

# 2012 年 Q3 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：二〇一二年十一月八日

# 2012年Q3中国电子商务市场数据监测报告

## (目录)

一、报告核心数据 .....	4
二、调查介绍 .....	6
2.1 报告目的 .....	6
2.2 研究方法 .....	6
2.3 报告执行 .....	6
2.4 报告时间 .....	6
三、数据篇 .....	7
3.1 2012年Q3中国电子商务行业整体监测数据 .....	7
3.1.1 交易规模 .....	7
3.1.2 人员数据 .....	7
3.2 2012年Q3B2B电子商务行业整体监测数据 .....	9
3.2.1 市场规模 .....	9
3.2.2 市场营收 .....	9
3.2.3 市场份额 .....	10
3.2.4 市场展望 .....	11
3.3 2012年Q3网络零售行业整体监测数据 .....	12
3.3.1 交易规模 .....	12
3.3.2 市场份额 .....	12
3.4 2012年Q3网络团购行业整体监测数据 .....	14
3.4.1 企业规模 .....	14
3.4.2 市场规模 .....	15
3.4.3 交易规模 .....	16
3.4.4 投诉榜单 .....	17
3.5 2012年Q3中国电子商务用户体验与投诉监测数据 .....	18
3.5.1 投诉数量 .....	18
3.5.2 投诉领域 .....	19
3.5.3 投诉榜单 .....	20
四、融资篇 .....	21
4.1 投融资金额 .....	21
4.2 细分行业融资 .....	23
4.3 投融资基金种类 .....	24
4.4 投融资城市分布 .....	24
4.5 融资单笔金额额度 .....	25
4.6 企业季度融资额 .....	26
五、动态篇 .....	28
六、报告附录 .....	37
6.1 名词解释 .....	37
6.2 编制机构 .....	39
6.3 研究报告 .....	42
6.4 联系分析师(部分) .....	46

# 报告编委会

## 主 编:

中国电子商务研究中心研究员、主任

曹 磊

(专栏: [http://100ec.cn/detail\\_man--313.html](http://100ec.cn/detail_man--313.html))

## 副主编:

中国电子商务研究中心 高级分析师

张周平

## 编 委:

中国电子商务研究中心 分析师

莫岱青

中国电子商务研究中心 助理分析师

姚建芳

中国电子商务研究中心 分析师

吴雪飞

中国电子商务研究中心 助理分析师

周 翔

联系分析师: <http://www.100ec.cn/research/>

# 报告鸣谢

值此《2012年Q3中国电子商务市场数据监测报告》成功出炉并顺利发布之际,我们对为本报告编撰过程中,提供数据、案例和观点的各电子商务有关部门、地方政府、行业协会,以及广大受访的电子商务企业对我们调研的支持,表示由衷感谢!(兹不一一列举)

# 一、报告核心数据

## 1.1 电商整体数据

**市场规模:** 2012年第三季度,中国电子商务市场交易额达2.05万亿,同比增长38.51%,环比增长9.6%其中B2B电子商务市场交易规模达1.7万亿,同比增长30%,环比增长3%;网络购物市场交易规模达2943亿元,同比增长36.9%,环比增加5.7%;网络团购市场交易总额达到86.13亿元,其余为其他业态的电子商务交易额。

**从业人员:** 截止2012年9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1420万人。

## 1.2 企业电商数据

**市场规模:** 据中国电子商务研究中心的数据显示,2012年Q3中国B2B电子商务市场交易规模达1.7万亿,同比增长30%,环比增长3%。

**市场营收:** 据中国电子商务研究中心的数据显示,2012年Q3中国B2B电子商务服务商的营收规模为40.5亿元,同比增长20.2%,环比增长12.5%。

**市场份额:** 据中国电子商务研究中心监测数据显示,2012年Q3B2B电子商务服务商营收(包括线下服务收入)份额中,阿里巴巴(阿里巴巴(开曼群岛)网络有限公司(HK.1688))占B2B市场份额继续减少,占39%份额,但仍处于相对领先的地位。

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。

**市场展望:** 根据目前市场的增长情况以及未来可能的市场因素估计,中国电子商务研究中心认为第四季度B2B电子商务市场将保持一定程度的增速,市场交易规模或将超过1.8万亿元。

## 1.3 网络零售数据

**市场规模:** 数据显示,2012年第三季度中国网络购物市场交易规模达2943亿元,较2011年第三季度同比增长36.9%,而与2012年第二季度环比增加了5.7%。

**市场份额:** C2C市场,数据显示,第三季度C2C企业市场占有率变化不大,淘宝集市占全部的94.6%,拍拍网占5.2%,易趣网占0.2%。

**B2C市场:** 数据显示,2012年第三季度B2C网络购物交易市场份额排名第一的依旧是天猫商城,占全部的46.8%;京东商城名列第二,占据21.5%;位于第三位的是苏宁易购达到3.8%;其他排名依次为:腾讯B2C、亚马逊中国、凡客诚品、库巴网、当当网、易迅网、新蛋中国。

## 1.4 网络团购数据

**企业规模：**根据中国电子商务研究中心监测，7月份运营中的团购网站数量为3010家，8月份为2950家，9月份为2880家。

**交易规模：**2012年三季度，我国网络团购市场交易总额达到86.13亿元，相较上季度有所上升。其中，7月的团购交易额为27.69亿元，8月为27.58亿元，9月为30.86亿元。从三季度三个月的交易额来看，增幅并不明显。

**市场份额：**2012年三季度，我国团购网站交易额TOP10的网站分别为：聚划算、美团网、糯米网、大众点评网、拉手网、QQ团购、窝窝团、满座网、千品网、F团。

**投诉榜单：**数据显示：糯米网、爱丽团购网、高朋网、拉手网、聚齐网、窝窝团、F团、like团、58团购、嘀嗒团成为2012年第三季度“十大网络团购热点被投诉企业”。

## 1.5 电商投诉数据

**投诉数量：**据中国电子商务投诉与维权公共服务平台数据统计显示，2012年Q3共接到全国电子商务用户通过在线、电话、邮件等多种形式的电子商务投诉23156起，同比去年第三季度减少6.51%，环比8月减少7.65%。

**投诉领域：**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年度第三季度网络购物投诉占电子商务类投诉54.3%，占据最大的比例，网络团购紧随其后，占据23.4%，第三位是移动电子商务，为4.3%，第四位是B2B网络贸易领域投诉，占比为1.2%。

**投诉榜单：**据中国电子商务投诉与维权公共服务平台统计，淘宝网（包括天猫、淘宝集市）、苏宁易购、库巴购物网、国美网上商城、当当网、亚马逊中国、易迅网、放心鞋网、1号店、腾讯电商是用户热点投诉对象。

## 1.6 电商融资数据

**市场规模：**2012年Q3监测到的已披露的中国电子商务融资事件共有20起，融资总额为127.86亿元，其中风险投资13起，融资金额为34.68亿人民币；企业并购案例5起，融资金额为4.39亿元。发行企业债券案例2起，融资金额为88.79亿元。

**细分行业：**汽车租赁B2C的融资金额占全行业（28.9%）位列全行业第一位，百货B2C网站占全行业（26.2%）排在第二位，之后则是奢侈品（7.8%）等。

**投资基金种类：**2012年Q3中国电子商务行业投资主要以外币为主，已经披露的外币投资投资金额占全部融资的64.4%，相比于外币投资而言，已经披露的人民币投资金额占总额的17.7%，与中国互联网行业相同，中国互联网投资仍以外币为主。

**投资案例城市分布：**2012年Q3从地域分布情况来看，电子商务企业融资主要集中在北京、上海等特大城市。其中，北京发生11起电子商务融资案例排名第一，上海已发生7起融资案例紧随其后。

## 二、调查介绍

### 2.1 报告目的

本报告对 2012 年 Q3 国内电子商务市场的行业运行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。

### 2.2 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。

### 2.3 报告执行

本报告由国内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 Q3 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所得。

### 2.4 报告时间

- 2012 年 7 月 1 日——2012 年 9 月 31 日（调查监测阶段）
- 2012 年 10 月 15 日——2012 年 11 月 7 日（研究成文阶段）
- 2012 年 11 月 8 日起（公开发布阶段）

### 2.5 报告声明

（1）由于绝大对数行业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、数据篇

#### 3.1 2012 年 Q3 中国电子商务行业整体监测数据

##### 3.1.1 交易规模

2012 年第三季度，据中国电子商务研究中心监测数据显示，中国电子商务市场交易额达 2.05 万亿，同比增长 38.51%，环比增长 9.6%。其中，B2B 电子商务市场交易规模达 1.7 万亿，同比增长 30%，网络零售市场交易规模为 2943 亿元，同比增长 36.9%。



对此，中国电子商务研究中心高级分析师张周平认为，全球经济依然不景气，外需疲软内需不足的经济形势直接影响到企业间市场行为，受此影响，电子商务整体交易规模增幅放缓。

##### 3.1.2 人员数据

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 年第三季度，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 1420 万人。



随着电子商务行业的发展，也带动了更多的从业者加入其中。未来5年，我国3000多万家中小企业将有半数企业尝试发展电子商务，预计到2012年底中国电子商务企业直接从业人员将达到265万人。



目前，随着电子商务的发展，电子商务相关的配套产业链也逐渐完善，滋生了如网店运营、网络推广、专业摄影、网络模特、移动电子商务终端APP开发等电子商务相关职业。

### 3.2 2012 年 Q3B2B 电子商务行业整体监测数据

据中国电子商务研究中心发布的监测报告显示，今年第三季度中国 B2B 电子商务市场交易规模达 1.7 万亿，同比增长 30%，环比增长 3%。市场营收上，各类 B2B 电子商务企业的营收规模为 40.5 亿元，同比增长 20.2%，环比增长 12.5%。

#### 3.2.1 市场规模

根据中国电子商务研究中心的数据显示，2012 年 Q3 中国 B2B 电子商务市场交易规模达 1.7 万亿，同比增长 30%，环比增长 3%。随着宏观经济的逐渐企稳，也带动了 B2B 电子商务市场的增长。



中国电子商务研究中心高级分析师张周平认为，从第三季度中可看出，各地纷纷出台意见发展电子商务，其中，广东省政府发布了《关于加快发展电子商务的意见》征求意见稿，表示将培育全国性电商平台和网商龙头企业，同时还举办了“广货网上行”活动。

浙江省商务厅和省财政厅联合下发《关于开展行业电子商务平台提升发展试点工作的通知》，推进行业电子商务平台提升发展。

随着各地促进措施的实施，更多的中小企业进入电子商务，也带动了 B2B 电子商务市场规模的发展。除广东、浙江外，温州加快发展电子商务“1+X”文件出台；河北出台了进一步加快电子商务发展的实施意见等。

#### 3.2.2 市场营收

根据中国电子商务研究中心的数据显示，2012 年 Q3 中国 B2B 电子商务服务商的营收规模为 40.5 亿元，同比增长 20.2%，环比增长 12.5%。

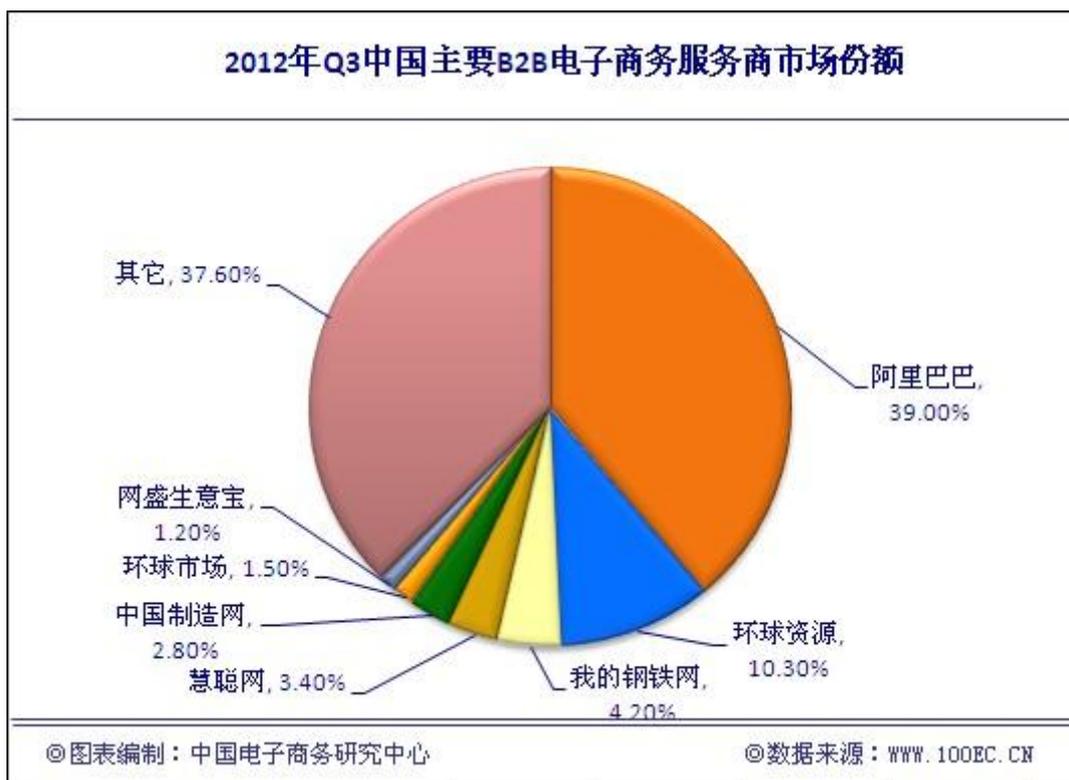


中国电子商务研究中心高级分析师张周平认为，由于今年经济大环境不景气，B2B 电子商务服务商整体增长乏力，三季度 B2B 服务商加强了营销推广力度，使得一些企业整体营业收入得到提升。但 B2B 服务商要改变困境，必须果断进行业务升级，寻找新的增长点。

### 3.2.3 市场份额

根据中国电子商务研究中心监测数据显示，2012 年 Q3B2B 电子商务服务商营收（包括线下服务收入）份额中，阿里巴巴(阿里巴巴(开曼群岛)网络有限公司 (HK.1688)) 占 B2B 市场份额继续减少，占 39% 份额，但仍处于相对领先的地位。

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。



该季度中，各大 B2B 服务商继续拓展销售渠道或调整战略拓发展。阿里巴巴集团调整淘宝、一淘、天猫、聚划算、阿里国际业务、阿里小企业业务和阿里云为七大事业群，组成集团 CBBS(消费者、渠道商、制造商、电子商务服务提供者)大市场，并开始了业务与人员方面的调整与整合。

此外，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”(sinopay.com)，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。

环球市场集团宣布斥资 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”。环球资源继续在展会上发力，首届在巴西圣保罗举办的“环球资源采购交易会”及“环球资源印度产品采购交易会”开幕。

对此，中国电子商务研究中心高级分析师张周平认为，受当前经济形势的影响，B2B 服务商只有为企业提供更为切实有效的措施，才能受到企业的青睐，而这也对各平台提出了更高的要求。

### 3.2.4 市场展望

根据目前市场的增长情况以及未来可能的市场因素估计，中国电子商务研究中心预测：2012 年第四季度 B2B 电子商务市场将保持一定程度的增速，市场交易规模或将超过 1.8 万亿元。

### 3.3 2012 年 Q3 网络零售行业整体监测数据

#### 3.3.1 交易规模

据中国电子商务研究中心监测数据显示，2012 年第三季度中国网络购物市场交易规模达 2943 亿元，较 2011 年第三季度同比增长 36.9%，而与 2012 年第二季度环比增加了 5.7%。



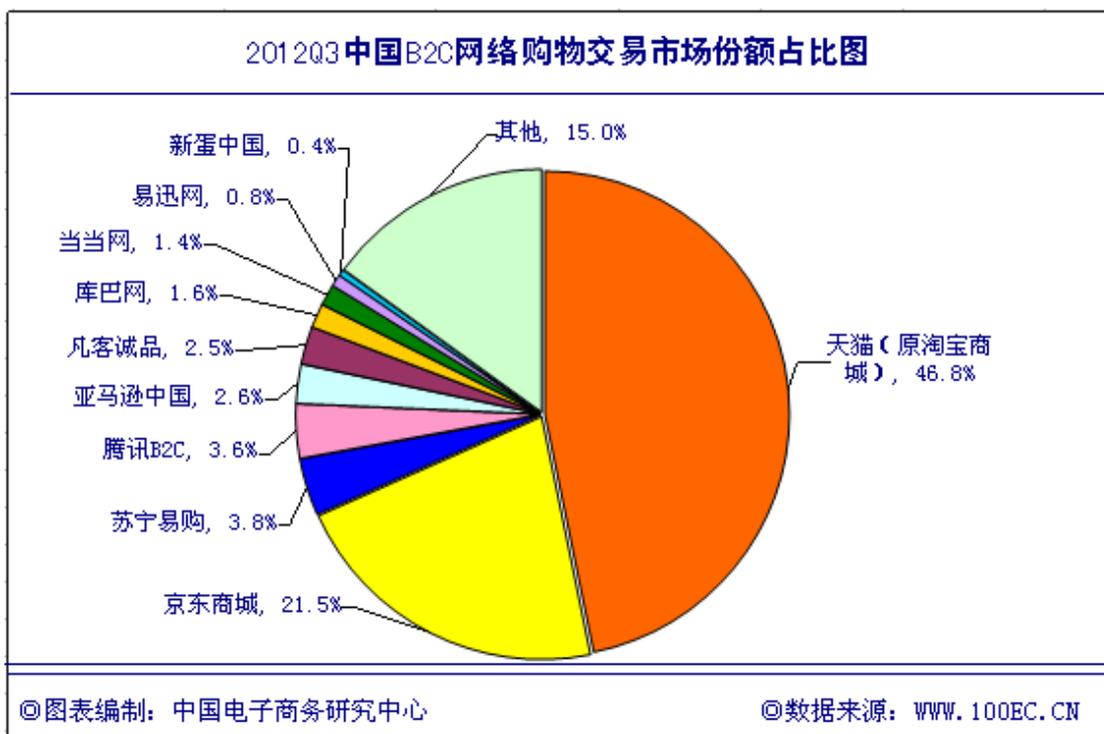
对此，中国电子商务研究中心分析师莫岱青认为，2012 年第三季度网络零售市场的增长其中一个原因就是价格战。价格战造就了一时之间的“眼球经济”，获取了大量的用户、流量甚至可观的收益。在第三季度我们也看到用户在网上海购物的习惯已经逐渐培养，对网络购物的依赖性也有一定程度的形成。

#### 3.3.2 市场份额

相较于 B2C 网络购物市场的火热，C2C 网购市场的发展相对不温不火。淘宝集市的绝对优势依然存在，在短时间内很难会出现强劲的“对手”。

据中国电子商务研究中心监测数据显示，第三季度 C2C 企业市场占有率变化不大，淘宝集市占全部的 94.6%，拍拍网占 5.2%，易趣网占 0.2%。





从第三季度情况来看，网络零售市场的格局变化不大，呈现一种相对稳定的状态。

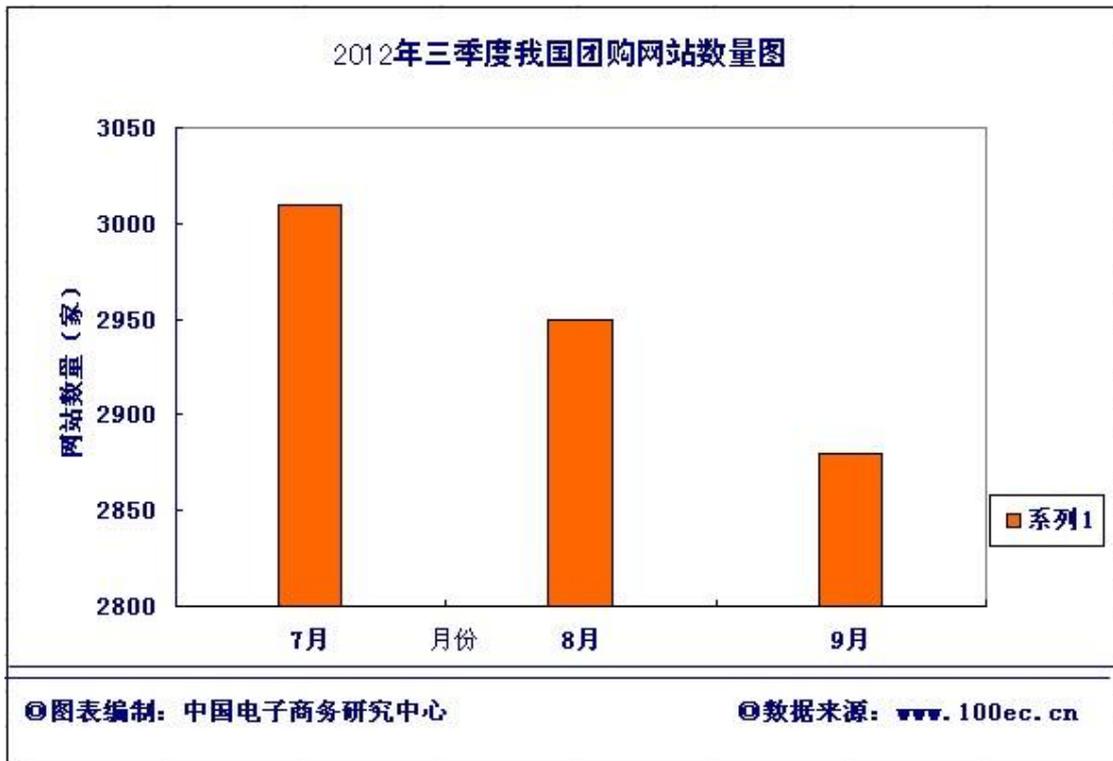
中国电子商务研究中心分析是莫岱青认为，B2C企业的价格战还将继续，并且会在第四季度的“双十一”、“双十二”、圣诞等日子迎来高潮。价格战短期内结束的可能性不大，它还将持续很长一段时间。

### 3.4 2012年 Q3 网络团购行业整体监测数据

#### 3.4.1 企业规模

2012年三季度，我国正常运营的团购网站数量呈现出平稳下滑的趋势，与上半年的“稳步上升”形成反差。从前三季度的团购网站数量发展趋势来看，呈“倒V形”结构。

根据中国电子商务研究中心监测，7月份运营中的团购网站数量为3010家，8月份为2950家，9月份为2880家。



对此, 中国电子商务研究中心分析师吴雪飞认为, 呈现这一趋势的主要原因有:

(1) 网络团购行业洗牌使得大部分团购网站困难加剧, 资金、盈利、转型、营销等各方面压力加大。

(2) 经营困境使得团购网站内部矛盾突出。三季度团购网站内部整顿由裁员撤站上升到了高级管理层, 不少团购网站出现高管离职的现象。

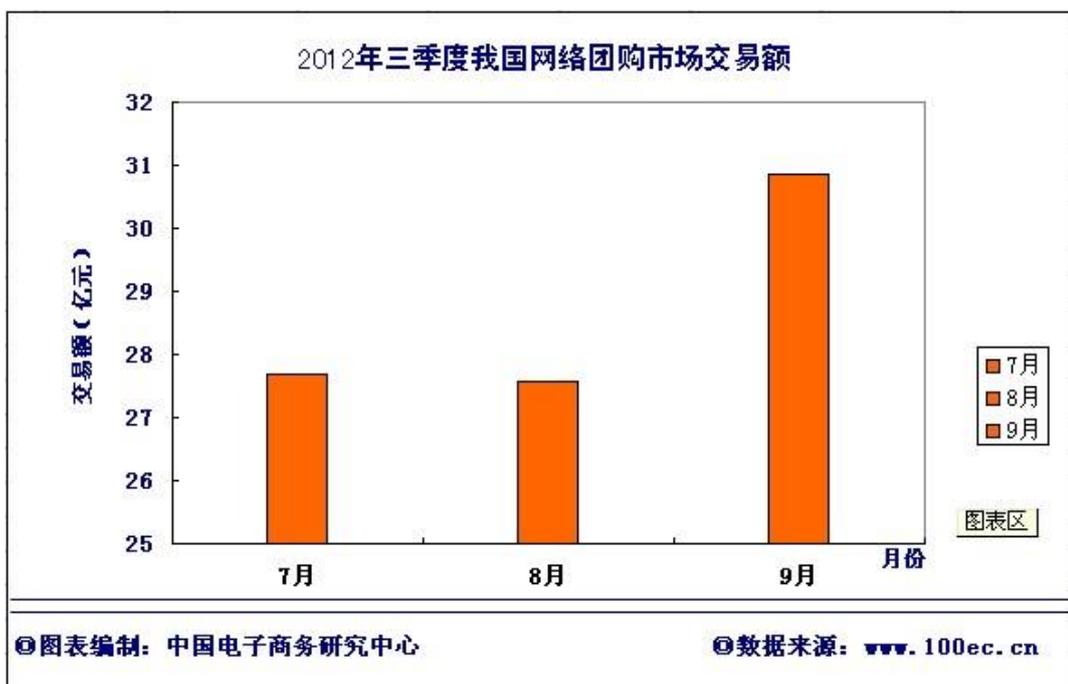
(3) 工商的监管在规范行业的同时, 也遏制了一些违规网站的发展。

中国电子商务研究中心预测: 团购行业洗牌将会日益“白热化”, 团购网站数量还将持续下滑。而几家大型团购网站如拉手网、聚划算、美团网、F团、团宝网、24券、满座网、糯米网等在行业内的最终排名仍有悬念。

### 3.4.2 市场规模

2012年三季度, 我国网络团购市场交易总额达到 86.13 亿元, 相较上季度有所上升。其中, 7月的团购交易额为 27.69 亿元, 8月为 27.58 亿元, 9月为 30.86 亿元。从三季度三个月的交易额来看, 增幅并不明显。

中国电子商务研究中心分析师吴雪飞认为, 呈现这一趋势的主要原因有: 9月份受中秋、国庆双节影响, 团购出现消费高潮, 所以交易额有所上升; 受团购网站负面信息的影响, 团购交易额涨幅不明显。



中国电子商务研究中心预测：未来团购交易额将继续保持稳定，直到行业格局稳定，才会有较大变化。预计，今年全年我国网络团购交易额有望达到 320 亿元。

### 3.4.3 交易规模

根据中国电子商务研究中心及团购导航网站领团网监测数据显示，2012 年三季度，我国团购网站交易额 TOP10 的网站分别为：聚划算、美团网、糯米网、大众点评网、拉手网、QQ 团购、窝窝团、满座网、千品网、F 团。这一新的格局相较 2012 年上半年有不小的变化，而且未来还将发生改变。



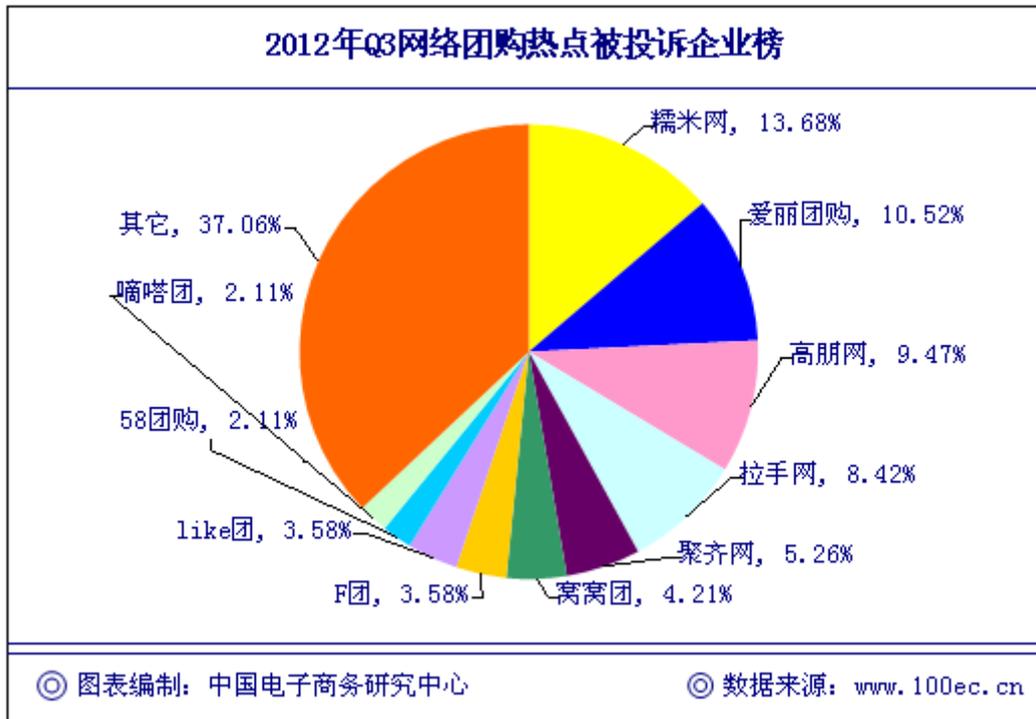
团购十五强贡献了中国团购市场 90%的交易额。由于尚无一家盈利，目前的团购十五强即将面临严重的分化。近期工商部门收紧跨地区团购网站的落地注册，无疑将会使得大型团购网站加速分化。撤销分站、专注资源优势区域将会是大型团购网站的新选择，这样可以降低工商注册带来的各项费用和牵扯的精力，规避不可预测的法律与监管风险。

中国电子商务研究中心预测，未来，排名前十的团购网站将占据越来越大的市场份额，而且团购网站间的差距将进一步拉大；行业内的洗牌仍将继续，大型团购网站同样面临生死存亡的考验；裁员、撤站以及高层换血等情况仍将存在。

### 3.4.4 投诉榜单

据中国电子商务研究中心监测数据显示网络团购在经历了兼并整合、行业洗牌之后，大型的团购网站数量逐渐减少，但同时也诞生了一批新的团购网站。

在投诉领域，拉手网、窝窝团、糯米网、高朋网等国内几家大型团购网站仍然是团购用户的主要投诉对象，而一些以爱丽团购为典型的中小型团购网站由于服务质量、诚信等问题，也遭到全国团购用户的大量投诉。详见下图：



**数据显示：**糯米网、爱丽团购网、高朋网、拉手网、聚齐网、窝窝团、F团、like团、58团购、嘀嗒团成为2012年第三季度“十大网络团购热点被投诉企业”。

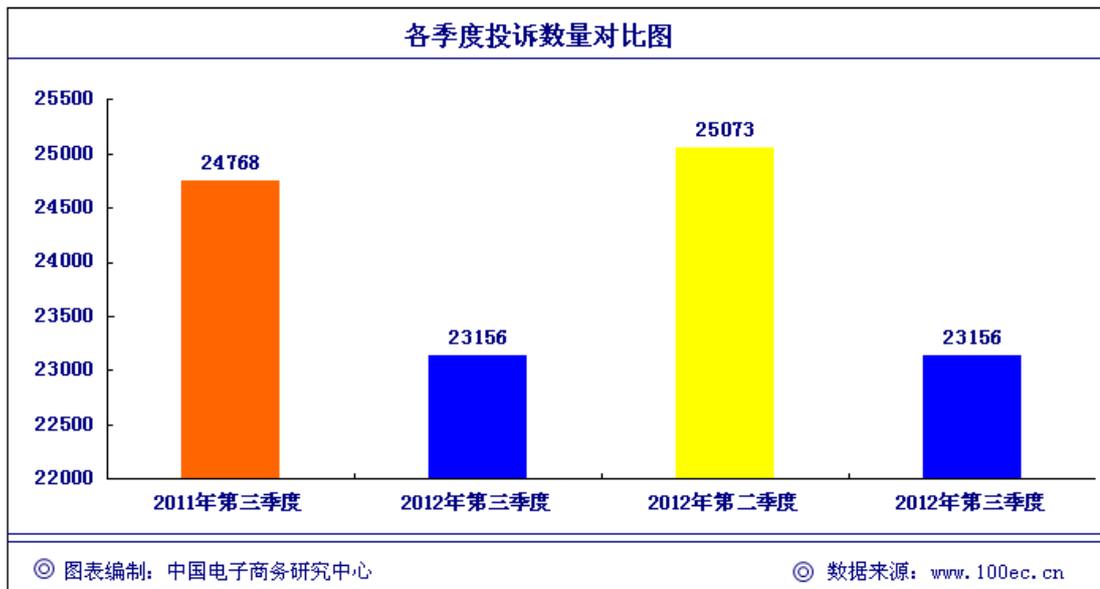
**分析点评：**用户账户安全成为团购网站近来继退款问题、服务缩水、发货迟缓等问题后的新的热点投诉问题。其中拉手网、糯米网、窝窝团、F团均被用户爆料出现账户资金安全问题。此外，爱丽团购网、like团在第三季度的投诉量较大，主要为不发货，涉嫌欺诈。

**中心建议：**团购网站需加强安全监管，保障用户信息、资金安全。同时，相关部门应当加强团购市场的监管，严厉打击一些不诚信的团购网站。

### 3.5 2012年Q3中国电子商务用户体验与投诉监测数据

#### 3.5.1 投诉数量

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台(<http://www.100ec.cn/zt/315/>)数据统计显示，2012年Q3（7月—9月）共接到全国电子商务用户通过在线、电话、邮件等多种形式的电子商务投诉23156起，同比去年第三季度减少6.51%，环比8月减少7.65%。详见下图：

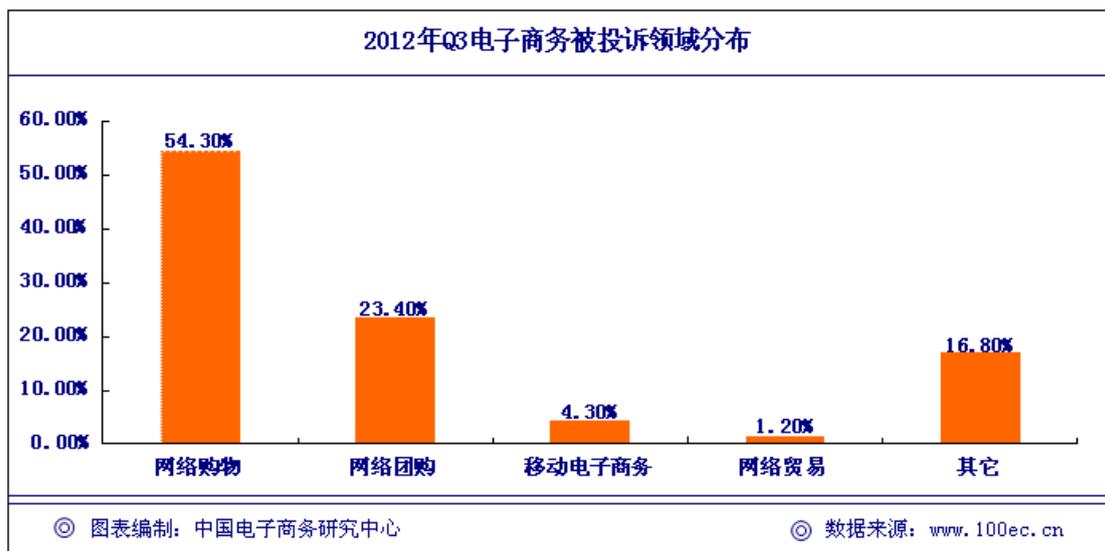


据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示：2012年第三季度共接到用户投诉为23156起，相比2011年第三季度减少1612起，同比下降6.51%；相比2012年第二季度减少1926起，环比下降7.65%。

分析：随着电商在下单系统、发货速度、物流配送、售后服务方面的逐步完善，用户购物体验有所提升，投诉数量相比去年同期有所减少。然而，今年6月国内知名电商参与的价格战，引起了一波投诉潮。而相比今年8月的电商价格战，6月的价格战更加真实，用户实际下单量或更多，由此带来的消费投诉较8月多。

### 3.5.2 投诉领域

网络购物（B2C、C2C等）作为电子商务最主要的构成部分，在用户投诉上网络购物占据最大比例。详见下图：

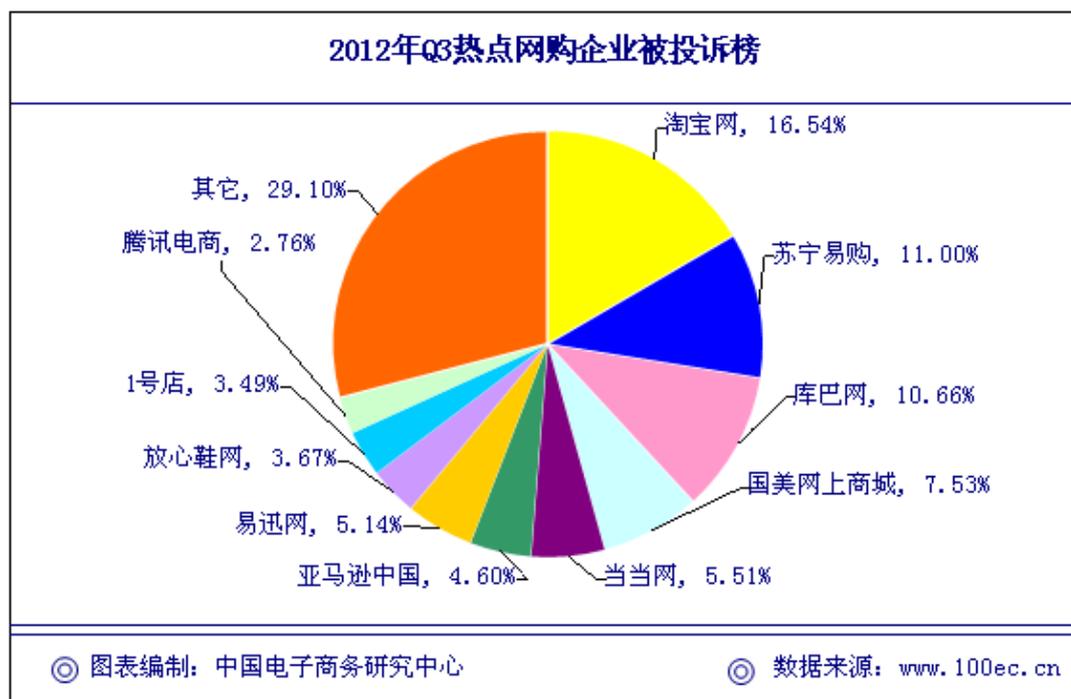


据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，2012年度第三季度网络购物

投诉占电子商务类投诉 54.3%，占据最大的比例，网络团购紧随其后，占据 23.4%，第三位是移动电子商务，为 4.3%，第四位是 B2B 网络贸易领域投诉，占比为 1.2%。

### 3.5.3 投诉榜单

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台统计，淘宝网（包括天猫、淘宝集市）、苏宁易购、库巴购物网、国美网上商城、当当网、亚马逊中国、易迅网、放心鞋网、1 号店、腾讯电商是用户热点投诉对象。详见下图：



图表显示：淘宝网（包括天猫、淘宝集市）、苏宁易购、库巴购物网、国美网上商城、当当网、亚马逊中国、易迅网、放心鞋网、1 号店、腾讯电商成为 2012 年第三季度“十大网络购物热点被投诉企业”。

分析：大型电商平台由于有众多商家入驻，并且商家经营素质良莠不齐。同时，平台类电商频繁的促销活动，带来一轮又一轮的销售高峰，因此在发货速度、物流配送、售后方面的服务质量或无法很好保障。

建议：平台类电商需加强对入驻商家的审核与监管，及时做好客户沟通服务工作。

## 四、融资篇

### 4.1 投融资金额

近年来，电子商务行业在全球得到了迅速的发展，网络经济成为带动全球经济发展的主要力量，电子商务企业则成为这次全球经济发展大潮的主角。在经济运行中，资金问题一直是电子商务企业生存与发展的关键因素之一。



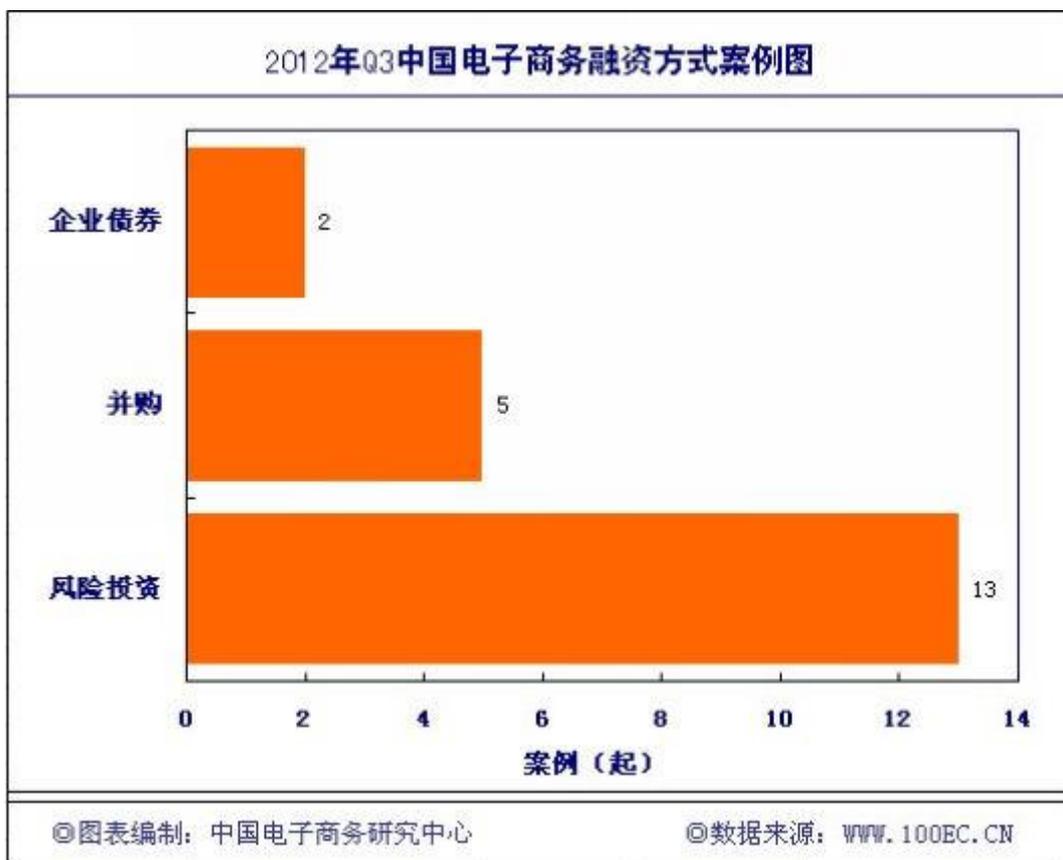
2012年第三季度，资本对电子商务的追逐相对保守。在2011年电子商务融资规模疯狂增长之后、中国电子商务企业估值已偏高，再加上国际融资环境的趋紧，整体融资热度有所下降。

据中国电子商务研究中心监测：2012年Q3监测到的已披露的中国电子商务融资事件共有**20**起，融资总额为**127.86**亿元，其中风险投资**13**起，融资金额为**34.68**亿人民币；企业并购案例**5**起，融资金额为**4.39**亿元。发行企业债券案例**2**起，融资额为**88.79**亿元。

在第三季度中国电子商务投融资市场中，电商企业的风险投资金额为34.68亿元，较去年同期有所下降。这与电商企业估值偏高，回报不确定以及国际融资环境不佳有关，风险投资机构观望情绪较重。



对于已上市的电商相关企业来说，发行企业债券是个不错的融资手段。第三季度中，苏宁电器（002024，SZ）和携程网（纳斯达克股票代码：ctrip）先后发行 80 亿元和 1.4 亿美元的企业债券，为企业募集到了长期发展资金，对企业发展非常有利。



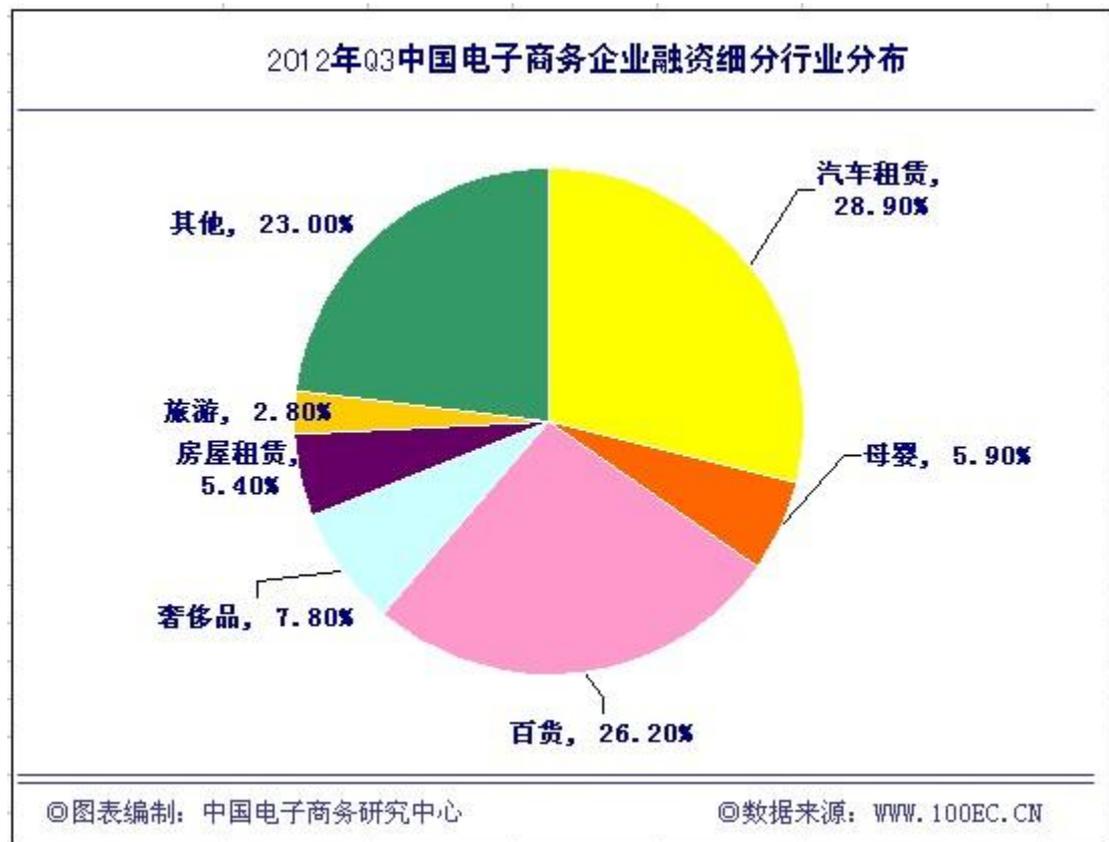
同时，第三季度电商企业并购也较往期活跃，据中国电子商务研究中心监测显示，第三季度总共 5 起电商并购事件，其中亿苏宁电器 6600 万美元并购母婴 B2C 红孩子最为典型。

红孩子被苏宁易购收购，也从侧面反映出资本希望沿袭以往互联网 IPO 经验已经越来越困难。这是资本希望沿袭以往互联网 IPO 经验的一个失败。

对此，中国电子商务研究中心助理分析师周翔认为，按电商目前的盈利规模情况还不足以达到能够规模性盈利的程度，IPO 的困难必然导致行业内 VC 投资的减少和收购案例的增多，电商“大鱼吃小鱼”的并购现象将越来越普遍。

## 4.2 细分行业融资

2012 年第三季度，细分电子商务企业投资相对集中，各类细分领域均有领头羊，未来，中小垂直自营类电商精耕细作市场仍具有较大的发展前景。



电商企业在融资金额及数量方面均刷新同期记录，同时，融资金额方面同比大幅扩大，在细分行业方面，汽车租赁 B2C 的融资金额占全行业（28.9%）位列全行业第一位，百货 B2C 网站占全行业（26.2%）排在第二位，之后则是奢侈品（7.8%）等。

其中，汽车租赁 B2C 的融资金额位列全行业第一位。原因是神州租车新颖的商业模式和广阔的未来发展空间赢得了风险投资的青睐。风险投资资金仍继续抢滩布局，在行业竞争上暂居领先地位。

对此，中国电子商务研究中心助理分析师周翔认为，随着行业内大型 B2C 网站的融资完成，市场竞争已进入白热化；中国 B2C 在资本的运作下纷纷走向 IPO。然而近期 IPO 市场的趋紧，导致 IPO 难发，VC 退出困难。风险投资进军具有新兴业务模式的电商的趋势越来越明显。

### 4.3 投融资基金种类

2012 年第三季度，海外融资是中国电子商务企业融资的重要途径之一。越来越多的电子商务企业获得了来自海外投资公司的投资。海外融资不仅能为处于成长期的中国电子商务企业获得宝贵的运作资金，也能加强中国电子商务企业与国外机构的合作。

现今，中国电子商务采用“VIE 结构”进行海外融资也变得越来越普遍，本季度苏宁电器收购红孩子事件也成为了 A 股上市公司收购 VIE 结构电商的范本，两家公司的交易涉及大量的架构、法律问题，此次交易成功的解决了上述问题，为未来类似交易提供了参考。



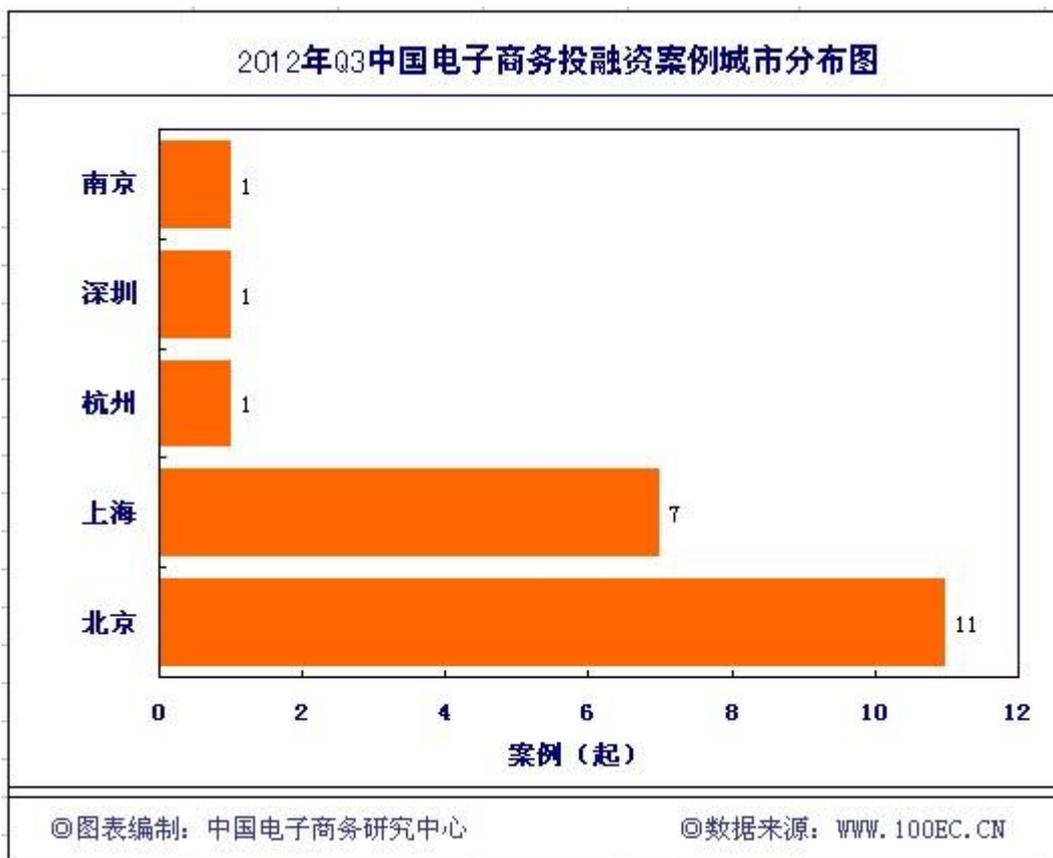
据中国电子商务研究中心数据显示，2012 年 Q3 中国电子商务行业投资主要以外币为主，已经披露的外币投资投资金额占全部融资的 **64.4%**，相比于外币投资而言，已披露的人民币投资金额占总额的 **17.7%**，与中国互联网行业相同，中国互联网投资仍以外币为主。

对此，中国电子商务研究中心助理分析师周翔认为，中国电子商务企业相比于国外成熟的企业来说，整体上还处于初升阶段，整体估值还偏低，投资回报的空间较大，这也是持续吸引国外风险投资进驻的原因之一。

### 4.4 投融资城市分布

2012 年第三季度，根据中国电子商务研究中心数据显示；从地域分布情况来看，电子商务企业融资主要集中在北京、上海等互联网与各类投资基金最为活跃的一线大城市。

其中，北京发生 **11** 起电子商务融资案例排名第一，上海亿发生 **7** 起融资案例紧随其后。



根据中国电子商务研究中心调查统计显示，目前的电子商务服务企业多分布在经济较为发达的省市，且电子商务配套产业环境良好，主要与其这些地方环境承载能力较强、政府扶持力度较大、经济和人口聚集条件较好有关。

对此，中国电子商务研究中心助理分析师周翔认为，电商投融资的地域集中性越来越明显，风险投资扎堆资金跟风的现象较为普遍。一方面，资金的支持促进了发达地区电商的进一步发展，另一方面，也为估值泡沫的破裂埋下隐患。

#### 4.5 融资单笔金额额度

在 2012 年 Q3 电子商务企业的单笔投资中，单笔投资金额主要集中在 1 亿元至 5 亿元这个区间，显示 2012 年 Q3 风险投资投资电子商务行业不再追求盲目估值的提升，而更重视价值发现，投资具有潜力的细分行业公司。



对此，中国电子商务研究中心助理分析师周翔认为：中国电子商务企业相比于国外成熟的企业来说，整体上还处于初升阶段，特别是细分领域方面，整体估值还偏低，投资回报的空间较大，这也是持续吸引国外风险投资进驻的原因之一。

#### 4.6 企业季度融资额

2012 年第三季度中国电子商务投融资是市场较前两个季度有所活跃，对于底蕴不深的中国电子商务企业来说，上风险投资是改善资本结构，提升行业竞争力，对于电商发展必不可少。

2012 年 Q3 中国电子商务融资案例监测表					
融资方	时间	投资方	融资方式	所属行业	融资金额
	 神州租车	美国华平	风险投资	汽车租赁 B2C	2 亿美元
	 上海希伊艾斯快递	红楼集团	并购	电商服务商	未披露
	 若邻网	海纳亚洲	风险投资	职场社交 SNS	未披露
	 红孩子	北极光、NEA、凯旋创投	风险投资	母婴 B2C	2000 万美元
	 天品网	嘉信资本领投	风险投资	百货类 B2C	1000 万美元
	 F 团、高朋网	/	并购	网络团购	/

2012年8月	 戴欧妮	金大幅	风险投资	奢侈品 B2C	2000 万美元
2012年8月	 大众点评网	红杉资本	风险投资	网络团购	6000 万美元
2012年8月	 1号店	沃尔玛	并购	百货 B2C	未披露
2012年8月	 苏宁电器	/	公司债券	百货 B2C	80 亿元
2012年8月	 天天快递	申通快递	并购	电商服务商	2500 万人民币
2012年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
2012年8月	 酒仙网	沃衍资本、华兴资本	风险投资	酒类 B2C	2 亿元
2012年8月	 酒美网	未披露	风险投资	酒类 B2C	1 亿元
2012年9月	 爱乐活	IDG、启明创投	风险投资	网络团购	5000 万美元
2012年9月	 蚂蚁短租	赶集网	风险投资	房屋租赁 B2C	1000 万美元
2012年9月	 中科金财电子商务公司	中科金财	风险投资	百货类 B2C	9000 万元
2012年9月	 阿里巴巴	/	回购	综合类 B2B	76 亿美元
2012年9月	 携程网	/	公司债券	旅游 B2C	1.4 美元
2012年9月	 蚂蜂窝	今日资本	风险投资	旅游 B2C	1500 万美元
2012年9月	 红孩子	苏宁电器	并购	母婴 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

据中国电子商务研究中心监测：2012年Q3监测到的已披露的中国电子商务融资事件共有**20**起，融资总额为**127.86**亿元，其中风险投资**13**起，融资金额为**34.68**亿人民币；企业并购案例**5**起，融资金额为**4.39**亿元。发行企业债券案例**2**起，融资金额为**88.79**亿元。

在第三季度投融资市场中，融资方式呈现多样化趋势。过去中国电子商务投融资市场主要以风险投资这种融资方式为主，本季度则呈现出上市公司发行公司债券，企业并购活跃的特征。

## 五、动态篇

### 2012年 Q3 中国电子商务与 B2B 行业动态

7月2日, 崂山区被国家商务部认定为全国首批“国家电子商务示范基地”。基地建成后, 将吸引电子商务企业的聚集, 直接为当地市民网购、公共事业支付、旅游体验等带来便利。

7月3日, 由宁夏新科动漫产业有限公司投资建设的西部首个动漫产业电子商务平台项目正式启动, 该项目总投资2000万元, 分2年组织实施。

7月5日, 我国首个“公路运力电子商务交易公共服务平台”在太原高新技术开发区研发成功并上线。

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10日, 阿里巴巴集团宣布, 将在集团管理层面设立首席数据官岗位(Chief Data Officer), 负责全面推进阿里巴巴集团成为“数据分享平台”的战略。

7月12日, 日前, 广东省经信委正式印发《广东省电子商务“十二五”发展规划》, 《规划》指出, 到2015年, 全省电子商务交易额翻两番, 突破3.2万亿元, 网络购物占社会消费品零售总额的比例高于全国平均水平, 企业网上采购和网上销售占采购和销售总额的比重超过60%和30%。

7月13日, 由上海市奉贤区人民政府主办的“上海南郊电子商务上线仪式”在奉贤区举行。

7月14日, 日前, 国际代工巨头富士康集团在阿里巴巴中国站发布了年度5000万采购信息, 广泛招募合适的供应商。

7月16日, 中国五矿集团与汕头市举行粤东物流总部新城电子商务基地揭牌仪式。

7月17日, 湖北省国际电子商务应用平台外商来华贸易对接会在汉举行。

7月19日, 小商品城公告, 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](http://laiwang.com)的iOS客户端正式上线。

7月22日, 温州加快发展电子商务“1+X”文件近日出台。

7月23日, 阿里巴巴集团宣布, 调整淘宝、一淘、天猫、聚划算、阿里国际业务(ICBU)、阿里小企业业务(CBU)和阿里云为事业群, 并由这七个事业群组成集团CBBS(消费者, 渠道商, 制造商, 电子商务服务提供商)市场体系。

7月24日, 日前, 据泉州市网商创业园负责人透露, 泉州市网商创业园正在筹建一个5万平方米的仓储物流项目, 服务众多进驻创业园的泉州电商企业。

7月24日, 近日, 河北省政府出台了《关于进一步加快电子商务发展的实施意见》。

7月26日, “煤炭行业电子商务供应链融资高层会议”北京召开, 同时全国性跨区煤炭

交易平台“煤炭现货电子交易平台”正式上线。

7月30日，“2012中国·南京电子商务及移动互联网趋势论坛”举行。

8月1日，据敦煌网透露，从2012年8月6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。

8月6日，由中科院湖南技术转移中心、大成科技、湖南日报携手推进的大成科技国家农村移动电子商务示范项目在长沙启动。

8月6日，阿里巴巴电子商务大厦启用暨花桥国际电子商务产业园开园。

8月7日，为加强对网络商品交易市场监管，潍坊市首家网络市场监管办公室成立，规范、监督、管理网络交易市场，潍坊网络市场从此有了“管家”。

8月7日，“中国中小企业金融信息化服务第一届年会暨四川家居电子商务平台启动仪式”在四川举行。

8月8日，敦煌网CEO王树彤表示，目前敦煌网正致力于发展适应于B2B的跨境贸易支付解决方案，并得到了国家主管部门支持和鼓励。

8月9日，广东省流通工作会议在广州召开，会上印发了省政府《关于加快现代流通业发展的若干意见》和《关于加快发展电子商务的意见》两个征求意见稿，意见表示，广东将培育全国性电商平台和网商龙头企业。

8月10日，日前，中国物产大宗商品电子商务平台在河北省级产业聚集区——迁安北方钢铁物流产业聚集区正式上线运行。

8月10日，华南(国际)电光源灯饰照明外贸交易平台正式上线，这也是全国首家具有外贸B2B交易服务功能的行业协会网站。

8月13日，河南省电子商务产业园签约暨启动仪式举行。

8月15日，新疆将制订电子商务发展规划，同时成立电子商务协会。

8月15日，首届“沈阳市加速发展电子商务座谈会”在沈阳国际软件园举行。

8月16日，由银川市组织企业开发建设的清真食品和穆斯林用品电子商务平台将于今年8月份全面开通。

8月16日，“首届中国电子商务发展开放论坛暨首届中国西部电子商务服务对接会”在成都举行。

8月17日，B2B电子商务平台万国商业网已经关张，17日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18日，石狮市电子商务协会成立。石狮市委书记张永宁等当地党政领导出席成立大会，拍鞋网总裁汪建聪出任首届会长。

8月22日，义乌网商协会外贸分会召开成立大会。

8月25日，日前，浙江省商务厅和浙江省财政厅联合下发《关于开展行业电子商务平台提升发展试点工作的通知》，推进浙江省行业电子商务平台提升发展。

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。

8月27日,阿里信贷即将面向阿里巴巴普通会员全面放开,不用提交任何担保、抵押,只需要凭借企业的信用资质即可。

8月30日,福建省经贸委近日联合省财政厅通知,在全省范围内(不含厦门)启动2012年福建省电子商务专项资金项目报送工作,拟对具有示范意义、产业拉动力强的电子商务平台建设、提升项目予以资金扶持。

8月30日,南通市电子商务商会宣告成立,大会选举产生了第一届商会会长、副会长、秘书长等人选。

8月30日,阿里速卖通于本周发布最新卖家违规处罚公告,根据前四周的数据统计,速卖通于本月处理违规会员已累计超过4500人。

9月3日,从武汉市发改委获悉,国家发改委最近批准将武汉4个电子商务项目纳入全国试点,平均每个项目获补贴400多万元,获批项目数居全国城市前列。

9月3日,江西省商务厅下发《关于加强我省电子商务工作的通知》,明确我省将建立和完善电子商务沟通联系机制,尽快建立电子商务统计体系,以点带面推进电子商务发展。

9月5日,十二五“电子认证创新应用”试点项目发布会暨“可靠电子签名及数据电文应用之电子缔约安全”项目启动会在北京国家会议中心举行。

9月5日,阿里巴巴发公告宣布,阿里巴巴中国站与淘宝网的帐号将实现互通。

9月6日,B2B市场新锐“永安国际”近日正式在深圳上线,来自全球100多个国家的终端客户参与了此次上线仪式。

9月7日,日前,抚顺市电子商务协会成立暨第一届会员代表大会在抚顺网商孵化基地举行。

9月8日,义乌商城集团将对其旗下的小商品城网更名为“义乌购”,新网站将于今年10月亮相,7万家商铺同步上线。

9月8日,第九届全球网商大会在杭州召开。

9月12日,郑州市跨境贸易电子商务服务试点项目启动仪式在河南保税物流中心举行。

9月12日,韩国SK集团电子商务总部正式落户成都成华区,打造电子商务全国总部及电子商务全国业务结算中心。

9月13日,阿里巴巴集团指责谷歌对宏碁施压,导致后者取消了一款基于阿里云系统的新产品发布计划。

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18日, 敦煌网透露, 科技部国家科技支撑计划课题“电子商务交易风险与欺诈防范”标准研制及应用示范工作已确定由敦煌网承担, 任务从2012年年初至2014年年底。

9月19日, 中投联合中信资本、国开金融等投资公司向阿里巴巴投资20亿美元, 这也是阿里巴巴刚刚完成的76亿美元的股份回购计划中银团融资的一部分。

9月21日, 重庆市获首批国家跨境电子商务服务试点, 国家发展改革委已同意将重庆市跨境贸易电子商务服务试点项目列入首批国家电子商务试点。

9月21日, 全国电子商务示范城市工商部门试点推进会在郑州举行, 郑州市工商局被确定为国家电子商务诚信交易试点单位, 国家总局和省局领导到场指导, 苏州、厦门、泉州等兄弟单位聚居郑州交流丰富经验。

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26日, 顺德首部《电子商务示范企业评选和认定办法》出炉。

9月26日, 丽水市首个青年电子商务创业园——云和青年网商电子商务创业园开园。

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不间断地分享给数百万家出口企业。

### **2012年Q3中国网络零售行业动态**

7月2日, 淘宝对外宣布, 目前已圈定一份300多人的恶意差评师重点打击对象名单, 均为团伙作案及频繁作案的恶意差评师。

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5日, 当当网宣布正式独家引入台湾东森购物, 以“台湾馆”形式上线。

7月9日, 凡客宣布联手小米在凡客平台上销售小米手机, 凡客方面表示, 第一批小米M1于当日在凡客官网上发布。

7月14日, 京东商城正式上线了租车业务, 首批已开通北京、上海、广州和深圳这四个城市共12个区的租车服务。

7月17日, 国务院发布《国务院关于大力推进信息化发展和切实保障信息安全的若干意见》(以下简称《意见》)。

7月19日, 由教育部共同主办的“全国电子商务运营高级师资培训班”在杭州举行。会上, 由中国电子商务研究中心携手专业电子商务人力资源服务商赢动教育共同编制的《2012中国电子商务人才状况调查报告》首度发布。

7月22日, eBay近日宣布, 将通过公开发行债券的形式来融资30亿美元。

7月23日, 交通银行与阿里巴巴共同宣布推出“交通银行淘宝旗舰店”。

7月27日, 广东省工商局正式出台《关于鼓励支持我省网络商品及有关服务健康发展的若干意见》, 首次明确网店经营项目不涉及前置审批的, 不强制要求办理工商登记注册。

7月28日, 京东商城宣布首次推出晚间配送服务, 用户如果日间无法签收货物可以选

择该服务。

7月29日，继行业龙头顺丰速运打造“顺丰优选”高端线上超市后，另一个快递大佬申通出资约3500万元打造的电商平台“爱买网超”，也正式上线。

7月31日，百度曾参与投资的B2C网站耀点100宣布停止运营。

8月8日，苏宁易购在北京宣布半年攻略以及三周年营销策略。苏宁集团副董事长孙为民表示，苏宁易购下半年将计划通过品类扩张、持续保持价格优势和服务升级的方式，保持70%以上的环比增长，确保200亿年度销售目标。

8月8日，当当正式推出团购业务，这一业务以开放平台为主，目前F团及高朋两家团购业务正式入驻当当网。

8月10日，京东商城房产频道正式上线，首期共上线了全国7座城市的18个房地产项目。

8月10日，央行日前发放第五批非金融机构《支付业务许可证》，不过与前四批相比最大的不同是，本批名单仅一家企业，而牌照的业务范围只是青岛市内预付卡的发行与受理。

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30日，互联网快时尚品牌凡客诚品正在酝酿与苏宁易购展开合作，凡客CEO陈年也于8月下旬到南京苏宁总部与苏宁多名高管会面。

8月31日，凡客旗下如风达快递正在大规模裁员，由原有26个城市减为6个城市，仅保留北京、上海、广州、深圳、西安和武汉。

8月31日，京东商城推出“次日达”服务，覆盖华北、华东、华南、西南、华中、东北六大区的150个城市，以满足不同消费者配送需求。

9月1日，杭州市工商局和天猫商城联合宣布，即日起对食品类目建立电子台账，今后卖家如未填写商品生产许可证编号、保质期、供货商等十四种信息，商品将无法上架发布销售。淘宝网也将执行这一机制。

9月3日，淘宝网正式开通恶意评价在线维权通道，淘宝卖家一旦遭遇恶意评价敲诈，可第一时间通过该通道进行维权。

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，近日，京东商城正式推出电子书“京东畅读卡”，迈出了电子书业务拓展的重要一步，此举或将让京东电子书赢得更多用户青睐，从而在激烈的市场竞争中脱颖而出。

9月7日，阿里巴巴启用支付宝国际账户 alipay account 上线，目前，国内支付宝账号和国际支付宝账号并不互通，域名 alipayaccount.com 刚被抢注不久。

9月8日，西班牙快时尚品牌 Zara 正式登陆中国网上商店。据悉，其线上平台将会和实体店铺同步同价销售全线商品。

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](http://www.vancl.vn),进一步拓展海外市场。

9月14日,网易悄然上线 [huihui.cn](http://huihui.cn),推出导购平台惠惠网,从搜索、导购方向布局电商领域。

9月14日消息,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17日,从腾讯电商获悉,该公司将在香港试水跨境代购,方便中国香港市民在中国内地网购,这也被称为是代购 2.0 版本。

9月17日,支付宝牵头成立商户安全联盟,通过安全技术、数据的共享,帮商户提升交易安全防御级别。

9月19日,亚马逊计划关闭其时尚购物网站 [endless.com](http://endless.com)。公司将该网站作为亚马逊主站的一个站内频道继续运营。

9月25日,中国快递行业协会召集 9 大快递公司,在上海专门为天猫的“双十一”网购狂欢活动召开物流协调会议。

9月27日,为了争夺淘宝网上开设的热门网店归属权,一对离异夫妻对簿公堂。北京市第二中级法院开庭审理了这起离婚后网络虚拟财产纠纷案。法庭上,双方对于网店财产能否转让、分配各执一词,凸显网络虚拟财产的法律空白。

### **2012年 Q3 中国网络团购行业动态**

7月3日,艺龙旅行网在其官方微博上向携程旅行公开宣战,首次正面回应携程团购价格战,称携程破坏价格体系。

7月4日,团购鼻祖 Groupon 联合创始人兼董事长勒夫科斯基(Eric Lefkofsky)通过博客宣布,将退出公司日常管理,专注风险投资业务。

7月5日,阿里巴巴集团向媒体发来官方声明称,原聚划算总经理阎利珉因“涉嫌非国家工作人员受贿罪”被杭州警方刑事拘留,案件调查正在进行中。

7月6日,团购网站 Groupon 宣布将在新加坡市中心开设首家实体零售店, Groupon 新加坡公司首席执行官 Karl Chong 表示,该商店可以让购物者快速兑换所购买的商品,同时也可以作为了解顾客需求的途径。

7月8日,国内团购行业五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9日,全球最大的中文旅行网站去哪儿网宣布,将投资 3000 万美元打造旅游智能化服务平台,并向所有旅游在线供应商免费开放其旅游服务平台,打造高服务品质的旅游搜索引擎。

7月9日,本地生活消费平台大众点评发布首份移动生活报告,报告显示,目前来自大众点评移动终端的日常浏览量已经超过来自 PC 端的日常浏览量。大众点评 PC 端依然在稳步增长,但相比较而言,移动端的增长更具爆发性。

7月13日,Groupon称该公司旗下印度网站已经移除了美国鹰(American Eagle Outfitters)和 Abercrombie & Fitch 零售商的至少两项服装团购交易,原因是其无权出售这些产品。

7月13日,相对于六月份数额达过百亿人民币的电商促销大战而言,在线旅游网站的促销金额也许并不能吸引太多人的眼球,但是携程的大手笔“挑拨”却让这个垂直电商领域价格战进入了“一触即发”的境地。

7月16日,淘宝网新推“返利模式”,或加速团购行业洗牌。

7月17日,嘀嗒团在与京东团购完成技术和运营对接,正式入驻京东商城团购频道后,嘀嗒团将接通当当网开放平台,与此同时,也将和其他知名电商网站陆续合作。

7月17日消息,领团网发布的2012上半年《全国团购网站普查数据公报》显示,到今年6月底为止,在自团购兴起的两年多以来,已有48%的团购网站相继倒闭或转型。

7月22日,依托平台类电商的大流量拓展销售渠道成为团购行业发展的趋势。国内本地服务商城千品网与58同城达成合作,正式入驻58团购平台。这是58同城开放平台后,入驻的首家提供本地服务的商城。

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。

7月30日,团购网站经过两年多的洗牌,千团大战的混乱已经落下了帷幕,桌面端的团购市场正在从狂欢到理性。截至2012年5月31日,在监测体系中关注的40家团购品牌中,仅17家品牌推出了手机客户端,比例不到一半。

7月31日,导航网站团800发布了《2012年上半年团购统计报告》,为业内主流团购网站们提供了一份半年期的“体检参考”。

8月1日,美团网CEO王兴公开晒美团网最新的运营成绩单,数据显示:美团网7月单月销售额已突破5亿元人民币。

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,微博今日传出吴波将要离职的消息,作为拉手网的创始人,吴波离职被分析人士猜测为“对赌失败”,原因是不得不取消的IPO计划。而另据消息人士透露,投资方已经接盘拉手,吴波已经被架空。

8月9日,继5、6月份传出58同城资金链紧张的传闻之后,近日又有知情人士披露,58同城团购全国团队日前开始裁员,涉及数百人,其团购负责人、副总裁徐贵鹏也将离职。

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11日,有消息称,24券COO兼创业合伙人彭雷离职,24券CEO杜一楠在接受网易科技专访时表示,彭雷因为家庭原因离开管理层团队,目前仍在24券负责部分业务创新工作。

8月14日,中国电子商务研究中心、中国诚信网络团购联盟发布《二〇一二年(上)中国

网络团购市场数据监测报告》(报告下载：[www.100ec.cn/zt/2010bgdz/](http://www.100ec.cn/zt/2010bgdz/))。

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16日，艺术品开始涉足团购引起业界热议。

8月18日，团800网站近日发布的《2012年上半年团购统计报告》显示，截至今年6月底，国内团购网站数量为2976家。

8月22日，烟台市工商局芝罘分局在市区范围内开展为期一个月的“网络团购整治月”活动，进一步净化网络市场环境。

8月23日，七夕节当天，团购网站纷纷推出“情人节”专场，所有团购产品类型中化妆品是主力。

8月24日，上品折扣与支付宝宣布达成基于O2O的战略合作，并联合推出商场O2O购物服务，支持消费者以手机支付宝拍摄商品二维码的方式在商场购物。

8月24日，大众点评推出独立的团购客户端“点评团购”。

8月28日，广东省经信委推动成立了“广东省电子商务标准化技术委员会”，着手制定电子商务标准化规划，规划中将加强有关网络团购的标准化建设，促进网络团购规范化发展。

8月28日，千品网CEO赵鹏通发内部邮件辟谣称，千品网与58同城为战略合作伙伴，并未挖角对方员工。

8月30日，阿里巴巴集团旗下聚划算事业群公布了2012年上半年数据。聚划算上半年交易额同比增171%，达68.7亿元。

8月30日，爱帮网开放战略延伸至团购领域，拉手网等国内主流团购网站与爱帮网达成战略合作，以利润分成模式入驻爱帮网团购开放平台。

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5日，人人网CEO陈一舟在接受外媒采访时表示，公司正寻求收购，但是收购对象“难以抉择”，公司尤其会考虑收购团购或移动游戏业务。

9月6日，团800日前公布统计数据称，仅一年多时间，中国团购网站的总数量又回到了2011年初的规模。

9月6日，拉手网内部传出消息，西北大区经理王楠，以及拉手网东三省大区、湖南站、天津站各自的3名负责人日前相继离职。

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7日，腾讯电商控股公司生活服务电商部总经理戴志康透露，腾讯目前正在大力发展“微信会员卡”这一业务，希望借此实现O2O中的SNS这一想法。

9月8日，网络团购市场在经过连续3个月低迷后，7月份逆势上涨，当月销售额直逼20亿元大关。

9月9日，西安7月份团购成交额首次突破5000万元大关，达到5373.4万元，同比增长138.3%。

9月12日，杭州九汛贸易有限公司的业务负责人杨嘉透露，窝窝团自5月开始推迟付款，截至8月31日，窝窝团共拖欠九汛公司货款总计93462.1元。

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，拉手网被爆有4名区域经理先后离职。

9月18日，几家本地知名网站上，不断有网友爆料团购遭遇退款难问题。

9月19日，团购导航网站团800公布了《2012年8月中国团购市场统计报告》。

9月21日，艾瑞咨询最新统计数据显示，上半年中国母婴网络购物市场交易规模超过200亿元，预计全年将达到610亿元，约占中国网络购物市场的4.3%。

9月21日，领团网发布《2012年8月全国团购市场统计报告》。

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24日，苏宁易购将推出团购频道。

9月25日，化妆品电商聚美优品终止了部分品牌商的合作，转而研发自有品牌。

9月26日，800的最新统计数据显示，双节之前餐饮类的团购销售额达到了1.5亿元。

9月28日，继入驻京东团购、当当网等团购平台之后，独立团购网嘀嗒团在昨日与58团购对接成功。

9月30日，聚划算公布了“淘宝双十一大促”聚划算部分的招商规则，所有参与聚划算双十一的店铺都需缴纳活动费用8万元和10万元的保证金。

## 六、报告附录

### 6.1 名词解释

●**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。

●**LBS**:英文全称为 Location Based Services,它包括两层含义:首先是确定移动设备或用户所在的地理位置;其次是提供与位置相关的各类信息服务。意指与定位相关的各类服务系统,简称“定位服务”,另外一种叫法为 MPS-Mobile Position Services,也称为“移动定位服务”系统。

●**SOLOMO**:即:Social(社交的)、Local(本地的)、Mobile(移动的),社交本地移动,即社交加本地化加移动,它代表着未来互联网发展的趋势。

## 6.2 编制机构

中国电子商务研究中心（China e-Business Research Center），于 2006 年底在“中国电子商务之都”杭州创办，是我国最早创办、也是目前唯一一家以研究与服务电子商务为己任的第三方行业研究机构。

近年来，由中心发布的各项电子商务数据报告屡获包括国家统计局、发改委、国新办、商务部、工信部、工商总局在内的多部委引用和认可。中心每年还通过有关“内部渠道”，不定期向中央发送内参，引起数位中常委高度重视与批示，并下发有关部委予以实施。

秉承一贯的专业性、科学性、权威性、中立性、前瞻性原则，中心每年度编制数十部各类调研报告，用于战略规划、政府调研、投资创业、并购 IPO、科研教学、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、政府咨询等诸多领域。

中心在全国各电子商务企业、各级政府有关部门、各地方行业协会、各大高校，各大新闻媒体支持下，取得了迅猛发展，行业内影响力与用户数与日俱增，并开发了多项紧密围绕电子商务为核心的各项专业服务，深受行业企业与从业人士内欢迎。

目前，中国电子商务研究中心正全力打造“中国首家电子商务产业链综合服务行业机构”，并面向 B2B、B2C、C2C、中小企业、网店卖家、网购用户、推出更多基于电子商务的纵深化增值服务，以更好满足用户对此需求。

通过多年在电子商务领域内的专注与积累，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、专业的研究分析资源、庞大的电商数据库资源，而且整合了广泛的社会传播资源、精准的百万用户资源等全国范围内的电子商务行业资源。

此外，中国电子商务研究中心现有各类全职工作人员 20 余人，拥有 100 余位兼职国内知名专业分析师、特约研究专家、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、行业协会机构等达成各类合作关系。

每年编制并公开发布电子商务主题的专业研究报告近百份，并接受企业定制各项报告，承接政府部门、行业协会与企业委托的课题研究、项目申报等专业研究工作，并拥有最新研发的国内领先的电子商务行业数据监测分析系统。

其中，研究中心官方网站（[www.100EC.cn](http://www.100EC.cn)）是我国百万电子商务业界人士与服务企业与产业链关联企业、千万电子商务应用大中小企业、亿万网购用户群体，以及电子商务有关师生、专家、媒体和行业有关部门，第一时间了解我国电子商务动态、掌握电子商务应用技巧、获悉国内外电子商务最新趋势与研究成果的首选平台，每日吸引了来自全球百余万电子商务用户访问。

中心还建立了包括“中国重点电子商务网站数据监测平台”、“中国电子商务专家库公共服务平台”、“中国电子商务投诉与维权公共服务平台”、“中国电子商务媒体记者公共服务平台”、“中国电子商

务投融资顾问公共服务平台”、中国电子商务会议资源公共服务平台、中国电子商务人才与培训公共服务平台、中国重点电子商务网站数据监测平台、中国电子商务投融资顾问公共服务平台、中国中小企业电子商务应用公共服务平台等“全国十大电子商务公共服务平台”等在内的十余项行业公共基础服务平台。

因此，无论是业界影响力与公信力、专业研究水平，还是资源整合能力、品牌推广能力，中心在国内均处于领先地位。中心也是“中国诚信网络团购联盟”（[www.100ec.cn/zt/tg](http://www.100ec.cn/zt/tg)）组织发起单位。

有基于此，中心面向“电子商务链”环节的 B2C、B2B、团购网、移动电商、服务商和网商等企业，以及各有关政府部门等核心用户群体，推出基于电商产业链的专业化解决方案，包括：研究报告定制、举办会议评选、法规规划编制、教学教材科研、城市招商引资、电商咨询顾问、投融资对接、项目评测论证等，推动了我国电子商务产业的长期、蓬勃发展。



## 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篇网络福转载报告观点、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、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 联系分析师（部分）

### 曹磊

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

• 专家专栏: [http://100ec.cn/detail\\_man--313.html](http://100ec.cn/detail_man--313.html)

• 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。

• 联系方式: TEL: 0571-87756579; E-mail: caolei@netsun.com; MSN: caocaohe@hotmail.com; 微博: <http://weibo.com/caoshu1979>

### 张周平

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。

• 联系方式: TEL: 0571-85337328; E-mail: zzp@netsun.com; MSN: st.rugg@hotmail.com

### 莫岱青:

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。

• 联系方式: TEL: 0571-88228186; E-mail: mdq1@netsun.com; MSN: modaiqing444@hotmail.com;

## 姚建芳

中国电子商务研究中心 网络零售部 助理分析师

•研究领域：重点研究关注用户在网络购物、网络团购、物流快递、网络支付等电子商务消费过程的投诉与维权，以及国内淘宝类 C2C 网店的用户网购推荐、促销导购、商品比购、售后服务等点评与建议。

电话：0571-87397953

邮箱：yjf8936@NetSun.com

微博：<http://t.qq.com/yjf8936>

## 吴雪飞

中国电子商务研究中心分析师

网络团购与网络经济部 主任

中国诚信网络团购联盟 秘书处助理

研究领域：重点研究、分析与评论：网络团购、网络欺诈、网络信誉、网络诚信等领域，以及“网络传销”行为调查。

联系方式：TEL: 0571-85337326; E-mail: wxf1@netsun.com; MSN: wxfnetsun@hotmail.com

微博：<http://t.qq.com/mufeng0909>

## 相关链接：

更多电子商务研究报告与相关服务，请点击电商解决方案：<http://www.100ec.cn/zt/cpfw/>

**编制机构：中国电子商务研究中心**

**发布时间：2012年11月8日**