

5月10日,淘宝网迎来了10周岁生日。10年来,淘宝网不仅带来了传统零售渠道的深刻变革,也撬动了生产制造和生活方式的变革——

淘宝十年超万亿 再过十年又几何

本报记者 陈静



2003年5月10日,淘宝网诞生,20天后迎来了第10000名注册用户。2003年全年淘宝网总成交额3400万元。10年后的今天,3400万元仅相当于淘宝系不到20分钟的成交额。

2012年11月30日,阿里巴巴集团宣布,淘宝系年成交额突破1万亿元,在全国网购成交额中占比52.6%,相当于去年全国社会消费品零售总额的4.82%。

十年来,电子商务的影响已经超越了经济的范畴,致力于建设更加新颖、透明、开放、公平的商业环境。十年后的网购什么样?有人说,应该会编织出一张更广泛的大网,撬动更深层次的变革,连接更多行业的人群——



不一样的消费:

释放潜力 坐享天下

去年5月,纪录片《舌尖上的中国》热播,5天内超过584万人次的网友上网寻找纪录片中提到的美食,毛豆腐的搜索量增加了113倍,云南诺邓火腿5天内成交量增加了4.5倍……这些以往并不为人所知的特产,借由网络购物轻松走向了全国。在这背后,既有强大的实体供应链体系作为基础,也同时有基于互联网所产生的信息流的功劳。合二为一,消费者新的消费需求得到了即时响应和满足。

网络购物带来的全新购物速度和购物体验,也在很大程度上“磨平”了城乡之间有效供给的差距。小城市买家的购物半径,原本不过是离家几公里的县城商场。而现在,西部小城镇的少女和时髦的上海女孩儿机会均等。她们共享数亿商品的上架和更新,共享“亲”的称呼。

这一切都说明,网络购物不仅是线下消费向线上消费的转移和替代,更是对居民消费潜力的释放和满足。

网络购物不仅是线下消费向线上消费的转移和替代,更是对居民消费潜力的释放和满足

来自市场研究机构麦肯锡对全国266个城市数据的测算,消费者通过网络购物消费的100元中,约61元是线下转移到线上的替代性消费,但另外39元则是新增消费,据此测算,中国网络购物2012年创造的消费增量已达5000亿元。在三四线城市和西部偏远地区,它作为弥补实体零售相对落后的有效补充,对于扩大消费、拉动内需的作用则更加突出。

不一样的生产:

个性创造 因需而变

网络购物平台使海量的个性化商品能够以较低的成本与日益崛起的个性化消费需求相对接,而这也直接带来了生产和制造方式的变革:快速多变的消费者需求正在形成一股强大的力量,倒逼企业建立柔性化生产、社会化协作的生产方式,而这也与“中国制造”到“中国创造”之路上的制造业的转型升级不谋而合。

作为一家连接生产厂家和服装网店的生产新型服务商,辛巴达供应链提供的是柔性化的专业供应链服务:传统规模性

工厂每款下单量至少1000件,但辛巴达每款下单量是20件到100件,可以让品牌商根据小批量“试销”情况选择“畅销款”下单,12小时为单位调整生产计划,48小时完成打板、7天内成品出货、3天内快速补货……这些对传统生产模式来说的天方夜谭,通过对生产工厂的信息化改造和单件流改造,已经成为现实。

网络购物对销售链条的缩短,大大降低了小批量原创和定制化生产的门槛,网络购物平台巨大销售额沉淀下来的数据,

网络购物平台让海量的个性化商品与日益崛起的个性化消费需求有效对接

则让卖家对消费者需求心中有数。在这种蜕变中,曾经造就“世界工厂”的外贸型加工企业得到了拉高“微笑曲线”的机会。曹跃伟曾为宜家代工16年,2011年底,他联合国内一批宜家代工厂成立了嘉宜美家居公司进军网络平台。直接对接消费者需求,极大地提高了生产效率,工厂的毛利率也从5%上升到20%。而在上海的研发设计端,据淘宝网2012年底的数据统计,原创男装累计销售500万件,原创女装累计销量600万件。

不一样的就业:

门槛降低 指尖乾坤

进行性肌营养不良患者张云成已经习惯了用一根手指打字回复买家的提问,这是他全身上下唯一还能活动的部分。5蓝钻的淘宝店铺“鹏程e购”开张7年,从加湿器卖到竹炭,维持着张家三兄弟的生计,“我也能实现自己的价值,这个小网店让我活得有尊严。”淘宝网成立10年来,有超过3万名残疾人选择在这个平台上创业就业。

在另一个完全不同的人生平台上,斯坦福计算机系毕业的美国小伙马克也选择了开网店,2009年,他和北京女孩王惊

共同创立了一家淘宝网上的甜品店派悦坊,把来自纽约的甜品分享给中国的消费者,2012年,这家网店的送货范围从北京扩展到了上海。

不一样的人生,一样的网购。在网络购物的生态系统中,提供的就业岗位包括:创业者、直接从业者和间接就业者三种类型。来自淘宝的数据显示,截至去年年底,淘宝网创造的直接就业岗位达到392.1万,间接就业岗位则高达1109.6万。

阿里巴巴集团副总裁梁春晓表示,来

网络购物的生态系统可提供的就业岗位包括创业者、直接从业者和间接就业者三种类型

自网络零售的就业机会融合了技术密集和劳动密集的特点,技术优势使创业者不需要支付店面房租也不需要太多库存,门槛相对较低,但与此同时它又是以劳动为基础的经济,可以吸纳和带动许多一般劳动者就业。

来自麦肯锡的数据则显示,网络就业在分配上体现出明显的服务业特征,与线下传统零售商相比,电子商务企业付给员工的薪水福利在其营收中占比更高,达到10%至16%,而线下传统零售商仅为3%至4%。

电子商务十年大事记

经过10年的发展,我国电子商务从萌芽走向成熟,电子商务迅速成为信息时代服务贸易新的增长点。

2003年
5月,阿里巴巴集团投资1亿元人民币成立淘宝网。10月,阿里巴巴推出支付宝。

2004年
1月,京东涉足电子商务领域,京东多媒体网正式开通,启用域名。
8月,亚马逊以7500万美元协议收购卓越网,并更名为卓越亚马逊。

2005年
1月,国务院办公厅发布《关于加快电子商务发展的若干意见》。
4月,《电子签名法》正式施行,是中国信息化领域的第一部法律。

2006年
12月,电子商务企业网盛科技登陆深圳中小企业板,标志着A股“中国互联网第一股”诞生。

2007年
6月,《电子商务发展“十一五”规划》发布。
10月,凡客诚品创立,选择自有服装品牌网上销售商业模式。
11月,阿里巴巴网络有限公司成功在香港主板上市。

2008年
4月,商务部起草《电子商务模式规范》和《网络购物服务规范》。当年,中国网购交易额首次突破千亿元。

2009年
5月,当当网宣布率先实现盈利,平均毛利率达20%,成为当时国内首家实现全面盈利的网上购物企业。

2010年
1月,苏宁电器旗下电子商务平台苏宁易购网正式上线。11月,国美正式进军电子商务领域。
3月,《政府工作报告》首次明确提出大力扶持电子商务。

2011年
5月,央行公布首批27家获得支付业务许可证的企业名单。

2012年
1月,淘宝商城宣布更改中文名为天猫,加强其平台的定位。
2月,八部委下发通知,在22个城市开展网络(电子)发表应用试点。
3月,工信部发布《电子商务“十二五”发展规划》。

4月,苏宁启动让利促销,国美网上商城、亚马逊等电商加入促销。
5月,苏宁、京东再次掀起网上家电产品促销。

9月,国家发改委对电商价格战展开调查,认定电商价格战存在欺诈行为。

11月,天猫与淘宝两家网购单日纪录再次刷新为天猫132亿元、淘宝59亿元,合计191亿元。

文/本报记者 谭辛



丝丝可见的网购印记

安之

每个人消费的历史,共同构成了整个市场发展的脉络。而身在互联网数据时代,所有的脉络都丝丝可见。

这十年里,80后和90后成为消费主力人群,他们身上体现出了鲜明的特点。来自淘宝网的数据显示,有三分之一以上的毛绒玩具是被18岁至24岁之间的人买走的。在益智玩具买家方面,30岁以上人群成为主力消费大军。“超龄儿童”俨然成为80后、90后的群体特征。

这十年里,网购也见证了文化产品消

费的迅速升温。在2012年11日晚8点至第二天早上8点,网友疯狂下单2600笔,英文作品长篇《蛙》、《红高粱家族》、《生死疲劳》分列前三位,英文的搜索指数开始飙升,12小时猛涨了26倍。

这十年里,人们的消费观也在发生深刻变化,开始习惯“为安全感买单”。2008年汶川地震后,有24.5万人购买了急救包;去年“7·21”北京一场暴雨,让215万把安全锤络绎不绝地飞向全国各地;2012年底沸沸扬扬的PM2.5,让4600万个口罩被抢购。

网购还让新的消费产品和消费方式跃上大舞台。在家庭装修方面,从2011年至今,23万消费者购买了“设计/施工/监理”类服务商品。在食品方面,在晚上8点到次日凌晨1点间购买食品的“夜淘族”在2268万食品买家中占据了36%,达826万,他们平均每人购买了16件零食,假设平均每件零食的热量为100大卡,这826万个夜间出没的“吃货”总共得接力跑上4946年的慢跑才能把这些热量消耗掉,避免变成胖子。

网购十年,你买了什么又变了多少?



央行副行长刘士余表示:

支付创新要服务实体经济

本报北京5月12日讯 记者王信川报道:中国人民银行副行长刘士余日前在“中国支付清算论坛”上表示,我国支付清算行业在快速发展的同时,一些制约支付行业发展的深层次矛盾和问题还没有根本解决,行业的出路在于不断增强创新能力,持续完善创新机制。

刘士余强调,坚持内外结合、突出重点,注重提升支付行业持续发展能力。要加强支付技术创新,使中国成为全球支付技术创新高地;加强支付顶层结构的创新,推动商业模式和合作模式的创新,促进行业资源优化配置。

刘士余表示,支付创新要坚持服务实体经济,注重实现社会价值和经济效益的有机统一。要通过积极创新,在提高百姓支付便利性、减少商业流通成本、改善农村金融服务环境、服务“小微企业”等方面发挥积极作用。

刘士余指出,要坚持推动市场生态多样化、差异化,不断改善支付发展的生态环境,注重行业的发展空间,利用支付多元化、便捷化、高效化的特征,积极引领消费者塑造新型的消费文化。

运营商、银行、手机厂商纷纷发力

手机近场支付或将“爆发”

新华社记者 邓中豪

如果只要一部手机,就可以完成日常所有的非现金消费,你还会随身携带银行卡、公交卡、购物卡吗?

近日,三大运营商纷纷与商业银行和手机厂商合作,推出基于NFC技术的手机近场支付产品。专家指出,随着各方面条件成熟,未来几年,我国手机近场支付产业或迎来爆发式增长。但与此同时,产业链整合、产品安全性等问题仍需抓紧解决。

在我国,尽管手机近场支付已发展多年,但截至2012年底,总交易规模尚不足40亿元。据介绍,相对于传统技术,NFC技术解决方案具有诸多优势。目前,发展基于NFC技术、银联标准的手机近场支付,已成为运营商与金融系统的共识。

今年2月和4月,中国移动分别与中国银联、光大银行联合推出手机钱包业务。据中国移动天津公司市场经营部商城运营室经理莫非介绍,使用该业务,需在具有NFC模块的手机下载一个“钱包”应用,打开应用后,可在其中下载银行卡、公交卡、优惠券、加油卡等各种虚拟卡,并输入信息绑定实体卡。一部手机可以绑定很多张银行卡,并可在支持“闪付”的POS机上“刷手机”。

业内人士认为,近期各种外在环境的改善,对手机近场支付产业发展形成了多重利好。

首先,标准之争结束,运营商消除后顾之忧。易观咨询分析师闫晓佳告诉记者,2012年12月,央行发布的中国金融移动支付系列技术标准最终明确为13.56MHz的NFC技术标准。

其次,NFC智能手机加快普及。使用NFC手机近场支付,首先要有具备NFC模块的智能手机。数据显示,2012年NFC手机销售1.2亿部,占全球智能手机销量5.45亿部的18.7%。

第三,POS机大规模改造,受理环境改善。资料显示,在中国银联和各商业银行的大力推动下,全国范围内120万台非接终端的改造已经完成。未来用户可以直接在有“闪付”标志的POS机上“刷手机”支付。

中央财经大学民生经济研究中心主任李永壮认为,发展基于NFC技术的手机近场支付,既需要打通上游的手机终端制造商,推动手机厂商生产具备NFC模块的定制机,又需要在应用里集成更多元的服务,这需要运营商与手机厂商、银行、公交公司、地铁公司、加油站、超市、商场建立合理的合作及分成模式,产业链整合的能力将决定产品的成败。

除此之外,安全问题也是决定手机近场支付产业生死的大问题。艾媒咨询CEO张毅指出,只有把手机近场支付做得像金融IC卡一样安全,才会真正赢得用户的信任。

(据新华社天津5月12日专电)



电子商务摄影师的“创业梦”



电子商务摄影师陈艺鹏在查看客户提供的商品,准备拍摄。毕业于合肥学院的陈艺鹏在校时就怀揣创业梦想。随着“淘宝热”传入校园,陈艺鹏发现了电子商务为摄影行业带来的商机:“在网络交易环境下,顾客看不到商品的实际模样,需要通过专业的拍摄和后期处理将商品精美地呈现出来。”

新华社记者 杜宇援

本版编辑 韩叙 张双
美编 高妍
本版邮箱 jrbjrcj@163.com