

2009年中国电子商务发展10大关键词电子商务师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022_2009_E5_B9_B4_E4_B8_AD_c40_645217.htm

2009年，尽管中国经济受到了国际金融危机的洗礼，但中国电(600795,股吧)子商务仍保持飞速发展，社会经济影响力不断扩大。继2008年中国电(600795,股吧)子商务发展10大关键词发布后，阿里巴巴集团研究中心特别选取了2009年中国电子商务发展十大关键词，供业界参考。

逆势扩张：电子商务为经济复苏赋能 艾瑞咨询数据表明，2009年第3季度中国B2B电子商务运营商总体营收规模达17.1亿元，环比增长9.6%，同比增长23.9%。在国际金融危机中，电子商务优势凸显，阿里巴巴等电子商务服务提供商自身实现快速扩张的同时，也为其客户千万中小企业，提供了“过冬棉衣”，众多中小企业利用电子商务践行“内外兼修、大小通吃、按需生产”的运营思路，渡过难关。与此同时，网上购物的优越之处吸引了大量消费者。CNNIC的数据表明，截至2009年6月，我国网购用户规模已达8788万，同比增加2459万人，年增长率为38.9%，上半年网购消费金额也已超过千亿。

背景：金融危机对全球贸易市场的冲击，导致中国传统型贸易模式出现了一定程度的萎缩。但电子商务却以其技术优势、成本优势和先进的模式优势“逆势”增长。电子商务的扩张，不但为出口转内销的“中国制造”打开了通往内需市场的通路，也为中国经济率先复苏贡献了力量。

6300万：网商发展趋向社会化 截至2009年上半年，网商数量已扩大至6300万，交易额持续上升，网商之间的协作关系深化，网商发展路径越来越多元化，网商国际化持续进行

。此外，网商群体的社会化也得到了显著体现，而这也是网商发展最重要的特征。主要表现为：电子商务覆盖了越来越多的社会人群；网商之间的关系走向社会化；工作、学习、生活、居住一体化的形态越来越显著；网商社会影响力扩大也带来了高度的社会认可。背景：网商发展的社会化趋势说明，经过十年发展，网商已经逐步实现了与主流社会经济系统的融合。2009年，网商群体的社会化是网商发展最重要的年度特征，在未来数年必将得到进一步的深化。

2400亿元：网络零售交易额激增 2009年，各大电子商务平台交易额快速上升，国际咨询机构IDC的数据表明，2009年中国网络购物市场的交易额将达2400亿元。综合型电子商务交易平台淘宝网上半年交易额已达809亿元，逼近去年全年999.6亿元，占上半年社会消费品零售总额的1.4%。而据报道，3C、数码领域的专业电子商务网站也连续保持了高速的业务增长。数据显示，网络交易额高速增长的动力之一来自新兴消费市场的崛起。2009年，二三线城市、中西部区域和农村的网络购物高速增长，其规模远超北京、上海、广州等一线城市区域的网购消费总和。背景：2009年二季度，我国快速消费品销售出现了5年以来的首次负增长。而以淘宝为代表的网络零售行业却保持翻番的增长势头。在国际金融危机背景下，消费者更加理性，注重商品的性价比，因而网络零售受到消费者欢迎。同时，网络购物建立了企业到消费者的直接渠道，压缩了渠道成本。当前，越来越多的网货不断涌现，品牌企业网销化的比例也越来越高。同时，中国正在兴起的新兴消费市场潜力巨大，二三线城市和农村市场消费品零售额的迅速增长，持续带动了电子商务的繁荣。

网货交易会：中国制造平滑对

接内需市场 在2009年5月、9月和12月，第一届、第二届、第三届网货交易会分别在广州、杭州和成都举办。第一届网货交易会有400家参展商和3万名网络零售创业者参加，共接待参观商超过10万人次，现场成交订单逾亿元。第二届网货交易会上，参展企业达到了1200多家，观众规模逾15万人次，现场成交订单金额2.24亿元。第三届交易会规模超过8万人次，有近500家中西部地区的中小企业参展，其中仅来自淘宝网的卖家采购团就超过了3万名，现场成交订单金额8000万元。网货交易有其自身的特点，网货经营者将少量多批次地进行采购，预计后续将给参展厂商带来4个亿以上的销售额。背景：2009年，国际金融危机使得许多“中国制造”企业亟需以合适的渠道从外贸市场转到内需市场。此时，电子商务为“中国制造”铺设了一条快捷、高效、宽广的渠道和一个业务迅速增长的平台，使得此前只服务于国外市场的“中国制造”开始大量进入内贸市场。这同时又拉动了国内的消费。“网货交易会”正是这一经济现象的线下映射。

自建物流体系：物流短板亟待改善 为了进一步压缩物流配送成本、保证货品配送质量，电子商务业界不少公司都已经或考虑自建物流体系。据报道，当当网已在北京、上海、广州和成都建立了物流中心。卓越已构建了308个城市货到付款的体系。Vancl计划在2010年推出定时、定点的个性化配送服务。京东商城在第二次融资后，于2009年4月投入2000万元在上海建立配送公司，并计划于2010年在北京、上海、成都新建该公司的物流中心。自建物流体系的前提是风险投资的大力支持。2009年，越来越多的优质电子商务企业获得了风险投资，京东商城、九钻网、好乐买、兰亭集势等电子商务网站先后

传出获得千万、百万美元级别投资的消息。背景：目前国内物流体系对电子商务的发展还存在一些制约因素，成为限制电子商务发展的瓶颈。这使得电子商务企业在配送决策上往往面临较大困难。中国电子商务企业物流模式的建立和完善，是电子商务企业发展仍待解决的课题。2009年，风险投资注入中国电子商务领域的资金越来越多，使得国内企业自建物流体系的步伐不断加快。

王小帮现象：农村电子商务星火燎原 对于山西吕梁市临县的一位普通农民王小帮来说，2009年意义非凡，这个山里汉子靠开网店推销农家山货成为“创业明星”，也因网络恶搞而红遍全国，网店销售额更是借势激增。他一个人带动了全村的乡亲们共同致富。背景：农民开网店可以加速农产品(000061,股吧)流通，带动就业。2009年里，和王小帮一样，在网上开网店销售家乡土特产的返乡农民工越来越多。农村市场尽管有IT服务和物流服务落后等局限，但王小帮的经历鼓舞着越来越多的农民。事实上，快速增长的网络消费市场给草根创业带来了全新的机会，网络已经成为中国城乡居民就业乃至创业的新渠道。

网络联保贷款：中小企业贷款领域的世界级创新 2009年，阿里巴巴协同银行业，继续加强面向中小企业的创新型信贷模式，在国际金融背景下有效缓解了中小企业贷款难的问题。截止2009年10月，阿里巴巴共计发放贷款达40.9亿元，惠及中小企业超过2000家。预计2009年全年，该项贷款累计发放将达60亿元。这种网络联保贷款模式利用电子商务平台上的网络诚信积累作为参考依据，无抵押、低利息、零门槛，成为探索中小企业信贷新模式的重要尝试。背景：以第三方平台为核心的电子商务服务业，正在成为优化市场资源配置的加速器。中小

企业创新型信贷，就是电子商务服务业与资本协同、融合的产物。第三方电子商务平台是电子商务普及、发展和创新的引擎，在电子商务服务业里的核心地位将越来越突出，它也将带动金融、物流、IT等合作伙伴，共同为中小企业提供日益完善的服务。

淘宝商城旗舰店：传统大企业与电子商务平台加速融合

2009年4月16日，国际休闲服知名品牌优衣库宣布在淘宝网上开设中国旗舰店，全力拓展中国市场，之后以优异业绩表现成为淘宝商城的标杆品牌旗舰店之一。随后，6月23日淘宝开放平台全面试运行，11月11日，杰克琼斯淘宝商城官方旗舰店日销售额飙升至创纪录的522万元。12月1日淘宝启动合作伙伴计划，围绕着传统企业纷纷开展网上零售的巨大需求，淘宝网正在加速基础设施建设，并推动起整个网上零售环境的成熟。

背景：2008年以来，国际金融危机使得越来越多的企业开始寻求新的生存和增长模式，从事网络零售成为很多企业选择的道路。而2008年下半年启动的“大淘宝战略”，目的之一也即帮助企业进行网络零售，为其提供全套的技术、支付、物流和营销支持。在内外因的促进下，数据显示，2009年上半年淘宝上的品牌企业发展迅猛，联想、宝洁、优衣库、戴尔、李宁等消费者耳熟能详的传统品牌均已入驻淘宝。传统大企业与电子商务平台的融合正在加速。

一亿元打假：网规建设力度持续加大

2009年，电子商务交易平台持续维护良好的网络购物环境。2009年6月，淘宝网第二代安全稽查监控系统上线，截至7月7日已有3516家店铺因虚假交易而被查封。7月，淘宝网“诚信自查系统”上线，这是中国C2C电子商务平台规模最大的一次反涉嫌炒作卖家的自查举措。11月，继此前重拳打击外部炒作信用黑色产业

链后，淘宝网宣布将斥1亿元重金开展新一轮“全民打假”运动。背景：电子商务需要自己的交易规则。2009年以来，淘宝网等电子商务平台一直致力于强化电子商务诚信体系，并对违禁交易、交易欺诈、虚假交易等违规行为进行更加全面的实时监控，从而及时、准确地查处此类违规行为。目前，淘宝网的诚信体系已包括以诚信为衡量标准的、透明的口碑评价系统，安全可靠的第三方担保交易系统，以及由“消费者保障计划”、“风险控制系统”、“运营监察系统”和“消费者监督系统”等四大支柱构成的安全交易系统。这些网规的出现和不断完善，以及基于互联网和电子支付平台的网络诚信体系建设，极大地促进了中国电子商务的发展。

新商业文明：信息时代商业文明曙光初现 在网络化和全球化加速展开的过程中，网商、网货、网规共同构成了一个生机勃勃的商业新世界(600628,股吧)，而近来的国际金融危机则集中暴露了工业文明和全球经济秩序的既有缺陷。从长时段的历史眼光来看，一个新的商业文明也开始浮现：“诚信、透明化、责任、全球化”是它的前提，“网商、网货、网规”是它的支柱，“信息时代的商业文明”则是它的时空定位与演进方向。背景：交易媒介的“互联网化”催生了网商（交易主体）、网货（交易品）和网规（交易规则）网商、网货和网规正是理解商业新世界(600628,股吧)的三个要素。从1999年到2009年，网商群体的发展历经“浮现”、“快速成长”（走向专业化和专职化）、“步入崛起”、“生态化”、“社会化”等发展阶段，实现了从无到有、从小到大的跨越式发展。2009年，网货和网规的力量也开始日益显著。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

