

<<中国电子商务年鉴>>

图书基本信息

书名：<<中国电子商务年鉴>>

13位ISBN编号：9787121166242

10位ISBN编号：7121166240

出版时间：2012-4

出版时间：中国电子商务协会 电子工业出版社 (2012-04出版)

作者：中国电子商务协会 编

页数：354

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<中国电子商务年鉴>>

### 内容概要

《中国电子商务年鉴（2010）》记录了2009年中国电子商务发展的进程，可以为读者全面了解近年来中国电子商务应用情况提供帮助；可以为行业管理和企业经营决策提供参考，在科研教育人员、企业与政府之间架起了一座桥梁。

本年鉴由概况篇、环境篇、市场篇、行业 / 企业应用篇、地区电子商务篇、协会工作篇、国际篇组成

。

## 书籍目录

第一篇 概况 篇第1章 专文 31.1 电子商务想逆势而上需解决三个问题 31.2 大力推进电子商务在各领域应用 71.3 电子商务还有巨大空间,任重道远 91.4 中国电子商务协会宋玲理事长致辞 101.5 商务部将在四个方面推动电子商务发展 111.6 从五个方面推进电子商务向纵深发展 121.7 2009年中国电子商务成长率将达到40% 131.8 电子商务企业应关注农村电子商务服务 15

第2章 2009年大事记 17

2009年1月 17

2009年2月 17

2009年3月 18

2009年4月 19

2009年5月 19

2009年6月 20

2009年7月 22

2009年8月 23

2009年9月 24

2009年10月 25

2009年11月 26

2009年12月 26

第3章 综述 293.1 全球电子商务发展态势 293.1.1 全球电子商务规模急剧扩大 293.1.2 各国电子商务高速增长 303.2 中国电子商务发展的最新进展与特点 323.2.1 中国电子商务发展的最新进展 323.2.2 中国电子商务发展的特点 343.2.3 中国电子商务发展的趋势 373.3 电子商务在国民经济发展中的地位和作用 393.3.1 发展电子商务有利于提升现代服务业在国民经济中的比重 393.3.2 发展电子商务有利于推动传统产业结构的转型与升级 403.3.3 发展电子商务有利于现代商贸流通体系的形成 433.4 中国电子商务发展面临的问题与挑战 44

第二篇 环境 篇第4章 电子商务发展的政策法律环境 494.1 立法与执法 494.1.1 工业和信息化部重新颁布《电子认证服务管理办法》 494.1.2 中央编办下发网游等综合执法部分条文解释通知 494.1.3 国家食品药品监督管理局换发《互联网药品信息服务资格证书》 504.1.4 湖北省信息化条例出台 504.1.5 中国国际经济贸易仲裁委员会网上仲裁规则出台 504.2 行政管理 514.2.1 关于同意广东省佛山市顺德区乐从镇为国家级电子商务试点的批复(工业和信息化部信函〔2009〕582号) 514.2.2 中欧电子商务圆桌会议在京举行 524.2.3 加快流通领域电子商务的发展 524.2.4 文化部、商务部发布《关于加强网络游戏虚拟货币管理工作的通知》 524.2.5 文化部发布《关于改进和加强网游内容管理的通知》 534.2.6 文化部发布《文化部关于加强和改进网络音乐内容审查工作的通知》 534.2.7 文化部发布《网吧连锁企业认定管理办法》 544.2.8 国家烟草专卖局等部门发布《关于严厉打击利用互联网等信息网络非法经营烟草专卖品的通告》 544.3 司法 554.3.1 中国首例网络反垄断案做出宣判 554.3.2 镇江网上销售侵权商品案被查处 554.3.3 百度“竞价排名”助不正当竞争案判决 55

第5章 电子商务市场信用建设 575.1 2009年中国电子商务信用建设概况 575.2 加强市场信用建设的行政管理 595.2.1 工商主管部门 595.2.2 人民银行 595.2.3 地方政府 605.3 企业积极开展电子商务信用建设 605.3.1 阿里巴巴 605.3.2 拍拍网 615.3.3 猪八戒网 625.3.4 百度网购平台 625.3.5 京东商城 625.4 我国商业信用体系建设的方向 62

第6章 电子支付环境 656.1 电子支付发展行政管理 656.2 电子支付手段使用快速增长 666.2.1 银行卡 666.2.2 非现金支付 676.2.3 电子支付 676.3 第三方支付服务 686.3.1 第三方支付规模 686.3.2 第三方支付机构监管 686.3.3 第三方支付应用领域的拓展 696.3.4 第三方网上支付企业 696.3.5 第三方支付的安全建设 71

第7章 物流环境 737.1 2009年中国物流环境概况 737.1.1 2009年中国物流环境建设的特点 737.1.2 国内电子商务企业物流中心建设发展迅速 747.1.3 电子口岸建设进一步推进 747.1.4 物联网研究逐步推进 757.2 主要统计数据 757.2.1 社会物流总额增长由降转升 757.2.2 社会物流总费用增长7.2% 757.2.3 物流业增加值增长7.3% 767.3 物流信息化发展问题 767.3.1 《物流业振兴规划》带来信息化机遇 767.3.2 公共物流信息平台意义深远 777.4 物流标准化进展情况 77

第8章 电子商务标准化环境 798.1 电子商务相关标准建设的基本情况 798.2 商务部颁布电子商务行业规范办法 818.3 标准推进 81

第9章 人文环境 839.1 电子商务宣传工作 839.1.1 各类媒体 839.1.2 商务部 839.1.3 中国电子商务协会 849.2 电子商务人才培养 849.2.1 学历教育 849.2.2 电子商务培训 869.2.3 网络教育 879.2.4 电子商务竞赛 889.3 电子商务理论研究 89

第三篇 市场 篇第10章 电子商务市场 9510.1 国家统计局数据 9510.2 CCID数据:2009年中国电子商务市场概况 10210.2.1 市场规模与特点 10210.2.2 2009—2010年市场结构分析 10510.3 艾瑞咨询电子商务统计数据及口径 10810.3.1 B2B行业统计指标及口径 10810.3.2 2009年中国B2B电子商务市场在线交易规模 10810.3.3 B2C+C2C行业——网络购物行业 11010.4 易观国际:2009年中国B2C市场大盘突破220亿元 113

第四篇 行业/企业应用 篇第11章 行业电子商务应用 11711.1 轻工行业电子商务发展概况 11711.1.1 造纸行业企业两化融合发展水平评估工作 11711.1.2 轻工行业企业人力资源信息化建设专题研讨会暨伊利集团eHR实施经验分享 11811.1.3 积极配合工业和信息化部开展信息化推进工作 11811.1.4 中国轻工业网建设工作 11811.1.5 企业电子商务典型经验 11911.1.6 行业协会重点工作 12011.1.7 保健品B2C电子商务行业分析 12011.2 服装行业 12111.2.1 我国服装电子商务呈现爆发式增长 12111.2.2 服装电子商务销售一路攀升,企业受益匪浅 12311.2.3 IBM乘驾

无锡商务云打造中国服装业电子商务平台 12411.2.4 服装业的电子商务生存方式 12611.2.5 服装业电子商务：蹒跚学步，继而奔跑 12811.2.6 服装电子商务“内外兼修、大小通吃” 12911.2.7 典型案例 13011.2.8 缝机行业电子商务现状分析 13211.3 国际贸易电子商务公共服务 13311.3.1 全球经济大环境对中国国际电子商务市场的影响 13311.3.2 国际电子商务用户需求的变化 13411.3.3 B2B国际电子商务运营商策略 13411.3.4 政府鼓励推广“区域国际电子商务平台” 13511.3.5 国际贸易全流程电子商务服务模式的探索 13711.4 大型零售企业电子商务 13811.4.1 我国大型零售企业发展运行情况 13811.4.2 我国重点大型零售企业电子商务的发展情况 13911.5 交通运输行业电子商务 14311.5.1 铁路电子商务 14311.5.2 民航电子商务 14411.6 保险业电子商务 14511.7 邮政电子商务 14711.7.1 邮政电子商务基础设施建设情况 14711.7.2 邮政电子商务发展情况 14811.7.3 中国邮政企业电子商务管理现状分析 14911.8 旅游电子商务 15211.8.1 旅游电子商务概况 15211.8.2 网络旅游服务规模 15511.8.3 网络旅游服务发展的特点 15511.8.4 2009中国旅游电子商务大会 15711.8.5 旅游电子商务企业品牌宽度、渠道深度、融资额度和用户黏度的比较分析 15811.9 农业电子商务 16011.9.1 农业电子商务现状 16011.9.2 我国农业电子商务存在的问题 16211.9.3 农业电子商务的发展策略建议 16311.9.4 案例 16511.9.5 农产品电子商务已成中国农业发展的重要方向 16811.9.6 我国农业电子商务的应用与发展 16811.9.7 部分地区农业电子商务发展 17111.9.8 各地电信运营商联合地方政府，开展多种多样的农村信息化建设 17211.10 贵重商品——珠宝电子商务 17311.10.1 珠宝业电子商务概况 17311.10.2 珠宝电子商务的发展现状及解决对策研究 17411.10.3 传统珠宝零售商向电子商务进化 17811.11 房地产行业 17911.11.1 房地产电子商务简况 17911.11.2 山东济南房产交易视频电子商务平台 179第12章 企业电子商务应用 18112.1 大中型企业电子商务应用 18112.1.1 宝钢东方钢铁 18112.1.2 海尔集团的电子商务应用创新 18212.1.3 环球市场集团 18712.1.4 阿里巴巴 19012.1.5 关于首信易支付（PayEase） 19312.1.6 浙江华瑞信息技术有限公司 19412.1.7 伟库全程电子商务 19712.1.8 凡客诚品（北京）科技有限公司 19812.1.9 网库电子商务 19912.1.10 金马甲产权网络交易有限公司——资产与权益网络交易公共服务平台 20112.1.11 广州盛成文化传播有限公司 20412.1.12 广州市久邦数码科技有限公司 20812.2 中小企业电子商务应用 21012.2.1 基本状况 21012.2.2 中小企业电子商务应用状况分析 211第13章 基础网络服务及交易类行业企业应用 21713.1 电子商务基础网络服务企业 21713.1.1 概况分析 21713.1.2 中国移动 22413.1.3 中国电信 22513.1.4 中国联通 22613.2 电子商务电子交易类企业 22713.2.1 阿里巴巴淘宝网、支付宝 22713.2.2 eBay易趣 22813.2.3 卓越亚马逊 22813.2.4 京东商城 22913.2.5 58同城 23013.2.6 百姓网 23013.2.7 赶集网 23113.2.8 芒果网 23113.2.9 携程旅行网 23213.2.10 去哪儿网 23313.2.11 世纪佳缘 23313.2.12 珍爱网 23413.2.13 百合网 235第14章 网络信息服务及娱乐行业企业应用 23714.1 网络信息服务类企业 23714.1.1 概况分析 23714.1.2 新浪——综合门户服务 23714.1.3 搜狐——综合门户服务 23914.1.4 网易——综合门户服务 24014.1.5 腾讯——即时信息服务 24114.1.6 百度——百度搜索服务 24314.1.7 雅虎（中国）——“搜索”与“一搜”服务 24414.1.8 搜狐——“搜狗”搜索服务 24614.1.9 TOM在线 24714.2 网络文化娱乐类企业 24814.2.1 中国移动——12530音乐网站 24814.2.2 新浪乐库 24914.2.3 A8音乐 24914.2.4 当当网 25014.2.5 盛大公司 25014.2.6 第九城市 25114.2.7 巨人网络 25214.2.8 空中网 25314.2.9 北纬通信 25414.2.10 优酷网 25514.3 其他新型电子商务网络行业企业 25514.3.1 亿玛公司和“亿起发”电子商务效果营销平台 25514.3.2 中华英才网 25714.3.3 前程无忧——51JOB 258第五篇 地区电子商务篇第15章 2009年我国电子商务区域发展情况 26115.1 各地电子商务发展总体情况 26115.2 平台建设和发展状况 26415.3 政策支持情况 26615.4 企业与地方合作促进电子商务发展 26915.5 各地在电子商务发展中存在的问题 27115.6 有关地区电子商务发展的报道 271第六篇 协会工作篇第16章 协会工作 28116.1 推进电子商务向纵深发展——2009年综述 28116.1.1 科学发展观是协会工作的指南，部领导重视发挥协会作用 28116.1.2 协会积极支持地方电子商务发展 28216.1.3 协会积极支持电子商务服务三农 28216.1.4 深入推进移动电子商务试点工程 28316.1.5 开创电子商务中小企业服务新格局 28416.1.6 法规、标准化与软课题服务 28416.1.7 协会积极开展电子金融活动 28716.1.8 协会开展教育培训和推进全国大学生电子商务竞赛 28816.1.9 重视推进国际交流合作 28916.1.10 营造电子商务文化新局面 29116.1.11 颁发中国电子商务十年贡献专家奖 29216.2 中国电子商务协会积极推进电子商务信用环境建设 29216.2.1 宋玲理事长当选为全国市场信用共建联盟第一届轮值主席 29216.2.2 积极开展企业信用等级评价工作，促进我国电子商务事业健康发展 29416.2.3 中国电子商务协会中国企业信用等级评价首批公示企业名单 29916.3 会议活动 30016.3.1 2009年中国（广东）国

际电子商务大会召开 30016.3.2 宋玲理事长出席第六届网商大会 30316.3.3 宋玲理事长出席2009中国（金华）电子商务峰会 30316.3.4 首届中国电子商务文化节在湖南长沙隆重开幕 30416.3.5 农业电子商务与信息化论坛 30416.3.6 “移动电子商务行业应用工程”在北京正式启动 30516.3.7 第三届中国电子金融发展年会 30516.4 地方协会活动 30616.4.1 第十二届中国国际电子商务大会杭州分会 30616.4.2 第七届海峡两岸网上投资贸易洽谈会 30616.4.3 武汉代表处年会 30616.5 中国电子商务协会义不容辞地积极开展标准化工作 30716.4.1 协会高度重视推进标准化工作 30716.4.2 推进行业标准建设 31016.6 人才培养 31116.7 国际合作 312第七篇 国际 篇第17章 2009年国外电子商务发展概况 31917.1 总体情况 31917.1.1 世界范围内，ICT产业高速发展 32017.1.2 金融危机中，基础设施建设为ICT产业带来机会 32017.1.3 北欧和北美信息化水平最高，中国进步最快 32117.1.4 区域间数字鸿沟依然严峻 32217.1.5 贫困地区的ICT价格相对较高 32317.1.6 电子商务成为企业关键战略 32417.1.7 美国2009年度用户电子商务满意度指数达到历史高位 32417.1.8 欧洲各国网购特点介绍 32517.1.9 美国2009年电子商务零售总额接近1300亿美元 32717.2 2009年全球电子商务市场概况 32817.2.1 市场规模与特点 32817.2.2 主要国家与地区的电子商务概况 33017.3 区域总体发展情况 33317.4 各国重视基础设施建设 33517.5 美国及欧盟电子商务立法现状简介 33817.5.1 美国方面 33817.5.2 欧盟方面 34017.6 国外电子商务发展动态 34117.6.1 两年来泰国电子商务大涨40% 34117.6.2 美国快线打造顾问式电子商务 34217.6.3 法国服装电子商务网络营销的比例在迅速增长 34517.6.4 电子商务推动DHL德国包裹公司快速发展 34617.6.5 电子商务平台推动英国网络营销 34617.6.6 日本电子商务的发展 34717.6.7 浅析日本、韩国移动电子商务的发展现状 34917.6.8 日本手机终端电子商务助推女装销售 35017.6.9 韩国2008年电子商务交易额大涨22% 35117.6.10 泰国电子商务交易持续升温 35117.6.11 越南：服务业旅游创外汇，电子商务保发展 35117.7 2009年法国电子商务综述 35317.7.1 整体情况 35317.7.2 网民购物情况分析 35317.7.3 主要电子商务网站排名 354

## 章节摘录

版权页：插图：第1章 专文 1.1 电子商务想逆势而上需解决三个问题 全国人大常委会副委员长 成思危 各位嘉宾，各位朋友，女士们，先生们，大家上午好！

很高兴今天来参加这个会，我想今天第一讲讲今天的经济形势，第二个是当前经济形势下电子商务如何逆势而上，更好地发展。

大家知道，由美国次贷危机触发的全球金融危机的演化的过程，是从战略危机到流动性危机，然后到信用危机，发生信用危机以后，受冲击的就不仅仅是虚拟经济，而是实体经济受到了很大的冲击。为什么呢？

因为发生信用危机以后，就出现了三个现象。

第一个现象就是银行惜贷，银行不敢贷款，怕贷出去收不回来。

第二个现象是投资者惜购，投资者怕投资出去了，收不回来。

所以尽管美国股市下跌，有的上市公司股价已经低于每股的净资产值，按道理说买这种股票十拿九稳，但是就怕背后有虚假信心。

第三个现象是消费者惜购，经济危机发生以后，消费者对经济前景不看好，所以在这种情况下，消费者能不买东西就不买。

由于实体经济的发展是靠银行贷款，靠投资，靠消费来拉动的，如果这三者都受到影响，实体经济肯定会大大下滑。

所以2009年根据预测，全世界的经济增长率可能就是在0%~1%，发达国家全是负值，发展中国家大概是4.5%。

这是今年的国际经济形势，是很严峻的。

中国相对来说稍微好一点。

因为第一是金融系统受到的冲击没有像国外发达国家这么大，这里有几点原因。

第一点原因是我们中国的金融系统都是政府在背后支持的，老百姓对我们政府，对我们的金融系统还是有信心的，因为他们知道银行不会垮，所以不会产生国外样的银行挤兑、抛售的情况。

第二个原因是银行不缺流动性，银行存款总额52万亿元，外汇储备将近2万亿美元。

国外的救市是向银行注资，我们是希望银行加速往外放贷，所以不缺流动性，这是第二个原因。

第三个原因是我国金融性不够发达，没有投资银行，没有金融衍生产品，没有评级机构，所以没有造成国外的现象。

所以，相对来说，我们受到的冲击比较小，流动资产也比较少。

所谓杠杆率，简单来说，就是一块钱的本钱能做多少钱的生意，假如杠杆率是40%的话，有2.5万元的本钱做100万元的生意，其他的钱都是借款，如果收益率高于借款利率的1%，那就赚大钱了，因为97.5万元可以产生很多的利息。

所以杠杆率高，从一方面来说表现为金融效益高；另一方面，杠杆率高，同时也表现为风险大。

因为大家知道，如果回报率低于银行借款利率1个百分点，那2.5万元的本钱连还本都不够。

所以，遇到这种情况，只有两个办法：一个是借新债还老债；另一个就是出卖资产，变现资产。

但是，当你的信誉被破坏以后，新的债主找不到，人家不愿意借给你，要想变卖你的资产，你的信誉降低了，资产价格也大大降低了，所以也卖不出多少钱。

这个时候就遇到了信用危机。

但是我国由于金融不发达，所以杠杆率低，效率低，同时风险也低。

国外商业银行一般的杠杆率是8%~12%，投资银行的杠杆率是20%~40%，房地美、房利美是因为有政府的支持，杠杆率最高时达到了62.5%，所以22万亿美元的自有资金，能发行5.1万亿美元的债券，我们没有这些问题。

最后一个原因就是金融监管系统还是比较谨慎的，所以遇到金融危机以后，我们有些事情就暂时缓了一下，比如创业板的退出、IPO、融资融券、股指期货等，所以金融系统受到的冲击不大。

但是中国的实体经济受到的冲击是比较大的。



## <<中国电子商务年鉴>>

### 编辑推荐

《中国电子商务年鉴(2010)》是记载我国电子商务发展的重大事件、重要文件、各行业、地区、企业电子商务的主要进展的编年史册和资料性工具书，其宗旨是贯彻和落实《中华人民共和国电子签名法》、《国务院办公厅关于加快电子商务发展的若干意见》和《电子商务发展“十一五”规划》，充分体现国家发展电子商务的战略意图，全面、系统、准确地反映中国电子商务理念、法规、技术、标准、各行业、企业应用方面新的重大进展，总结电子商务的经验教训，探索电子商务未来的发展方向。



版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>