

2015年度中国电子商务人才状况调查报告

编制机构：中国电子商务研究中心
杭州赢动教育咨询有限公司

发布日期：2016年3月29日



 中国电子商务研究中心
CECRC www.100EC.cn

电商要闻/评论/数据/报告
会议/信息图/实战干货

微信号：i100ec

目录（一）

一、报告概要

- 1.1 报告编委
- 1.2 报告特色
- 1.3 报告时间
- 1.4 调查目的
- 1.5 调查方法
- 1.6 调查执行
- 1.7 版权声明

二、2015年中国电子商务人才状况调查数据

- 2.1 问卷调查企业样本基本数据
- 2.2 电商企业人才现状重要数据
- 2.3 电商企业人才需求分析数据

三、2015年中国电子商务人才状况主要特征

- 3.1 特征一：行业仍然发展迅速，人才缺口大
- 3.2 特征二：电商人才稀缺，招聘压力大
- 3.3 特征三：企业人力资源成本逐年提升
- 3.4 特征四：企业人力资源管理难度加大



目录（二）

四、2015年中国电子商务人才问题矛盾及分析

4.1 电子商务人才问题核心矛盾

4.1.1 矛盾一：行业的快速发展与人才供应不足之间的矛盾

4.1.2 矛盾二：电商企业利润的降低与人力成本的上升之间的矛盾

4.1.3 矛盾三：企业对电商人才素质的要求与传统教育模式之间的矛盾

4.2 电子商务企业对人才的需求方向

4.2.1 人才需求结构

4.3 改善中国电子商务企业人才现状的思路与方法

4.3.1 优化电商企业的人力资源管理体系

4.3.2 升级当前的电商人才培养体系

五、关于我们

一、报告概要

1.1 报告编委会

●审 定：

中国电子商务研究中心主任、研究员 曹磊

（专家专栏：http://www.100ec.cn/zt/expert_caolei/）

●执行主编：

中国电子商务研究中心特约研究员、赢动教育 CEO 崔立标

（专家专栏：http://www.100ec.cn/detail_man--330.html）

杭州赢动教育咨询有限公司 项目总监 张进丰

●编 委：

中国电子商务研究中心高级分析师 张周平



一、报告概要

1.2 报告特色

——全面性：

报告对目前国内电商企业，分别从企业规模、招聘状态、人才压力、职业素质等角度切入，进行全面调研、解剖与分析；

——专业性：

针对各类电商企业开展广泛调研，调查对象包括：**B2C**企业、卖家、服务商等；

——权威性：

由我国最具影响力的“互联网+”智库携手专业电子商务人力资源服务商共同编制；

——独家性：

报告通过为期近一年时间对电商企业的人才需求进行深入调研，独家掌握一手调查数据；

——客观性：

以客观调研、统计数据为主，专家主观分析、评论为辅。

一、报告概要

1.3 调查背景

当前，中国电子商务已经强势崛起，传统的消费观念、物流体系、金融模式、人才结构等方面受到了电商的强烈冲击，电商在众多行业已经是以“颠覆者”的形象出现，传统的商业规则正在被逐渐改写。国家“十二五”规划把电子商务作为产业结构优化升级、转变区域经济发展方式的战略重点，明确提出要积极发展电子商务。

在行业快速发展的背景下，人才与诚信、物流一起成为影响电商产业发展的三大瓶颈。截止到2015年6月，中国电子商务服务企业直接从业人员超过**255万人**，由电子商务间接带动的就业人数，已超过**1835万人**。随着国家对电子商务政策的升温，未来3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，电子商务的人才需求更加趋紧。

从2000年来，教育部已经批准了339所本科高校和650多所高职高专设置电子商务专业，每年大约有10万多毕业生。

而数据显示，和电子商务庞大的人才需求量相比，我国高校电子商务专业对口就业率仅仅达到20%，远低于行业平均水平，电商专业也一度被教育部评为黄牌专业，说明高校不管是在教材的选用、实践基地的建设，还是在电商人才的教育和培养方面，都存在很大的欠缺。



一、报告概要

1.4 报告时间

- 报告调查时间：2015年04月-2015年10月
- 报告成文时间：2015年10月-2016年2月
- 报告发布时间：2016年3月29日

1.5 调查目的

- 了解中国电子商务企业普遍的人力资源现状，电子商务企业对人才的详细需求。
- 通过调查企业电商人才的现状、问题，进行深入了解、准确分析，在此基础上提出解决电商人才困局的思路 and 方案。
- 借鉴优秀企业的人才管理经验，帮助业内企业改善自身人才状况，助力企业快速发展。



一、报告概要

1.6 调查方法

- 针对国内典型电子商务企业人力资源部门进行问卷调查。

1.7 调查执行

- 本调查报告由中国最具有影响力的“互联网+国家战略”智库——中国电子商务研究中心，联合电子商务人力资源服务商——杭州赢动教育咨询有限公司，历经数月时间经对**305家**样本电商企业调查所得。

1.8 版权声明

- 本报告相关知识产权归中国电子商务研究中心和杭州赢动教育咨询有限公司所有，任何部门、企业、机构、媒体等单位引用本报告数据、内容，均请注明：“根据中国电子商务研究中心和赢动教育联合发布的《**2015年度中国电子商务人才状况调查报告**》”。

- 本报告仅为参考研究资料，不构成投资、决策等任何建议，由此带来的风险请慎重考虑，中国电子商务研究中心不承担因使用本报告信息而产生的任何责任。



二、2015年中国电子商务人才状况调查数据

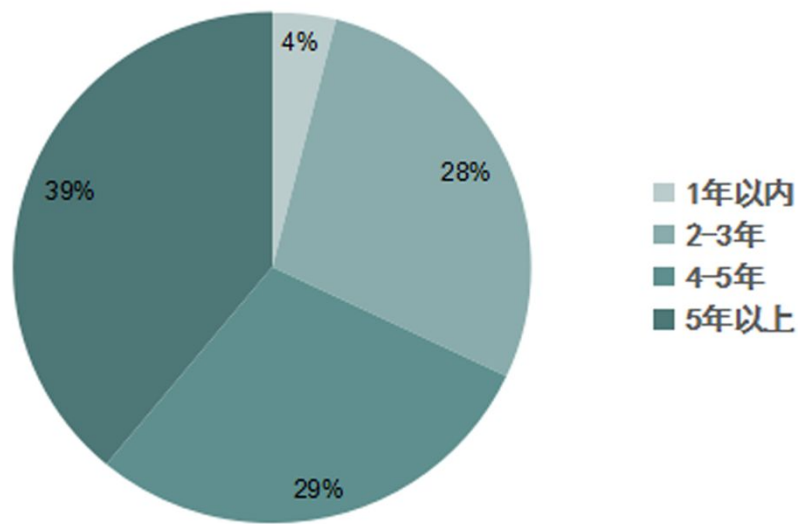
2.1 问卷调查企业样本基本数据

1、电商企业设立年限

在调查企业中设立年限1年内的企业占**4%**，2年-3年的企业占**28%**，设立在4年-5年内的占**29%**，设立超过5年的占**39%**。

点评：2年以上成熟企业占了绝大部分，因此调查数据准确反映了行业的核心发展状态。

被受访企业设立年限

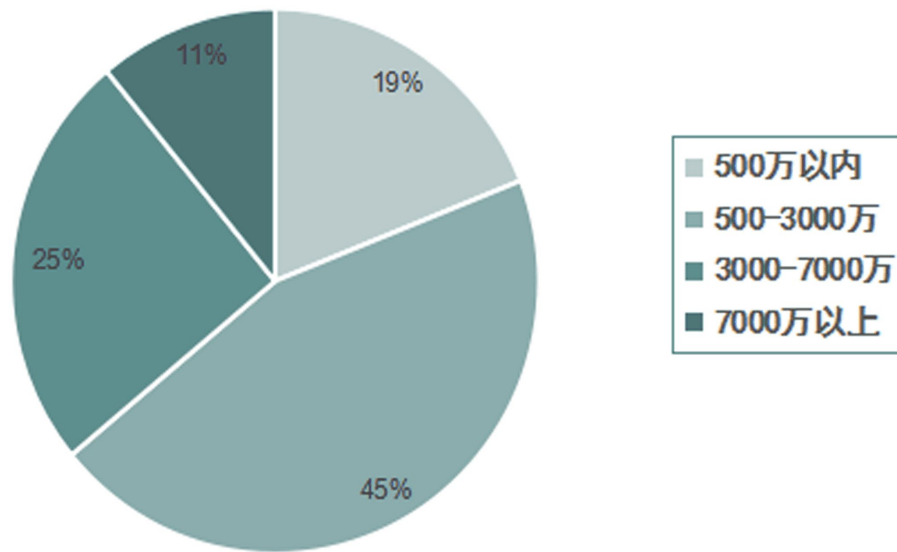


图表编制：中国电子商务研究中心

数据来源：WWW.100EC.CN



被受访企业销售规模



图表编制：中国电子商务研究中心

数据来源：WWW.100EC.CN

2、2015年电商企业销售规模分布

调查企业中销售规模500万以下占**19%**，500-3000万的企业占**45%**，3000-7000万**25%**，销售在7000万以上的企业占**11%**。

点评：电商企业中大部分企业的销售规模都在3000万以下，相比去年，7000万以上企业的占比下降一半。

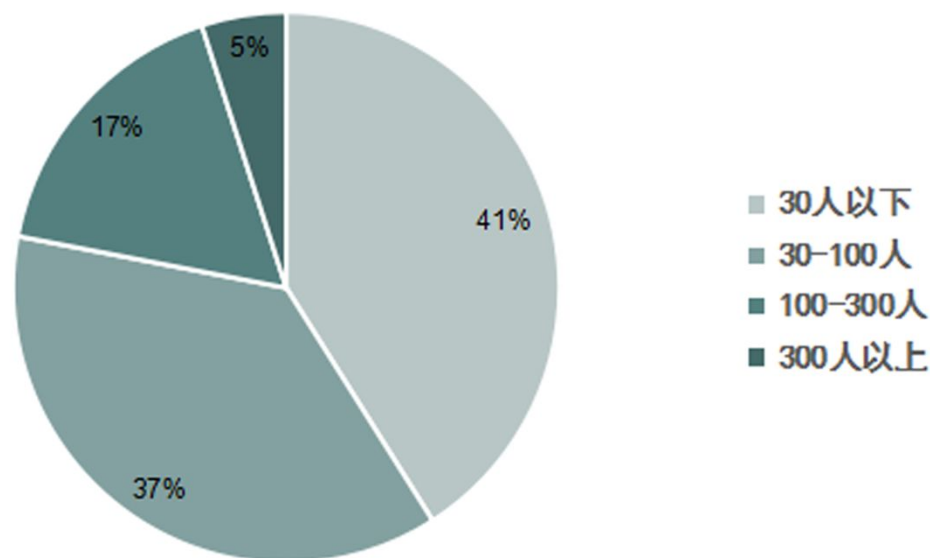


3、电商企业员工规模分布

调查企业中员工规模在30人以下占**41%**，30-100人的企业占37%，100-300人占**17%**，规模300人以上的企业占**5%**。

点评：目前30人以下，30-100人规模的企业占据主流，显示电商行业正处于高速成长期，行业格局尚未形成。

被受访企业员工规模



图表编制：中国电子商务研究中心

数据来源：WWW.100EC.CN

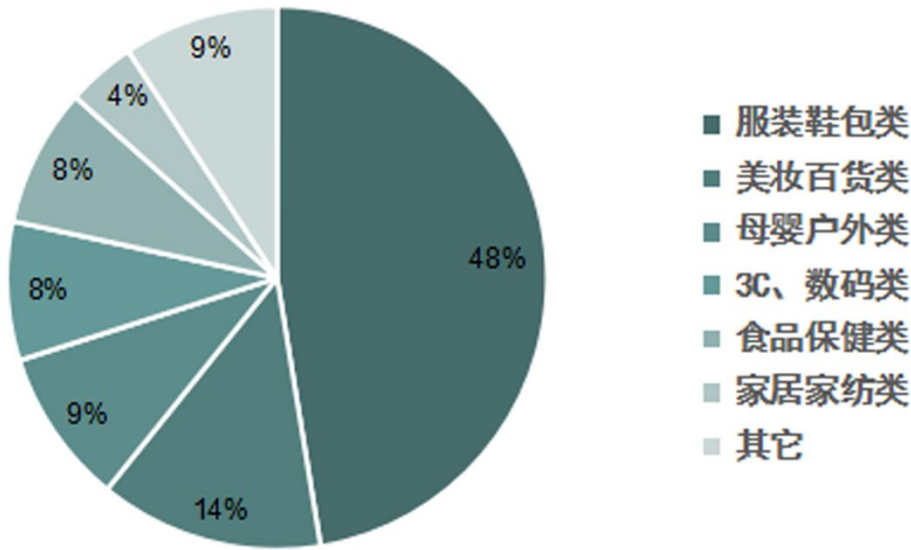


4、电商企业主营产品所属行业

调查企业主营产品所属服装鞋包占46%，美妆百货占13%，母婴户外占9%，3C、数码类占8%，食品保健占8%，家纺家居占4%，其他占9%。

点评：目前近一半的企业主营产品还是以服装鞋帽为主，这一品类消费群体大，还会有较大发展空间，另食品保健类别也将呈现上升趋势。

被受访企业主营产品所属行业



图表编制：中国电子商务研究中心

数据来源：WWW.100EC.CN

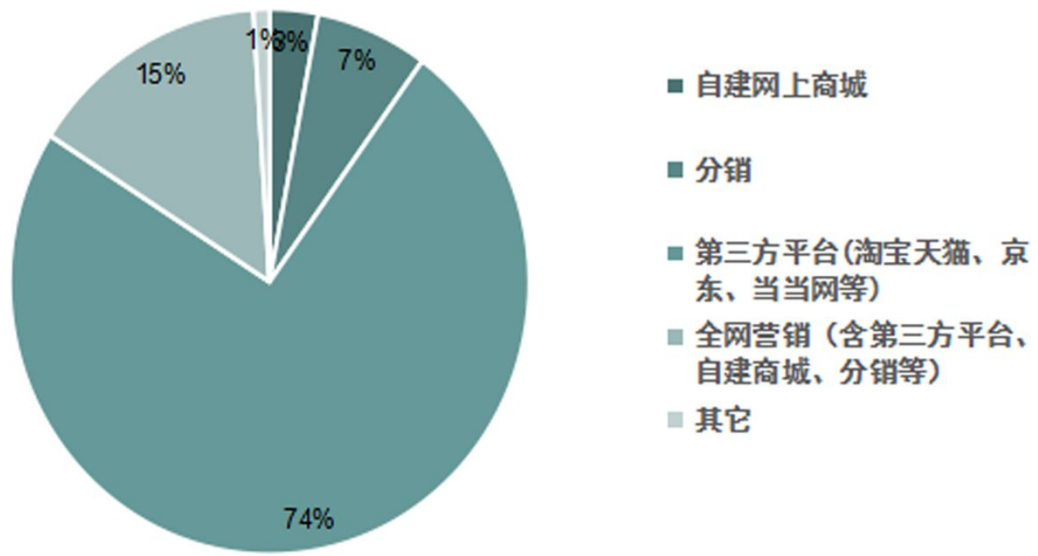


5、企业开展电子商务的方式

调查企业开展电子商务的方式中第三方平台（淘宝商城、京东商城、QQ网购等）占**74%**，自建网上商城占**3%**，分销占**7%**，全网营销（含自建平台、第三方平台、分销等）占**15%**。

点评：以上数据可以看出企业主要是第三方平台开展电子商务，这也是目前最为主流的方式，自建网上商城仅限于中、大型企业，中小企业还是以第三方平台为主。

被受访企业开展电子商务的方式



图表编制：中国电子商务研究中心 数据来源：WWW.100EC.CN

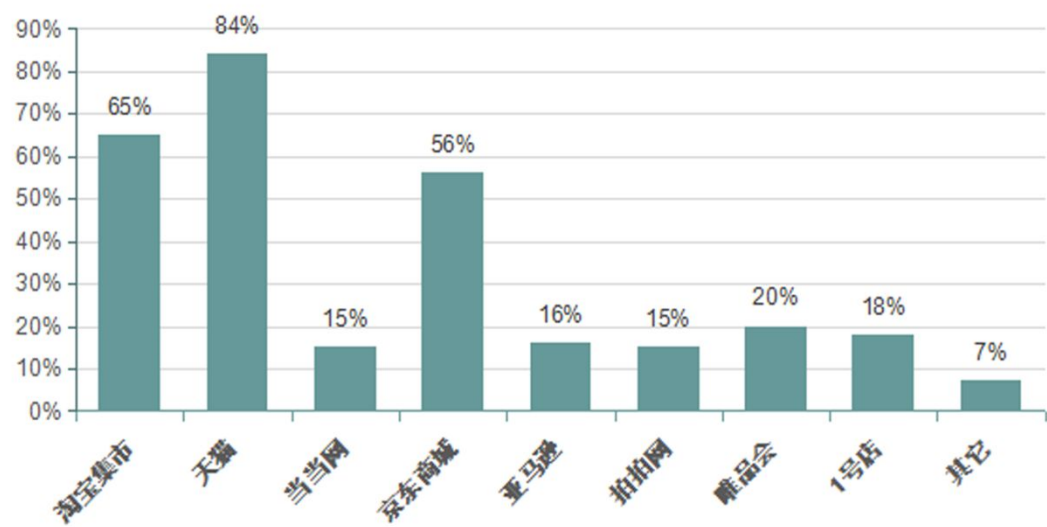


6、企业所使用的第三方平台

调查企业所使用的第三方平台中，淘宝集市占65%，天猫占84%，当当网占15%，京东商城占56%，亚马逊占16%，拍拍网占15%，唯品会占20%，1号店占18%，其他平台占7%。

点评：目前可以说是淘宝集市、天猫、京东商城三分天下之势，占据大部分的市场份额。

被受访企业所使用的第三方平台



图表编制：中国电子商务研究中心 数据来源：WWW.100EC.CN

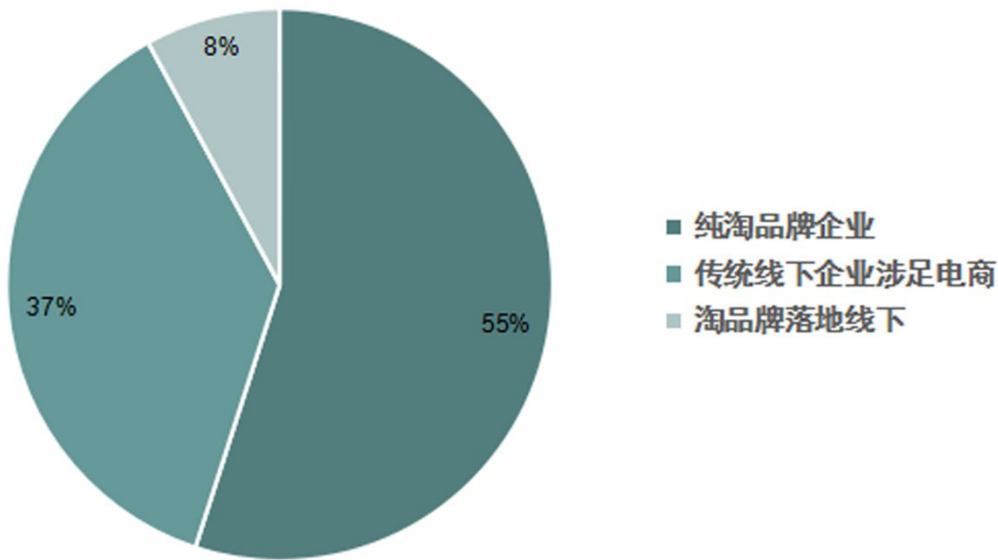


7、企业电商公司的类型

调查企业电商公司的类型中，纯淘品牌企业占**55%**，传统线下企业涉水电商占**37%**，淘品牌落地线下**8%**。

点评：被调查企业中，大部分以纯淘品牌为主。近年来，大量的传统线下企业涉水电子商务，已经占据一定的市场份额。也有一部分淘品牌落地线下寻求两者相结合的发展模式。

被受访电商企业类型



图表编制：中国电子商务研究中心

数据来源：WWW.100EC.CN

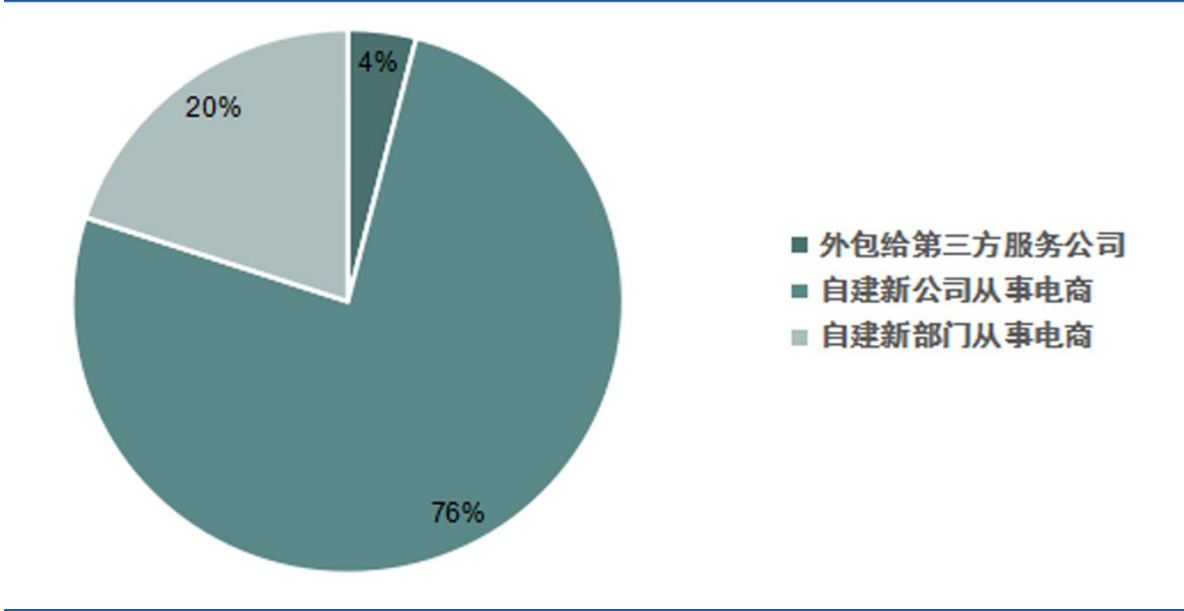


8、企业电商的发展模式

调查企业电商的发展模式外包给第三方服务公司占4%，以新公司操作电商模式占76%，自建新部门操作电商模式占20%。

点评：可以看出目前企业电商的发展模式主要以自建公司为主，同时传统企业自建部门操作电商发展也较快。

被受访电商企业的发展方式



图表编制：中国电子商务研究中心 数据来源：WWW.100EC.CN



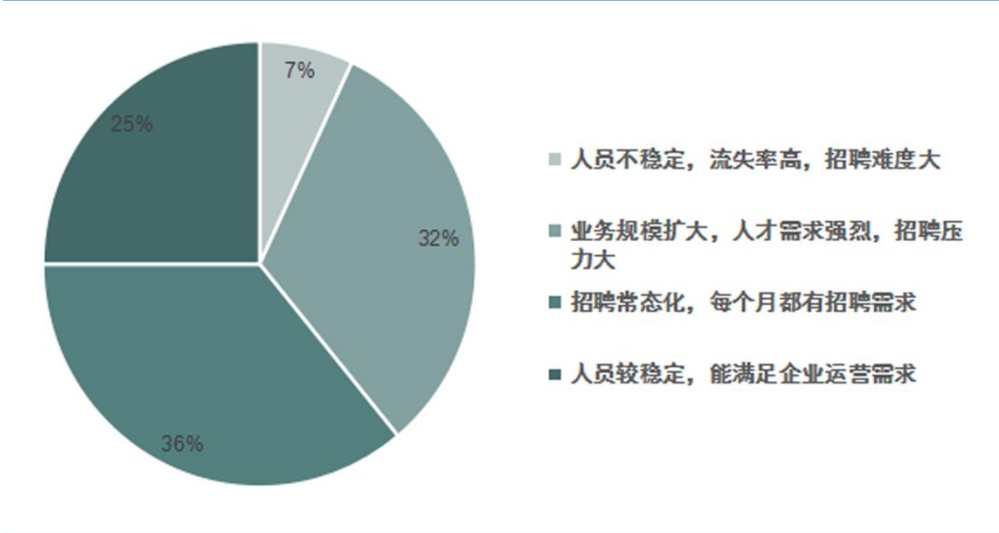
2. 2企业人才状况调查重要数据

1、日常招聘工作状态

调查企业中，处于人才比较稳定，能够满足企业运营要求占**25%**，处于招聘常态化，每个月都有招聘需求的企业占**36%**，属于业务规模扩大，人才需求强烈，招聘工作压力大的企业占**32%**，处于企业人员流失率高，人员不稳定，招聘难度大的企业占**7%**。

点评： 75%的电商企业存在人才缺口，电商仍是发展比较快的领域。

被受访电商企业日常招聘状态



图表编制：中国电子商务研究中心
数据来源：WWW.100EC.CN

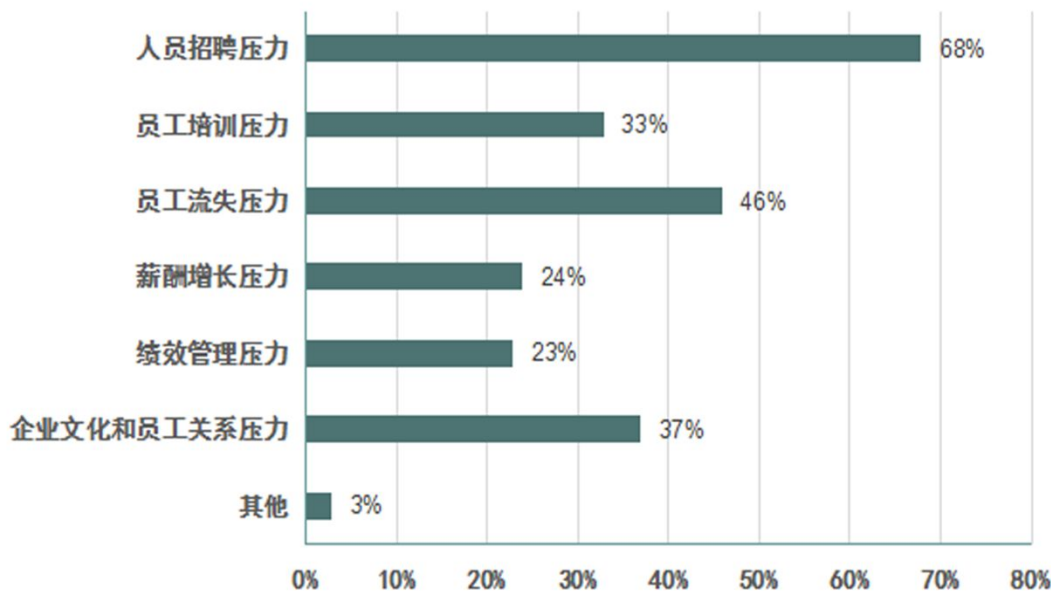


2. 困扰人力资源部门的问题排名（多选）

调查企业人员招聘压力占据**68%**，占比最大。排名其次为员工流失压力，占据**46%**。接下去为企业文化和员工关系压力、员工培训压力等。

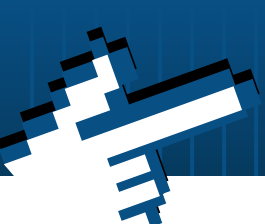
点评：从图表中可看出，人员招聘压力、员工流失压力、企业文化和员工关系压力是困扰人力资源部门的前三大问题，一方面和现在90后的择业观、工作态度有关；另一方面企业也需要及时转变管理模式，来适应快速变化的人才需求。

被受访电商企业困扰人力资源部门的问题排名



图表编制：中国电子商务研究中心

数据来源：WWW.100EC.CN

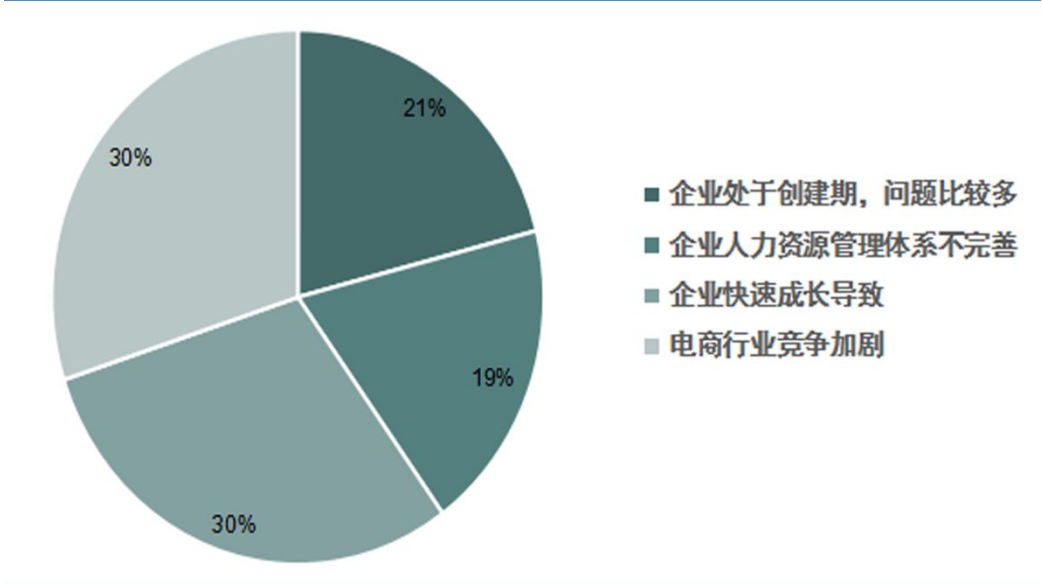


3. 企业产生人才资源压力的主要原因是什么？

被调查企业中，21%的企业认为企业处于创业期，才导致现在诸多的问题，19%的企业把问题归之于企业人力资源管理体系不完善，30%的企业认为人力资源压力源自企业快速成长所致，30%的企业把问题归之于电商行业竞争加剧。

点评：随着企业内部、外部市场的不断变化，企业要及时的转观念，调策略。内部要不断苦练内功，建立健全各项管理体系和激励体系，外部要勇于抓住机遇，树立良好品牌形象。

被受访企业产生人才资源压力的主要原因



图表编制：中国电子商务研究中心 数据来源：WWW.100EC.CN

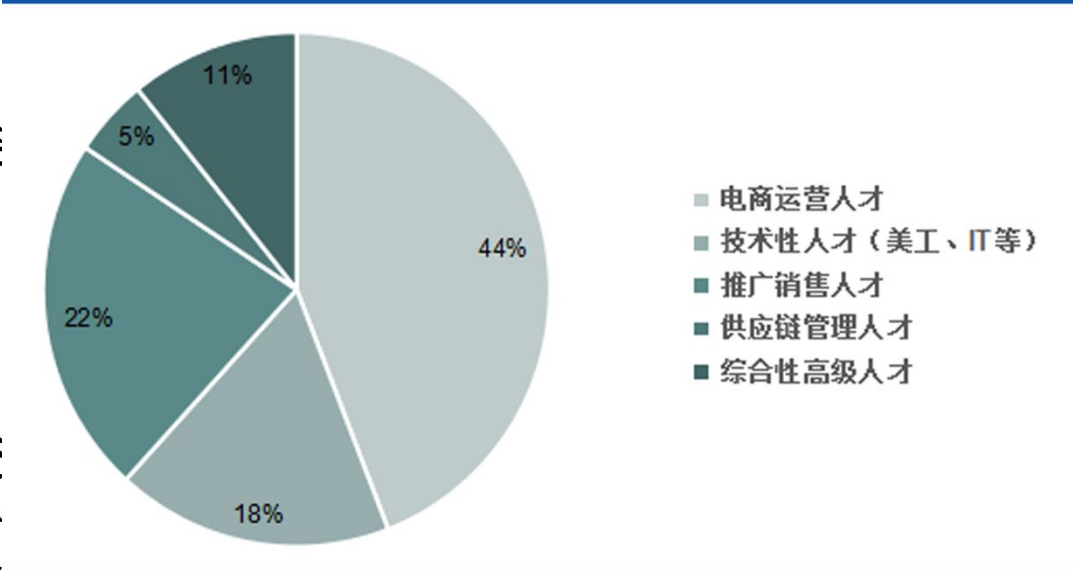


4. 当前企业最急需的人才是哪一类？

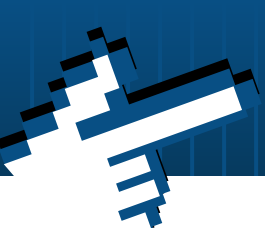
被调查企业中，**43%**急需电商运营人才，**18%**的企业急需技术性人才（IT、美工），**23%**的企业急需推广销售人才，**5%**的企业急需供应链管理人才，**11%**的企业急需综合性高级人才。

点评：运营、技术、推广仍然是企业最迫切需要的人才。显著的一个变化是，供应链管理人才需求量与去年相比，有了很大的提高，占到5%

被受访电商企业当前急需人才



图表编制：中国电子商务研究中心 数据来源：WWW.100EC.CN

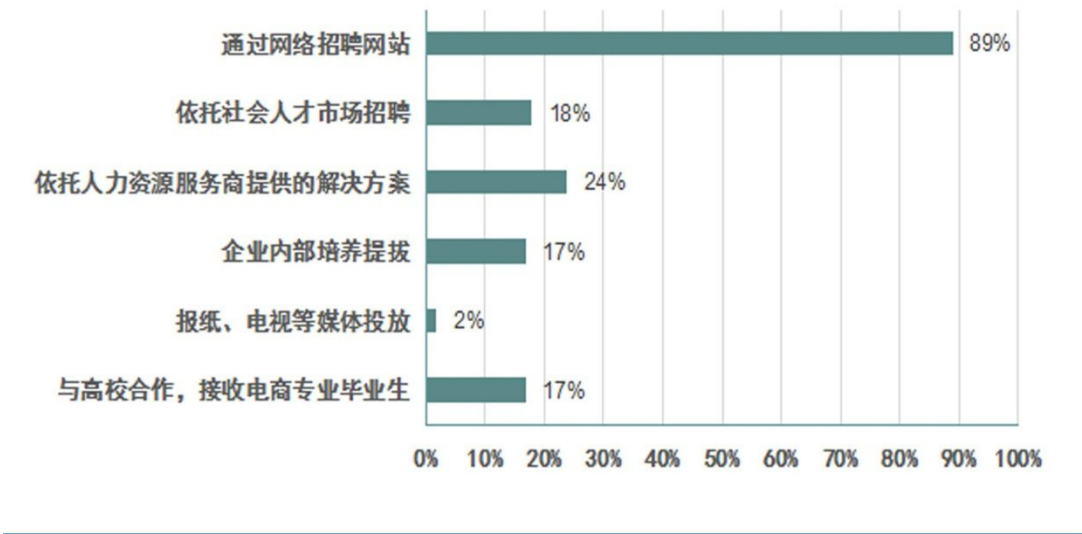


5. 企业解决人才问题的渠道是什么？（多选）

在被调查企业中，依托传统招聘网站招聘的占**89%**；传统人才市场招聘的占**18%**；专业人力资源服务商的占**24%**；通过企业内部培养提拔的占**17%**；与高校建立合作关系，接受电商专业毕业生的企业占**17%**。

点评：通过招聘网站仍然是主要渠道，同时与专业电商人力资源服务商合作的单位比例在逐步走高，达到24%，主要归功于其人才定位的精准性和良好的服务。

被受访电商企业解决人才问题的渠道



图表编制：中国电子商务研究中心 数据来源：WWW.100EC.CN

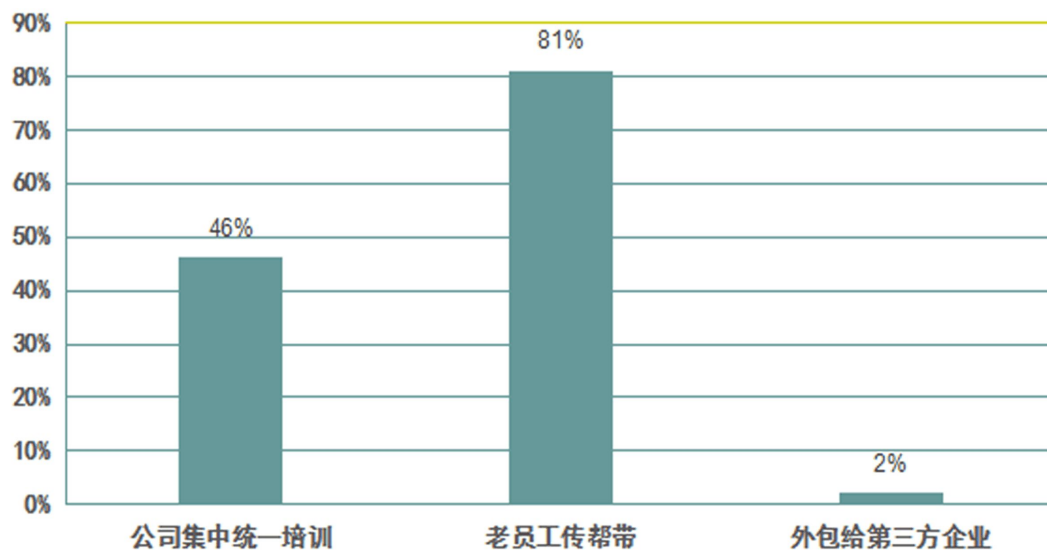


6. 企业常用的培训新人方法是什么？（多选）

被调查企业中最常用的培训方法中，公司集中统一培训占到46%；老员工传帮带形式占到81%；外包给第三方企业占到2%。

点评：大多数公司采取老员工传帮带的培训形式，一方面电商是一个实践性很强的行业，另一方面有利于企业内部知识的沉淀和传承。统一培训还主要集中在共性的培训项目上。专业的外包培训还任重道远。

被受访电商企业培训新人的常用方法



图表编制：中国电子商务研究中心

数据来源：WWW.100EC.CN

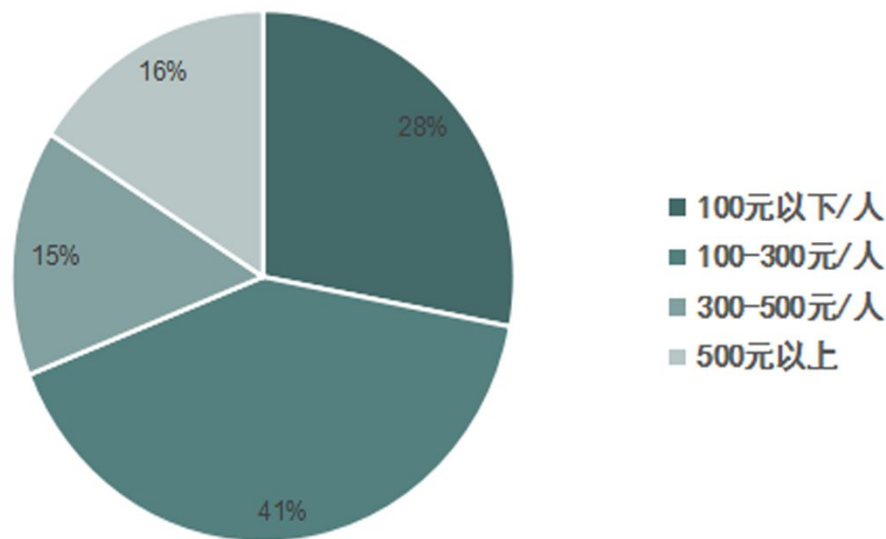


7. 公司平均招聘一个员工需要付出的综合成本是多少？

被调查企业中，招聘成本在100元/人以下占**28%**；100-300元/人的占**41%**；300-500元/人的占**15%**；500元/人以上的占**16%**。

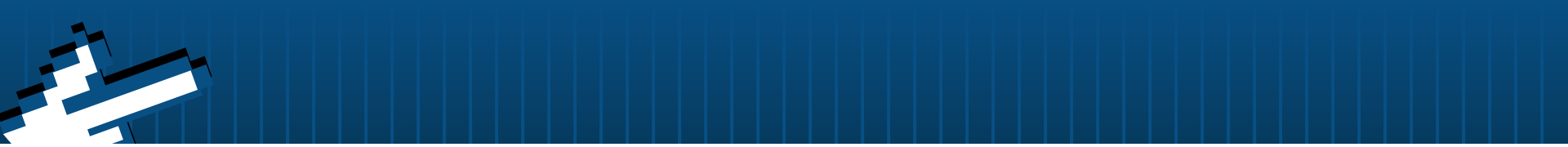
点评：绝大多数电商企业招聘成本仍居高不下，这和人才来源的质量有关，筛选成本较大。

被受访公司招聘员工综合成本



图表编制：中国电子商务研究中心

数据来源：WWW.100EC.CN

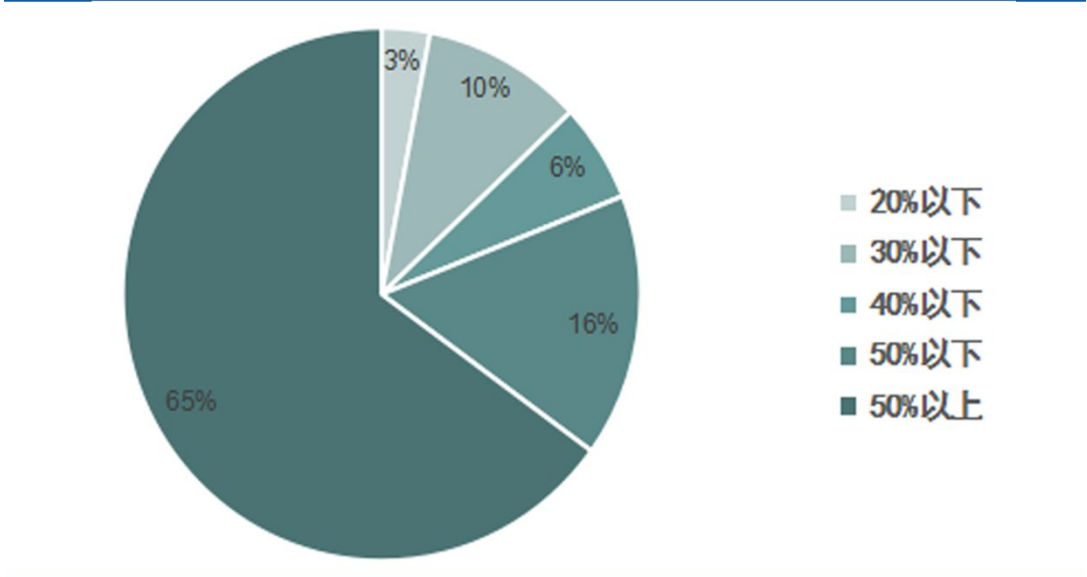


8. 电商企业90后员工占员工总数的比例是多少？

被调查企业中，90后员工比例占20%以下的企业只有3%，占30%以下的约10%，占40%以下的企业有6%，占50%以下的企业有16%，占50%以上的企业有65%。

点评：数据说明，90后员工已经成为电商企业的主流人员，而且有逐渐扩大化的趋势，他们的激情和创造力正在推动行业的快速发展，同时鲜明的个性和超现实的价值观同样给企业管理带来挑战。

被受访电商企业90后员工占比



图表编制：中国电子商务研究中心 数据来源：WWW.100EC.CN

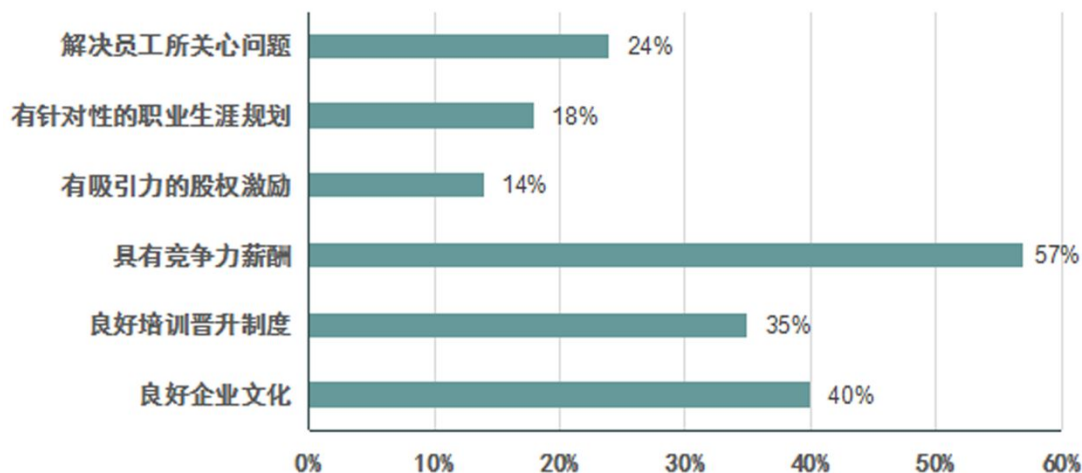


9. 电商企业认为企业留人的最重要措施排名：（多选）

- (1) 具有竞争性的薪酬体系**57%**
- (2) 良好的企业文化**40%**
- (3) 良好的培训晋升制度**35%**
- (4) 解决员工关心的问题**24%**
- (5) 针对性的职业生涯规划**18%**
- (6) 有吸引力的股权激励**14%**

点评：有竞争力的薪酬、良好的企业文化、更好的发展平台，是企业留住人才最关键的3大措施。同时，职业生涯规划、股权激励等长期激励政策也越来越得到到员工的认可。

被受访电商企业留人措施排名



图表编制：中国电子商务研究中心

数据来源：WWW.100EC.CN

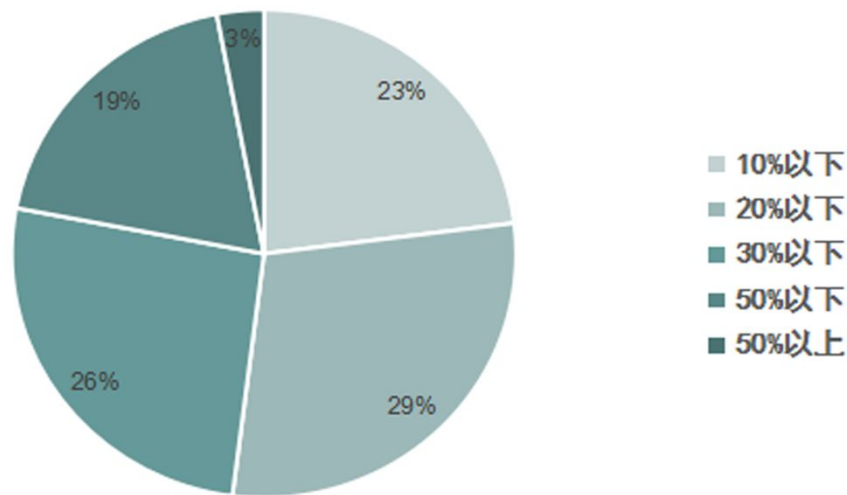


10. 电商企业中，人才在一年内的流失率占比

被调查企业中，人才在一年内的流失率，10%以下的企业占**23%**，20%以下的企业有**29%**，30%以下的企业有**26%**，50%以下的企业有**19%**，50%以上的企业有**3%**。

点评：从数据中看，年流失率在20-50%的企业占45%，比例还是比较大的，会引发内部士气不振，军心不稳，严重的会影响企业的业绩。

被受访电商企业人才流失率



图表编制：中国电子商务研究中心

数据来源：WWW.100EC.CN

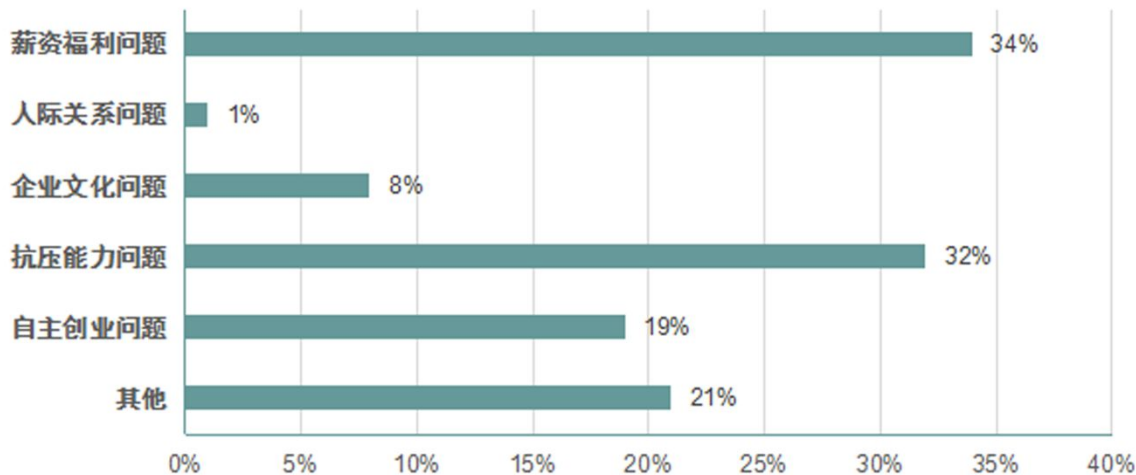


11. 大专以上学历员工离职主要原因（多选）

通过分析被调查企业的统计数据，大专以上学历员工离职最主要原因中，薪资待遇问题占**34%**；抗压能力问题占**32%**；自主创业问题占**19%**。

点评：90后虽然很有激情和创造力，但抗压能力弱在很多企业得到高度认可。同时自主创业问题，一方面和当前良好的电商创业环境有关，另一方面和企业的人才政策、发展平台也有很大关系。

被受访电商企业员工离职主要原因



图表编制：中国电子商务研究中心

数据来源：WWW.100EC.CN

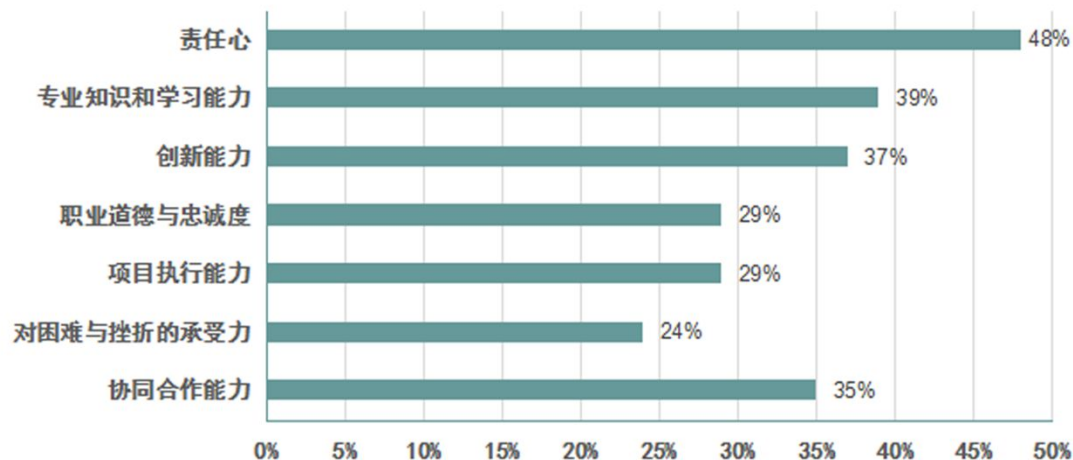
2.3企业人力资源需求分析重要数据

1. 企业对电子商务人才要求具备的素质（多选）

每家企业从自身人才角度出发，选出了电商人才需要具备的最重要三项素质，我们统计了占比最大的前七大素质。其中，“责任心”占比48%；专业知识和学习能力占39%；创新能力占37%；协同合作能力占35%；职业道德与忠诚度占29%；项目执行能力占29%；对困难与挫折的承受力占24%。

点评：员工责任心是职业化的永恒主题，是企业发展的根基。企业对人才学习能力、创新能力、合作能力的重视，充分反应出电商企业变化快的特征。

被受访电子商务人才需要具备的素质排名



图表编制：中国电子商务研究中心

数据来源：WWW.100EC.CN

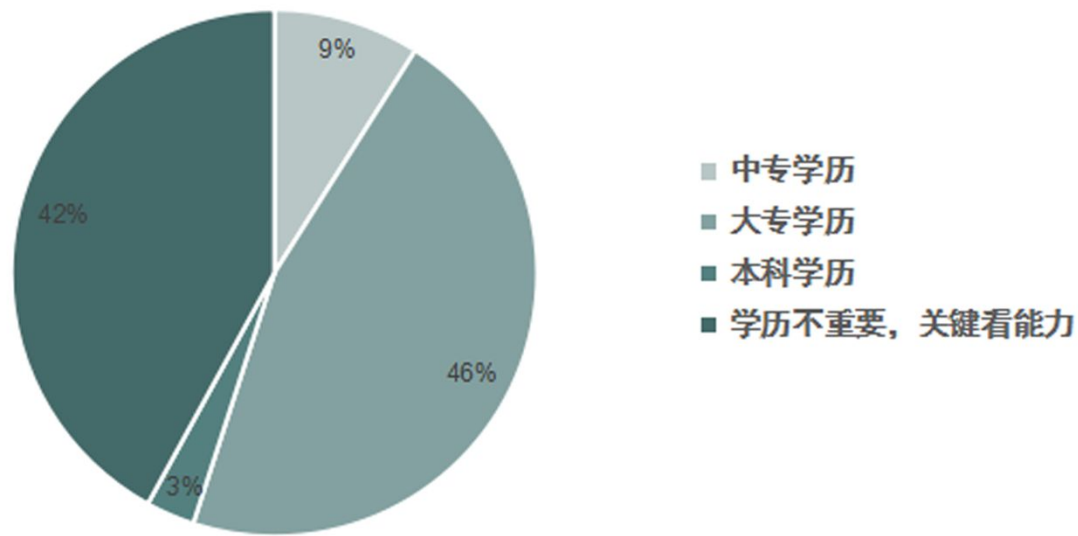


2. 企业对员工的基本学历要求？

被调查企业对企业员工基本学历要求，中专水平占**9%**；大专水平占**46%**；本科生水平占**3%**；学历不重要，关键看能力占**42%**。

点评：从统计数据中，我们可以发现，电商企业整体对学历的要求并不是很高，更看重的是员工的责任心、职业精神、以及实战技能水平。

被受访电商企业员工学历要求



图表编制：中国电子商务研究中心

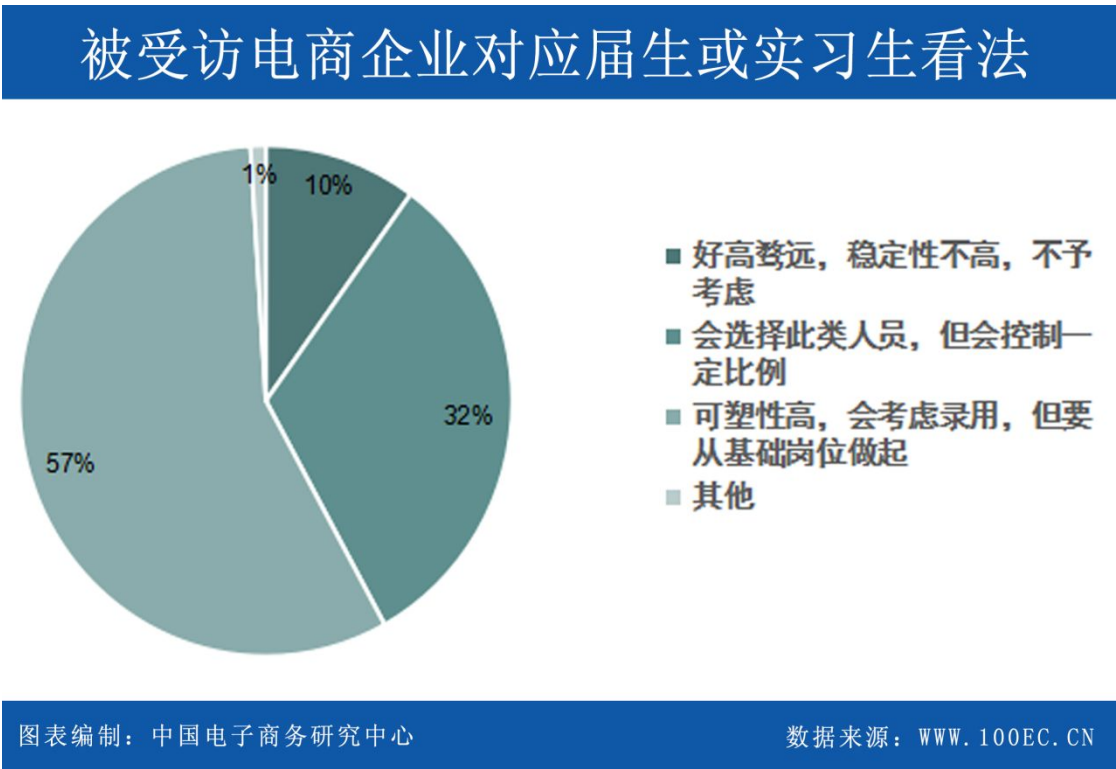
数据来源：WWW.100EC.CN



3. 电商企业对应届毕业生或实习生的看法

在被调查企业中，对企业对应届毕业生或者实习生的看法：好高骛远，稳定性不高，不予考虑占10%；若有符合岗位要求的会选择此类人员，但会控制一定的比例占32%；可塑性高，有激情，会考虑录用此类人员，但需从基础岗位做起占57%；其他占1%。

点评：整体来看，企业对应届毕业生或实习生是理解包容的态度，只要有责任心、有上进心，不好高骛远，就业形势非常乐观。

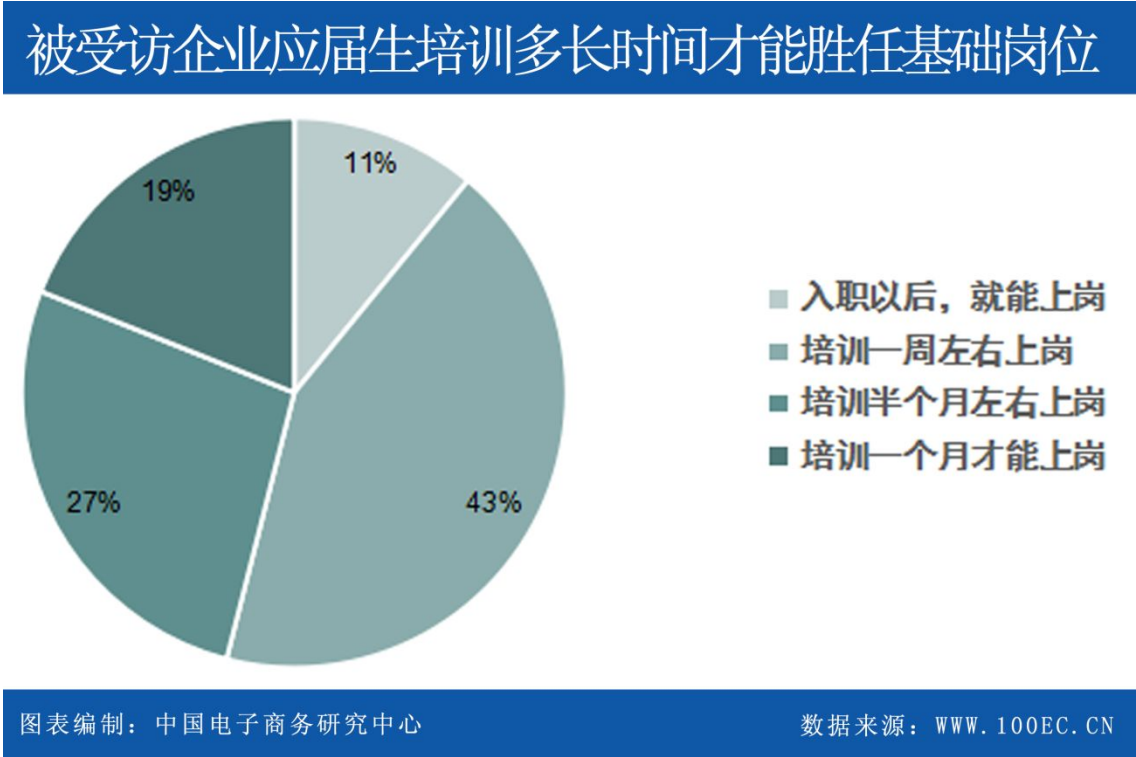




4. 对于应届毕业生，公司一般需要进行多久培训才能胜任基础岗位？

在被调查企业中，入职以后就能上岗的占11%；培训一周左右才能上岗占43%；培训半个月左右才能上岗占27%；培训一个月才能上岗占19%。

点评：从数据中看到，应届毕业生入职后，培训7-30天才能上岗的企业占89%，充分说明绝大多数企业对培训工作的投入程度，以及员工职业化的重视。



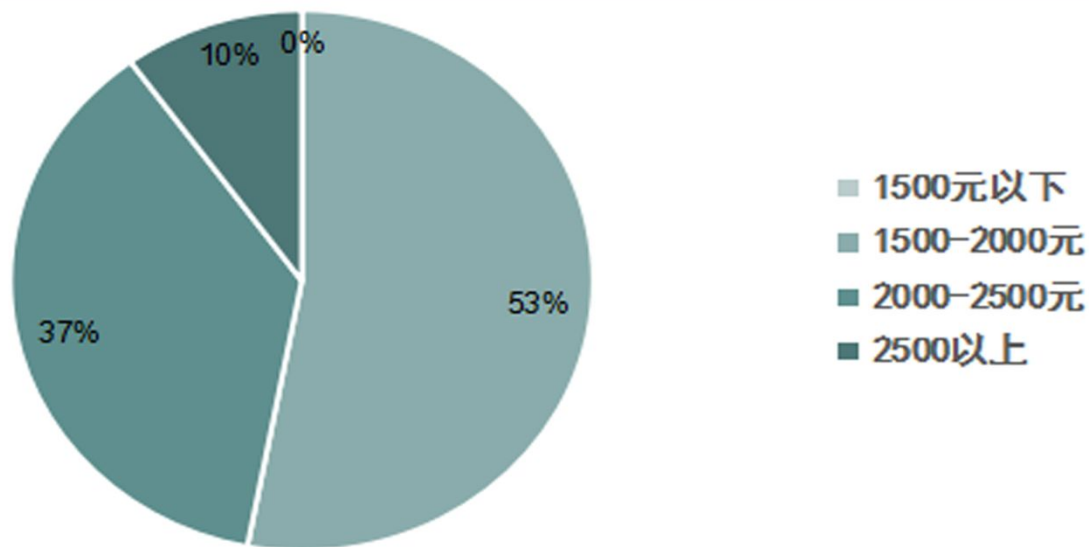


5. 应届毕业生或实习生的起薪情况？

在被调查企业中，企业录用的应届毕业生或实习生的起薪1500元以下占0%；1500-2000元占53%；2000-2500元占37%；2500元以上占10%。

点评：应届生和实习生起薪在1500-2500的企业占90%，但在电商企业，有一定经验和能力的员工，薪资提升会非常快。

被受访企业应届毕业生或实习生起薪情况



图表编制：中国电子商务研究中心

数据来源：WWW.100EC.CN

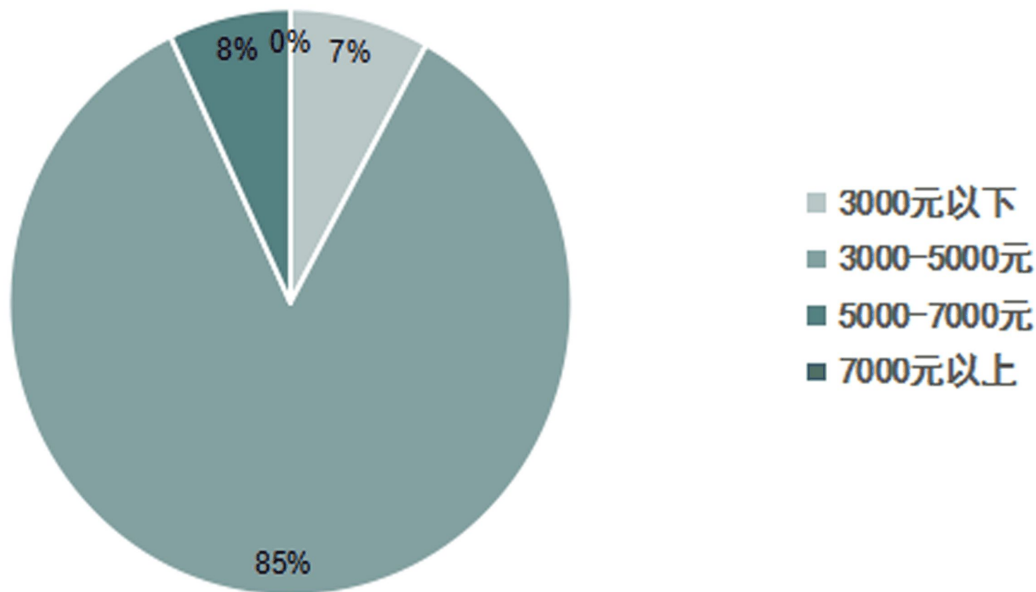


6. 企业普通员工的月平均薪资？

在被调查企业中，月平均工资在3000元以下的占**11%**，在3000-5000元占**85%**，在5000-7000元占**7%**，在7000元以上占**19%**。

点评：从图表中看，普通员工月评价薪资在3000-5000元的企业占比85%，当前，电商企业缺口最大的是高级运营人才、高级推广人才、高级美工人才。

被受访电商企业普通员工月平均薪资



图表编制：中国电子商务研究中心

数据来源：WWW.100EC.CN

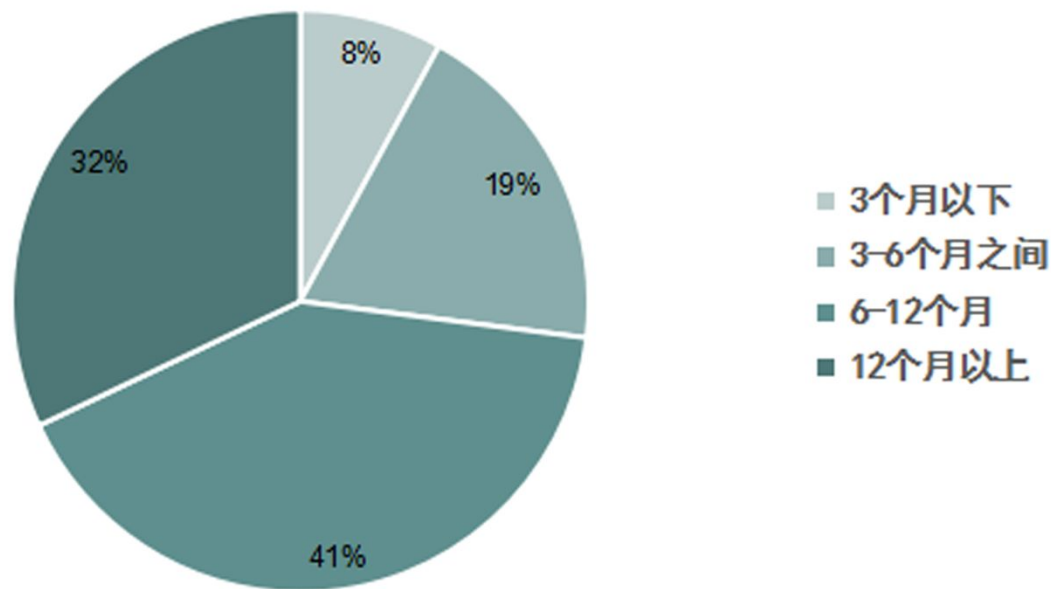


7. 贵公司客服、仓储等基础类岗位员工平均工作年限？

被调查企业中，客服、仓储等基础岗位员工平均工作年限3个月以下的占8%，3-6个月的占17%，6个月以上的占22%，6-12个月的占23%，12个月以上的占20%，其他的占10%。

点评：从图表中看，基础岗位员工的离职率还是比较高的，工作时间超过一年的仅占20%。经常会影响到企业的正常运转，企业必须把任何招人、育人、用人、留人作为最重要的课题对待。

被受访电商基础岗位员工平均工作年限



图表编制：中国电子商务研究中心

数据来源：WWW.100EC.CN

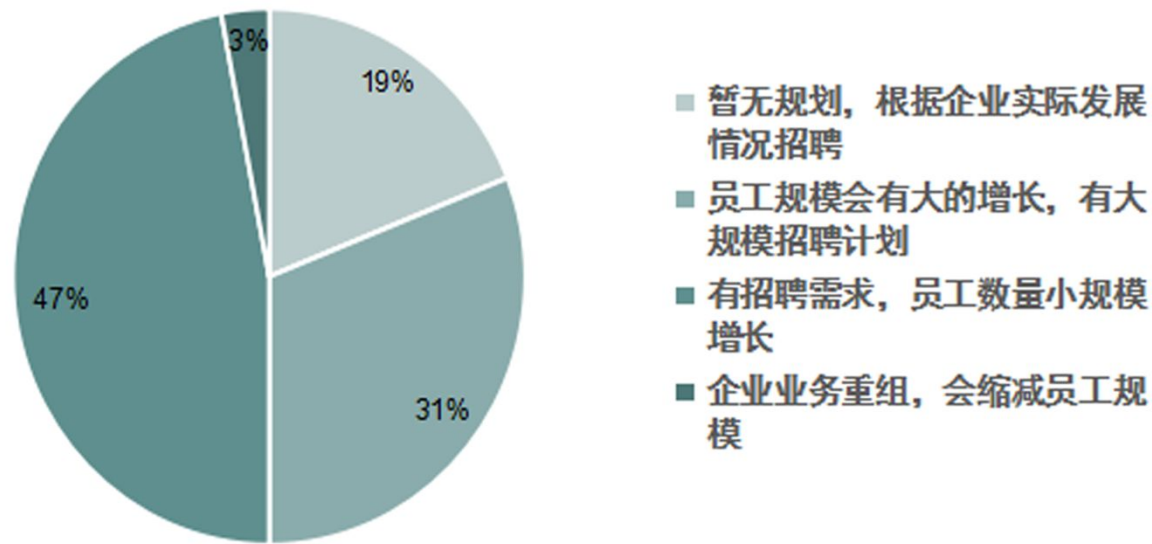


8. 根据贵公司的发展情况、预计未来一年内的用人需求？

在被调查企业中，暂无规划，根据企业实际发展情况招聘的占19%，员工规模会有大增长，有大规模招聘计划的占31%，会有招聘需求，员工规模小幅度增长的占47%，企业业务重组，会缩减企业员工规模的占3%。

点评：有稳定招聘需求的企业比例达到78%，电商企业的整体发展状况良好，还将是人才就业的重要领域。

被受访电商企业预计未来一年招聘需求



图表编制：中国电子商务研究中心

数据来源：WWW.100EC.CN



三、2015年中国电商行业人才状况主要特征

3.1 特征一：行业仍在急速扩张，人才缺口巨大

- 1、在所有调查的企业中，75%以上的企业存在招聘压力，求职人数已经跟不上岗位的需求；
- 2、47%的企业处于稳步成长中，每个月都会有招聘需求；
- 3、31%的企业业务规模扩大，人才需求强烈，预计在一年内会有大规模招聘。

3.2 特征二：人才稀缺，招聘压力大

- 1、75%以上的电商企业存在人才缺口，每年毕业数十万电商专业毕业生，但企业还是招不到合适的人，招聘难度大；
- 2、电商企业间挖角严重，特别是高端人才，诱以高薪、股权等方式进行招聘成为常态，企业试图通过这些方式，尽快建立一支成熟的人才队伍；



3.3 特征三：企业人力资源成本逐年提高

1、不管是从企业留住人才的举措方面，还是员工离职最主要原因方面，通过调查我们发现，薪酬因素都高居榜首；

2、在招聘成本方面，41%的企业平均招聘成本100-300元/人，31%的企业平均招聘成本高于300元/人；

3、不少电商企业在成熟高端的人才招聘方面，都借住了猎头公司的力量，进一步加大了企业的招聘成本；

4、调查企业中，90后员工占员工总数比例在50%以上的企业占了65%，这部分员工职业生涯规划还不是很成熟，离职率偏高，加大了企业人员的置换成本。



3.4 特征四：企业人力资源管理难度增大

- 1、90后员工成为电商企业的主流，他们“追求个性、追求独立人格、以物质经济主导、要求尊重公平”等行为特征给企业管理带来很大的挑战；
- 2、电商发展迅猛，门槛不是很高，很多企业都处于创业期，在企业制度、企业文化、激励体系等方面不健全；
- 3、电子商务行业特点：发展迅速、工作节奏快、压力大、加班频繁，离职率高。这些特点也对企业的管理带来了很大影响。



四、2015年中国电子商务人才问题矛盾及分析

4.1 电子商务人才问题核心矛盾

4.1.1 矛盾一：行业的快速发展与人才供应不足之间的矛盾

1、电商行业每年以50%以上的增速快步发展，尤其是大量传统企业转型电子商务更是引起人才的争夺；

2、电商发展速度迅猛，人才存量不足，再加上高校人才培养输出不足；此一矛盾形成电子商务领域巨大的人才真空。

4.1.2 矛盾二：电商企业利润的降低与人力资源成本的上升之间的矛盾

1、电商企业此起彼伏的价格战、流量争夺战使企业的利润大大下降；

2、电商人才稀缺，过高的流失率，频繁的招聘和培训，导致人才置换成本过高；

3、薪酬成本、员工关系方面的挑战，也造电子商务企业巨大的成本压力。



4.1.3 矛盾三：企业对电商人才的要求与传统教育模式之间的矛盾

1、课程体系设置不是很合理：电商行业发展迅猛，也要求我们必须有很强的学习能力，以及快速更新知识结构的能力。现在的理论体系无法指导未来的工作实践。

2、贴近实际知识结构的师资匮乏：电子商务是实践性很强的一个行业，师大多没有亲身经验，同时缺乏与外界企业的交流实践机会，无法给学生有效的指导和帮助。

3、教学目标与实际脱节：在学校期间仅仅是为了完成学业和考试，没有真正了解企业对人才的核心要求。



4.2 电子商务企业对人才的需求方向

4.2.1 人才结构需求

1、技术性人才

美工人员：电商卖的就是图片和文字，美工人员成为企业标准配置的人员。要求具备视觉营销的思维，设计能力强，并熟悉网页设计技巧；

IT人员：电商企业依靠高度信息化产生的效率取得竞争优势，企业内部各个环节的信息系统的设计和维护是企业的核心能力。

2、运营人才

活动策划人员：提升流量转化率是运营人员的核心，促销活动的策划是运营强大的推手；

商品编辑：产品的同质化是价格战的诱因，产品的个性和品质有赖商品编辑的画龙点睛；

数据分析：电子商务是数据依赖的，通过数据分析，可以判断网站的健康状况，可以评估运营计划执行的效果，并为企业下一步的行动提供决策依据。



3、市场推广人才

流量获取能力是企业三大核心能力之一，随着流量购买成本的不断提高，优秀的市场人员成为公司的核心。

4、供应链管理人才

采购人员（买手）：对客户需求敏感，洞悉市场潮流变化，与供应商保持广泛而稳定的关系；

物流管理人才：电子商务企业的效率取决于仓储物流的管理效率，物流环节既是成本中心，也是利润中心，电子商务企业最大的投资也是物流基地的建设，物流人才同样是电子商务企业的核心部门。

5、综合型高级人才

了解电商发展趋势，熟悉品牌运营之道，挖掘电商发展机会的综合型高级人才，将成为企业最宝贵的资源。



4.3 改善中国电子商务企业人才现状的思路与方法

4.3.1 优化企业的人力资源管理体系

1、完善培训晋升制度；2、具有竞争性的薪酬体系；3、良好的企业文化；4、解决员工所关心的问题

4.3.2 升级当前的人才培训体系

1、校企合作，共建实用的电子商务人才培训体系

利用高校优质的教学资源，结合企业的最佳实践，共同打造实效人才培养体系。
案例：立体式电商人才实训就业体系（杭州赢动教育咨询有限公司运营）

A：嵌入式课程 B：共建电商实验室 C：共建校外实训基地 D：推荐就业



2、企业中层管理人才培养

中层是企业的中坚，承担承上启下的重要职能，通过对电子商务企业的中层管理人员进行培训，可以大幅度提升企业工作效率，不断提升企业经营业绩。

3. 高端电子商务培训项目

电子商务与传统渠道运营模式差异巨大，尤其对于传统企业进入电商领域的企业高层，需要从思维、知识到能力的蜕变，因此针对企业高层的电商培训迫在眉睫。

五、关于我们

- ❖ **中国电子商务研究中心**，是中国最具有影响力的互联网+国家战略智库，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、传播与服务电子商务、O2O、互联网金融为己任的第三方行业研究、服务机构。
- ❖ 在“互联网+产业”研究领域，中国电子商务研究中心，一直是产业变化轨迹的不可或缺的见证者与推动者，长期致力于打造中国“互联网+产业”智库。我们的核心研究与服务领域**专注于：制造业、零售业、服务业、金融业、农业的互联网化。**
- ❖ 我们的核心用户包括：各类电商（B2B、C2C、B2C、O2O、跨境电商、移动电商等）、服务商，互联网金融（支付、银行、保险、理财、P2P、众筹、消费金融、征信）等类型的最全电商、O2O、互联网金融企业数据库。目前，中心内部数据与服务已全面覆盖了国民经济各主流行业，包括大宗品、工业品、消费品、生活服务、金融产品在内的供应商、制造商、贸易商、品牌商、渠道商、零售商、分销商、服务商、平台商在内的“全产业链矩阵”。
- ❖ 中心下属的100EC.CN电子商务门户网，拥有**100余个**子网/频道/平台，网站**坚持365天/12小时**滚动发布国内外电子商务领域的大量动态，为全国电商用户提供全面、及时、专业的资讯报道，日均PV达**30-100万**的电商门户网站(100EC.CN)，为“互联网+产业”、电商、O2O、互联网金融学习研究“互联网+”的“入口级”平台。



- ❖ 截止目前，电商中心的“大数据平台”，不仅拥有“互联网+产业”领域最全面的数据库、案例库、报告库、会议库、图书库、信息图库、法规库、运营实战库等常备信息资料库，累计30万+条。还拥有200+位囊括企业实战专家、行业资深专家、第三方研究专家、电商培训机构讲师、高校商学院教授等在内的“互联网+”智囊团。
- ❖ 此外，中心建有2000+位覆盖天使投资人、VC/PE、产业资本、券商、基金等在内的投资者信息库，是电商企业投融资、上市公司投资价值研判的重要“智库”，成功帮助众多电商企业融资，帮助机构研判公司估值与股票走向，服务数十家券商基金，并为他们从资本市场带来了丰厚的回报。
- ❖ 中心还拥有长期关注互联网的3000+经实名注册认证的记者在内的媒体库，并运营电商研究中心(i100EC)、网购维权平台(dswq315)；互联网金融时代(hlwjrsd100)三大行业内知名微信公众号，累计覆盖10万+位高端用户。
- ❖ 目前中心主要针对以下三大类电商客户，提供极具针对性的三大类解决方案：(1)面向电商O2O、互联网金融类等“互联网+”企业提供：数据报告、媒体发布、图书出版、融资顾问等系列服务；(2)面向传统“+互联网”企业类提供：战略顾问、平台建设、实战培训等系列服务；(3)面向政府/园区/协会/院校/投资机构等第三方提供：课题调研、咨询顾问、产业规划、招商引资、数据库营销、城市营销、会议论坛、研修培训、评审鉴定、等系列服务。



- ❖ **杭州赢动教育咨询有限公司**：中国领先的电子商务人才服务商，以“TOJ（training on job）”为核心培训理念，面向电商企业机构输出实用、实效、实战的电子商务知识体系和应用型电子商务人才。
- ❖ 赢动教育与全国百余所高校合作共建高校电子商务实训就业平台，独创了“课程植入+技能强训+顶岗实训+品质就业”的应用型订单式人才培养模式，在高校与电商企业间架起人才输出绿色通道，解决了电子商务相关专业大学生就业的“最后一公里”的难题。
- ❖ 公司设立赢动电商学院，聘请10余名国内一流电子商务行业资深专家成为教官，拥有800平方的培训基地，建设了同时容纳500名学员的电商人才公寓，目前国内合作的院校有160多所，2016年预计实现每年输出1万名电子商务人才。
- ❖ 2012年被授予浙江省企业管理人才十大培训基地之一；
- ❖ 2013年被评为浙江省行业重点推荐优秀教育品牌单位。



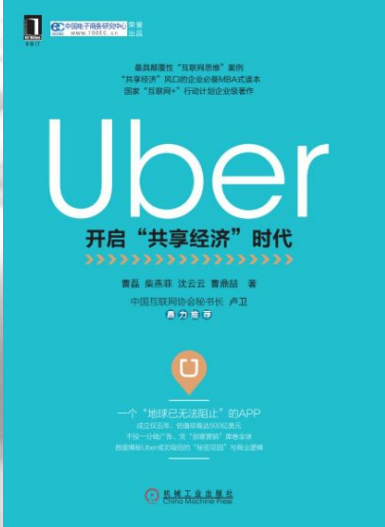
成果出版

在过去的2015年里，我们一直为推动互联网+“国家战略”落地呐喊，发布了一系列研究成果：



互联网+国家战略智库专家
中国电子商务研究中心
主任、研究员：曹磊

- 2016年，我们一起精彩继续！
- 《农业互联网》
 - 《智能硬件：开启“万物联网”时代》
 - 《跨境电商2.0：互联网+一带一路》
 - 《红包经济——开启移动场景新时代》
 - 《分享经济——国家战略行动计划》
 - 《B2B 2.0：开启“产业互联网时代”》
 - 《互联网+智能物流》



成果

电商中心

出版

中国电子商务研究中心
“互联网+”智库系列丛书2015:



曹磊

中国电子商务研究中心研究员、主任

国内炙手可热的“互联网+”研究领域权威专家，国内第一套系统性介绍《互联网+》系列著作总编辑、中国“互联网+”智库发起人。也是浙江大学EMBA客座教授、清华大学总裁班特聘主讲教授、国务院发展研究中心《中国经济年鉴(电子商务篇)》编委、中国电子商务专家库专家，出版与正编撰的电子商务、互联网金融系列丛书达十余部，屡受邀到各省市、论坛、高校做主题报告。

专注研究与推动“互联网+”产业应用。作为当下国内最热门的“互联网+”最前沿的研究者与推动者，牵头主编了国内第一套系统性介绍《互联网+》系列著作，是中国“互联网+”智库发起人，长达十余年长期专注于“互联网+产业”、电子商务、O2O、大数据、互联网金融、电商物流等“互联网+”应用领域研究

【专家专栏】：http://www.100ec.cn/zt/expert_caolei/

【联系电话】：0571-87756579 【E-mail】：CaoLei@NetSun.com



崔立标

中国电子商务研究中心特约研究员、赢动教育总裁

2006年，崔立标作为浙江省电子商务大赛的创办人开始步入电子商务这片热土，为了解决电子商务企业人才奇缺，高等院校大学生就业困难的世纪难题，2007年创办了杭州赢动教育咨询有限公司，目前该公司已经成为国内有名的电子商务人力资源服务商，2010创办杭州职场优客教育科技有限公司，旨在打造一个企业互联网学习平台，目前运营浙江企业网络学院项目。2010年投资创办杭州大企投资管理有限公司，面向电商领域扶持帮助青年创业者。

【专家专栏】：<http://www.100ec.cn/zt/fzyxb/> 微信号：clb999

【联系电话】：0571-86830151 【E-mail】：clb999@gmail.com



联系我们

欢迎各机构进行课题研究、报告定制、项目合作等联系！



- 联系电话：0571-85337328
- 联系人：中国电子商务研究中心 张周平
- E-mail： B2B@NetSun.com
- 联系地址：中国杭州市莫干山路187号
易盛大厦10F（310012）
- 中心网站： www.100EC.cn