

临沂市人民政府办公室
关于印发临沂市电子商务十三五发展规划的
通 知

临政办发〔2017〕62号

各县区人民政府，市政府各部门、各直属机构，临沂高新技术产业开发区管委会，临沂经济技术开发区管委会，临沂临港经济开发区管委会，临沂商城管委会，临沂蒙山旅游度假区管委会，临沂综合保税区管委会，各县级事业单位，各高等院校：

《临沂市电子商务十三五发展规划》已经市政府同意，现印发给你们，请认真组织实施。

临沂市人民政府办公室

2017年11月29日

临沂市电子商务十三五发展规划

目 录

一、总则

- (一) 规划背景10
- (二) 规划范围与期限11

二、发展形势

- (一) 国际电子商务发展形势11
 - 1.全球电商产业发展势头强劲，市场规模达 22.1 万亿美元11
 - 2.全球电商产业格局初步形成，印巴等新兴电商市场崛起12
 - 3.电子商务新兴业态持续涌现，电商呈多元化发展态势12
 - 4.跨境电商将成贸易主要形式，中小企业迎来发展新契机13
 - 5.现代物流价值日益凸显，新技术引领电商物流变革14
- (二) 国内电子商务发展形势14
 - 1.电商政策密集发布，“十三五”成落实关键期14
 - 2.跨境电子商务不断壮大，各地迎来发展新机遇14
 - 3.县域电商消费初见成效，农产品进城扩展渠道15
 - 4.传统批发商触网成趋势，B2B 创新服务不断涌现16
 - 5.传统产业资本活跃，以投资促进线上线下融合16
 - 6.网络消费扩容，生活服务业成电商发展新热点16
 - 7.城市电商发展各有侧重，品牌打造各有机会17
- (三) 临沂市电子商务发展形势17
 - 1.电子商务交易规模快速增长，行业应用水平不断提升17
 - 2.电商创新创业主体加速孕育，示范创建工作持续推进18
 - 3.电商推进工作机制不断健全，交流培训活动初见成效19
 - 4.商贸业逐步实现转型升级，专业市场电商化水平亟需提升20
 - 5.现代物流业创新发展，“最后一公里”难题亟待解决20
 - 6.县域电商取得突破性进展，网络商品品牌效应亟待加强21

三、临沂市电子商务发展重点领域研究

（一）县域电商专题研究	22
1.县域电商发展现状	22
（1）农村网络基础设施不断完善，农村网民数量持续增长	22
（2）农产品电商交易活跃，形成多层次电商市场体系	23
（3）农资电商发展潜力大，电商模式呈现多元化发展	24
（4）日用品电商平台向农村延伸，物流服务下行通道扩展	25
（5）农村电商扶贫成为新热点，多方参与助推县域脱贫	26
2.县域电商发展特点	27
（1）多项政策促进县域电商试点示范	27
（2）县域电商融资速度加快	27
（3）淘宝村镇县建设进入新阶段	27
3.县域电商发展趋势	28
（1）县域电商保持快速发展势头	28
（2）县域电商服务环境日趋改善	28
（3）县域电商产业链不断延伸	28
（4）县域电商线上线下融合趋势明显	29
（5）县域电商的政策支持力度持续加大	29
附表：我国县域电商新政策（2015）	30
（二）跨境电商专题研究	30
1.跨境电子商务发展现状	31
（1）跨境电商平台模式日趋多样化，跨境电商生态系统逐步形成	31
（2）海外仓和保税区建设获政策支持，助力跨境电商拓展渠道	32
（3）自贸区优势与功能定位各有不同，试点城市谋求创新发展	33
（4）跨境网购消费者数量与规模增加，购物市场及品类不断扩展	

.....	35
(5) 地方省市因地制宜发展跨境电商, 积极出台新政策与新举措	
.....	36
2. 跨境电子商务发展趋势	37
(1) “一带一路”推动跨境电商跨越式发展	37
(2) 跨境电商线上线下全渠道融合发展	38
(3) 跨境电商出口带动外贸新增长	38
(4) 整合资源优化跨境业务流程	38
(5) 跨境电商发展环境进一步优化	39
附表: 我国跨境电商新政策 (2015)	39
(三) 电商服务业专题研究	41
1. 电商服务业发展现状	41
(1) 电商服务业市场规模加速增长, 客服外包等成为新增长点	
.....	41
(2) 电商服务业服务门类更加丰富, 形成日益完善的服务体系	
.....	42
(3) 电商服务业主体结构不断优化, 集中分布于沿海一线城市	
.....	42
2. 电商服务业重点细分行业发展现状	43
(1) 电子商务交易服务业以 B2B 为主体, B2C 占比不断提高	
.....	43
(2) 电子商务支撑服务业需求增长, 衍生服务快速发展	46
3. 电商服务业发展趋势	53
(1) 在线商业服务生态将成为现代服务业核心	53
(2) 平台模式将成为在线商业服务生态共识	53
(3) 技术创新仍将继续快速推动服务生态创新	54
(四) 移动电子商务与 O2O 专题研究	54
1. 移动电子商务专题研究	54

(1) 移动电子商务发展现状	54
(2) 移动电子商务发展特点	57
(3) 移动电子商务发展趋势	59
2.O2O 专题研究	60
(1) O2O 市场规模达到 8797 亿元，未来发展空间巨大	60
(3) O2O 商业模式的发展趋势	63
(五) 专业市场专题研究	65
1. 专业市场发展现状	65
(1) 全国商品交易市场数量下降，专业化进程加速	65
(2) 专业市场“互联网+”转型，部分地区初见成效	66
2. 专业市场发展电子商务面临的问题	67
3. 案例分析—义乌小商品城	68
四、指导思想、原则及目标	
(一) 指导思想	70
(二) 功能定位	71
(三) 基本原则	72
(四) 发展目标	72
五、电子商务产业布局	
六、主要任务及重点工程	
(一) 构建跨境电子商务产业链，培育新商贸服务业	76
1. 跨境电商线上线下融合工程	77
2. 跨境电商服务资源对接工程	78
3. 跨境电商支撑载体建设工程	78
(二) 提升电商应用与服务水平，增强县域电商竞争力	79
4. 农产品网络品牌提升工程	80
5. 县域网络消费扩容工程	81
6. 县域公共服务网络提质工程	82
(三) 深化传统产业电商应用，打造“互联网+”新优势	82

7.商贸企业线上交易深化工程	83
8.优势产业电商应用深化工程	83
9.生活服务业创新发展工程	84
(四) 加快电商支撑体系建设, 满足电商发展新需求	85
10.电子商务示范基地建设工程	85
11.智慧物流枢纽体系建设工程	85
12.互联网金融服务体系建设工程	87
13.网络设施保障体系升级工程	87
(五) 营造良好电商氛围, 厚植创新创业新土壤	88
14.电商专业人才培养工程	88
15.电商企业标杆示范工程	89
16.电商招商引资推进工程	89
17.电商品牌会议打造工程	90
18.电商创新创业培育工程	90
19.综合服务门户建设工程	91
20.可信交易环境建设工程	91
七、重点项目实施推进计划	
(一) 跨境电商线上线下融合工程	93
项目 1: 专业市场升级改造项目	93
项目 2: 专业市场专场精品推介会项目	94
项目 3: 公共海外仓建设项目	95
(二) 跨境电商服务资源对接工程	96
项目 1: 国际工程物资临沂频道建设项目	96
(三) 跨境电商配套载体建设工程	96
项目 1: 中国(临沂)国际商贸城电子商务产业园建设项目	96
项目 2: 临沂机场国际快件监管中心建设项目	96
项目 3: 临沂市跨境电商综合服务平台建设项目	97
(四) 农产品网络品牌提升工程	97

项目 1: 农产品网络商品质量安全可追溯平台建设项目	97
项目 2: 农产品加工包装策划中心建设项目	97
项目 3: 农产品品牌标准化建设项目	98
项目 4: 农产品电商平台建设项目	98
(五) 县域网络消费扩容工程	98
项目 1: 农资经营网点信息化改造项目	98
(六) 县域公共服务网络提质工程	99
项目 1: 电子商务县运营中心建设项目	99
项目 2: 电子商务乡村服务站建设项目	99
(七) 商贸企业线上交易深化工程	99
项目 1: 临沂商城大数据中心建设项目	100
项目 2: 线上批发培训服务项目	100
项目 3: 服务资源对接项目	100
项目 4: 投融资走出去项目	101
(八) 优势产业电商应用深化工程	101
项目 1: 临沂市电子发票综合服务平台建设项目	101
(九) 生活服务业创新发展工程	102
项目 1: 商贸服务业电商应用创新项目	102
项目 2: 旅游景区电商应用项目	102
(十) 电子商务示范基地建设工程	102
项目 1: 电子商务示范基地创建项目	102
(十一) 智慧物流枢纽体系建设工程	103
项目 1: 智慧物流仓储集聚中心建设项目	103
项目 2: 智能物流信息平台项目	103
项目 3: 智能快件箱建设项目	104
(十二) 互联网金融服务体系建设工程	104
项目 1: 互联网金融服务中心建设项目	104
(十三) 网络设施保障体系升级工程	104

项目 1: “智慧临沂”建设项目	104
(十四) 电商专业人才培养工程	105
项目 1: 县域电商人才针对性培训项目	105
项目 2: “线上+线下”人才培养项目	105
(十五) 电商企业标杆示范工程	106
项目 1: 电子商务示范企业创建评选项目	106
(十六) 电商招商引资推进工程	106
项目 1: 电商服务总部集聚中心建设项目	106
(十七) 电商品牌会议打造工程	107
项目 1: 电子商务品牌会议建设项目	107
(十八) 电商创新创业培育工程	107
项目 1: 电子商务众创空间升级项目	107
(十九) 综合服务门户建设工程	107
项目 1: 电子商务公共服务中心建设项目	107
项目 2: 电子商务统计制度建设项目	108
(二十) 可信交易环境建设工程	109
项目 1: 临沂电商可信交易保障公共服务平台建设项目	109
项目 2: 临沂市电子商务信息采集分析项目	109

八、保障措施

(一) 加强组织领导, 创新工作机制	109
(二) 构建服务体系, 提升管理效能	109
(三) 加大财税支持, 拓宽融资渠道	110
(四) 建立专家智库, 紧跟产业趋势	110
(五) 强化政策支持, 落实人才保障	111

相关附件

附件 1: 临沂市电子商务发展规划工作任务分解图	112
附件 2: 临沂市电子商务政策推进体系	113
附件 3: 县域农产品电商“临沂模式”发展路径及推进时序图	113

电子商务是基于互联网的新型经济活动，已广泛渗透到我国社会生活各个领域，成为各级政府转方式、调结构、推动产业升级、促进消费增长和推进流通现代化的重要手段。

为推动临沂市电子商务健康快速发展，按照《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》（国发〔2015〕24号）力求突破电子商务发展市场及政策瓶颈的意图，《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》（国发〔2015〕40号）着力拓展电子商务与传统产业融合空间的精神，以及贯彻落实《山东省人民政府关于加快电子商务发展的意见》（鲁政发〔2016〕13号）、《山东省人民政府关于印发〈山东省“互联网+”行动计划（2016-2018年）〉的通知》（鲁政发〔2016〕14号）、《临沂市人民政府关于加快电子商务发展的意见》（临政发〔2014〕24号）、《临沂市人民政府办公室关于加快农村电子商务发展的实施意见》（临政办发〔2016〕11号）等文件要求，特编制本规划。

一、总则

（一）规划背景

2010年以来，依托区位、资源、商贸物流等基础优势，临沂培育了一批本地龙头电子商务企业，打造了一批多元化电子商务平台，创建了一批知名电商品牌，电子商务快速发展，成为拉动全市经济发展的新动力。2015年，全市电子商务交易规模突破1100亿元，居山东省第4位，荣列中国电子商务经营百强城市第46位、中国电商百佳城市第89位，已初步成为具有影响力的国际商贸名城。近年来，先后荣获“2014年度中国电子商务经营百强城市”

“‘互联网+’2015年度中国网络零售百强城市”“国家物流园区

示范城市” “国家现代物流创新发展示范城市” “山东省电子商务示范城市”等荣誉称号，电子商务步入提速发展的关键阶段。

国家和山东省高度重视电子商务发展规划编制工作，临沂电子商务到了新的发展阶段，也需要结合本地经济社会发展实际，制定下一阶段发展规划。该规划在制订过程中，坚持以“创新、协调、绿色、开放、共享”理念为指导，在“立足于现实环境、坚持问题导向”的同时，还“着眼于未来发展、坚持目标导向”，开展了广泛调研和科学分析。规划着重突出战略性、宏观性和政策性，紧紧围绕“鲁南苏北区域性中心城市”的功能定位，致力于提高临沂电子商务发展的核心竞争力和影响力，推动全市经济社会持续、快速、健康发展。

（二）规划范围与期限

规划范围包括临沂市所辖全域。

规划期限为 2016 年至 2020 年。

二、发展形势

（一）国际电子商务发展形势

1. 全球电商产业发展势头强劲，市场规模达 22.1 万亿美元

全球电子商务市场已进入快速发展阶段，产业发展环境良好。2015 年，全球网民数量达到 33.66 亿，同比增长 8%以上；全球互联网站超过 9 亿个，网民渗透率为 46.4%；发达国家网民比例已经接近饱和，但中国、印度、南美等发展中国家则保持较高增速。2015 年，全球电商市场规模达 22.1 万亿美元，其中 B2B 电商规模为 19.9 万亿美元；全球网络零售额达 1.67 万亿美元，同比增

长 25.1%，占全球零售销售额的比重为 7.4%。

2. 全球电商产业格局初步形成，印巴等新兴电商市场崛起

美国、中国、日本是世界三大电商市场。其中，美国是全球最大的 B2B 电商市场，其电子商务销售额在 2017 年预计达到 3700 亿美元；中国是全球最大的 B2C 电商市场，B2C 销售额和网购消费者数量世界排名第一位。印度、巴西等发展中国家成为全球电子商务发展的新兴市场，2015 年印度网民规模超过美国、巴西超过日本，分别位居全球第二、第四位，随着网民认知提高、网购成本减小以及全球各大知名电商的布局，印度、巴西等新兴电商市场将进一步加快发展。

表 2-1 2015 年全球前十电商网购消费者情况

国家	网购消费者（百万）	年均开支（美元）	B2C（亿美元）	B2B（亿美元）
中国	413	1508	623	2078
美国	166	3072	511	6072
日本	57	1994	114	2380
德国	41	1270	52	966
英国	38	4539	174	709
巴西	33	376	12	112
俄罗斯	30	756	23	700
法国	26	2916	72	600
韩国	22	2120	48	969
印度	22	891	20	298

3. 电子商务新兴业态持续涌现，电商呈多元化发展态势

在全球范围内，跨境电商、移动电商、旅游电商等蓬勃发展，共享经济等新业态快速崛起，电商业态更加多元化。2015 年跨境电商市场交易规模超过 3.2 万亿美元，同比增长 13.9%，在全球贸易进出口总额中占比超过 30%；网络零售的移动应用加速发展，其

中餐饮外卖、网络约车等细分行业率先进入移动电商时代；全球旅游电商销售额达 5335 亿美元，增长 13.3%，预计到 2018 年，亚太地区旅游电商规模将超过北美地区，成为世界最大的旅游电商市场。

表 2-2 2013-2015 年全球跨境电商与旅游电商市场规模

年度	跨境电商		旅游电商	
	市场规模 (亿美元)	增长率	销售规模 (亿美元)	增长率
2013 年	26903.6	5.4%	—	—
2014 年	28491.0	5.9%	4709.7	14.1%
2015 年	32462.3	13.9%	5335.2	13.3%

4. 跨境电商将成贸易主要形式，中小企业迎来发展新契机

随着全球贸易格局深度变革，跨境电商将成为未来全球贸易的主要形式。在跨境出口电商方面，北美、欧洲等市场依旧强势，东南亚、拉美、中东等新兴市场发展迅速。随着 eWTP（全球互联网贸易平台）写入 G20 公报，将进一步推动跨境电商爆发式增长，并孵化跨境电商新规则。eWTP 自由贸易主要惠及全球中小企业，有利于推动中小企业电商化发展。

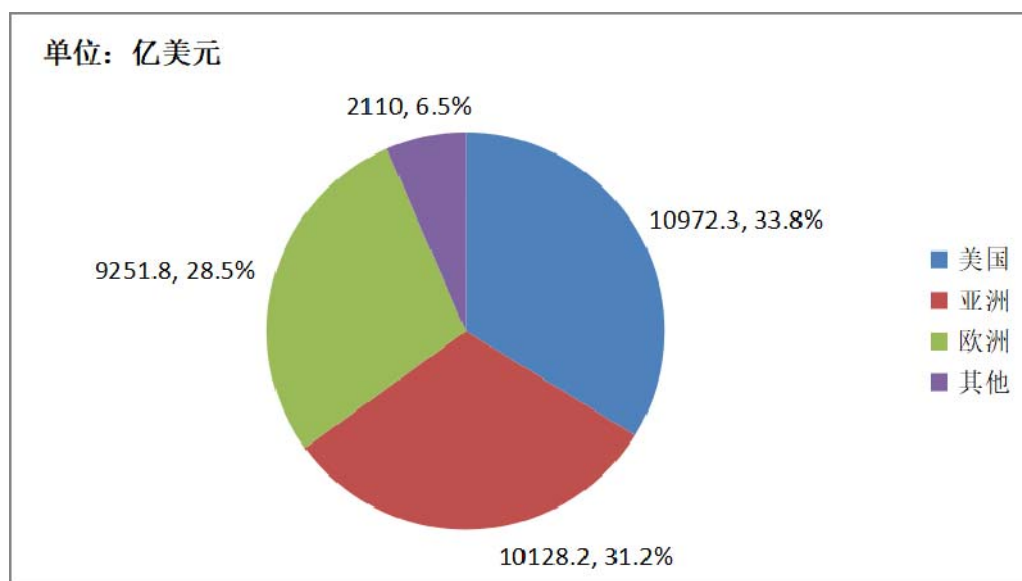


图 2-1 2015 年全球跨境电商市场区域结构

5. 现代物流价值日益凸显，新技术引领电商物流变革

自京东率先自建物流体系开创了仓配一体化电商物流模式后，网络零售商积极构建自己的物流体系，亚马逊、Flipkart、唯品会等自营电商也加快了自建物流步伐。同时，以人工智能技术为代表的高科技正引领物流领域变革。在仓储环节，机器人技术正在改变仓储业，如亚马逊 13 个物流中心拥有 3 万部机器人；在配送环节，无人机是最具应用前景的技术，亚马逊、谷歌、京东、顺丰、新加坡邮政等公司纷纷宣布了无人机计划，以提高配送效率。

（二）国内电子商务发展形势

1. 电商政策密集发布，“十三五”成落实关键期

党中央、国务院高度重视电子商务在稳增长、调结构、惠民生、扩就业等方面的突出作用。在经济新常态下，围绕跨境电商、商贸流通、农村电商、创新创业等领域，国务院及各部委密集出台了一系列促进电子商务发展的政策，仅 2015 年公开发布的政策性文件已超过 15 个。“十三五”期间，各地方政府的重要任务是深入贯彻落实国务院关于电子商务发展的战略部署，因地制宜制定本地电子商务政策并有序推进。

2. 跨境电子商务不断壮大，各地迎来发展新机遇

2015 年我国跨境电子商务交易额已达到 4.56 万亿元，同比增长 21.7%，其中出口、进口增速分别达 21.9%、20.3%。一方面，互联网企业、传统外贸企业、仓储物流企业、传统专业市场等各

类经营主体纷纷涉足跨境电商领域，跨境电子商务产业逐渐壮大，成为电子商务发展新亮点。另一方面，跨境电商出口政策已在全国放开，且在进口方面《财政部 海关总署 国家税务总局关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》（财关税〔2016〕18号）已明确，具有保税区（B型及以上）等物理载体即可开展进口保税业务。各城市结合自身产业特点，围绕公共海外仓建设、B2B跨境电商业态培育、对点国家物理通道建设、跨境电商品牌孵化、国际贸易规则制定等，探索建立各具特色的跨境电商发展模式。

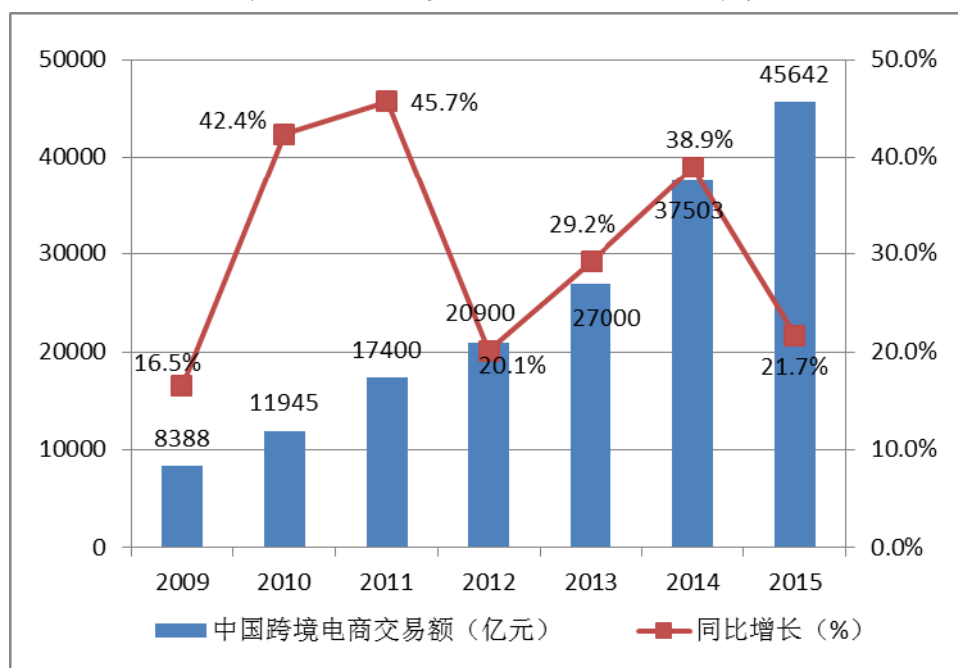


图 2-2 2009-2015 年中国跨境电商交易额增长情况

3. 县域电商消费初见成效，农产品进城扩展渠道

现阶段，阿里巴巴、京东、苏宁等大型电商企业正大力建设农村电商各级服务站点，进一步扩展农村消费商品品类；各级供销社系统、邮政系统也加紧进行现有农村网点改造。农村电商信息消费基础设施逐步完善，农村消费者电商消费意识逐步增强，

电商应用水平逐步提高，为农产品进城打下基础。“十三五”期间，农村电商发展将以补短板、重上行、促竞争为重点，着力拓展农产品由农村到城市的上行渠道，增强农村电商对农民增收的带动作用，最终使农民成为县域电商发展的受益主体。

4. 传统批发商触网成趋势，B2B 创新服务不断涌现

各地传统批发行业加快利用电子商务转型升级，如东莞虎门大莹服装电商城以传统服装批发为基础，通过线上线下相结合的方式创新服装批发模式；海宁皮革城移动端正式上线，实现线上互动、线下服务的购物模式。与此同时，服务于线下批发商的 B2B 电子商务平台纷纷创新服务体系，延伸服务功能，阿里巴巴 1688 平台、慧聪网、找钢网等电子商务平台为不同发展时期的批发商提供在线交易、物流服务、融资服务、加工配送等服务，探索在提供信息发布的基础上向交易服务、供应链金融等方向转型。

5. 传统产业资本活跃，以投资促进线上线下融合

2015 年，传统企业开展电子商务的方式逐步由独立建站、入驻平台过渡到投资并购阶段。奥康国际、东易日盛、罗莱家纺等大型传统企业分别投资兰亭集势、美乐乐、大朴等网络零售企业，通过资本合作弥补线上营销能力的不足。中国轻纺城收购“网上轻纺城”、西陇化工投资有料网、首钢集团投资找钢网，线下专业市场和传统 B2B 企业也通过入股、收购垂直 B2B 电商平台涉入电商领域，探索新利润增长点和线上线下融合发展新方向。

6. 网络消费扩容，生活服务业成电商发展新热点

生活服务业已成为继 B2B 信息服务、网络零售及衍生服务后

的第三波电子商务创新创业浪潮，以移动电子商务及 O2O 为代表的创新业态活跃度正成为城市服务业发展水平的新标志。在线旅游、网络约车、网上订餐等生活服务类电子商务呈快速发展态势，旅游资源整合创新、餐饮业营销创新、家政领域标准创新、商超企业渠道创新等成为创新创业热点。

7. 城市电商发展各有侧重，品牌打造各有机会

依托区位特点、特色产业等优势，各城市发展电子商务各有侧重，通过打造特色电商产业园区、培育电商品牌会议等手段，逐步形成城市电子商务发展名片。如，建设网上丝绸之路经济合作试验区，深度融入国家“一带一路”倡议，通过推进信息互联互通，促进交通、贸易、物流提质增效，加强电子商务、智慧城市，大数据等一系列信息经济领域合作，造福沿线国家和人民的重大举措。中阿网上丝绸之路、中国-东盟信息港正式写入国家“十三五”发展规划纲要，以对点合作为突破口的“网上丝绸之路”经济合作将加速形成一批特色电商示范城市。

（三）临沂市电子商务发展形势

1. 电子商务交易规模快速增长，行业应用水平不断提升

“十二五”期间，临沂市电子商务交易额复合增长率超过 30%，其中，2015 年全市电子商务交易额突破 1100 亿元，同比增长 33.2%；实现网络零售交易额 260 亿元，同比增长 18%，占社会消费品零售总额的比重为 11.6%；实现 B2B 交易额 840 亿元，同比增长 38.6%；实现跨境电商出口额 3.8 亿美元，同比增长 15%。临沂商城实现电子商务交易额 577.5 亿元，同比增长 86.6%。电

子商务的迅猛发展为推动我市经济转型升级和建设国际商贸名城提供了有力支撑。

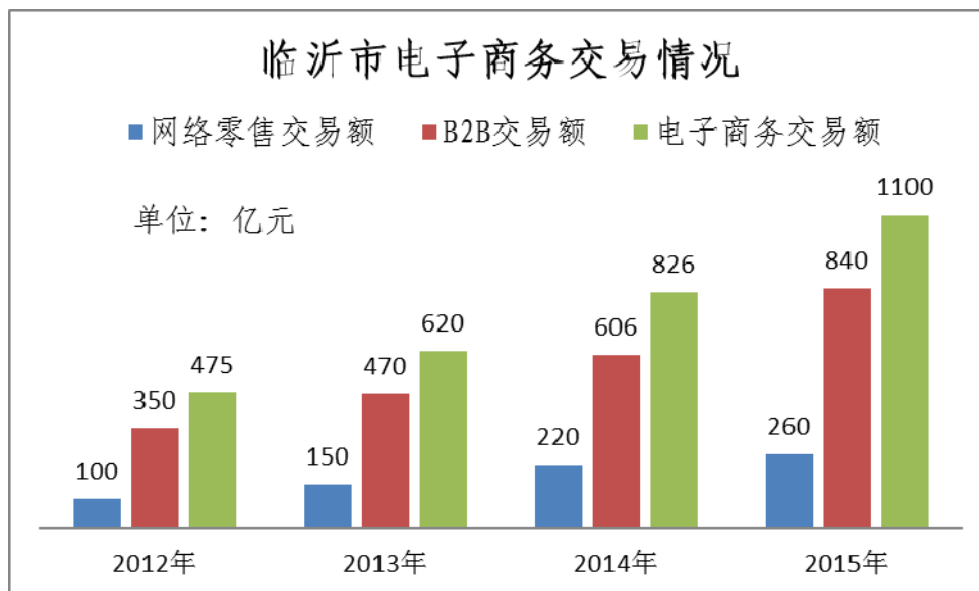


图 2-3 2012-2015 年临沂市电子商务交易情况

全市电子商务应用企业数量持续增加、分布行业更加广泛，电子商务在工业和商业领域的应用不断深入，渗透率不断提高。大型工业企业电子商务应用率超过 70%，规模以上批发零售企业电子商务应用率达到 45%。跨境电子商务、农村电子商务、旅游电子商务等新型业态逐渐兴起，全市开展跨境电商企业和商户达 1800 家；开展农产品电子商务的各类经济实体 1530 家，2015 年全市实现农村电子商务交易额 50 亿元，同比增长 50%，带动 10.2 万农民就业。

2. 电商创新创业主体加速孕育，示范创建工作持续推进

全市电子商务企业和商户达到 6 万家，建成初具规模的电商平台 20 余个，其中临沂商城已形成“新明辉商城”“塑化宝”等一批垂直行业电子商务平台。电子商务交易类平台建设不断加快，

市供销社先后建立了中国优质农产品网与菜润家农产品同城配送两大电商平台；并在淘宝网平台上开设“特色中国临沂馆”。培育创新型电子商务企业 3000 余家，点豆供应链、伊亲购、农商 1 号等一批创新型电子商务企业快速成长。

积极开展市级电子商务示范企业、基地认定培育和省级示范申报工作，培育了山东沂蒙优质农产品交易中心等山东省电子商务示范企业 7 家，临沂金湖彩涂等市级电子商务示范企业 108 家；建成各类电子商务园区 20 家，其中临沂软件园、齐鲁 E 谷电商产业园被认定为首批山东省电子商务示范基地。但是，电子商务产业园区也存在差异化发展不明显的问题，各园区建设缺乏整体规划布局，发展重点不突出，尚未形成协同效应。

3. 电商推进工作机制不断健全，交流培训活动初见成效

市、区（县）两级政府已基本明确电子商务主管部门，初步建立部门间协调工作机制，并相继发布电子商务发展规划和扶持政策。临沂市电子商务协会、临沂市电商商会、临沂市电子商务产业促进会及兰山区、平邑县、沂南县、临沭县、郯城县、费县、蒙阴县等县区电商协会组织先后获批成立，各级商协会组织作用逐渐显现，成为连接政府与企业的重要纽带。

成功举办了“01 论坛”暨临沂电子商务发展高峰研讨会、“企业创新发展与电子商务应用”论坛、临沂首届电子商务资源对接会、2015 中国（临沂）电子商务交流促进大会等多场峰会论坛。制定落实《临沂市电子商务人才培训计划》，采取联校、联企、聘请专家等多种方式，开展全市党员干部电子商务培训，在全市

15 个县区举办农村电商“百县万人”培训活动，2015 年以来举办各类培训班、沙龙 100 余期，培训学员 30000 余名。但是，全市电子商务专业人才仍严重不足，且人才引进难度大，电子商务实操型人才紧缺，高端管理型人才外流现象严重，电子商务培训针对性有待提高。

4. 商贸业逐步实现转型升级，专业市场电商化水平亟需提升

商贸业发达，以服装、化工、建材、家电等 134 处大型专业批发市场为主体的专业市场集群，拥有商铺和摊位 6.2 万个，是全国最大的商品市场集群。2015 年，临沂货运周转量达 1188 亿吨公里。广大商贸业主积极探索开展电子商务，以新明辉商城为代表的电商平台迅速崛起，对全市商贸业转型升级起到了带头引领作用。同时，商贸业电子商务的发展带动了鼎基、迅鸟网络、阿帕科技等一批电子商务专业服务提供商的快速发展。

但是，专业市场发展电子商务也存在一定问题：由于专业市场商户存在缺乏企业管理模式、人才不足、规模小等问题，导致电子商务应用水平和应用深度不够。一方面，专业市场商户仍以批发、现货交易为主，经营模式较为单一，线上线下融合程度相对较低；另一方面，专业市场商户未能与电子商务服务企业进行有效对接，劳保用品、五金、汽车装具、板材等特色行业垂直电商平台示范效应发挥不够，未有效拓展至其他行业。

5. 现代物流业创新发展，“最后一公里”难题亟待解决

临沂作为国内重要物流节点，拥有发达的物流网络和领先全国的物流成本优势，先后获评“中国物流之都”“全国流通领域

现代物流示范城市”等称号。近年来，综合性现代物流园区建设有序推进，物流基础设施不断改善，交通、信息和仓储平台加快建立，物流技术、物流管理水平持续提高。“满易网”入围商务部商贸物流标准化专项行动计划第一批重点推进平台；“慧商网”联合招商银行等打造的诚信物流平台成为全国物流行业一大亮点。

临沂积极推进传统物流向现代物流、城市物流向农村物流、国内物流向国际物流延伸，取得了显著成效。然而，适应电子商务发展的电商物流体系尚未建立，农村地区快递网点分布零散、物流运输总量少、物流配送成本高，冷链物流、农村电商物流“最后一公里”难题尚未彻底解决；农村快递网点下沉难度较大，县域快递覆盖面亟需扩大。

6. 县域电商取得突破性进展，网络商品品牌效应亟待加强

平邑县与阿里巴巴合作实施了“千县万村”工程和满天星质量追溯体系工程，成为继蒙阴县之后第二批省级农村电商试点县、全省第一个质量追溯体系试点县。沂南县通过邮政公司搭建的“邮掌柜”，现已建成 100 个服务店、750 个服务点。郯城马头村、平邑兴仁庄和东近台等淘宝村快速崛起，蒙阴蜜桃、临沭柳编、沂水绿茶等特色农产品也纷纷触网。蒙阴县、兰陵县、郯城县等县区也分别开设了淘宝特色中国县区馆。

临沂大力实施沂蒙农产品品牌发展战略，推进优质农产品基地品牌建设，推出“产自临沂”农产品价值背书。截至 2016 年年初，全市创建果菜“标准园”239 个，优质农产品产业园区 203

个；培育苍山蔬菜、蒙阴蜜桃、平邑金银花、莒南花生等有影响力的农产品区域公用品牌 42 个，金锣冷鲜肉、孙祖小米等企业产品品牌 98 个，“三品一标”认证达 1737 个，居全省第一位。尽管临沂县域农产品品牌建设发展良好，但农产品电商品牌化、标准化建设亟需加强，尤其在农产品品牌建设方面，仍存在中小品牌偏多、区域发展不均衡、品牌领导力及发展力不足等问题，农产品尚未形成网络商品品牌效应。

三、临沂市电子商务发展重点领域研究

（一）县域电商专题研究

2015 年是全国县域电商迅猛发展的一年。国家密集出台多个农村电商政策文件，电商企业纷纷下乡，农村人才加速回流，发展模式竞相探索，掀开了县域电商加速发展的新篇章。临沂作为农业大市，一直将县域电商作为电子商务产业的发展重点之一，着力推动农产品电商、农资电商等领域发展，借助电子商务实现精准扶贫，取得良好成效。

1. 县域电商发展现状

（1）农村网络基础设施不断完善，农村网民数量持续增长

农村宽带网络日益普及。根据工信部统计，截止到 2015 年 3 月，我国 93.5% 的行政村已经开通宽带。农村光缆到村、光纤入户快速推进。到 2015 年底，江苏省已经实现农村数据热点区域的有效覆盖，对全部 3A 级以上景区实现全覆盖，人口覆盖率达到 85%，数据业务需求覆盖率达到 95%；四川省“农村家庭 4M 及以上宽带接入能力”指标达到了 99.4%；海南省农村宽带用户同比

增长 20.9%，连续五年快于城市宽带发展。农村网络通信状况的不断改善，为电子商务的持续增长奠定了坚实的基础。

农村网民规模持续扩大。2011 年农村网民规模仅为 1.36 亿人，在全部网民中占比为 26.5%；2015 年 12 月底，农村网民规模达到 1.95 亿人，在全部网民中占比达到 28.4%。随着一二线城市网民规模增速减缓，未来更大的增长空间，蕴藏在 6.18 亿（2014 年）农村人口中。



图 3-1 中国农村网民在全国网民中所占比例变化情况

资料来源：中国互联网络信息中心

（2）农产品电商交易活跃，形成多层次电商市场体系

自 1995 年以来，我国农产品电商经过 21 年的发展，已初步形成了包括农产品网上期货交易、农产品大宗商品电子交易、涉农 B2B 电子商务网站，以及农产品网络零售平台等在内的多层次农村电子商务市场体系和网络体系。

①网上农产品期货交易市场。2015 年商品期货市场交易总额

达 136.47 万亿元，其中，农产品期货交易品种达 21 个，交易额 48.7 万亿元，约占商品期货市场交易总量的 36%。

②农产品大宗商品电子交易市场。2015 年农产品大宗商品交易市场达到 402 家（农林牧副渔市场），约占全国大宗商品交易市场总量（1021 家）的 40%，农产品电商交易额超过 20 万亿元。

③生鲜农产品网络交易市场。2015 年，生鲜农产品网络交易市场交易额达到 544 亿元，增长 87.7%，2018 年预计超过 1500 亿元。

④食材农产品电子商务市场。2012 年以来，我国 B2B 食材供应平台产生，2014-2015 年食材农产品电商成为一种比较时尚的电商现象，主要针对下游餐厅提供配货服务，通过为多家餐厅集中采购来获得议价权，并提供物流服务，从而为下游降低成本，也提高了餐饮的经济和社会效率。

⑤农产品网上购销对接会。2015 年商务部分别组织了夏秋季和冬季农产品网上购销对接会，交易额共计 76.6 亿元。

（3）农资电商发展潜力大，电商模式呈现多元化发展

农资电商起步晚、潜力大。我国农资市场容量超过 2 万亿元，其中化肥 7500 亿元，农药 3800 亿元，农机 6000 亿元，种子 3500 亿元，但农资电商相对滞后，农资电商网站较少、交易额较小、所占比例较小，这也是县域电商的一个蓝海，具有巨大的发展潜力。

农资电商模式多元化发展。自 2008 年以来，我国品牌农资企业就开始探索电子商务，农资电商模式百花齐放，主要有第三方

电商平台模式（云农场、农一网等）、农资企业自营模式（鲁西化工“中国购肥网”、中化化肥“买肥网”）等。从2014年开始，农化企业相继推出了电商领域投资计划，采取线上线下结合的方式发展农资电商。2015年，随着阿里、京东、诺普信、金正大等“互联网+”及“+互联网”企业的突然发力，农资电商异常火爆，全国农资电子商务交易额超过150亿元，比2014年增长了5倍。

（4）日用品电商平台向农村延伸，物流服务下行通道扩展

农村日用品网络交易市场前景良好。2015年全国农村网络零售市场规模达到4000多亿元，比2014年的1800亿元增加了一倍多，呈爆发性增长。2015年农村地区网购交易额达到3530亿元，同比增长96%。通过阿里巴巴旗下1688网站的日用百货市场数据，农村消费量较大的主要集中在烟酒、副食品和洗涤用品类等商品。针对农村日用品消费市场潜力大的特点，1688和乐乐城日用品批发等电商平台将现实农村中随处可见的批发小卖部搬上了网络，解决了农村消费者生活中日用品短缺、种类不齐全的困扰。

农村物流网络加快布局。阿里巴巴在2015年推出了村淘计划，大力推进“千县万村计划”，并计划在3~5年内投资100亿元，成立1000个县级服务中心和10万个村级服务站，惠及全国70%的农村人口。顺丰也在加快布局全国农村物流网络，采用了双向商流和物流通吃的战略，物流网络已经覆盖了大约全国40%的乡镇。顺丰还积极鼓励员工回乡创业，带动服务网点的下沉，建立乡村站点，将快递直接送达至农民手中，同时利用乡村站点为“城乡购”中土特产的物流运送提供重要的支持。

（5）农村电商扶贫成为新热点，多方参与助推县域脱贫

国家政策推动成为农村电商发展有力保证。2015 年国家财政部、商务部在 200 个县开展电子商务进农村综合示范建设，其中中西部地区占到了 82.5%，贫困县占比超过 43.5%。中央财政计划安排 20 亿元专项资金进行对口扶持，尤其是赣南、黔东、陕北等革命老区的农村电子商务发展。资金的使用重点向建设县、乡、村三级物流配送体系倾斜，以培育当地农村电商生态环境。

电商龙头企业加快县域电商战略布局。截至 2015 年 9 月底，农村淘宝在 31 个国家级贫困县、42 个省级贫困县上线运营；832 个国家级贫困县在阿里巴巴零售平台上共有用户 1972.65 万个、卖家 29.27 万人。京东加速在 3~6 线城市、区县至乡村的市场布局，发布了下乡进村“星火试点”计划。苏宁云商和国务院扶贫办在北京签署全国农村电商扶贫战略合作框架协议，惠及全国约 104 个贫困区县、234 多万农村贫困家庭。许多区域性企业也参与电商扶贫领域，如致力于电商扶贫探索的云飞鹤舞农牧业科技有限公司正在建设“云联乡村”APP 平台，提供农村电商人才培养、农村金融等服务。

各地积极探索电商扶贫新模式。在农村电商扶贫工作中，各地探索出一批新的电商扶贫模式，如陕西省山阳县依托丰富的优质农特产品与多家商超合作建立电商销售平台，推动网络小包销售的模式；山西省乐村淘的工业品进农村和农产品进城市的双向流通，降低物流成本和采购成本的模式。湖南省沁坤公司线上电商平台、电子商务区域服务基站和社区实体店三结合的模式，都

收到很好的效果。

2. 县域电商发展特点

(1) 多项政策促进县域电商试点示范

2015 年，促进我国县域电商发展的政策相继出台，有关文件达 75 个。2015 年中央一号文件提出，支持电商、物流、商贸、金融等企业参与农村电子商务平台建设；电子商务扶贫成为国家精准扶贫十大工程之一。2014-2015 年，商务部、财政部在 256 个县开展电子商务进农村综合示范，累计安排中央财政资金 48 亿元，带动社会投资约 800 亿元。2015 年，农业部确定新增试点县（市、区）94 个，作为第二批开展信息进村入户工作的试点县。

(2) 县域电商融资速度加快

2015 年，县域电商兼并重组步伐加快，形成了一个小高峰。我买网、本来生活、多点 Dmall 等都获得了过亿美元投资。同时农产品电商企业开展多渠道融资，实现了融资总量的快速增长，为农产品电商发展提供了强有力支撑。

(3) 淘宝村镇县建设进入新阶段

2009 年至 2015 年，淘宝村经历了萌芽、生长、大规模复制、模式创新等 4 个阶段，全国范围内淘宝村达 780 个，同比增长 268%，覆盖活跃网店超过 20 万家。这些淘宝村分布于 17 个省市，其中，浙江、广东、江苏淘宝村数量位居全国前三位。截至 2015 年 9 月 20 日，京东已建成的近 600 家县级服务中心开业，招募乡村推广员近 10 万人，1000 家“京东帮”服务店开始投入运营，其服务范围覆盖近 30 万个行政村。慧聪网、中国邮政、中国电信

等也在积极拓展农村市场网上和网下网络空间。

3. 县域电商发展趋势

(1) 县域电商保持快速发展势头

随着县域电子商务不断发展，农产品电子商务交易额在农产品销售中的占比会持续提高，预计未来五年我国农产品电商交易额将占农产品交易额的 5%。同时，随着“三网融合”、物联网、大数据、云计算等创新技术的广泛应用，县域电商模式将向多样化发展，与智能农业、智能流通、智能消费连接成一个有机的整体。同时，农产品跨境电子交易将发挥越来越重要的作用，带动农村电商升级。未来，跨境电子商务将从沿海向内地拓展，从城市向农村渗透，国际化将成为更多县域电商的重要选择。

(2) 县域电商服务环境日趋改善

随着电子商务产业的发展，各类专业服务商开始进入农村，提供货源供给、仓储、摄影摄像、图片处理、网店装修与代运营、策划运营、融资理财等一系列服务。各类主流的电商模式如 B2B、B2C、C2C、C2B、O2O 以及微电商、本地生活、跨境电商等在县域电商领域全面涌现。力求打通农村电子商务“最后一公里”，中国各地农村都在加紧建设电商服务站。政府、市场、社会组织和个人，都将会成为县域电商公共服务的提供者或中介者。县域电商的生态环境将不断得到改善，通过调动各方力量，提高服务质量。

(3) 县域电商产业链不断延伸

为了避免同质化竞争，一些县域电商企业开始拓展产业链，

从零售商转为分销商，从单纯的渠道商转为品牌商，从原材料采购到设计，寻找生产厂家代工，最后将货品分销给其他小型网商，逐步建立以品牌商、批发商、零售商为主体的电商纵向产业链层级。农村电商的交易类型开始从单一的网络零售向复合模式转变。提升设计水平，引导产品潮流和实现产品多样化；向两端拓展，原材料往大宗商品交易发展，中间产品向单品电商化发展，成品注重设计研发，依托现有交易平台来实现产品的零售或批发。

（4）县域电商线上线下融合趋势明显

流通企业发挥线下实体店的物流、服务、体验等优势，推动实体与网络市场融合发展，实现线下实体市场的转型。网商批发市场成为连接卖家和传统销售市场的重要中介组织。网商采取“上午接单，下午到市场批货”的形式经营，实体市场作为中介组织，解决了需求不对称的问题，同时也成为农村网商流动的仓库。此外，越来越多的农村网商卖家进驻第三方平台，通过代工、与线下实体销售商合作、建立直销平台、在景区内开设实体体验店等方式，进一步拓展销售渠道；或者利用微商、微信等网络平台推广产品。

（5）县域电商的政策支持力度持续加大

2016 年，农业部将鼓励具备条件的供销合作社基层网点、农村邮政局所、村邮站、村级信息服务站等改造为农村电子商务服务点。支持种养大户、家庭农场、农民专业合作社等，对接电商平台，重点推动电商平台开设农业电商专区、降低平台使用费用和提供互联网金融服务等，实现“三品一标”“名特优新”“一

村一品”农产品上网销售。开展化肥、种子、农药等生产资料电子商务，推动放心农资进农家。同时，根据农产品空档期和消费的有利时机，组织国内大中型涉农电子商务企业，在全国范围内开展水果、蔬菜等专项产品的销售活动。积极支持其他电商企业积极通过电商平台开展农产品网上销售。

附表：我国县域电商新政策（2015）

发文单位	文件名称	政策要点
国务院	《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》	加强互联网与农业农村融合发展、加强农产品标准体系等建设、开展电子商务进农村综合示范、农产品品牌建设等
商务部	《关于开展 2015 年电子商务进农村综合示范工作的通知》	指导各省市积极申报电子商务进农村示范
国务院	《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》	发展“互联网+”电子商务，其中积极发展农村电子商务；发展“互联网+”现代农业，包括构建新型农业生产经营体系、发展精准化生产方式、提升网络化服务水平、完善农副产品质量安全追溯体系等。
商务部、发改委等	《关于加快发展农村电子商务的意见》	提出五方面重点任务：一是建设新型农村日用消费品流通网络，创新商业模式，实现线上线下融合发展；二是推进农村产品电子商务；三是发展农业生产资料电子商务；四是发展农村服务业，增加农村电子商务综合服务功能；五是推动电子商务扶贫。
国务院	《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》	培育农村电子商务市场主体；扩大电子商务在农业农村的应用；改善农村电子商务发展环境。
国务院	《关于印发国家标准化体系建设发展规划（2016-2020 年）的通知》	制定基于统一产品编码的电子商务交易产品质量信息发布系列标准，加强商品条码在电子商务产品监管中的应用研究

（二）跨境电商专题研究

随着国内消费者海外购物热情的持续高涨以及政策环境的日益宽松，跨境电商行业发展势头迅猛，已成为全球最活跃的跨境电子商务市场之一。跨境电子商务成为推动我国外贸发展的新引

擎、影响新经济增长的重要因素。临沂跨境电商起步相对较晚，但发展十分迅速，建成了临沂商城跨境电子商务产业园，开通了跨境电子商务一般出口和直购进口模式，进一步推动全市跨境电子商务发展。

1. 跨境电子商务发展现状

(1) 跨境电商平台模式日趋多样化，跨境电商生态系统逐步形成

跨境电商平台模式多样化。按照服务类型，跨境电子商务平台可以分为信息服务平台、在线交易平台和外贸综合服务平台等。目前，每年在跨境电子商务平台上注册的新经营主体中，中小企业和个体商户占 90% 以上。2015 年，美英法等十一个国家馆亮相天猫国际；京东全球购 2015 年先后上线了日本馆、澳洲馆、美国馆和韩国馆等，并采用海外直接采购与品牌招商的模式；网易考拉海购销售规模增长，吸引了 25 个国家和地区的近 1000 个海外品牌登陆网易考拉，保税仓储面积超过 15 万平方米。除此之外，还有一种特殊的模式，即通过对全球跨境电商各平台网站进行整合、协同管理，可以实现注册一个账号即可在多个平台的使用，如小笨鸟网络跨境平台就是“协同平台”模式的典型企业。

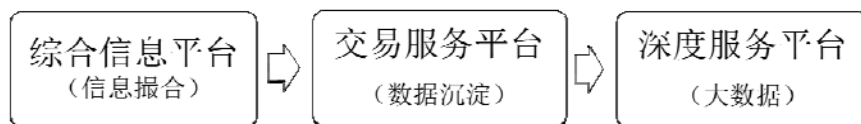


图 3-2 跨境电商平台模式发展

跨境电商生态系统逐步形成。跨境电商已经从上下游交易的单边模式向多方共存互助的生态模式演进。跨境电商涵盖物流、信息流、资金流、单证流，随着跨境电商经济的不断发展，软件公司、代运营公司、在线支付、物流公司等配套企业都开始围绕跨境电商企业进行集聚，服务内容涵盖网店装修、图片翻译描述、网站运营、营销、物流、退换货、金融服务、质检、保险等内容。整个行业生态体系越来越健全，分工更清晰，并逐渐呈现出生态化的特征。

（2）海外仓和保税区建设获政策支持，助力跨境电商拓展渠道

“海外仓”建设机遇和挑战并存。为解决小包物流成本高、配送时间长的问题，部分跨境电商企业开始加速建设海外仓。目前，中国已经有许多大型出口跨境电商企业在国外建立了海外仓，每个海外仓的面积均为 3 万至 5 万平方米，而进口跨境电商通常建立 2000 到 3000 平方米的海外仓。海外建仓可以帮助出口企业抢占市场，提升中国企业的竞争实力，增加流通性；对于进口跨境电商而言，海外仓可提升企业的供应链效率，降低进货门槛，为中国消费者提供更丰富的商品。但跨境电商大规模兴建海外仓存在空置危险，海外仓建设需根据跨境电商自身规模、特点、需要等多重因素考虑来搭建。

保税区外贸进出口稳步增长。保税区是由海关实施特殊监管的区域，具有“保税仓储、出口加工、转口贸易”三大功能，享有“免证、免税、保税”政策，实行“境内关外”运作方式。保

税区按功能可以分为指定保税区、保税货栈、保税仓库、保税工厂、保税展厅。保税区作为一个特殊的监管区域，给跨境电商进口提供了便利，商家可以事先将货物存放到保税仓库，消费者下单后直接从保税区发货，大大提高了送货效率，而且在海关的监管之下，更加安全可靠。

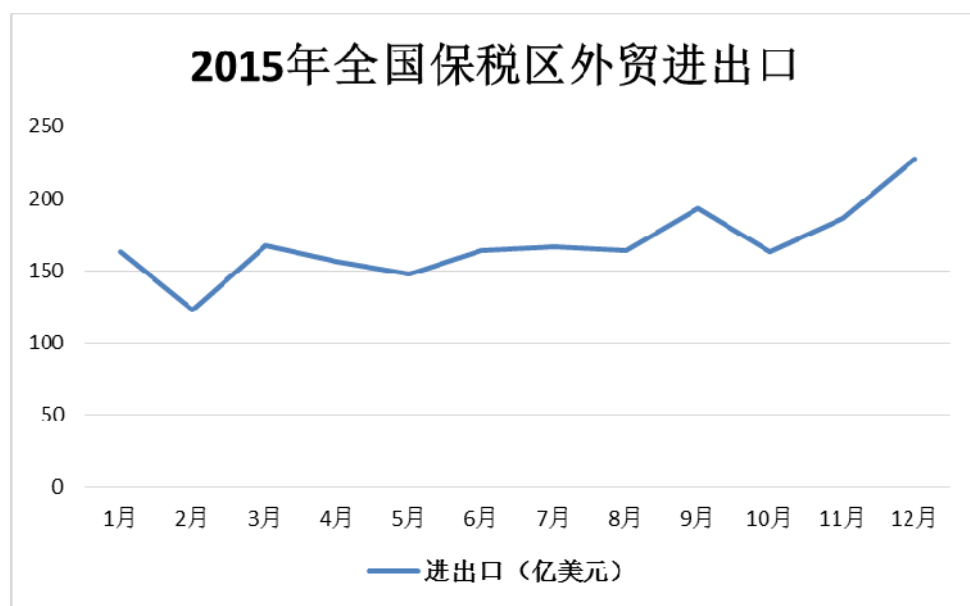


图 3-3 2015 年我国保税区进出口情况

数据来源：国家发展和改革委员会

(3) 自贸区优势与功能定位各有不同，试点城市谋求创新发展

四大自贸区发展成效显著。自贸区指在某一国境内设立的实行特殊政策的小块特定区域，属一国境内关外的行为。特殊政策包括但不限于税收优惠、特殊监管、放松商业管制、激励计划等。自贸区以口岸为中心，根据地区比较优势，功能定位不同，功能包括物流、保税、加工、展示等。自贸区作为自由贸易的试验区，对我国参与国际竞争，与国际接轨意义重大。目前，4个自贸试验

区积极探索、勇于创新，在贸易便利化、投资体制改革、事中事后监管等方面，形成了一批制度创新性强、市场主体反映好的做法。

表 3-2 我国自贸区发展一览表

自贸区	功能定位	发展情况
上海自贸区	面向全球，侧重金融中心	上海自贸区金融创新成效显著，到 2015 年 8 月，累计开设自由贸易账户 2.9 万家，有 70 多家企业获准开展跨国公司总部的外汇资金的集中运营管理，自贸区通过自由贸易账户跨境本外币的结算总额超过了两万亿元。上海海关从通关便利、安全高效、功能拓展等方面积极开展监管服务制度创新的探索，试验凭舱单"先入区、后报关"、"分送集报、自行运输"等模式，探索自动审放、自主报税、联网监管、优化查验以及简化进境备案清单要素等便利化措施，并加快推进货物状态分类监管制度、口岸监管"单一窗口"管理制度的试点工作，推出了一系列监管高效、便利企业的制度。
广东自贸区	面向港澳，侧重服务贸易自由化	广东自贸区分为南沙、前海、横琴三个片区，总面积 116.2 平方公里。前海入驻企业超过 2.5 万家，注册资本达 1.5 万亿元，其中金融或类金融企业超过 1.5 万家，入驻前海的香港企业超过 1000 家，世界 500 强企业有 61 家。2015 年广东省新设立外商投资企业增长 15.7%，实际使用外资金额增长 42.7%，超过 217 亿美元，其中吸收港资增长 48.3%，吸收澳门投资增长 222.2%。
天津自贸区	面向东北亚，促进京津冀制造业升级	天津自贸区是北方首个自贸区，区域面积 119.9 平方公里。用制度创新服务实体经济；借“一带一路”契机服务和带动环渤海经济；突出航运，打造航运税收、航运金融等特色。天津自贸试验区自设立至 2015 年底，新登记市场主体 14105 户，同比增长 118.55%，注册资本（金）3890.57 亿元人民币，同比增长 221.8%。自贸试验区内主体累计新开立人民币银行结算账户 11539 个，外汇账户 1715 个；跨境收支 280.3 亿美元，结售汇 120.8 亿美元，跨境人民币结算业务 721.3 亿元人民币。
福建自贸区	面向台湾，侧重两岸经贸合作。	福建自贸区面积 118.04 平方公里，涵盖平潭、厦门和福州三个片区，重点推进与台湾地区投资贸易自由化。福建自贸区的建立有利于台湾金融企业到福建发展，辐射福州乃至周边地区，此外福建自贸区也是两岸贸易的一个很好的桥梁。

试点城市跨境电商发展良好。2015 年 3 月，国务院批准杭州设立中国（杭州）跨境电子商务综合试验区。2015 年 10 月，天津

被列为跨境电子商务服务试点城市。

表 3-3 2015 年我国试点城市发展一览表

杭州	2015 年杭州实现跨境电子商务出口 22.73 亿美元，进口 11.91 亿美元，拉动杭州外贸出口增长 5.4 个百分点。交易规模从 2014 年不足 2000 万美元快速增至 2015 年底的 34.64 亿美元。
深圳	2015 年深圳市跨境电商交易额超过 300 亿美元，同比增长 76.1%，其中，通过前海湾保税港区海关 1210 项（监管方式代码）实现的跨境电商交易额约 1.895 亿美元，是上一年的 6 倍。
郑州	2015 年河南保税物流中心承接的郑州市跨境贸易电子商务试点项目业务单量 5001.6 万单、交易总货值 39.26 亿元、征收关税约 1.12 亿元。
上海	2015 年，通过上海市跨境电商公共服务平台实现的跨境电商直邮进口 1.22 亿元、保税进口 3.17 亿元，总计 4.39 亿元，同比增长近 7 倍。
重庆	2015 年重庆跨境电子商务发展迅猛，全年交易额接近 8 亿元，同比增长 12 倍。2015 年，重庆海关共验放跨境电子商务进口清单 332.7 万票，货值达 7.86 亿元，同比分别增长 14.9 倍和 12.1 倍。
宁波	2015 年宁波市跨境电商试点业务进出口总额 81.38 亿元，其中进口额 29.30 亿元，出口额约 52.08 亿元，两万多家外贸企业中有 90% 以上企业利用互联网开展商务活动，位居全国前列。
广州	2015 年广州跨境电商企业总数已达 879 家，全市跨境电商进出口总额为 68.5 亿元，同比增长 3.7 倍，规模继续位居全国第一。
天津	天津口岸直邮模式出入境大幅增长。据统计，天津口岸 C 类快件从 2014 年入境 400 万件左右，已经达到 2015 年的入境 800 万件左右。

此外，我国自贸区和各试点城市都开始设立保税商品展示交易中心，“保税展示交易”业务具有三大特点：一是享受海关保税政策，减少了进口贸易商资金占压时间；二是品质保证，进口商品属法检类的要经过检验检疫局检验，海关通过物理围网和电子围网互联互通全程监管，保证提供货真的进口商品；三是价格优势，进口贸易商从国外直接采购，减少了进口商品的中间流通环节，降低了物流成本和流通环节费用。

（4）跨境网购消费者数量与规模增加，购物市场及品类不断

扩展

新时期跨境网购消费者具有年轻化、高学历、高收入三大特征。亚马逊中国报告指出，目前中国的跨境网购用户呈现年轻化、高学历、高收入的特征：近八成消费群体集中在 35 岁以下，充分体现了网购人群年轻化；超九成的用户拥有本科及以上学历；超五成用户拥有 5000 元以上的月收入水平，彰显高学历和高收入的用户占比显著。此外，我国跨境网购消费者不断增加，一方面，是由于跨境网购平台逐步完善和规范，另一方面体现出我国消费者参与跨境网购的意愿十分强烈，消费潜力巨大。中国的跨境网购交易规模也在不断扩大。2015 年，中国消费者在全球站点购物花费总额同比增长了六倍多。

跨境网购消费者购物选择趋于多样化。随着跨境电子商务平台不断向海外各个国家和地区拓展业务，消费者的购物选择也越来越多，从刚开始的日韩、英美、澳洲等市场，开始延伸到德国、英国、法国、加拿大、意大利和西班牙等国家。购物商品的种类也从鞋靴、个人护理、母婴、电子产品等，拓展到户外、玩具等商品。从消费城市来看，虽然北京、上海以及沿海发达城市仍然处于消费者居多的地方，但是新疆、青海、西藏等地区消费者也开始参与跨境网络购物。

（5）地方省市因地制宜发展跨境电商，积极出台新政策与新举措

随着试点城市的发展，各地方政府都已设立跨境电子商务服

务平台，服务于保税进口商品的网购。消费者可以通过这些平台直接购买进口商品，而且正规平台商品接受了海关和商检部门的监督和检验。同时，试点城市的还通过与其它较为成熟的跨境电商企业合作，实现共同发展。

表 3-4 试点城市跨境电子商务服务平台

城市	服务平台	类型
上海	跨境通	由政府扶持企业设立的网购平台
广州	进口易	政府获批，由本土企业设立的试点网购平台
郑州	万国优品	政府获批，由本土企业设立的试点网购平台
深圳	深圳跨境贸易电子商务服务平台	跨境电子商务招商平台，非网购平台
杭州	跨境一步达	由政府扶持企业设立的网购平台
宁波	跨境购	由政府扶持企业设立的网购平台
重庆	爱购保税	由政府扶持企业设立的网购平台

2. 跨境电子商务发展趋势

(1) “一带一路”推动跨境电商跨越式发展

目前“一带一路”沿线国家都在考虑如何更好地利用互联网来打造与全世界的互联互通。在进口方面，从基础设施开始，到商品交易，再到人文交流，中国进口电商将会有更丰富的资源，商品和品牌，从商品贸易到服务贸易，从消费品到矿产资源，中国进口电商将有广阔的发展空间。在出口方面，“一带一路”倡议将带动沿线国家的采购需求，为中国出口带来新的商机。中国出口跨境电商将结合海上丝绸之路和陆上丝绸之路，把更多价廉物美的商品和服务输出到沿线国家，无论是引进来，还是走出去，中国出口跨境电商面临更多发展新机遇。

（2）跨境电商线上线下全渠道融合发展

线上线下融合的跨境 O2O 将是未来跨境电商的发展趋势。跨境电商企业会更看重运营，包括体验店运营、线上线下融合性服务、物流就近配送强化等。线上线下融合发展将推动跨境出口电商的发展，既能让国内消费者不出国门就能享受到同等的产品和服务，又能带动国内制造业的转型升级。跨境电商企业将继续通过线上更便捷的新技术手段增强购物体验，同时推动线下跨境电商产品的 O2O 体验店，提供线下商品展示服务，促进用户下单。

（3）跨境电商出口带动外贸新增长

从传统外贸出口到跨境电商，出口企业跳过传统贸易中大量的中间环节，直接面对消费者，可以根据客户反馈做出更贴近市场的产品；全流程电子化、无纸化通关，也显著提升通关效率，降低出口成本；企业能够最大程度压缩过去花费在中间环节的成本，提升国际竞争力。在传统外贸进出口提振乏力的情况下，垂直出口电商发展潜力大。在销售目标市场方面，以美国、英国、德国、澳大利亚、加拿大为代表的成熟市场，在未来仍是跨境电商零售出口产业的主要目标市场，且将持续保持快速增长。俄罗斯、巴西、东南亚等新兴市场正成为跨境电商零售出口产业的新动力。

（4）整合资源优化跨境业务流程

传统的国际贸易业务流程存在信息化、自动化程度不高以及电子网络化水平较低等不利因素，跨境电商对传统业务流程进行

重组，整合资源，将会提高出口反应速度。

完善跨境电商综合公共服务平台。平台不仅需要与海关协调，简化通关流程；同时还需要调查国外市场，筛选适销对路的商品品种，确定需求量和质量要求，为企业提供市场调研分析服务，帮助外贸企业发现市场，开发市场。

协调商检部门，搭建标准化的检验检疫监管平台。跨境电子商务企业在出口时可能面临各国日益严格的检验、检疫壁垒，这制约了我国产品的出口。通过搭建标准化的检验检疫监管平台，确保出口产品到出口目标市场的检验、检疫标准，将提高通关效率，减少因不达标带来的成本。

为跨境电商搭建综合物流平台。目前我国多数跨境电商企业没有自己的物流服务平台，通过搭建综合物流服务平台，将协助跨境电商建立海外仓，提高配送效率。

（5）跨境电商发展环境进一步优化

商务部、海关总署将从以下方面优化跨境电商发展环境：第一，加快实行“单一窗口”建设等贸易便利化措施，健全外贸综合服务体系，针对传统行业提供更多的外贸便利，鼓励传统企业利用跨境电子商务扩大海外市场，进一步降低贸易成本，帮助更多中小型企业参与全球贸易。第二，建立跨境电商平台行业自律机制，推动平台企业良性发展。第三，推动跨境电商 B2B 发展，鼓励跨境电商企业与传统企业加快融合，利用互联网先进技术建立全球供应链。

附表：我国跨境电商新政策（2015）

文件类型	文件名称	政策要点
中央文件	《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》	在通关效率、风险监控方面提出了指导意见
	《关于加快培育外贸竞争新优势的若干意见》	鼓励电子商务企业建立规范化“海外仓”模式融入境外零售体系
	《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》	一、支持国内企业更好地利用电子商务开展对外贸易；二、鼓励有实力的企业做大做强；三、优化配套的海关监管措施；四、完善检验检疫监管政策措施；五、明确规范进出口税收政策；六、完善电子商务支付结算管理；七、提供积极财政金融支持；八、建设综合服务体系；九、规范跨境电子商务经营活动；十、充分发挥行业组织作用；十一、加强多边国际合作；十二、加强组织实施。该意见要求各级人民政府根据自己地区的实际情况，落实发展计划，使得各地能够在跨境电子商务的发展方面拥有了正确的指导和强有力的支持
自贸协定	《中华人民共和国政府和韩国政府自由贸易协定》	中韩自贸协定是东北亚地区第一个自由贸易区，可以促进区域经济一体化和产业链的全面融合。
	《中华人民共和国政府和澳大利亚政府自由贸易协定》	在中澳全面实施自贸协定、不断深化经贸合作、积极推进经济结构调整的大背景下，中澳企业在服务贸易和电子商务等领域合作前景广阔。
海关政策	《海关总署关于调整跨境贸易电子商务监管海关作业时间和通关时限要求有关事宜的通知》	自 2015 年 5 月 15 日起，海关对跨境电子商务监管实行全年 365 天无休息日，货到海关监管场所 24 小时内办结海关手续，已开展跨境电子商务监管业务的 20 个海关制定了联动工作作业机制，应急预案和全年无休日跨境电子商务通关总体工作方案，及时掌握电商企业需求和自身运作规律，并通关现场公告、公示栏等多种形式，加大海关便捷措施的宣传力度，全面落实有关要求，确保电商企业充分享受通关便利。
	《加贸司关于加强跨境电子商务网购保税进口监管工作的函》	重点关于非试点城市不能开展跨境备货，严厉打击蚂蚁搬家，走私行为，强调违法处理等。限定了跨境保税进口，必须是跨贸电子商务服务试点城市，必须在试点城市海关特殊监管区域或保税物流中心，普通保税仓库不能开展。保税仓库必须按照监管要求，布置监管设施，再次强调支付数据、物流、订单数据的监管。

（三）电商服务业专题研究

电子商务服务业是指为电子商务活动提供各类服务的企业的集合，主要包括电子商务交易服务业、电子商务支撑服务业和电子商务衍生服务业。作为电子商务产业的重要组成部分，电子商务服务业在推行“互联网+”行动计划和融入国家“一带一路”倡议中正在发挥越来越重要的作用。临沂市的网络支付体系、物流配送体系等正逐步建立与完善，电子商务衍生服务业也成为一大亮点，未来将更趋向标准化、专业化、规模化发展。

1. 电商服务业发展现状

（1）电商服务业市场规模加速增长，客服外包等成为新增长点

近几年，伴随着电子商务服务业服务体系的完善，龙头企业服务范围的扩大、增值服务类型的增多以及 O2O 服务的兴起，电子商务服务体系的规模也保持着较高的增长态势，2015 年度中国电子商务服务业规模达到 19 800 亿元，较 2014 年相比增长率为 58.4%。

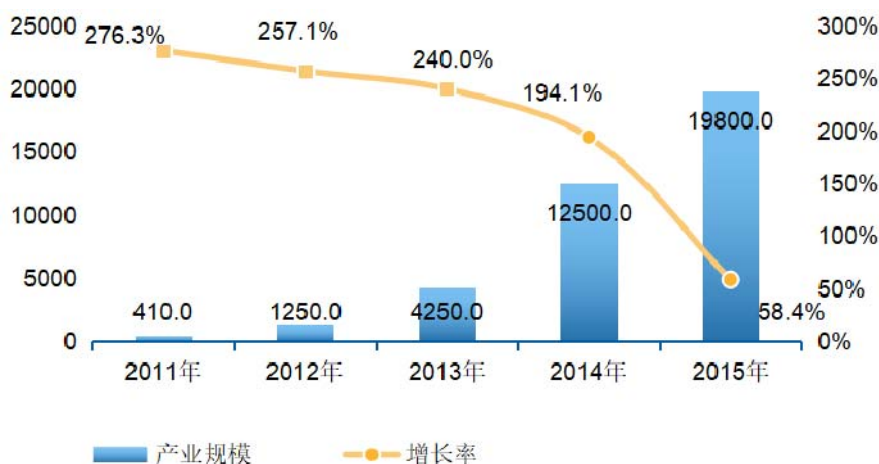


图 3-4 2011-2015 年中国电子商务服务业市场规模增长情况

数据来源：赛迪顾问

在电子商务服务业中，2015 年“交易服务类应用”市场规模增长达到快递服务企业业务 144.5%，客服外包、摄影、咨询服务、招聘、培训、质检品控以及定制类设计等成为新的规模增长点。

（2）电商服务业服务门类更加丰富，形成日益完善的服务体系

经过十余年发展，我国电子商务服务业已形成门类丰富、高效协同、持续进化的服务体系，在降低电子商务交易成本、促进企业成长转型、带动关联产业发展、创造就业机会等多个层面显现出重要的经济和社会价值。目前，我国电子商务服务业已经形成了 6 大类较为稳定的服务门类：平台服务、IT 技术服务、营销服务、物流服务、金融服务和衍生服务。调查显示，在这些服务门类中，营销类服务企业数量最多，占 40%左右；其次是 IT 服务类，约占 21%；平台服务、物流服务、衍生服务等类型占比分别为 20%、9%和 9%。

（3）电商服务业主体结构不断优化，集中分布于沿海一线城市

电子商务服务业主体结构持续优化。一是在服务内容上，从原来基础型、单一型服务转向定制型、集成型服务，一批提供一站式服务企业正在兴起；二是在服务领域方面，已经分化出独立从事农产品、旅游产品等行业的电子商务服务企业；三是从服务范围看，从服务城市、服务固定区域向服务全国、服务农村、服务不同区域和国际市场发展，诞生了若干综合性、全国性的电子

商务企业。2015 年中国电子商务平台服务商占比方面，阿里系（淘宝、天猫、阿里巴巴 B2B 平台）继续稳居第一位，合计市场空间达到了 59.7%，京东以 25.2% 位居其后，其他企业之间的竞争较为激烈。

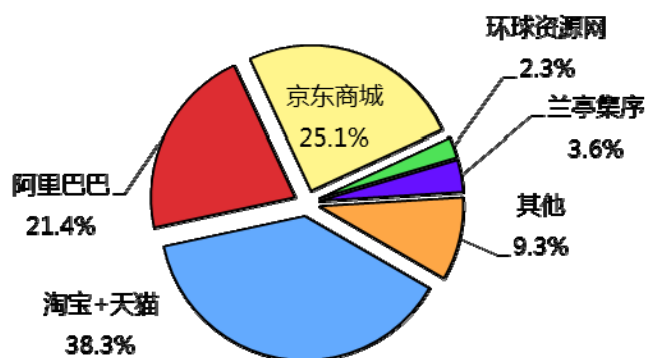


图 3-5 2015 中国电子商务服务商格局

数据来源：赛迪顾问

从地区分布来看，中国电子商务服务业快速发展区域集中在沿海一线城市。其中，浙江、北京、上海、广东、福建的电子商务服务业发展名列前茅，而广东省的服务商总数最多，北京、上海的服务商密度最高，浙江省平均单个服务商的市场表现最好。除此之外，成都、武汉、厦门、苏州、金华、西安、南京、济南、郑州、石家庄等城市成为区域性的服务商聚集地，带动了区域电子商务发展。

2. 电商服务业重点细分行业发展现状

(1) 电子商务交易服务业以 **B2B** 为主体，**B2C** 占比不断提高

2015 年中国电子商务交易服务中，**B2B** 交易规模仍是市场总

交易规模的主体，约占 77.1%。2015 年，国内的 B2C 市场已经成熟，天猫、京东、唯品会等优质 B2C 平台不断拓展业务范围，B2C 交易规模占总交易规模的 12.1%，而 C2C 交易规模比重则为 10.8%左右。

①企业间交易服务稳定增长

中小企业平台服务营收规模平稳增长。2015 第三季度中国中小企业 B2B 平台服务营收规模为 51.4 亿元，同比增长 3.0%，环比增长 1.6%。

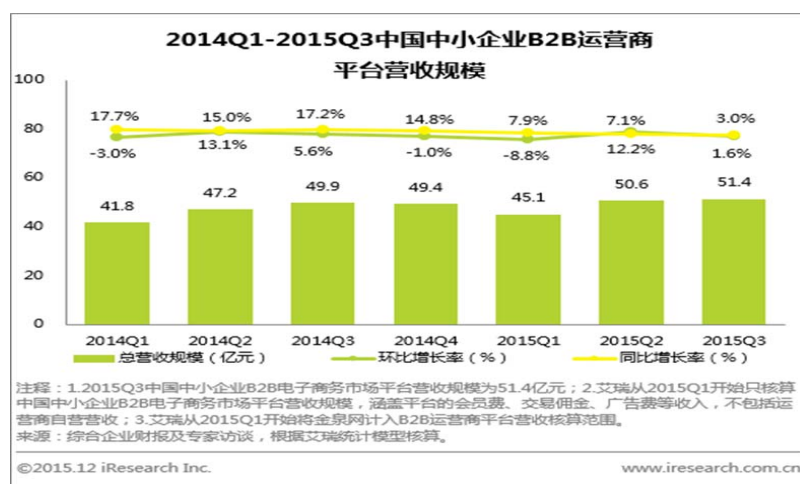


图 3-6 2014Q1—2015Q3 中国中小企业 B2B 运营商平台营收规模情况

数据来源：艾瑞咨询

传统产业从卖方市场转向买方市场为 **B2B** 服务带来新机遇。以航运货代领域为例，行业上游船公司的垄断控制能力下滑，传统航运货代企业亏损，而以“运去哪”“航运城”“二货网”等为代表的航运货代 **B2B** 电商协助外贸企业更快速的找到最便宜的舱位，提供更优质的国际物流服务，聚拢大批下游的外贸企业从而获得快速发展。而在化工、煤炭等其他 **B2B** 垂直电商行业，也

同样呈现这样的特征，B2B 垂直电商平台面临同样的发展机遇。

资本市场不断涌入企业 B2B 平台，为中国企业 B2B 交易服务产生了示范效应。B2B 撮合交易型电商“找钢网”等完成的新一轮融资，激发了一批化工、煤炭、航运、布料、农业等领域的企业的新型电商转型。随着资本的推动，B2B 电商交易平台在各个细分领域生根发芽，呈现出百花齐放的局面。

②网络零售交易服务持续走高

国家统计局的网络零售规模数据显示，2015 年全国网上零售额达到 38773 亿元，比 2014 年增长 33.3%。其中，实物商品网上零售额为 32424 亿元，增长 31.6%，占社会消费品零售总额的比重为 10.8%；非实物商品网上零售额为 6349 亿元，增长 42.4%。

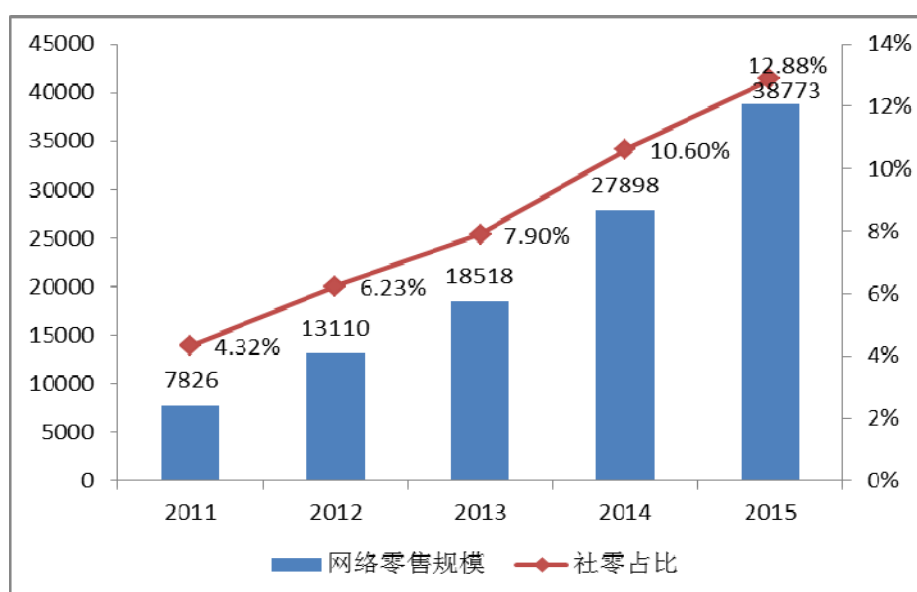


图 3-7 近年来中国网络零售交易额及其社零占比的发展情况

数据来源：国家统计局

移动购物零售额快速增长。2015 年全年，网购消费者大规模向移动端迁移成为移动购物快速增长的主要动力。

非实物商品网上零售增速较快。2015 年，非实物商品网上零售增速达到 42.4%，超过实物商品网上零售增速 11%。

网络消费金融服务成为热点。2015 年，网络零售服务商在网络消费金融服务方面竞相试点。天猫“天猫宝”和“分期购”、京东推出“京东白条”、蚂蚁微贷联合淘宝、天猫推出的“花呗”赊购均获得长足发展。

网络零售商大力开拓跨境电商业务。天猫“双 11”实现了“全球买”“全球卖”，有近 5000 家国内商家参与。以俄罗斯、西班牙、英国、法国、以色列等重点国家和地区为主，领衔“一带一路”沿线国家和地区参与其中，带动了全球整体成交。同时，来自美国、欧洲、日本、韩国等 25 个国家和地区的 5000 多个海外知名品牌领衔，覆盖母婴、美妆、食品、生鲜、服饰等全进口品类，以及百货、超市、快消平台、免税店等零售全业态，最大化保证国内消费者的进口商品购买体验。

（2）电子商务支撑服务业需求增长，衍生服务快速发展

①电子支付服务业竞争格局基本形成

2015 年，在第三方互联网支付交易规模市场中，支付宝在电子商务支付市场仍然保持较为明显的领先地位，占据 57.3%的市场份额。根据微信和 QQ 监测数据显示，截至 2015 年 11 月，全国微信支付绑卡用户数已超过 2 亿，随着微信的迅猛发展，财付通位居第二，市场份额上升至 15.7%。

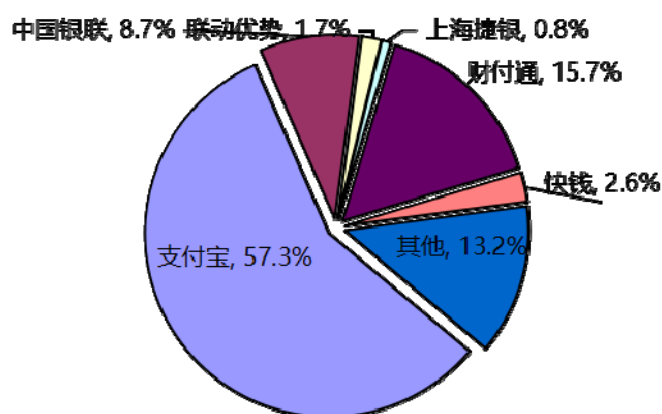


图 3-8 2015 年中国电子商务支付体系竞争格局

数据来源：赛迪顾问

移动支付催生新兴场景，保持高增长，如本地生活、购买商品、打车付款等。随着 LBS 等技术的升级和应用，真正的物联网形成将带来更多的新型交易场景。基于移动互联网、NFC、HCE、Token、生物识别等各类技术的业务模式不断创新，应用场景不断丰富，线上、线下业务一体化发展加速。此外，基于交易数据拓展征信增值服务将成为支付机构的发力方向。支付具有金融、数据双重属性，第三方支付机构经过多年积累已拥有大量的数据资源，可以提供精准营销、客户管理、信用评级等增值服务。电子支付与社会网络融合，成为 2015 年亮点之一。比如，2015 年春节，微信、支付宝钱包的“红包”功能在短时间内被引爆，支付宝还开通了全民参与咻福卡活动。

②电子商务物流服务业以第三方物流为重点

2015 年，全国快递服务企业业务量累计完成 206.7 亿件，同比增长 48%；业务收入累计完成 2769.6 亿元，同比增长 35.4%。其中，同城业务收入累计完成 400.8 亿元，同比增长 50.7%；异地业务收入累计完成 1512.9 亿元，同比增长 33.8%；国际及港澳台业务收入累计完成 369.6 亿元，同比增长 17%。

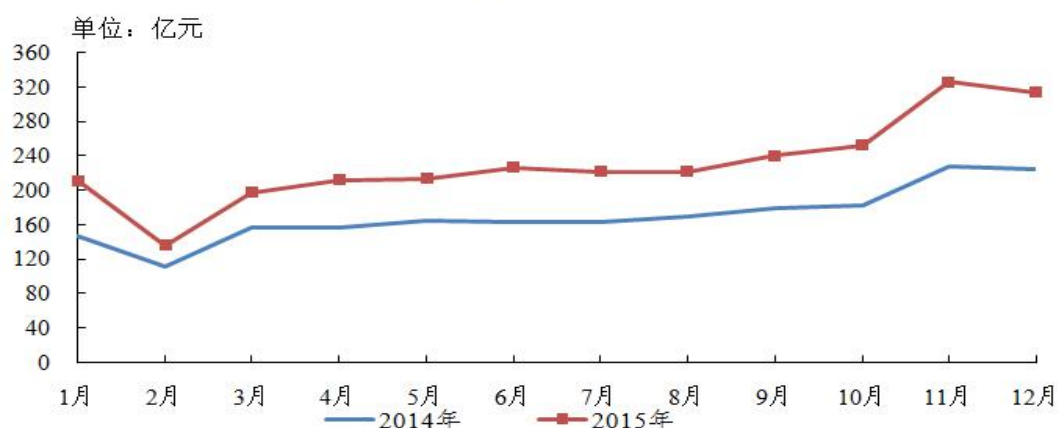


图 3-9 2015 年快递业务运行情况

来源：国家邮政局

以顺丰、四通一达为代表的第三方物流是当前移动电子商务的主流物流模式，占据了 64.1% 的份额，这也与当前移动电子商务应用市场以平台电商为主的格局相关，企业自建物流中心的份额为 18.4%，其次是面向企业内部流程的物流供应链服务商 10.3%。

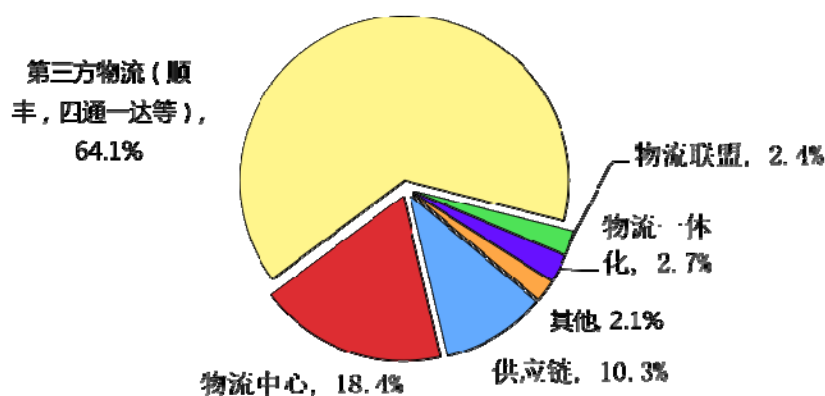


图 3-10 2015 年中国电子商务物流体系竞争格局

数据来源：赛迪顾问

快递业发展进入新常态。快递业务总量增长速度已从过去爆发性增加阶段向稳定增长阶段过渡，从 2010 年开始，全国快递业

务量每年均以超过 55%以上速度迅猛增长，2013 年一季度超过了 60%。但 2015 年快递业务量同比增速已降到 50%以下。快递业作为经济新动能的组成部分，发展形势依然比较乐观。

电商物流业态多元化发展。社会化仓配、跨境电商与村淘的迅速发展，使整个业态更加多元化。随着菜鸟网络中国智能骨干网核心节点的不断竣工并投入使用，落地配的市场份额迅速增加。万象、晟邦等标志性落地配企业已经形成规模，国内邮政小包的应用也越来越普遍。平台型电商主要出口目标国均为“一带一路”沿线国家，大部分为欧洲发达国家，跨境物流成为国家“一带一路”倡议的重要组成部分。随着新《国际铁路货物联运协定》等开拓性国际协议的生效，越来越多的跨境电商包裹将通过新丝路送达到西亚、欧洲。

③电子商务衍生服务业交易规模达数十亿元

随着电子商务交易、支付和物流服务需求的增长，2015 年，电子商务衍生“服务类应用”继续保持快速发展。来自阿里巴巴的数据显示，目前已有数万家服务商及服务者为千万淘宝及天猫卖家提供电子商务衍生服务，年交易规模达数十亿元，提供包括店铺装修、图片拍摄、流量推广、商品管理、订单管理、企业内部管理、质检品控、客服外包、咨询服务、人员招聘与培训等相关服务与工具，成为电子商务新的规模增长点。

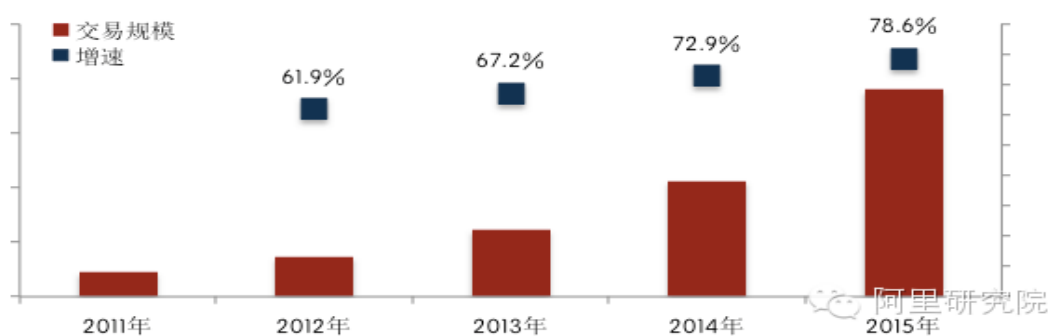


图 3-11 阿里巴巴商业服务生态（广义）交易规模增速情况

数据来源：阿里巴巴

a. 电子商务运营服务业以跨境电子商务运营服务、移动运营服务为新增长点。跨境电子商务运营服务需求大为增加，2015 年天猫运营服务平台培养并输送了 112 家具备海外品牌服务能力和服务商，覆盖了主要的 13 个行业，为 275 家国际店铺提供了服务；其中，旺铺装修、摄影、搜索营销、信息翻译等服务成为需求热点，提供一站式整合服务成为主要方式。移动运营服务快速增长，移动端的运营服务“多平台发展”的特征更加明显，企业普遍在手机淘宝、手机天猫、微信、微博等多个平台开展营销、销售、售后服务等业务。

b. 电子商务营销服务业进入精准营销和程序化营销时代。一方面，大数据应用提升电子商务平台精准营销水平，通过数据交换，门户网站、论坛社区、微博微信、视频网站、电商网站等不同网站之间实现数据共享，对同一消费者的偏好兴趣、网络行为等更全面的了解，以此为基础实现跨平台的精准营销。2015 年，阿里巴巴集团全新推出“聚星台”产品，以全面客户数据为基础，

为商家运营赋能。另一方面，程序化营销进入快速增长阶段。基于数据驱动和实时竞价，程序化营销支持实时确定广告投放对象、时间、方式等，从而提高广告精准度和营销回报。如京东京准通一体化营销生态全面升级；360 大数据平台“商易”与 360 营销平台“点睛”相辅相承，将大数据与用户生命周期进行完美的有机结合，构建了一个从广告展现到产品购买的完整的广告营销生态链。

c. 电子商务园运营服务多元化升级。电子商务园区发展日益成熟，开始从原有的简单集聚型粗放式发展，向多元化、综合化、供应链化迈进，其服务主体也不仅仅包括网商和衍生服务商，更包括 B2B 企业、云计算服务商、创业企业，甚至电子商务制造业等主体。阿里研究院指出，随着电商园区的多元化与服务业的多样化，园区服务也大致按照三个阶段演进变化。

表 3-7 电子商务园区服务演进

发展阶段	服务重点	服务内容
第一阶段	基础配套服务	物业服务、生活配套以及智能园区服务等
第二阶段	电商孵化功能	金融服务，设备租赁、仓单质押、劳动力输送供给、软性操作系统、运力对接、融资担保、中小商家弹性解决方案等
第三阶段	供应链增值服务	引入电子商务经济上下游企业，提供数据支持、商务网络，甚至品牌背书等

2015 年，电子商务园区呈现的发展特征主要有以下几个方面：
一、电子商务园区规模不断扩大。截止到 2016 年 3 月，全国电子商务园区数量达 1145 家，同比增长约 125%，园区建设热潮仍在持续。
二、地理大集聚和个体小规模。从地理分布来看，全国电子

商务园区呈现明显的不均衡性，主要集中在浙江、广东、江苏、福建、山东等省。但大部分电商产业园呈现出小规模的特点，全国大部分电商园区面积低于 5 万平方米，有的园区建筑面积小于 5000 平方米。三、从产业基地向创业基地发展。很多电商产业园开始向创业园方向发展，成为信息经济条件下的孵化器。四、园区发展供应链化，一些电商园区开始在线下重塑供应链，纵向涵盖产业链上下游，横向辐射支撑服务业、衍生服务业等业态，形成信息经济新供应链体系。五、园区发展出现生态化集聚，呈现网商集聚、服务聚合、创新整合的生态化集聚状态。

表 3-8 不同形态电子商务园区生态化集聚的差异

形态	网商集聚	服务聚合	创新整合
入驻企业	网商为主	网商、服务商等	网商、服务商等
企业间关系	入驻企业相对独立，园区与企业间关系较弱	入驻企业之间建立多样联系，园区与入驻企业间关系较弱	入驻企业之间建立多样联系，部分之间建立较强关系，园区与入驻企业间关系较强
配套服务	生活服务为主	生活服务、商务服务，部分园区还引入政务服务	生活服务、商务服务，园区创新整合部分服务（如仓储、IT 等）
重点工作	招商	招商、运营	运营、服务
盈利模式	租金收入、政府补贴	租金收入、增值服务、政府补贴	增值服务、租金收入

d. 电子商务服务站为消费者提供综合性电子商务服务。服务站一般靠近居民区、高校、办公区等人口相对密集的区域，有的站点是公司专职负责运营，有的是兼职服务，随着电商经济的成熟，服务站点的主体越来越多元化，不再局限于以往便利店、物业等一般主体。电子商务服务站向消费者提供的服务包括代收服务（如代收包裹、代寄包裹）、物流服务（如电商包裹配送）、

导购代购（如商品导购、商品代购、票务预订等）、缴费还款（如水电煤缴费、手机充值、有线电视缴费、信用卡还款等）。

3. 电商服务业发展趋势

（1）在线商业服务生态将成为现代服务业核心

基于云计算、互联网、智能终端等新的信息技术，电子商务中涌现出大量新的商业服务模式。这些新技术和新模式对现有的电子商务带来三方面的重要影响：第一，服务范围从外部市场交易向企业内部运营渗透，通过提供在线软件和信息系统服务（在线 ASP、CRM 和财务管理等），为企业提供全面 IT 运营服务；第二，交易服务的服务环节开始从交易前向交易中和交易后延伸，交易服务平台正在有选择地针对一部分类型的企业、产品和服务，提供在线成交和交割服务；第三，电子商务及网商生态体系日益完善，第三方支付、现代物流等支撑服务业加速发展，与传统产业进一步融合。随着越来越多的服务、企业和消费者加入，电子商务市场将形成一个不同于以往的商业服务生态，并不断发展成为未来现代服务业的核心。

（2）平台模式将成为在线商业服务生态共识

未来，服务平台的服务模式将继续创新，在服务环节、服务范围和服务功能上均实现大的突破。“平台”将扮演“公共服务”的角色，成为信息社会重要的商业基础设施。基于平台的集成化，越来越多的信用、认证、支付和现代物流等服务集成于在线商务服务平台上，从而进一步提高整个服务生态的服务水平。综合性服务平台与行业性服务平台摆脱低水平竞争，充分保持和发挥各自的优势，不断走向合作乃至融合，构造“互为平台”的服务新

模式，由“工具性平台”向“生态性平台”升级。

（3）技术创新仍将快速推动服务生态创新

云计算、大数据、物联网、移动互联、人工智能、虚拟现实等技术创新将为电子商务服务模式创新和商业模式创新提供新的发展动力和新的拓展空间。云计算将为商务服务提供强大的技术支持，解决计算能力、存储空间、带宽资源等瓶颈问题。未来的商务软件与服务，将广泛部署在云计算平台上。大数据相关服务已延伸到零售、金融、教育、医疗、体育、制造、影视等各行业。物联网将在信息、支付、物流等领域给商业带来前所未有的变化。移动互联网让电视、电脑、PAD、手机等构成的立体化商务体系逐渐成型，将向商务、工作、生活和学习等各个领域加速渗透。人工智能将重新组织已有的知识结构，使电商服务平台具有与人沟通交流的初步能力，不仅可以帮助企业更好地了解电商参与人的行为特点，也可以提供更加智能的服务。虚拟现实可以通过视觉、听觉、触觉、嗅觉、味觉等对人体进行全方位模拟可以让消费者拥有更加“身临其境”的效果，带来更多创新。

（四）移动电子商务与 O2O 专题研究

1. 移动电子商务专题研究

近年来，移动互联网等新一代信息技术加快发展，随着移动互联网的普及，PC 网络购物市场逐渐走向成熟，移动电商已超过 PC 网络购物成为推动网络购物市场的第一大动力。而目前，临沂市移动电子商务发展相对缓慢，未来增长空间较大。

（1）移动电子商务发展现状

《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2015 年，我

国手机网络购物用户规模增长迅速，达到 3.40 亿，增长率为 43.9%，手机网络购物的使用比例由 42.4%提升至 54.8%。移动电商应用领域不断拓展，技术创新、应用创新、金融创新、模式创新持续加快，移动电子商务进入高速发展的新阶段,并成为众多 B2C 电商和传统企业的重要战略布局点。

①移动网购市场交易规模达 2.1 万亿元，份额占比超 PC 端

2011-2015 年，中国移动购物市场进入蓬勃发展阶段，年度交易规模呈现成倍增长态势。2015 年 GMV 突破 2 万亿，全年移动端交易额渗透率高达 50%。各电商企业继续发力移动端，以新用户获取和品类扩张为战略重点；新兴创业企业众多，行业集中程度呈下降趋势，母婴、海外购、生鲜等垂直细分类移动购物应用层出不穷。

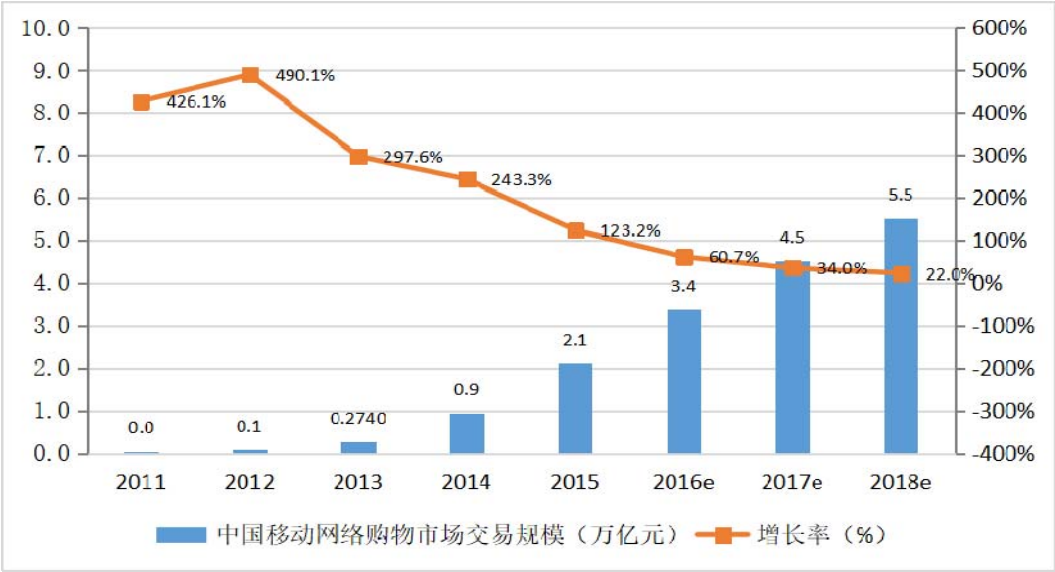


图 3-12 中国移动购物市场交易规模

资料来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算

在 PC 端与移动端份额占比方面，2015 年中国移动购物交易额在中国网络购物整体市场中占比 55.5%，首次超过 PC 端网购交易占比。随着移动互联网的普及、网民从 PC 端向移动端购物的倾

斜、移动购物场景的完善、移动支付应用的推广、各电商企业移动端布局力度的加大以及独立移动端平台的发展，预计未来几年移动购物市场仍将保持又好又快发展态势。

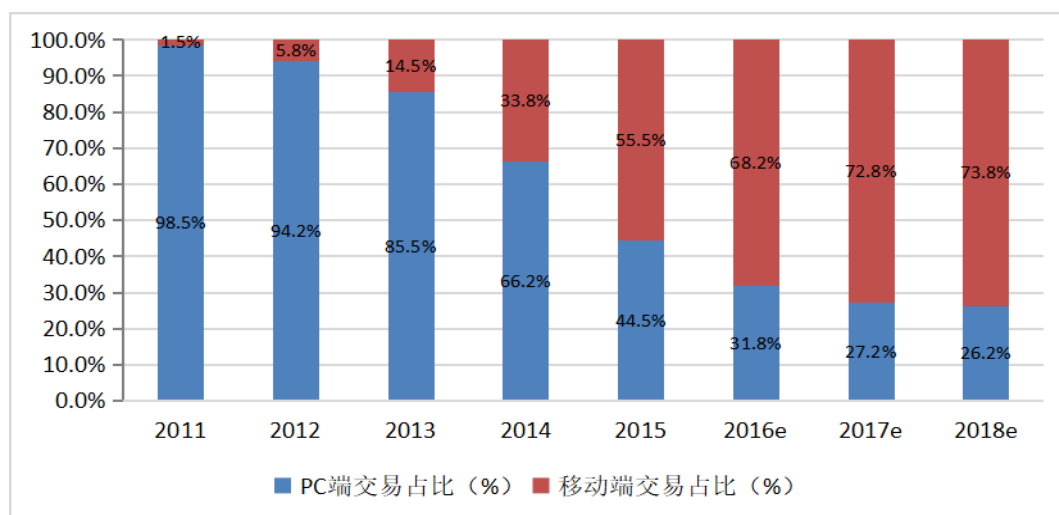


图 3-13 中国移动购物行业终端渗透率

数据来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算

②移动旅游市场爆发式增长，高标准化产品成热门

随着移动互联网快速发展，移动旅游服务在过去的两三年中迎来了爆发式增长，移动旅游 App 逐一上线，在线旅游企业携程、途牛、中青旅遨游网等纷纷推出移动端，同时纯移动端企业如“面包旅行”“淘在路上”等也渐渐涌现，移动端更新迭代迅速。据艾瑞监测数据，在线旅游服务网站及 App 使用次数上，移动端优势凸显，在线旅游用户正逐步由 PC 向移动转移。目前，机票、酒店、门票等标准化程度较高的产品在移动端的发展比较热门。布局移动互联网是未来在线旅游发展的重点，旅游消费、预订、服务的互联网化将实现跨越式发展。

③移动生活服务市场“百花齐放”，移动医疗服务市场逐步完善

在移动生活服务市场领域，随着移动互联网深入生活，移动

生活服务市场呈现百花齐放的局面，用户行为向移动端转移的态势越来越明显。移动互联网正以前所未有的速度颠覆着传统的生活方式，如旅游、餐饮、零售、音乐、打车等。生活服务类产品极大地满足了用户的需求，并延展到生活的各方面。

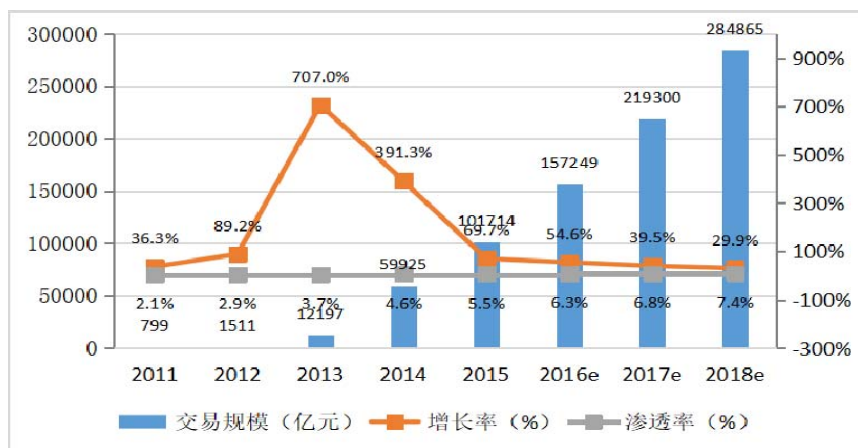


图 3-14 中国第三方移动支付规模、增长率和渗透率

数据来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算

在移动医疗服务市场领域，中国移动医疗产品正逐渐趋向成熟，产业链逐步完善。BAT 等网络巨头纷纷跨界布局移动医疗，百度侧重于数据采集和大数据计算，成立移动医疗事业部、百度医生 App、百度医疗大脑、战略投资医护网等；阿里从医药电商方面切入市场，通过支付宝对医疗机构开放自己的平台，包括账户体系、移动平台、支付及金融解决方案等；腾讯则在上海开通微信“城市服务入口”，并与北京银行合作“京医通”项目。

（2）移动电子商务发展特点

①大型电商企业继续加大移动端布局

各大电商平台、多家传统品牌企业加速移动端布局，不断丰富移动端业务，完善移动端服务，促进网民移动端购物规模持续增长与移动端交易额的高速增长。京东、阿里等电商巨头积极培

养用户移动端使用习惯，增强用户体验，加大移动端促销力度，“618”“双11”“黑色星期五”“双十二”购物节中纷纷推出移动端专属活动，鼓励消费者向移动端分流。唯品会将团购移植至移动端，且上线细分领域 App，强化移动端细分类目；苏宁易购、国美在线、当当、1号店、亚马逊等传统企业均开始全力出击移动端，通过推出移动微店、开启移动海外购、实行移动端节日促销等方式争夺更大移动端市场。

②移动购物市场呈现“百家争鸣”局面

移动端的电商交易平台、电商导购平台、电商服务平台等产业链各环节蓬勃发展，美丽说上线移动端海外购物独立 App 美丽说 HIGO，同时接入微信钱包入口以获取更多流量资源。蘑菇街在转型“B2C+C2C”的社会化电商后，于2015年初推出蘑菇街7.0版 App，并上线聚焦时尚买手的移动应用 Top，帮助时尚达人开店、形成个人品牌社区，带来新客源、增强用户粘性。另外，2015年开始传统企业大规模试水微商，除苏宁易购、国美电器外，健康元、江中、哈药、仁和、雅倩等健康、美容行业传统企业纷纷加入微商渠道之争，移动购物市场竞争日趋激烈。

③移动电商与社交相结合趋势愈益明显

移动电商的用户推广与社交结合更紧密。京东与腾讯战略合作获微信一级购物入口后，微信5亿日活跃用户助力京东移动端持续发力，蘑菇街等社交电商转化率显著高于传统电商。小红书依托跨境购物社区模式发展电商，聚美优品投资“宝宝树”借助后者母婴客群推动零售放量。

(3) 移动电子商务发展趋势

①移动电子商务闪购比例将持续提升

从核心企业来看，以网络限时特卖模式起家的唯品会主打“名品+折扣”，取得较好市场反馈；将名品特卖作为主打频道的聚美优品，移动端交易额超过 PC 端；京东分拆出单独团队运营闪购业务；当当网首页主打“新品闪购、秒杀、尾品汇”等形式。随着中国移动购物行业的深入发展，用户对名品折扣的需求将愈益旺盛，移动端闪购行为将更加频繁，企业对闪购业务的布局也将逐步完善，闪购模式在中国移动购物市场中的比例将持续提升。

②移动电子商务将推动线上线下发展

相较于 PC 端，移动购物即时性特征明显，与线下消费场景的交互方式更具情景化，这些特性为移动购物线下市场的获取提供了补充，典型表现为各类线下生活场景中扫码应用的蓬勃发展，用户可通过扫描线下商品的条形码或二维码，进入相应购物页面进行线上下单、支付。对传统商超来说，移动端是其全渠道管控的重要一环，对线上品牌宣传、扩大消费半径、提升用户体验，减少因店铺存货有限带来的商品供应缺口等有重要作用。

③移动电子商务将向细分化、垂直化发展

移动端用户行为具有明显的碎片化特征，在移动购物行业表现为用户停留在商品浏览页面的时间很短。PC 时代“大而全”的海量商品呈现方式在移动端遇到挑战，垂直电商可以把产品做得更专业、细致，移动购物应用的细分化、商品品类的垂直化是未来移动购物重要发展趋势，小而美电商迎来契机。

2. O2O 专题研究

2015 年，O2O 行业迎来新机遇，技术、经济环境逐渐成熟，线上线下全渠道发展成为趋势，新技术、新产品、新业态、新模式加速涌现，O2O 在各领域广泛应用。临沂市 O2O 市场发展良好，O2O 广泛应用于本地生活服务、批发零售等领域。

（1）O2O 市场规模达到 8797 亿元，未来发展空间巨大

O2O 市场规模快速增长。过去两年，中国涌现了大量 O2O 电商平台，促进 O2O 市场高速发展，2015 年 O2O 市场规模为 8797 亿元，预计到 2018 年市场规模将达到 15901 亿元，年复合增长率为 29.3%，线上渗透率超过 7%。据艾瑞咨询数据显示，中国 O2O 市场的高速发展主要受各垂直行业的快速发展所推动，2014-2018 年婚庆、餐饮、亲子及休闲娱乐 O2O 市场的年复合增长率均在 24% 以上。

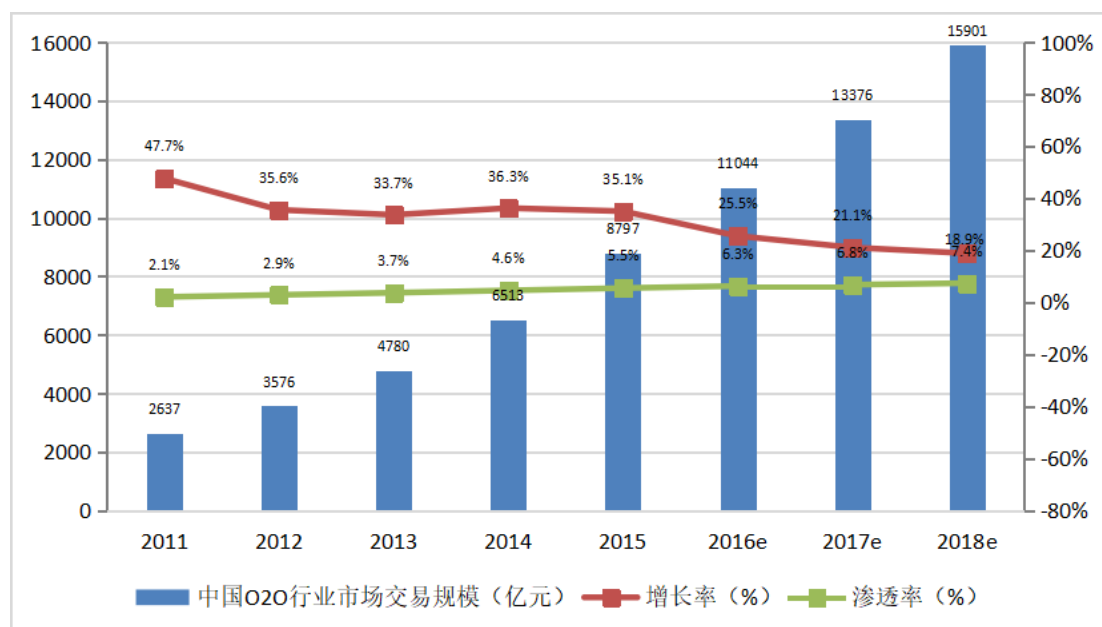


图 315 中国 O2O 市场规模及渗透率

资料来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算

O2O 市场格局基本形成。从 2015 年整体市场格局来看，巨头企业纷纷布局或用资本强势进入 O2O 市场。在社区 O2O 方面，支付宝逐步向物业行业开放基于“互联+物联+服务”的平台，并与国内“一站式社区服务平台”千丁在社区服务领域达成战略合作，共建社区新生态；正荣旗下物业联手微信支付，推出全国首个微信定制社区。在本地生活 O2O 方面，58 到家获得来自阿里巴巴集团、KKR 和平安创投的 3 亿美元 A 轮融资，未来将在家政、美业、搬家等业务方面进一步增强市场地位。基于外卖、汽车、医疗、生鲜、房产等领域的 O2O 创新创业活动吸引大量资本关注，聚焦社区服务的叮咚小区、聚焦美甲的河狸家、聚焦餐饮的回家吃饭、聚焦生鲜的青年菜君等上百家 O2O 创业团队在去年都获得了外部投资。

（2）O2O 模式广泛应用于商业领域，新模式新业态涌现

①O2O 模式滥觞于生活服务业，仍处于发展初期阶段

O2O 最早在本地生活服务领域开启，在餐饮外卖、家政洗涤、美容美发、休闲娱乐等领域为消费者提供便捷服务。2015 年，中国餐饮 O2O 的市场规模接近 1423 亿元，年复合增长率为 42.8%，未来市场仍将保持较高的增长速度。饿了么、美团外卖、百度外卖等在线订餐外卖行业兴起，大厨上门、私厨等餐饮 O2O 新模式也受到用户青睐。但是，本地生活服务 O2O 市场仍处于发展初期阶段，市场空间巨大，同时也存在市场竞争激烈、同质化、用户体验不佳等问题。

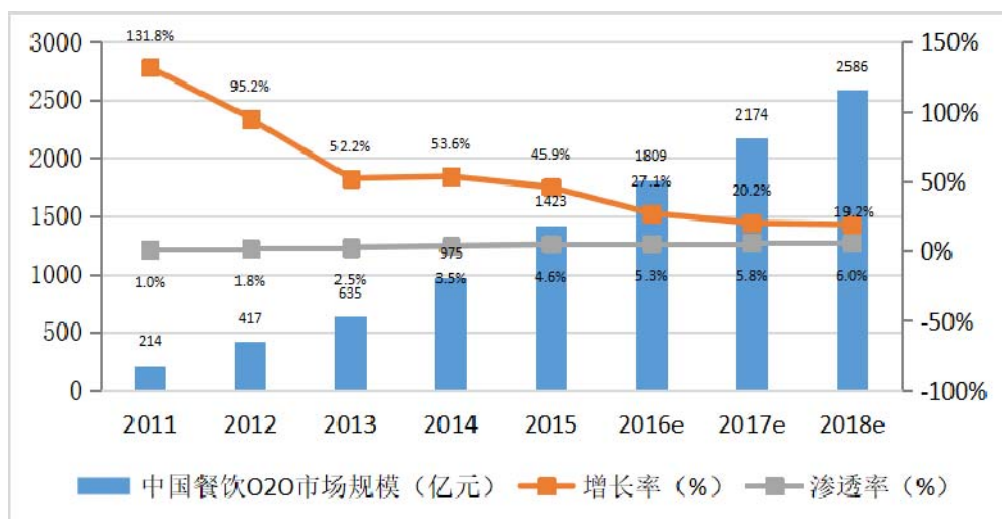


图 3-16 中国餐饮 O2O 市场规模及渗透率

数据来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算

②O2O 模式推动传统零售业升级，线上线下融合加深

2015 年，中国实体零售行业转型升级步伐加快，越来越多传统零售企业开始在内部运营、市场推广、产品销售等方面与互联网深度融合，一些零售巨头纷纷开通微信支付、支付宝支付等快捷支付，开启线上为线下服务的全渠道转型思路，建立线上线下互动融合的新生态。阿里、京东、百度和腾讯等互联网企业纷纷拓展线下商户，布局零售 O2O 以及服务 O2O。在传统商超方面，华润万家上线电商“e 万家”，推出配备“电商中转站”和“货品自提柜”的“乐购 express”新业态便利超市；沃尔玛推出大卖场 O2O 服务平台“速购”，顾客可线上通过沃尔玛 App 挑选商品，线下门店提货或送货上门。在电器零售方面，海尔采用微信、微博等新兴网络预售模式进行产品推广。在跨境商超方面，重庆商社集团上线跨境电商网站世纪购；云猴全球购通过整合其线下实体店资源参与跨境电商，与郑州、广州等城市保税区合作，并在

宁波、长沙等设线下跨境电商体验旗舰店。

③O2O 模式促进批发业转型，各地探索 O2O 新路径

随着互联网技术和仓储物流的快速发展，传统批发行业加快业态转型升级。东莞虎门大莹服装电商城拥有 2000 多家商户，通过与阿里巴巴合作，以传统服装批发为基础，通过线上线下相结合的方式创新 O2O 服装批发新模式。以皮草出名的海宁皮革城正式上线手机 App，实现线上互动线下服务的购物模式。北京动物园服装批发市场作为有效疏解城市功能的代表，通过打造动物园批发网，依托互联网大数据，实现“线下实体店体验批发+线上电子商务批发交易”的 O2O 全新商业模式，不断发力平台品牌的打造，推动了线上线下资源整合的战略布局。

④O2O 模式助力工业企业电商化，个性化定制满足用户新需求

“中国制造 2025”“互联网+”都提出了制造业转型的路径，即在互联网时代下快速满足用户的定制化需求。未来十年，将是互联网平台帮助传统企业拥抱互联网、实现向线上迁移的“存量变革”阶段。优化制造业和服务业结构、提升产品和服务的质量及水平，推动个性化定制、柔性化生产，是我国新型工业化的发展方向。海尔首推“互联网+家电定制”，用户可通过模块定制、众创定制、专属定制三种方式参与整个定制过程，并与设计师、工程师、产品等零距离交互。青岛红领集团凭借“互联网+服装定制”，实现了大规模制造转为大规模定制。

(3) O2O 商业模式的发展趋势

①O2O 将向二三线城市渗透

随着互联网普及应用和消费水平、生活水平的提升，二三线城市用户的社区服务需求及其 O2O 接受和应用程度大幅提升。一线城市 O2O 消费将由增量向提质转变，二三线城市进入快速发展阶段，将以培养用户 O2O 消费习惯、迅速拓展用户规模为发展重点。在城市定位上，二线城市 O2O 用户在社交和互动分享方面具有强烈意愿，是 O2O 市场亟需加大深挖的战略布局点；三线城市 O2O 用户热衷于使用社交平台、视频网站和娱乐网站等，网络社交和娱乐将是转化其 O2O 需求的良好平台。在细分领域上，餐饮 O2O 和打车 O2O 的市场机会显著，休闲 O2O 和家政 O2O 将是下一步发展重点。

②O2O 服务助推企业信息化建设

O2O 模式为企业增加了营收，促使企业加快信息化建设，以提升服务效率从而获得更大的收益。一些零售企业在传统销售网点增加体验消费功能，促进网络营销与门店销售有机融合。制造企业利用已有品牌优势、实体网店资源和物流配送体系，扩大网络销售规模，并通过网络咨询、网络广告、网上互动交流等扩大产品宣传，实现线下签约销售的互动模式。

③O2O 服务向垂直细分差异化方向发展

面对消费者日益多样化和个性化的用户需求，O2O 模式开始向租车打车、家政服务、汽车服务、医疗服务、在线教育等其他细分行业渗透。从 BAT（百度、阿里、腾讯）三巨头企业在垂直 O2O 市场的布局来看：百度收购糯米团购专注于垂直 O2O 影业领域，阿里汽车事业部联合宝马、别克等 40 家汽车产业链企业做本

地化 O2O 汽车服务合作，腾讯持续建立影视、动漫和文学等“泛娱乐”概念，相继部署扩大垂直 O2O 市场占有率。

④技术应用推动 O2O 飞速发展

云计算、大数据、智能搜索、物联网等新技术可对消费者进行定位，并提供一键支付、导航等服务，构建出消费者的全景视图、时空商业分析。商家根据客流热度图、品牌喜好、品牌关联度等数据，吸引客流。例如，在大数据分析方面，京东推出了创新性的“京东智圈”，综合其自有电商数据和腾讯地图的地理信息数据，帮助线下商家和 O2O 运营商实现精准商业决策。在物联网应用方面，腾讯与恒大合作共同建立互联网社区服务网上平台，为社区用户提供智慧社区、智能家居、社区金融等 O2O 一站式服务。

（五）专业市场专题研究

专业市场是一种以现货批发为主，集中交易某一类商品或若干类具有较强互补性或替代性商品的场所，是一种大规模集中交易的坐商式市场制度安排。随着专业市场的逐步发展壮大，市场对交易场所和交易方式提出了更高的要求，各专业市场纷纷借助电子商务转型升级。临沂市拥有较大规模的专业市场，顺应国际化、信息化发展趋势，积极推动专业市场与电子商务相结合的转型发展模式，也取得一定成效。

1. 专业市场发展现状

（1）全国商品交易市场数量下降，专业化进程加速

2015 年度《市场规范管理工作年度报告》指出，截至 2015 年底，全国共有商品交易市场 55026 个，同比减少 4.26%。其中，

消费品市场 50866 个，生产资料市场 4160 个。与地产相关的钢材、建材等市场出现萎缩，工业生产资料市场同比下降 33.33%。虽然数量有所下降，但商品交易市场在扩大规模、提升质量，加大资源整合力度、提升品牌形象等方面不断发展，对加快商品流通功能作用也不断增强，有助于促进消费需求长效增长，进一步发挥扩大消费、拉动内需对经济发展的强大推动作用。

商品交易市场总数下降，除市场进入优胜劣汰期、准入管理严格及市场疏解等原因外，最主要的原因在于各类专业市场在经营范围和产品品类的划分日趋精细，尤其是大中型专业市场的规模化和专业化趋势更加明显，通过逐渐兼并、收购一些小市场，建立连锁配送中心，拓展采购、加工、包装、配货的职能。2011 年底，中国交易额在亿元以上的专业市场数量达 3707 个，总摊位数达到 238.35 万个；2015 年交易额在亿元以上的专业市场数量超过 4000 个。

商品交易市场的规模化、专业化运营，以及配套职能的完善，有利于应用互联网实现转型。

（2）专业市场“互联网+”转型，部分地区初见成效

目前，传统专业市场面临多方面的挑战，尤其是网络信息技术和电子商务对专业市场的渗透和冲击，使得专业市场亟待寻求转型发展新模式。部分专业市场探索创新与拓展自身功能、服务，运用平台思维再造经营模式和市场业态，逐步由传统交易中介向现代化综合服务平台转变。专业市场自建、入驻第三平台已成为实现自身转型升级的必然选择。

表 3-9 专业市场平台化发展战略分析框架

平台类型	商城购物型平台	大宗批发型平台	产业辐射型平台	集散中枢型平台
典型特征	平台辐射能力最弱，平台系统复杂程度最低	平台辐射能力较强，平台系统复杂程度较低，但较商城购物型高	平台辐射能力稍弱，平台系统复杂程度较高	平台辐射能力最强，平台系统复杂程度较高
发展方向	本地化的综合性电子商务服务平台	综合物流、金融等服务创新的大宗交易平台	区域集成性产业协同中心和综合服务枢纽	现代化的综合商贸服务枢纽
发展重点	(1)平台功能的重新定义；(2)采用 O2O 模式，线上线下一体化；(3)注重客户关系管理和消费体验的提升	(1)信息、物流、金融服务的创新；(2)大规模数据的共享和流通；(3)现代物流建设；(4)期货交易，价格形成或发布中心	(1)横向服务供应商构成结构的调整；(2)横向服务功能的整合与嵌入；(3)纵向产业链条上的系统集成与协同商务	(1)制度服务与市场功能的无缝集成；(2)市场辐射能力的提升和辐射范围的拓展
案 例	湖州亿丰建材城	嘉兴中国茧丝绸交易市场	永康中国科技五金城	义乌中国小商品城

近年来，随着新一代网络信息技术的普及和发展，国务院、地方政府密集出台政策文件促进电子商务发展，电子商务与传统经济逐步融合，以浙江、广东等省份为代表的一大批专业市场应用电子商务实现快速发展。以浙江省为例，至 2015 年底，全省已开展电子商务应用的专业市场达到 382 家，交易额达到 1.14 万亿元，入驻商户 40.63 万户。同时，浙江省网上专业市场发展迅速，截止 2015 年底全省已登记网上市场名称 167 家，实现交易总额 2.56 万元。

2. 专业市场发展电子商务面临的问题

一是专业市场电商应用率低。虽然浙江、广东等地区专业市

场电子商务应用规模发展迅猛，然而从整体看，专业市场的电子商务应用依旧处于培育和起步阶段。传统专业市场仍然占绝大多数，“三现交易”模式和摊位式经营仍然比较普遍，无论是经营主体还是市场商户，以及市场功能和服务等方面到目前为止变化不大。以浙江省为例，全省范围内商品交易市场 4300 多家，而应用电子商务的专业市场数量仅 382 家，不足 10%。

二是专业市场电子商务应用水平低。电子商务的冲击下，部分专业市场进入转型困惑期，出现“线下功能弱化，线上功能不全，市场交易萎缩，商户全面关停”的现象。绝大多数专业市场电商化还处于“建一个网站，导一批商户，拍几张照片”的粗放式发展阶段，在平台运营、配套服务、供应链集成、智慧商贸建设等方面还有很大差距。

三是配套服务和产业功能不适于电子商务。现阶段，专业市场管理能力较弱，市场管理人员素质水平不高，尤其缺乏适应现代商贸流通发展的专业人才，很多专业市场管理部门仅相当于物业管理，服务体系不完善，在一些重要的配套服务功能方面，如物流配送、加工包装、商品检测、展示交易、会展等功能相对匮乏。无论是实力雄厚的大企业经营者，还是小经营户，一般都由经营者自身承担信息的收集、仓储、物流配送等过程，这不仅导致信息和物流的高成本、低效率，且不利于专业市场进行产业链的延伸和转型升级。

3. 案例分析—义乌小商品城

2013 年至 2015 年，义乌国际商贸城的交易额持续增长，2015 年达 982 亿元。义乌小商品城电子商务转型的过程中，在充分发挥自身商品集散优势的同时，通过义乌购平台，实现了对国内其他地区专业市场的资源整合和商品辐射。其转型成功，得益于以下几点：

一是重视新的信息技术应用。在 2012 年义乌购平台建设之初就引入线上线下概念，并实现技术创新。如义乌购将平台上的商铺编号与小商品城内商铺位置一一对应，用户可以在线进行门牌号导航搜索。在此基础上，平台采用 360 度全景展示，通过专业相机捕捉整个商铺的图像信息，通过图片拼合、三维空间模拟等技术，采购商可以通过放大缩小从各个方向观看商铺，实现 360 度全景购物。

二是义乌购为平台用户提供了丰富增值服务。例如，为满足部分市场商户因没有精力或没有能力经营义乌购网店的需求，义乌购推出“一对一”的代运营服务。平台委派专人对客户的网上店铺进行管理，包括为客户更新、上传和完善商铺信息，编辑商铺介绍，商品分类并设置首页，季节性销售变化调整，重点推荐商品的选择、排序等。又如，义乌购直通车的货运点数量达到 129 个。采购商、批发商可通过义乌购的“平台直通车”服务查询义乌购辐射全国的实时物流信息。而义乌国际邮件互换局的设立，将义乌进出境包裹运行时间至少缩短一天，其业务量保持增长态势，单日最高值达到 24.9 万件。

三是线上线下协同推进。义乌购在全球内推广“合计划”，帮助地区及海外专业市场建设类似义乌购的电子商务平台，包括360度全景展示、在线支付、手机APP、微信商铺等。同时，帮助市场内商户打通进货渠道，专业市场内商户可以通过义乌购平台直接进行采购，即拓展了义乌小商品市场的辐射范围，又解决了当地商户的进货难问题。此外，商铺也可以将本地优势产品在义乌市场进行展销，并由义乌购提供相关的中转仓储及物流支持。义乌购国内合计划目前已签约国内专业市场72家，其中“泸州购”“信阳万家义购”“东莞义乌购”“宁夏中阿购”等10多个地区性专业市场平台已经上线。

四、指导思想、原则及目标

（一）指导思想

全面贯彻党的十八大和十八届历次全会精神，坚持创新、协调、绿色、开放、共享发展理念，深入落实习近平总书记视察山东及临沂重要讲话精神，根据“大美新”临沂城市建设总体需要，以深度融入“一带一路”国家倡议为契机，以临沂商城国际化为引领，积极推动电子商务与第一二三产业的深度融合，进一步发挥电子商务在临沂经济和社会发展战略中的战略性作用。

（二）发展思路

抢抓互联网与商贸物流交汇形成的电子商务新机遇，发挥临沂商贸和物流两大产业优势，着力破解专业市场成长动力不足、重复建设、经营理念与管理模式落后等发展瓶颈，以跨境电商线

上线下融合、服务资源对接为突破，以商贸企业线上交易、新业态转型为重点，以基础设施、智慧物流、专业人才为支撑，借力电子商务引领专业市场转型。依托本地优质农产品、沂蒙文化、红色旅游等特色资源优势，通过构建农产品网络品牌、网络商品质量追溯体系推动特色农产品“走出去”，通过完善县乡村三级服务网络提速工业品高效流动，形成县域电商特色。逐步提升电子商务应用水平，全面拓展电子商务在临沂的发展空间，围绕“一城两中心”（网上丝绸之路节点城市，网上批发服务集散中心和农产品电商服务中心）功能定位，将临沂打造成为具有国际影响力和区域特色的网上商贸名城。

——具有国际影响力的网上丝绸之路节点城市。通过跨境电子商务激发专业市场活力，依托大宗物资集采集供、市场采购贸易方式特色，与“一带一路”沿线国家围绕新型跨境贸易方式、公共海外仓建设及商品品类开展合作，逐步打通双向流通的国际大市场和物流国际大通道，主动融入以跨境电商为先导的“网上丝绸之路”合作大趋势，打造“互联网+外贸”新优势。

——国内领先的网上批发服务集散中心。对接国内新增消费需求，发挥商贸主体集聚和高效物流优势，大力推进线上线下融合，引导基金机制性创新，主动迎接电子商务对商贸流通的互联网改造，形成“互联网+流通”新型商贸服务业。

——北方最具特色的农产品电商服务中心。对接特色农产品资源，组织符合电子商务发展需求的设计、加工、流通等配套服

务体系，通过支持龙头和区域特色农产品品牌，主动与沂蒙旅游资源“农旅一体化”融合，创新产销方式，形成“互联网+农产品”新特色。

（三）基本原则

政府引导，市场运作。强化政府在统筹规划、政策促进、企业服务、组织协调等方面的作用，加强电子商务支撑配套体系建设。充分发挥市场主体在资源配置中的决定性作用，突出企业主体地位，在监督企业保证产品质量、遵守市场竞争规则的前提下，健全临沂电子商务政策体系和服务体系，营造可信、规范、有序的电子商务发展环境。

重点突破，有序推进。以临沂商城、县域电商、网络消费为突破重点，逐步拓展至全市经济社会发展各个领域。以政策推进体系为引领，以重点项目为抓手，分步骤、分阶段有力有序推进全市电子商务发展。

抓大扶强，示范带动。扶持一批有代表性及区域影响力的电商平台，做强一批电子商务龙头企业，培育一批生产企业、区域代理商、农民专业合作社、小微网商等多元化、多层次的电商市场主体。发挥电子商务示范企业、示范基地、示范县、示范镇、示范村的引领带动作用，不断提升示范效应。

（四）发展目标

1. 总体目标

到 2020 年，电子商务成为推动全市经济和社会发展的新动

能，电子商务成为促进 GDP 增长、财政增收的重要支撑。在电子商务政策体系引导下，全市电子商务发展形成优势突出、产业集聚、资源互补的良好态势，具有国际影响力和区域特色的网上商贸名城成为临沂新的城市名片。

2. 具体目标

——重点突破阶段（2016—2017 年）。

到 2017 年，全市电子商务交易额突破 2700 亿元，临沂商城实现电子商务交易额 1300 亿元，跨境电子商务交易额占外贸进出口总额比重超过 10%。在专业市场转型、县域电商应用和网络消费创新等领域，打造 10 个有影响力的电子商务平台，培育 100 家骨干电商企业，发展 10000 家诚信经营、业绩良好的网商企业，建设 10 个示范性电商产业园区。

——全面提升阶段（2018—2020 年）。

到 2020 年，全市电子商务交易额突破 6000 亿元，临沂商城实现电子商务交易额 3800 亿元，网络零售额占社会消费品零售总额比重达到 20%以上，跨境电子商务交易额占外贸进出口总额比重达到 15%，临沂在全国范围内，具有国际影响力和区域特色的网上商贸名城战略地位进一步确立。

五、电子商务产业布局

产业布局：“一心两区，两极三带”

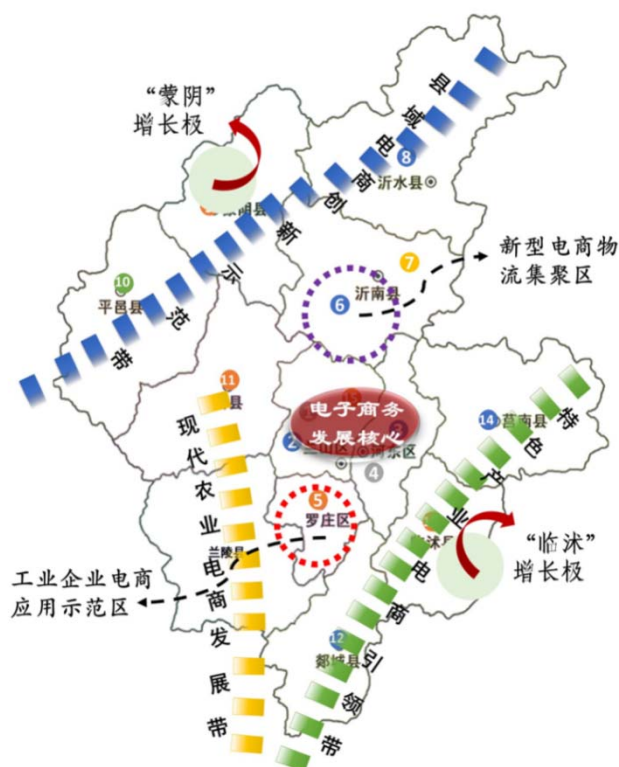


图 5-1 临沂市电子商务产业布局图

重点打造”一心两区，两极三带”的发展格局。

一心，即以兰山区、河东区、经开区为载体的电子商务发展核心。依托现有电子商务园区、基地和产业集聚区，重点发展电商服务、电商培训、跨境电商等。

两区，即商贸、工业企业电商应用示范区与新型电商物流集聚区。罗庄区、高新区打造商贸、工业企业电商应用示范区；沂南县建设新型电商物流集聚区。

两极，即蒙阴县、临沭县两大电商增长极。以创建电子商务示范县、电子商务进农村综合试点县为重点，发挥蒙阴县、临沭县农产品资源优势，推动优质农产品线上线下融合发展，辐射带

动周边地区县域电商发展。

三带，即县域电商创新示范带、现代农业电商发展带、特色产业电商引领带。沂水、蒙阴、平邑创建县域电商创新示范带，积极推动县域电商创新创业，全力推进农旅一体化发展；费县、兰陵构建现代农业电商发展带，积极发展“互联网+现代农业”；临沭、莒南、临港、郯城形成特色产业电商引领带，依据各县特色优势产业，积极推动特色产品“触网”，打造一批以经营特色产品、农产品为主的“电商村”。

六、主要任务及重点工程

围绕“一城两中心”功能定位，结合临沂电子商务发展特点及国内外电子商务发展趋势，从跨境电商、县域电商、传统产业电商应用、电商支撑体系、电商氛围等五个方面部署“33347”工程：开展3大跨境电商建设工程、培育3大县域电商网络、突出3大传统优势领域、夯实4大共性支撑体系、建设7大创新示范工程。



（一）构建跨境电子商务产业链，培育新商贸服务业

以引导专业市场转型和培养跨境电商消费习惯为突破口，主动迎接新型商贸业态升级趋势，加速商城国际化进程；有效对接国内外知名跨境 B2B、跨境零售电商平台，逐步与跨境电商平台开展城市频道共建、定制培训等深层次合作；强化跨境电商服务体系与支撑配套体系建设，打造国际工程物资集采集供基地，助

力临沂建设“一带一路”国际贸易新高地。

1. 跨境电商线上线下融合工程

引导专业市场向 **O2O** 商贸业态转型升级。紧抓国家跨境电商保税进口政策放开机遇，支持企业在临沂商城范围内具有区位优势的专业市场建设跨境电商 **O2O** 体验店，吸引国内外贸易商和本地消费者采购，逐步引导批发市场向批零融合的 **O2O** 商贸业态转型。

挖掘区域跨境电商消费潜力。鼓励传统商贸企业借助跨境电商二次创业，对接全市及周边地区进口商品消费需求，激发消费潜力，培养跨境网购消费习惯，一是逐步发挥临沂综保区功能，为保税进口商品提供高效通关渠道，二是开辟直邮进口通道，满足不同消费者需求，持续提升区域辐射影响力。

培育出口跨境电商新优势。完善“市场采购”贸易联网信息平台建设，鼓励临沂企业及商城商户利用“市场采购”方式开展大宗商品出口，逐步与跨境电商综合服务平台在前端入口、后台市场主体备案登记、数据申报等环节开展信息共享，最终实现对经营主体的多种创新外贸方式及政策叠加。充分利用市邮政局邮路出口通道，鼓励商贸零售企业对轻小件商品采用国际小包出口。结合临沂在“一带一路”沿线国家的“海外商城”建设，先行开展关检结果互认、跨境电商平台售后保障、投融资合作、公共海外仓建设等对点合作机制研究，积极参与国家“网上丝绸之路”对点经济合作试点项目。启动《临沂市跨境电子商务发展三年行动计划》编制工作，开展跨境电商政策试点研究，提出每年政策试点需求清单，积极申报省级跨境电商综合试验区，不断优

化跨境电商政策环境。

2. 跨境电商服务资源对接工程

有序推进与知名跨境电商企业合作对接。结合本地商贸企业商品种类特点开展跨境电商业务，积极引导与敦煌网、大龙网等 B2B 跨境电商出口平台，以及速卖通、eBay、Wish 等 B2C 跨境电商平台服务企业资源对接，支持平台服务企业深入研究临沂市潜力商品市场，依托跨境电商平台优势，推动设立临沂频道。逐步深化与平台服务企业合作，拓展跨境电商培训、海外仓建设等合作领域。探索智慧临沂商城与跨境电商出口平台对接，助推商城国际化。

引导传统产业资本和政策性引导基金机制创新。鼓励临沂商城管委会、兰华集团等传统专业市场运营方以投资基金方式融入专业市场转型升级过程，一是投资本地垂直 B2B 电商平台、电商服务企业，二是探索以股权投资等方式，投资与专业市场匹配度高的国内知名及“一带一路”沿线国家 B2B 及跨境零售电商平台。

3. 跨境电商支撑载体建设工程

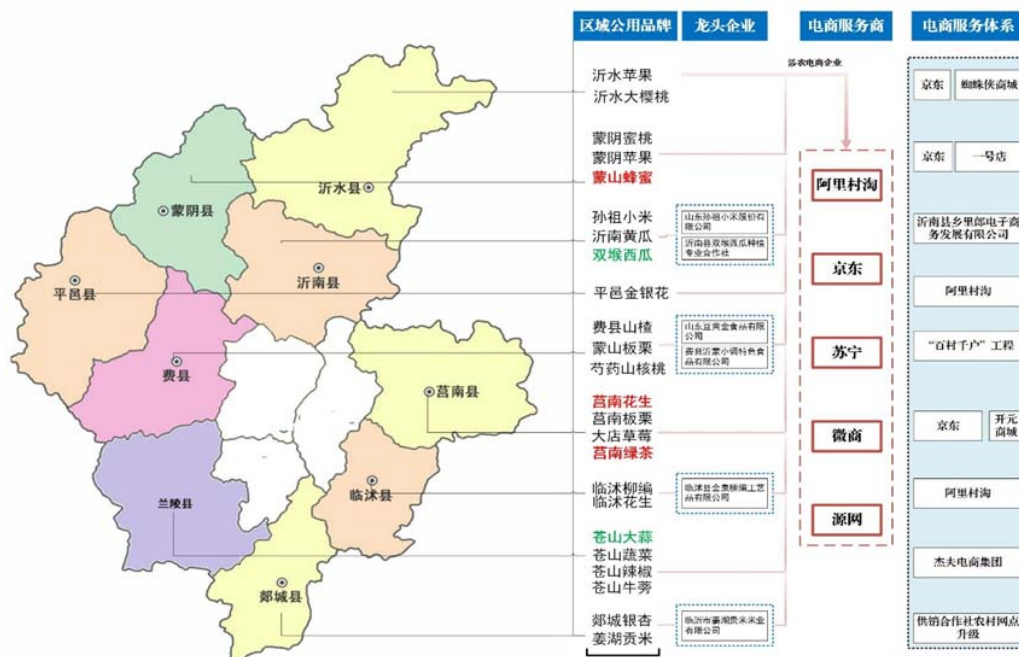
加快跨境电商物理载体及物流通道建设。加快建设中国（临沂）国际商贸城项目，逐步明确招商方向及入驻细则；鼓励企业建设基于临沂大件商品跨境电商出口特点的公共海外仓。支持临沂机场国际快件监管中心建设，申请增开国际货运和客货混运航线；逐步争取临新欧、临满欧等班列开展邮政、商业快件业务，力争建成国内领先的国际贸易发展样板区。

构建完善的跨境电商综合服务平台。以临沂综保区为主体，积极推动跨境电商综合服务平台建设，加快与海关、商检、国税、

外汇等部门对接，实现跨境电商“单一窗口”申报和监管。探索跨境电商保税进口、B2B 出口监管模式等配套政策创新，优化通关环境，促进贸易便利化。

（二）提升电商应用与服务水平，增强县域电商竞争力

推动电子商务与县域经济融合发展，带动县域经济优化升级。以县域特色产品“生产端”优化、品牌建设和营销模式创新为重点，充分激发地方政府、企业、新农人等主体活力，打造农产品进城“临沂模式”；加强与电商平台合作，扩大日用消费品、农资网络消费，打通县域电子商务发展双向流通通道。强化县域电商人才、金融等服务，与阿里旺农贷等农村金融服务商合作，加快建设县乡村三级电商服务体系。在全面开展电子商务扶贫专项行动的基础上，通过千家电商帮村、产业品牌提升、电商创业致富、就业带动、英才培育、示范创建等行动开展精准扶贫工作。



红色：2015 年销量前 20 名 绿色：2015 年增幅前 20 名 黑色：我市其他特色农产品

数据来源：阿里研究院

4. 农产品网络品牌提升工程

推动农产品网络品牌标准体系建设。支持传统涉农企业和电商服务企业开展多种形式合作，以蜜桃、板栗、核桃等特色农产品为先导，建立农产品质量分级、采后处理、包装配送、网络分销等各环节标准，逐步掌握全市特色农产品定价与标准主导权。支持企业建立农产品质量安全追溯体系，实现网销商品质量可追溯；探索建立农户个人档案，实现生产者信息可追溯，搭建生产场景，逐渐提升消费者对临沂农产品信赖度。逐步扩大食品安全追溯试点，在兰山区禧浓蔬菜生产基地、临沂市兰旗特色农业生产基地等农业标准化基地推进按标生产，推广“二维码”追溯，依托食品安全信息追溯系统平台，实现食品安全可追溯管理，打造一批国家级、省级优质食品安全品牌。组织编制《临沂市农产品网络品牌提升行动方案》，围绕品牌定位、品牌形象设计、品牌营销推广、质量安全追溯等，全面推动临沂市优质农产品、农产品加工产品的网络品牌建设，持续提升农产品网络品牌的认知度和影响力。

支持建立农产品区域公用品牌和企业产品品牌。充分发挥“生态沂蒙山、优质农产品”及“三品一标”农产品品牌影响力，积极推进“一村一品”开展商标注册和“三品一标”认证，支持“三品一标”农产品申报全国名优特新农产品目录。支持农产品企业参与苍山大蒜、蒙阴蜜桃、双堠西瓜、平邑金银花、沂水绿茶等区域公用品牌建设，与国内知名代运营服务商开展深度合作，强化对外宣传推广，逐步形成临沂市农产品品牌效应；支持

孙祖小米、金泉柳编等农产品龙头企业通过互联网建立以产品品牌为核心的网络销售体系。大力发展“农超对接”“品牌农产品进超市”“互联网+便利店”等模式，推动品牌农产品线上线下融合发展。支持地产品化率较高的冻干蔬菜、罐头等深加工农产品借助互联网拓宽营销渠道，创建网络商品品牌。鼓励新农人、电商企业运用社交电商等新兴营销渠道，加强农产品营销推广力度。根据《优秀农产品电商品牌奖励办法》对优秀企业予以奖励。

支持农产品结合文化旅游开展个性化营销。充分挖掘临沂农产品文化内涵，推动“沂蒙小调”“沂蒙老区”等文化与县域特色农产品结合，开展故事营销等创新营销方式，并针对不同产品特性依照鲁南地区、山东省内地区、全国区域等不同销售市场定位进行差异化包装宣传。支持县域电商企业与旅游景区合作，探索在旅游景区建设农产品 O2O 体验店，提供线上下单、线下配送服务，推动我市农产品“走出去”，提升临沂农产品口碑与区域影响力。

5. 县域网络消费扩容工程

激发农村网络消费市场潜力。鼓励以平邑、临沭为样板，支持各县、乡、村级电商服务站点积极与村淘、京东等第三方电商平台对接，畅通家电、服装、日用品等消费品下乡进村渠道，引导农村居民线上消费。推动家电等领域传统商户借助电子商务转型升级，探索“农村电商+实体店”新模式，引导农村消费者在实体店在线下单。

拓展农业生产资料下乡通道。鼓励各县（区）供销社农资经营网点进行信息化改造，联合电商企业拓展化肥、种子、农药等产品的网络销售渠道，探索“手机下单、线下配送、线下专业指导”等模式，为农民提供高效、便利、优质的农资产品及服务。鼓励农膜、园林机械等地产品生产企业与电子商务平台对接，逐步形成“厂家—农资电商—农户”模式。

6. 县域公共服务网络提质工程

加快完善县乡村三级电商服务网络。以搭建市电子商务公共服务平台、建设县级电子商务公共服务中心为重点，组织全市电子商务示范县、示范镇、示范村评选，深入实施农村电商“百乡千村”工程，加快建设县、乡、村三级公共服务体系。引导各县在重点电商园区设立县级电子商务公共服务中心，为乡镇、村级网点及创业网商群体提供政策解读、电商网站诚信核查、电商培训、营销推广等服务。加大乡镇服务站、村级服务点建设力度，为农村居民提供基础培训、网络代购、产品代销等服务，并逐步拓展收发快递、网上缴费等便民服务。加快建设县级仓储配送中心，支持传统农村商贸企业与知名物流快递公司、邮政等合作，将快递配送延伸至各乡村服务网点。

（三）深化传统产业电商应用，打造“互联网+”新优势

大力支持企业商业模式创新，积极开展电子商务新技术、新业态应用，推动传统优势产业转型升级。依托线上批发平台，积极推动传统商贸企业拓展网上贸易，逐步构建现代批发市场体系；促进木业、食品、机械等优势产业企业利用电子商务优化供应链，

实现生产端与营销端的融通，引导产业高端化升级；加快生活服务业与电子商务有机结合，改善消费体验，提升消费需求，带动消费结构升级，提升传统产业电子商务转型创新水平。

7. 商贸企业线上交易深化工程

推动批发市场商户向线上批发及零售服务商转型。通过应用培训、服务资源对接、标杆示范、宣传推广等方式，鼓励日用百货、五金机械、家居装饰等专业市场批发商户应用“阿里巴巴 1688”等 B2B 电子商务平台，积极开展 B2B 在线洽谈、线上批发等业务，加快商贸企业商业模式由线下批发向线上批发转型，并逐步拓展国际贸易。推动符合条件的传统专业批发市场推广应用电子商务，向购物中心、商业街等业态转变。支持商户利用微商等新型网络零售方式开展零售服务，并逐步引导本地优势商品上线。

提升专业市场的电子交易功能。鼓励临沂商城利用电子商务做强交易撮合、商品集散、价格发现和信息交互等传统功能，增强研发设计、展览展示、咨询服务等新型功能。建设专业市场统一的信息中心和交易中心，推进实现网上支付、订单管理、物流配送、统一结算等全程电子商务服务，提升商品交易、展示的功能及效率。完善仓储、装卸、货运代理、商检、电子票据、电子交税等全方位配套服务。

8. 优势产业电商应用深化工程

加大优势产业各环节电子商务应用。鼓励机械、木业等重点产业企业创新营销方式，加强与慧聪网、环球资源等国内知名 B2B

电商平台合作，逐步向产品研发、品牌孵化等领域升级，开展产品网络化定制服务。鼓励金锣、江泉等食品企业加快内部信息化建设，在采购、销售等环节开展电子商务应用，增强产、供、销协同能力。探索推动重点工业企业在采购、交易、结算等环节应用电子发票、电子合同。大力培育本地行业垂直电商平台，提升我市工业电子商务区域影响力。

9. 生活服务业创新发展工程

加快移动电子商务创新应用。鼓励本地商超百货、餐饮住宿、养老家政、维修服务、文化创意等生活服务业企业开展移动电子商务应用，探索“网上看样、实体网点提货”“网上下单、实体店消费”等 O2O 商业模式应用，实现线上线下融合发展。鼓励企业加强与微信、支付宝等第三方支付平台合作，培养移动支付消费习惯，并逐步拓展移动电子商务在预约挂号、公积金查询等公共生活服务领域应用，逐步探索开展医保在线支付、诊间医保缴费等应用服务。

积极推动社区商业电商化发展。以主要街区和社区为重点，实施智慧便利店进社区工程，着力打造“智慧商圈”。引导本地社区电子商务企业延伸服务，探索社区商业“电子商务平台+社区智能便利店+集成网络终端”的发展模式，鼓励企业搭建智慧社区平台，整合社区周边各类商业网点和生活服务网点的相关信息，为居民提供一站式生活服务。

大力推动旅游产业网上营销。引导蒙山风景区等临沂特色旅

游景区与携程、途牛等国内知名旅游电商合作，拓宽网上营销渠道，并通过微信、自媒体等新兴方式进行营销宣传。鼓励电商企业参与设计“红色文化”旅游精品路线、“沂蒙崮群”等特色旅游产品，推动旅游电商企业开展对特定旅游群体的网络化精准营销，满足个性化消费需求。

（四）加快电商支撑体系建设，满足电商发展新需求

按照集聚化、差异化、特色化的发展思路，有序推进电子商务产业园区发展，支持优秀园区创建国家级、省级电子商务示范基地，强化示范引领作用。支持传统物流企业利用新兴信息技术转型升级，重点突破电子商务“最后一公里”末端配送、冷链物流等关键问题，为全市电子商务发展提供智慧物流支撑。持续推进网络基础设施优化工作，逐步降低宽带及无线网络应用成本；探索互联网金融服务创新，构建现代金融服务体系，有效满足全市电子商务企业发展需求。

10. 电子商务示范基地建设工程

强化电子商务园区动态管理。制定《临沂市电子商务示范基地动态评选标准》，建立临沂市电子商务园区名单，定期邀请临沂市电子商务发展咨询指导委员会进行评审，每年对名单进行动态调整，引入符合标准的新建园区，对年度优秀园区加大奖励力度。

11. 智慧物流枢纽体系建设工程

大力推动智慧物流体系建设。鼓励荣庆、立晨等物流企业运

用新一代信息技术，拓展第三方电商物流业务。扶持本地第四方物流企业发展，引导建设零担物流运力撮合信息平台，减少点对点公路运输空载率，整合利用社会分散的仓储、运输、配送等物流资源，带动中小物流企业集约发展。支持电子商务园区引进现代物流企业、智慧物流服务平台，构建智慧物流配套体系，为园区入驻商户开展电商业务提供智慧物流服务。

着力突破末端配送难题。加快研究制定针对电子商务“最后一公里”配送的相关措施，将智能快件箱等快递服务设施纳入公共服务设施规划。支持商业楼宇、住宅区改造利用现有资源，建设网购自提点，推广智能终端自提设备，完善社区电商物流服务体系，解决“最后一公里”“最后一百米”末端配送难题。鼓励利用邮政、供销社网点及乡村电商服务站点开展农村共同配送，整合邮政和快递物流资源，支持乡镇邮政局（所）向快递企业开放，推动相关农村物流服务网络和设施共享衔接。鼓励通达县级服务中心的货车代运大件商品，鼓励通达乡镇、村庄的客运班车代运快件。

推动电商快递车辆标准化建设。制定临沂快递专用机动车辆标准，推动快递企业使用符合标准的专用车辆从事快递服务。参照国家邮政局发布的《快递专用电动三轮车技术要求》，研究出台临沂快递专用电动三轮车用于城市收投服务的管理办法。快递车辆需经市邮政管理部门核准，并喷涂统一的快递专用标志，对具有快递专用标志的车辆提供通行和临时停靠便利。

加快冷链物流体系建设。面向蔬菜、果品等优势农产品，积极发展农产品冷链物流，提供适应农业生产季节性特点的快递服务。鼓励农产品生产销售企业、合作社与第三方冷链物流企业开展战略合作，打通农产品物流——营销双渠道，构建农产品产销一体化链条，实现从出库到消费者的全程无缝对接。加快气调保鲜库、冷链储藏柜等冷链基础设施建设。依托国家物流标准化试点城市建设，逐步加快农副产品标准化托盘、周转箱的推广普及和循环利用。引导第三方冷链物流企业应用先进冷链物流技术，支持企业参与制定冷链物流行业标准，为农产品“走出去”提供有力支撑。

12. 互联网金融服务体系建设工程

积极探索互联网金融服务模式创新。支持金融机构重点面向垂直 B2B 电商、跨境电商等拥有信用数据积累的企业，开展众筹融资、供应链融资等创新性互联网金融服务。支持“金运通”等第三方支付平台优先与本地垂直行业电商平台合作，重点发展移动支付、跨境支付和多种网络支付手段集成的创新应用，提高支付平台影响力，打造区域性第三方支付平台。

13. 网络设施保障体系升级工程

推进网络基础设施建设与提升改造。深入落实“宽带中国”战略，提升固定宽带网络能力，重点推动高速宽带网络、无线宽带网络建设。逐步降低宽带使用成本，提高农村家庭用户宽带接入能力，提升农村及偏远地区宽带网络覆盖率与互联网用户普及

率。支持免费 WIFI 改造升级，实现 WIFI 热点覆盖商场超市、写字楼、休闲娱乐场所、酒店、旅游景点、医院、公交车、社区等主要场所，加速以无线信号覆盖为基础的“智慧城市”建设。以沂蒙山等旅游景区为重点，逐步扩大 4G 网络及无线宽带网络覆盖范围，逐步提升移动互联网用户普及率。

（五）营造良好电商氛围，厚植创新创业新土壤

加强政策创新和企业示范引领，培育电子商务新业态，营造符合电子商务创新创业的良好政策氛围；加强企业诚信体系建设，逐步建立安全可信、公开透明的市场环境。定期举办大型电子商务活动，逐步提升全市电商区域影响力，不断优化现有电子商务招商政策，营造良好创新创业和投融资环境，提供肥沃的创新创业土壤。

14. 电商专业人才培养工程

加大县域电商人才技能培训。鼓励各县（区）制定电商人才发展战略，联合市商务局，制定符合电商发展需求的针对性培训方案。支持德才职专等县域内指定电商培训机构与国内知名第三方培训机构在师资队伍、课程设计、企业实训等方面开展合作，实施面向农村经济组织、专业合作组织、创业青年、大学生村官、农民等各类主体的分级培训计划。支持各县（区）建设“网商实训”“工友创业”等实训基地，开展电子商务职业技能培训。

深化专业市场电商应用人才培训。在市商务局及临沂商城管委会指导下，积极开展电子商务高层次人才培训，进一步提升专

业市场入驻商户电子商务应用水平。面向企业中高级管理人员、电子商务部门负责人，围绕传统企业的互联网转型、网络营销、跨境电商运营、品牌战略、视觉运营、微电商运营等内容，开展电子商务职业经理人培训、企业高层管理人员电商培训、电子商务公开课巡讲、电商人系列主题沙龙等活动。

强化公务员电子商务培训。面向市级相关部门、各区县政府公职人员，设置电子商务发展的现状与趋势、各类互联网创新模式和典型案例分析等专题，使各级公务员全面掌握电子商务基础知识及热点问题，提升为企业指导和服务能力。此外，加强基层公务员电商政策解读专题培训，更好地落实国家、省、市各级电商政策。

15. 电商企业标杆示范工程

强化电子商务企业示范效应。制定《临沂市电子商务示范企业动态评选标准》并每年更新，逐步扩大示范企业申报范围，适当调整企业规模、经营年限等限制性指标，扩大中小微及新兴领域电子商务企业申报比例。及时总结电子商务示范企业成功经验，编制示范企业案例集，定期印发区（县）级电子商务主管部门、电子商务协会会员单位、各产业园区，切实发挥示范企业引领带动作用。探索开展“走进电子商务示范企业”等活动，提升电子商务示范工作的影响力，提高示范企业知名度。

16. 电商招商引资推进工程

加大电子商务重点项目招商力度。积极引进国内知名电子商

务平台及服务企业，联合临沂市电子商务发展咨询指导委员会开展引进项目评估，建立《临沂市电子商务重点招商企业名录》，对产业带动性强的龙头企业可采取“一企一策”方式加大支持力度。优化电子商务产业园区招商政策，引导符合园区发展规划的企业入驻，形成错位发展格局，对重点企业可采取“一事一议”。重点引进和培育咨询、信用服务、代运营、教育培训等领域大型知名电子商务服务企业，建设电商服务企业总部集聚中心，并逐步推动电子商务服务向农村延伸。

17. 电商品牌会议打造工程

每年举办电子商务品牌活动。以专业市场转型升级、县域电商双向拓展、网络消费扩容增效等领域为重点，组织举办高峰论坛、专题展会等具有全国影响力的电子商务大型主题活动，加强策划和宣传推广，为全市电子商务快速发展营造良好氛围。积极承办年度山东省青年电子商务大赛，举办网商创新大赛等活动，提升网络营销水平。

18. 电商创新创业培育工程

支持微商等电商新业态发展。推动生活服务业移动互联网普及应用，鼓励创业企业基于微商、共享经济平台等新业态创新发展，服务本市社会生活各领域，营造全民创新创业良好氛围。

加快建设电商创新创业示范基地。充分考虑与电子商务产业园区有机结合，积极推进电子商务众创空间建设，引入市外风险资本与园区运营机构，持续提升对电子商务初创企业、小微企业

的创业孵化服务能力，着力打造具有区域影响力的电商创新创业示范基地。

推动电商营销模式创新。支持企业通过网络社区营销、网络社群营销等新兴营销方式开展业务；鼓励创新创业主体探索应用大数据营销、定制化营销、O2O 电子商务体验式营销等新型营销模式，进一步激发创新创业活力。

支持县域电商领域创业就业。各县（区）根据本地情况制定返乡人才创业优惠政策，重点放宽和简化农村网商小额短期贷款审批手续，鼓励当地民营企业子女、大学毕业生等本地青年返乡创业。引导农村青年、农村妇女、退伍军人等参与县域电商，鼓励县域电商人才重点针对客服等电子商务服务领域创业，通过建设呼叫中心等，带动农村居民就业。

19. 综合服务门户建设工程

制定《临沂市电商综合服务门户建设方案》，建设电商综合服务门户，实时提供电子商务政策信息发布、优惠政策申报审批、政府工作意见反馈等相关服务，拓展电商数据采集、统计信息发布等服务功能。依托电商综合服务门户，加强对全市电子商务监测和运行分析，开展电子商务经营情况年度统计调查，探索实行电子商务统计季报制度，逐步完善全市电子商务数据统计体系。

20. 可信交易环境建设工程

探索建设“可信临沂”。推进质监、工商、司法、商务等部门企业信用信息资源共享，建立电子商务企业信用信息管理系统，向社会逐步开放查询功能权限；推动电子商务信用评价体系建设，

建立健全在临沂注册电子商务企业失信行为“负面清单”公布机制。推进政府部门企业信息互通共享，通过国家企业信用信息公示系统和各级公共信用信息平台，将各部门履职过程中产生的信息统一归集于企业名下，供社会各界查询。加强电子商务信息采集和分析，指导开展电子商务网站可信认证服务，推广应用网站可信标识，推进电子商务可信交易环境建设。

推动建立网络商品追溯体系。大力支持企业等建设第三方网络商品追溯平台，积极鼓励生产企业等探索在生产过程、产品检验等环节建设内部追溯系统，逐步推动第三方追溯与企业内部追溯系统对接。完善网络商品信息追溯管理制度，逐步由“食品可追溯”向“商品信息可追溯”管理延伸，以农产品追溯标准为突破口，建立“临沂网络商品追溯管理标准”体系。

七、2016 至 2020 年重点项目实施推进计划

按照建设“具有国际影响力和区域特色的网上商贸名城”总体定位，以跨境电商、县域电商、传统产业电商应用领域为突破口，以五大中心建设（农产品加工包装策划中心、临沂商城大数据中心、智慧物流仓储集聚中心、互联网金融中心、电商服务总部集聚中心）项目为重点支撑，有步骤、分阶段实施 20 大工程和 37 个重点项目。

近期（2016-2017 年）实施推进的项目以人才培育、农产品品牌提升、临沂商城国际化、专业市场线上批发转型等为重点；远期（2018-2020 年）实施推进的项目以智慧物流、金融等支撑体系，以及公共服务体系等为重点。到 2020 年，临沂市电子商务的区域

影响力及辐射带动力得到大幅提升。

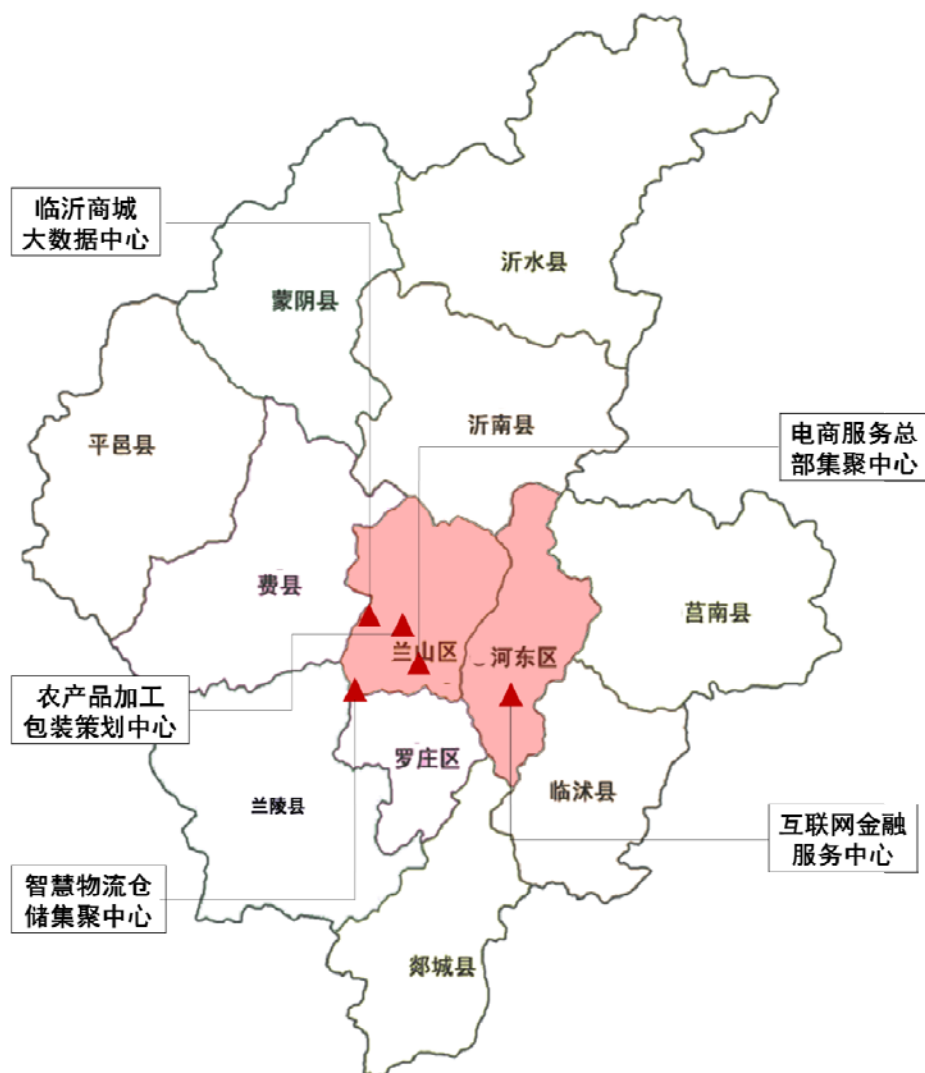


图 7-1 临沂市五大中心建设项目布局图

(一) 跨境电商线上线下融合工程

项目 1: 专业市场升级改造项目

项目建设地点主要位于兰山区、经开区、河东区设立有电商专营区的专业市场，通过专业市场与有跨境业务的商户合作，建设跨境电商 O2O 体验店，实现商品展示、在线下单、保税仓发货

功能。模式成熟后逐步推广至全市其他区域。

起步期建设跨境电商 O2O 体验店的专业市场：临沂华丰国际服装城、临沂华丰国际商贸城、万博泓服装城、大陆商业村、永兴国际玩具批发城、美多现代城、华强科技城、百脑汇数码科技广场、怡景丽家全球家具直销中心等。

扩展期建设跨境电商 O2O 体验店的专业市场：临沂小商品城、中国教育用品采购基地、临沂鲁南国际会展中心、临沂百易家装饰城、临沂汇海隆家居、临沂皇山农产品市场、豪德光彩贸易广场等。

时限要求：2017 年启动

牵头单位：临沂商城管委会、市商务局

项目 2：专业市场专场精品推介会项目

按照主要出口目的地、主要出口产品等分类，依月度开展跨国采购专场推介会。借助“国家全域旅游示范区”建设，打造一批尊重民族习惯的涉外酒店，提高涉外酒店和酒店式公寓服务水平；进一步加大国际航线的开通，加强货运班列频次，提高对跨国采购商吸引力。

按出口目的地：迪拜专场、意大利专场、日韩专场、菲律宾专场、西非专场等。

按照主要出口产品：日用小商品专场、五金材料专场、工艺品专场、劳保用品专场、工程物资专场等。

合作主题：中国-东盟专场、中国-印度专场等。

时限要求：2017-2020 年持续推进

牵头单位：临沂商城管委会、市商务局

项目 3：公共海外仓建设项目

以“市场采购”贸易方式试点为契机，以建设国际工程物资采集供应基地为目标，积极发展国际工程物资出口业务，支持企业在匈牙利、巴基斯坦、南非、尼日利亚等“一带一路”沿线国家建设公共海外仓，逐步覆盖临沂商品主要出口国家和地区，2017年底，建立 5 个以上公共海外仓；到 2020 年，建成 17 个公共海外仓。

第一批海外仓布局国家：肯尼亚、哈萨克斯坦、巴林、巴基斯坦、韩国、泰国等

第二批海外仓布局国家：俄罗斯、伊朗、沙特阿拉伯、印度尼西亚、乌兹别克斯坦、尼日利亚、南非、罗马尼亚、波兰、白俄罗斯、德国等

时限要求：现已启动，持续推进

牵头单位：临沂商城管委会、市商务局



图 7-2 临沂市海外仓布局图

（二）跨境电商服务资源对接工程

项目 1：国际工程物资临沂频道建设项目

由商务局牵头，与敦煌网等平台开展洽谈合作，以临沂国际工程物资市场内板材、装饰材料等产品为主要支撑，建立临沂国际工程物资线上采购中心，使临沂商品以在线批发的方式，进行全球市场的网络直销。2017 年底完成与敦煌网的洽谈对接，2018 年上半年实现采购中心的上线运营。

时限要求：2017 年启动

牵头单位：市商务局、临沂商城管委会

（三）跨境电商配套载体建设工程

项目 1：中国（临沂）国际商贸城电子商务产业园建设项目

由临沂商城管委会制定项目总体建设规划，项目选址临沂市兰山区双岭路与临西十路交汇处，占地面积约 534 亩。具体功能包括商务办公、综合服务中心、电商运营区、配套服务区、物流仓储区等。在电商招商方向上，重点放在跨境电商物流服务提供商和品牌平台型电商企业。

时限要求：现已启动，持续推进

牵头单位：临沂商城管委会、临沂商城控股有限公司

项目 2：临沂机场国际快件监管中心建设项目

在市内线下跨境电商体验店建设初具规模，消费者网购习惯初步形成后，项目在临沂机场范围内，主要包括中邮国际快件监管中心申报大厅、货物查验流水线、配套仓储区及配套设施等建

设。

时限要求：2018 年启动

牵头单位：临沂海关、临沂机场

项目 3：临沂市跨境电商综合服务平台建设项目

与河南物流保税中心、北京东方物通公司等开展战略合作，以直购进口、保税进口、一般出口、保税出口业务模式，实现与跨境贸易企业（电商、支付、物流）及监管部门（海关、检验检疫）进行数据交换，提供综合性跨境通关服务。

时限要求：2017 年启动

牵头单位：临沂综保区管委会

（四）农产品网络品牌提升工程

项目 1：农产品网络商品质量安全可追溯平台建设项目

主要由监管平台、企业应用平台、追溯查询平台三部分组成，包括全市主要农业主体的现场部署实施和售后服务工作，可直接生成全市统一的农产品网络商品追溯码标签。

时限要求：2017 年启动

牵头单位：市农业局、市质监局

项目 2：农产品加工包装策划中心建设项目

项目选址兰山区，由市供销社牵头，联合市农产品龙头企业共同建设农产品加工包装策划中心。中心积极引进产品包装策划、品牌推广等各类服务企业，推动服务企业与农产品生产加工企业、县域网商对接，为其提供生产加工品类指导、农产品包装设计、品牌策略、品牌营销推广等专业服务，提高我市农产品商品化处

理率，进一步提升农产品品牌知名度。

时限要求：2017 年启动

牵头单位：市供销社

项目 3：农产品品牌标准化建设项目

传统涉农企业和电商服务企业开展合作，以蜜桃、板栗、核桃等特色农产品为先导，建立农产品质量分级、采后处理、包装配送、网络分销各环节标准。

第一批标准化建设品牌：蒙阴蜜桃、沂水苹果、沂水大樱桃、费县山楂、蒙山板栗、莒南花生、大店草莓、平邑金银花、芍药山核桃等。

第二批标准化建设品牌：蒙山蜂蜜、双堠西瓜、莒南绿茶、苍山大蒜、苍山辣椒、苍山牛蒡、郯城银杏等。

时限要求：2017 年启动，持续推进

牵头单位：市农业局、市商务局、市林业局等

项目 4：农产品电商平台建设项目

鼓励临沂农产品批发市场、临沂皇山农产品批发市场建设一体化的农产品电子商务平台。支持临沂市农产品产业化龙头企业向平台化转型，加快平台与农业产业化基地、大型超市、大型餐饮企业对接。到 2018 年底，全市建成 3 家农产品电商平台。

时限要求：2017 年启动

牵头单位：市商务局、市农业局

（五）县域网络消费扩容工程

项目 1：农资经营网点信息化改造项目

对区县现有农资经营网点进行信息化改造，采购信息化设备，实现农资经营网点“手机下单、线下配送、线下专业指导”。

时限要求：2017 年启动

牵头单位：市供销合作社

（六）县域公共服务网络提质工程

项目 1：电子商务县运营中心建设项目

在全市各区县分别规划建设电子商务县级运营中心，中心集产品展示、网上下单、售后服务、配送于一体，实现对电商村服务站的统一管理，在县级运营中心基础上，实现县级仓储配送中心功能。到 2017 年底，全市各县（区）完成县级运营中心建设。

时限要求：2016 年已启动

牵头单位：市商务局

项目 2：电子商务乡村服务站点建设项目

在全市范围内规划建设一批乡镇、村级服务站点，按照统一配置、统一装修的原则，对全市电子商务乡村服务站点进行集中化管理、运营。到 2017 年底，在具有贫困村的乡镇街道建设电子商务服务站 40 处，在产业基础较好的贫困村先行建成 200 个村级电子商务服务中心（站）；到 2018 年，在全市乡村建成 1000 个电子商务服务中心（站）；到 2020 年，“百乡千村”工程覆盖全市各乡镇、街道和全部村居。

时限要求：2016 年已启动，持续推进至 2020 年

牵头单位：市商务局

（七）商贸企业线上交易深化工程

项目 1：临沂商城大数据中心建设项目

搭建临沂商城专业数据采集与监测平台，并由临沂商城管委会负责大数据中心的运营和维护。通过线下、线上等不同渠道，采用专业研究人员与技术相结合的手段，对专业市场、海外仓、内外贸交易情况进行动态、精确的监测、统计、分析、研究及预测。到 2017 年底，基本建成功能齐备的大数据中心；到 2018 年，项目（二期）向临沂综保区拓展，充分发挥综保区设备进出口政策优势，建设大数据中心机房，引入大数据平台系统，逐步将农产品电商交易数据、临沂海外仓数据、与“一带一路”沿线国家贸易数据、“网上丝绸之路”合作国家交易数据等相关数据纳入大数据中心。

时限要求：2017 年启动

牵头单位：临沂商城管委会

项目 2：线上批发培训服务项目

大力支持临沂大学、浙江网特电商、雁阵实训、京拍档、橙盟培训等具有实际效果的培训企事业单位，根据应用深度、批发商品类型等不同方式，为临沂商城商户提供培训服务，全面提升电子商务在临沂商城中小企业的应用水平。

时限要求：2016 年已启动，持续推进

牵头单位：临沂商城管委会、各区商城管委会、临沂大学

项目 3：服务资源对接项目

主动对接浙江省电子商务服务中心、思路网等服务资源集聚平台，定期举办针对网店运营、流量推广、运营外包、咨询服务

等不同类别电商服务的线下对接会，促成商户与服务商签约合作。

时限要求：2017 年启动

牵头单位：临沂商城管委会、各区商城管委会

项目 4：投融资走出去项目

通过购买服务方式，引入托比咨询、九鼎等具有 B2B 批发领域投融资服务丰富经验的咨询机构，充分发挥临沂市电子商务物流产业发展基金作用，面向日用百货、五金机械、家居装饰等优势领域，以及文化体育、健康医药等重点扶持领域，投资对本市及全国具有潜力和影响力的垂直电子商务平台，如“快电器”“万贯云采购”“搜布”“贝登”“集迈么”等平台，逐步引入兰华集团等传统专业市场运营方资金，实现临沂商城资本“走出去”。

序号	行业	垂直电商平台
1	日用百货	“快电器”“汇灯网”
2	五金机械	“万贯云采购”“机电之家网”“机械管家”“买卖机械网”
3	家居装饰	“搜布”“百布”“优料宝”“链尚网”“搜芽”
4	文化体育	“买文具网”“集迈么”“咪咕”
5	健康医药	“贝登”“药易购”“联医”“药素网”

时限要求：2017 年启动

牵头单位：临沂商城管委会

（八）优势产业电商应用深化工程

项目 1：临沂市电子发票综合服务平台建设项目

项目内容包括电子发票服务平台及税控开票系统两部分，其中税控开票系统包括税控服务器和签字验签服务器，满足开具增值税电子普通发票的功能要求。

时限要求：2018 年启动

牵头单位：市地税局、市商务局

（九）生活服务业创新发展工程

项目 1：商贸服务业电商应用创新项目

支持商超、百货业与“客来乐”等移动电子商务服务商合作，开展移动电子商务应用创新，鼓励商超、百货等开通微信、微店平台，发布各类促销信息，通过促销活动促进线上线下互动；支持商超、百货与支付宝、微信等合作推出手机付款，各个门店对消费者均接受支付宝、微信等扫码结算。到 2018 年底，实现全市大型商超、百货等电子商务应用率 100%。

时限要求：2016 年已启动，持续推进至 2018 年

牵头单位：市商务局

项目 2：旅游景区电商应用项目

支持全市主要旅游景区在“途牛网”“蚂蜂窝”等国内知名个性化旅游电商平台开展营销推广，完善信息化建设，与移动运营商、大型旅游企业合作，将移动电子商务应用到旅游中，开展旅游移动服务。到 2018 年，实现全市 4A 级以上旅游景区电子认证快速入园等。

时限要求：2016 年已启动，持续推进至 2018 年

牵头单位：市旅游发展委、蒙山旅游区管委会

（十）电子商务示范基地建设工程

项目 1：电子商务示范基地创建项目

按照《临沂市电子商务示范基地动态评选标准（草案）》中

关于评选认定条件的要求，积极组织符合条件的电子商务产业园区进行电子商务示范基地申报。示范基地评选工作每年开展一次动态更新，对连续获评示范基地的优秀园区或企业加大政策扶持力度。

时限要求：2017 年启动，持续推进

牵头单位：市商务局

（十一）智慧物流枢纽体系建设工程

项目 1：智慧物流仓储集聚中心建设项目

以中通云仓电商产业园为核心，打造集仓储、分拣处理、快速集散、统一配送、商品展示等服务功能为一体的现代物流仓储集聚区，规划建设智能仓储配送中心、智能车源中心，吸引快递龙头企业（如四通一达）、零担物流公司和第三方服务公司等入驻；大力推进电商物流企业设立区域快递物流分拨中心和区域配送中心。到 2020 年，初步建成具有区域影响力和辐射力的智慧物流仓储集聚中心。

时限要求：2016 年已启动

牵头单位：市商务局、市交通运输、市邮政管理局

项目 2：智能物流信息平台项目

支持物流企业投资建设智能物流信息平台，加快物流信息平台资源跨区域整合，鼓励物流信息大数据的社会化开发与利用。到 2017 年底，实现制造商、网商电子商务服务企业、物流企业的信息共享，提高电子商务物流配送效率；到 2018 年底，基本建成跨行业和区域的智能物流信息公共服务平台。

时限要求：2017 年启动

牵头单位：市商务局、市交通局、市经信委

项目 3：智能快件箱建设项目

与京东、韵达快递等提供社区智能仓服务的企业合作，逐步在全市范围内建设智能快件箱，推进电子商务进社区，到 2019 年，智能快件箱在全市社区覆盖率达到 80%以上。

时限要求：2017 年启动

牵头单位：市邮政管理局

（十二）互联网金融服务体系建设工程

项目 1：互联网金融服务中心建设项目

由金运通网络支付股份有限公司等龙头企业牵头，建设面向全省、辐射全国的互联网金融服务中心。项目主要布局新兴金融、产业投资基金、创新金融服务、金融大数据、创新人才培养等功能区，通过整合政、学、研、金等优势资源，积极与金融机构开展合作，吸引金融服务企业入驻，到 2020 年，基本形成互联网金融全产业链聚集中心。

时限要求：2017 年启动，持续推进至 2020 年

牵头单位：市人民银行、市金融办、市商务局

（十三）网络设施保障体系升级工程

项目 1：“智慧临沂”建设项目

优化全市信息化基础设施，大力推进无线城市建设，按照提速降费的要求，提高光纤网络、无线通信的服务水平；探索市场化运行机制，加快推进免费无线局域网建设。到 2020 年，实现公

共服务场所、重点商圈、商务楼宇等无线网络全覆盖。

时限要求：2016 年已启动

牵头单位：市经信委

（十四）电商专业人才培养工程

项目 1：县域电商人才针对性培训项目

组织各区县按季度上报电商人才培训需求，由市公共服务中心依各区县具体情况设计培训课程，安排师资，定期选定区县采用“电子商务大讲坛”“互联网+乡村论坛”“乡镇巡讲”“电商操作技能实训”等形式开展电商培训。

时限要求：2016 年已启动，持续推进

牵头单位：市商务局、县（区）商务局

项目 2：“线上+线下” 人才培养项目

逐步建立线上和线下培训相结合的 O2O 人才培养模式，采取政府购买服务和社会培训机构参与相结合的方式，与先进地区进行培训合作，开展电商人才精准、有效培训。在线下培训方面，针对政府公务员、企业管理人员、电商从业人员、电商创业人群等不同群体的培训需求，积极举办公务员电子商务培训、电子商务公开课巡讲、商贸服务企业转型升级高层管理人员培训、电子商务职业经理人培训、电商人系列主题沙龙、电子商务服务专业论坛等活动。在线上培训方面，政府购买 B2B、B2C、C2C、农村电商、跨境电商等领域视频课程并发布到市电子商务公共服务平台，供培训对象学习。力争每年培训覆盖人数超过 10000 人次，并逐年提升线上培训人数比例。

时限要求：2016 年已启动，持续推进

牵头单位：市商务局、市人社局

（十五）电商企业标杆示范工程

项目 1：电子商务示范企业创建评选项目

针对前一年度入选的电子商务示范企业，总结评估其在创新商务模式、提高服务水平、培育品牌、引导消费、保护知识产权和消费者权益等方面取得的成绩，为引领我市电子商务行业健康发展所开展的示范推广活动及成效。针对符合申报条件的电子商务企业，按照《临沂市电子商务示范企业动态评选标准（草案）》要求，组织专家进行评选，每年对入选的电子商务示范企业进行动态更新。

时限要求：2016 年已启动，持续推进

牵头单位：市商务局

（十六）电商招商引资推进工程

项目 1：电商服务总部集聚中心建设项目

制定并完善电子商务服务业招商优惠政策，通过会展招商、精准招商、线上招商、以商招商、区域协作招商等多元化招商方式，加大针对电子商务服务业企业的招商宣传推广力度，积极吸引全国优秀电子商务服务企业总部入驻临沂，以兰山区翔龙商务楼为主要载体，加强相关配套设施建设，打造电商服务总部集聚区。到 2020 年，基本建成拥有超过 30 家全国知名电商服务企业入驻的集聚中心。

时限要求：2017 年启动，持续推进

牵头单位：市招商局

（十七）电商品牌会议打造工程

项目 1：电子商务品牌会议建设项目

每年开展中国（临沂）电子商务应用发展大会，并围绕跨境电商、农村电商、B2B 等行业或主题举办品牌会议，不定期举办专业领域电子商务论坛，打造临沂市电子商务品牌会议。

时限要求：2016 年已启动

牵头单位：市商务局、临沂商城管委会

（十八）电商创新创业培育工程

项目 1：电子商务众创空间升级项目

以临沂经济技术开发区同方盘古众创空间、河东区五金城众创空间等电子商务众创空间为依托，鼓励支持众创空间改造升级，在优化提升物业、生活配套等服务的基础上，增强其设备租赁、仓单质押、软性操作系统、运力对接、融资担保、中小商家弹性解决方案等电商孵化功能。在未来 2-3 年，探索开展供应链增值服务，引入电子商务经济上下游企业，提供数据支持、商务网络，甚至品牌背书等服务。

时限要求：2016 年已启动，持续推进

牵头单位：市商务局、市科技局

（十九）综合服务门户建设工程

项目 1：电子商务公共服务中心建设项目

在电子商务推进工作领导小组办公室指导下，成立市电子商务公共服务中心，整合全市电子商务服务企业、行业协会、研究

院所、中小企业服务中心、各产业园区等各类企业服务机构资源，积极构建市电子商务服务体系。中心职能包括：运维电子商务综合门户及可信交易保障公共服务平台；组织示范评选、电商统计分析、示范推广等工作。以市电子商务公共服务中心为平台运营方，建设临沂市电子商务“综合门户”平台，其中包含行业资讯、人才服务、电商产业园、活动沙龙、创新创业等板块，并吸引技术咨询、运营营销、金融支付、政策法律、人才培养、创业孵化、数据分析等电子商务服务企业入驻，将全市电商服务资源和电商企业的业务需求进行对接，拓展电商数据采集、统计信息发布等服务功能，同时提供电子商务政策信息发布、优惠政策申报审批、政府工作意见反馈等相关服务。2017 年完成平台的上线运行，并进行每年定期升级。

时限要求：2017 年

牵头单位：市电子商务推进工作领导小组办公室

项目 2：电子商务统计制度建设项目

召开电商企业统计工作会议，明确临沂市电子商务企业认定标准，将电子商务关键指标列入临沂市调查统计体系，研究建立互联网时代的统计方法体系。依托市电子商务园区、企业名单，加强对名单内重点企业进行统计监测；发挥电子商务综合服务门户功能，开展电商数据采集、统计信息发布等，逐步完善市电子商务数据统计体系，将跨境出口平台数据、邮政包裹进出口数据等纳入统计体系，加强对全市电子商务发展趋势及动态监测。定期发布电子商务统计专项报告。

时限要求：2016 年已启动，持续推进

牵头单位：市统计局、市商务局

（二十）可信交易环境建设工程

项目 1：临沂电商可信交易保障公共服务平台建设项目

通过平台建设，加快“可信临沂”项目的落地实施，建立企业信用信息管理系统，实现在临沂市工商登记注册的电子商务企业信用信息向电子商务企业、信用服务机构、消费者开放，并建立健全电子商务企业失信行为“负面清单”公布机制。2017 年完成项目方案设计，2018 年上半年，选择试点企业完成平台试运行，2018 年底实现正式运营。

时限要求：2017 年启动

牵头单位：市工商局、市商务局

项目 2：临沂市电子商务信息采集分析项目

通过临沂市公共信用信息平台、“信用临沂”网站、国家企业信用信息公示系统等信息平台，采集电子商务市场主体信息，进行科学分析，分析结果向社会开放，服务电子商务企业、消费者。

时限要求：2017 年启动，持续推进

牵头部门：市商务局、市发改委

八、保障措施

（一）加强组织领导，创新工作机制

明确和强化临沂市电子商务推进工作领导小组职能：一是制定全市电子商务发展政策，建立电子商务统计监测体系；二是指导各区（县）建立电子商务推进工作领导小组，统筹协调电子商务发展各项工作；三是定期召开电子商务形势分析研讨会，就临

沂商城、综保区、各区（县）推进电子商务发展的经验和问题进行讨论，研究切实解决方案；四是统筹协调国家级、省级电子商务相关试点试验项目申报，并长期指导各区（县）园区差异化发展；五是定期整理形成市电子商务发展动态简报，上报省、市和相关厅局分管领导及业务处室。

（二）构建服务体系，提升管理效能

在市商务局指导下，以促进电子商务发展为宗旨，完善和发挥市电子商务产业促进会职能，一是统筹区县级电子商务协会组织资源，逐渐形成市、区（县）两级联动，提升全市电子商务公共服务水平；二是承担市级专项电商交流活动、电商培训课程设计及师资引进等职能，有效发挥政府与行业协会、行业协会与企业及企业间沟通纽带作用；三是协助市商务局、工商局、质监局等单位，通过宣传培训活动，加强企业诚信经营意识，提高网络销售产品的质量安全生产水平，打造临沂“品质电商、品牌电商”口碑。

（三）加大财税支持，拓宽融资渠道

加大电子商务资金支持力度。充分利用电子商务现代物流产业发展基金、电子商务发展专项资金，力争每年在电子商务领域投入财政资金总额超过 5 亿元，通过补贴奖励、贷款贴息、股权投资等多种方式，支持产业园区、大型电子商务平台等重大项目建设；引导风险资本和社会资本进入临沂，支持初创型、成长型、创新型小微电商企业发展；支持从事电子商务活动的企业申请高新技术企业认定，依法享受高新技术企业相关优惠政策。

（四）建立专家智库，紧跟产业趋势

邀请国内电子商务领域专家成立临沂市电子商务发展咨询指导委员会，与市电子商务推进工作领导小组建立常态化联系机制。一是指导临沂市电子商务招商引资方向、国家级试点申报，对落户临沂市的重点电子商务企业项目可行性进行评估。二是每季度召开电子商务发展形势分析会，就临沂市电子商务发展进行综合评价，并对电子商务各领域最新发展趋势、临沂市电商发展面临的现实问题提供智力支持。

（五）强化政策支持，落实人才保障

建立政府引导、市场化运营的培训体系，修订《临沂市电子商务人才培训机构认定管理办法》，制定《电子商务人才培训滚动实施方案》。充分发挥各级电子商务协会作用，引入国内电子商务专业培训机构，并与本地职业院校、电子商务服务企业合作，按照政府和企业实际需求，将电子商务纳入专业技术人员继续教育内容。对培训效果显著的机构通过租金补贴、资金奖励的方式给予扶持。根据《关于进一步加强高层次人才引进培养工作的意见》（临发〔2016〕13号），适度放宽“临沂市科技创新创业领军人才”针对电子商务尤其是县域电商领域创新创业人才在学历、工作年限等方面评选标准；加大对电子商务高层次人才在居留落户、住房保障、子女入学、医疗保障等方面扶持力度，提升本市人才吸引力。

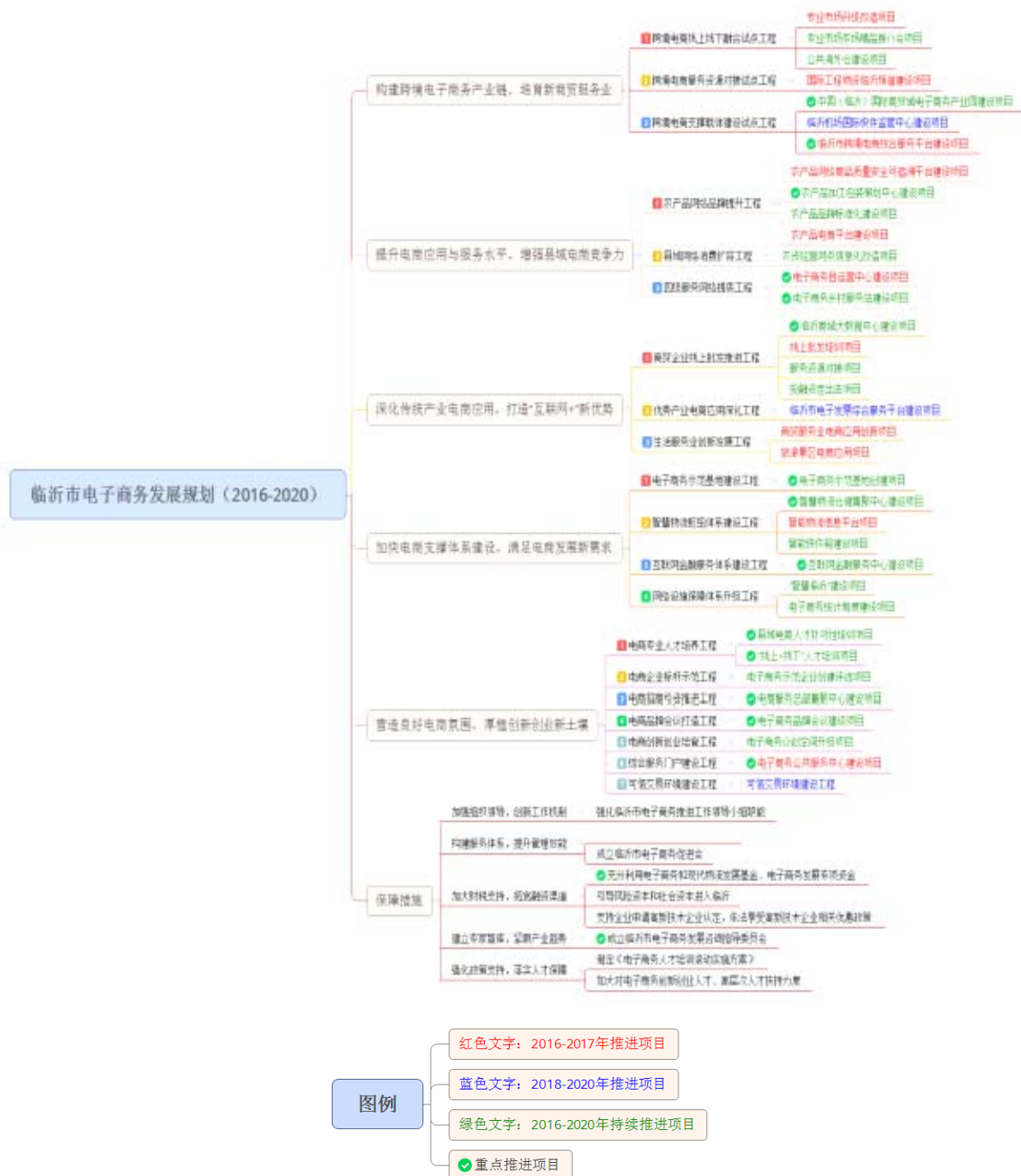
附件：1. 市电子商务发展规划工作任务分解图

2. 临沂市电子商务政策推进体系

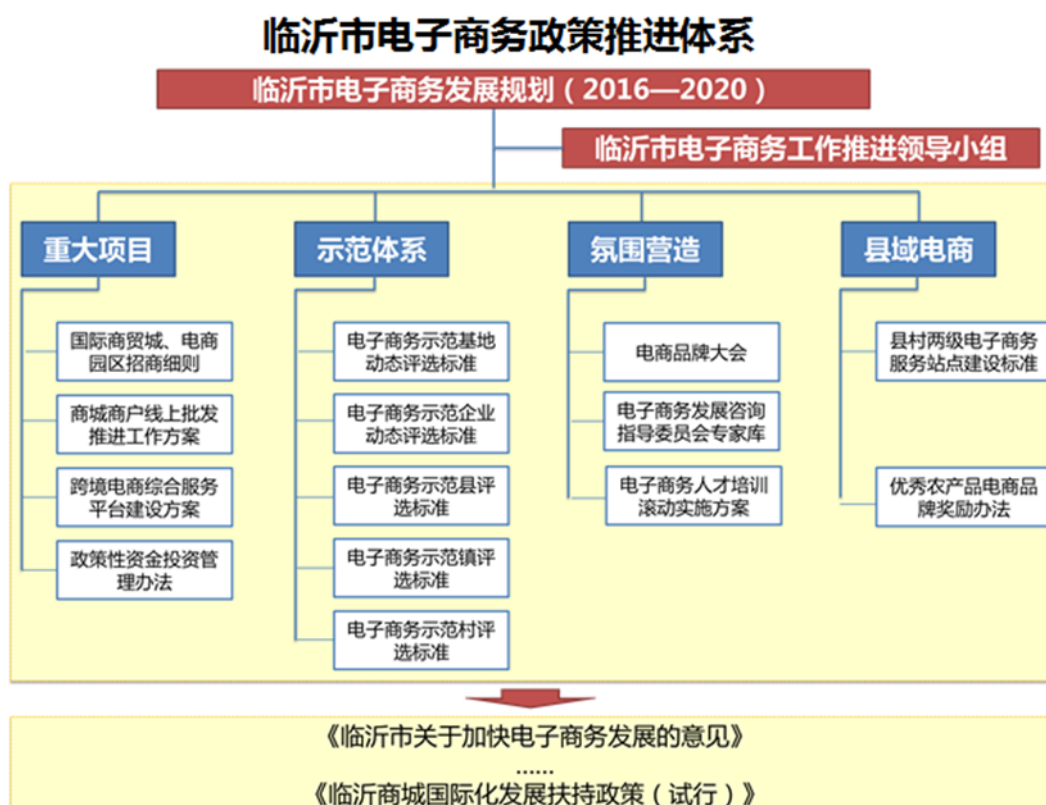
3. 县域农产品电商“临沂模式”发展路径及推进时序图

附件 1

市电子商务发展规划工作任务分解图

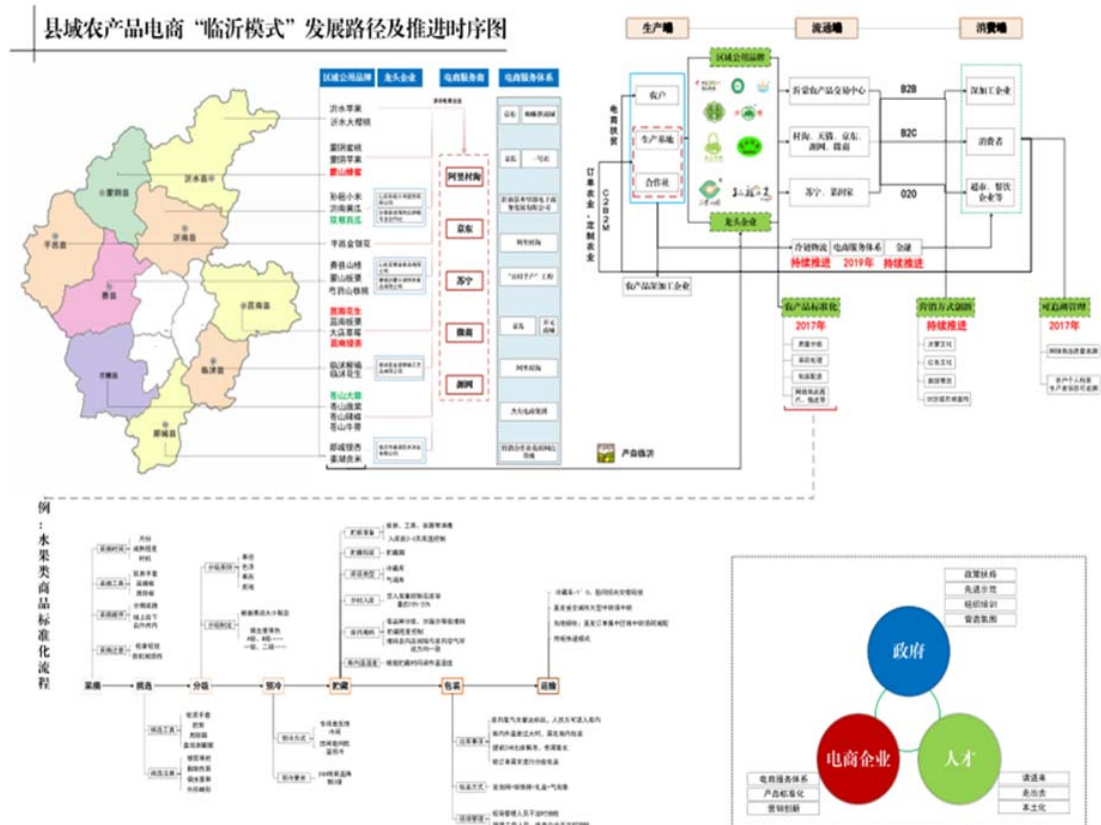


临沂市电子商务政策推进体系



附件 3

县域农产品电商“临沂模式”发展路径及推进时序图



(2017 年 11 月 30 日印发)