



滨海新区电子商务发展对策研究

●赵滨元 诸葛再旺

一、滨海新区电子商务发展基础

滨海新区电子商务保持快速发展的良好态势。随着大企业接踵落户和大项目陆续建成,电子商务的创新能力和内生动力日益增强,正在进入密集创新和迅速扩张的新阶段。

1. 市场需求快速增长

近年来滨海新区的消费需求和出口需求持续快速增长,为新区经济和电子商务蓬勃发展提供了强劲动力。2011年滨海新区社会消费品零售总额达到882.53亿元,外贸出口总额实现276.76亿美元,分别增长24.3%和18.9%。滨海新区庞大的市场规模和快速增长态势,为电子商务应用提供了广阔的发展空间。

2. 产业基础日益雄厚

滨海新区经济总体规模和工业生产保持高速增长。2011年滨海新区地区生产总值完成6206.79亿元,增长23.8%,占全市比重达到55.5%;规模以上工业总产值12732.22亿元,增长29.4%。航空航天、石油化工、新能源、信息技术、汽车制造、现代冶金、生物医药、食品加工等优势产业,已经形成了体系完善的产业链,为带动电子商务发展提供了坚实基础和有利条件。

3. 支撑体系趋于完善

信息产业全国领先,“天河一号”超级计算中心和腾讯数据中心、惠普数据中心的开发建设,提高了电子信息技术的计算速度与电子商务平台稳定性,符合大规模电子商务平台发展趋势,有力支撑滨海新区电子商务产业链发展。物流

辐射能力强大,天津港2011年完成货物吞吐量45538万吨,增长9.7%,集装箱吞吐量1159万标准箱,增长14.9%。在航空运输方面,滨海国际机场已与近百个城市开通航空专线。空港、海港等基础设施建设,吸引了一批物流公司落户滨海新区。国内十大快递公司中,中通、韵达北方分公司落户滨海新区空港快递产业园区,EMS、申通、顺丰、圆通也达成落户意向。

4. 发展环境逐步优化

滨海高新技术产业开发区积极创建国家电子商务示范基地,已经集聚了国美电器、京东商城、李宁、亿玛在线、渤海易生、腾邦国际等电子商务产业链相关企业,并着手培育一批电子商务服务企业、应用企业和创业创新平台,在汇聚资本、技术、信息、人力资源等方面成效显著。在“一城双港三片区”的布局指导下与“十大战役”实施推进过程中,各功能区根据战略定位与自身优势,逐步形成了功能明确、优势互补、错位发展的电子商务格局,培育并吸引了滨海新区汽车网、好乐买、易特商城等各具特色的电子商务企业。

与长三角、珠三角等国内领先地位比较,滨海新区电子商务仍然处于起步和追赶阶段,在电子商务平台建设、电子商务应用推广和电子商务专业人才培养三个方面存在一定差距。一是缺乏成熟平台。滨海新区电子商务服务企业数量较少,电子商务网站市场占有率、用户认可程度较低。知名B2B行业电子商务垂直服务平台,是中小企业开展电子商务应用的重要途径,也是滨海新区电子商

务发展短板。二是缺乏广泛用户。大多数中小企业的信息化水平仅停留在文字处理、办公自动化、人事管理、财务管理阶段,互联网应用仅限于建立主页、收发邮件、信息发布、网络广告等功能,尚未充分利用网络资源开展商业活动。三是缺乏专业人才。目前滨海新区电子商务人才多为系统建设、技术支持、安全维护、程序开发等技术实施型人才,缺乏从事企业电子商务战略规划、业务流程管理、组织人事安排、安全控制等企业规划型人才。

二、国内城市电子商务发展的经验举措

目前,北京、上海、广州、深圳、杭州等城市已经建立了相对完善的电子商务发展体系,为电子商务发展创造了良好的环境,信用、支付、物流体系趋于规范化、标准化。滨海新区电子商务发展,可以借鉴这些城市成熟经验,以此作为进一步探索的实践依据。

1. 建立健全推动电子商务发展的政策体系

国内很多城市都建立了促进电子商务发展的政策体系,为本地电子商务发展提供良好的政策环境。上海市在2003年出台的《上海市旅游管理条例》中,就将发展旅游业电子商务单独列为一条,支持建立旅游业电子商务平台,2009年3月上海市正式开始实施全国首部地方性电子商务法规《上海市促进电子商务发展规定》。2011年,上海市发布了《上海市鼓励电子商务发展若干指导意见》和《上海市电子商务“十二五”发展规划》,



初步形成规范电子商务各个环节发展的架构体系。杭州市在《十大产业发展总体规划(2011-2015年)》中,将电子商务产业列在首位,从发展目标、发展重点、发展举措三方面引导电子商务发展,凸显电子商务在城市发展中的重要地位。

2.支持先进电子信息技术与电子商务的融合应用

根据自身电子信息技术科技实力和重点领域,重视先进技术与电子商务融合创新,支持前沿信息技术在电子商务领域应用。杭州市从2009年开始努力完善信息网络设施建设,建立了西湖云计算公共服务平台、阿里云计算电子商务云开放平台等公共服务云计算平台,加快了电商企业处理产品上架、消费者咨询、订单生成、物流配送等海量信息的处理速度;广州市以2300万3G移动用户数量和年增长1000万左右用户的增长速度为支撑,积极推进移动通信与计算机、互联网等技术相互结合,大力支持建设移动电子商务服务平台;北京市加快无线宽带网络建设和应用,积极推动三网融合、移动互联网、云计算、物联网等先进技术应用,开拓移动电子商务、物联网应用等新兴电子商务领域,为电商企业提供了可靠的物流体系和先进的视觉展示技术,既更新了仓储配送管理理念,又能够将商品立体化呈现给客户。

3.发展电子支付平台

将建设电子支付平台作为电子商务发展的基础支撑,积极鼓励第三方支付平台发展。杭州以安全性、高效性、兼容性为重点,逐步搭建电子支付体系,鼓励第三方支付平台创新支付产品和服务种类,做大做强非金融支付服务市场,以满足电子商务活动资金结算的基本需求,建成了我国最大的第三方电子支付平台——支付宝;北京则鼓励支付企业不断丰富和完善电子支付产品,提升安全管理水平,形成了包含网银在线、云网支



付@网、拉卡拉在内的服务全国的电子支付品牌体系,保障了京东商城、卓越亚马逊、当当网、凡客诚品等电商企业的资金安全;上海市支持第三方支付平台规范化发展,鼓励商业银行与成熟的第三方支付平台及第三方安全认证服务平台合作,逐渐形成了快钱、汇付天下、贝宝、环讯等特色支付平台,缩短了电子商务业务的资金链,提高了电商企业的收款效率。

4.充分发挥物流优势

在物流体系建设方面,各个枢纽城市依托地理位置优越、交通基础设施完善等优势,重点打造区域物流集散中心,建立区域物流配送系统,提高物流辐射能力。上海市依托国际航运中心建设,打造长三角地区物流集散中心,吸引国内外物流企业研发总部和销售总部落户,大力推进以“重点物流园区、区域性配送

中心、末端配送节点”为支撑的三级城市物流体系建设,目前上海已经聚集了申通、圆通、中通、韵达等一批知名快递公司,物流业资源正在整合优化,社会性第三方物流体系初步显现,推动了长三角地区电子商务发展。

5.加强产业园区建设

以产业园区等载体建设为支撑,进一步提升对电子商务企业的服务功能,加快电子商务企业发展步伐。杭州江干区东方电子商务产业园为企业提供产业培育、技术支撑、科技金融、法律保障等服务,促进园区在人才培育、技术提升、行业引导、产业链优化等方面提升。深圳福田国际电子商务产业园为企业提供完善的配套设施服务、免费的光纤上网以及价格优惠的租金,努力推动和完善投资机构和园内企业的资本对接渠道,促进企业间资源流动和交流合作,构建产业生态集群。

三、推进滨海新区电子商务发展的对策研究

滨海新区电子商务发展,一方面需要借鉴电子商务发展成熟地区政策制定、体系建设、扶持对象和扶持力度等经验;另一方面需要结合实际,重点发展区域电子商务优势环节,形成地区优势互补局面,发挥滨海新区电子商务辐射带动作用,促进整个环渤海地区电子商务和经济发展。一是加强组织领导,科学规划电子商务发展。建立统一完善的组织保障体制,制定一整套发展规划、统计体系、考核机制,为滨海新区电子商务发展提供引领。二是加强环境建设,引导电子商务快速发展。研究制定推动滨海新区电子商务发展的产业政策、财政政策,加大对电子商务的投入力度。三是加快发展步伐,构建电子商务支撑体系。整合上游行业优秀资源,重点部署有利于进一步发展电子商务的关键环节,为滨海新区电子商务发展提供完善的支撑体系。

四是采取有力措施,推进企业开展电子商务应用。通过电子商务基础设施建设,减少中小企业网上采购销售费用,降低滨海新区中小企业应用电子商务经济成本,引导企业自发开展电子商务活动。五是加大培养力度,汇聚人才智力资源。依托现有人才培养引进机制,加大对优秀电子商务人才和重大成果的奖励力度。通过开展行业领军人物峰会、行业讲座等活动,创建人才交流与人才汇聚平台。六是加大宣传力度,提高群众对电子商务的认识。充分利用媒体、会展等社会资源,加大对电子商务的宣传力度。

参考文献:

- [1] 蔡燕聪.我国电子商务发展现状、问题与对策研究[J].中国商贸,2012,(2):122-123.
- [2] 虎治勤.新时期我国电子商务发展的态势研究[J].中国商贸,2012,(1):123-124.
- [3] 廖媛媛.21世纪电子商务发展趋势探析[J].中国市场,2011,(23):124-126.
- [4] 宋宪萍,范晓志.国际电子商务最新演进趋向与中国电子商务的发展对策[J].经济纵横,2006,(5):10-12.
- [5] 张隆高,张农.德鲁克论电子商务[J].南开管理评论,2003,(5):4-6.
- [6] 张仙锋.国际电子商务研究进程、主题和趋势:基于五大模型的探讨[J].中国流通经济,2004,(12):22-25.

作者简介:赵滨元(1985-),男,黑龙江哈尔滨人,经济学博士,经济师,从事产业经济研究;诸葛再旺(1981-),男,天津人,法学学士,经济师,从事产业经济研究。

(天津市信息中心)

(责任编辑:王兰爽)



网络营销是以国际互联网络为平台,利用网络交互技术和数字化信息,实现营销目标的营销方式。酒店网络营销是酒店依托网络技术和信息,在追求利润最大化的前提下,满足顾客需求的营销过程。互联网已经普及全球,网民人数激增,网购已经成为时尚,越来越多的人(不仅限于年轻人、收入水平高的人、受教育程度高的人)已经熟练掌握网络工具,这为酒店网络营销提供了巨大的潜在顾客对象。酒店利用网络技术开展营销活动,不仅可以减少大量的人力、物力、财力,而且可以直接与客人交流,迅速交易,还能及时收集顾客的网络评价,调整自己的产品和销售方式。因此,酒店网络营销的开展具有极大的市场开拓价值。本文以三亚爱琴海岸康年套房度假酒店的网络营销为例,分析酒店网络营销的现状、不足及对策。

一、我国酒店业网络营销现状

我国酒店业网络营销发展势头迅猛,大有超过线下传统营销(电话预定、旅行社预定等)的势头。

根据2008—2010年中国酒店的业务统计数据,2008年间,四、五星级酒店中“顾客直接预订”占48.3%,通过“旅行社预订”占18.2%,两项相加高达66.5%;而通过网络订房(包括通过酒店自有订房系统、独立订房系统、第三方

中介网站订房和酒店网站)仅占到33.5%。此后,网络预订显著增长,由2008年的33.5%,增长到2009年的40%和2010年的48%。(引文出处:李妍《我国酒店网络营销现状及策略研究——以义乌酒店为例》)



图1 2008—2010中国酒店业务统计

二、三亚爱琴海岸康年套房度假酒店的网络营销现状

(一)酒店概况

三亚爱琴海岸康年套房度假酒店(以下简称“爱琴海岸酒店”)是由伟业资产管理公司在三亚亚龙湾投资建造的一家五星级酒店,2008年开业,占地面积28亩,地处国家旅游度假区亚龙湾一线海滩,周边设施齐全,交通方便。亚龙湾附近虽有金棕榈、天鸿、天域、红树林、凯莱、喜来登、万豪、希尔顿等众多

酒店网络营销现状及对策研究

●董广智

——以三亚爱琴海岸康年套房度假酒店为例

滨海新区电子商务发展对策研究

作者: [赵滨元, 诸葛再旺](#)
作者单位: [天津市信息中心](#)
刊名: [中外企业家](#)
英文刊名: [Chinese and Foreign Entrepreneurs](#)
年, 卷(期): 2014(4)

本文链接: http://d.g.wanfangdata.com.cn/Periodical_zwqyj201404018.aspx