

网商十年 崛起史上最大商帮

尚处于弱势的中西部网商,正在成为新的增长点

网商力量:6倍增速拉内需

本届网商大会上发布的《2010年度网商发展研究报告》显示,截至2010年6月底,我国电子商务整体交易规模为2.1万亿元,网商规模7700万。

网商已经成为全球最具影响力、最具未来指向,同时也是规模最大的一个商人群体。

著名经济学家吴敬琏曾表示,电子商务在“拉动内需、促进就业与消费”方面的优势显著。

这个论断有数据支持。

2010年上半年,我国网络零售交易额为2118亿元,同比增长105.4%;预计到2010年年底,我国网络零售交易额有望突破5000亿元,并将首度达到中国国民经济总额的3%,成为中国“主流经济”体系中不可缺少的一部分。

值得关注的是,2007年至2009年,我国网络零售交易额年均增长速度为117.0%,是同期社会消费品零售总额年均增长速度的6.5倍。

网商梯队:由沿海向内陆发散,河南居第二梯队

9月10日,中国社会科学院信息化研究中心和阿里研究中心联合发布了《2010年网商发展指数报告》。这是中国首份从地理角度反映网商综合发展水平的指数报告。

报告显示,我国网商发展水平呈阶梯状分布。

第一梯队包括广东省、上海市、浙江省、北京市、江苏省、福建省、山东省、天津市8个省市。

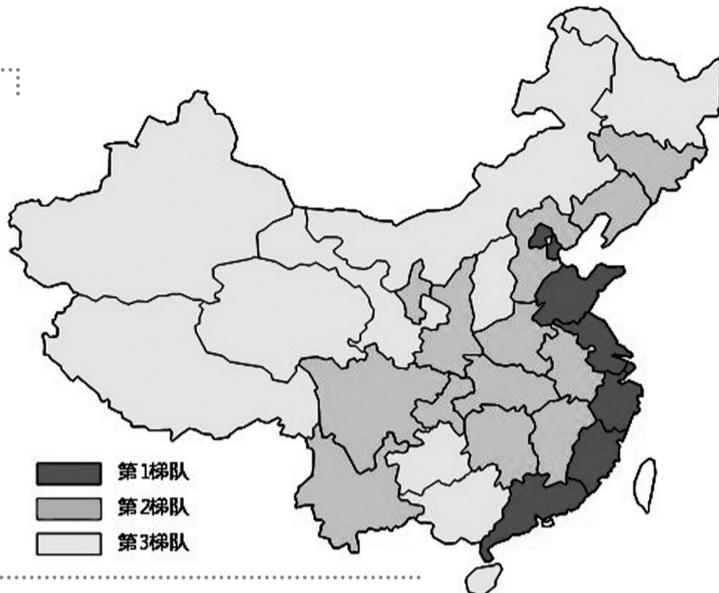
第二梯队为四川省、河北省、湖北省、宁夏回族自治区、湖南省、江西省、安徽省、辽宁省、重庆市、河南省、云南省、吉林省、陕西省13个省、区、市。

第三梯队为其余10个省市(详见右图)。

1999年到2009年,高歌猛进的电子商务在10年中迅速改变了中国人的生活。

9月10日到12日,来自国内外数以万计的网商聚在美丽的西子湖畔,出席由阿里巴巴集团主办的第七届网商大会暨第六届西湖论剑。

晚报记者 程国平



网商风向:服务业引领新浪潮,个性化需求成风向

网上充值费、订机票、订酒店,网上买彩票、买保险,相信很多人都体验过这些网购生活服务项目带来的便捷。

自2009年以来,继制造和贸易型网商、零售网商之后,服务业网商正引领网商发展的第三波浪潮,保险、旅游等多种生活服务项目开始网上进行。

还有,2010年,电子商务正迎来一个海量个性化的消费浪潮。

有分析认为,近年来中国特有的三种因素进一步推动了个性化浪潮的涌现,其动力源于消费结构持续升级,互联网重塑消费模式,以及80后、90后新人类成为消费主力军。

正因为这三个因素的存在,今年全球十大网商的评选与以往以规模为主不同,其衡量的标准以个性化为主。

“小熊电器”此次入选十大网货品牌,它先后开发的酸奶机、煮蛋器、炖盅等新产品,渐渐地形成“早餐电器”系列,深受“上班族”喜爱。

个性化的不只是产品,还包括服务。比如,“北美阳光”网店客服团队中有3位高级营养师,她们为顾客建立健康档案,并根据顾客的身体情况提出针对性的保健建议。已经有超过500个客户成为网店的长期客户,她们因此被称为“私人营养师”。

网商未来:今后10年,网络继续改变生活

如果说以上描述显示了中国电子商务现在及未来发展的特征,那么10年后,中国电子商务会是什么样?

我们先看看全球电子商务两大巨头的看法。

15年前,eBay创立后迅速成为全球最大的电子商务平台。1999年,阿里巴巴创业,由于同样以中小企业为客户,同样支持在线购物,两家公司在中国市场成为最大的竞争对手。

2007年,阿里旗下的淘宝与eBay易趣展开了更为激烈的争夺,经过一番苦战,eBay易趣在中国市场败北。

10日,eBay总裁兼首席执行官约翰·多纳霍也来到了论剑现场,与老冤家马云同台论剑。

约翰·多纳霍说,互联网本身才15岁,从十年来互联网给中国人带来的巨大变化,可以预计未来互联网会为中国人带来更大变化。

约翰举例说,8年前网上购物,桌面上要放一个很大的屏幕,而今天的消费者使用便携电脑,坐在咖啡店,用无线就可轻松上网。

“这样的行为还会继续改变,以后会有移动设备,这对我们未来上网购物、支付都会产生巨大的影响。”约翰·多纳霍预言,未来会有50%的上网人群用移动设备上网,而不是用笔记本电脑或者台式电脑。

这意味着很多机会会出现,有创新的机遇。

马云认为,在新的10年中,网商规模仍然保持着持续、高速增长。此外,马云还给出了一个数据:到2013年中国手机网民将超过7亿,超越PC网民数量,而其他移动终端的互联网接入也处于爆发状态,未来10年是移动互联网发展的黄金期,同时手机电子商务也将迎来10年的黄金发展期。