

2010 我国电子商务政策解读与预测研究报告

(报告发布：中国电子商务研究中心分析师张周平、冯林)

目前，电子商务行业相关法规的匮乏现象正得到国家相关部门的高度重视。在从刚落幕的全国“两会”及相关部门工作会议上得知，国家多部门正在酝酿、制订多项电子商务政策，以扶持和规范电子商务产业的健康发展。

为帮助国内电子商务及其相关行业人士第一时间把握高层政策动态，我国电子商务研究机构中国电子商务研究中心特发布《2010 我国电子商务政策解读与预测研究报告》，力求通过对今年我国政府多部门力促电子商务法规出台的政策背景、市场背景、各部门关注法规的做详细解读，并对政策出台后对相关 A 股受益上市公司业绩影响进行独家预测。

一、政策背景：

在已落幕的全国两会上，很多议案依然成为人们关注的焦点，并未降温。人大代表、中国移动广东公司总经理徐龙建言制定《电子商务法》，便在行内掀起不小的波澜。同时两会期间，温家宝总理在作的 2010 年《政府工作报告》中也明确提出要加强商贸流通体系等基础设施建设，积极发展电子商务。

对此，中国电子商务研究中心电子商务分析师张周平认为，温家宝总理在政府工作报告中提到了要大力发展电子商务行业的发展，为国内电子商务行业注入了一剂“强心剂”。据悉，这也是首次在全国两会的政府工作报告中明确提出大力扶持电子商务。

2009 年 12 月，商务部发布了关于加快流通领域电子商务发展的意见，提出要扶持传统流通企业应用电子商务开拓网上市场，培育一批管理运营规范、市场前景广阔的专业网络购物企业，扶持一批影响力和凝聚力较强的网上批发交易企业。

商务部部长在 3 月 7 日召开的两会记者招待会上表示，目前管理层已对电子商务行业的发展“有了一些新想法”。而在近日，商务部新闻发言人姚坚也表示，加快农村流通体系的建设是今年商务部工作的重点。

作为国家战略性新兴产业的电子商务、物联网等目前已受到国家高层高度关注。而上述因素促使了电子商务法规的出台，电子商务也有望成为 2010 年国家重点扶持的行业之一。

另据中国电子商务研究中心通过对全球电子商务的监测显示：目前已经有 30 多个国家和地区制定了综合性电子商务法，比如新加坡《电子商务法》(1998 年)、美国《统一电子商务法》(1999 年)、加拿大《统一电子商务法》(1999 年)、韩国《电子商务基本法》(1999 年)、澳大利亚《电子交易法》(1999 年)等。

二、市场背景：

在国家相关部门着力酝酿出台一系列电子商务政策法规及优惠政策中，电子商务行业整个市场隐藏着的巨大发展潜力起到了不可估量的推动作用。为此，中国电子商务研究中心从电子商务的行业规模、资本关注、发展趋势等多方面市场因素进行全方位解读。

(一) 行业规模方面因素

据中国电子商务研究中心即将发布的《2009-2010 年度中国电子商务市场监测报告》显示，截止到 2009 年 12 月，我国规模以上电子商务网站总量已经达 1.75 万家；电子商务服务类企业营收累计达到 163.5 亿元人民币；国内使用第三方电子商务平台的中小企业用户规模已经突破 1250 万，中国网购用户的规模已经突破了 1.3 亿人；电子商务市场交易额达到 3.54 万亿元等。从以上数据中可看出，国内电子商务行业已整体跨入了厚积薄发后的爆发式增长阶段。

2009 年，各大电子商务平台交易额都快速上升，而网络购物零售额上升速度最快。作为电子商务模式中覆盖面最广的网络购物，发展的空间异常广阔。

（二）资本关注方面因素

近年来，随着大量新的电子商务模式产生，获得融资的电子商务企业呈逐年增长趋势。今年的政府工作报告提出要“积极发展电子商务”，更是让众多风险投资机构对未来投资电子商务充满信心。

在电子商务企业借风投融资的案例中，近期，B2C 电子商务企业京东商城确认，该公司已获得老虎环球基金领投的第三轮首笔风险投资，目前 7500 万美元已到账，今年年底前还有第三轮第二笔融资到账，总金额将超过 1.5 亿美元。而近日，新兴 B2B 公司敦煌网宣布完成第三轮千万美元级别融资。

春节后，A 股资本市场显示出了对电子商务题材与概念股的强烈追捧。此外，数十家风险投资机构也向中国电子商务研究中心表示，要求推荐具有创新商业模式与发展潜力的电子商务公司融资项目。不难判断得出：资本对电子商务投资的热情还将持续升温这一结论。

（三）发展趋势方面因素

电子商务作为网络化的新型经济活动，目前正以前所未有的速度迅猛发展，并且已经成为主要发达国家增强经济竞争实力，赢得全球资源配置优势的有效手段。而在我国，电子商务在消费市场中正占据着越来越重要的地位，作为一种新的贸易形式所具有的价值，它不仅会改变企业本身的生产、经营、管理活动，而且将影响到整个社会的经济运行与结构。

在国内电子商务发展的过程中，也呈现出了未来发展的必然趋势。如电子商务将呈现国际化发展趋势，国际网络经济和电子商务的巨商们早就看中了中国的潜在市场和无限商机，如百度与日本乐天的战略合作。无疑，网络必将成为跨国集团和国外企业的首选目标，投资热点和开发热点。

（四）网购发展方面因素

在网络购物迅猛发展当头，C2C 平台的广泛存在的假货及个人卖家售后服务问题，却成了阻碍我国网购健康、持续与稳定发展的重要因素。

在国内电子商务高速发展的背后，却因相关法规的匮乏，导致繁荣背后问题丛生，很多法律盲区让从业者、消费者无所适从。这时以引导和规范电子商务活动，防范和减少网上交易风险的综合性电子商务法显得极为紧迫。同时，电子商务在迅速发展的同时却遭遇传统法律规则和商业惯例的障碍，电子商务的又好又快发展迫切需要立法保障。

三、政策解读：

在目前国家多部门力促多项电子商务优惠政策出台之时，我们就其各部门关注的有望

出台的政策进行解读。而此前，中国电子商务研究中心就曾多次接到过国家商务部、工信部，就我国电子商务产业的调研与咨询。以下为中国电子商务研究中心为您解读的国家商务部当前的有关电子商务的四项工作重点：

政策一：支持传统商业企业进军电子商务，以网络销售带动门店销售。

近日，商务部透露，正草拟一份关于《支持传统商业企业进军电子商务》的文件，将对传统商业企业进军电子商务进行专项资金资助，以推动商业企业以网络销售带动门店销售。

对此，我们认为：随着电子商务正成为我国跨国贸易的重要工具，电子商务正由企应用（B2B）延伸到个人应用（B2C），逐步占据了更多群体消费习惯的中心，网络购物网络营销等电子商务行为正受到人们越来越多的关注。而国家相关部门提出将出台优惠措施，加大传统商业企业进军电子商务。传统商业企业有着良好的信誉及售后服务，如随着更多传统零售业巨头（如苏宁、国美、银泰等）涉足，此类阻碍网购发展的因素有望大大减少。

在传统商业企业进军电子商务行列中，以苏宁电器 B2C 网购平台“苏宁易购”较为典型。平台依托苏宁实体门店、品牌、配上、安装、售后网络等资源优势，通过网络零售，完善了传统零售连锁企业的渠道整合、弥补了渠道布局与区域覆盖空白，较好地配合了实体门店销售，其网销售业绩激增显示出激增态势，大有赶超京东商城、新蛋网、淘宝电器城之势。

政策二：对网购平台诚信体系、支付手段等方面予以支持和政策指导。

目前，中国网络购物已进入高速增长期，成为最具代表性的新型消费模式。但随之而来的投诉纠纷却成为制约网购发展的瓶颈。而在推进传统企业进军电子商务时，商务部透露：将会在网络平台的支付手段、诚信体系建设方面，给予传统商业企业更多的关注和政策指导。

对此，我们认为，对于网购而言，诚信体系和支付手段的建设显得尤为重要。若没有一个良好的诚信体系形成，将阻挡更多的人加入到网购的行列中来。而支付手段也同样重要，一个便捷、安全的支付手段将能为用户带来良好的购物体验，促进网购的发展，而适度多元化的市场格局，不仅有利于用户享受更好的服务体验，而且有助于防止“一强独大”的垄断格局。这方面，中国银联无疑率先进行了有益的探索。3月18日，拥有20.7亿张银行卡用户的这个银联宣布与除信用卡外全球最大在线支付处理系统 PayPal 合作，将允许中国银联用户在全球近800万网络商家购物结算。

政策三：推进实体市场和网上市场的结合。

随着电子商务的蓬勃发展，已成为传统专业市场的一种不可缺少的经营模式。在商务部促进电子商务发展的举措中包括，推进实体市场和网上市场的结合将成今年工作重点。

对此，我们认为：电子商务是国民经济和社会信息化的重要组成部分，各级政府应通过政策扶持、资金引导，大力扶持中国化工网、中国纺织网、中国服装网这类的专业网站，推进面向实体市场的第三方电子商务平台建设，发展行业电子商务和专业市场电子商务，推进各行业实体市场的电子商务应用。

不难预测：在未来几年，越来越多的实体市场涉足电子商务将成为趋势。对于实体市场与网上市场的有效融合，将为传统实体市场开拓另一巨大市场，两者结合将能达到优势互补的良好效果。

政策四：加快农村流通体系的建设，扩大网上消费群体。

商务部新闻发言人姚坚表示,要加快农村流通体系建设和扩大农村消费。2009 年 12 月,我国出台了《关于加快流通领域电子商务发展的意见》。意见指出,要提高社会公众对电子商务的认知度和参与度,开拓适宜网上交易的居民消费领域,培育和扩大网上消费群体。

对此,我们认为:中国互联网的“下一浪”无疑是拥有巨大消费潜力和 9 以人口的农村市场。2009 年国内消费市场实现了较快增长,农村消费规模增幅是 1987 年以来首次超过城市,增长潜力巨大。农村市场具有消费分散,流通设施落后的特点,农村商业经营成本高,而农村流通体系的建设将能有效的改善该局面,促进农村消费市场的发展。

与此同时,国内部分省市在此进行了有益探索,并摸索出了一条切实可行的道路。在中央一号文件指引下,2009 年中共浙江省委组织部在全省远程党教系统基础上,按照中组部“党员受教育、农民得实惠”的重要指示,联合浙江省经信委、农业厅、浙江电信、网盛电信等启动了“三纵一横”的农村信息化总战略,建设“时代先锋·农村信息化综合服务平台”(9191.cn)。仅半年已完成 66 个镇的农村综合信息化试点工程。而 2010 年计划建设 500 个乡镇平台,并力争 2011 年覆盖浙江所有千余乡镇,率先在国内实现我国农村信息化。

我们认为:该工程通过“三纵一横”的创新工作思路,以农村政务、商务、服务为纵,乡镇综合信息服务平台为横,把农村的乡镇政务、农民的电子商务活动以及相应的信息服务,经过资源整合,以互联网方式构建一个为“农民、农村、农业”提供政务、商务、服务“三位一体”的农村综合信息服务平台。这对提高社会公众对电子商务的认知度和参与度,开拓适宜网上交易的居民消费领域,培育和扩大网上消费群体具有重大现实意义。

四、受益上市公司:

我们认为,经历了金融危机和经济复苏两个阶段后,现在无疑正是我国政府层面加速扶持发展电子商务的最佳时机。而对于 A 股相关上市公司而言,当前亟需做的无疑是进军电子商务、开拓市场,提前占据市场“制高点”,从获取较大市场份额。

对此,中国电子商务研究中心认为:在政策指引与感召下,以及市场需求的推动下,电子商务产业的后期发展具备广阔的空间与市场增长潜力。因此,A 股这一领域相关受益上市公司有望获得资金的额外青睐与重点布局,此类板块个股是 2010 年重要的新生投资热点。

(一) 已上市纯电子商务公司

已经上市的电子商务平台无疑是电子商务行业政策扶持的最重要受益者,此类企业或受益于减免税及财务补贴。

目前国内已上市电子商务平台包括:内贸 B2B 服务为主的生意宝(002095),与严重依赖外贸 B2B 服务的焦点科技(002315),拥有医药电子商务平台的海虹控股(000503)和上海医药(601607)等。

(二) 开展电子商务业务的传统上市公司

开展或拟将涉足电子商务业务的传统行业上市公司,有望是电子商务行业政策扶持的重要受益者。这类企业主要受益于网购平台项目补贴与减免税政策。

据中国电子商务研究中心统计:目前国内已上市传统品牌制造企业通过自建电子商务平台,开展网络购物应用的主要有:报喜鸟(002154)、杉杉股份(600884)、罗莱家纺(002293)、鲁泰 A(000726)等。而中国国旅(601888)也拟用发行股票募集的资金建立一个国内首创的旅游电子商务平台。

（三）电子商务产业链相关企业

对于电子商务产业链上下游相关服务企业，则有望是电子商务行业政策扶持的受益者之一，该类企业主要受益于电子商务产业的发展而间接获益。

从事电子商务网站建设的三五互联（300051），从事电子商务软件的用友软件（600588）、恒生电子（600570）等，从事移动支付平台建设的拓维信息（002261），从事互联网运营服务的网宿科技（300017），从事仓储物流的中储股份（600787）等。

（四）流通领域上市公司的电子商务潜力。

流通领域上市公司的电子商务发展潜力，也不容我们忽视，该类企业或主要受益于减免税相关政策，主要包含三方面：大型国有零售企业王府井（600859）、武汉中百（000759）、百联股份（600631）等；连锁加盟企业苏宁电器（002024）、星期六（002291）、探路者（300005）等；批发流通领域小商品城（600415）、轻纺城（600790）等。

五、相关政策：

1、2009 年 12 月，国家商务部发布了《关于加快流通领域电子商务发展的意见》。

2、2008 年 04 月 24，为规范网上交易行为，促进电子商务持续健康发展，国家商务部起草了《电子商务模式范》和《网络购物服务规范》。

3、2007 年 12 月 17 日，国家商务信息化的主管部门商务部公布了《商务部关于促进电子商务规范发展的意见》。该意见出台的目的在于，希望能够促进电子商务规范发展，引导交易参与方规范各类市场行为，是防范市场风险、化解交易矛盾、促进电子商务健康发展。

4、2007 年 6 月，国家发展和改革委员会、国务院信息化工作办公室联合发布我国首部《电子商务发展“十一五”规划》。

5、2006 年 6 月，国家商务部公布了《中华人民共和国商务部关于网上交易的指导意见》（征求意见稿），有效的避免了网上交易面临的交易的安全性问题。

6、2005 年 4 月 18 日，中国电子商务协会政策法律委员会组织有关企业起草《网上交易平台服务自律规范》正式对外发布。

7、2004 年年底，在国务院办公厅信息化领导小组第四次会议上，温家宝总理主持通过了《关于加快电子商务发展的若干意见》。

六、名词解释：

1、**电子商务**：(Electronic Commerce) 是网络化的新型经济活动，即基于互联网、广播电视网和电信网络等电子信息网络的生产、流通和消费活动，以实现整个商务过程的电子化、数字化和网络化，而不仅仅是基于互联网的新型交易或流通方式。

2、**B2B**：Business To Business 的简称。指互联网企业以提供互联网展示推广平台的方式，为跨行业的各类企业的国际、国内贸易和即时沟通提供便利，同时也在线下为企业提供市场推广服务，特别是在交易会等场合的市场推广活动，是企业对企业的电子商务。

3、**B2C**：按电子商务的交易对象分类，即 BtoC，全称是 Business to Customer，是指企业与消费者之间的电子商务模式。一般以网络零售业为主，主要借助于 Internet 开展在

线销售活动。

4、**C2C**：按电子商务的交易对象分类，即 CtoC，全称是 Customer to Customer，是指消费者与消费者之间的电子商务模式。是个人与个人之间的交易，C2C 特点就是大众化交易。

5、**关于我们**：本报告编制机构中国电子商务研究中心，是我国最早创办、也是目前唯一一家以专注研究与传播电子商务、搜索引擎、网络营销、中小企业等为己任的第三方机构。目前已发展成为我国电子商务领域最具影响力的专业研究机构和新兴传播平台。

6、**联系分析师**：张周平：中国电子商务研究中心助理研究员、电子商务分析师、中国电子商务专家库专家；重点关注：B2B 电子商务、行业网站、信息化、电子政务等互联网主流应用领域；TEL：0571-85337328，E-mail：zzp#netsun.com，MSN：st.rugg@hotmail.com。
冯林：中国电子商务研究中心互联网与证券分析师；重点关注：新经济尤其是互联网类上市公司投融资、并购与上市动态，国内外资本市场尤其是中国“创业板”运行等；TEL：0571-85304967，E-mail：flin#netsun.com，MSN：rotilllove#163.com