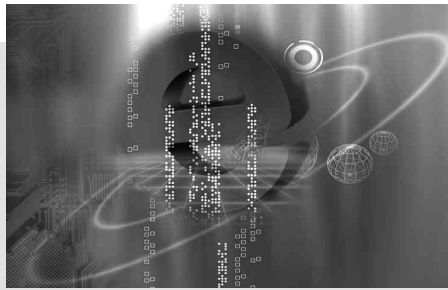


中国电子商务未来发展十大趋势



特征趋势一：行业电子商务将成为发展主流

中国电子商务进入迅猛发展时期的典型特征是风险资金、网站定位等将从以往的“大而全”模式转向专业细分的行业商务门户。第一代电子商务专注于内容,第二代专注于综合性电子商务,而下一代的行业电子商务将增值内容和商务平台紧密集成,充分发挥互联网在信息服务方面的优势,使电子商务真正进入实用阶段。

目前,有价值行业平台更受投资者青睐,垂直专业B2B平台将成为未来中国B2B市场后发力量,有巨大发展空间。此类平台有两个特点:专和深。专是集中全部力量打造专业性信息平台,包括以行业为特色或以国际服务为特色;深是此类平台具备独特的专业性,在不断创新探索中将会产生许多深入且独具特色的服务内容与盈利模式。

特征趋势二：团购成为增长最快的网络形式

网络团购自从2010年进入中国以来,出现了爆发式的增长。作为电子商务领域的一种表现形式,团购无疑是这两年增长最快的网络形式。

目前,处于市场领先地位的独立团购网站均已进行了多轮融资,且金额远高于其他网站,这些团购网站遥遥领先其他同行,走在行业的最前沿。不过对于其他团购网站来说,行业洗牌的危机已经在逐渐临近,不少

特征趋势三：电子商务网站将会出现兼并热潮

首先是同类兼并。目前中国为数不少的网站属于重复建设之列,定位相同或相近,业务内容趋同。由于资源有限,并且在“赢家通吃”原则下,最终胜出的只是名列前茅的网站。

其次是互补性兼并。那些处于领先地位的电子商务企业在资源、品牌、客户规模等诸多方面具有很大的优势,中点线网络认为国外著名电

特征趋势四：电子商务呈现出常态化

近年来,电子商务服务已全面覆盖商业经济各个方面:不管是国民经济的制造业领域,还是服务业的流通领域;无论企业应用、个人应用,还是政府采购。越来越多的企业、小企业终于看到电子商务的好处,不论是自建独立的官方电子商务平台,还是使用第三方电子商务平台,都让电子商务渗透率随之保持持续的高速增长。

曾被称为“赔本赚吆喝”的中国电子商务产业,在2010年发生根本的转变。网购理念的普及、网购用户的快速增长,投资人和企业收获的真金白银是实实在在的,人们购买模式的转变和更深远的影响是实实在在的。

随着网上支付、物流配送的逐渐成熟,未来电子商务必将形成规模庞大的经济体,并通过与实体经济的切实结合,给社会、经济发展注入动力,呈现出高普及化、常态化趋势。

近年来,电子商务呈现出了快速增长的势头。“十二五”期间,电子商务将被列入战略性新兴产业的重要组成部分,作为新一代信息技术的分支成为下一阶段信息化建设的重心。由工信部牵头、包括发改委等9部委联合制定的电子商务“十二五”规划初稿已于2010年底草拟完毕,根据规划初稿预计到2015年,电子商务交易额将翻两番,在GDP中贡献率大幅提高。

同时,各个地方政府也在紧急制定符合地方发展的“电子商务十二五规划”。而浙江的步伐无疑是走在全国的前列。日前,浙江首度发布了由中国电子商务研究中心参与编制的《浙江省电子商务产业“十二五”发展规划》,这也是目前我国第一个省级层面的电子商务产业发展的五年规划。

在“十二五”时期,整个电子商务环境,将维持一个持续快速增长态势,并且逐渐走向稳健和成熟。电子商务可以说走近一个拓荒期,进入快车道,用户应用的广度和深度不断延展。电子商务正在走向融合创新的新阶段,成为其他行业价值变现的重要出口。

为此,中国电子商务研究中心针对2011年上半年国内电子商务发展所呈现出来的特征进行了归纳总结。也从近年来所呈现出来的特征中,对电子商务未来有可能出现的趋势进行了预测。

特征趋势五：电子商务将融合物流供应链

在电子商务蓬勃发展的热潮中,产业链短板其实已经浮现,即同样是未来发展热点的物流供应链。

他增值服务能力,相比而言,产品种类的丰富程度以及对某项产品的深入程度则略显次要。

目前,电子商务和物流的主要结合方式是:客户在网上订货,然后买家推荐物流公司由买家自己挑选。然而,电子商务与物流的结合远不止那么简单。随着电子商务被越来越多的消费者接受并成为习惯,他们对物流也提出了更高的要求。有关报告指出,未来5年间,中国消费者将更重视互联网上商家的物流服务及其

因此,未来只有那些把物流作为其核心价值组成部分并且已经掌握其中诀窍的企业才能在中国的电子商务市场竞争中取胜。这些公司将物流供应链网络作为整体电子商务解决方案的一部分,将物流渠道、商流渠道及信息流渠道进行捆绑,是真正的融合。渗透到电子商务企业的各个环节,而绝非简单地外包给第三方。

特征趋势六：电子商务融合商业智能

随着电子商务竞争的日益激烈,商业智能在电子商务运营中所扮演的角色将逐渐重要,这一点从国外成熟的电子商务网站上都可以看到。在国外,一般电子商务企业都会有专人负责数据分析等商业智能工作,作为一种战略上的投资。从目前中国整个电子商务行业来看,真正关注数据分析和商业智能的企业并不多,而企业缺乏资金投入是其最主要的原因。

管理系统就是基于智能系统相融合的基础上,将智能化、集成化、协调化、网络化及在线决策支持的思想融入到传统的商业计算机管理系统之中,使其能够适应现代商业发展的规律与趋势,为经营决策者提供更好的经营管理环境和决策支持。

但是数据对于电子商务企业的重要性不言而喻,面向电子商务的商业智能

未来,电子商务的竞争因素之一就是是否拥有一套适用的商业智能系统,是否拥有一个强大的数据分析团队,他们相当于电子商务企业面的智囊团。

特征趋势七：传统企业电子商务将呈集团军式爆发

近年来,传统企业进入电子商务的趋势已经越来越明显。在继国美苏宁决定搅动上亿元的家电网购市场之后,鞋类企业百丽也宣布巨资投入旗下电子商务企业优购网。在此之前,银泰服饰、鞋类、日化等传统企业纷纷“触电”。

后,大量的传统企业进军电子商务市场,并且发展迅猛。苏宁易购、Kappa、李宁、优衣库、凌致、佐丹奴、爱慕、九牧王、相宜本草、银泰百货、我图网等传统企业或品牌在电子商务上的表现都令人瞩目。

在美国的在线零售500强榜单里,80%以上的企业都是传统品牌的在线业务板块,而在中国,2010年应该是传统企业的电子商务元年。在经历了2009年的试水期

后,大量的传统企业进军电子商务市场,并且发展迅猛。苏宁易购、Kappa、李宁、优衣库、凌致、佐丹奴、爱慕、九牧王、相宜本草、银泰百货、我图网等传统企业或品牌在电子商务上的表现都令人瞩目。

特征趋势八：航空、保险将成电商爆发行业

今年,以提供数字化商品的航空、保险等行业成为了应用电子商务的爆发行业。目前国航、南航、东航、海航等航空公司都建立了自己的电子商务平台,发展都非常迅猛,而平安保险的电子商务部门今年销售额上百亿,泰康、中国人保的电子商务部都是业界的佼佼者。

这两个行业的渠道模式。据麦肯锡研究显示,在美国,电销、网销的保费收入已超过总保费的20%,到2010年达到25%~35%。在欧洲,电销和网销已实现盈利。从欧美等发达国家的经验来看,电销、网销等新渠道终将与传统渠道平分天下。

这两个行业的类似之处是:传统渠道体系较为混乱,代理层级较多的行业,信息不对称、渠道管理混乱、分销利润低等都是这两个行业的痛。电子商务的发展不仅规避了这些问题,也正在改变

和别的行业不同的是,这两个行业的电子商务,并没有像其他消费品企业一样,先在淘宝上开店试水,培育成熟后再转移到官网。它们都倾向于自己做。2011年,这两个行业的电子商务的增幅和销售额将进一步爆发。

特征趋势九：更多第三方服务商完善电子商务产业链

由淘宝开放平台而催生的一批电子商务第三方服务商,正在逐渐成长并调整自己的定位。未来两三年,将有更多的第三方服务商出现,电子商务的产业链将不断完善。

链运营的服务商,仓储物流服务商,五洲在线、虹迪、工具服务类的有软件和电子商务解决方案服务商,SHOPEX、数据类的服务商小艾等。

目前市场上具有一定规模的第三方服务商屈指可数,而且都是以淘宝作为业务基石,比如从开店到供应

未来,将有一批类似于美国GSI公司的独立第三方服务商,它们将独立于淘宝之外,为B2C提供专业化服务。

特征趋势十：数据成为影响电商发展重要因素

过去10年,影响电子商务发展的三大问题是:信用、支付、物流。未来十年,三大关键因素是:制度、物流、数据。马云曾多次强调:21世纪核心的竞争是数据的竞争,谁拥有更多数据,谁就拥有未来。

此外,生意宝还宣布了公司今后承载上述两大战略的“实施计划”,将在现有平台和资源基础上,打造出“一个综合网、一批行业网、一大批产品网”。据介绍,“生意社”下设8个分社,涉及能源、化工、橡塑、有色、钢铁、纺织、农副等8个国民经济重要产业领域,覆盖1000多个基础原材料,8000多家原材料生产企业和50000多家流通企业。

4月7日,网盛生意宝对外发布了“小门户+联盟(数据版)战略”,具体实施该战略的大宗商品数据服务平台——“生意社”(100PPI.com)4月8日正式

上线。紧随其后,5月25日,阿里巴巴宣布推出“数据门户”,并正式启用新域名阿里巴巴根据4500万中小企业用户的搜索、询盘、交易等电子商务行为进行数据分析和挖掘。

4月7日,网盛生意宝对外发布了“小门户+联盟(数据版)战略”,具体实施该战略的大宗商品数据服务平台——“生意社”(100PPI.com)4月8日正式

(中国电子商务研究中心供稿)

简明新闻

“大数据”时代 亚太地区企业尚需做好准备

本报讯 日前,日立公司的全资子公司日立数据系统公司(HDS)公布的调查结果表明,目前的存储基础设施基本可以满足企业的业务需求,但数据增长是最大的挑战,而IT系统无法跟上企业对于更深入分析和数据增长更好管理的业务需求。参加最近一次调查的亚太地区大型企业中,超过一半的企业未预测到或者计划迎接“大数据”时代的到来。调查结果清楚地表明,企业需要利用先进的云技术和解决方案来管理数据增长,将数据转化为可操作的信息,并驾驭这些信息,使其成为提供业务洞察和带来创新的战略性资产。(李涛)

惠普:让数据中心为云做好准备

本报讯 惠普近日宣布推出全新数据中心战略,运营和连续性咨询服务,使企业能够充满信心地转型其数据中心并迁移至云中。通过同步规划、设计和构建流程,惠普数据中心战略服务将部署时间缩短了40%。因此,客户能够通过展示契合IT与公司目标的商业论证获得整个企业的认可,加速决策和投资战略。同时,通过项目路线图增加高管之间的沟通和协作,通过评估现有设施和技术资产,更好地调整IT预算并降低风险,缩短对客户及合作伙伴的响应时间。惠普年度用户大会HPDISCOV将于近日在奥地利维也纳举行。(孔锐)

清投视讯丰宁公安系统展风采

本报讯 近日,由清投视讯(北京)科技有限公司承建的15块46寸液晶拼接系统在河北承德丰宁县公安局正式落成并投入使用。丰宁素有著名的“坝上风光”、“风旗全国”旅游业一直是经济发展的重中之重。这套LCD大屏为保护城市旅游秩序,打造更加美丽、和谐、旅游观光城市,添加了一道亮丽的风景线。作为目前国内唯一一家能够同时提供可视化全线产品的研发生产厂商,清投视讯在超窄边液晶拼接上的技术优势不容小觑,公司生产的LCD产品的清投匀拼接技术,有效地消除传统液晶产品中常出现的黑边、暗边现象,画面更均匀,视觉效果大大提升。(三木)

惠普助力高校 实现“敏捷”教育

本报讯 惠普最近宣布,美国3所大学选择惠普融合基础设施解决方案来改善其教育项目,管理供学生和教师使用的在线信息。这3所大学分别是哥伦布州立大学、北佛罗里达大学和坦帕大学。通过惠普网络、存储和服务解决方案,这些学校能够更好地满足其数据带宽需求。借助响应速度更快的基础设施,大学能够为分散在不同校区、数量不断增长的学生和老师提供服务。惠普融合基础设施是构建“敏捷”企业的基石。“敏捷”企业将出色的技术融入到业务发展中,致力于即时地满足客户、员工、合作伙伴与公众的需求。(郝娜)

Teradata天睿公司帮助企业 挣脱竞争对手数据库的束缚

本报讯 Teradata天睿公司宣布提升数据和应用程序的迁移能力,帮助客户更容易地实现将应用程序迁移到Teradata平台。Teradata Database 14已增加了一些新功能和数据类型,简化从OLTP数据库迁移数据。Third Nature公司的研究分析师Mark Madsen表示:企业正面临尝试将通用数据库用于商业智能和分析型工作负载的难题。为了解决这个问题,许多企业正纷纷迁移到Teradata分析平台。迁移完成后,根据这些企业的报告,企业发现了新的商机。这是因为企业能够采用更具创造性的方式利用数据,相对以前受到的限制也大大减少。(王丹)