。

6 月 6 日，阿里巴巴集团对外宣布，将在集团管理团队中设立首席风险官(Chief Risk Officer,简称 CRO)一职，原阿里集团秘书长邵晓锋出任该职务。

6 月 6 日，京东商城宣布暂停 6 月份所有返利性质网站 CPS(以实际销售情况分成)合作。

6 月 8 日，阿里巴巴集团旗下淘宝网和北京十五家图书出版社在杭州共同签订反盗版联盟图书版权保护合作备忘录。

6 月 11 日，作为全国最大的所谓购物返利网站以及这一销售模式的始作俑者——2010 年 5 月成立的浙江亿家电子商务有限公司及其旗下的“万家购物”网站因涉嫌组织领导传销罪被相关部门查处关闭。

6 月 18 日，焦点科技与去年年底推出采购平台——百卓采购网，18 日台湾最大的民营制造业集团台塑正式入驻百卓采购网大买家专区。

6 月 19 日，化妆品 B2C 网站乐蜂网和化妆品团购网站聚美优品打起口水战。

6 月 20 日，阿里巴巴网络公司于今日从香港联交所退市，结束其近 5 年的上市之旅。

6 月 22 日，环球市场集团正式登陆全球三大证券交易所之一伦敦证券交易所挂牌上市。

6 月 22 日，拉手网宣布撤销在美国的上市申请。

6 月 27 日，敦煌网提出 2.5%低佣金率策略推广，其即将上线的 16 个品类 1000 款重点支持产品。

6 月 28 日,央行在其网站上公布了 2012 年第一批支付牌照名单，这是自去年 5 月 26 日以来，央行第四次向第三方支付企业发放《支付业务许可证》，至此央行共发放 196 张第三方支付牌照。

6 月 29 日，当当网正式宣布将于本周正式入驻腾讯旗下的 QQ 网购，双方将通过账号打通等方式，实现平台互通。

5.2.3 第三季度

7 月 5 日，浙江省高院和淘宝网联合推出的网络司法拍卖平台正式上线，淘宝网宣布，今后浙江省各级法院涉诉资产都将在淘宝网上进行司法拍卖。

7 月 7 日，建行宣布行在结合传统金融服务优势和新兴电子商务服务应用的基础上，于近日正式对外推出全流程、综合性电子商务金融服务平台——“善融商务”。

7 月 8 日，国内团购行业 5 大网站与支付宝联合推出手机团购活动，用户在美团网、大众点评网等 5 家团购网站的手机客户端下单，均可以使用支付宝，并获得集分宝等奖品，此举表明团购的重心正在向手机转移。

7 月 19 日，腾讯电商控股公司正式宣布 QQ 网购开放平台启动，首批将接入 300 余家顶级商家，并计划在今年年底前引入超过 1000 家具有一定销售规模及具有良好服务能力的商户入驻 QQ 网购开放平台。

7 月 19 日，小商品城今日公告，公司与阿里巴巴集团公司(以下简称阿里巴巴)拟就电子商务领域建立长期稳定的战略合作关系，并达成《框架协议》。

7 月 20 日，阿里巴巴宣布正式推出社交平台——laiwang.com 的 iOS 客户端正式上线。

7 月 24 日，支付宝、分众传媒、聚划算联合宣布开启战略合作，联手进军 O2O 市场。业内分析认为，随着手机首次跃居中国网民第一大上网终端，基于移动互联网技术的线上线下业务融合正在提速。

8 月 1 日，F 团宣布原实体公司“北京卡拉互动科技有限公司”正式变更为“北京网罗天下生活科技有限公司”，F 团与高朋两个平台纳入其中。新公司的英文名 GROUPNET，并发布新的 LOGO。

8 月 6 日，从今日起，敦煌网将不再使用 PayPal 的支付方式，双方将停止内部合作关系。这意味着全球最大的网上支付巨头与其亚太区最大合作伙伴正式分手。

8 月 10 日，大众点评网近日已完成新一轮融资 6000 万美元，低于 C 轮 1 亿美元，该消息目前已得到大众点评网证实。

8 月 15 日，香港消委会表示，今年香港前 7 个月接获 2259 宗网上团购投诉，比去年同期急升 29 倍。

8 月 17 日，据媒体获悉，B2B 电子商务平台万国商业网已经关张，今天是其员工最后一天上班。据悉，其中文站早在此前已经关闭，现在只有英文站可以访问。

8 月 22 日，达芙妮在上海总部被曝裁员近 300 名员工，电商部门 3 位主管被裁。对此,

公司方面回应称只是公司岗位调整，否认遗弃电商业务，表示由于电商业务表现没有符合预期，公司才会对部门进行调整。

8 月 25 日，近日，国家税务总局网站发布《网络发票管理办法》(征求意见稿)，拟将“力争 3 年内把电子发票推广至全国”以规章形式颁布实施。

8 月 27 日，生意宝(002095)发布公告称，公司拟出资 1 亿元在杭州市投资设立全资子公司，经营非金融机构互联网支付业务。

9 月 5 日，阿里巴巴今日发公告宣布，阿里巴巴中国站与淘宝网的帐号将实现互通。

9 月 5 日，北京市第二中级人民法院审理了一起离职空姐走私化妆品案。空姐带化妆品入境逃税上百万，一审获刑 11 年。

9 月 6 日，发改委初步调查认为 8 月份电商价格大战过程中，存在涉嫌价格欺诈行为；发改委将依法处理。

9 月 7 日，美团网在业内首家推出了“随时退”服务，消费者购买的美团券，在未消费的情况下可以随时申请退款。

9 月 7 日，糯米网已经专门成立物流服务客户投诉小组，在客服电话自助语音中特别设立物流服务专线。

9 月 8 日，第九届全球网商大会今日在杭州召开。

9 月 12 日，网盛生意宝宣布，由该公司投资 1 亿元人民币研发、建设的 B2B 支付平台“生意通”，将面向全国各类行业网站开放使用，为 B2B 电子商务平台提供支付结算服务。

9 月 12 日，凡客诚品正式对外发布消息称，已在越南开设独立域名网站 www.vancl.vn，进一步拓展海外市场。

9 月 13 日，环球市场集团宣布，将斥资 5 亿元完成广东省 30000 家真正优质制造商的集结，助广东“万企触电”。

9 月 14 日，糯米网近日自建检测中心，对商品质量和商家的质控能力进行认证并标注相应标识，并为消费者提供“假一赔一”和“7 天无理由退换货服务”。

9 月 14 日，在线支付平台 PayPal 近日正式推出了 PayPal“外贸通”一站式服务网站。

9 月 18 日，阿里巴巴集团宣布，对雅虎 76 亿美金的股份回购计划已经全部完成。阿里巴巴集团以 63 亿美金现金及价值 8 亿美金的阿里巴巴集团优先股，回购雅虎手中持有阿里巴巴集团股份的 50%。

9 月 23 日，24 券投资方在内部表示将代表资方停止对 24 券注资。这是国内最新一起团购网站与资方发生冲突的案例。

9 月 25 日，近日，国家发改委公布了电子商务政策类和市场应用类项目，重庆市地税局申报的《重庆市网络(电子)发票试点工作方案》获得政策类试点立项。

9 月 28 日，广交会拟投入超 10 亿元打造电商平台 PK 阿里巴巴，利用这个平台，每年广交会近 50 万实名的优质国际采购商资源将无间断地分享给数百万家出口企业。

5.2.4 第四季度

10 月 3 日，近日，从杭州市农办了解到，为了进一步促进电子商务与农村事业的结合，为农村电子商务产业发展“补血”，市财政局和市农办联合出台了《杭州市农村电子商务项目资金管理办法》。

10 月 3 日，央行发布《支付机构预付卡业务管理办法》。办法规定购买和为预付卡充值均要实名制；禁止使用信用卡购买预付卡和为预付卡充值。

10 月 5 日，从广州市经贸委获悉，广州市有望拿出每年 5 亿元的财政扶持资金，支持广州电子商务的发展。

10 月 9 日，国家发改委正式批复深圳市“一达通”中小企业国际贸易电子商务服务试点项目列入“国家电子商务试点”。

10 月 18 日，欧洲最大消费电子产品零售商万得城电器宣布推出中国网上商城。

10 月 12 日，上海钢联现金流为负引起上海证监局的关注，上海钢联现金流堪忧的消息传出后，11 日也引起市场一片恐慌，股价最后被砸至跌停板上。

10 月 17 日，嘀嗒团近日完成与 58 团购平台的对接测试，并在技术和运营层面实现全面接通。

10 月 21 日，义乌商城集团旗下的小商品城网更名为“义乌购”，正式宣布上线。

10 月 26 日，沃尔玛百货公司宣布，已完成对中国电子商务网站“1 号店”控股公司的增加投资，沃尔玛持有股份增至近 51%。

10 月 26 日，F 团与高朋合并的新公司“GroupNet”今日确认，已获得腾讯和美国团购公司 Groupon 新一轮注资，共计 4000 万美元。

10 月 28 日，满座网近日宣称上月首次实现盈亏平衡，并盈利一元钱，成为业内首家扭亏为盈的企业。

10 月 29 日，生意宝宣布，旗下大宗商品数据商生意社将打造 300 个商品指数，并致力打造中国最大、全球品种最全的指数公司。日前首批已成功发布 208 个商品指数，其余将陆续上线。

10 月 30 日，日前，敦煌网与全球领先的网络内容合规情况监察和电子商务风险管理领导者 G2 公司签订了新的合作协议。

10 月 31 日，据了解，第一张阿里巴巴虚拟信用卡刷卡成功，其业务将马上在全国展开。

11 月 1 日，1 号店用户信息泄露事件终于水落石出。据警方透露，警方根据前期排摸调查，现已查获 1 号店网上商城员工与离职、外部人员内外勾结，造成部分客户信息泄露一案。

11 月 11 日，苏宁易购执行副总裁李斌对外披露了易购最新的数据，数据显示从 11 月 9 日到 10 日，易购整体销售额增长 20 倍，成交总量达 150 万单，预计”双十一“三天整体销售额规模将实现同比 20 倍的增长。

11 月 11 日，“双十一大战”淘宝天猫全网 191 亿的交易额创造了中国电商行业日销售

的一个新记录。

11 月 15 日，浙江网盛生意宝股份有限公司宣布，公司计划与下属控股子公司宁波网盛大宗商品交易有限公司和浙江生意宝网络有限公司共同设立浙江网盛担保有限公司，给公司投资设立的大宗品交易网的会员提供交易、融资等服务。

11 月 20 日，网盛生意宝宣布，启动“打造 100 个行业网、培养 100 名 CEO”计划。该计划面向曾经的 B2B 从业者，或正在从事 B2B 的行业人士定向招募，如合作谈拢签约后，双方将组建一个或若干个行业网站的合资公司。

11 月 27 日，全国工商系统网络市场监管工作经验交流现场会在浙江杭州召开。同时，全国首支网监大队在杭州滨江工商揭牌。

11 月 29 日，全国首例“恶意差评师”案告破，杭州警方抓获 7 名犯罪嫌疑人。

11 月 30 日，众多市场商户反映义乌小商品市场官网“义乌购”遭阿里系截杀，出现阿里旺旺与“义乌购”不兼容情况，对此阿里云称这是网站技术问题所致。

12 月 1 日，金华市人民政府与阿里巴巴集团签署了战略合作签约，阿里巴巴拟在金义都市新区投资建设“中国•金义电子商务新城”项目。

12 月 3 日，阿里巴巴集团宣布，旗下电商平台淘宝+天猫的销售总额突破 1 万亿元。在如此大的交易额数据下，淘宝的税收问题成发展隐忧。

12 月 3 日，国美集团正式宣布将整合旗下国美电器网上商城和库巴网两大电商平台，实现后台统一管理和资源共享。整合后，国美电器网上商城将正式更名为“国美在线”。

12 月 5 日，阿里巴巴已于 12 月 1 日正式宣布从 2013 年起，诚信通年服务价格统一调整为 3688 元，名为升级实则涨价。

12 月 5 日，苏宁电器(002024)公告，香港苏宁电器子公司将与苏宁电器集团有限公司共同出资发起设立“重庆苏宁小额贷款有限公司”。

12 月 6 日，1 号店开放平台--1 号商城日前公布的入驻商户“续签说明”中规定，2013 年平台保证金将由原来的 5 千/1 万元两档，提高到 1 万/2 万元两档。该项目资费较之前足足提高了一倍，对此有部分中小商家抱怨称增幅太大，加剧了店铺运营成本。

12 月 8 日，由腾讯参与投资的高朋网推出并且正式进入公测的“微团购”，已经打通了支付，支持财付通、支付宝。

12 月 12 日，2012 年度“CCTV 中国经济年度人物”今日揭晓。同为获奖者的阿里巴巴董事会主席马云和万达董事长王健林，在颁奖现场围绕电商话题展开辩论。两人还为十年后电商在零售市场份额能否过半设下亿元赌局。

12 月 13 日，网罗天下今日宣布，旗下 F 团、高朋和 QQ 团正式合并，统一品牌为高朋，F 团品牌消失。目前 F 团网站上出现的是高朋 Logo,2013 年 1 月 15 号 F 团的域名也将跳转为高朋网，目前 QQ 团购的 Logo 尚未改变。

12 月 24 日，由中商控股公司推出的国内综合性第三方 B2B 电子商务平台——越南中国商品网宣布正式上线。据悉，该网站是目前国内首个单语言针对越南市场的 B2B 网站。

12 月 27 日，国美在线与库巴网于今日同步上线团购业务“国美团”，商品品类将覆盖

从家电 3C、百货、休闲娱乐等实体商品以及本地生活类服务。

六、报告附录

6.1 常见名词

●**电子商务**：是在全球各地广泛的商业贸易活动中，在因特网开放的网络环境下，基于浏览器/服务器应用方式，买卖双方不谋面地进行各种商贸活动，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。

●**中小企业**：是与所处行业的大企业相比人员规模、资产规模与经营规模都比较小的经济单位。不同国家、不同经济发展的阶段、不同行业对其界定的标准不尽相同，且随着经济

的发展而动态变化。目前我国对中小企业划分为中型、小型、微型三种类型，具体标准根据企业从业人员、营业收入、资产总额等指标，结合行业特点制定。

●**B2B**：是指一个市场的领域的一种，是企业对企业之间的营销关系。电子商务是现代B2B marketing 的一种具体主要的表现形式。它将企业内部网，通过 B2B 网站与客户紧密结合起来，通过网络的快速反应，为客户提供更好的服务，从而促进企业的业务发展。

●**B2C**：是电子商务的一种模式，即企业通过互联网为消费者提供一个新型的购物环境——网上商店，消费者通过网络在网上购物、在网上支付。这种模式节省了客户和企业的时间和空间，大大提高了交易效率。

●**C2C**：是一种网络交易的方式，它是指个人对个人的交易形式。较著名的例子有 EBay 和 Taobao 等。

●**O2O**：即 Online To Offline，也即将线下商务的机会与互联网结合在了一起，让互联网成为线下交易的前台。这样线下服务就可以用线上来揽客，消费者可以用线上来筛选服务，还有成交可以在线结算，很快达到规模。该模式最重要的特点是：推广效果可查，每笔交易可跟踪。

●**第三方支付**：是一些和产品所在国家以及国外各大银行签约、并具备一定实力和信誉保障的第三方独立机构提供的交易支持平台。在通过第三方支付平台的交易中，买方选购商品后，使用第三方平台提供的账户进行货款支付，由第三方通知卖家货款到达、进行发货；买方检验物品后，就可以通知付款给卖家，第三方再将款项转至卖家账户。

●**网络团购**：网络团购借助互联网，将具有相同购买意向的零散消费者集合起来，向商家大批量购买，求得最优惠的价格。网站向消费者提供同城商家的优惠商品和服务，并从中抽取佣金，消费者得到优惠的价格，而商家也从中赚取费用。

●**海外代购**：是指由个人或由代购商帮国内消费者买到商海外品。海外代购主要分两种，一种是个人代购，另一种就是专业的代购网站。前者一般在 C2C 网站上开个网店，为顾客提供代购服务；而后者则多为专业的大型代购网站，他们可以提供更完整的海外代购流程和服务。

●**移动电子商务**：是利用手机、PDA 及掌上电脑等无线终端进行的 B2B、B2C 或者 C2C 的电子商务。它将因特网、移动通信技术、短距离通信技术及其它技术完善的结合，使人们可以在任何时间、任何地点进行各种商贸活动，实现随时随地的线上线下购物与交易、在线电子支付以及各种交易活动、商务活动、金融活动和相关的综合服务活动等。

●**网络零售**：指通过互联网或其他电子渠道，针对个人或者家庭的需求销售商品或者提供服务，属于针对总端顾客（而非生产性顾客）的电子商务活动，因此属于 B2C（企业

对消费者）的电子商务范畴。其提供的产品包括有形商品和无形商品。

●**网络贷款**：最早发源于欧美，近年来开始传入我国，是指贷款人在网上填写贷款需求申请与企业信息等资料，通过第三方网络平台或直接向银行提出贷款申请而获得的一种新型贷款方式。

●**网商**：最初专指那些网络服务提供商（接入商、ISP、ICP、应用平台提供商等等），比如电讯盈科、TOM、新浪、搜狐，包括阿里巴巴等。现在指运用电子商务工具，在互联网上进行商业活动的个人，包括企业家、商人和个人店主。网商是 2004 年始正式浮出水面的一个具有划时代特征商人群体，网商在 3 年的时间中充分的运用网络创造着一个个财富的神话。自网商群体正式浮出至今，“网商”已经作为一个新的商人群体的代名词。

●**网货**：以网络零售平台作为主营销渠道的时尚流行商品，被网民们称为“网货”。由于网络零售渠道的先进性，一模一样的两件商品，“网货”往往比“线下货”要便宜很多；另外，由于网络营销渠道的低成本性，网货新兴品牌的商品性价比远远高于传统品牌。

●**网规**：是新商业文明治理规则体系的总称，它与“网商”、“网货”共同构成新商业文明的三大支柱，以“开放、分享、透明、责任”为特质，以调整网商、网货、交易平台及外部环境之间的关系为主要内容，不断成形、进化、衍生、升级，目前还处于发展初级阶段。

●**网络发票**：作为一种新型发票，最大的特点是电子信息化程度高。网络发票需要纳税人登录收税门户网站，进入网络发票管理系统，并按规定输入名称、单价、金额等相关的发票信息。这样开出来的发票，所有信息数据在税务机关都有“留底”。税务机关可以实时了解和查询纳税人的真实经营信息，有利于从源头上解决假发票和发票信息失真等问题。

6.2 编制机构

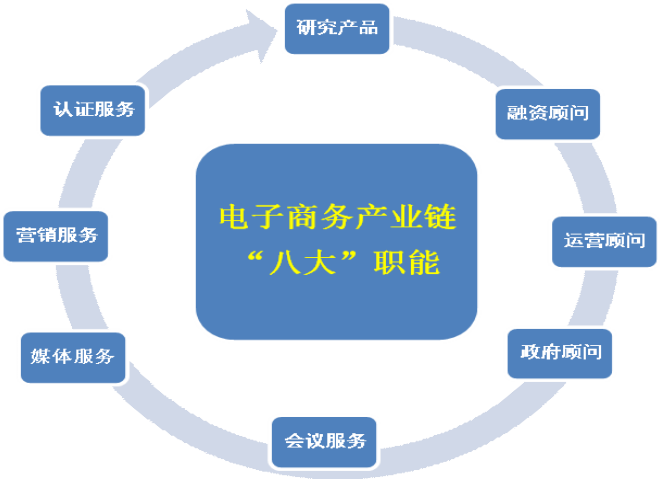
中国电子商务研究中心（www.100EC.cn），是我国最早创办、也是目前唯一一家以研究、传播与服务电子商务的第三方行业专业研究机构。中心发布的电子商务报告屡获包括国家统计局、商务部、工信部、发改委、国新办在内的多部委引用和认可，并引起党中央、国务院数次高度重视与批示。

通过多年积累，目前中国电子商务研究中心不仅拥有“权威的机构品牌资源”和“专业的研究分析资源”，还整合了“广泛的社会传播资源”、“精准的百万用户资源”、“庞大的中高端人脉资源”（建立了涵盖近 5000 企业的“中国电子商务中高层人脉数据库”），以及近 500 家、1000 名记者的关注电商的中国电商媒体记者公共服务平台等全国范围内行业资源。

中心现有各类全职工作人员近 30 人，拥有 100 余位兼职国内知名专业分析师、特约国

内最权威电商研究专家、院校专家教授、知名企业 CEO、顶尖实战专家，并与包括中国社科院在内的数十家高等院校、科研机构、行业协会与咨询机构等达成各类合作伙伴关系。

- 平均每天有 *80 至 100 万人/次*（PV），访问我们的电商门户网站（100EC.CN）
- 平均每年有 *5,000 余家*海内外媒体，超过 *10 万* 篇新闻报道中引用我们的数据、报告、分析、榜单等，是媒体曝光度最高的电商信息服务机构
- 从中央到地方，超过 *20 家* 各级政府机构与我们结为合作伙伴
- 超过 *50 家* 公司在海内外上市及投融资时使用了我们的数据和分析
- 平均每年，超过 *1 万人*参加我们主办或协办的各类电商论坛、沙龙活动
- 国内*上百家*券商/投行/机构在投资研究中参考我们的数据和信息
- 有超过 *1000 多家*电商、*10000 多家*中小企业、网商依靠我们的信息、服务和解决方案不同程度提升了他们的经营业绩。……



6.3 研究报告

“2011-2012 年度中国电子商务系列专题调研报告”征 订 启 动

◎报告特色：专业性、科学性、权威性、中立性、前瞻性……

◎报告用途：投资/创业、并购/IPO、市场调查、汇报引用、数据分析、申报项目、课题研究、竞争者情报、品牌提升、战略咨询……

报告研究资源
【合作伙伴】：由数十家国内专业电商院校、科研机构、行业协会与咨询机构等组成
【研究专家】：100余位国内一流知名专业分析师、特约研究员组成的杰出专家团队
【企业资源】：全国首创含超过5000家主要电子商务服务商的企业数据库系统
【用户资源】：通过网站联盟、中心网站辐射2000万家中小企业、5千万网购用户
【传播资源】：逾500家媒体注册为中心“特约记者”，第一时间密切关注报告
【人脉资源】：近1万名行业精英人士注册加入“中国电子商务中高层俱乐部”

报告影响力
【国家影响力】：屡获包括商务部、工信部、发改委、国新办在内的多部委引用
【行业影响力】：屡获国家、省、市各级互联网协会、电子商务协会等认可引述
【企业影响力】：累计10余万家电子商务及相关企业长期订阅、并引用报告数据
【用户影响力】：累计5000多万应用电商的中小企业、网络购物用户长期阅读
【媒体影响力】：累计不少于600家新闻媒体与1000家门户、新闻网站纷纷转载
【网络影响力】：累计不少于14,000,000篇网络稿转载报告观点、数据与评论等
【投资者影响力】：至少1亿股民、500家以上VC/PE作为重要投资参考依据

一、付费报告购买/预订：

1.1 电子商务领域：

1.1.1《2011-2012 年度全球电子商务研究报告》
1.1.2《2011-2012 年度中国行业电子商务网站调研报告》
1.1.3《2011-2012 年度中国 B2B 行业网站运营实战报告》
1.1.4《2011-2012 年度中国移动电子商务行业调研报告》
1.1.5《2011-2012 年度中国网民电子商务行为调研报告》
1.1.6《2011-2012 年度中国电子商务人才调研报告》
1.1.7《2011-2012 年度中国电子商务产业园区调研报告》
1.1.8《2011-2012 年度中国电子商务信用评估调研报告》
1.1.9《2011-2012 年度中国大宗商品电子交易市场调研报告》
1.1.10《2011 年度**市网络经济(电子商务)发展调研报告》
1.1.11《2011-2012 年度中国电子商务法律问题调研报告》
1.1.12《2011-2012 年度中国物流电子商务研究报告》
1.1.13《2011-2012 年度中国城市电子商务发展调研报告》
1.1.14《2011-2012 年度中国电子商务政策法规调研报告》
……

1.2 企业电商领域：

1.2.1《2011-2012 年度中国中小企业电子商务应用调研报告》
1.2.2《2011-2012 年度中国中小企业移动电子商务调研报告》
1.2.3《2011-2012 年度中国中小企业电子商务搜索调研报告》
1.2.4《2011-2012 年度全球买家网络采购行为调研报告》
1.2.5《2011-2012 年度中国小额外贸电子商务调研报告》
1.2.6《2011-2012 年度中国外贸企业电子商务实战调研报告》
……

1.3 网络零售领域：

1.3.1《2011-2012 年度中国电子商务用户体验调研报告》
1.3.2《2011-2012 年度中国网络零售市场调研报告》
1.3.3《2011-2012 年度中国数字商品电子商务调研报告》
1.3.4《2011-2012 年度中国时尚百货业电子商务调研报告》

1.3.5《2011-2012 年度中国奢侈品行业电子商务调研报告》
1.3.6《2011-2012 年度中国 3D 购物调研报告》
1.3.7《2011-2012 年度中国返利购物调研报告》
1.3.8《2011-2012 年度中国导航购物调研报告》
1.3.9《2011-2012 年度中国海外代购调查报告》
1.3.10《2011-2012 年度中国传统品牌电子商务调研报告》
1.3.11《2011-2012 年度中国移动应用商店用户调研报告》
……

1.4 行业电商领域：

1.4.1《2011-2012 年度中国服装行业电子商务调研报告》
1.4.2《2011-2012 年度中国茶叶行业电子商务调研报告》
1.4.3《2011-2012 年度中国化妆品行业电子商务调研报告》
1.4.4《2011-2012 年度中国鞋/箱包行业电子商务调研报告》
1.4.5《2011-2012 年度中国 3C 数码行业电子商务调研报告》
1.4.6《2011-2012 年度中国家电行业电子商务调研报告》
1.4.7《2011-2012 年度中国房地产行业电子商务调研报告》
1.4.8《2011-2012 年度中国汽车行业电子商务调研报告》
1.4.9《2011-2012 年度中国医药行业电子商务调研报告》
1.4.10《2011-2012 年度中国母婴行业电子商务调研报告》
1.4.11《2011-2012 年度中国玩具/礼品行业电子商务调研报告》
1.4.12《2011-2012 年度中国钢铁行业电子商务调研报告》
1.4.13《2011-2012 年度中国酒水行业电子商务调研报告》
1.4.14《2011-2012 年度中国食品行业电子商务调研报告》
1.4.15《2011-2012 年度中国保健品行业电子商务调研报告》
1.4.16《2011-2012 年度中国眼镜电子商务调研报告》
1.4.17《2011-2012 年度中国农业电子商务调研报告》
1.4.17《2011-2012 年中国教育培训业电子商务调研报告》
……

1.5 金融投资领域：
1.5.1《2011-2012 年度中国电子商务市场投融资调研报告》
1.5.2《2011-2012 年度中国第三方支付行业调研报告》
1.5.3《2011-2012 年度中国创业型电子商务项目投资评估报告》
1.5.4《2011-2012 年度中国上市公司电子商务调研报告》
1.5.5《2011-2012 年度中国中小企业金融服务市场调研报告》
1.5.6《2011-2012 年度中国 B2B 网络贷款市场调研报告》
1.5.7《2011-2012 年度中国银行业网络商城市场调研报告》
1.5.8《2011-2012 年度中国保险业电子商务市场调研报告》
1.5.9《2011-2012 年度中国基金业电子商务市场调研报告》
……

1.5 O2O 领域：

1.6.1《2011-2012 年度中国 O2O 市场调研报告》
1.6.2《2011-2012 年度中国网络团购市场调查报告》
1.6.3《2011-2012 年度中国在线旅游市场调研报告》
1.6.4《2011-2012 年度中国在线票务市场调研报告》
1.6.5《2011-2012 年度中国家居电子商务市场调研报告》
……

1.6 新媒体营销领域：

1.7.1《全球社会化媒体营销行业研究报告》
1.7.2《2011-2012 年度中国中小企业网络营销调研报告》
1.7.3《2011-2012 年度中国中小企业网络营销实战报告》
1.7.4《2011-2012 年度中国中小企业 SaaS 应用调研报告》
1.7.5《2011-2012 年度中国中小企业微博营销调研报告》
……

二、部分免费报告下载：

2.1《2011 年度中国电子商务市场数据监测报告》
2.2《2011 年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》
2.3《2010 年度中国行业电子商务网站调查报告》
2.4《2010 年度中国电子商务市场数据监测报告》
2.5《中国大宗商品电子交易市场研究报告（简版）》
2.6《2010 年中国网络团购调查报告》（专题）
2.7《2010 年度中国网络传销调查报告》（专题）
2.8《第三方电子商务企业网络融资服务模式研究报告》
2.9《2010 年(上)中国电子商务市场数据监测报告》
2.10《2009-2010 年全球买家网络采购的行为调查报告》（专题）
2.11《2010 中国电子商务 100 位 CEO 调查报告》
2.12《1997-2009：中国电子商务十二年调查报告》（专题）
2.13《<网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法>解读报告》
2.14《<非金融机构支付服务管理办法>解读报告》
2.15《2010 我国电子商务政策解读与预测研究报告》
2.16《广电总局整治电视购物行业政策解读与对策分析报告》
2.17《我国境内资本市场媒体宣传功能研究报告》
2.18《中国互联网外资控制调查报告(2009 版)》
2.19《中国电子商务行业物流系统建设需求研究报告》
（）》下载地址：http://www.100ec.cn/zt/2010bgdz/ ）

》》更多免费电子商务研究报告在线查询：

☞ 电商综合与 B2B 课题研究：http://www.100ec.cn/list--24--1.html
☞ B2C/团购/快递支付课题研究：http://www.100ec.cn/list--33--1.html
☞ 网络营销/SEO 课题研究：http://www.100ec.cn/list--32--1.html
☞ 网络经济综合课题研究 http://www.100ec.cn/list--34--1.html

三、报告说明：

1、上述课题会随行业变化有所调整，请以实际编制为准，若有其他选题可与我们联系；
2、**报告订购：**指购买本中心编制的各项非公开付费报告产品；
3、**委托定制：**委托或联合中心编制课题某项调研报告；
4、**报告赞助：**指赞助中心年度既定报告编制计划，在不影响报告客观中立性前提下，给予企业多项增值回报服务，鉴于名额有限，敬请提前预约；
5、**数据定制：**委托中心调研、出具或公开发布某细分市场占有率、行业排名等数据；
6、欢迎各有关政府、协会、企事业单位、机构等来函、来电咨询洽谈；
7、咨询电话：0571-87756579，88228186，85337328（传真）；
8、中心地址：杭州市西湖区莫干山路 187 号 10F （邮编：310012）；
9、特别提示：发布信息若非上述地址与联系电话，均为仿冒本中心，欢迎举报。
10、以下为本中心报告/数据委托定制服务流程图：

6.4 人才培训

《CECRC 企业电子商务营销运营管理师》认证项目

互联网已经成为企业中不可或缺的一部分，中国电子商务进入了高速发展的势态，同时对网络营销人才及电子商务运营管理人才的需求量呈爆发式增长。

传统企业的营销模式正面临着巨大的挑战，企业的电子商务营销运营正朝气蓬勃的发展，2015 年后中国将不会在有互联网企业,因为所有的企业都在做互联网和电子商务。中国为来 21 世纪，企业电子商务营销（运营）管理型人才极具欠缺。所以培养人企业电子商务营销（运营）型人才是时代发展的必然趋势。

目前中国高校毕业生数量增加，就业压力增大，而大学生选择去电子商务企业就业的也逐年增加。

在此背景下，为帮我国传统企业培养电子商务营销运营管理型人才，由中国电子商务研究中心组织开展的《企业电子商务营销运营管理师》认证项目，是真正帮助我国传统企业培养这方面人才的一个培养机制，也是为当今大学生就业及创业所需知识的系统培训及考核。更是为大学生就业求职等提供了一个重要的砝码，补充了学生在学校课堂里所学的知识的欠缺性，使大学生多具备一些实力，多一项技能认证，对大学生就业及创业具有不可或缺的作用。

目前中心将此认真项目与中国人力资源和社会保障部中国就业技术指导中心的，CETTIC 认证《网络营销师》项目并行培养学习，在结合 CETTIC《网络营销师》项目的课程，将培训内容丰富和补充，使之学员培训后能掌握更专业更实际的能力。达到双轨制度培养，使之培训项目更具有含金量。

课程目的：

1、通过培训，让您的传统企业快速转型电子商务营销模式，低成本拓展网络市场。

2、让您在网络市场中能精准定位，锁住机遇。

3、让您掌握并精通策划和建设营销型网站技巧

4、通过学习，领悟如何高效利用电子商务推广手段，让您的企业迅速成交回笼资金，并大幅提高产出投入比（ROI）。

5、大幅度提高网络客户和销售转化率。

6、让您时刻掌控网络营销运营和管理。

7、让您更深入的了解如何诊断和管理电子商务平台。

8、有效制订企业电子商务总体策略、计划和实施方案，并跟进、监督、指导实施！

9、管理电子商务网络营销团队：管理、考核和培训网络营销人员。

课程特色：

1. 实用性：以企业需求人才能力为导向，深入分析职位能力匹配技能，专精一门全局掌握

2. 专业性：引入不同行业案例分析，结合不同职位培养，分析不同运作效果

3. 易学性：针对职位专项提升，针对基础合理搭配，兴趣导向式提升，案例化讲解

4. 系统性：全面系统的教学内容体系，循序渐进的模块学习，理论实际结合演示

5. 标准性：技术知识的标准化学习，监测的严格执行

6. 操作性：重视实践操作学习，依据数据分析说话，细分项目实践操作化

课程设计

课程安排			
课程章节	课程知识点		课程定位
一、网站策划	1、网络策划是什么、为什么要网络策划		
	2、网络策划流程	1、确定行业主题 2、竞争对手分析 3、用户定位分析 4、盈利模式分析 5、网店&网站规划与设计	理论（比重大）+实例
	3、网络营销平台——网络营销 3+2 白金定律	1、网络营销整体策划 2、建设营销型网站 3、通过推广获得精准流量 4、临门一脚，促成成交	理论+实例（比重大）
二、SEO&SEM	1、SEO&SEM	1、什么是 SEO 和 SEM 2、为什么要进行优化	理论
	2、SEO 操作方式	1、关键词 2、标题 3、描述 4、友情链接 5、网站地图	概念+实操（比重大）
	3、SEM 操作方式	1、百度竞价 2、seo 规则 3、搜索引擎数据	概念
三、营销运营推广	1、运营推广手段（详细讲述其中几种方法）	1、网络广告 2、IM 推广（QQ；微信） 3、软文推广 4、论坛推广 5、博客推广 6、微博推广 7、邮件推广 8、数据库推广 9、分类信息推广 10、问答推广 11、电子书推广 12、百科推广	理论+实操（比重大）
四、售后服务与客户关系	1、客服的培养	1、优质客服提升训练 2、客服的职业素养 3、客户类型分析	理论（比重大）+实例
	2、售后规划	1、如何做好售后服务 2、如何减少客户流失 3、客服易犯错误总结	理论（比重大）+实例
五、案例分析	1、企业网站运营管理 2、商城网站运营管理		实例

培训考试：

学员在参加完培训考试成绩合格后，参加一实践项目设计并达到标准，可为学员颁发由中国电子商务研究中心认证的 CECRC《企业电子商务营销运营管理师》，及人力资源和社会保障部中国就业技术指导中心认证 CETTIC《网络营销师》证书。

组织机构：中国电子商务研究中心

承办机构：苏州赢冠商务信息咨询有限公司

项目认证：CECRC 认证《企业电子商务营销运营管理师》

中心网站：www.100EC.cn

培训对象： ——互联企业网络运营事业部高管人员

——新兴中小型企业 CEO、负责人

——国内外高校在校大专及以上在校学生

报名方式： 400-001-777　崔老师

培训方式：面授

考试方式：笔试。

项目官网：www.cecrc.cn

6.5 联系分析师

曹 磊

专家介绍：中国电子商务研究中心研究员、主任、中国诚信网络团购联盟秘书长、浙江大学 EMBA 客座教授、中国电子商务专家库专家、中国互联网协会优秀教官、中国电子商务协会网络整合营销研究中心特聘专家、《浙江省电子商务“十二五”规划》编制组 专家、国家《网络商品与服务交易管理条例》起草小组副组长。并屡屡受邀到国内各省市、高校、大型企业，做电子商务主题报告与相关企业高层战略培训，深受欢迎，是我国 21 世纪青年电子商务专家。

研究领域：重点研究关注全球电子商务宏观发展趋势与主流电商企业，国内部分主要包括：行业发展特征与趋势、代表性商业模式、第三方电子商务平台服务、中小企业电子商务应用、网络零售与网络团购发展、新兴网络融资与移动电子商务领域等，以及电子商务配套产业链等延伸领域；其研究成果推动了相关政策法规的出台与完善，在国内电子商务业界享有较高声誉。

部分研究成果：由其主编或参与编著、审定数十部涉及电子商务、网络零售、网络营销、商业模式、案例调研主题的各类报告，在一定程度上推动了我国电子商务的健康、稳定发展。由其撰写的研究报告屡获包括国务院、商务部、工信部、发改委、国新办(中宣部)、国家统

计局等在内的多部委引用或决策参考；并多次引起中央政治局常委与国务院领导的批示，引起相关部委高度重视，推动了相关政策法规的出台与完善，在国内电子商务业界享有较高声誉。

电话：0571-87756579 邮箱：CaoLei@NetSun.com

微博：http://weibo.com/u/2738383473

专栏：http://www.100ec.cn/zt/fxs/

专家介绍：中国电子商务研究中心高级分析师、网络贸易与网络营销部主任、中国电子商务专家库专家、中国互联网协会优秀教官

研究领域：B2B 电子商务、行业网站、行业电子商务应用、政府电子商务、移动电子商务、高校电子商务、电商人才、网络营销、SaaS、电子农务、大宗商品电子交易平台等电子商务细分和主要应用领域。

张周平

电话：0571-85337328

邮箱：zzp@netsun.com

专家介绍：中国电子商务研究中心分析师、网络零售部主任

研究领域：C2C 与 B2C 电子商务、网络零售、网络购物、第三方支付与物流配送等互联网主流应用领域。在我国电子商务第三方研究领域，享受较高社会知名度，并为国内外数百家关心电子商务的新闻媒体作第三方点评。

莫岱青

电话：0571-88228186

邮箱：mdq1@netsun.com

专家介绍：中国电子商务研究中心 网络零售部助理分析师

研究领域：主持开展中国电子商务法律求助服务平台相关法律求助、法律报告调研、法律法规研究、电商律专家认证等相关工作；以及主持开展中国电子商务投诉与维权公共服务平台涉及网络购物、网络团购、物流快递、网络支付、消费欺诈等电子商务消费过程的投诉受理、维权协调、消费提示、数据分析、案例研究。

姚建芳

电话：0571-87397953

邮箱：yjf8936@NetSun.com

QQ：374285490

》》联系更多中心分析师：http://www.100ec.cn/research/

6.6 相关链接

中国电子商务研究中心研究报告（下载）：http://www.100ec.cn/zt/2010bgdz/

中国电子商务数据中心：http://www.100ec.cn/zt/data/

中国电子商务研究中心分析师：http://www.100ec.cn/zt/fxs/

中国电子商务研究中心专家库：http://www.100ec.cn/zt/expert/

中国电子商务投诉与维权公共服务平台：http://www.100ec.cn/zt/315/

中国电子商务法律求助服务平台：http://www.100ec.cn/zt/flpt/

中国电子商务 B2B 频道：http://www.100ec.cn/zt/B2B/

中国电子商务网络零售频道：http://www.100ec.cn/zt/B2C/

中国电子商务网络团购频道：http://www.100ec.cn/zt/tgpd/

中国电子商务金融频道：http://www.100ec.cn/zt/dsjr/

中国电子商务物流快递频道：http://www.100ec.cn/zt/wlkd/

中国电子商务 O2O 频道：http://www.100ec.cn/zt/O2O/

中国电子商务营销频道：http://www.100ec.cn/zt/wlyx/

中国电子商务省市频道：http://www.100ec.cn/zt/df/

全球电子商务频道：http://www.100ec.cn/zt/world/

编制机构：中国电子商务研究中心

发布时间：2013 年 3 月 20 日