

电子商务

动态

2017年第**2**期（总第27期）

内部资料 免费交流

◎专家视角

电商大发展的序幕正在拉开

◎特别报道

创立新局面 实现新突破

——市经贸信息委领导畅谈深圳跨境电商

总结电商发展大变革 彰显经济增长新引擎

——2017中国（深圳）电子商务发展论坛综述

◎专题研究

2016年深圳市电子商务发展白皮书

2016中国IT产业发展报告（摘要）

◎业界交流

天虹商场“新零售”之路

农村新未来——淘实惠“互联网+县域经济”

◎数据观察

《2016深圳市互联网发展状况研究报告》发布

《2016深圳IT产业发展报告》发布

◎行业动态

2017中国（深圳）IT领袖峰会举行

工信部拟制定工业电商三年行动计划

指导单位：深圳市经济贸易和信息化委员会

主办单位：深圳市电子商务服务中心

contents

目录

2017年 3月31日 第二十七期

指导单位:

深圳市经济贸易和信息化委员会

主办单位:

深圳市电子商务服务中心

顾问:

陈 彪 高国辉 郭立民
柴跃廷 荆林波

指导委员会:

吴 优 贾兴东 刘毅刚
徐 静 石兴中 高卫民

主 编: 夏 葵

执行主编: 李小平

编 辑: 管浩宇 陈佳宁 鲁贞松
郑海轮 乔红伟 龙 飞

深圳市连续性内部资料准印证
粤内登字B福田第1034号

通信地址: 深圳市福田区金田路4028号
荣超经贸中心大厦6楼602室

邮 编: 518035

联系电话: 0755-88916851

传 真: 0755-83786186-8888

电子邮箱: dsdt@szecsc.org.cn



深圳市电子商务服务中心
微信号: szecsalon

版权申明: 本刊编辑部保留一切权利,
如欲转载, 须获本刊编辑部许可。

(印数 1000 册)

◎卷首页

又是人间四月天..... 1

◎专家视角

电商大发展的序幕正在拉开..... 2

◎特别报道

创立新局面 实现新突破
——市经贸信息委领导畅谈深圳跨境电商..... 6
总结电商发展大变革 彰显经济增长新引擎
——2017中国(深圳)电子商务发展论坛综述..... 9

◎专题研究

2016年深圳市电子商务发展白皮书..... 13
2016中国IT产业发展报告(摘要)..... 16

◎业界交流

天虹商场“新零售”之路..... 17
农村新未来——淘实惠“互联网+县域经济”..... 18
招商银行——拥抱互联网大潮 助力产业升级..... 19
嗒嗒巴士——出行领域新变革..... 20

◎数据观察

《2016深圳市互联网发展状况研究报告》发布..... 21
《2016深圳IT产业发展报告》发布..... 21

◎行业动态

2017中国(深圳)IT领袖峰会举行..... 23
工信部拟制定工业电商三年行动计划..... 25

又是人间四月天

人间四月天的暮春时节，我们迎来“2017中国（深圳）电子商务发展论坛”。自2011年首届中国（深圳）电子商务发展论坛举办以来，其业界“影响力指数”屡创新高，业已成为华南地区一年一度的电子商务“风向标”盛会。迎来第七个年头的“2017中国（深圳）电子商务发展论坛”，以真知灼见的主题演讲、高水平的智慧对话、紧接地气的案例展示得到了业界的良好反馈，再次凸显了论坛向国内外展示深圳电子商务发展成就，观察深圳乃至中国电子商务发展趋势重要窗口的行业特色。

本届论坛以“创世界·筑未来”为主题，近40位电商行业领军人物聚首共议电子商务未来发展趋势。“供给侧结构性改革”、“一带一路”为电商提供叠加优势，电子商务“走出去”的品牌之路、方兴未艾的共享经济成为论坛热议和交流的中心话题。论坛与国家经济脉搏同频共鸣，注入了推动经济发展、带动企业改革创新的新鲜活力与巨大动能。

论坛正式发布《2016年深圳市电子商务发展白皮书》。数据显示，2016年深圳市电子商务交易额为20348.89亿元，同比增长17.87%。其中跨境电商尤为突出，在深圳外贸进出口总额连续两年下降的情况下，跨境电子商务交易额仍然逆势走高，2016年跨境电商全口径交易额达到403.53亿美元，同比增长20.84%，占全市电子商务交易额的13.17%，占深圳外贸进出口总额的10.19%。跨境电商正成为深圳外贸进出口重要的新型业态。详实准确的惊人数据，鲜活生动的创新模式，向世人展示了深圳电商2016年砥砺前行的卓越业绩和发展尖兵的强劲优势。

国家电子商务示范城市专家组组长柴跃廷教授为论坛所作的“下一代电子商务”演讲，把开幕环节带向高潮。柴教授从“电商大发展的序幕正在拉开”、“大宗商品的电子商务正在进步”、“跨境电商蓄势待发”、“网约车带动社会领域电商逆势成长”四个方面阐述了“中国电商的大发展其实才刚刚开始，支撑电子商务的基础设施，发展环境问题还没有真正的突破”，“年轻的一代不要担心，这个市场大得是，机会多得是”。在展望中，柴教授认为“下一代的电商应该是更智能化、更个性化，更全息化，更能够满足我们个性化的需求”，“总的一句话，电商的发展刚刚开始，从事电商的人们应该开拓思路，避开目前以拼流量为主的电商模式，靠创新特点，靠质量”去谋发展、创未来。

千帆竞发浪潮涌 百舸争流正逢时。

今年，是党的十九大召开之年，供给侧结构性改革的深化之年，也是习近平总书记视察深圳五周年。天时地利人和，在这重要的时间节点，市委全会明确提出深圳要敢为人先、敢闯新路、敢争上游，以更大的战略格局、更高的目标追求、更强的责任担当，勇当改革的弄潮儿、创新的引领者、质量的新标杆。在党中央、国务院的战略决策指引下，深圳与全国的电子商务行业正站在新的起点上，开启着新的征程。我们正走在一条充满希望的道路上，矢志于电子商务事业的人们，必须同心协力，撸起袖子加油干，开足马力勇争先！

文/夏葵

电商大发展的序幕正在拉开

2017年是实施“十三五”规划的重要一年，也是供给侧结构性改革的深化之年。值此国家社会发展的重要时间节点，深圳如何把握创新机遇，补齐短板，攻坚克难，不负时代使命，把电子商务推向新的台阶，在国家电子商务示范城市创建的征程中再创佳绩，成为2017年中国（深圳）电子商务论坛关注的焦点。国家电子商务示范城市专家组组长柴跃廷教授应邀出席本届论坛并发表演讲。柴教授以其对电子商务观察的国际化、专业化视野，对当前我国电子商务发展的阶段性特征，以及今后发展的趋势进行了深刻的剖析。本刊根据柴教授的演讲记录，整理成文。以期回应对深圳电子商务如何坚持创新、不断创新，继续引领全国的时代之问。

电商是实体经济的新形态

今天来了这么多人参加深圳电子商务论坛，可见社会对电子商务的关注、企业对电子商务的关注，因此，我觉得电子商务还是非常有希望的。

非常高兴能够参加我们的论坛，我今天说的所有内容都是个人观点。从去年下半年以来，关于电子商务的发展确实有不同的声音或者是负面的声音比较多，其中有代表性的，比如说电子商务的发展是冲击了我们的制造业、打压了制造业的发展空间，是虚拟经济的主要代表。好在前段时间《人民日报》发话了，肯定了电子商务是实体经济的新形态，是中国经济增长主要动力来源。其实，电商从诞生起，就是网络化的经济活动，是互联网时代中应运而生的一种新的经济形态，而不是有些人认为的所谓虚拟经济。

还有一种观点，包括我们在座的准备进

入电商领域年轻的从业者，认为目前做电商比较困难，为什么呢？企业要想进入电商，但是今天像阿里、京东这些大平台、大公司基本上把市场都给占完了，所以我们发挥作用的空间很小，好像电商发展得已经很成熟了。这种想法和看法对吗？如果说今天电子商务发展已经很成熟了，我说仅仅是阿里、京东的电商模式很成熟了，并不代表整个电商的发展很成熟，因为阿里、京东的电商模式基本上是我们传统的超市、商店、集贸市场、购物中心简单的翻版。事实上，滴滴等共享经济模式、数字化产品网络营销、跨境电商产业链等业态的创新与强势崛起，证明电子商务还远没有达到一个没有市场空间了，已经无可创新、无可发展的地步了。

还有一种观点，自从去年马云说了下一个风口就是“新零售”。所以好多人说，电商已经过时了，实际上是如此吗？我个人的观点，所谓新零售也无非就是名词炒作。我们今天看看发展电商和发展互联网+流通，互联网+流通和电商是什么关系呢？我个人的观点互联网+流通就是电商，只不过是另外一种叫法。我们今天发展互联网+制造或者互联网+工业，其实就是电商+智能制造，我们今天发展互联网+农业，其实就是电商+三农，本质上是一样的。

所以，我的第一个观点是，电商大发展的序幕其实正在拉开，远远还没有到很成熟的地步。从这个角度说，我们看看目前电商几个大的领域，大家就可以基本上清楚。就拿我们的消费品，虽然说阿里、京东的模式已经很成熟了，占据了电商很大的市场份额，但是今天所有的统计数据可以表明消费品电商的份额也占了不到20%，其实市场空间大的是，这是我们最熟悉的消费者领域。

发展空间广阔的大宗商品电商

关于大宗商品电商，我这里写了一句叫“正在进步”，为什么？虽然大宗商品的起源要比我们的消费品还要早，所谓的B2B，但是到目前为止几乎99%的所谓大宗商品交易所、大宗商品的电子商务仅仅是网上的信息沟通和价格发现，没有真正的走入全方位的交易。为什么？是因为大宗商品的网上交易涉及到企业的采购、销售，目前，企业的采购销售要比消费者或者说老百姓上网买一个东西复杂。同时，我们的电子合同、电子发票还没有全面的推开，企业通过网络进行采购、销售的时候没有真正地降低成本、提高效率。所以整个大宗商品的电商发展空间非常大，我们有很多的统计数据可以支持，大宗商品的电商交易额是几十万亿，这也仅仅是一个估计，好多是线上的信息沟通和价格发现，如果与采购、销售形成线上线下结合的产业链，就不仅是市场庞大的问题，而是直接促进传统制造业、大宗商品供给的转型。

蓄势待发的跨境电商

目前，关于业内热议的跨境电商，我写了一句话叫“蓄势待发”。言外之意，它没有大发，还在蓄势，包括深圳。实际上跨境电商我们有了长足的进步，但是大家可以看到今天跨境电商跨的是什么东西呢？基本上是以进口为主的小额的个人消费品，真正国际贸易的货物，也就是大宗的货物贸易还没有进入网络通道。为什么这些大宗的货物贸易进不了网络通道呢？是因为我们的网络通道的路还没有完全修通。我们开展了好几年的通关试点，通关好像是问题不大，也创新了好几种通关的模式，但是不要忘了整个跨境电商的国内通道里面除了通关以外，还有商检、还有外汇、退缴税几个环节，企业跨境电商要处理这四大关键环节还没有完全走通。更为重要的，我们所谓的跨境是没有跨出去，没有跨到海外，比如深圳离香港很

近，我们在通关、商检方面有实实在在的网上通道了吗？没有。我们今天从深圳走的货物，报一次关到了香港还得报一次关，也就是说互联互通的网络通道还没有建立起来，没跨出去，所以国家发改委从去年开始提出来要大力发展网络丝绸之路，其实核心的核心是要跨出去，建立境内境外一体化的网络大通道，使得境外电商有一个大的发展。这是我们在“一带一路”战略里面很重要的一个内容，所以我们说整个跨境电商是蓄势待发。

逆势成长的社会领域电商

最后一个内容，谈谈我们面临的网约车。我们今天的共享单车在刚刚出台的时候，或者说正在起步的时候其实碰到了一系列的传统的法律法规和城市管理的难题。所以，我写了一句话叫社会领域的电商“逆势成长”。有好多的地方政策，包括北京对网约车有很多的限制，合理吗？不合理。正常吗？很正常。因为我老说，我们的电商是新模式、新业态，和传统的过时的上层建筑总是要存在一个磨合期，只不过不同的城市、不同的地方这个磨合期有可能长一段，有可能短一点，但大的趋势是一路向前。

所以，归纳起来我的第一个观点是，真正电商的大发展其实才刚刚开始，一系列的基础设施、发展环境问题还没有真正的突破，所以我们从事电商领域的，尤其我们的年轻的一代不要担心，这个市场大得是，机会多得是，挣钱的套数全靠你的智慧了，这是我想跟大家分享的第一个大问题。

未来电商的发展趋势

第二个大问题是对于下一步电商应该向什么方向走，就是对下一代的电商有一个大致的判断和理解。我们今天的电商，我刚才举的两个最主要的电商巨头，一个是京东，一个是阿里，其实他们俩的模式大家一看就很清楚，用不着我多解释。京东是以竞争差

价为主的盈利模式，阿里是以平台为主要的竞争模式，没有真正地切断流通过程若干个环节。所以，我个人观点今天的阿里也好，京东也好仅仅是传统的商店、超市、集贸市场、大卖场的网络版。这样一种局面肯定会改变。其实今天的技术进步很快，是我们无法想象的一个技术进步突飞猛进的时代，今天的大数据、物联网、云计算，人工智能，尤其是虚拟现实、增强现实不断的成熟，它会催生好多新的商业模式。

第二个是需求方面，今天网络购物的驱动因素之一还是便宜，许多商品在网络上销售基本是占据低价的、便宜的市场。其实电商发展的初衷和终极目标是低价吗？我不赞成，消费者需求的是“最适合我”的那个商品，当然价格也低就更好。所以我们在网络上追求的应该是质量、个性化以及价格等营销特色，而不仅仅是个低价。这是从需求的角度看。从我们今天的年轻人来说，和阿里、京东去争流量的时代，你肯定争不过阿里、京东这些大企业，所以需要调整思路，寻找新的突破点，这就是我们创新创业的驱动精神所在。正因为这些技术的驱动和市场模式的驱动，才赋予电子商务以生生不息的生命力和取之不竭的创新智慧，我们中国电商整个的发展趋势和发展的脉络在创新创业的道路上将越走越清晰，越走越宽。第一个就是去中介化，这种趋势越来越明显，有好多人不赞成，说物流这个东西怎么可能去中介化？物流一定是按照过程来的。其实今天发展电商，有了互联网，有了电商以后，我们传统的物流、信息流和资金流已经不是同步的，是异步，不是分离的，是分立，是各自社会化的企业在运作。所以说当物流脱离了信息流、交易流以后，这种去中介化的趋势就会加快。第二个是交易效率，我们指的交易效率是什么呢？是指我们做一次买卖，在多长时间内能够完成，大家不用我多解释，其实这个交易效率每天都在提高。我老说影响交易效率的就是四个主要

因素：一个是我们网络的覆盖面，就是距离；第二个是我们的网速，就是时间；第三个是我们交易类型的特点，是标准化的还是个性化的。最后一个是我们的制度。我们看到交易效率每天提高，交易效率提高的结果就是整个市场生态化的特征越来越明显，即碎片化的、小型化的、专业化的生态特征越来越明显。

第三个，随着新技术的发展，其实未来很长一段时间，或者未来的时代什么样的产品和服务最有魅力或最有市场呢？我老说必须要符合三个条件之一，也就是说未来的东西必须能够互联，不互联在网上卖不出去。第一个互联就是我们的手机，逐渐有了互联网电视、互联网汽车等等，未来我们的服装也是互联，必须互联才能在网上有市场。第二可能要有智能，附加值越高，价格越贵。最后一个可能对所有除了吃的以外的实物商品，都有可能免费提供，不卖了，白送了，为什么呢？因为实物商品上面已经沉淀了好多让你随时可以消费的各种各样的服务，手机就是第一个，这是大的趋势。同时还有一个趋势就是全息化消费者、商品和工厂。什么叫全息化，就是今天通过网络看看我们的商品是什么样的商品？是一个照片加一段文字说明，今天我们网上的工厂或者说经销商是一个照片加一个文字说明，这个信息是非常非常有限的。今天的VR，今天的AR，今天的人工智能、大数据、物联网逐渐走进生活领域以后，所有的东西都是全息化的，就是说动态的信息和静态的信息都可以在网上实现，它的表现形式可以是视频，可以是AR，可以是VR，甚至我们通过网络、手机、电脑同我们的商品进行对话，这是完全可以的。这种全息化的商品、消费者和工厂，相关技术在逐渐成熟并成为可能。

所以，我说下一代电商最主要的特征，第一个就是全息化的消费者、商品和工厂。第二个一定是第三方的平台，第三个是全产业链交易。今天在京东天猫上交易的只是一

个消费环节。所谓的全产业链交易，就是网上卖手机是围绕着手机从它的原材料一直到它的生产制造、消费、售后服务，是全产业链交易。这样整个网络化的产业体系才逐渐形成，不仅是一个消费环节和销售环节，而且是产销直接对接，这就是我认为下一代电商可能表现出的最主要的特征。这样说有点抽象，举个简单的例子，比如说我们的服装业，未来的服装业并不简单是今天网上卖一件衣服或者说做好的衣服提供给消费者，它是通过网络能够把服装产业链所有相关企业、消费者、设计者连成一个网络，工厂、服装也好，还是消费者、设计师也好，全部是全息化的。比如说试穿衣服，这是第一个环节，我们现在已经催生了好多智能量体的技术和工具，要决定你穿多大的鞋，从几个角度一拍就能三维合成一个鞋的尺寸，其实这个已经很麻烦了，所以说未来所有虚拟和现实的，智能量体技术可能成为历史，为什么？我们每个人很容易被推到网络空间里面去。怎么推进去呢？把我们的照片一输进去，把我们的身高、体重一输进去就能够做到了，也就是说虚拟个体成为现实。成为现实以后，如果说我们在网络、电脑、手机里面试穿衣服就不是问题，同时试穿了以后还可以让朋友评价好看不好看，做各种各样的动作。这实际上就是我们可以通过技术的进步解决的第一个很重要的环节，就是试穿。

第二个环节就是设计。设计从现在的发展趋势来看，人工设计一定是未来的设计，专业的服装设计师这个职业很有可能成为历史。过去为什么有专业的服装设计师，是因为我们消费的服装，或者说我们穿的服装都是千篇一律的，随着网络化、个性化的时代越来越明显，谁是设计师？我们每个人都是设计师，因为今天有了非常容易使用的设计软件，可视化的工具，让我们每天都能够想象我穿这样的服装更好、更合适，所以每个人都可能是设计师，而且通过网上的设计随时都能赚到钱，有可能几秒钟、几分钟之内

就有大量点赞，包括众筹的、批量加工的，这是有可能的。同时，价格完全是动态的，不是今天的明码标价，因为它是个性的，个性化的材质。设计好以后一定要找工厂加工，未来所有的服装加工厂都跟今天的滴滴打车一样抢单，不是服装加工厂做好了一批服装晒到网上去卖，而全部是被动接受订单的，是抢的单位，所以说动态供应链即时形成。同时人人都是快递，我就不多说了。服装加工厂是用虚拟现实、增强现实，关键环节的视频构成了一个网上全息化的工厂，这种全息化工厂的静态信息，特别是动态信息是随时可以交互的，而且有可能很多的常规化的信息是自动交互，因为背后有一系列的机器人，相当于这个工厂的值班人员随时回答，随时交互相关的事情，这就是我们说的全息化的互联网的工厂，关键是信息的问题。

同时在服装业还有一个新的制造方式，就是3D打印。今天3D打印材料在逐渐的丰富，所以女孩子今天上午穿了这个裙子觉得很好看，明天就换成另一个裙子了，为什么呢？因为材料是一样的，穿了一天觉得不好穿了，又打印一件就出来的，就跟洗衣机里面洗了一下一样的道理，只不过是新的款式，所以在3D打印领域里面服装业也是非常具有发展前景的，因为这种材料越来越丰富，现在打印技术不成问题，主要是材料，但是现在发展的态势越来越猛。

这就是我说的下一代的电商，它应该是更智能化、更个性化，更全息化，更能够满足我们个性化的需求。所以总的一句话，电商的发展刚刚开始，我们在座想从事电商的要开拓一下思路，避开目前以拼流量为主的电商的模式，其实这个空间非常之大，未来电商要赚多少钱，可能不能靠规模，要靠特点，要靠质量。

这就是今天我跟大家谈的一些我的看法，都是个人观点，仅供参考，谢谢大家！

创立新局面 实现新突破

——市经贸信息委领导畅谈深圳跨境电商

2016年，深圳电子商务交易总额达20348.89亿元，同比增长17.9%，其中，跨境电商交易额达到403.53亿美元，同比增长20.84%，占全市电子商务交易额的13.17%，占深圳外贸进出口总额的10.19%。跨境电商正成为深圳外贸逆势增长的重要新引擎，发展新形态。目前，深圳集聚了国内主流的跨境电商B2C出口企业，各类跨境电商经营主体（包括在亚马逊、eBay、Wish、速卖通等各大电商平台上开展销售业务的）有2万家左右，占全市外贸企业的20%，活跃卖家数占全国约40%。

今年3月，深圳跨境电子商务海外仓会议在深举办。市经贸信息委田雨弘调研员面对全市逾千名跨境电商平台企业、海外仓供应链企业、外贸进出口企业的代表，即席畅谈深圳跨境电子商务的发展成就，点评在改革创新中筚路蓝缕、奋力前行的跨境电商特色，成为会议最引人瞩目的产业宣讲和政策解读演讲。以下是该演讲的摘录：

一、突破困局，在国家跨境电子商务发展格局中深圳开创新历程

深圳是全国进出口贸易的重镇，去年全市外贸进出口总额26307.01亿元，分别占全国和广东省出口总额的比重为11.3%和39.7%，连续二十四年居内地城市首位。这是深圳跨境电子商务的强大经济基础和发展优势。但是，一段时间里，在国家跨境电子商务试点中，深圳没有得到肯定。

在市政府的大力支持下，经过市经贸信息委会同各方创造条件，积极争取，终于取得突破，在2013年11月，获得海关总署批准，开展跨境电子商务出口试点，并于同年

12月在前海湾保税港区启动出口试点工作；2014年7月深圳又获国务院同意开展跨境电商进口试点，前海湾保税港区同时启动跨境电商进口通关作业。至此，深圳成为全国第七个跨境电商进出口双向试点的城市。

2014年10月，我市制订《深圳市推进跨境贸易电子商务服务试点实施方案》，确定深圳跨境电子商务试点路线图，即由政府出资搭建“深圳市跨境贸易电子商务通关服务平台”，实现关、检、汇、税、市场监管等部门与经营企业之间数据实时交换和信息共享，构建一站式申报、全流程监管的跨境电商“单一窗口”。

2015年11月，深圳跨境电商通关服务平台建成并上线试运行。同时，也通过了海关总署对平台的验收。2016年1月，国务院常务会议同意深圳等12个城市成为第二批国家跨境电子商务综合试验区。这是国务院为扩大外贸出口、促进经济转型的一大举措。从此，深圳迈入跨境电商综试区的建设时代，成为跨境电商领域改革、探索与创新的国家队。

2016年5月，深圳市经贸信息委牵头制订“中国深圳跨境电商综试区的实施方案”，并报请广东省人民政府批准发布。实施方案明确了深圳建设跨境电商综试区的四大建设目标。一是打造跨境电商通关服务和综合服务两大平台。综合服务平台横向连接涉及跨境电商的所有资源，能够在平台上开展各种增值服务，打造跨境电商生态圈。目前，综合服务平台依托前海管理局正在建设和完善。二是构建高效便捷的通关监管体系。三是形成以前海为龙头，有多个支撑点的跨境电商产业格局。四是发挥深圳的产业

优势和区位优势，构建覆盖跨境电商全产业链的生态体系。到2020年，深圳跨境电商交易额预计实现1000亿美元，年均增幅达30%左右，占深圳外贸进出口总额的25%左右。目前，依托前海湾保税港区形成了可复制推广的跨境电商网购保税进口和特殊区域出口的监管模式。尤其是特殊区域出口通关试点，是全国首创，在前海业已发展成为一个具有相对规模和先进性的通关形态。2014年6月10日，全国首单全程在9610项下操作的跨境电商出口退税单在前海湾保税港区诞生。2016年9月12日，深圳海关在前海湾保税港区启动跨境电子商务“直购进口”试点，在简化进口流程的同时，开展通关全程无纸化监管。9月20日，在深圳邮政邮件处理中心及邮政快件处理中心启动了跨境电商一般出口模式试点。11月1日，在盐田综合保税区、福田保税区、出口加工区增加了保税进口业务试点。至此，深圳跨境电商结束单一渠道、单一模式的历史，进入多通道、全方位、多模式的跨境电商系统化改革与试验的全新时代。

二、走出逆境，产业规模不断扩大

当前，在国家坚持实施以供给侧结构性改革为主线、适度扩大总需求的宏观政策指导下，经济运行发生了积极变化。去年底，结束了PPI指数同比连续54个月下降的态势。但是，全国外贸下滑的局面没有根本性的改变，我市去年外贸进出口总额比上年下降4.4%。其中出口总额下降4.5%；进口总额下降4.2%。在这样局面下，深圳电子商务却能逆势走强。

深圳电子商务交易额从2008年的1500亿元提升到2016年的2.03万亿元，7年间规模增长13倍，保持年平均两位数的强势增长。2016年网络零售额为2294.45亿元，同比增长37.3%。跨境电子商务交易额为403亿美元（全口径），同比增长20%，占全国跨境电商进出口额（6.3万亿元）的

4.3%，占深圳外贸进出口总额的10%，其中进口112.78亿美元，出口290.22亿美元。

这是市委市政府坚定贯彻供给侧结构调整，进一步振兴实体经济的国家战略的成果，也是全市各行各业坚持以“互联网+”，笃行以创新求变，以转型求发展的成果。按照这样的态势，相信到2020年，电子商务交易额力争超过3万亿元，跨境电子商务交易额力争突破1000亿美元的目标就一定能够实现。

三、龙头崛起，一批特色鲜明、创新能力强、产业链带动作用明显的跨境电商成长壮大

在深圳构建的创新创业平台上，经历市场的洗礼，我市培育和扶持一批特色鲜明、创新能力强、产业链带动作用明显的跨境电商，聚集了国内主流的跨境电商B2C出口企业。其中，有年销售额超过百亿的平台环球易购，年销售额超过10亿的平台企业至少有十几家，过亿的大卖家超过200家。例如通拓、傲基、赛维、蓝思、泽汇、宝视佳、公狼、拣蛋网。据不完全统计，全国出口电商活跃卖家有40%集中在深圳及其周边地区，约10-20万家。

四、优势显著，海外仓成为跨境电商企业构建国际营销体系的重要基石

初步估算，深圳企业的海外仓建设数量超过200个，建设面积超过100万平方米，日均发货量达到1万票以上。万方、赛维、通拓、傲基、邻友通、爱淘城、百事泰、环球易购、价之链等出口电商企业，递四方、飞鸟国际、万邑通、易达云等物流企业，均是海外仓建设的骨干力量。其业务不仅具有覆盖全球的广泛性，而且，发展起服务第三国的国际化营运业务，深圳海外仓向全球化的国际性业务模式迈出了坚实的脚步。

2016年，广东省商务厅确定深圳作为监测全省海外仓发展动态的基础性统计数据

平台，深圳正在为广东省乃至全国作出自己的贡献。

五、改革驱动，一系列创新制度正在逐步推行和完善中

深圳跨境电商的发展动力来自于改革，合力来源于中央驻深机构及政府各部门的协助。深圳海关、检验检疫局、市场监督委在跨境电商试点中，从企业需求出发，以服务产业发展为宗旨，积极创新工作方式方法。具体体现在：深圳海关的“进一步扩大试点区域，增加试点模式，先入区、后报关，深港跨境快速通关、区内直购进口，跨境电商保税展示交易，区内不同帐册互转”等。深圳检验检疫局的“事前评估、入区申报、区内监管、出区核销、事后追溯”，打造深港跨境电商质量安全试验区等。市场监督委的“构建跨境电子商务经营者主体身份验证服务体系，商品信息备案和质量监控服务体系，知识产权服务体系，信用服务体系，消费纠纷解决与法律服务机制”等。

六、政策引领，推动产业发展的力度不断加强

深圳2009年制定了《深圳互联网产业振兴发展政策》，每年安排专项资金5亿元。2014年发布《深圳市进一步促进电子商务发展的若干措施》，又每年安排资金2亿元。2016年，中央外贸发展资金重点对跨境电商综试区建设给予支持，深圳安排资金5000万元。同时，我市各区纷纷出台配套和差异化扶持政策。在国务院《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》、《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》的政策引领下，业已形成中央、省市、区合力推动产业发展的政策环境。

七、政府正在或计划推动的重点工作

(一) 推动口岸部门改革创新，进一步提升通关便利化水平

1、目前深圳海关正在研究各项改革创新的制度安排。例如，在前海湾保税港区设立“全球中心仓”，实现保税与非保税货物同仓存储、进口与出口同仓调拨、小额交易与大宗贸易同仓交割、内贸与外贸同仓一体等多种监管形态。通过“一区多功能、一仓多形态”的监管创新，使原来需要存储于多个地区、多个仓库的多种物流及贸易形态，可以在自贸区内的一个中心仓内一站式完成，最大限度发挥自贸制度创新和海关特殊监管区域政策红利的优势。

2、研究以综合叠加保税展示交易、跨境电商、传统保税贸易等多种贸易形态为核心的“保税展示交易”管理模式，通过部门之间管理系统集成，构建云仓库、云渠道、云监管，整合对接线上虚拟交易与线下实体贸易，实现实体零售与保税贸易融合发展的新模式、新业态。

3、依托前海自贸区，探索基于深港生产性服务贸易的供应链协同出口。通过关区一体化实现“属地查验，口岸直放”，以出口卡车航班的方式构建起真正意义上的深港贸易无缝链接通道。吸引香港机场的部分服务前置到前海，构建以前海为中心的“全国揽货—前海积聚—香港直飞”的出口生态圈。实现香港服务贸易的有序转移和承接，做大做强深圳的跨境电子商务，拓展深圳跨境电商电子商务的服务覆盖面。

4、建立9610项下的出口监管渠道，实现9610项下的出口收结汇和退免税。

5、加快推进盐田综合保税区、福田保税区、出口加工区等三个跨境电商新设口岸进口业务的测试进度，力争早日实现常态化运作，满足企业多点通关的需求。

(二) 促进产业做大做强，打造良好的产业发展环境

1、利用财政专项资金加大对跨境电商企业的支持力度。

(1) 开展“产业链关键环节提升扶持计划”，用股权资助和事后直补的方式，对

跨境电商平台型企业的技术创新、模式创新项目给予资助，其中：股权投资+直补的资助上限为3000万元，事后直补的资助上限为300万元。

(2) 开展“跨境贸易电子商务建设项目扶持计划”，对跨境电子商务通关监管场所的信息化系统、查验设施建设给予最高200万元的资助；对各类参与“阳光化”通关的企业对接服务平台而进行的系统改造给予最高50万元的资助。

(3) 开展“电子商务交易平台规模奖励计划”，对跨境电商自营平台企业上年度营收超过10亿元的，奖励100万元；超过100亿元，奖励200万元。单个企业累计最高奖励200万元。对跨境电商第三方交易平台上年度服务收入超过1亿的，奖励100万元；超过10亿的，奖励200万元，单个企业累计最高奖励200万元。

(4) 开展“电子商务示范奖励计

划”、对获商务部批准，成为国家电子商务示范企业的，奖励100万元；对获广东省电子商务示范企业称号的，奖励50万元。

(5) 开展“跨境电子商务综合试验区服务体系建设扶持计划”，对跨境电商领域的配套服务类项目、公共服务类、供应链协同类项目和市场开拓类项目，给予最高300—500万元的资助。

(6) 开展“跨境电商企业市场开拓综合服务”资助计划，按照商务部要求，对跨境电商“海外仓”、“海外运营中心”服务设施建设和综合配套给予贷款贴息支持。最高可贴息1000万元/年。

2、打造华南城跨境电商产业集聚区，重点发展跨境电商出口，研究在华南城或周边地区设立跨境电商通关节点，满足跨境电商9610进出口通关需要。

(来源：深圳市经济贸易和信息化委员会生产服务业处)

总结电商发展大变革 彰显经济增长新引擎

——2017中国（深圳）电子商务发展论坛综述

2017年是实施“十三五”规划的重要一年，也是供给侧结构性改革的深化之年。为贯彻落实商务部《电子商务“十三五”发展规划》的精神，牢牢把握深圳建设国家跨境电子商务综合试验区的发展机遇，依托电子商务发展“新经济”带来的技术进步和商业创新，为实体经济注入新活力，2017年3月28日，第七届中国（深圳）电子商务发展论坛在五洲宾馆举行。

本次论坛以践行国家“互联网+”战略为主线，以新发展理念为引领，以“创世界·筑未来”为主题，是深圳市政府总结

国家首个电子商务示范城市建设成就、彰显改革创新成果的重要窗口和宣传平台。在办会质量效益和影响力等方面取得了明显成效，市场化、专业化和国际化水平进一步提升。据统计，本届论坛吸引约1500名电子商务专业听众参与，一批新经济业态集中亮相，“新零售”、“海外仓”、“一带一路”、“传统企业的互联网化”、“互联网金融创新”、“互联网+县域经济”、“互联网+交通”等模式无疑是本届论坛的亮点，集中展示了新业态，推动传统企业提质增效、转型升级。

深圳电商发展的检阅台和风向标

由深圳市经贸信息委主办、深圳市电子商务服务中心执行的中国(深圳)电子商务发展论坛是华南乃至全国电商领域发展的重要检阅台、风向标,每年发布的《深圳电子商务发展白皮书》持续向全世界呈现深圳电子商务的发展情况、特点和趋势。我市在跨境电商、电子商务技术、传统企业触网升级、垂直电商、电商支撑体系和移动电商方面优势突出,同时在推进产业服务、园区载体建设等方面硕果累累。

深圳市人民政府高裕跃副秘书长在论坛致辞中表示,深圳电子商务发展结出累累硕果。2016年,深圳主动面对国内新经济转型,适应国外新形势的考验,应对跨境电商的政策挑战,深入推进电子商务的发展,把电子商务作为实现经济提质增效、产业转型升级、促进消费和外贸出口的主要推动力,制定出台了《中国(深圳)跨境电子商务综合试验区实施方案》以及《深入推进互联网+流通行动计划实施方案》等一系列政策措施。

据统计,2016年深圳电子商务交易额总额突破2万亿元,网络零售的交易额超过2200亿元,跨境电子商务交易额超过400亿美元。根据阿里巴巴电子商务发展指数排名,深圳已名列电商百家城市的第二位,继续保持全国电子商务领域领跑者的位置。借助深圳得天独厚的外贸产业以及通关优势,众多外贸企业集聚深圳,试水新业态,带动跨境电商逆风飞扬。2016年初,中国(深圳)跨境电子商务综合试验区正式成立,标志着我市跨境电子商务的发展进入了全新的阶段,深圳特殊区域出口、网购保税进口、一般出口、直购进口等四种模式已经全部落地,跨境电子商务通关试点范围进一步扩大,跨境电商已经成为深圳外贸转型发展稳步前行的重要力量。

值得一提的是,今年参会的龙头机构、品牌企业比例更高。阿里巴巴、亚马逊、华

润、全棉时代、飞亚达、周大福、招商银行、环球易购、保宏、顺风国际、海捣网、爱淘城、价之链、金蝶、递四方、飞鸟国际等,均是电商发展论坛的“常客”,依托论坛,这些龙头企业,也在助推电商发展更上一层楼,再创佳绩。电子商务成为促进深圳经济新旧动能转换,推动经济结构优化升级的重要工具。

“传统企业互联网转型新样本”在发展论坛闪闪发光

在今年的发展论坛上,一批传统“制造+互联网”新业态集中亮相,年产值近十亿元的深圳全棉时代坚持产品质量可靠的发展路线,重视研究棉花的基因技术和种植技术。周大福电商将O2O作实,线上订单由线下配合提供服务,将服务和产品向线上延伸。飞亚达手表持续推行整个品牌的互联网化,2016年电商已经占到飞亚达总体业务的近80%。2017年,飞亚达依托于大数据,建立手表行业全品类线上舆论数据,并通过电信、移动去收集客户的行为数据,致力于改善全流程客户体验。

在服务领域,华润、招商银行等传统企业也纷纷互联网化。例如,为应对线上消费热潮,华润集团制定了全方位服务客户的发展战略:首先是给各个业务单元去赋能,从传统的线下服务客户,变成全方位服务客户。其次就是协同整合,以前的客户是分开给不同的业务单元,现在通过互联网把不同业态的用户打通,增加这些用户对整个华润不同场景的黏性和品牌认知度,并在这个基础上得到大数据。有了大数据,通过精准营销、个性化营销等非常有利的工具,从而衍生出很多互联网金融的服务。

招商银行作为深圳银行业的优秀代表,正在通过互联网金融创新开辟银行业务新版图。据悉,除了零售银行和交易银行业务之外,招商银行启动了以跨境金融为代表的服务跨境电商的系列产品方案。在服务客户收

入、支出和现金业务的基础上，还为境内外账户主体提供融资等服务。

深企纷纷践行“一带一路”国家战略

从数据上来看，“一带一路”国家有44亿人口，21万亿美元的经济总量，65个国家和地区，占全球GDP和贸易的三分之一以上。“一带一路”所展示的机遇值得期待。根据Paypal去年针对32个国家做的调研，欧美日韩在跨境电商方面的增长率只有个位数，而亚非拉仍然保持在30%-40%的增速。

深圳跨境电商企业深入践行国家战略，探索“一带一路”沿线国家的新机遇。顺丰作为中国连通亚太、辐射全球的跨境物流航母代表，对“一带一路”的资源投入不遗余力，并提出“有华人的地方就有顺丰”的发展口号。

又如，环球易购等跨境电商贸易商不仅在欧美日韩等成熟国家发展业务，也重视东南亚、非洲、俄罗斯、东欧等新兴区域带来的跨境电商机遇。此外，爱淘城、顺丰、海捣网、钱海等跨境电商企业纷纷表示未来将在“一带一路”沿线国家合理布局，扩大业务版图。

除了商品出海，服务出海也是“一带一路”的重要领域。据悉，从2013年开始，游戏出海处在一个非常快速增长的阶段，另一个是软件出口，深圳有很多隐形的软件服务企业，其产品是面向国外的C端消费者。除了跨境电商、游戏、软件，还有旅游、文化、交通等正逐步跨境互联。

深圳海外仓为中国制造走出去扬起风帆

2016年跨境电商海外仓需求可以用“需求巨大”来形容，在该领域深圳企业走在全国的前列。本次论坛成为递四方、MBB、华翰物流、云途物流、万邑通、飞鸟国际、易仓科技等深圳一批跨境电商海外

仓服务企业的秀场。

例如，在物流信息化领域，递四方的GRS服务（全球退件解决方案），一方面降低成本，另一方面提供更好的卖家体验。在亚马逊、速卖通等大型电子商务平台纷纷自建物流服务的背景下，华翰物流、云途物流等深圳本土物流企业抢抓历史机遇，为亚马逊、eBay、速卖通平台卖家提供综合性解决方案，对平台服务进行补充，推出欧洲FBA清关、VAT、退换货等个性化定制服务。

递四方副总裁孙卫华认为，海外仓有时候就是一个准保姆的角色。一个想提供良好服务的海外仓企业，必须具备以下三个条件：一是海外仓服务商需要具备良好的信息化构建能力，因为信息化代表了海外仓企业的决心；二是海外仓作为整个商品交易和服务链条中的一个环节，它的前后端是一个链条，海外仓服务必须具备全程的标准化、规范化和运营监管等能力；三是海外仓的企业需要具备解决突发问题的能力，帮助卖家完成危机问题的处理。

飞鸟国际首席市场官于涌源提到了海外仓去仓化的概念，未来很可能成为商业生态的结合体。他认为，海外仓应该成为一个承载卖家清关、税务、法务、供应链、金融需求的载体并达到三个标准：业务的合规化、流程的信息化、服务的本土化。

MBB物流公司总经理甘福英女士结合自身的运作经验，谈到海外仓除了要具备最基本的仓储条件外，还要具备优良的后备发展空间。包括旺季对卖家订单的处理能力，无缝对接的系统，在本地拥有价格优势的渠道，以及充分理解大卖家的需求等。

对于使用海外仓的痛点问题，嘉宾们一致认为，最重要的还是退换货的问题。解决的方案主要是简化买家的行为，通过与卖家建立长期的合作伙伴关系，优化流程，共同规划好退换货的衔接与处理方案，协助卖家满足买家的需求。

大家认为海外仓会朝着本土化、标准化、网络化、智能化、平台化等方向发展，但是海外仓的本土化运营趋势得到了大家的共识。海外仓作为跨境电商在海外市场的桥头堡，卖家如果离海外仓越近，也就离本土的消费者越近，而离消费者越近，也就意味着离商机越近。

深圳互联网平台整合资源实现多方共赢 打造商贸流通服务新模式

在探索建立分享经济新秩序方面，嗒嗒巴士创造了一种舒适集约化的出行方式。通过互联网平台整合闲置车辆资源，通过智能化的系统形成线路，派单给运输公司，使合作伙伴的车辆平均使用率提升50%，车辆的月出行天数增加到了28天，提高了运输公司的利润。

在发展协同经济新生态方面，深圳在农村电商、跨境电商等领域涌现出了一批标杆性的特色企业。

在农村电商领域，淘实惠分别搭建了服务农村生活消费的B2C平台“智慧乡村服务站”、服务于县域商贸流通的B2B平台“聚百优”，以及服务于农产品上行的社区电商平台“顾乡”和“田觅觅”。同时在物流和金融领域，建设了县域智慧物流支撑底层“捷风物流”和金融支撑底层“惠农金融”。

在跨境电商领域，深圳保宏经过两年的摸索和探讨，在监管部门的大力支持下，通过整合资金流、物流、商流以及海关的监管信息，找到了一条解决碎片化B2B订单的出路。

在深圳，“互联网+”正在迸发出“1+1>2”的巨变力量，依托电子商务发展“新经济”带来的技术进步和商业创新，为新实体经济注入新活力，深圳“互联网+”已初现雏形。在跨越7届的中国（深圳）电子商务发展论坛里，涌动着的不仅仅有行业标杆、业界翘楚、模式创新，还有深

圳经济的活力与期待。如果说每年一届的中国（深圳）电子商务发展论坛是汇聚八方宾客、搭建电子商务公共服务平台的大盆地，那么深圳传统企业转型、跨境电商、海外仓、互联网+交通、互联网金融、跨境支付、农村电商等电商各主要领域，则是深圳企业借论坛地利之便，迅速发展自身的一个一个小绿洲。

本届中国（深圳）电子商务发展论坛内涵丰富、公众参与度高、品质也在逐年提升。我们期待，在建设国家电子商务示范城市和国家电子商务综合试验区的时代号角声中，有了大盆地和小绿洲的相益相生，追求“品质”发展的论坛，必将成就深圳电子商务发展新未来。

（上接第25页）

国家邮政局局长马军胜谈中国快递业的发展

3月5日，十二届全国人大五次会议开幕，“快递”连续第四年被写入政府工作报告。报告要求，促进电商、快递进社区进农村，推动实体店销售和网购融合发展。

国家邮政局局长马军胜介绍，近年来，快递驶入发展快车道，年业务量已连续5年同比平均增长50%以上，从2012年的56亿件迅速增长到2016年的312.8亿件，占到世界快递业务量的40%。同时，顺丰和“三通一达”共同完成的“五股丰登”壮举，正式宣告属于快递的资本时代到来了。“培育快递航母，是党中央和国务院交给我们的任务，也是快递业自身发展的需要。”马军胜表示，在“BESTY”航母群中，既有上述五家上市企业（S，顺丰；T，三通；Y，韵达），也有老牌国企中邮速递（E），还有异军突起的快递新锐百世（B）。这些企业已经具备了成为“快递航母”的潜力。（来源：本刊编辑部整理）

2016年深圳市电子商务发展白皮书

深圳电子商务发展现状

2016年我国电子商务总体规模继续保持高速增长,全国电子商务市场交易额达到26万亿元,同比增长25%,中国已成为全球规模最大、发展速度最快的电子商务市场。

深圳自2009年创建国家电子商务示范市以来,电子商务交易额一直保持较快的增长速度,从全国电子商务发展情况看,我市电子商务可列入国家第一梯队。2016年,我市电子商务交易额达20348.89亿元,同比增长17.87%。

从网购零售额来看:深圳市网络零售额达2294.45亿元,同比增长37.34%,占全市电子商务交易总额的11.28%,网络零售额占比持续提高。

从电子商务交易主体来看:服务型企业交易额占比48.42%,应用型企业交易额占比51.58%。

从电子商务交易结构来看:B2B依然是深圳电子商务市场的主体结构,B2B交易额占全市电子商务总体交易额的86.16%;B2C交易额占比为13.74%;C2C交易额占比为0.10%。

从电子商务交易途径来看:通过自营电子商务平台实现的交易额占比42.90%,通过第三方电子商务平台实现的交易额占比57.10%。

从电子商务交易类型来看:商品类交易额占比为75.31%;服务类占比为24.69%,商品类交易额与服务类交易额的比例约为3:1。商品类当中电子元器件的交易额最高,占比55.64%;服务类当中非金融机构支付交易额最大,占比29.95%。

从深圳跨境电子商务的交易额看:在全市外贸进出口总额连续两年下降的情况下,

2016年跨境电子商务总体交易额逆势走高,达到403.53亿美元,同比增长20.84%,占全市电子商务交易额的比重约为13.17%,占深圳外贸进出口总额的比重约为10.19%,跨境电商正成为深圳外贸进出口重要的新型业态。

从深圳移动电子商务发展情况看,2016年总体市场规模达到了1126.21亿元,占全市电子商务总体交易额的5.53%。

从本市重点区域的交易情况看,2016年,福田、龙岗、南山、罗湖等区域电子商务发展迅速,全市电子商务的区域布局更趋合理,其中福田区的电子商务交易规模占比在全市排名第一。

深圳电子商务发展的六个特点

一是跨境电子商务质量引领亮点纷呈

2016年1月,深圳正式获批成为全国跨境电子商务综合试验区,标志着我市跨境电商发展进入了全面提速的新阶段。一方面我市跨境电商品牌竞争力明显增强,深圳环球易购、傲基、邻友通、通拓、赛维等跨境电商企业,打造了一系列自主品牌,稳固占领欧美市场,海外仓建设也逐渐成为深圳实施跨境电商“走出去”战略的重要手段。另一方面,我市跨境电商一般进出口通关试点和扩大通关区域等措施相继启动和实施,标志着深圳跨境电商已经进入多通道、全方位、多模式时代。

二是电子商务技术模式创新层出不穷

涌现出众多在技术、模式、应用方面的创新企业,如在跨境贸易领域,环球易购通过自建专业品类、多语种的多维立体垂直平台体系,创新性地采用数据驱动型精准运营模式,公司业务一直保持高速增长;在供应链服务领域,深圳行云全球汇创新性地构建

了零库存式供应链管理模型,在成立不到两年时间内,公司估值已突破5亿元;大前海物流一方面深耕品牌服装的仓储服务,另一方面集约化利用仓储空间,做到开源节流。在电商金融服务领域,华甫达积极探索、大胆创新金融服务模式,针对出口电商和进口电商量身设计服务产品,有效提升产品质量安全,增强消费者购买信心;钱海网络技术作为跨境支付产品支撑和服务平台,是一家可跨行业提供跨境支付解决方案和服务平台。在社群电商领域,乐活天下创新性的采用“F2B2C”模式,最大程度地优化物流体系,利用大数据等技术构建了“乐活指数”,为农业生鲜领域的数据统计及管理决策提供重要依据。

三是传统产业触网转型升级成效显著

2016年,深圳传统企业紧抓“互联网+”、“大数据”等战略机遇,加快转型升级,寻求突破发展。以怡亚通、信利康、华富洋、飞马国际、海格物流等为代表的传统供应链企业,通过整合传统业务资源,搭建“互联网+供应链”服务平台,推动流通行业转型升级;以华为、中兴、富士康为代表的电子信息制造企业强化电子商务应用,大力推进F2C(B2C)模式;以天虹、岁宝、人人乐等为代表的商贸百货企业,以深圳农产品公司等为代表的农产品企业,也积极运用电子商务手段,实现企业创新发展。此外,2016年11月,深圳阿里中心正式启用,深圳市政府、阿里巴巴和蚂蚁金服三方将在“互联网+”、电子商务、创新创业、产业基地建设等领域全面合作,全力支持我市传统企业转型升级。

四是垂直领域电子商务持续做优做强

依托本地的产业基础、经济特色和创新优势,我市在众多细分领域聚集了一批龙头企业,形成行业领先优势。典型领域包括:以腾讯、科脉技术等为代表的信息服务领域;以华强电子网、傲基电子、科通芯城

等为代表的电子信息领域,以怡亚通、海格物流等为代表的物流供应链领域,以环球易购、通拓、赛维等为代表的跨境电商领域,以彬讯科技(土巴兔)、百创整装等为代表的互联网家装领域。此外,在社群电商、大宗商品交易、商旅服务、农产品流通、文化艺术、时尚设计、婚恋交友等领域一批优秀的垂直电商企业正在加速壮大。

五是电子商务服务支撑体系日渐完善

2016年,电商物流、在线支付、电子认证、在线信用等支撑服务加快发展,为电子商务发展提供有力保障。

电商物流方面,我市拥有全国80%的供应链企业总部,在前海注册并运营的现代物流业企业就超过5000家,我市已全面搭建起了包括供应链管理、第三方物流、航运服务、跨境电商等在内的现代物流体系。

在线支付方面,我市聚集了财付通、快付通、银盛、深圳银联、智付等一批优秀企业,截至2016年9月,累积完成支付业务交易额26.2万亿元,同比增长230.6%,其中互联网支付业务14.8万亿元,同比增长130.5%。

信用体系服务方面,我市已初步建立了深圳市“三库一网”的社会信用体系,截至2016年11月末,全市查询企业征信共计252.5万次。电子认证服务方面,我市有5家专门从事电子认证服务的机构,累计发放数字CA证书约94万张。

六是移动电子商务发展潜力不断释放

2016年,深圳新型智慧城市建设的全面推进,构建了几近覆盖全市的免费WIFI网络,加速了我市移动电子商务向各行各业的融合渗透。特别随着我市微信用户规模的不断增长、移动支付的普及应用以及O2O业务的迅猛发展,我市移动信息服务的渗透率不断提高,将有效促进移动电子商务向多个领域快速扩展。

深圳电子商务的产业环境

政策环境方面, 我市的电子商务发展政策体系日趋完善, 截至到 2016 年底, 全市累计出台电子商务规范性文件和相关扶持政策措施 57 部, 其中 2016 年新增 24 部。这些政策措施构成了电子商务发展的良好环境和助推动力, 是深圳电子商务领跑全国的重要保障。

产业服务方面, 目前我市基本形成了“五位一体”的电商产业服务体系。

一是电商宣传推广平台——深圳电子商务大讲堂。以宣传推广、产业研究及合作交流三大业务为主线, 2016 年, 大讲堂已经建立了微信、微博、报纸专版、电视、门户网站专题等全媒体宣传矩阵, 微信公众账号听众已近 7000 人; 完成了十余个市政府电商产业研究课题, 与国家电子商务技术工程实验室、清华大学、北京中清研及深圳地区的大专院校建立了稳定的合作关系; 与广州、上海、杭州等重点城市的管理机构建立了业务联系渠道; 与市援疆办合作开展电子商务“援疆扶贫”; 与英国、比利时领事馆开展跨境电商和海外仓业务接洽。

二是深圳电子商务交易公共服务平台——深商 e 天下。2016 年, “深商 e 天下”全年产生电商交易额超过 9500 万元, 新增会员 17700 人, 新增企业 519 家。

三是电子商务可信交易公共服务平台——众信网, 2016 年顺利通过“深圳市电子商务诚信交易试点”和“深圳市电子合同关键标准研制与应用试点”项目验收, 是我市电子商务公共服务体系的又一“里程碑”。在法规建设方面, 参与了全国人大《电子商务法》立法研究工作。在标准建设方面, 参与国家电子商务相关标准技术委员会工作, 为我市乃至全国电子商务可持续发展提供坚实的标准技术支撑。

四是跨境贸易电子商务通关服务平台——南方电子口岸, 作为我市跨境电子

商务通关监管的“单一窗口”, 截至 2016 年 12 月底, 平台企业开户数达 734 家。目前平台已实现与海关、检验检疫、市场监管等部门的全面对接, 已成为深圳市跨境电商领域不可或缺的信息交换枢纽和公共服务平台。

五是跨境电商溯源公共服务平台, 该平台于 2016 年 8 月在前海蛇口片区正式上线运行, 该平台具有对进口商品质量溯源服务功能, 对健全跨境电商进口产品质量监督机制具有重要作用。平台在跨境电商进口奢侈品上应用溯源二维码技术系全国首创。

园区载体方面, 全市电子商务产业不断集聚, 电商园区引领示范效应明显增强, 建成了以福田国际电子商务、南山蛇口网谷、前海跨境电商、罗湖互联网产业园等为代表的电子商务集聚区近 40 个, 园区总面积已超过 200 万平方米, 近 7000 家互联网、电子商务企业入驻。其中有 3 个园区和 7 家企业荣获 2015-2016 年度国家电子商务示范基地和电子商务示范企业称号; 5 个园区和 31 家企业荣获 2015-2016 年度广东省电子商务示范基地和电子商务示范企业称号。

前海湾保税港区是深圳前海蛇口自贸区的重要组成部分, 更是深圳跨境电商首个通关通道, 实现了跨境电商领域多项制度创新, 是深港现代服务业合作的典范。截止 2016 年 12 月底, 前海湾保税港区跨境电商进出口总额达 22.69 亿元人民币, 比上年增长 84.5%, 在前海湾保税港区开展跨境电商业务的企业达 115 家。

2017 年我市将依托深圳区位优势产业发展和深港合作优势, 牢牢把握“一带一路”, 推进电子商务应用上形成新的核心竞争力, 充分发挥电子商务在促进深圳经济、新旧动能转换, 推动经济结构优化升级的重要作用, 实现有质量的稳定增长, 可持续的全面发展。

2016中国IT产业发展报告（摘要）

2017中国（深圳）IT领袖峰会发布《2016中国IT产业发展报告》，报告指出，2016年，中国IT指数处于世界第二梯队，排名第六。第一至第五名分别是美国、日本、韩国、英国和德国。

2016年中国电子信息制造业收入超过12万亿元，增长8.4%，软件和信息服务业收入达到4.9万亿元，增长14.9%。电子信息百强企业主营业务收入2.96万亿元，增长32%。软件业务收入前百家企业实现利润总额1524亿元，增长48.2%。云计算、大数据、智能机器人、无人驾驶等新业态加速形成，并保持高速增长态势。云计算产业持续保持近40%的高增速，阿里云连续7个季度保持三位数的增幅，腾讯云和百度云业务收入实现翻倍。

技术创新方面，2016年中国在5G、人工智能、量子计算、超算等领域实现突破；TD-LTE关键技术与应用项目获得国家科技进步特等奖。模式创新方面，“互联网+”加速共享单车、服务众包、网络直播、网络支付等新模式创新发展，形成实体经济与社会价值协同创新的新业态。中国直播平台用户数达到3.3亿，平台数量超过200个。华为、腾讯、百度纷纷开展生态体系建设。如华为软件云生态、腾讯开放平台、百度大脑开放平台、百度深度学习平台。具体来说，中国IT产业有以下发展特点：

产业互联网开始落地，消费互联网持续发展

一方面，工业云向下整合不同装备和控制系统数据，向上承载海量工业应用，融合了先进制造技术和以云计算为代表的新一代信息技术，为制造提供应用支撑和数据服务，已成为IT业和制造业共同关注的焦点。

我国已出现航天云网、海尔COSMO、红领个性化定制等工业云平台。另一方面，分享经济为代表的消费互联网持续发展，未来在教育、医疗等领域仍有较大空间，但也面临安全、隐私等挑战。2016年网上零售额达5.16万亿元，同比增长26.2%，比社会消费品零售额增长快15.8个百分点；分享经济交易额超过3万亿元，增速超100%。

IT产品海外市场份额不断扩大，服务能力持续提升

华为、OPPO和VIVO进入全球智能手机出货量前五位，市场占有率合计达到21.6%，较上年提高了8.6个百分点。支付宝已经与海外200多家金融机构达成合作。

产业集聚区域特色明显，北深上位于第一梯队

从领域上看，北京的总部经济、深圳的电子信息制造、上海的集成电路产业、杭州的电子商务和云计算等特色突出。从区域看，我国IT产业主要分布于珠三角、长三角和京津冀三大区域，中西部城市IT产业呈现快速发展态势。

云计算、大数据、人工智能将构成未来IT产业创新发展的三大支柱

当前，人工智能、区块链、VR/AR、新型计算、量子通信等技术快速突破，企业供给侧改革深入推进，大量IT应用场景、需求不断释放，围绕生态体系构建，针对应用场景的集成创新，将成为IT领域“换道超车”的重要推动力。未来，云计算、大数据、人工智能将彻底改变全球消费者、企业和政府的交互模式，各领域对人工智能应用的需求将会越来越多。

天虹商场“新零售”之路

天虹电商总经理 谭晓华

如何理解和定义新零售

第一，新的商品。

零售就要提供好商品。我们说的好商品是以更高的性价比拿到全世界最好的东西。国内的很多一线国产品牌的标价已经比世界的轻奢商品都更贵，这是一个不够理性的结果，导致今天更多的人向电商流失。消费者还是那个消费者，他的需求还是没有变，变的是你有没有真的用你自己的行动去满足、提供他更需要的商品。

第二，新的物种。

2016年12月天虹开了一家新的超市叫做Rainbow Space，我们的Space是告诉你的厨房应该放什么东西，餐厅里应该有什么东西。购物已经不再是要买一件东西，而是在体会一种生活。这个超市出来之后市场反响非常好，所以说它已经不是从前那个超市的形态了，我们在做一个新的尝试。

第三，数字化。

数字化一定是未来零售最基础的特征。如果你还是一维的世界，都没有数字化，根本不可能跟这个世界上的任何人连接，也不可能跟任何一个网络连接。实体零售一定要把从商品到运营的所有环节都数字化，目前亚马逊已经做到了。零售已经从原来经营一个场子变成了经营人。未来在数字化的环境下，需要数字做经营驱动，而不再是靠经验、感性判断，这种经营一定是从连接开始的。我们希望通过很多互联网技术在实体里面收集到更多的数据，有更多的触点，让我们可以更懂得顾客。

天虹的新零售之路

2015年天虹开始做O2O，所有的门店

互联网化，想基于“虹领巾”建一个本地化的消费平台，这个时候线上线下已经站在一起为同一件事情努力。今天，天虹提出了新的战略——数字化经营，也就是说现在的天虹不会再有电商事业部，我们会变成一个数字化的经营中心，这个经营中心就像公司所有经营的驱动内核，有便利店，有实体店，有购物中心，背后都是用数字化的技术把实体零售的所有流程打破、重构，用互联网的技术提高中间流程的效率，并且提高有效性，使顾客到这里的体验也变得更好。

“虹领巾”追求的是线上线下的深度融合，我们扮演的角色是实体的各业态数字化经营过程中的助推器和支持平台，我们在“虹领巾”上做了以下尝试：

1. 全渠道专柜应该会成为未来中国零售行业发展的趋势。对顾客而言，如果可以在一个网站上买到实体店相同的品牌，把实体店做到可视化，那么实体店也具有了线上所有大平台一样的吸客能力，我们可以将实体店的销售空间得到延展。

2. 技术演变。从前天虹所有的技术都是外包的，找了全世界最好的技术公司帮我们定制各种各样的系统，今天面对移动互联网的时代，每一天技术的每一个功能都要优化。我们的技术平台开始面向用户，最后要以用户为逻辑构建所有的生态和系统。

3. 改变团队意识。如何让传统团队的人，能够跟你做到意识同步，这是对我们最大的挑战。技术的领先都是可以被复制和超越的，唯一不可复制的是这个组织，技术革命、流程的改造，能够重新让所有的人都赋予新的能力，这是一个给传统赋能的过程。

农村新未来——淘实惠“互联网+县域经济”

淘实惠创始人 陈伟

农村电商大有前途

众所周知，农村有9亿人口，今天在北、上、广、深看到的创业新机会，可能在农村给我们留下了一定的窗口期。

国家对发展农村电商非常支持。2017年的中央一号文件，把“农村电商”四个字已经明确地标出来了。农村电商和乡村休闲旅游产业、现代食品产业、宜居宜业特色小镇一起，共同组成新产业、新业态中的“家族四兄弟”。围绕着县域传统商贸业如何跟互联网相结合，让它们爆发出第二春，各级地方政府都出台了很多措施、政策。2014年，全国农村网购市场规模为1817亿元，2015年达到了3530亿元，而到了2016年，这一数字已高达4675亿元，成为中国电子商务新的重要增长点。然而，与高速增长在农村网购市场规模相比，农村电商渗透率依然低下。截至目前，整个农村电商的渗透率只有7%，低于10.8%的社会平均水平。2016中国数字消费者调查报告中有几组数据：在全国电商总额中的占比方面，一、二线城市差不多占49.9%，三线以及三线以下城市里面的人群已经达到了50%，也就是在电商总额上两者基本持平。

在电商的普及率方面，三线以及三线以下城市可能比一、二线城市的略微有差距，但是只要给农村和县域两年时间，这个差距一定能够赶得上。目前三线以及三线以下城市网购者的数量已经远远的超过了一、二线城市。

淘实惠的三个平台和两个支撑底层

我们希望在中国的二、三线城市里面有我们自己的地盘，希望建成类似7-11便利

店一样的服务站，给当地与附近的老百姓和居民提供物理上的58同城服务和物理上的淘宝服务。

从2014年底到2017年的3年时间，淘实惠已经覆盖了23个省，在300个县拥有服务站，33万多个村、镇、乡里面拥有淘实惠最基层的服务站。这些服务站的目的是实现三个平台和两个支撑底层。

淘实惠的业务体系主要包含3个服务平台：其一，服务于农村生活消费的B2C平台“智慧乡村服务站”，主要为农村消费者提供好的商品和城里一样便捷的生活信息服务。其二，服务于县域商贸流通的B2B平台“聚百优”，主要让这些服务站和其他农村小店能够方便、高效地进到好货。其三，服务于农产品上行的社区电商平台“顾乡”和“田觅觅”，主要连接在外务工人员与家乡的情感，并借助农村的淘实惠服务站，帮这类城市人群照顾家乡的亲人，同时通过商城的嵌入，帮助当地向城市人群提供农村土特产品。

淘实惠还联合相关企业建设了两大支撑底层：其一，县域智慧物流支撑底层“捷风物流”，主要解决农村物流中“最后一公里”的难题，通过集合存量的物流订单、增量的物流需求、返程物流的需求，提高县村物流的效率，降低物流成本。其二，县域经济的金融支撑底层“惠农金融”，主要通过分析当地商贸企业和农村小店的日常经营数据，为其提供经营上的金融支持。今年是淘实惠的第三年，我们的目标是先做到盈利，而且还盈利不错。第二个目标是希望整个淘实惠在全国有20到30万个服务站。第三个目标是整个交易额达到200亿元。第四个目标是希望增加每一个服务站的盈利能力。

招商银行——拥抱互联大潮 助力产业升级

招商银行总行交易银行部总经理助理 楚建忠

招商银行综合化服务方案

2011年以来,跨境电商一直呈现一个非常好的发展势头,在短短的将近5年的时间之内,跨境电商市场交易额翻了两番,虽然最近这一两年增速有所下降,但是与全国的外经外贸下降的趋势相比,我们的总量还是上升的,应该说在目前的经济环境下,跨境电商已经成为中国经济发展的新引擎、产业转型的新业态和对外开放的新窗口,未来的发展仍然是有非常大的空间。目前跨境电商以出口类的电商为主,同时在客群的结构方面,B2B占绝大部分。但是近年来发生了一个新的变化,B2C也在逐渐上升。

招商银行作为一家股份制商业银行,一直在利用互联网使招商银行产生后发优势。目前,我们依托于互联网的技术,成功地形成了几大优势品牌,比如说以一卡通为代表的零售银行,以网上企业银行为代表的交易银行,以跨境金融为代表的服务跨境电商的一系列产品的服务方案。这个服务方案简单地总结一下,应该是这样一个等式,就是3+2+1。“3”是我们通过银行的产品可以服务于客户的收入、支出和现金管理这样三个最基础性的需求。“2”是我们可以依托招商银行的海内外的布局,能够为我们的境内外的账户和境内外的融资提供一些相应的产品。“1”是随着跨境电商的发展,我们不可避免地要进入资本市场,一方面通过资本市场来筹资,另一方面也通过资本市场来获得更多的海内外市场。

招商银行助力跨境电商

对于跨境电商支付这个最基础的支付结算服务,招商银行的優勢有四个方面:第

一,我们的网上企业银行提供的产品功能相对比较全,大概有50多项。第二,模式相对比较新,我们可以通过PC端、手机移动端来提供网上的各种交易、支付等等。第三,人机交互的界面比较友好。第四,信息的交互比较及时。除此以外,我们这个平台还可以提供外汇汇率、邮包传递实时进度等各方面的查询。

在这个基础上,我们又致力于打造一个全新的网上银行功能,那就是跨境的银企直连。它把电商或者支付机构的财务系统与招商银行的网银系统完整对接,实现本外币双通道的打通,支持现有的全部业务场景。跨境电商监管有一些特殊的要求,我们结合了监管的要求对系统做了更新,完全实现了汇款的全流程自动入账、自动通知以及客户的自助确认,最终达到了管理更先进、更灵活、更高效率的结果。

招商银行的跨境金融板块有三个子品牌,分别是商贸通、财富通和资本通,商贸通和财富通是基于商品贸易支付结算、贸易融资等提供的产品服务,资本通是针对财物的避险保值。

我们的贸易融资充分利用“互联网+供应链”,提供全流程的解决方案,实现产、供、销、消一条龙的服务。比如说在供应链方面,我们可以提供供应链的融资,帮助大家降低采购成本。在B2C的时候,我们可以给消费者提供消费贷款以及信用卡等方面的服务。各位如果想在境内外的资本市场遨游,不管准备在境内上市,或者境外发债,我们都可以利用招商银行的境外分行和境内的投行业务,实现资本市场资源的优势配置。

嗒嗒巴士——出行领域新变革

嗒嗒巴士副总裁 刘甜

嗒嗒可解决公共出行的痛点

每天有5亿人上下班，开车太累，打车太贵，公交太挤，每一天的上下班对于都市白领来说就是一个梦魇。城市公共出行的规划并不是以城市的高峰值，而是以平均值来规划的，所以上下班的时候，道路最拥挤，地铁最难挤，公交最难上，这几年城市的交通压力非常大。总的来说，公共交通领域的痛点非常多，里面还包括缺少移动互联网及大数据分析平台，资源的配置效率比较低，交通的需求响应速度不足，业务模式单一，服务冷冰冰，出行的品质难以保障。对于运输企业来说，它们自身的压力也非常大，随着这几年的专车、网约车、私家车、共享单车的发展，运输企业日渐地发现自己的运营难以为继。

我们创造了一种新的舒适的集约化的出行方式——嗒嗒巴士，也就是一人一座，专车直达，根据预定的时间在你家附近接你，走公交专用道，中间不停站，直接把你送到工作的地方，整个时间不到传统出行方式的三分之二。车上提供了很多增值体验，比如说车载Wi-Fi，还联手肯德基、美团为用户提供早餐，包括之前做的睡眠巴士、直播大巴，未来还有VR大巴。我们把嗒嗒做成了一种舒适的、介乎于小汽车和公共交通之间的一种出行方式。这样就解决了公共交通的痛点。我们有一个口号：让中国白领上下班更有尊严。

嗒嗒是怎么做到的？

嗒嗒跟运输公司合作做了一个聚合平台，把运输公司周一到周五闲置的车辆拿来做了上下班的产品。平时这些车辆，周一到周五的时候闲置率非常高，通过这种方式把

用户的需求，通过智能化的系统形成线路，派单给这些运输公司，由这些运输公司来运营。这跟滴滴有点不一样，因为滴滴是一对一、点对点的服务，而我们派单的客户不是个人，是运输公司。我们的合作伙伴的车辆平均使用率提升了50%，车辆的月出行天数增加到了28天，极大地提高了他们的利润，让他们敢于运营车辆、持有车辆。

嗒嗒在这个市场份额中超过了60%，我们怎么做到的呢？就是打造专业的系统，有完善的终端平台、多元化的业务模式及强大的用户运营。

未来公共出行的发展趋势

1. 未来公共出行的发展方向肯定是智能化，包括互联网、物联网、大数据、云计算、AI。通过技术的手段不断地优化原本用户来做的事情。

2. 互联网端的连接。共享经济是最近这几年最有价值、最好的一个风口，比如最近的共享单车。所以共享、“互联网+”是我们看好的方向。

3. 新能源。我们积极地推进大巴的电动化，因为新能源是未来的一个非常重要的发展方向。电动化同时也带来了智能化。

我们平台上的电动车比起燃油车一年可以节省6万多元，这对于运营者来说是一笔非常大的节省。我们有专门的一整套的智慧出行平台，这个平台也会跟国内大大小小的公交公司合作。我们提供定制公交、手机一卡通、实时定位服务以及多样化的应用场景，让用户的体验变得更好。

嗒嗒是做共享出行的，我们的未来是绿色出行。减少尾气污染，一点一滴从我做起，为我们的未来、为我们的后代做贡献。

数据观察

◎深圳

《2016 深圳市互联网发展状况研究报告》发布

深圳市网络媒体协会正式发布《2016 深圳市互联网发展状况研究报告》。报告显示,深圳互联网普及率位居全国第一,在全球处于领先水平。截至2016年12月31日,深圳市网民规模达到965万,全年新增网民68万;网民渗透率高达84.8%,比全国平均水平高出31.6个百分点。其中,深圳市手机网民规模达到933万人,增长率为9.6%。深圳网民使用手机上网的比例为96.7%,在2015年基础上提升1.9个百分点,比全国平均水平高1.6个百分点。

作为一个年轻的城市,深圳网民结构也呈现出较为明显的特征。深圳网民以20-39岁人群为主,网民年龄进一步年轻化。20-29岁群体占深圳整体网民的41.8%;30-39岁群体占整体网民的26.5%;20岁以下群体、40-49岁群体占比分别为16.8%、

11.6%。

截至2016年12月31日,利用网络购物的深圳网民规模达到764万人,使用率为79.2%,高出全国平均水平15.4个百分点。而这其中,八成以上主要在手机端购物,其中22.3%的人“基本都是在手机端网购,在电脑上很少买”。除了网购以外,58%的深圳网民在网上预约过出租车,51.6%的网民预约过专车、快车、顺风车,21.3%的网民接触过在线教育课程。(来源:本刊编辑部整理)

《2016深圳IT产业发展报告》发布

市科技创新委发布《深圳IT产业发展报告》指出,深圳IT产业发展已进入新常态,体系结构有待调整。深圳将继续加大招才引

智的力度,提升IT产业竞争力。另外,还将通过引进学校、研究所等方式,提高基础研究能力,把产业推向更高端。

据市科技创新委主任梁永生介绍,去年,深圳电子信息制造业的产值达到1.6万亿元,同比增长7%;电子信息制造业规模以上工业增加值为4393.5亿元,占全市规模以上工业增加值的61%。2016年软件服务业收入5196.7亿元,继续保持15%以上的增速,实现出口额224.3亿美元,同比增长4.3%。据悉,2016年电子信息百强企业中,深圳共有18家入围,其中3家企业进入前10名,分别是华为、中兴和比亚迪。《深圳IT产业发展报告》还列出了未来几个重点发展领域,主要包括集成电路、云计算与大数据、智能硬件、新型显示、物联网、电子商务等。(来源:本刊编辑部整理)

海关: 我市出口总额实现24连冠

深圳海关对外公布,2016年,深圳市进出口总值3982.9亿美元,即2.6万亿元人民币,较1992年增长30.14倍,年均增长15.4%。其中深圳市出口值由1992年的66亿美元升至2016年的2374亿美元,年均增长16.1%,已连续24年位居全国大中城市第一。(来源:本刊编辑部整理)

中国“互联网+”指数发布 数字经济水平深圳名列第二

在在杭州举办的2017中国“互联网+”数字经济峰会上,腾讯研究院发布了《中国“互联网+”数字经济指数(2017)》报告。这份由腾讯公司联合滴滴出行、美团点评、京东、携程等企业,共享大数据汇聚而成的指数报告,是目前中国唯一的“互联网+”应用于公共事业、经济活动的数字化报告,

呈现了中国从沿海到内陆地区“互联网+”发展现状。

报告显示,2016年全国数字经济总量已占据全国GDP总量的30.61%,已成为国民经济的重要组成部分。在全国各城市数字经济总指数排名中,深圳位居第二,仅次于北京。广东、北京、上海、浙江、江苏、福建、四川、山东、湖北、湖南位居“互联网+数字经济指数”榜单排名前十。(来源:根据中国新闻网相关内容编写)

◎国内

商务部:一季度网络零售额达1.1万亿元 同比增25.8%

商务部市场运行司负责人指出,一季度全国网上商品零售额1.1万亿元,同比增长25.8%,增速与上年同期基本持平,占社会消费品零售总额的比重达到12.4%。重点零售企业网络零售额增速比超市、专业店、购物中心等业态增速分别高18、16.6和16个百分点。此外,随着城乡收入差距不断缩小和电子商务进农村等政策深化落实,农村消费增长明显加快。(来源:根据商务部网站相关内容编写)

中国互联网络信息中心第39次发布中国互联网络发展状况统计报告

报告显示,截至2016年12月,中国网民规模达7.31亿,全年共计新增网民4299万人。互联网普及率为53.2%,较2015年底提升了2.9个百分点。中国手机网民规模达6.95亿,较2015年底增加7550万人。网民中使用手机上网人群占比由2015年的90.1%提升至95.1%。中国网民中农村网民占比27.4%,规模达2.01亿,较2015年底增加526万人。中国网民通过台式电脑和笔记本电脑接入互联网的比例分别为60.1%和36.8%;手机上网使用率为31.5%;电视上网使用率为25%。

截至2016年12月,中国域名总数为4228万个,中国网站总数为482万个。中国企业使用计算机办公的比例为99%,使用互联网的比例为95.6%,通过固定宽带接入方式使用互联网的企业比例为93.7%、移动宽带为32.3%;此外,开展在线销售、在线采购的比例分别为45.3%和45.6%,利用互联网开展营销推广活动的比例为38.7%。(来源:本刊编辑部整理)

国家信息中心发布中国分享经济发展报告

2016年我国分享经济市场交易额约为34520亿元,比上年增长103%,共有6亿人参与,比上年增加1亿人。2016年分享经济企业的融资规模达1710亿元,比上年增长130%。2016年我国分享经济的提供服务者人数约为6000万人,比上年增加1000万人;分享经济平台的就业人数约585万人,比上年增加85万人。(来源:根据《中国分享经济发展报告2017》整理)

杭州启动“中国电子商务公共服务发展指数”项目

“中国电子商务公共服务发展指数”项目在杭州正式启动。该指数旨在打造中国电子商务公共服务评价体系,从政策法律、创业孵化、运营营销、配套物流、金融支付、数据分析、技术咨询、人才培养等多个维度,推动中国电子商务公共服务顶层设计统一化、服务体系标准化、发展方向明晰化,促进中国电子商务产业发展,积极服务“一带一路”建设。

目前,杭州已经实现265个区域的电商公共服务平台合作共建与互联互通,基本形成了以各区域政府机构、行业协会、科研院所、园区与电商企业等本地产业资源聚合和多方协作的服务机制。(来源:根据人民网相关内容编写)

行业动态

◎深圳

2017中国（深圳）IT领袖峰会举行

4月2日，以“迈进智能新时代”为主题的2017中国（深圳）IT领袖峰会正式举行。工业和信息化部副部长陈肇雄在致辞时表示，加快IT产业创新发展对深化供给侧结构性改革、促进经济转型升级意义重大。深圳是我国改革开放和创新发展的前沿阵地，深圳IT领袖峰会已经成为业界高端交流重要平台、引领产业创新发展的风向标。（来源：本刊编辑部整理）

深圳推动“互联网+”现代农业发展

2016年12月，深圳市经贸信息委发布《深圳市现代农业发展“十三五”规划》。《规划》提出信息化是农业现代化的重要制高点。深圳信息技术产业发达，农业企业产业化程度高，发展“互联网+”现代农业具有天然优势。《规划》提出发展多样化农业电子商务，培育引进国内外电子商务龙头企业及其区域总部、营销中心、数据中心、结算中心、研发中心等高端项目。发展大宗农产品网上B2B交易，实现大宗农产品线上交易。（来源：本刊编辑部整理）

深圳创建“中国制造2025”试点示范城市

市经贸信息委印发《深圳市深化制造业与互联网融合发展实施方案》，协同推进我市“中国制造2025”和“互联网+”行动，全面深化深圳制造业与互联网融合发展。

发展目标为，到2018年，深圳市制造业数字化、网络化、智能化、服务化水平显著提高，融合发展催生的新产品、新模式、新业态支撑新经济实现新增长。通过制造业与

互联网加速融合，规模以上制造业企业关键工序数控率达到50%，互联网销售普及率达到65%，互联网采购普及率达到70%。工业云企业用户达到4000家。（来源：根据《深圳商报》相关内容编写）

我市用“规则+标准”解决电商发展难题

针对日益增长的电子商务消费者投诉及不断产生的经济纠纷问题，市市场和质量监管委员会采用“规则+标准”制定《深圳市网络交易合同规则》，将消费者关注度较高的产品及服务领域，以“标准”的形式，对108个类别的电子商务合同进行规范，不仅推进了市场与生产领域监管的无缝衔接，而且解决了电子商务与现有合同法之间的矛盾。（来源：本刊编辑部整理）

深圳正式出台文件规范互联网自行车发展

市交通运输委、市城市管理局、市公安局联合发布《关于鼓励规范互联网自行车发展的若干意见》，自2017年4月20日起施行，有效期5年。（来源：根据《深圳晚报》相关内容编写）

我市57家企业获中央外经贸专项资金跨境电子商务资助

市经贸信息委网站公示2016年中央外经贸发展专项资金跨境电商类项目。其中，招商局国际信息技术有限公司等8家企业入选跨境电商综合服务类项目；深圳市海格物流股份有限公司、深圳市邻友科技发展有限公司等23家企业入选跨境电商供应链协同类项目；深圳市价之链跨境电子商务股份有限公司等25家企业入选跨境电子商务市

场开拓创新类项目；深圳市递四方速递有限公司入选跨境电子商务企业市场开拓综合服务项目扶持计划。（来源：根据深圳市经贸信息委网站相关内容整理）

罗湖牵手阿里共建“新外贸示范区”

罗湖区政府与阿里巴巴（中国）网络技术有限公司共同签署合作备忘录，共建“新外贸示范区”，将阿里巴巴公司在物联网、云计算、大数据技术及电子商务平台优势，与罗湖区创新金融、电子商务、商务服务、外贸综合服务等行业集聚优势结合，建立长期、稳定的战略合作关系，实现优势互补，互惠共赢。（来源：根据深圳新闻网相关内容编写）

朗华在深建立国内首家工业供应链体验馆

朗华工业体验馆开业典礼暨O2O项目启航仪式在深圳宝安沙井举行。朗华工业体验馆占地面积2460平方米，划分为朗华E中心、生产E馆、生活E馆三大核心区，集生产、生活、展示、体验、文化、培训、对接、洽谈等多功能为一体。

朗华工业体验馆属于朗华O2O项目的线下部分，与线上部分蜜蜂商城共同打造可体验、更优化、更实惠、更环保的共享生态圈。蜜蜂商城是国内首家工业4.0跨境电商集成服务平台。围绕工厂与工业生产与流通环节的核心需求，提供设备、半成品、原材料以及相关生产资料的代采、通关、物流、金融等供应链综合服务。（来源：本刊编辑部整理）

顺丰借壳上市A股

在继圆通、申通、韵达以及中通之后，“快递巨头”顺丰借壳鼎泰新材上市A股，鼎泰新材正式更名“顺丰控股”。据悉，2016年国内四家快递公司借壳上市后，首度公布年度业绩公告显示，圆通、韵达增长

靠前，净利润有望翻番，申通、顺丰也预计增长50%以上。四家公司中，增速最快的圆通、申通、韵达等通达系快递公司超过六、七成的业务来自电商件，电商件对快递公司利润增长推动明显。（来源：本刊编辑部整理）

我市商业银行纷纷以创新助力电子商务发展

在“互联网+”时代背景下，招商银行、工商银行、平安银行、农业银行等纷纷更新经营理念，创新金融产品，与新兴产业共同发展。

其中，招商银行深圳分行重点布局“互联网+供应链”及“跨境金融”，打造集结算支付、财务管理、融资融信、投资增值和零售金融的一揽子金融体系，全面满足电子商务领域B端和C端的金融需求。

工商银行深圳分行推出跨境电商综合金融产品“工银前海跨付通”，可为跨境进口电商企业提供从国内线上收单、支付信息报送到跨境资金结算、购汇、再到境外货款清分的一条龙资金流服务，为跨境电商企业实现“三单对碰、三流合一”提供了前所未有的强大金融支撑。

平安银行深圳分行推出针对跨境电商市场的服务产品“平安汇融通”，覆盖跨境金融、供应链金融和互联网金融三个领域，通过提供支付结算、平台服务、本外币、授信等服务，为跨境电商崛起提供相关配套金融服务。

深圳农行跨境电商业务目前主要涵盖三类：即分别针对支付机构、直邮进口模式、保税进口模式提供跨境电商服务方案。

值得注意的是，很多跨境电商非常希望直连银行。但是，国家外汇管理局目前只给了支付机构外汇支付牌照，而要求跨境电商在银行付汇仍然需要获得进出口资质和对外付汇资质，因此，跨境电商的发展仍存在一定障碍。深圳作为国家跨境电子商务综合试

验区, 建议在深圳注册的跨境电商企业先行先试, 可通过与银行直连实现系统自动化结售汇购付汇, 吸引跨境电商在深圳发展。

(来源: 本刊编辑部采编)

我市农村电商“卖货郎”成农业转型升级助推手

2月27日, 深圳卖货郎信息技术有限公司完成A轮10亿元人民币融资。卖货郎公司利用现代互联网科技, 集合电子商务、金融、物流等服务手段, 专注于工业品下乡和农产品进城。公司在线上搭建的“卖货郎商城”购物平台已覆盖全国23个省, 目前线下在全国范围内开设了218个电子商务县域运营中心和28500个电子商务服务站(乡、镇、村级), 实现农村信息和商务现代化。(来源: 根据《深圳商报》相关内容编写)

智能时装店落户深圳

3月21日, 智能时装商店泰莲娜智能时装商店, 正式落户深圳大浪品牌服装基地。该商店是由深圳华影时尚服饰有限公司携手深圳市远望谷信息技术股份有限公司共同创建。商店不但体现了科技体验感和购物便捷性, 更重要的是它利用了远望谷RFID(无线射频识别技术)的芯片技术, 解决了服装行业在生产、销售、仓库、管理上长期存在的痛点、难点和盲点问题, 使店铺的工作效率提高300%-500%, 经营成本降低20%-30%, 为传统服装品牌开创一个新的营销模式。(来源: 根据《深圳晚报》相关内容编写)

◎国内

工信部拟制定工业电商三年行动计划

国家工业信息安全发展研究中心张健透露, 工信部正在研究制定《工业电子商务三年行动计划(2017-2019年)》, 有望在今年9月正式推出。

所谓工业电子商务, 是指工业企业在企

业内及与上下游企业、客户和合作伙伴等相关主体间, 借助信息技术交易、交换、配送商品、服务、资源、能力、信息的过程。其本质是利用信息技术和网络资源重塑业务流程。就工业电子商务的发展以及《三年计划》的初步内容, 张健透露, 将提出开展工业电子商务创新发展培育、多元化市场主体培育、跨境发展培育、区域提升、发展环境完善和关键基础设施建设等六大行动。

(来源: 根据《21世纪经济报道》相关内容编写)

商贸物流“十三五”规划: 重点推动电子商务物流发展

商务部、发展改革委、国土资源部、交通运输部、国家邮政局制定《商贸物流发展“十三五”规划》。规划提出要大力发展电子商务物流, 引导向中小城市以及县、乡镇延伸服务网络, 形成“结构优化、功能强大、运作高效、服务优质”的电子商务物流体系。同时, 依托铁路、公路、水运、航空、邮政、供销合作网络, 完善电子商务物流布局, 构建连接城乡、覆盖全国、面向国际的电子商务物流体系。(来源: 本刊编辑部整理)

上海发布工业互联网三年计划

上海市政府办公厅公布《上海市工业互联网创新发展应用三年行动计划(2017-2019年)》。根据《计划》, 到2019年, 上海力争成为国家级工业互联网创新示范城市。上海工业互联网将聚焦电子信息、装备制造与汽车、生物医药、航空航天、钢铁化工、都市产业六类重点产业, 通过物联网、工业云、大数据技术促进“工业互联、数据互通、应用创新”等关键环节的创新突破, 实现制造业向智能化生产、网络化协同、个性化定制与服务化延伸等方向转型发展。

(来源: 根据上海《电子商务动态》相关内容编写)

(下转第12页)

征稿启事

《电子商务动态》编辑部诚挚地感谢各位领导和业内人士的关注和支持，真诚地希望该刊物能成为国内电子商务相关人士的交流阵地。

本刊欢迎政府主管部门、企业家、电子商务从业者、专家学者、科研机构、媒体等来稿。投稿邮箱：dsdt@szecsc.org.cn。来稿请采用word编排，每篇不超过6000字，并注明作者姓名、单位、通信地址、联系电话。稿件一经采用，即付丰厚稿酬。相信您的文章一定会为本刊增色。期待您的来稿！

《电子商务动态》编辑部