

成都市电子商务发展报告 2017

成都市商务委员会
成都市服务业研究院 编

中国商务出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

成都市电子商务发展报告. 2017 / 成都市商务委员会, 成都市服务业研究院编. —北京: 中国商务出版社, 2018. 6

ISBN 978-7-5103-2427-7

I. ①成… II. ①成… ②成… III. ①电子商务-研究报告-成都-2017 IV. ①F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 123174 号

成都市电子商务发展报告 2017

CHENGDU SHI DIANZI SHANGWU FAZHAN BAOGAO 2017

成都市商务委员会
成都市服务业研究院 编

出 版: 中国商务出版社

地 址: 北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号 邮 编: 100710

责任部门: 数字出版事业部 (010-64283818)

责任编辑: 杨 晨

总 发 行: 数字出版事业部 (010-64248236)

网 址: <http://www.cctpress.com>

邮 箱: szcb2016cctp@163.com

排 版: 北京宝蕾元科技发展有限公司

印 刷:

开 本: 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张: 13.25 字 数: 252 千字

版 次: 2018 年 6 月第 1 版 印 次: 2018 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5103-2427-7

定 价: 60.00 元

凡所购本版图书有印装质量问题, 请与本社综合业务部联系。(电话: 010-64212247)



版权所有 盗版必究 (盗版侵权举报可发邮件到本社邮箱: cctp@cctpress.com)

《成都市电子商务发展报告 2017》合作单位

编写单位：成都市商务委员会 成都市服务业研究院

支持单位：高新区经贸发展局 天府新区直管区经济发展局

锦江区商务局 青羊区商务局 金牛区商务局

武侯区商务局 成华区商务局 龙泉驿区商务局

青白江区商务局 新都区商务局 温江区商务局

双流区商务局 郫都区商务局 简阳市商务局

都江堰市商务局 彭州市商务局 邛崃市商务局

崇州市商务局 金堂县商务局 新津县商务局

大邑县商务局 蒲江县商务局 成都市电子商务企业协会

成都市电子商务协会

序 言

党的十九大报告提出，贯彻新发展理念，建设现代化经济体系。习近平总书记来四川省视察并发表重要讲话，明确提出要着力推动经济高质量发展。省委书记彭清华来成都市调研时强调，积极培育新经济新产业新业态。成都市市委第十三届二次全会提出加快发展新经济培育新动能，对新经济发展提出了更新更高的要求。为此，加快构建电子商务产业生态圈，提升电子商务产业集聚效应、共生效应和协同效应，增强电子商务产业在新经济发展中的支撑力和竞争力，是我们面临的紧迫任务。成都市高度重视电子商务发展，电子商务已融入文化、旅游、金融、医疗、生活服务等众多领域，大力发展电子商务对于提升产业能级，优化产业结构，显著增强城市竞争力，推进城市经济高质量发展，增强“五中心一枢纽”核心功能，加快建设全面体现新发展理念的成都具有重要意义。

2017年是全面实施《成都市电子商务发展“十三五”规划》的关键年，是电子商务的高质量发展期，也是成都市建设国家电子商务示范城市的提速期。2017年，成都市电子商务继续保持快速发展态势，据四川省电子商务大数据中心数据显示，2017年，成都市电子商务交易额实现14545.58亿元，同比增长37.09%，其中网络零售额实现2376.16亿元，同比增长38.20%。成都市电子商务在强化顶层设计，编制了《成都市电子商务发展“十三五”规划》等，积极开展电子商务产业生态圈研究，推动电子商务创新，拓展电子商务行业应用深度和广度，促进电子商务企业“走出去”，优化电子商务发展环境，实现电子商务发展再上新台阶。2018年，成都市电子商务将继续大力推进电子商务深度应用、流量经济快速发展、改善电商产业生态环境、着力重大项目外引内培、促进区域开展合作共享，实现电子商务新发展和新跨越。

内容简介

本书是成都市商务委员会组织编写的反映成都市电子商务发展状况的综合性报告。报告从成都市电子商务发展总体概况、成都市电子商务发展主要工作举措、2018 年成都市发展电子商务工作计划、成都市电子商务发展趋势等方面来反映成都市电子商务的发展现状以及未来发展重点，并对成都市电子商务产业生态圈、电子商务集聚区、电子商务示范创建工作、跨境电子商务以及农村电子商务等五大板块进行了专题研究，同时对成都市 2017 年举办的电子商务重大会议、活动进行了整理。本书附录提供了 2017 年成都市电子商务重要事件、成都市创新型电子商务企业简介名单、成都市电子商务行业协会简介以及 2017 年成都市电子商务数据分析年报，供读者参考。读者可以通过本书了解到成都市电子商务的发展水平、发展特点和发展趋势，也可以了解到成都市电子商务发展的基本思路、重点和措施。

本报告分为四大部分：第一部分为综合篇，包括成都市电子商务发展总体概况、工作举措、工作计划及发展趋势；第二部分为专题篇，包括电子商务产业生态圈研究、电子商务集聚区建设专题报告、电子商务示范创建专题报告、跨境电子商务发展专题报告、农村电子商务发展专题报告；第三部分为区县篇，包括成都市 22 个区（市）县电子商务发展报告。第四部分为活动篇，包括中国（成都）移动电子商务年会、中国（成都）跨境电商出口峰会、第五届中药材基地共建共享交流大会暨 2017 国际中药健康产业（成都）博览会、成都市电子商务培训活动以及 2017 年成都市电子商务协会沙龙活动。

目 录

第一篇 综合篇

- 一、成都市电子商务发展总体概况 / 3
 - (一) 电子商务产业规模持续壮大/3
 - (二) 跨境电子商务口岸服务能力不断优化/6
 - (三) 农村电子商务服务体系日趋完善/7
 - (四) 创新驱动效应不断增强/7
- 二、2017 年成都市电子商务发展主要工作举措 / 9
 - (一) 强化电子商务顶层设计/9
 - (二) 推动电子商务创新发展/10
 - (三) 拓展电子商务行业应用深度和广度/11
 - (四) 促进电子商务企业“走出去” /11
 - (五) 优化电子商务发展环境/12
- 三、2018 年成都市发展电子商务工作计划 / 13
 - (一) 推进流量经济加快发展/13
 - (二) 推进电子商务深度应用/13
 - (三) 推进产业生态显著改善/15
 - (四) 推进重大项目外招内培/15
 - (五) 推进区域开展共享合作/16
- 四、成都市电子商务发展趋势 / 17
 - (一) 电子商务智能化发展/17
 - (二) 电子商务全球化发展/19
 - (三) 电子商务品质化发展/19
 - (四) 电子商务聚焦产业链/20

(五) 电子商务服务标准化/20

(六) 电子商务行业法治化/21

第二篇 专题篇

一、电子商务产业生态圈研究 / 25

(一) 成都市电子商务产业生态圈发展现状/25

(二) 成都市电子商务产业生态圈经验借鉴/30

(三) 成都市电子商务产业生态圈建设路径/31

(四) 成都市电子商务产业生态圈投资促进方案/31

二、电子商务集聚区建设专题报告 / 36

(一) 武侯新城电子商务集聚区/36

(二) 简阳·西部电子商务集聚发展区/38

(四) 聚焦跨境电子商务业务，促进跨境电子商务发展/40

(五) 聚焦功能配套，提升产业配套能级/40

(六) 聚焦可及共享，强化资源要素支撑/40

三、电子商务示范创建专题报告 / 41

(一) 国家级电子商务进农村综合示范县/41

(二) 国家级电子商务示范企业/43

(三) 成都市省级电子商务示范企业/44

(四) 成都市电子商务示范平台企业/44

四、跨境电子商务发展专题报告 / 51

(一) 成都市跨境电子商务发展现状/51

(二) 成都市跨境电子商务发展特点/51

(三) 成都市跨境电子商务存在问题/52

(四) 成都市跨境电子商务发展趋势/53

五、农村电子商务发展专题报告 / 55

(一) 成都市农村电子商务发展现状/55

(二) 成都市农村电子商务发展特点/55

(三) 成都市农村电子商务存在问题/58

(四) 成都市农村电子商务发展趋势/58

第三篇 区县篇

- 一、高新区电子商务发展概况 / 63
 - (一) 电子商务发展特征/63
 - (二) 存在的问题与困难/64
 - (三) 电子商务发展重点/64
- 二、天府新区电子商务发展概况 / 66
 - (一) 电子商务发展特征/66
 - (二) 电子商务发展重点/66
- 三、锦江区电子商务发展概况 / 68
 - (一) 电子商务发展特征/68
 - (二) 电子商务发展重点/69
- 四、青羊区电子商务发展概况 / 71
 - (一) 电子商务发展特征/71
 - (二) 电子商务发展重点/72
- 五、金牛区电子商务发展概况 / 74
 - (一) 电子商务发展特征/74
 - (二) 电子商务发展重点/74
- 六、武侯区电子商务发展概况 / 76
 - (一) 电子商务发展特征/76
 - (二) 电子商务发展重点/76
- 七、成华区电子商务发展概况 / 78
 - (一) 电子商务发展特征/78
 - (二) 存在的问题和困难/79
 - (三) 电子商务发展重点/80
- 八、龙泉驿区电子商务发展概况 / 81
 - (一) 电子商务发展特征/81
 - (二) 电子商务发展重点/81
- 九、青白江区电子商务发展概况 / 83
 - (一) 电子商务发展特征/83
 - (二) 存在的问题和困难/84

(三) 电子商务发展重点/84	
十、新都区电子商务发展概况 / 86	
(一) 电子商务发展特征/86	
(二) 存在的问题和困难/87	
(三) 电子商务发展重点/87	
十一、温江区电子商务发展概况 / 89	
(一) 电子商务发展特征/89	
(二) 存在的问题和困难/89	
(三) 电子商务发展重点/90	
十二、双流区电子商务发展概况 / 91	
(一) 电子商务发展特征/91	
(二) 存在的问题和困难/92	
(三) 电子商务发展重点/93	
十三、都江堰市电子商务发展概况 / 94	
(一) 电子商务发展特征/94	
(二) 电子商务工作重点/95	
十四、彭州市电子商务发展概况 / 96	
(一) 电子商务发展特征/96	
(二) 电子商务发展重点/98	
十五、邛崃市电子商务发展概况 / 100	
(一) 电子商务发展特征/100	
(二) 电子商务发展重点/101	
十六、崇州市电子商务发展概况 / 102	
(一) 电子商务发展特征/102	
(二) 电子商务发展重点/103	
十七、郫都区电子商务发展概况 / 104	
(一) 电子商务发展特征/104	
(二) 存在的问题和困难/105	
(三) 电子商务发展重点/105	
十八、新津县电子商务发展概况 / 107	
(一) 电子商务发展特征/107	
(二) 电子商务发展重点/107	

十九、金堂县电子商务发展概况 / 109

（一）电子商务发展特征/109

（二）电子商务发展重点/110

二十、大邑县电子商务发展概况 / 112

（一）电子商务发展特征/112

（二）电子商务发展重点/113

二十一、蒲江县电子商务发展概况 / 115

（一）电子商务发展特征/115

（二）存在的问题与困难/116

（三）电子商务发展重点/117

二十二、简阳市电子商务发展概况 / 118

（一）电子商务发展特征/118

（二）电子商务工作重点/120

第四篇 活动篇

一、2017 中国（成都）移动电子商务年会 / 125

（一）移动电子商务年会特点/125

（二）移动电子商务年会成效/125

二、2017 中国（成都）跨境电子商务出口峰会 / 127

（一）电商出口峰会特点/127

（二）专家观点摘录/127

三、第五届中药材基地共建共享交流大会

暨 2017 国际中药健康产业（成都）博览会 / 130

（一）药博会特点/130

（二）药博会成效/131

四、成都市电子商务培训活动 / 132

（一）培训主题丰富/132

（二）讲师构成多元化/132

（三）覆盖区域广泛/132

（四）培训形式多样化/132

五、2017 年成都市电子商务协会沙龙活动 / 135

- (一) 主题沙龙/135
- (二) 政策解读/139
- (三) 资源对接/139
- (四) 考察学习/142
- (五) 人才交流/142
- (六) 调研座谈/143
- (七) 标准建设/144
- (八) 专题论坛/145

附 录

附录一 2017 年成都市电子商务大事记 / 149

附录二 成都市电子商务创新型企业名单 (2017 年) / 170

附录三 成都市电子商务行业协会简介 / 170

一、成都市电子商务企业协会/170

二、成都市跨境电子商务协会/171

三、成都市电子商务协会/171

附录四 2017 年成都市电子商务数据分析年报 / 173

一、四川省电子商务发展概况/173

二、成都市电子商务发展概况/174

三、成都电子商务网商监测/194

四、成都电商综合发展指数/196

五、总结/196

An abstract geometric diagram consisting of several gray squares of varying sizes connected by thin gray lines. The squares are arranged in a non-linear fashion, with some acting as central nodes and others as peripheral points. The lines connect the squares in a way that suggests a network or a flow. The overall composition is minimalist and modern.

第一篇

综合篇



一、成都市电子商务发展总体概况

（一）电子商务产业规模持续壮大

1. 成都电子商务继续保持高速增长态势

从发展速度来看，成都市电子商务交易额从 2014 年起，年增速均保持在 30% 以上。2017 年，成都市电子商务继续保持高速增长态势。据四川省电子商务大数据中心数据显示：2017 年，成都实现网络交易额 19310.23 亿元，同比增长 26.22%；电子商务交易额实现 14545.58 亿元，同比增长 37.09%。其中网络零售额实现 2376.16 亿元，同比增长 38.20%。网络零售中，实物型实现 1475.61 亿元，服务型实现 900.54 亿元，呈现加速增长态势（见图 1-1）。

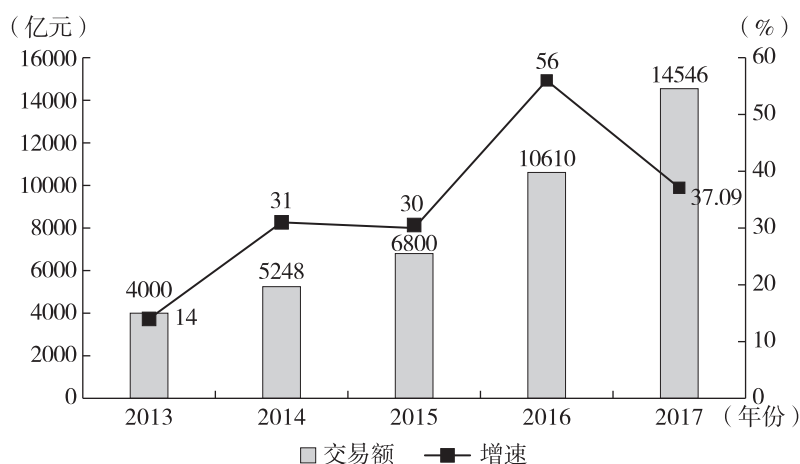


图 1-1 2013 年-2017 年成都市电子商务交易额及增速情况

数据来源：四川省电子商务大数据中心

从实物型网络零售行业结构来看，2017 年，实物型行业网络零售中，3C 数码、服装鞋包、家装装饰网络零售额排名前三，行业占比分别为 23.38%、18.61% 和 16.92%。从行业增速来看，运动户外、汽车配件、食品保健、珠宝配饰、3C 数码等行业保持高速增长。家庭影院、单反相机等数码产品和冰箱、洗衣机、空调等生活大家

电线上销售量持续增高，与手机等产品共同推动 3C 数码行业在实物型中占比达 23.38%。“壹玖壹玖”“盈棚”“徽记”等本土品牌网商销售量突出，带动食品保健在实物型中零售增幅占比较去年提升 2.76 个百分点；品牌运动服饰、运动装备、旅行用品等备受线上消费者青睐，助力运动户外在实物型中零售增幅占比较去年提升 1.52 个百分点（见表 1）。

表 1-1 成都市 2016 年 -2017 年实物型行业网络零售额及其增幅

单位：亿元

实物型行业	2017 年网络零售额	2016 年网络零售额	同比增幅
3C 数码	344.95	216.26	59.51%
服装鞋包	274.54	250.90	9.42%
家装装饰	249.63	226.51	10.21%
食品保健	154.41	85.75	80.07%
家居用品	112.59	71.40	57.69%
运动户外	73.59	38.60	90.65%
美容护理	67.00	58.95	13.66%
母婴用品	38.85	33.60	15.63%
汽车配件	34.07	18.72	82.00%
书籍音像	32.70	23.49	39.21%
珠宝配饰	24.55	13.69	79.33%
玩乐收藏	12.27	9.35	31.23%
其他行业	56.48	65.13	-13.28%

数据来源：四川省电子商务大数据中心

从服务型网络零售行业结构来看，在线旅游、生活服务、休闲娱乐三大行业在服务型中的占比较去年增幅最大。在线旅游行业全年不断创新，延长“吃、住、行、游、购、娱”产业链，助力行业在服务型中占比较去年提升 4.20%，行业优势地位更加稳固；花艺配镜、汽车美容、口腔护理、居家维修等生活服务项目不断拓宽线上渠道，行业在服务型中占比较去年提升 1.08%；传统休闲娱乐商家积极拓展线上渠道并丰富服务内容，真人 CS、密室逃脱、桌游等创新衍生娱乐项目不断涌现，助力行业在服务型占比较去年提升 0.57%；此外，在线餐饮、游戏话费等行业同样有着良好表现，在全省占比较去年分别提升 1.39%、4.96%。

表 1-2 成都市 2017 服务型行业网络零售额及其占比

单位：亿元

服务型行业	2017 年网络零售额	行业占比
在线旅游	298.80	33.18%
在线餐饮	229.86	25.52%
生活服务	111.37	12.37%
游戏话费	111.20	12.35%
休闲娱乐	67.91	7.54%
其他服务	81.41	9.04%

数据来源：四川省电子商务大数据中心

2. 成都市电子商务产业居中西部首位

同四川省内城市比较来看，2017 年，成都网络交易额位居四川省内排名第 1 位，在全省占比超 70%，对四川省电子商务贡献突出；成都作为四川省经贸中心，借助于优越的地理位置，较强的资源集中度以及深厚的产业基础等优势，电子信息、装备制造、食品加工等多产业快速发展，以建材家居、汽车用品、食品、服装为代表的电商批发尤其活跃，线上大宗及 B2B 实现 16934.07 亿元，在网络交易中占比 87.69%，对网络交易贡献依然突出；同时伴随着成都持续创优电商发展环境，加快现代服务业发展、现代物流建设和电商人才培养，实物型与服务型共同发力带动网络零售额快速增长，同比高出网络交易额 11.98%，在网络交易额中占比较去年提升 1.07%，对成都电商发展的贡献不断增强，二者共同支撑带动网络交易发展持续向好，二、三、四季度环比逐步提升，四季度达 29.22%。

同国内部分重点城市比较来看，2017 年，成都全年网络交易额实现 19310.23 亿元，在中东部 11 大城市中排名第 4 位，仅次于上海、北京、广州，稳居中西部城市首位（见图 1-2）；北上广作为全国经济版图上三个超大规模经济带（以北京为核心的环渤海经济带，以上海为龙头的长江三角洲，以广州为首府的珠江三角洲）中的核心城市，吸引了全国大部分资本和人才，对全国电商发展有着突出贡献，在全国网络交易额中占比合计达 18.54%，同时成都作为中国西南地区科技、商贸、金融中心和交通、通讯枢纽，拥有雄厚的工业基础和发达的信息及服务业，并在此基础上，持续推动互联网与经济社会各领域深度融合，构建“互联网+”产业新生态。电商产业经济蓬勃发展，对全国电商贡献同样不俗，网络交易额在全国占比 4.98%，并且成都作为丝绸之路南起点城市，“一带一路”倡议的深入实施持续助推成都跨境电商发展，未来成都网络交易额增长潜力十足（见图 1-3）。

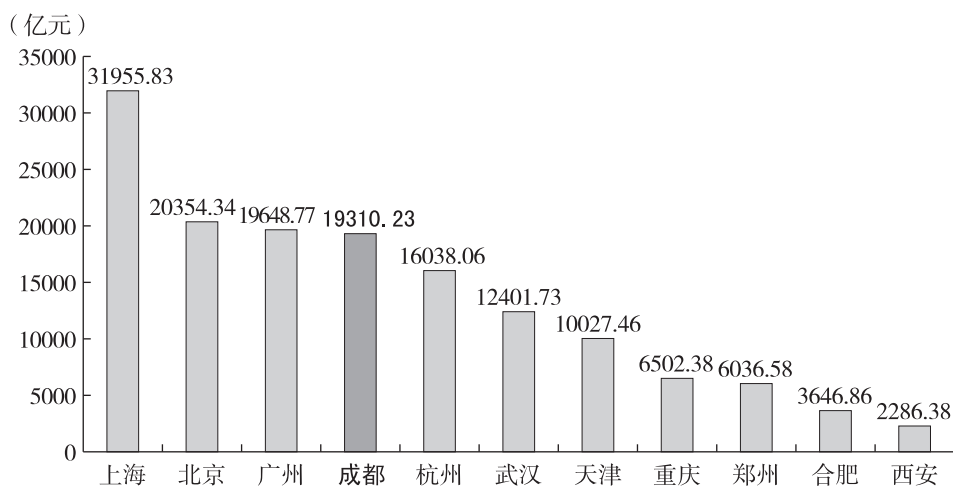


图 1-2 2017 年部分重点城市网络零售额分布

数据来源：四川省电子商务大数据中心

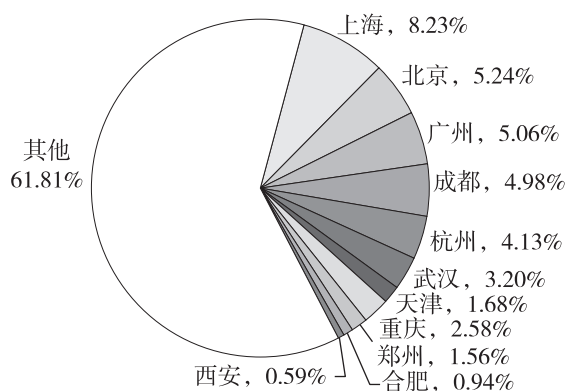


图 1-3 2017 年部分重点城市网络零售额全国占比

数据来源：四川省电子商务大数据中心

3. 成都电子商务发展速度高于全国水平

从全国层面来看，成都市电子商务产业发展仍处于快速发展阶段且增速高于全国平均水平，在全国逐渐显现出领先发展的优势。2017 年成都网络零售额同比增长 38.20%，高出全国（32.2%）6 个百分点；其中，成都网络商品零售额同比增长 32.65%，高出全国（28.0%）4.65 个百分点。

（二）跨境电子商务口岸服务能力不断优化

目前，成都市跨境电商产业园区达到 6 个，已建成保税物流仓 26 万平方米，其中：双流综保区 10 万平方米、双流空港保税物流中心 5 万平方米、青白江保税物流中心 6 万平方米，高新保税物流中心 5 万平方米。共聚集跨境电商企业 300 余户，O2O 体验

店及进口商品展示中心 6 万平方米。已开展跨境电商实绩企业达到数百家，跨境电子商务交易规模从 2015 年的 8.5 亿元快速增至 2016 年的 23 亿元，增幅达 270.6%，2017 年将突破 50 亿元，增长 120% 以上。继 2015 年 9 月开通个人进境物品业务以来，成都口岸已能开展全品类跨境电商业务。

（三）农村电子商务服务体系日趋完善

以示范建设为抓手，建立县级服务中心、镇级服务站点、村服务站点的三级农业农村电商服务体系，深入开展农村电商叠加服务建设。构建互动创新发展机制，促进农业产业化、标准化、品牌化、高端化，完善产业配套体系打造了“互联网+特色农产品”模式、“互联网+农村消费市场”模式、“互联网+物流配送”流通模式。积极探索将农产品出口与电商有机结合，不断拓展成都农产品的海外市场影响力。五是带动市（州）产业共同发展。通过系列农产品电子商务品牌营销活动，整合线上线下资源，打造出了一批具有高辨识度和丰富文化内涵的区域品牌，提升品牌影响力。2017 年在彭州市丹青山镇、大邑县安仁镇等 11 个示范镇开展农产品电子商务示范镇项目建设，同时提供农民创业、购物、便民生活和金融服务等综合叠加服务功能。

（四）创新驱动效应不断增强

2017 年，“双创指数”城市名单中，北京、上海、深圳、成都和广州位列前五。成都的双创指数为 85.26，最高的北京为 127.44。从 2017 年城市双创指数看，呈现三阶梯队形，成都在政策支持、资金储备和投入居第四位。在全国 17 个城市中，成都的双创能力和双创环境指数排名仅次于北京，位居第二。这表明成都在高级人才资源具有较为丰富的储备，同时政府在双创人力、财力投入力度较大。在“双创环境”方面，成都仅次于北京，高于上海、深圳、广东等一线城市，政策环境居首位（见图 1-4）。

2017 年，在新经济总量指数城市排名中，成都位列第 4。其中，2017 年全年成都新经济总量指数保持在 4-7 位之间。新经济指数排名反映的是成都坚持创业首投与多层次资本市场相结合，深化科技金融，达到“科技+金融”双融合的成功实践（见图 1-5）。

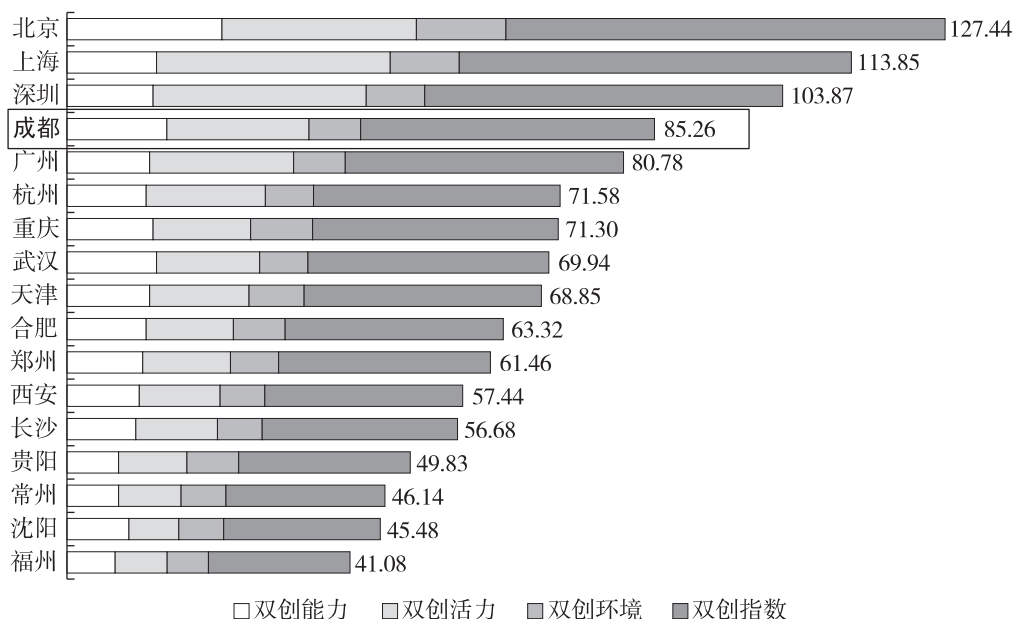


图 1-4 2017 年城市双创指数

数据来源：2017 年“创业天府 菁蓉年汇”

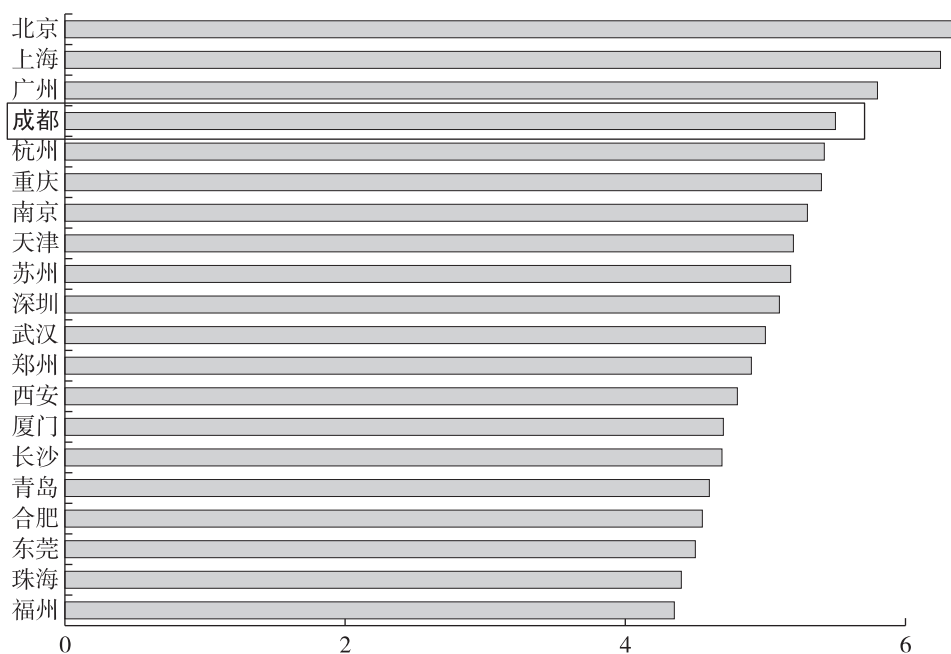


图 1-5 新经济总量指数城市排名前 20

数据来源：2017 年“创业天府 菁蓉年汇”

二、2017 年成都市电子商务发展主要工作举措

（一）强化电子商务顶层设计

1. 编制《成都市电子商务发展“十三五”规划》

为巩固扩大“十二五”期间发展成果，贯彻落实国家和省及《成都市国民经济和社会发展的第十三个五年规划纲要》《成都市服务业发展 2025 规划》《成都市服务业发展“十三五”规划》《成都市“互联网+”2015—2017 年三年行动计划》《成都市人民政府办公厅关于建设国家电子商务示范城市的实施意见》等文件精神，科学谋划“十三五”时期发展战略目标、主要任务举措，形成成都经济社会发展的重要抓手，按照市政府的统一安排部署，编制颁布了《成都市电子商务发展“十三五”规划》。

2. 制定《成都市电子商务 2017 年度工作计划》

根据国家、四川省、成都市电子商务发展“十三五”规划以及四川省 2017 年全省电子商务工作要点的部署要求，编制了 2017 年度电子商务工作计划，以市服领办名义发布了《成都市电子商务 2017 年度工作计划》，对全市全年电子商务发展思路和目标任务进行了梳理和部署。

3. 积极开展电子商务生态圈建设研究

为进一步摸清成都市电子商务产业的发展现状，切实提高全市电子商务产业生态的规划布局、政策配套、要素保障等方面精准施策，为制定下一步政策调控措施提供决策依据，形成《成都市电子商务产业生态圈建设研究》研究报告，为成都市电子商务产业生态圈培育提出意见，绘制成都市电子商务产业生态圈图谱。

4. 围绕“十字方针”开展战略研究

根据成都国家中心城市产业发展大会提出实施东进、南拓、西控、北改、中优的“十字方针”战略部署，明确电子商务发展方向和重点，形成各具特色、功能互补的合理布局和发展格局。“东进”以龙泉驿区为重点，大力发展制造业电子商务，以简阳市、金堂县为重点，大力发展农业农村电子商务、物流电子商务；“南拓”以高新区、天府新区为重点，深化电子商务创新创业，孵化培育一批创业型和创新型电子商务企业，壮大创新市场主体；“西控”大力发展电子商务平台企业、总部企业，培育一批本

土行业龙头企业，形成总部经济内生动力；“北改”以推动电子商务与传统产业深度协同为重点，推进传统产业转型升级；“中优”以推进商贸流通业电子商务发展为重点，构建线上线下一体化新型流通市场体系。

5. 促进平台企业加快发展

通过召开平台企业座谈会，收集 50 余家代表性平台企业在资金、融资、人才、办公用房、数据开放、国际市场开拓、物流基础设施等方面的政策诉求；充分吸取其他已出台相关政策城市发展经验，前往苏州市、上海市等地实地考察平台企业发展工作，了解其在支持平台企业发展的政策措施的基本考量；广泛征求各相关市级部门和中心城区商务主管部门负责同志和相关专家的意见建议，在此基础上形成了《关于培育平台企业的实施意见》，并积极推动意见出台。

6. 深入开展流量经济研究

为贯彻落实成都市新经济发展大会精神，加快培育平台企业、推进流量经济发展，组织召开“成都流量经济的现状及对策意见”座谈会。1919 酒类直供、华西集采、泉源堂、积微物联等部分电子商务企业、相关行业协会、研究机构和西南财大、四川大学等高校专家 30 余人参加本次座谈会，对流量经济进行总体谋划，加快建设流量经济发展高地，并着力推动制定“促进流量经济发展实施方案”。

（二）推动电子商务创新发展

1. 创新型企业示范评价活动带动整体提升

在全市持续深入开展电子商务创新创业示范评价活动，引导企业在技术、产品、服务、管理、运营、营销等方面创新发展，树立崇尚创新、支持创新的社会氛围，2017 年新评定了 33 家创新型电子商务企业。截至 2017 年底，累计评定出包括零售、支付、地产、家装、旅游、法律、票务、教育和洗衣等领域“互联网+”新模式电子商务创新型企业 306 家。

2. 编写《成都市电子商务创新创业案例汇编》促进资源汇集

在编写第一期案例汇编的基础上，经过前期工作调研，在 306 家企业中进行筛选，优选了 100 家企业完成《成都市电子商务创新创业案例选编》编写工作，向市级职能部门、区（市）县、企业、风险投资机构等积极推介成都电子商务企业创新模式、创业团队，引导各行各业开展电子商务创新，推动各级政府和行业组织发现挖掘创新，吸引风险投资机构关注成都企业创新，促进创新资本和创新项目向成都聚集。

3. 搭建电子商务监测系统实现行业研判

开展成都市电子商务数据采集监测工作，动态监测行业交易数据及电商企业发展状况。行业交易数据监测中，委托第三方专业机构，分别以月报、季报、年报的形式

按时报送电子商务交易数据，及时掌握电子商务交易情况，全面梳理电子商务发展情况。电子商务企业发展监测中，组织指导成都市电子商务企业协会搭建电子商务统计库，建立电子商务企业定期填报数据制度，动态监测电商企业交易数据，成都市电子商务企业入库企业达 237 家，每月重点报送 20 家平台企业交易数据。

（三）拓展电子商务行业应用深度和广度

充分发挥电子商务平台优势，建立全方位的网络销售体系。通过组织本地商家和店铺在各类网络平台上开展新春欢乐购“超级网上年货节”活动，大力吸引消费者参与，实现销售额再上新台阶。结合农产品和地方特色产品特点，逐步建立农特产品网上促销和团购体系。组织部分成都本地优质电商品牌、以销售成都本地优质产品及服务为特色，参加“春熙路”成都新字号优惠共享活动。组织淘宝成都馆、京东成都馆、尚作有机、1919、快健康、哈哈农庄、田岭涧、中药材天地网、优品云商、源本生鲜等企业参加“成都造 北京行”活动。结合产业集群和专业批发市场，建立工业品网上批发和分销体系。开展电子商务进青羊区园区、郫都区园区、简阳市园区等，积极推动“春熙汇”等移动智慧商圈和宽窄巷子等移动智慧街区建设。结合品牌商品培育，建立品牌商品网络零售体系。便利电子商务市场准入，完善网络商品交易监管机制，逐步构建集监管、服务、维权为一体的市场服务体系，形成行业自律、社会监督和行政监管相结合的开放式网络监管模式。

（四）促进电子商务企业“走出去”

1. 组织企业参加国内重点展会活动

多次组织数家本土知名电商平台企业参加“2017 中国（四川）电子商务发展峰会”“2017 中国（杭州）国际电子商务博览会”，进一步促进电子商务和实体经济深度合作，提高了参展参会企业的品牌知名度。

2. 组织企业赴台湾地区进行交流合作

联合成都市电子商务企业协会组织成都英黎科技有限公司、成都悠途信息技术有限公司、四川华聚文化传播有限公司等 5 家企业相关负责人赴台开展电子商务考察及商务洽谈活动，了解到台湾地区电子商务产业现状以及与中国大陆的区别，学习了台湾在“积分制”运营模式、产业园区建设、网络基础设施建设方面的特色电子商务经验，并结合成都市特色，融入成都市电子商务发展计划中。

3. 组织企业赴欧洲进行交流合作

会同市电子商务企业协会组织成都市部分电子商务企业一行赴捷克、波兰、俄罗斯等国开展电子商务洽谈及项目对接活动，拜访了当地政府部门、商协会以及相关企

业 20 余家并在罗兹举办了企业项目洽谈会。其中极米科技、品胜千机网与捷克最大的 3C 产品电商网站 Alza.cz、阿么女鞋与波兰的皮鞋生产及销售商 Kovta 纷纷达成合作意向，阿么女鞋、极米科技、品胜千机网与罗斯俄速通公司就海外仓、物流等业务达成初步协议。

（五）优化电子商务发展环境

1. 完善公共服务平台功能建设

开展电子商务综合服务平台申报评定工作，支持电子商务行业组织搭建成都电子商务公共服务平台，培育了久广公共服务平台、三尺电子商务公共服务平台 2 个电子商务综合服务平台，服务企业达 300 余家，满足电子商务企业在经营过程中的多元化需求，促进电子商务创新发展，培育电子商务产业生态。

2. 提升电商沙龙和培训作品品质

加强对电子商务企业的培训引导，搭建企业与企业之间、企业与政府之间面对面沟通交流的平台，并根据企业发展的实际需求举办各类主题活动，全年完成电子商务沙龙 41 场、培训 12 场，涵盖投融资、传统企业转型、法律服务、技术、人才交流、物流仓储、政策宣讲、县域电商、跨境电商、社区电商等方面，参加活动企业人员 2500 人次。

3. 创新举办“2017 中国（成都）移动电子商务年会”

举办“2017 中国（成都）移动电子商务年会”，年会以“移动电商、内容为王”为主题，聚焦“成都产业发展新政 50 条”，探索了电商发展趋势，引起了国内主流媒体和新兴媒体广泛关注，年会稿件发布 200 余篇，转载 2 万余次，总曝光量 800 多万次。年会搭建了沟通桥梁和渠道，上海新榜公司在成都市高新区注册成立了成都见识信息科技有限公司，掘金资本互联网餐饮、中韩营销协会中韩门 F2B 展示交易中心等一批创新项目通过充分对接将落户成都。

4. 支持举办“2017 国际中药健康产业（成都）博览会”

积极协调市经信委、市博览局、市卫计委、市药监局等部门，支持成都市电子商务国家示范企业中药材天地网主办“2017 国际中药健康产业（成都）博览会”。本届药博会是全国中药材行业迄今为止规模最大、规格最高的专业行业盛会，线下参会人员达到 4000 余人，网络观众突破了 15.1 万人次，转载传播超过 20 万次。药博会围绕“资源互通 全球共享”为主题，聚焦中药材基地建设，促进了企业商贸合作，最终签约意向交易订单额 10 亿元以上。

三、2018 年成都市发展电子商务工作计划

以建设国家电子商务示范城市为主线，围绕打造国际化水平较高的电子商务中心城市，推动平台企业创新发展、集聚发展，促进流量经济发展高地加快建设，构建比较优势突出的电子商务产业生态圈。全年力争实现电子商务交易规模突破 1.7 万亿元，网络零售额同比增长 20%，中小企业电子商务应用普及率超过 85%。

（一）推进流量经济加快发展

1. 深化战略布局

制定出台流量经济发展实施意见，发挥平台企业作为各种流量要素输入输出接口的载体作用，加快出台促进平台企业发展的支持政策。

2. 建立联动机制

建立流量经济发展联席会议制度，加强部门、区（市）县协调合作，及时研究解决流量经济发展和企业生产经营中的有关问题。

3. 建立统计制度

建立企业信息数据库，探索适合流量经济发展的统计方法，构建流量经济统计体系、运行监测机制和统计信息共享制度，整合各类信息资源，强化对流量经济的统计监测和运行分析。

4. 推进示范创建

开展评审认定工作，培育壮大平台企业，出台示范平台企业认定管理办法，评审认定 50 家示范平台企业，孵化 30 家创新型电子商务企业。建立平台企业库、创新型电子商务企业库。争创国家、省电子商务示范基地、示范企业。

（二）推进电子商务深度应用

1. 大力发展新零售

围绕国际消费中心城市建设，制定推动实体零售创新转型工作方案，促进零售企业经营模式、服务方式和组织形式创新，发展体验消费、订制消费，促进消费升级。推动商品生产、流通与销售过程的升级改造，积极探索线上服务、线下体验以及现代

物流深度融合的新零售模式。

2. 促进制造业提档升级

开展制造业与互联网融合平台建设、智能制造推广行动、传统生产模式转型升级行动，推进制造业网络个性化定制、柔性生产，鼓励食品饮料、纺织品等本土优势行业开展“与电商深度融合”试点工作，培育行业平台。

3. 创新食品药品监管方式

保证中药材溯源体系稳定运行，进一步探索“互联网+道地药材”电商服务基地建设。推动中医药健康产业互联网交易平台建设。深化“互联网+溯源”的成都模式，推动食品安全溯源工作提质扩面创新。在全市70%以上的医院、学校、中型以上餐饮企业等团体消费单位实施食品信息化溯源。

4. 大力推动智慧旅游发展

整合、打通涉旅部门政务数据，建立旅游企业工商信用数据交换中心，接通省、市政务服务平台和大数据平台，做好可视化平台系统建设及软件开发工作，为相关政务数据、商务数据和行业数据的导入、分析、呈现做好平台支撑。加快全域旅游示范区创建工作，建设旅游大数据中心，实现与区（市）县两级旅游数据“互享互通”。持续开展成都智慧旅游示范评定工作，鼓励景区、饭店、旅行社等涉旅企业加快旅游信息化工作进程。

5. 创新发展互联网金融

积极推动新网银行立足成都、面向西部拓展推广“创客贷”产品，利用互联网与科创融合优势，做大客户规模。加强“农贷通”平台与市大数据办对接，推动数据的归集与共享，探索建立涉农信用信息数据库，将“农贷通”平台打造为可持续可复制的全国标杆和示范模式。

6. 推动文创产业持续发展

支持“文化+互联网”和“互联网+文化”等平台项目建设，扶持基于互联网的新型文化服务业态发展，促进文化创意领域产品交易推广。依托中国成都国际非物质文化遗产节、成都创意设计周等重要文化品牌活动，搭建新型文化服务项目展示和宣传推广平台，促进交流合作。

7. 促进农村电商加快发展

深化蒲江、简阳国家级电子商务进农村综合示范县建设。建设211个社区生鲜农产品电商配送示范点位，基本解决城市居民的“最后一公里”问题。新建10个特色农产品电子商务示范镇和3个农产品电子商务孵化园。构建“市级公用品牌+县级区域品牌+企业自主品牌”的品牌体系，专项支持各区（市）县开展电子商务区域品牌营销工作。完善乡村物流体系，引进培育农村物流主体，加快完善农村仓储基础设施，

提高农产品流通效率。

（三）推进产业生态显著改善

1. 提升信息服务能级

抓好全市骨干网、商务楼宇有线光纤建设，4G 基站盲点优化提升建设，园区通信基础服务能级提升等基础设施建设。支持通信运营企业实施千兆小区改造和网速提升等工作，大力推进工业园区、商业楼宇通信盲点治理和 4G 网络优化。

2. 促进专业服务体系

畅通人才、资本、资源等供给通道，搭建人才交流、投融资对接、信息资源交互和行业公共服务平台。开展校企合作培养人才，积极引进国内外高端电商人才及团队，加大电子商务人才引进力度，积极提供人才入户、安家补贴、财政奖励等政策支持。

3. 加强电商品牌营销推广

创新举办“第八届中国（成都）移动电子商务年会”，开展电子商务全网宣传。加强与国标委合作，推动中药材天地网标准上升为国家标准，引导电子商务企业、协会开展标准化建设。开展电子商务行业培训 10 场、电商沙龙 20 场。

4. 加快产业园区建设

加快电子商务产业园区和电子商务公共服务平台建设。支持武侯新城电子商务集聚区、简阳西部电子商务集聚发展区等产业集聚区完善配套，打造电商平台企业集聚区以及电商产业生态孵化基地。培育 5 个电子商务公共服务平台，指导支持 22 个电子商务产业园区提升服务电商水平。引导服务机构开展服务产品化、线上化，促进高新技术服务成为电子商务新业态。

5. 加强企业信用监管

重视使用大数据、人工智能等技术，构建电子商务领域信用体系、代码规则，在个体、企业之间新建、重构社会信用关系，使协同治理更加高效、精准。支持有资质的征信机构开发和应用信用产品，构建政府和社会互动的信息采集、共享和应用机制。加快建立信用承诺、信息公示为特点的新型监管机制，探索成立跨地区“反炒信”联盟合作机制，制定失信黑名单及管理办法并向社会公布。

（四）推进重大项目外招内培

1. 加大项目引进

建立电商招商合作机制，瞄准成长型平台企业总部和规模型平台企业、成长型平台企业功能中心开展精准招商，壮大电子商务平台企业发展队伍，增强电子商务平台

企业发展实力。

2. 加强企业培育

实施企业培育计划，力争在中药材、家居建材、研发设计及酒类流通等领域培育壮大一批具有成都特色和竞争优势的企业。围绕流量经济行业及细分领域，培育发展“独角兽公司”和“瞪羚企业”，形成一批领军企业。

3. 加快项目建设

加强项目跟踪服务，准确掌控项目进度，推动京东西南总部、菜鸟物流、“油加加”全国结算中心等重大项目建设工作。

（五）推进区域开展共享合作

1. 推动“四川造”拓展市场

鼓励企业开展“特色川货网上对接”“丰农计划”“云背篓川货出川”等活动，推动更多品牌企业和行业龙头企业开展品牌产品网销。支持电商龙头企业发展以需定产、以量投产的预定制业务。支持企业建设农产品综合交易平台。

2. 开展市州电子商务协作

建立成都与市（州）双向互动机制，开展人才培养、企业培育、产业孵化合作。支持成都与其他市州开展公共服务共建共享试点工作，推进建设投融资、人才交流、信息交互、专业服务等公共服务机制。

3. 推动企业“走出去”发展

组织企业积极参加国内知名电子商务展会、电子商务交流对接活动。鼓励本土电子商务龙头企业拓展国际市场，开通外文网站、开设海外仓，开展服务贸易、供应链管理，赴“一带一路”沿线国家进行战略布局，融入境外流通体系，延伸产业链和价值链。

4. 推进跨境电子商务发展

依托成都自贸区建设，加快推进国家跨境电子商务综合试验区建设，出台推动全市跨境电子商务产业发展的专项政策。以双流综保跨境电商产业园区、双流空港跨境电商产业园区、四川邮政跨境电商产业园区等为载体，大力引进跨境电商进出口项目，加快产业集群和培育。引导制鞋、家具、家居等本土传统外贸企业转型发展，通过跨境电子商务开展网络化定制销售业务。

四、成都市电子商务发展趋势

（一）电子商务智能化发展

1. 新科技催生新模式

随着大数据、云计算、VR/AR、人工智能、物联网、区块链等新技术的深入应用，整个经济社会将全面电子商务化，新科技加速催生电子商务新业态、新模式不断涌现。一是数据驱动有助于推动实现精准营销、个性化服务。在电子商务环境下，通过数据的搜集处理，各类买卖行为、用户画像、个性化消费等将变得清晰化，电子商务企业一方面可以实现精准化营销，提供个性化服务，大幅提高用户购物体验，另一方面也可以通过数据合理设置产品品类和结构，实现针对目标客户群体的定制化产品服务。二是虚拟现实的深入运用将极大增强购物体验。体验VR购物，从T台上带来的时尚萌芽，再到商铺中的“虚拟旅程”，VR/AR从各个视角给消费者创造机会体验新奇的产品，同时也为电子商务带来了前所未有的、近乎真实生活中的购物体验。毋庸置疑，电商正在拥抱变化，VR/AR对电商与线下购物一定是一场巨大的革命。

2. 电子商务物流加速智慧化

随着电子商务产业的发展，物流业务量的增速已经高过了电子商务增速，随着大数据和人工智能的发展，大量智能机器人代替了人工，使中国的物流产业实现了质的飞跃，智慧物流已经成为“互联网+”时代电商物流的重要战略目标。未来，融入了人工智能、机器学习等的物流需求预警、供应链智能分仓、车辆路径智能规划等将成为热点方向。目前，各大电子商务企业早已开始布局智慧物流领域，尤其是在无人科技领域，智能仓储（无人仓）、智能配送（无人机、无人车）发展最为迅速，智慧物流已上升到电子商务企业重大战略部署。未来随着无界零售的深入，线上线下供应链不断整合，商流、资金流越来越多地数字化、互联网化，在此背景下，社会化仓储系统进一步融入大数据，成为配送前端，“最后一公里”难题实现破冰。成都要建设国际交通信息枢纽和国家门户城市，必然要将发展智慧物流作为重要任务，加入智慧物流生态体系的构建，形成“协同共享”的产业新生态。

专栏 1 电子商务/物流企业智慧物流战略

阿里巴巴：2017 年 9 月，阿里巴巴宣布 53 亿元增持菜鸟网络，成为后者控股股东，并且计划在以后 5 年内进一步投入 1000 亿元，推进数据技术、智能仓库、智能配送、全球超级物流枢纽等核心领域建设。菜鸟还将致力于打造服务于新零售的智慧物流网络，实现中国 24 小时、全球 72 小时必达。

京东：2017 年 4 月，京东分离出京东物流部门，成立了京东物流自己团，开始正式独立运营物流业务。京东也宣布把智能化提高到战略高度，继无人仓、无人机、配送机器人等常态化运营后，京东物流的无人轻型货车、无人配送站点也将开始运营。

苏宁：京东在 2017 年已经实现无人仓、无人机、无人车等智慧物流项目的全面落地运营，2018 年将完成多地多中心协同发展、从点到面全面辐射的战略布局。京东还开展产业上下游布局，以求在智慧物流风口抢得先机，京东集团与天津经济技术开发区（TEDA）携手建设京东智慧物流产业集群及全国新一代人工智能应用示范基地，打造全球首个以智慧物流驱动的智慧科技城市样板。

顺丰：自 2016 年开始顺丰建立以大数据驱动的仓库选址、商家销量预测、库存分仓策略和智能调拨方案，推出快递行业面向企业客户的首款大数据产品——数据灯塔，同时顺丰也是最早提出和布局物流领域无人机应用的公司，物流无人机研发了四年，拥有一百多个专利。顺丰控股与北汽集团等合作研发的 AT200 物流无人机试飞成功，顺丰“大型有人运输机 + 支线大型无人机 + 末端小型无人机”三段式空运网络逐渐成形。

3. 电子商务无界化态势更加明显

依托于互联网技术发展起来的电子商务，从诞生之初就自带“无边界”的“基因”。随着电子商务交易规模、服务受众和覆盖范围的日趋庞大，传统的企业边界、产业边界、地区界限以及线上和线下的界限正在被逐渐改变。特别是线上线下全渠道融合发展趋势非常显著，越来越多的创新正在日益改变着传统的线上与线下、商品与服务、流通与生产、业态与业种的界限，纯电商的黄金时代已经过去，任何单一的线上渠道，或者单一的线下渠道都已经无法满足用户的消费需求，一方面，随着大数据、云计算等各种科技的发展，传统零售商纷纷涉足电子商务，借助互联网的力量实现转型升级、创新发展，另一方面，阿里、京东、百度、腾讯等互联网企业纷纷拓展线下商户，布局零售及服务 O2O 领域。

(二) 电子商务全球化发展

随着国家加快实施“一带一路”倡议建设，高标准构建自由贸易区网络，打造“网上丝绸之路”，建设电子商务国际大通道，建立一批跨境电子商务综合试验区，以及泛在互联信息基础设施、跨境支付、国际物流等生态环境日益成熟和数据驱动型商业模式广泛应用，电子商务将在更大范围突破地理空间限制，从国内市场向全球市场快速扩展，电子商务国际化进程不断加快。除了个人消费品的跨境电子商务得到快速发展之外，在支付结算、商品管理、运输仓储等诸多方面有着特殊要求的大宗货物贸易的跨境电子商务体系将逐步成型、完善。

(三) 电子商务品质化发展

随着新生代逐渐成为社会消费主力，社会消费需求已经从基本型和炫耀型转为体验型和精神需求型，消费的行为从单一的强调价格向强调品质、情感、效率和体验等多元化转变，也就是说消费者购物时已经不单单追求价格低廉，而更多注意商品以及服务的品质，这一趋势未来还将继续延续。由于品质电商具有购物时间成本较低，服务配套升级更佳等优势，品质电商在某些高品质要求的商品品类中会最先打开市场，逐步渗透进整个电商行业，市场规模未来会进一步扩大，如网易严选、米家有品等品质电商市场占有率不断提升，开始逐步布局线下消费场景，市场发展潜力巨大。

但是，由于品质电商对于品质高要求的特性，大型平台尤其综合类平台对于品质的把控方面比中小平台难度更大，其在具有规模化优势的情况下更需加大对品控的投入。另外，垂直类平台在发展品质方面可以集中发力某一领域，从用户在此领域的特异性需求深耕服务，“小而美”的形式也利于电商建立品质口碑。因此成都除了鼓励龙头电商企业品质化提升的同时，要特别注意支持企业在品质化升级道路上应针对平台特色，找准自身目标用户定位对产品、服务进行针对性升级。

专栏 2 不同人群的消费特征			
人群	70 后	80 后	90 后
消费理念	购买欲保守——→购买欲 > 购买力		
	重视品牌	喜休闲娱乐和互联网消费	重互联网消费，弱化品牌，强调个性和品质

（四）电子商务聚焦产业链

时至今日，电子商务市场已经逐渐进入到更专业、更聚焦、更优质服务的新阶段，企业形态也从刚开始的运营全包服务到产业链细分服务，再到“端对端”整体服务，涵盖 IT 技术、电商运营、营销、仓储物流、客服等一体化服务。作为拥有零售业本质的公司，无论是诞生于网络还是出身于线下，必然需要强化后端供应链，在商品采买、仓储管理、物流配送到最终的销售渠道建立形成强势整合和一体化作业的链条，对于零售商业来说，这个链条一日没有真正建立，都会受到新零售商业体的挑战（见图 1-6）。京东、阿里巴巴等电子商务巨头已逐渐整合了电商物流部分，分别采用物流自营（京东物流）和物流平台（菜鸟驿站）模式，同时在商业流量、支付体系、销售系统、数据分析、行业人才培养全面出击，直接上升产业链的格局；顺丰充分利用自身物流优势，早已于 2012 年上线“顺丰优选”电子商务平台，同时布局线下门店。强化产业链，不断提高平台运营效率、降低运营成本，这将是未来电子商务企业关注的重点之一。

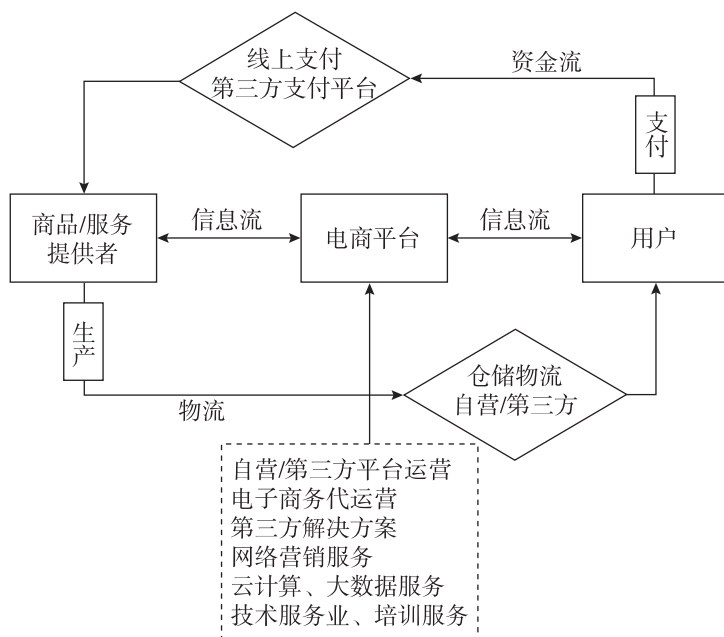


图 1-6 电子商务产业链

（五）电子商务服务标准化

电子商务服务质量已经成为电子商务行业健康发展的关键，在 2016 年举办的“中国电子商务标准化峰会”表明，为实现信息流、物流、商流和资金流的规范运作，加

强质量管控与监管，中国正在构建覆盖电子商务全产业链的标准体系，这一体系包括信息资源、业务、支撑、管理等六个方面的标准，其中一些关键的核心标准已经发布或正在制定中。电子商务服务标准化，可以节约大量的重复信息加工成本，提高整个信息共享的程度，另一方面可以更好地提供服务，为政府监管提供依据。

（六）电子商务行业法治化

伴随着电商业务的蓬勃发展，越来越多的人享受到了电子商务带来的便捷和实惠，消费矛盾与纠纷日益增多也成为行业持续健康发展的障碍。加强监督管理，建立透明、公正的市场秩序；从产业链源头建立监督机制，形成信息化条件下的追溯制度，确保正品经营；加强知识产权保护，促进电商诚信经营；完善税收监管，促进公平经营，以更合适的税收监管方式保障电商发展的积极性，同时维护市场经济的公平正义；法制建设要与鼓励扶持共同推进，对于电商创业者，政策应该给予更多的鼓励和扶持，并用法律化的形式给予明确和固化，行业的规范化运营、法制化建设势在必行。未来，电子商务法治化运营环境改善速度将进一步加快，《中华人民共和国电子商务法》立法进程加速，电子商务经营者特别是平台经营者的义务和责任将得到补充和完善，消费者权益保护也将得到进一步强化。成都也将结合贯彻落实国家和省关于推动电子商务发展的政策法规，探索制定成都市电子商务创新促进相关法规，构建适宜电子商务创新发展的政策、管理、服务等制度框架。同时加强数据开放共享、国家安全和个人隐私保护等法律法规建设，完善与电子商务创新发展相匹配的多方参与协同监管机制，营造鼓励创新与宽容失败、开放包容与依法监管相结合的创新创业氛围。

An abstract geometric design featuring a network of thin gray lines connecting various gray squares of different sizes. The squares are distributed across the upper half of the page, with some acting as central nodes and others as peripheral points. The lines create a sense of movement and connectivity.

第二篇

专题篇



一、电子商务产业生态圈研究

以电子商务平台型企业为核心，构建创新开放、规范诚信、安全高效的电子商务生态环境，推动科技创新、管理创新和鼓励基于电子商务新业态、新模式发展的制度创新，培育电子商务产业生态圈，是激发电子商务产业集聚效应、共生效应、协同效应，增强电子商务产业支撑力和竞争力的共同路径。

（一）成都市电子商务产业生态圈发展现状

1. 成都市电子商务产业发展基本情况

2016年，成都电子商务继续保持稳健增长态势，全市网络交易额达15298.94亿元，同比增长28.28%。实现电子商务交易额10610.34亿元，较2012年增长203.14%，平均月增长4.13%。从全国层面来看，成都市电子商务产业发展速度远远高于全国平均水平，逐渐显现出产业领先发展优势。2016年，成都市网络交易额增幅、电子商务交易额增幅、网络零售额增幅分别高于全国5.57、36.24和7.31个百分点。2017年1-11月，成都实现电子商务交易额13281.65亿元，网络零售额2135.19亿元。截至今年上半年，全市平台型电子商务企业155家，占全国的3.37%，低出杭州、广州0.52、2.04个百分点；网络零售在社销零中的占比为23.27%，与杭州、广州相比，电子商务渗透率还有较大增长空间。

2. 成都市电子商务产业生态圈建设情况

（1）电子商务平台与行业应用深度融合

电子商务平台涉及应用领域十分广泛，门类较为齐全，涵盖了商贸、金融、交通物流、医疗、教育、文化娱乐、旅游等十多个细分领域。从成都本土平台企业行业分布来看，商贸类平台企业数量最多，占31%；农业类、旅游业类、文化类平台企业分别占13%、9%、8%（见图2-1）。在2016年中国“互联网+”十大城市中，成都所有领域均跻身前10，尤其在零售、旅游、商业服务行业进入全国前5，整体排名在中国西部地区高居首位（见表2-1）。

（2）四类电子商务平台格局初显

成都市各类专业化平台企业众多，一批专注于大宗商品、生活服务、数字新媒体

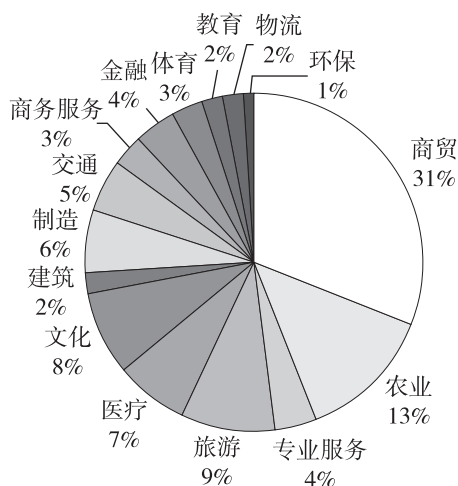


图 2-1 2015 年成都市本土平台企业的行业分类情况

表 2-1 “互联网 + 产业” 细分行业城市全国前 10 强

排名/行业	零售	金融	交通物流	医疗	教育	文化娱乐	餐饮住宿	旅游	商业服务	生活服务
1	北京	北京	北京	北京	北京	北京	上海	上海	北京	北京
2	上海	上海	上海	广州	广州	深圳	北京	北京	深圳	深圳
3	广州	深圳	广州	深圳	上海	上海	广州	广州	广州	上海
4	深圳	广州	深圳	上海	杭州	广州	深圳	深圳	上海	广州
5	成都	杭州	杭州	佛山	深圳	杭州	杭州	成都	成都	杭州
6	杭州	成都	武汉	长沙	重庆	成都	南京	杭州	杭州	武汉
7	苏州	南京	成都	成都	成都	西安	武汉	南京	武汉	成都
8	天津	西安	天津	珠海	西安	武汉	成都	武汉	长沙	西安
9	武汉	武汉	南京	杭州	天津	长沙	西安	苏州	厦门	南京
10	重庆	福州	青岛	东莞	武汉	南京	天津	重庆	南京	重庆

数据来源：腾讯研究院

等领域的平台凭借专业优势，通过发掘独特的盈利方式不断创新商业模式，正成为各自行业细分领域的标杆。总体上呈现四类电子商务平台，即大宗商品交易服务平台、消费服务类平台、数字娱乐类平台和商务服务类平台。

一是大宗商品交易服务平台。由线上网站和线下各大宗商品交易服务商共同组成，利用平台为供需多方提供交易功能，为企业或消费者提供大宗商品一站式交易服务。具有代表性大宗商品交易服务平台企业包括：九正建材网、中药材天地网、天府商品交易所、万贯五金机电网、积微物联等。二是消费服务类平台。利用平台向居民提供衣食住行各方面的消费产品及服务，其产品、服务用于解决居民生活中的各种需求，

对提高消费者生活水平、增强消费体验作用显著。具有代表性消费服务类平台企业包括文轩在线、1919 酒类直供网、咕咚网、爱羽客、微问诊、乐乐医、邮征天下、药品终端网、途风网、四川汽车票务网等。三是数字娱乐类平台。利用平台为消费者与企业提供数字娱乐以及广告传媒类产品及专业服务。具有代表性数字娱乐类平台企业包括品果科技、极米科技、云创新科技、云堆、易播科技等。四是商务服务类平台。利用平台为企业提供一定专业性服务如支付、后台客服服务、信息资讯等。具有代表性的商务服务类平台企业包括映潮科技、数联铭品、中联信通、商通、支付通、天府通等。

（3）电子商务产业支撑体系不断完善

一是在线支付加快发展。经在成都金融机构、城市“一卡通”服务商和通信运营商各方协同努力，移动支付应用和服务取得快速发展。移动支付平台建设深入推进，基于移动支付的应用领域不断拓展，用户规模不断增长，形成了良好发展态势，在国内移动支付及应用方面实现了率先起步。二是现代物流提速增效。坚持不断提高产业组织和空间效率，优化产业布局，充分发挥物流服务产业的基础性、先导性作用，依托国际空港、国际陆港枢纽建设，以物流资源和要素整合为抓手，积极引导和推动现代物流业提速增效。随着双流国际机场扩容改造加快推进，天府国际机场开工建设，“一市两场”航空枢纽框架逐步形成，直达欧洲的“蓉欧快铁”实现双向运营等，现代物流对电子商务加速发展提供了更加强劲的支撑。

（4）电子商务产业顶层设计力度加强

成都市加顶层设计谋划，相继出台了关于电子商务和跨境电子商务的相关政策。其中，出台了《成都市电子商务发展“十三五”规划》《中国（成都）跨境电子商务综合试验区实施方案》《成都市电子商务中期政策》，为成都市电子商务发展谋篇布局提供理论基础；编制形成了《成都国家电子商务示范城市自评报告》《移动电子商务发展报告（2011—2015 年）》，对成都市在推动电子商务服务创新、促进电子商务应用普及、完善电子商务支撑体系、营造电子商务发展环境以及移动电子商务引领等方面进行了全面、客观总结和评价；出台了《关于印发成都市电子商务 2016 年度工作计划的通知》（成办函〔2016〕61 号），对成都市全年电子商务发展思路和目标任务进行了梳理和部署；完成了《成都市电子商务创新促进条例》立法调研和文本起草工作，改革市场监管方式、创新企业服务模式，为电子商务创新创业开辟更加广阔的空间。建立完善电子商务重点项目库建设，对入库企业进行常态化跟踪服务，为有效制定电子商务中长期政策和基础统计工作提供有力支撑。

3. 成都电子商务产业生态圈存在的短板

（1）领军型电子商务平台企业较少

成都市电子商务平台企业主要表现在低水平、低科技含量、垂直类平台、区域性

平台型企业多，总部平台、全国性平台企业少。据中国互联网协会、工业和信息化部信息中心 2016 年发布的“2016 年中国互联网企业 100 强榜单”（其中主要是电子商务平台企业），成都仅有鹏博士电信传媒集团股份有限公司、四川省艾普网络股份有限公司 2 家互联网基础设施服务类企业上榜，说明成都领军型电子商务平台企业稀缺，示范带动效应明显不足。

（2）电子商务专业服务资源占比有待提升

成都市电子商务服务资源全国占有量排名靠前但与第一梯队的差距较大。据亿邦动力研究院的大数据监测平台电子商务产业云图“市级电子商务服务资源排行前十”显示：北上杭深广组成榜单的第一梯队，5 市的服务资源总和占了全国的 62.86%，其中，北京作为最大的互联网城市，以全国占比 15.56% 位居第一，上海全国占比 14.81% 次之，杭州（12.77%）、深圳（11.50%）、广州（8.24%）分别位列第 3、4、5 位；第二梯队包含 11 个城市，全国占比在 1.06% ~ 2.97% 之间，成都位列第二梯队第一位，全国占比为 2.88%，与第一梯队存在较大差距^①（见图 2-2）。

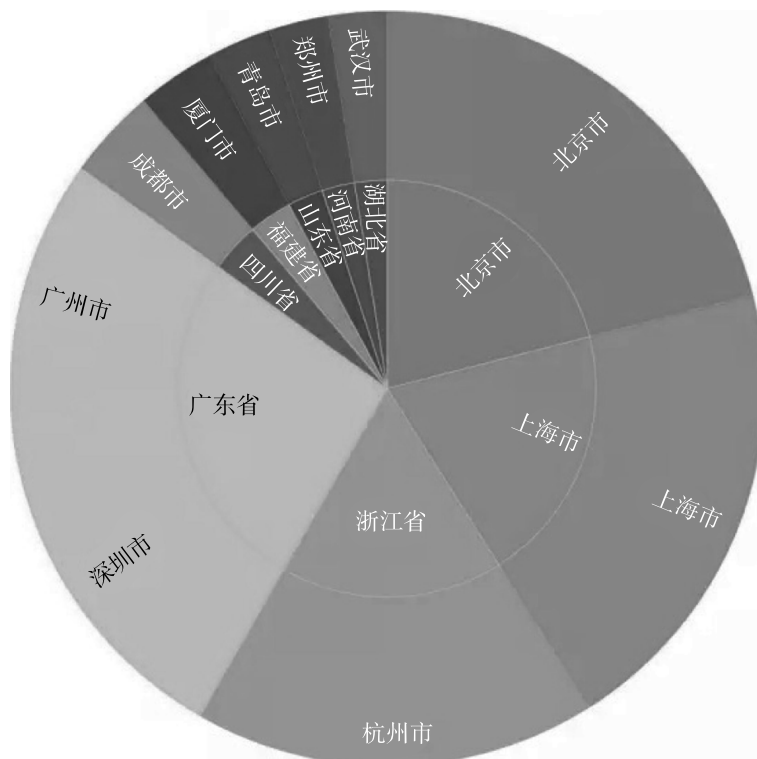


图 2-2 市级电子商务服务资源排行前十

数据来源：亿邦动力研究院

^① 亿邦动力研究院电商产业云图，2017 年 8 月 22 日

从细分行业来看，成都市电子商务专业服务资源^②门类丰富但仍存在短板。成都市电子商务专业服务排名前五的行业有代运营、客服外包、企业建站、网店装修。同北京、上海、杭州等电子商务专业服务资源占比较高的城市相比，成都电子商务服务发展相对不足的行业主要有 B2B 平台、移动电子商务、移动开发；相对缺乏的行业有整合营销、数据分析、网拍等。成都仍需要在上述发展相对不足的电子商务专业服务细分行业企业上增补数量提升质量，不断提升电子商务专业服务资源的供给（见表 2-2）。

表 2-2 电子商务专业服务资源细分行业前十

序号	四川	北京	上海	广东	浙江
1	代运营	代运营	代运营	代运营	代运营
2	客服外包	企业建站	网拍	网拍	网拍
3	企业建站	整合营销	仓配一体化	出口物流	直通车优化
4	网店装修	B2C 商城	企业建站	企业建站	商品质检
5	电子商务 ERP 软件	效果营销	B2C 商城	B2C 商城	网店装修
6	B2C 商城	SED	电子商务咨询	物流配送	店铺推广
7	店铺推广	店铺推广	商品管理	移动开发	企业建站
8	客服工具	数据分析	直通车优化	店铺推广	数据分析
9	B2B 平台	移动电子商务	店铺推广	整合营销	客服工具
10	移动电子商务	移动开发	邮件营销	电子商务 ERP 软件	B2C 商城

数据来源：亿邦动力研究院

（3）电子商务平台企业高端人才不足

成熟型人才缺乏成为电子商务平台型企业普遍存在的问题。当前成都电子商务平台企业从业人员多为商贸、零售及服务人员，缺少掌握支撑性关键技术、引领平台型企业发展的战略性人才和领军人才。通过调研发现，初创企业和初步具备规模的电子商务平台型企业由于需要搭建、升级网络平台，对 IT 技术人才的需求较强烈，并且对技术和市场业务均擅长的复合型人才短缺现象严重；而对于企业规模以上电子商务平台企业，网络平台搭建完善程度高，更加缺少产品开发类和市场开拓类人才。

（4）电子商务平台企业创新不足

目前成都平台企业的创新主要集中在互联网与传统产业的融合应用，技术类创新偏少。作为全国工业基础较好、商贸流通业发达的城市，成都大多数产业已经开发形

^② 从市级电商服务资源占比看出，四川电商服务资源主要集中在成都，为便于分析，下文用四川电商服务资源情况说明成都电商服务资源情况。

成一套合适自身的、成熟的供应、生产、研发、营销机制，不仅提高了互联网进入现有产业的门槛，而且过大的经济存量也增加了企业改革创新的风险和机会成本，导致电子商务平台型企业的创新不足。

综上，当前成都市电子商务产业生态圈在核心载体、产业支撑以及电子商务专业配套服务已具备一定的基础，且平台型电子商务在部分行业应用和电子商务专业服务资源占比排名全国前列。但与一线城市相比，在电子商务龙头平台数量、支撑产业以及电子商务专业服务部分细分行业等方面仍需进一步加强。

（二）成都市电子商务产业生态圈经验借鉴

当前，北京、上海、天津、杭州、苏州等城市均把发展电子商务作为激发创新创业活力、提升产业能级的重要手段，纷纷出台促进电子商务产业发展的专项政策。从先进城市发展电子商务产业、培育电子商务产业生态圈的情况来看，主要可以归纳出以下三方面的经验：

1. 注重外引内培，发挥龙头平台企业带动效应

从各个城市引进电子商务龙头平台企业的经验来看，不仅注重企业的引进，而且抓住龙头平台企业加快“裂变”组建独立功能子平台的趋势，加快培育发展为“本土”平台企业。如北京依托总部经济的要素集聚力、经济辐射力和国际影响力，着力培育移动商务、物联网应用和信息增值服务等电子商务平台型企业新增长点，聚集了如京东商城、当当网、敦煌网等大型电子商务平台企业。天津将阿里巴巴天津分公司迁入南开区后，通过培育引导，将国内进出口额排名第一的外贸综合服务平台阿里巴巴一达通天津公司引入南开区，为区域跨境电子商务产业的发展奠定了基础。

2. 注重载体建设，打造电子商务产业发展新高地

从各大城市电子商务集聚区建设，不仅注重载体建设本身，更加注重行业平台发展与产业聚集，形成功能定位明确、产业分类清晰、错位发展的空间格局。如天津紧紧抓住“互联网+”快速发展时机，形成区域产业聚集，推动阿里巴巴、新浪乐居、途牛网、途家网等电子商务企业集群发展；中关村e谷（南开）创想世界则定位于打造成为中心城区首家跨境电子商务园区，引进了“阿里系”及一达通生态圈企业。杭州通过产业链发展平台将有关企业和机构结合，充分发挥集群效应，其中以电子商务为发展主线，重点构建B2B、B2C为核心的交易平台。杭州下沙电子商务园基于打造“电子商务之都”，引进电子商务、信息软件、设计研发等新兴产业企业，从而形成一个类似工业园区的电子商务集聚发展区域。广州琶洲互联网创新集聚区打造以“互联网+”为特色的世界级电子商务产业集聚区，出台落户企业自用办公用房奖励政策，吸引国内外电子商务与移动互联网总部企业落户。

3. 注重服务配套，提升电子商务专业服务能级

先进城市电子商务基础较好，布局形成了多样化、多功能的电子商务服务业态，注重龙头电子商务平台企业与金融、信息、信用、支付等服务业态共同形成电子商务生态圈。如北京着重发展创业与创新支撑服务体系，重点引进国内外知名电子商务服务企业设立区域运营中心、结算中心及研发中心，发掘培育一批基础好、潜力大的电子商务企业，打造从创业孵化到企业上市，涵盖金融、技术、物流、认证、支付等方面的电子商务全产业链模式。杭州则提出建设产业链生态健全的国际电子商务服务基地，推进电子商务服务内容的标准化、个性化、专业化，积极发起、参与国内外电子商务服务标准与规范的制定，推动电子商务上下游产业链的协同发展。

（三）成都市电子商务产业生态圈建设路径

培育成都市电子商务产业生态圈的总体思路为：深入贯彻市第十三次党代会、国家中心城市产业发展大会和全市新经济发展大会精神，把握新一代信息技术发展新机遇，以深化改革和创新驱动为动力，构筑以电子商务平台企业为核心载体，以垂直类电子商务和生态型电子商务构成的垂直链，以及由上下游产业构成的水平链为主导，以电子商务产业规划、产业支持政策、电子商务专业人才、投融资服务以及市场环境等为支撑的电子商务产业生态圈，推动电子商务平台企业融合价值链、打造创新链、重塑空间链，促进产业集聚能级明显提升、产业优势加快形成、竞争能力显著增强，为推进城市经济转型升级、增强“五中心一枢纽”核心功能、建设全面体现新发展理念的国家中心城市提供有力支撑（见图2-3）。

（四）成都市电子商务产业生态圈投资促进方案

1. 工作思路

坚持招大引强与本土培育相结合，瞄准国内外电子商务龙头型平台企业精准招商，加快本土成长型电子商务平台企业培育，提升本土电子商务专业服务配套供给能力，推动电子商务平台企业集聚能级明显提升。全力做好电子商务产业生态要素保障工作，构建电子商务平台企业主导、上下游产业链完整、专业服务配套完善的电子商务产业生态圈，为推进城市经济转型升级、增强“五中心一枢纽”核心功能、建设全面体现新发展理念的国家中心城市提供有力支撑。

2. 工作目标

力争到2022年，电子商务创新创业资源集聚与市场辐射能力显著增强，电子商务国际国内市场资源配置能力不断提升，电子商务平台企业优势持续提高，初步建成国际化水平较高的电子商务中心城市。

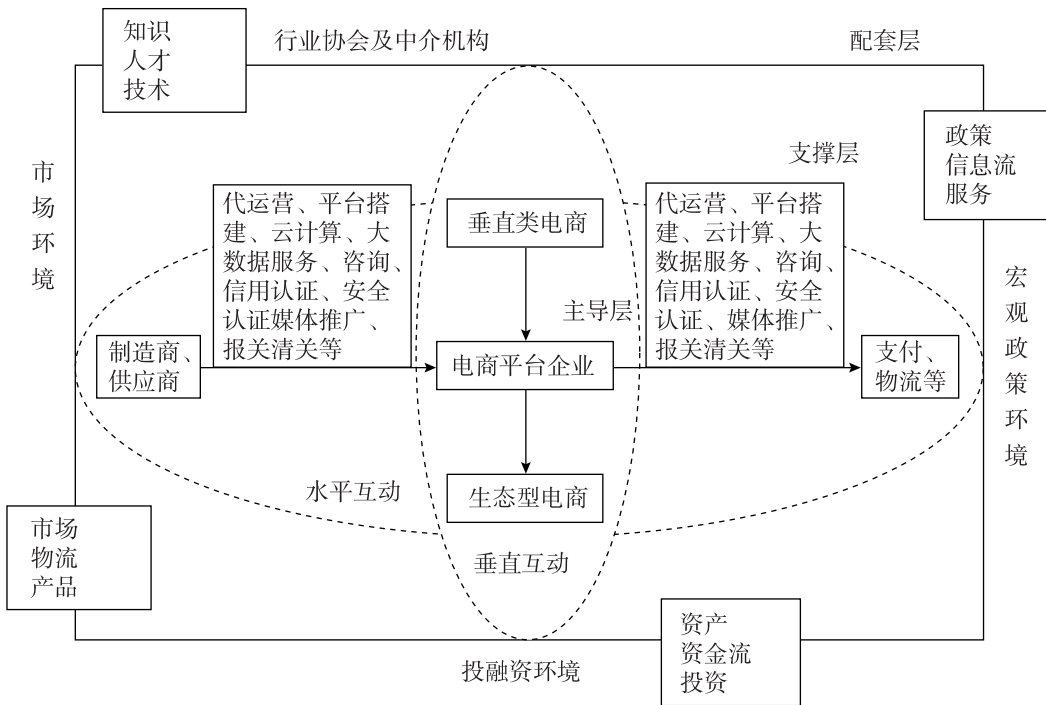


图 2-3 电子商务产业生态圈结构示意图

产业发展规模持续壮大。电子商务交易规模突破 1.5 万亿元，实物商品网络零售额占社会消费品零售总额的比重超过 25%；移动电子商务交易规模超过 5000 亿元；大型企业电子商务应用普及率达到 100%，中小企业电子商务应用普及率超过 90%，力争实现三次产业全面电子商务化。

市场主体实力显著增强。培育千家市级电子商务平台企业、百家国内同行业领先电子商务平台企业、十家国家级示范电子商务平台企业，电子商务创新创业资源集聚与市场辐射能力显著增强，电子商务国际国内市场资源配置能力不断提升，打造规模超万亿元的电子商务产业，电子商务产业整体规模和综合实力走在全国前列。

产业生态环境不断优化。建成全面覆盖和高效运转的泛在互联基础设施，形成便捷、功能完善的国际区域物流体系和城市共同配送网络，电子商务公共服务供给能力显著提高，创新创业综合服务体系逐步成熟，高端人才培养和引入机制基本健全，网络交易监管和行业质量管控水平大幅提升，可信交易环境明显优化，“放管服”改革持续深入，电子商务创新发展治理体系进一步完善。

3. 工作措施

（1）聚焦主体成群

坚持招大引强，聚焦国内外龙头电子商务平台企业精准招商。一是吸引成熟平台型企业设立成都区域性总部。全面梳理全球 IT 公司 100 强、中国互联网企业 100 强等

领军企业，积极争取行业龙头旗舰型平台企业和基地型项目来蓉设立区域性总部。在前期引进腾讯集团、京东商城等平台区域性总部的基础上，继续强化对成熟平台的引进工作。加快区域性总部的带动作用 and 示范效应，形成产业集聚区。二是吸引综合性平台企业在成都设立独立功能子平台。抓住综合性平台企业加快“裂变”组建独立功能子平台的趋势，密切关注全国各地尤其是周边地区综合性平台的发展动态，及时发现裂变产生的专业化子平台，重点在上述领军企业名录中引进成熟平台企业来蓉设立技术、设计、融资、支付等细分功能平台。

坚持孵化培育，聚焦特色和竞争优势行业发展本土平台。立足成都产业空间布局和发展基础，以供应链协同平台、生活性服务平台、商品交易和服务贸易平台、跨境电子商务平台、专业服务平台为重点，培育壮大一批具有成都特色和竞争优势的电子商务产业和企业品牌，在行业细分领域形成一批具有创新领导地位的利基企业，特别是培育发展一大批专精特新的独角兽公司和瞪羚企业。

（2）聚焦产业成链

加快产业融合发展，提升价值链。聚焦“互联网+传统服务业”的产业转型升级，加快发展现代服务业，瞄准国际标准提高水平；聚焦“互联网+传统制造业”的新业态培育发展，以新技术新模式推动制造业升级，以增强产品智能化水平为重点，全面提升向产品全生命周期服务能力。支持行业龙头企业建设面向行业生产要素配置及价值链提升的综合交易平台，支持企业发挥平台影响力和带动力，整合全省优势行业资源，开展“四川造”“成都造”产品网络销售，带动地方经济转型升级。

强化创新驱动，打造创新链。鼓励电子商务平台企业开展众筹、众包、共享等服务新业态，引导电子商务平台企业积极探索各类服务产品定制和反向定制等互联网服务新模式；聚焦互联网数据中心、大数据分析中心、云计算中心等重点功能性服务平台建设，推动软件与信息技术服务、云计算、物联网、大数据等新技术的发展及在电子商务领域内的广泛应用，促进企业以全新的产品或服务进入新领域。

加快电子商务国际化，重塑空间链。围绕东南亚、南亚、中东欧—中亚、西欧、非洲五大重点地区，支持本土中药材、家具建材等优势产业开展跨境电子商务业务，鼓励其行业电子商务企业建立多语种海外跨境电子商务交易平台和电子商务营销网络。鼓励本土优势电子商务龙头企业充分聚合行业资源，赴“一带一路”沿线国家投资布局，融入境外流通体系，提升全球化经营能力。

（3）聚焦要素成网

畅通高端人才交流通道。搭建常态化、可持续、有吸引力的人才对接交流服务平台，加强对国内外高端电子商务领域人才及团队的引进，对“一带一路”沿线国家和地区高端电子商务领域人才的双向培养与输送。制定有针对性的电子商务领域人才引

进计划及政策，实行产业、区域导向，降低电子商务企业用人成本，增加企业吸引人才的力度。充分发挥在蓉高等院校资源优势，将电子商务人才培养纳入成都“世界一流大学和一流学科”共建体系。建立电子商务企业人才信息数据库，将人才需求纳入“成都优秀人才培养计划”。

畅通资本市场对接通道。支持创新型、成长型电子商务平台企业以多种途径上市融资，稳步扩大企业债、公司债、短期融资券、中期票据和中小企业私募债券发行。创新投融资服务模式。搭建投融资对接服务平台，联合银行、证券公司、创投公司、投资公司、融资租赁公司等资源，打造“百人投资团”，拓宽平台企业融资渠道。

畅通信息资源供给通道。搭建信息资源对接服务平台，构建信息资源互联互通网络，面向国际市场和行业市场，对接政府、市场、企业、产品等资源信息，提供大数据、物流仓储、营销推广、咨询及培训、品牌及标准化、法务及财务等行业公共服务，促进信息资源要素在国际市场和行业市场自由流动。

(4) 聚焦环境配套

优化政府服务方式。秉持包容审慎监管理念，从激励创新、容忍试错、尊重市场、完善法律法规等角度着手，营造开放包容的电子商务发展环境。开放政府公共资源，完善政府数据公开机制，建立基于大数据的公共部门决策机制。消除信息孤岛，整合政府各层级、各职能部门数据，构建统一共享的数据平台，转变行政审批为推送个性化定制服务。建立协同治理模式，按照“协同政府、无缝隙服务”的原则和思路建立健全电子商务跨部门协调监管机制，重视使用大数据、人工智能等技术，构建电子商务领域信用体系、代码规则，在个体、企业之间新建、重构社会信用关系，使协同治理更加高效、精准。

创新配套服务供给。加强引进高附加值电子商务专业服务商，提升本土电子商务专业服务配套供给能力。围绕电子商务平台企业做大做强的核心服务功能，对电子商务专业服务进行行业细分研究，针对成都市电子商务服务资源薄弱和缺失环节，大力引进国际国内知名电子商务服务公司来蓉发展。瞄准“中国电子商务服务商百强榜”，重点引进电子商务人才培训、大数据服务、品牌营销推广、B2B平台、移动电子商务等领域国际国内知名品牌服务公司，强化提升电子商务专业服务链和产业供应链。力争到2022年，吸引30家以上国际国内知名创业投资机构入驻成都电子商务投融资服务平台。

加强载体服务建设。加快引进电子商务产业孵化器—电子商务小镇，聚焦新产业新业态，努力打造集电子商务平台企业集聚以及第三方电子商务专业服务完善的电子商务产业生态孵化基地。重点发展云计算和大数据服务、互联网金融服务、智慧物流服务、信息资讯服务等生产服务类平台，医疗、健康、教育、餐饮、家政、数字娱乐、

文化娱乐、旅游、交通等生活服务类平台，网络销售服务、大宗商品现货交易等销售服务类平台。支持引导现有电子商务产业集聚区改造提升，完善配套，优化电子商务集聚区发展环境。力争到 2022 年，打造电子商务示范园区 50 个，创业导师队伍超过 3000 人，孵化创业型电子商务企业 2000 家，培育创新型电子商务企业 700 家。

4. 保障措施

创新工作机制。建立促进电子商务发展联席会议制度，及时研究解决意见实施和企业生产经营中的有关问题。建立市重点电子商务企业联系制度，听取企业诉求和建议，及时发现、总结、推广企业创新转型的成功经验。

建立统计体系。探索适合电子商务企业发展的统计方法，建立电子商务统计体系、运行监测机制和统计信息共享数据库，整合各类信息资源，强化对电子商务的统计监测和运行分析。

明确任务分工。进一步电子商务重点领域发展的目标定位、重点任务、重大项目、重大举措和激励政策等，确保工作落地落实。

二、电子商务集聚区建设专题报告

（一）武侯新城电子商务集聚区

1. 集聚区范围及定位

范围：武侯新城电子商务集聚区规划范围为武侯新城 21.11 平方公里，规划核心区 8.6 平方公里，以武侯大道、武青南路为主轴，武科四路等数十条道路贯穿东西南北，北临武青四路、东靠武兴一路和武侯大道、南至环城生态区、西接草金路。

功能定位：主导产业为总部经济、软件及信息技术服务、电子商务平台，同时重点发展跨境电子商务、电子商务服务、移动支付、电子制造及科技研发。集聚区将紧扣电子商务生态圈建设主线，集聚电子商务平台总部和电子商务服务企业两类主体，以电子商务生态小镇为核心，西部智谷与女鞋之都主题园区为两翼，新城内特色专业楼宇多点分布，形成“1+2+N”功能板块，打造“全国知名的数字经济创新融合先导区”和“西部全球电子商务企业运营总部区”。

2. 集聚区发展现状

目前，集聚区核心区现已入驻企业 2000 余家，有联想等世界 500 强企业 9 家，上市挂牌企业 21 家（其中区域总部企业 8 家，本土上市企业 12 家），已建成“双创”载体共 10 个，面积 15 万多平方米，国家级孵化器 1 家（创业中心）、国家级青年创业园 1 家（武侯区青年创业园）、国家级众创空间 1 家（创客坊）、省级孵化器 1 家、市级创新创业载体 5 家。2017 年，集聚区纳入统计的企业营业收入 400.3 亿元，较上年增长 18%；电子商务类企业营业收入 157.04 亿元，占比 39%，占比增长 17.2%；完成税收 9.34 亿元，较上年增长 6.33%；完成目标任务；电子商务类企业占比为 1.88%，较上年占比增长 34.1%。

3. 集聚区“五位一体”管理体制建设情况

（1）统筹推进机制建设情况

建立由区常务副区长牵头，区政府办分管领导具体负责，区级职能部门指导，武侯新城建设管理委员会负责电子商务集聚区的规划、招商、开发和管理、服务等具体工作的统筹推进机制。成立了电子商务集聚区工作领导小组，每周工作例会或班子碰

头会及时研究相关工作，并及时形成督办单，交由责任人员对照落实，并及时反馈综合部汇总。

（2）集聚区规划编制情况

已完成《成都市武侯新城电子商务集聚区产业发展规划》、电子商务集聚区内重点片区武侯科技城城市设计等编制工作。

（3）产业招商引导目录制定情况

按照《成都市产业发展白皮书》及《关于印发〈成都市服务业集聚区规划编制任务书〉的通知》（成商务发〔2017〕104号）文件要求，目前武侯新城电子商务集聚区产业招商指导目已编制完成，明确了园区三大主导产业：总部经济、软件及信息技术服务、电子商务平台。主要产业：跨境电子商务、电子商务服务、移动支付、电子制造及科技研发。编制了武侯区重点电子商务企业名单、重点培育（引进）电子商务企业名单（西南片区）、重点领域电子商务企业招商名单和武侯新城电子商务集聚区重点招商目标企业清单。

（4）产业和政务政策制定情况

在遵循国家、省、市政策导向的基础上，结合武侯已出台的《武侯区关于实施产业立区战略若干政策的意见》（成武府发〔2017〕1号）、《推进主导产业发展的十六条措施》等产业发展政策，制定促进电子商务加快发展的专项政策，形成了《成都市武侯区关于促进电子商务发展的若干政策（送审稿）》。重点围绕“支持电子商务应用”“引导电子商务产业集聚”“优化电子商务支撑环境”三个方面，明确政策支持的总体方向、重点领域和基本内容，通过深入分析研究，制定有针对性的产业扶持政策。

（5）基础设施及公共服务配套建设情况

智远大道三段已形成通车能力，铁佛路网、七里路网等正在加快建设；3所幼儿园已竣工、2所小学正在加快建设；铁佛社区综合体、铁七片区10宗绿地等配套设施正在加快方案设计。

4. 集聚区2018年工作思路

结合全市66个产业聚集区的产业特性，2018年既是电子商务聚集区的起步之年，也是破局之年，针对当前区域电子商务发展不充分，京东等龙头带动影响未形成聚势现状，着力围绕3条路径探索聚集区的产业作为。

一是“树好旗”，在已申报省级电子商务示范基地的基础上，积极申报国家级电子商务示范基地，力争2018年完成申报。二是“布好局”，以“中优”为统领，全面完成电子商务集聚区产业发展规划编制；启动电子商务集聚区的城市规划和城市设计工作；启动电子商务集聚区VI系统设计和园区导视系统优化设置。三是“破好题”，加快信息通信基础设施建设，紧紧围绕电子商务产业发展规划“一心两翼”发展定位，

研究探索电子商务小镇建设方案，以打造电子商务专属楼宇和创业驿站为突破口，发挥京东等龙头企业带动作用，建立完善电子商务项目准入专家评审机制，积极引导人才人流、创业资本、投融资资本向优质电子商务项目聚集，力争3月实现6家以上企业向专属楼宇集聚，形成3000平方米以上的电子商务专区，重点培育1—2家具有发展潜力的本土特色企业做大做强，推动电子商务企业集聚发展。

（二）简阳·西部电子商务集聚发展区

1. 集聚区范围及定位

范围：简阳·西部电子商务集聚区位于简阳市城区西北的石桥镇和杨柳街道，规划建设面积约5.5平方千米。集聚区是成都“东进”战略规划空港产业新城、龙简区域中心城、简阳中心城区“黄金三角”的核心区。

功能定位：主导产业为电子商务、智慧商贸和航空物流，同时重点发展以商务办公、专业服务企业、公共服务载体、信息平台为主要内容的电子商务平台，以商贸综合体、线上平台、智能仓储为主要内容的智慧平台，以保税仓储、物流配送、跨境生产为主要内容的物流总部，共同构建电子商务产业生态体系。集聚区着力打造西部临空服务业基地、现代服务业融合发展示范区，形成辐射成渝、服务西部、链接全国、通向世界的电子商务集中发展区，在“一带一路”国家战略中发挥重要的区域作用。

2. 集聚区发展现状

目前，集聚区内已签约入驻13个项目，总占地约7906亩，投资总额约238亿元。其中，唯品会（中国）西部总部基地项目一期、大华国际农产品物流中心项目（一期）、e家天下·西部居家产品采购中心项目（一期）、简阳亿联国际商贸城项目（一期）等项目已投入运营。预计2017年集聚区实现营业收入135亿元，增长28.5%，税收总额2.2亿元，增长47%，电子商务物流类企业数量占比增长5%、营业收入占比增长20%。

3. 集聚区“五位一体”管理体制建设情况

（1）统筹推进机制建设情况

一是成立管委会。成立简阳市电子商务物流园区管理管委会，是负责集聚区工作决策、协调、指挥、监督、管理的非常设议事协调机构。二是制定《关于建立简阳·西部电子商务集聚发展区建设工作领导小组和推进工作领导小组方案》和《简阳·西部电子商务集聚发展区推进工作方案》。三是构建了集聚区重点项目工作领导小组、总指挥部、项目指挥部、推进办公室四级管理推进体系，定期召开联席会、现场推进会和办公会，统筹协调推进全市重点项目建设。四是健全落实项目工作月例会制度和“周三项目日”制度，实行“六个一”项目推进方式。

（2）集聚区规划编制情况

已完成《简阳·西部电子商务集聚发展区控制性详细规划》，编制了《简阳·西部电子商务集聚发展区产业规划》，待进一步修正完善。

（3）产业招商引导目录制定情况

一是编制集聚区产业招商指导目录。出台了园区产业发展导则，围绕电子商务、航空物流、智慧商贸等主导产业开展招商选资，围绕集聚区提升产业导入层次和主导产业强链、增链、补链，分类梳理重点企业、产业上下游关联企业。以集聚区为载体编制完成了《十大行动计划商务招商指南》。二是建立了集聚区产业招商引资机制。组建集聚区专业招商团队，搭建集聚区招商平台。

（4）产业和政务政策制定情况

《简阳·西部电子商务集聚发展区推进工作方案》、《简阳市促进招商引资推动产业发展相关政策清单的通知》、《简阳·西部电子商务集聚发展区项目建设支持政策》等政策在用地指标、资金支持等方面为集聚区发展给予支持。《抢抓“东进”机遇建设“三新”简阳“十大行动计划”重点项目总体方案》明确了项目管理制度，建立集聚区重点项目、重点企业制度、健全需求导向型政务服务体系，构筑双向开放合作战略实施环境，营造开放型国家化园区营商环境。

（5）基础设施及公共服务配套建设情况

一是加快推进成简快速通道和回龙大道市政道路升级改造工程，启动了集聚区环形道路建设工程，共计10条，总长约15349米。二是进一步加大了人才引进、培育力度，一方面加快了人才公寓、产业配套住房建设，另一方案制定了《简阳市引进和培育高层次高素质人才实施办法（试行）》《关于深化人才发展体制机制改革加快推进简阳发展新跨越的实施意见》《关于加强高层次高素质人才培养管理的九条措施》《简阳市优秀电子商务人才培养计划实施方案》《简阳市2017年鼓励金融创新实施方案》等政策。

4. 集聚区2018年工作思路

（1）进一步修改完善集聚区建设实施方案。明确重点产业，将实施建设工作量化到每个责任单位，纳入服务业目标考核。

（2）拓展集聚区，完善配套设施，增强承载功能。一是按照简阳市服务业发展领导小组会议要求，结合简阳城市总体修编，将集聚区拓展至10平方公里以上。二是建设污水处理设施，保证集聚区项目入驻需要。三是积极引入韵达、信基等项目入驻，完善产业链条，构建电子商务产业生态圈。

（3）聚焦电子商务平台，打造“核心载体”。一是吸引成熟电子商务平台型企业设立区域性总部，打造“电子商务总部企业楼宇”，围绕打造电子商务产业生态圈，力争

引进 2-3 家电子商务全球 IT 公司 100 强、中国互联网企业 100 强、物流企业 100 强等企业入驻。二是吸引综合性电子商务平台企业设立独立功能子平台。重点招引国内平台型企业百强企业设立技术、设计、融资、支付等细分功能平台，同时加快培育发展本土平台企业。三是打造电子商务平台企业专业孵化楼宇，引入以 ASP、SaaS 等新兴模式为代表的平台应用服务集成商，为平台企业提供硬件、软件、人才等全方位服务。

（四）聚焦跨境电子商务业务，促进跨境电子商务发展

积极引进国内外知名跨境电子商务企业，鼓励国光农化、帝王洁具等本土企业与境外电子商务企业强强联合，带动区域跨境电子商务及相关产业发展。实施跨境电子商务培育工程，引导外贸企业积极对接国内外知名跨境电子商务平台开展通关、物流、外汇、退税、金融等“一体化”服务业务。加快制定跨境电子商务优惠政策，尽快启动跨境电子商务方面的机构建设。

（五）聚焦功能配套，提升产业配套能级

加快制定出加快电子商务发展的战略规划，适时制定和执行加快电子商务发展的税收政策、金融政策。规划建设产城一体的电子商务示范区，重点培育唯品会（中国）西部总部基地、安博简阳物流中心、海底捞物流配送基地、亿联商贸城、天慧 e 家天下等重大项目，着力搭建研发—培训—孵化平台、会展交易转化促进平台和综合服务平台三大平台。加强引进高附加值电子商务专业服务商。

（六）聚焦可及共享，强化资源要素支撑

搭建常态化、可持续、有吸引力的人才对接交流平台，加强招才引智力度。加强电子商务专项培训，安排不低于 100 万元的培训资金。

三、电子商务示范创建专题报告

（一）国家级电子商务进农村综合示范县

1. 简阳市

（1）发展概况

2015 年，简阳市被国家商务部评选为国家级电子商务进农村综合示范县。截至 2016 年 11 月底，简阳市电子商务进农村综合示范项目已经基本完成，建成一个县级电子商务公共服务中心和升级改造两个物流配送中心，建成乡镇电子商务服务站 100 个、村级电子商务服务点 270 个，村级电子商务服务网点覆盖率达 38.05%；完成电子商务人才培训 3700 人次；通过线下线上品牌推广活动，实现农产品交易额达 2900 万元。

（2）2017 年工作举措

加强物流网络体系建设。统筹建立市级农村电子商务服务中心，在各乡镇（街道）设立农村电子商务服务站，在全市有实际需求的各重点村（社区）、涉农企业等设置农村电子商务服务点，规划了六条物流线路，初步完成县、乡（镇）、村三级物流配送体系，着重解决由乡镇到村“最后一公里”物流瓶颈问题。

广泛开展电子商务培训。积极与高校和科研院所、唯品会、阿里巴巴等国内知名电子商务企业合作，采取多种方式开展电子商务知识培训，提高电子商务知识在农村的普及率和知晓度。

加快推进“电子商务扶贫”工作。加快引入扶贫主体，成功引进四川寻农集电子商务有限公司。鼓励电子商务企业进农村，根据受扶乡镇的农产品及物流条件，为受扶乡镇建立销售物流培训、电子商务培训、电子商务配套等基础体系，以及产品包装、店铺运营、电子商务企业孵化、农产品上行等指导。鼓励电子商务企业与贫困农户建立“一对一”的帮扶机制。制定《简阳市商务局简阳市财政局关于开展 2017 年商务扶贫专项资金（部分）申报的通知》，以专项资金采取奖励、补贴等支持方式，支持从事农村电子商务的市场主体。

2. 蒲江县

(1) 发展概况

2015 年，蒲江县被评为成都市农村电子商务示范县，2016 年分别被评为省级、国家级电子商务进农村示范县。蒲江县已形成以县城为中心，以乡镇为骨干、以广大农村和新型社区为支点的三级电子商务网络。县内各大龙头企业、合作社和个体共计 1000 余家开展以农产品网销为主的电子商务应用。2017 年全县电子商务交易额达 73.98 亿元，同比增长 43.91%；全县农产品网络零售额达 6.72 亿元，同比增长 51.95%；其中水果零售额 4.44 亿元，在农产品网络零售额中的占比达 66.02%。

(2) 2017 年工作举措

加快完善物流网络体系。加快县级农产品冷链物流项目建设。打造农村电子商务服务站点及镇村配送网点，现完成县级物流分拨中心装饰装修及设备安装，整合邮政、菜鸟物流、安能物流及百世汇通入驻；依托“万村千乡”、便民店、村淘服务站及邮政代办点在全县已建成 67 个电子商务服务站及物流配送服务站，其中 9 个乡镇级服务站。

改造提升县级电子商务公共服务中心。公共服务中心内设前台服务区、产业展示区、大数据中心、线上线下体验区、培训中心、孵化中心、电子商务企业集中办公区、摄影区、会议室等 9 大公共配套中心。同时建设电子商务监管指挥中心。在县市场与质量监管局大厅建设集网店监测、品牌维权、市场执法、风险预警、征信评价、领导决策等功能于一体的一站式网络商品监管系统，系统现已初步上线运行。

加快推进农产品质量保障体系建设。实施贯穿种植、投入品使用、采摘、储存、运输、加工、销售等全过程质量安全信息可追溯系统开发，选取猕猴桃、柑橘、茶叶种植基地，逐步建立网销农产品溯源体系。

开展农产品品牌培育宣传推广活动。依托蒲江丰富的农产品资源，开展 2018 年线上线下年货购物节；拍摄残疾人杨添财电子商务创业励志微电影；开展“蒲江雀舌”宽窄巷子专场推介活动，通过宣传推广，打造蒲江猕猴桃、蒲江丑柑、蒲江雀舌、蒲江米花糖等区域公共品牌。

积极开展县乡村三级电子商务培训。对农村青年、未就业高校毕业生、农民、残疾人、贫困户等开展多层次电子商务人才培训，免费指导创业就业。同是对电子商务企业、合作社、个体等开展实操技能培训，为本地培养高级电子商务人才。截至目前，共计完成各类培训 4200 人次。

(3) 2018 年工作重点

深入推进示范项目建设。一是继续加快推进项目建设，项目推进中按项目进度加快资金拨付，提高中央财政资金使用效率。二是完善电子商务发展扶持政策，提升项目建设运营能力。三是进一步完善县级相关部门和乡镇的协调配合机制，形成电子商

务持续发展合力。

强化电子商务人才培训工作。一是加大专业电子商务人才的培训，开展电子商务人才需求定向培训，引导全县电子商务企业打造知名电子商务品牌；二是加大对贫困户培训的覆盖面，定期将培训场所设置在村委会，方便贫困户多了解相关知识，发挥电子商务精准扶贫优势；三是加强对乡村电子商务服务站点从业人员业务操作技能的培训，在确保培训实效方面多下功夫，进一步提升服务和管理水平。

加快物流体系建设。依托四川易田电子商务有限公司，整合快递物流企业入驻县级电子商务物流分拨中心，加快建设“工业品下乡”流通渠道，解决村民最后一公里问题。依托蒲江阳光味道市场经营管理有限公司，加快建设集农产品冷链仓储、分拣、包装、配送、电子商务配套服务于一体的“农产品上行”通道，构建“工业品下乡”与“农产品上行”双向流通体系。

促进产业融合发展。一是通过加大项目资金投入，开展农产品物流体系建设、农产品全程质量可追溯体系建设、电子商务监管系统建设，倒逼农业产业结构调整和优化升级，加速农产品产业化、标准化、品牌化发展。二是积极引导传统工业企业进行信息化改造，开展电子商务外包服务、探索智能物流、跨境电子商务等新型业务，拓宽销售渠道。三是借助互联网深度整合“美丽蒲江·绿色典范”旅游产业资源，开展石象湖、朝阳湖、西来古镇等“智慧旅游景区”建设，带动全县产业融合发展。

（二）国家级电子商务示范企业

根据商务部发布的《关于商务部 2017—2018 年度电子商务示范企业名单的公告》，共有 238 家企业被确定为商务部 2017—2018 年度电子商务示范企业，四川省共有 11 家，其中成都市企业有 7 家，分别为壹玖壹玖酒类平台科技股份有限公司、成都映潮科技股份有限公司、四川创物科技有限公司、成都九正科技实业有限公司、成都天地网信息科技有限公司、成都泉源堂大药房连锁股份有限公司、四川文轩在线电子商务有限公司（见表 2-3）。

表 2-3 成都市国家级电子商务示范企业名单

序号	行业	企业名称	企业简介
1	商贸	壹玖壹玖酒类平台科技股份有限公司	1919 专注于酒类行业，致力于打造从厂家到消费者之间最快捷、成本最低、推广效率最高的集订单、采供、物流、数据营销一体的 O2O 酒类新零售平台
2	信息服务	成都映潮科技股份有限公司	专注互联网大数据，坚持自主创新，目前拥有全国监控互联网平台数量最多的大数据中心，具备领先行业的独有优势，已取得 15 项计算机软件著作权和 18 项作品著作权

续表

序号	行业	企业名称	企业简介
3	物流	四川创物科技有限公司	专注于互联网及移动互联网电子商务新模式的研究，致力于根据互联网及移动互联网的需求发展和业务深入，进行“众包”电子商务信息服务平台的开发及运营
4	商贸	成都九正科技实业有限公司	公司主要向面向全国的建材、家具、家居上下游产业链企业提供市场基础信息和行业深度研究服务
5	商贸	成都天地网信息科技有限公司	打造了天地网信息服务平台和电子商务交易平台，并拥有自己的电子商务基地。天地网信息服务平台—中药材天地网实现对全国上千个中药材品种的价格、产量、种植面积、交易情况进行采集、处理和实时发布，服务于全国 60 万行业用户
6	商贸	成都泉源堂大药房连锁股份有限公司	公司旗下网上药店—泉源堂大药房是获得国家食品药品监督管理总局颁发的《互联网药品交易许可证》的合法网上药店
7	商贸	四川文轩在线电子商务有限公司	公司主要承担新华文轩出版传媒股份有限公司的电子商务业务，在成都、天津、无锡建设了三个物流基地，总仓储面积达 12.6 万平方米，并设有北京、天津、无锡三家分公司

（三）成都市省级电子商务示范企业

四川省商务厅依据《电子商务示范企业创建规范》，按照企业自主自愿申报、各市（州）商务主管部门初审、商务厅审核，最后组织专家按照公平、公开、公正的原则对申报材料进行评审的步骤，最终选出 46 家企业作为 2017—2018 年度四川省电子商务示范企业，其中成都市市属企业共 17 家。从企业类型来看，占比最高的为电子商务服务企业，其次为网络化服务企业和网上零售企业（见图 2-4）。

（四）成都市电子商务示范平台企业

2018 年 1 月 23 日，成都市举办了“成都市大力培育平台企业 推进流量经济发展研讨会”，正式公布成都市首批 50 家示范型平台企业，其中成都市市属平台企业 37 家。首批示范型平台企业认定由成都市服务业发展领导小组办公室牵头，联合专业院校、专家学者、行业组织、投资机构等机构共同参与认定。从考量指标上来看，量化指标主要包括，运营时间两年以上，最近一个年度的营业收入达 500 万元且增长率达

表 2-4 成都市市属电子商务示范企业名单

序号	企业名称	示范类型	平台名称（网站）	网址
1	四川特驱投资集团有限公司	网上零售企业	特驱商城	http://mall.sctequ.com
2	成都尚作农业科技有限公司	网上零售企业	尚作有机	www.sunyuki.com
3	四川阿么鞋业有限公司	网上零售企业	阿么女鞋	www.ameshoes.com
4	四川省乐客电子商务有限公司	网上零售企业	乐客优品	www.lekeep.com
5	成都医贸通电子商务有限公司	网上批发企业	医贸通	www.cdemt.com
6	四川西华国际贸易有限公司	网上批发企业	百构钢铁选配中心	www.88886868.com
7	四川商通实业有限公司	网络化服务企业	和信通城市会员平台	www.scs ShangTong.com www.hexinpass.com
8	成都万家和家政服务有限公司	网络化服务企业	万家和家政服务综合平台	www.wjhjz.com
9	四川臬辉科技有限公司	网络化服务企业	屋托邦装修服务专卖平台	www.trond.cn
10	四川骏逸富顿科技有限公司	网络化服务企业	微问诊	www.cdfortis.com
11	四川易田电子商务有限公司	电子商务服务企业	易田电子商务平台	www.yitianchain.com
12	成都久广科技有限公司	电子商务服务企业	久广公共服务平台	www.ijiuguang.com/
13	成都顺点科技有限公司	电子商务服务企业	源本生鲜食品流通溯源电商交易平台	www.ybveg.vom
14	四川品胜品牌管理有限公司	电子商务服务企业	品胜当日达	www.pisen.com.cn
15	四川睿华人力资源管理有限公司	电子商务服务企业	劳动用工服务平台	http://www.scrhhr.com
16	成都途图乐科技有限公司	新兴经济电子商务企业	私家车位	www.pparking.cn
17	成都陌云科技有限公司	新兴经济电子商务企业	洋姑妈优采跨境电商服务平台	www.moyuntv.com

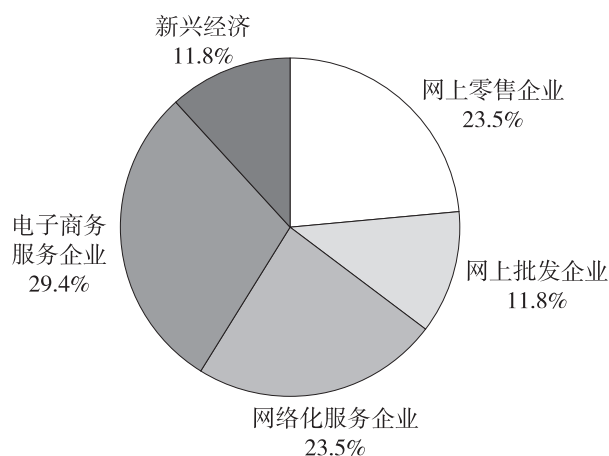


图 2-4 成都市市属电子商务示范企业类型分别

20%或最近一个年度的平台交易额达 5000 万元且增长率达 20%；非量化指标主要包括，平台特征明显、新技术应用超前、新模式运营高效、新业态优势突出、新产业特色鲜明等，有较强的市场竞争能力和持续盈利能力等。从行业分布上来看，成都市市属 37 家平台企业主要为商贸业平台，其次为农业平台（见图 2-5、表 2-5）。

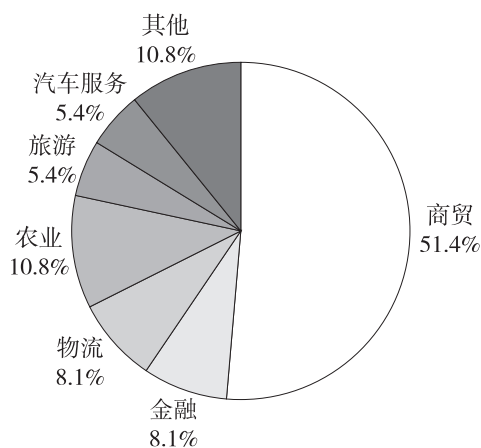


图 2-5 成都市市属平台企业行业分布特征

表 2-5 成都市市属示范型平台企业名单

序号	行业	企业名称	企业简介	旗下平台
规模型平台企业				
1	商贸	壹玖玖酒类平台科技股份有限公司	1919 专注于酒类行业，致力于打造从厂家到消费者之间最快捷、成本最低、推广效率最高的集订单、采购、物流、数据营销一体的 O2O 酒类新零售平台	1919 酒类直供（www.1919.cn）、快喝 APP
2	商贸	成都积微物联集团股份有限公司	公司致力于为用户提供钢铁、钢铁、化工等大宗商品的在线交易、支付结算、智能仓储、智慧物流、高端加工、供应链金融、跨境贸易、资讯技术等一站式服务和整体解决方案	积微物联（gt.jwel56.com）
3	商贸	四川科伦医药贸易有限公司	公司是集医药批发、医院纯销、药品基层配送及零售连锁为一体的西南地区规模最大的单体医药商业企业	科伦医药商城（klyp.kelunyy.com）
4	商贸	天府商品交易所有限公司	天府商品交易所是大宗商品实货的交易平台和大宗商品衍生品场外交易的结算平台，涵盖钢铁、化工、农林、有色金属、酒类、珠宝六大类，包括 27 个交易品种	天府商品交易所（www.chinatme.com）
5	旅游	四川我要去哪科技股份有限公司	在线旅游交易平台和差旅服务 SaaS 云平台，致力于做中国最大的、开放的、中立的在线旅游交易平台	517 旅行网（www.517na.com）
6	金融	成都摩宝网络科技有限公司	致力于成为一体化的移动互联网电子商务平台运营商和服务提供商，为合作伙伴及终端用户等提供包括移动互联网电子商务的渠道推广、搜索导购、预订支付、行业应用等电子商务服务	摩宝互联网支付平台（Mo 宝支付）
7	商贸	成都英黎黎科技有限公司	主营社区终端互联网 + 服务平台的销售与运营服务，涉及通讯，烟草，金融，旅游，福彩等五大行业	英商盟（www.inlee.com）
8	商贸	四川文轩在线电子商务有限公司	公司主要承担新华文轩出版传媒股份有限公司的电子商务业务，在成都、天津、无锡建设了三个物流基地，总仓储面积达 12.6 万平方米，并设有北京、天津、无锡三家分公司	文轩网（www.winxuan.com）

续表

序号	行业	企业名称	企业简介	旗下平台
9	农业	四川公用信息产业有限责任公司	公司现主营天虎云电子商务平台,承接运营“互联网+四川制造”平台,承接运营国家农业部全国信息进村入户总平台(即“全国益农平台”),承接运营四川省全企上网工程、“双推工程”,承接运营四川“幸福美丽新村建设工程”	天虎云商 (www.tyfo.com)、天虎云商 APP
成长型平台企业				
10	旅游	成都途风国际旅行社有限公司	向用户提供出境旅游服务,主要包括多日游、机票、签证、当地特色民宿、当地特色活动、门票、演出、邮轮等	途风网 (www.toursforfun.com)
11	商贸	成都市极米科技有限公司	公司主要从事极米无屏电视的研发、生产、销售及相关增值业务。产品采用线上+线下全渠道运营的 O2O 模式,在京东、天猫、苏宁、国美等多个平台进行线上销售	
12	汽车服务	成都路行通信息技术有限公司	公司专业从事汽车领域相关技术服务,致力于搭建中国最大的车联网服务平台	凯励程 APP
13	票务服务	四川倍施特科技股份有限公司	专注于公路客运信息化建设及旅客电子商务服务,专业从事公路客运核心软件研发、系统集成、公路出行运营服务等	四川汽车票务网 (www.scqcp.com)
14	物流	成都我来啦网络信息技术有限公司	公司发并运营基于“速递易”的便民自助服务网格与平台,实现速服务从单独分散投递到集中投递的转变	
15	商贸	成都顺点科技有限公司	以提供信息技术服务为主导、以优化垂直供应链网络为目标,专注于综合应用移动互联网、大数据技术为食品安全产业链提供企业级和政府级高效管理信息系统	源本生鲜食品流通溯源电商平台 (www.ybveg.com)
16	农业	成都云图生活电子商务有限公司	致力于打造中小城市及农村地区互联网生活平台	云图生活平台 (APP)
17	商贸	成都九正科技实业有限公司	公司主要面向全国的建材、家具、家居上下游产业链企业提供市场基础信息和行业深度研究服务	九正建材网 (www.jc001.cn)

续表

序号	行业	企业名称	企业简介	旗下平台
18	商贸	成都金牛制冷有限责任公司	专注于制冷、暖通、空气净化化行业的贸易企业	
19	农业	成都尚作农业科技 有限公司	致力于推动有机农业发展，提倡自然健康的家庭生活，关注环境保护的新型企业，建立了从生产、采摘、加工、配送的有机食材全产业链 ERP 控制体系	尚作有机
20	商贸	四川西华国际贸易 有限公司	构建“百构钢铁选配中心”项目，实现了传统钢贸行业通过电子商务销售的多渠道经营模式	百构钢铁选配中心
21	金融	四川商通实业有限 公司	公司主要经营和信通移动电子商务综合服务平台运营与管理，提供电子商务与支付服务	和信通城市会员平台
22	金融	成都支付通新信息 技术服务有限公司	公司结合各便民行业（水、电、气、通讯、医疗、教育等）特点与需求，开发出兼容多系统、多支付方式、多账务体系的公共缴费服务平台	支付通
23	商贸	成都天地网信息科 技有限公司	打造了天地网信息服务平台和电子商务交易平台，并拥有自己的电子商务基地	中药材天地网（www.zyctd.com）
24	物流	四川驹马企业管理 有限公司	专注于城市物流的互联网平台	
25	商贸	四川品胜品牌管理 有限公司	公司负责广东品胜所有产品线上线下渠道的全面营销推广及销售工作	品胜当日达
26	商贸	成都陌云科技有限 公司	致力于“媒体+电子商务”融合领域的业务探索	洋姑妈优采跨境电商服务平台
初创型平台企业				
27	商贸	四川阿么鞋业有限 公司	集开发、销售于一体的互联网鞋业公司，专注鞋类产品的研发设计，实现多平台全网布局	鞋仓网（鞋仓 APP）

续表

序号	行业	企业名称	企业简介	旗下平台
28	农业	四川易田电子商务有限公司	专业从事农村电子商务平台建设与运营	易田电子商务平台
29	医疗卫生	四川骏逸富顿科技有限公司	专业从事互联网+医疗及提供远程药学、医学服务和电子处方流转的高新技术企业,经营范围涉及研发、销售计算机软硬件及技术服务,金融外包服务等	微问诊 APP
30	汽车服务	四川智迅车联科技有限公司	专注于汽车后市场移动互联网服务	保行天下 (www.zhixunchelian.cn)
31	商贸	四川易加安防科技有限公司	专注于劳保用品行业	易加 劳保 (www.yijialaobao.com)、 易加 劳保 APP
32	商贸	成都娃娃网络科技有限公司	以“娃娃网—鲜花交易平台”为核心品牌业务,为鲜花行业提供全产业链服务的交易平台	娃娃网 (www.huawa.com)
33	商贸	四川省乐客电子商务有限公司	企业主营业务有百货、日化、农副产品、预包装食品、计算机软硬件、电子产品等	乐客商城 APP、乐客商户 APP
34	物流	四川创物科技有限公司	专注于互联网及移动互联网电子商务新模式的研究,致力于根据互联网及移动互联网的需求发展和业务深入,进行“众包”电子商务信息服务平台的开发及运营	“人人快送”众包物流信息服务平台
35	信息	好哇网(成都)信息技术有限公司	公司深耕互联网餐饮行业,旗下产品—好哇智慧餐饮系统是国内首家餐饮业“全渠道整合”运营方案提供商	好小二 APP
36	商贸	成都爱我科技有限公司	打造“找我网”婚礼服务在线预订平台,提供个性化定制婚礼服务及周边相关服务	找我网
37	文化	成都古羌科技有限公司	主要运营一家原创网络小说平台,公司业务均围绕看书网的原创小说内容展开	看书网 (www.kanshu.com)

四、跨境电子商务发展专题报告

（一）成都市跨境电子商务发展现状

目前，成都市跨境电商产业园区达到 6 个，开展跨境电商实绩企业达到数百家，跨境电子商务交易规模从 2015 年的 8.5 亿元快速增至 2016 年的 23 亿元，增幅达 270.6%，2017 年将突破 50 亿元，增长 120% 以上。从产品购买平台上分析，成都市民常用的“海淘”平台为天猫国际，占比 36%，其次为京东全球购；从产品类别上看，成都市民最喜爱购买保健品，占比 37%，其次为个护产品（见图 2-6）。

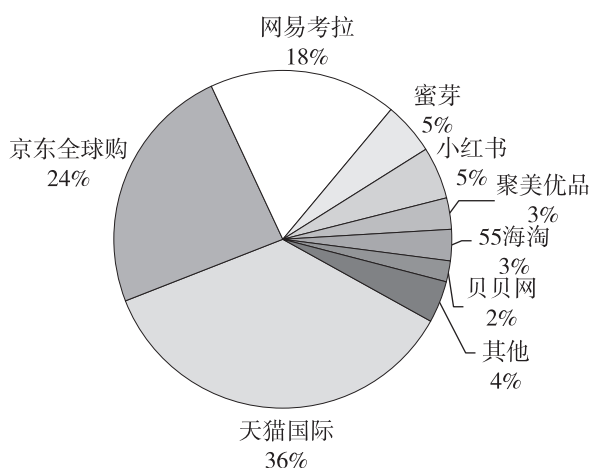


图 2-6 2017 年成都市跨境网购常用平台（中国平台）

数据来源：亿邦动力研究院

（二）成都市跨境电子商务发展特点

1. 业务模式持续丰富，交易规模加速扩大

成都国际铁路港、成都航空港以及综合保税区、保税物流中心（B 型）等海关特殊监管区域（场所）已能开展进出口双向全品类跨境电商业务，包括直邮进口业务（海关监管代码 9610 项下）、保税备货进口（海关监管代码 1210 项下）、保税跨境电商 A（海关监管代码 1239 项下）、一般出口（海关监管代码 9610 项下）和特殊区域出口

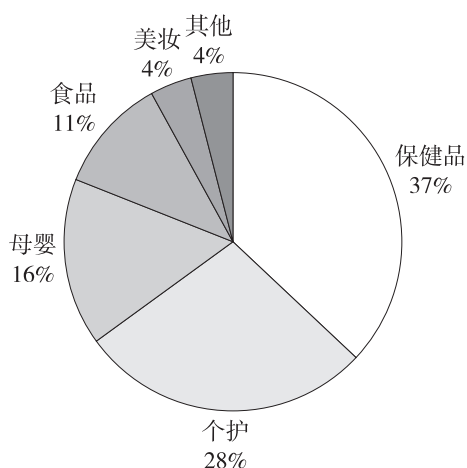


图 2-7 2017 年成都市跨境网购产品分类

数据来源：亿邦动力研究院

(海关监管代码 1210 项下)。

2. 线上平台不断优化，线下园区加快发展

成都跨境电商公共服务平台已具备进出口双向申报功能，并在双流空港、双流综保、双流邮政、青白江铁路港等园区实际投运。平台已接入企业 150 余家，完成跨境电商申报 24 万余单。目前，全市共有跨境电商产业园区 6 个（青白江铁路港、双流综保、双流空港、双流邮政、武侯女鞋、高新综保），已建成保税物流仓 26 万平方米，其中：双流综保区 10 万平方米、双流空港保税物流中心 5 万平方米、青白江保税物流中心 6 万平方米，高新保税物流中心 5 万平方米。共聚集跨境电商企业 300 余户，O2O 体验店及进口商品展示中心 6 万平方米。

3. 制度不断优化，营商环境持续改善

成都市已实现海关监管模式创新、检验检疫监管流程优化、支付和结售汇服务优化、税收征管服务创新等 4 个方面 14 条创新举措。连续两年出台的跨境电商资金扶持政策，从主体培育、交易平台做大做强、基础环境建设、供应链物流建设、融资体系建设、人才引进培养等 7 个方面 22 个方向支持 130 余家跨境电商企业在蓉聚集发展。京东、谷歌、阿里、敦煌、Ebay、Wish 等国际国内知名跨境电商企业扩大在蓉布局版图，亚马逊、网易考拉、聚美优品、唯品会、小红书等跨境电商企业加速向成都转移和聚集。

（三）成都市跨境电子商务存在问题

成都市跨境电子商务发展存在的问题主要集中在以下三点：

一是支付结算、融资保险等金融支撑不足，产业后发优势不明显。目前，在成都

市注册备案且在本地银行开设资金账户的第三方支付企业 5 家，已获得跨境支付牌照企业仅 1 家，待外汇局批准跨境支付牌照企业 1 家，跨境电商本地留存和沉淀资金条件不足，大量跨境电商线上交易资金通过其他支付企业流向外地，无法为本地跨境电商企业提供融资保险等更多金融支持。

二是跨境电商进出口货物国际物流成本偏高，地区比较优势不明显。目前，成都尚无全货运基地航空公司，成都离港国际航班均为民用航班腹舱带货，配载能力与一线城市差距较大。同时，机场货站服务费、货物理货费、监管车租用费等成本费用较其他城市口岸偏高，加之口岸操作费用补贴力度与沿海地区还存在一定差距，落地性不强，无法有效支持企业实际业务开展。这些因素都在一定程度上制约了跨境电商快速和规模化发展。

三是缺乏专业人员和创新创业团队，整体氛围营造还有待加强。跨境电商出口产品多属长尾商品，具有客单量小、交易频次高、产品生命周期短等特点，传统外贸出口企业由传统贸易方式转为跨境电商存在一定难度，跨境电商专业人员和创新创业团队培养相较沿海地区存在较大差距，特别是在前沿理念吸收、职业技能提升、商业模式创新上还很欠缺。

（四）成都市跨境电子商务发展趋势

2018 年，全球经济正处于深度调整和动能切换的关键时期。国际贸易作为全球经济增长最核心的驱动力，近几年受全球供给不平衡、汇率波动、贸易保护政策等诸多不利因素的影响，一直处于低迷状态。全球贸易亟待寻找新的突破口，建立普惠、稳定、持续的贸易机制。成都作为连接“一带一路”倡议的重要枢纽和“向西开放”的战略前沿，是推进亚欧、亚太互联互通和经济贸易一体化的战略支点城市，未来，成都市将围绕全市“三步走”战略目标，加快培育跨境电商产业链，努力构建数字贸易生态圈，以跨境电商监管政策的创新为突破，推动货物贸易便利化，与杭州、重庆、郑州等城市对比，错位发展，在全国范围内形成具有创新示范效应的“成都模式”；以跨境电商服务商为基础，吸引和培养一批具有全球跨境电商的服务机构，同时加强区域内产业氛围的营造，以发展流经济，提升成都城市品牌在全国乃至全球的影响力，将把成都建设成“全球跨境电商服务资源中心”。

一是跨境电商产业生态圈将得到不断完善。现在跨境电商进入了 3.0 时代，3.0 时代最显著的特征就是多平台、多品类、多渠道，包括商品、科技、导流的套路、物流商、内容营销、终端保税、知识产权、安全、合规、售后等众多场景在内的跨境电商生态圈将越来越丰富，越来越发达。成都跨境电商综试区经过近两年发展，已构建起发展所需的基础产业格局，但整体而言产业生态圈还需进一步完善。未来，在平台建

设方面，成都市将对跨境电商线上平台的扩能完善、青白江区和双流区等重点区域口岸公共监管场所及仓储建设完善、海外仓建设、支付和结算体系构建、产业政策体系完善等方面进行重点突破，以更加便利通关保障与服务、更有竞争力综合成本、更加完备产业体系支撑，营造中西部跨境电商发展环境标杆。

二是跨境电商规模将进一步扩大。龙头企业带动无疑是产业发展最有力的支撑，成都跨境电商综试区应通过加大对企业招引和培育力度，不断做大交易规模。在出口方面，重点推动引进亚马逊跨境出口项目，进一步培育邮政出口跨境园区做大做强，加大对已引进的谷歌、阿里新外贸、敦煌网、Ebay、Wish 等出口知名平台企业的落地培育，同时大力推动本土传统出口外贸企业转型升级，着力打造跨境电商“出口生态圈”。在进口方面，力争京东全球购尽快落地开展业务，实质性推动聚美优品、网易考拉、唯品会、小红书等项目落地成都。同时，对现有澳美优品、合众兴等 200 余户本土跨境电商进口企业给予更加有针对性的产业服务和政策引导，推动形成本土跨境电商竞争新优势、新动能。

三是跨境电商品牌建设步伐加快。随着消费升级，建立品牌是未来跨境电商发展的重要策略。在国家大力支持发展跨境电商，一方面跨境电商市场规模快速增长，消费者快速增加，另一方面卖家、平台数量也是呈爆发式增长，这一切标志着低质低价的模式已经过时，提高附加值、产生自然流量是未来跨境电商卖家以及平台的重要转型升级方向。

四是口岸服务水平不断提升。成都市于 2017 年 7 月出台“产业新政 50 条”，要求大力发展铁路枢纽建设和航空运输，实施国际国内互联互通战略，为跨境电商加快发展提供有力支撑，为跨境贸易提供更多选择通道。在铁路方面，稳定“北、中、南”三线并行格局，大力拓展国内班列，稳定开行成都至国内主要枢纽节点城市的互联互通班列，加快形成联通泛欧泛亚地区的“蓉欧+”国际铁路货运班列体系；在航空方面，力争到 2022 年，成都国际地区航线总数达到 120 条，其中定期直飞航线 70 条，构建完善覆盖欧美澳非亚的国际客货运航线网络体系。

五、农村电子商务发展专题报告

（一）成都市农村电子商务发展现状

2017年，围绕高水平电子商务中心城市建設目标，成都市深入推进农业农村电子商务建設工作，农村电子商务实现了快速发展，全年农村网络零售额实现306.00亿元，在全市网络零售额中占比12.88%，较去年提升1.87个百分点，在全川农村网络零售中占比达43.10%，较去年提升2.44个百分点，引领全川农村电子商务发展。同时，农产品电子商务蓬勃发展，上行壁垒不断打破，全年农产品网络零售额实现59.27亿元，其中水果实现15.91亿元，在农产品网络零售额中排名第一。2017年，成都市农村电子商务发展亮点突出，主要体现在以下三个方面。

一是农业农村电子商务三级服务体系逐渐完善。建立了县级服务中心、镇级服务站点、村服务站点的三级农业农村电子商务服务体系，深入开展农村电子商务叠加服务建设。2017年在彭州市丹青山镇、大邑县安仁镇等11个示范镇开展农产品电子商务示范镇项目建设，同时提供农民创业、购物、便民生活和金融服务等综合叠加服务功能。

二是探索攻克“最后一公里”难点。以成都内贸流通体制发展改革综合试点为契机，以五城区、高新区和天府新区范围内100个城市社区生鲜农产品电子商务配送示范点为重点，实现了电子商务拓宽农产品销售渠道的功能。

三是着力完善农村电子商务人才保障体系。通过区县和市级开展多种形式的农业农村电子商务人才培训，共开展电子商务人才培训25批次，累计培训3000人次，涌现出一批优秀的运营商。

（二）成都市农村电子商务发展特点

1. 示范试点工作成效突出

目前成都市共有2个国家级农村电子商务示范县，1个省级农村电子商务示范县，3个市级农村电子商务示范县，26个特色农产品电子商务示范镇、31个互联网小镇、60个市级农村电子商务试点村。全州市级以上龙头企业电子商务应用率超过90%。通

过验收首批及第二批市级农村电子商务示范县、试点村验收工作，成都市归纳总结出农村电子商务在倒逼农业转型升级、促进农村服务升级、助推农民增收致富、推进农村创新创业等四个方面的八大成效，摸索出“互联网+农产品”“互联网+基层政务”“互联网+精准扶贫”“互联网+农村共同配送”等农村电子商务发展模式，已经形成较为成熟的可复制、可推广的农村电子商务的发展模式。

2. 基础设施配套建设加快

一是加快推进农产品冷链流通标准化建设试点城市建设工作。积极推进银犁、康源、铖悦等3个农产品冷链重点项目。二是开展供应链体系建设综合试点工作。三是推进中心城区标准化菜市场建设。已确定中心城区7个标准标准化菜市场建设，目前市场正在建设之中。

3. 品牌营销力度大

通过开展品牌宣传、举办采摘活动、创新网络销售等方法，做活“线上网销”、强化“线下采销”，成都市蒲江雀舌、水蜜桃、猕猴桃、丑柑等重点产业的特色农产品品牌更加响亮。通过一系列农产品电子商务品牌营销活动，整合线上线下资源，打造出了一批具有高辨识度和丰富文化内涵的区域品牌，2016年中国品牌价值评价信息显示“蒲江猕猴桃”品牌强度为892，品牌价值达102.35亿元；“龙泉驿水蜜桃”在水蜜桃类百度关键词搜索中位列全国各城市排名第一，成为真正的全国第一桃，品牌价值达到70.69亿元。

专栏3 2017年成都市特优农产品品牌营销推介会

2017年3月，在成都伊藤洋华堂高新店启动“四川质造·成都名物”联展联销活动，打造“成都造”农产品进超市的第一站。

2017年4月，组织全市近20家知名电子商务平台，配合“成都造 中国行”北京站活动，开展线上线下名优特新农产品品牌推广，并在新浪网上评选出了成都市最受北京市民喜爱的十大品牌产品。

2017年6月，举办龙泉驿水蜜桃线上线下品牌新闻发布暨品牌营销推介会，吸引了俄罗斯、日本、韩国、波兰、中国香港、中国台湾等国家和地区的数十家水果渠道商，以及盒马鲜生、天虹超市、伊藤洋华堂、沃尔玛等知名超市，全球水蜜桃渠道商齐聚，再掀龙泉驿水蜜桃出口新高潮。

2017年9月，“2017四川猕猴桃推介会”在台北举行，重点推介了来自成都都江堰和蒲江的猕猴桃。

2017年11月，天府源·成都农产品蓉欧班列发车仪式在成都集装箱中心站举行，成都农产品区域公用品牌“天府源”首次组织特色农产品（猕猴桃、柑橘、莴笋、羊肚菌等）通过中欧班列（蓉欧快铁）拓展欧洲市场。通过“天府源”品牌整合资源，建立品牌营销平台，从此成都市农产品零散化出口的局面得到实质性改变。

4. 龙头企业发展势头强劲

成都市重视培育农业农村电子商务主体，支持农业农村电子商务龙头企业做大做强，重点推进和培育中药材天地网、吉峰农机、四川易田、云图生活等市重点农业农村电子商务平台。

专栏4 成都市农村电子商务龙头企业简介

中药材天地网：已建成了由信息采集处理中心和1000个信息采集点，对全国上千个中药材品种的价格、产量、种植面积、交易情况进行采集、处理和实时发布，服务于全国60万行业用户。天地网电子商务交易平台—中药材诚实通，注册用户50万人，累计开通店铺2万余个，在售商品数超过15万个。2017年交易额近10亿元，预估撮合交易160亿。天地网产区电子商务基地—“互联网+道地药材”服务基地，已在全国41个道地产区完成建设。主要为当地农户、种植合作社提供仓储、加工、质检、金融等服务，从源头提升道地药材产地种植、初加工服务水平。2017年6月，天地网完成上海天亿集团5亿元融资，未来公司将持续强化线上功能和线下布局，加快启动中远期合约交易，着力打造中药材全新生态圈形成。

云图生活：云图生活为中小城市及农村地区互联网生活平台企业，目前已经在全国20个省，建立了4177个乡镇旗舰店，辐射农村人口一千万人，培训300万名农民熟练使用网络购物。通过建设县级运营中心，整合京东、途牛、圆通、腾讯等大型电子商务企业、物流企业、娱乐企业等战略合作伙伴的产品入驻，将农村电子商务真正落地生根。截至2017年11月底，云图生活平台交易额突破20亿元，同比增长21%。未来三年，云图生活继续深化全国已覆盖的2300个县域及10万个乡镇村级，继续改造高标准体验店不少于1万个，发展会员1000万人，服务农户超过1500万人，销售收入达到50亿元，上缴税收8000万元，成为中国具有一定影响力的农村电子商务平台。

吉峰农机：目前在全国23个省建立了200多个销售公司，并在四川、辽宁、江苏、宁夏4个省建立了物流中心，预计今年平台交易额将增加近300%，同时公司实现了应用北斗定位技术，互联网管理农机。

（三）成都市农村电子商务存在问题

1. 农村电子商务相关配套落后

首先，“最初一公里”上行问题依然是限制农村电子商务发展的首要瓶颈，目前在农村范围内极其缺乏大型有影响力的现代化物流配送龙头企业，而农业农产品在运输方面对物流配送的要求甚至高过城市产品的物流要求，需要大量的先进保鲜设备以及专业人士，而就现状来看，农村物流专业体系的落后严重阻碍着我国农产品电子商务化的发展，积极推进搭建完善体系势在必行。其次，农村电子商务服务仍然滞后，没有建成完整的生态圈。最后，资金问题依然困扰着农村电子商务发展。

2. 农产品上行滞后现象突出

目前的农村电子商务处于起步阶段和高速发展阶段，但农产品上行滞后现象尚未得到根本改观，除了相关配套设施尚未搭建完善之外，还存在以下几点原因：一是农业产业相对零散，规模化、自动化程度较低，基本还是靠散户种养为主，散户经营模式无法持续稳定的确保产品品质、更不能可能实现品牌化、标准化，因此现阶段我国多数农村电子商务经营者停留在低价销售初级农产品的“搬运工”角色上，在产品包装培育推广和质量保障体系建设方面重视不够，导致产品同质化现象严重；二是农副产品深加工明显不足，产品附加值明显偏低，低价竞争也比较普遍；三是产品品牌意识薄弱，假冒伪劣产品问题严重，易导致出现“劣币驱逐良币”问题。

3. 人才匮乏问题常态化

随着网商规模的不断扩大，日益壮大的电子商务规模使得人才缺乏的矛盾越来越突出。农民网商除了雇佣当地农民作为工人外，还雇佣大批外地村民，来自临近乡镇，有的甚至来自大城市。曾经外出务工的年轻人开始返乡，在人才加速回流的同时，无论刚刚起步的农村电子商务，还是已有领先优势的农村电子商务，在营销、运营、设计等各个岗位、在高中低各个层次，都有不同程度的人才缺口，尤其是高端复合型人才。

（四）成都市农村电子商务发展趋势

1. 乡村振兴大背景下，农产品上行总体规模再上台阶

2017年下半年开始，农产品上行得到各地政府、各大电子商务平台的进一步重视，也形成了一系列的新举措。相关数据表明，农产品电子商务还将继续保持高于电子商务整体增速的发展态势。特别是在农产品上行的渠道上，将会从单一的网络零售向网络零售、网络批发并重转变，也会从传统的电子商务依赖向传统电子商务、社交电子商务并重转变，也会从电子商务的单独行动向政府、平台、网商、传统生产经营主体

及电子商务服务业协同转变，也会从重视线上向线上线下融合转变。

2. 新经济背景下，新零售掀开农村电子商务竞争新阶段

2017年京东宣布新建100万家线下便利店其中一半要建在农村后，阿里巴巴、苏宁的线下便利店计划也相继曝光，农村电子商务最终会与传统农村商业实现线上线下的深度融合。新兴技术已经开始介入到农产品领域，新兴技术的应用及普及将会赋予农产品电子商务新的动能，帮助解决农产品上行中遇到的质量、标准和产业化等难题。

3. 农村电子商务生态圈加速构建

从简单的引入电子商务市场主体，到物流体系跟进，再到供应链整合，包括采购、仓储、包装、物流、运输、配送、售后等；再到进一步整合产业链，从农产品的选地、选种、播种、施肥、灌溉、收获一直延伸到餐桌。除此之外，政府、平台、电子商务服务商和当地企业功能定位进一步清晰，政府负责制定政策、改善公共服务、规范市场等，积极有为，不缺位、不越位，为农村电子商务更好更快发展提供基础；平台主要做好渠道延伸、平台开放、完善生态等，全方位为企业及创业者赋能；电子商务群体主要做好推广运营、新媒体宣传、大众创业等；参与电子商务的传统企业主要是做好本地服务、产品开发、带动农户等。

4. 农产品跨境电子商务日益兴起

依托“一带一路”倡议布局，农产品跨境电子商务助力农产品引进来与走出去，不仅是对“一带一路”建设的丰富和支撑，更是对我国农业发展的有力促进。农产品跨境电子商务将释放沿线各国巨大的农产品市场需求，加速推进“一带一路”沿线国家农产品贸易及时互通互惠互利，让沿线各国人民受益。依托中欧班列（蓉欧快铁）、自贸试验区等开放平台，未来成都市农产品跨境电子商务将得到有力发展。

An abstract geometric pattern consisting of several gray squares of varying sizes connected by thin gray lines. The pattern is centered around a circular node containing the text '第三篇'.

第三篇

区县篇



一、高新区电子商务发展概况

（一）电子商务发展特征

1. 电子商务交易规模持续放大

成都市高新区作为成都市经济发展的核心增长极，已于 2009 年开始布局电子商务。2012 年以来，高新区先后在现代服务业、商务服务业发展支持政策中体现支持电子商务发展的内容，支持电子商务聚集发展。截至 2017 年，高新区聚集各类电子商务企业超过 1000 家，根据“四川省电子商务大数据中心”数据显示，结合重点企业发展情况，成都高新区电子商务交易额达 2500 亿元，中小企业电子商务普及率达到 85%，全市占比第一；全年新增 15 家市级创新型电子商务企业，累计达到 156 家，新增 7 家省级电子商务示范企业、2 家国家级电子商务示范企业。

2. 电子商务应用领域不断拓展

高新区电子商务应用模式日趋多样化，应用领域不断拓宽。B2B 应用仍为主流模式，主要有电子市场、行业分销商、应用服务及信息中介等，广泛应用于建材、机械、医药、现代农业等大宗商品批发特征明显的行业中。B2C 模式应用广泛，主要有门户网站、网上直销、电子零售、网上预定、网上金融、生活资讯服务等类型，普遍应用于商业零售、信息服务企业中，出现了一批为消费者提供消费便利、生活资讯、互动空间的电子商务服务平台。C2C 模式应用活跃，电子商务成为城镇个体创业的重要领域，农村电子商务扩张迅速，有效激发了商贸市场活性。

3. 电子商务生态体系初步形成

近年来高新区高度重视电子商务的发展，坚定贯彻成都市出台的关于电子商务发展的一系列规划、政策、意见，设立了电子商务发展引导专项资金，天府软件园已经发展为高新区电子商务企业主要聚集地，建设了西部地区首家电子商务虚拟产业园。位于高新区的成都市电子商务协会通过“网商大讲堂”“成都市电子商务诚信联盟”“青年（大学生）电子商务创业大赛”等品牌活动营造良好的电子商务社会环境，高新区电子商务企业借助协会力量专注自身企业发展，凝聚发展动力。2017 年，成都市高新区深入研究国内外电子商务发展规律，分析代表电子商务平台成功案例，形成了

《成都高新区电子商务生态圈发展研究》，根据成都市高新区电子商务产业发展现状，明确近期内主要集中资源打造和完善电子商务 1.0 模式的生态圈，同时前瞻性着手电子商务 2.0 模式生态圈的规划和布局。

（二）存在的问题与困难

1. 本土电子商务领域龙头企业示范带动作用式微

电子商务属于新兴行业，是带动传统产业转型升级、激发大众创业万众创新活力的重要途径之一，高新区本地的电子商务企业大部分是交易服务类企业，企业单季营业收入普遍在千万元以下，引领电子商务创新驱动发展潮流的企业家队伍和创业群体规模还较小，在与东部省份竞争中处于劣势。

2. 电子商务与既有产业的融合倍增效应尚未凸显

中小企业集中于地方特产、化妆品等细分领域，电子商务单一化发展趋势明显，商业模式创新难有突破。

3. 商业模式创新不足导致收入与交易额差距悬殊

尽管交易总额飞速增长，但给企业带来的营业收入增长却显平稳。电子商务参与企业的主营业务收入在交易额中占比不足 1%，仅有少数技术服务企业略有盈余，平台企业和支付企业均达不到收支平衡，难以实现盈利。

4. 领军人才短缺制约本地电子商务形成辐射效应

高新区除了一些新兴的科技型企业外，大部分传统企业和劳动密集型企业的电子商务从业人员偏向于后台支撑人员，从业人员数量较少且专业水平不高，特别是能够产生电子商务辐射效应的高端人才供给不足。

（三）电子商务发展重点

加快实施电子商务方案，出台专项电子商务政策，充分调动协会、专业机构等第三方资源，深入企业调研，分析掌握行业发展动态，营造产业发展氛围，孵化一批数字经济、内容经济等新模式的创业企业和创业团队，培育一批垂直领域的电子商务平台，支持社交电子商务、移动电子商务、分享经济、线上线下融合等新业态发展和技术革新，推进传统产业、电子政务、民生等领域电子商务应用。

1. 强化电子商务生态基础设施建设

重点推进电子商务服务基地、园区、云服务平台、仓配物流等基础设施建设，升级完善高新区电子商务服务载体及配套设施，为电子商务服务资源集聚创造优良的基础环境。

2. 加快关键环节电子商务资源集聚

引导区内传统信息技术产业转型，完善配套服务产业链，形成集孵化、研发、运营、客服、呼叫中心、设计中心于一体的电子商务创新创业服务生态群落。集聚一批领先的电子商务、跨境电子商务平台企业，持续推进第三方平台的电子商务服务技术革新与功能优化，不断提升电子商务服务市场活力，提高电子商务服务企业生命力。

3. 协同发展电子商务与新经济模式、新业态

发挥电子商务对经济发展和产业转型升级的推动作用，支持社交电子商务、移动电子商务、分享经济、线上线下融合等新业态发展，推进传统产业、电子政务、民生等领域电子商务应用，引领绿色电子商务发展理念。

二、天府新区电子商务发展概况

（一）电子商务发展特征

1. 电子商务交易规模不断扩大

2017 年全年，天府新区电子商务企业已实现平台交易规模 271.08 亿元，中小企业电子商务应用普及率 85%。成都欧魅时尚科技有限公司、成都路易师傅汽车信息技术有限公司等 4 家天府新区电子商务企业被编入《成都市创新型电子商务企业案例选编》，成为成都市电子商务典型示范。

2. 电子商务营商环境不断优化

一是加大了人才引进力度，印发了《成都天府新区直管区“天府英才计划”实施办法》，全面贯彻落实成都实施人才优先发展战略行动计划，结合直管区实际，为电子商务企业人才提供政策支持。二是组织天府新区 20 余家电子商务企业参与 2017 中国（成都）移动电子商务年会、2017 成都服务电子商务发展论坛和市商务委组织的全市电子商务培训、电子商务沙龙等活动，并完成全市电子商务平台企业问卷调查。

（二）电子商务发展重点

1. 孵化培育一批优秀电子商务企业

扶持一批品牌电子商务企业，做大做强做强千行你我等有一定知名度的电子商务平台，依托平台电子商务企业发展一批上下游供应链电子商务企业，构建专业领域电子商务生态圈；培育一批成长中的电子商务企业，结合新区资源条件和产业发展重点，对飞牛巴士新能源定制小巴、友邻有家社区民生服务等特色电子商务项目给予更多发展空间；充分运用自身优势，开展商业模式创新，扩大产品销售网络，实现提质增效。

2. 优化电子商务生态发展环境

组织电子商务业务培训、行业沙龙，活跃天府新区电子商务创新氛围；运用相关扶持政策，围绕电子商务企业，从人才培养、品牌推广、入驻运营等方面给予支持；依托品牌电子商务企业辐射带动作用，引进上下游关联企业，实现企业成链发展，集聚人才、资金、技术等资源要素，以流量经济带动企业与新区良性互动、共生共赢的

健康模式。

3. 进一步梳理完善电子商务企业信息

建立天府新区电子商务企业信息数据库，对电子商务企业实行调研工作全覆盖，及时掌握企业发展变化，深入了解企业经营状况、发展需求、需协调解决的问题，保障动态化电子商务管理机制。

三、锦江区电子商务发展概况

（一）电子商务发展特征

1. 电子商务规模继续扩大

2017 年，锦江区电子商务企业完成网络交易额 705 亿元，中小企业电子商务应用普及加速，2017 年全年中小企业电子商务运用率完成 85 % 以上。

2. 电子商务企业加速集聚

锦江区聚焦服务模式创新，发现与引进轻资产和高能级项目，重点招引能精准把握生活服务需求、能利用大数据信息精准识别的共享经济、平台型企业。依托各类投融资机构和专业运营商进行各类创新创业园区、孵化平台的打造，为电子商务创新创业个体提供发展平台，截至目前，已招引电子商务企业 47 家，目前四川树德教育管理有限公司被认定为 2017 年市级创新型电子商务企业。

专栏 5 锦江区 2017 年已引进重点电子商务平台企业

58 集团：58 集团投资建设以新兴产业、金融服务业与互联网深度融合的新技术、新产业、新业态、新模式为特征的“58 新经济产业园区”，并在锦江区设立全国新业务运营中心、保险金融全国总部、全国生活服务数据中心、西部结算中心；

四川海华众讯信息技术有限公司：公司依托未来“电子车牌（电子标识）”在全国的推广，在锦江区投资建立西部一流、全国领先的汽车大数据产业园，涵盖汽车大数据运营中心、天府行汽车金融、汽车保险代理和汽车后市场等板块。

3. 传统商贸企业加快转型升级

锦江区加快推动传统商贸企业深入运用电子商务，结合智慧商圈打造，围绕体验式、全程式消费为核心，以“商务导流”为核心，将线上公共服务平台“春熙汇”与春熙路实体商贸业相互融合、相互渗透，致力打造具有春熙路特色的“一站购”区域化电子商务平台；结合公共服务平台的打造，推动传统商贸企业利用互联网，通过自

建平台或依托第三方平台实现网上销售；鼓励传统企业运用电子商务进行企业、产品、活动内容的营销推广。

专栏 6 “春熙汇”平台简介

“春熙汇”于2016年正式上线，经过一年多的集中建设，智慧商圈公共服务平台已初步成型，围绕体验式消费为核心，通过 OAO 模式将线上系统与春熙路实体商贸业相结合，逐步打造出具有春熙路特色的区域化电子商务平台。“春熙汇”平台线上覆盖自媒体运营平台、手机 App、网站、微博等多种互联网应用手段，线下部署数十套以多媒体互动终端机为载体的线下活动站，同时将结合拟建的游客服务中心，形成全渠道、多触点的立体式客户服务体系，为消费者提供资讯、搜索、推荐、体验、购买、娱乐等各类型服务。目前，平台已吸纳区域内包括群光、伊藤在内的多个大型商场、100 多家商户、50 多家电子商务平台和企业加入，同时联合包括支付宝在内的数十家全国知名电子商务企业共同推出“春熙滴滴”“春熙汇口碑”等“专属福利平台”，在与支付宝口碑合作的短短两个月时间里，“春熙汇”在口碑后台的累计用户已超过 160 万。

4. 跨境电子商务快速发展

结合自贸区和跨境电子商务综试区建设，锦江区积极发展跨境电子商务新模式，丰富中心商业区业态，进一步推动仁恒置地广场跨境保税商品交易展示中心、麦迈国际跨境电子商务平台等重点项目建设，不断完善平台功能，丰富产品种类。晶融汇“洋展购”跨境商品直购体验中心正式营业，目前为中心城区最大的跨境进口商品体验中心，与红照壁区域形成互补，扩大跨境商品种类。

（二）电子商务发展重点

1. 依托电子商务集聚区打造，扩大电子商务企业基数

一是引进专业的电子商务园区运营机构打造电子商务产业园园区、专业楼宇、孵化器等各类电子商务集聚区，不断完善服务功能，为创建国家级电子商务示范基地夯实基础，吸引更多电子商务企业落户。二是依托省市电子商务业务主管部门、行业协会，争取引进有意愿开拓西部市场的知名电子商务企业。三是依托各功能区管委会及其街道工作分部，招引初创型电子商务企业。四是全力打造电子商务孵化器企业，引入专业招商平台，如加快推进九龙云端产业园项目落地。力争全年新增电子商务集聚区 1-2 个，孵化创业型电子商务企业 55 家。

2. 结合跨界融合新经济形态，提升电子商务企业能级

一是重点推动春熙路商圈特有的线上公共服务平台“春熙汇”建设，进一步完善网络基础设施建设，完善平台服务功能，加大平台宣传推广应用力度，打造网上云端春熙路，整合商圈资源，不断完善平台服务功能，加大平台宣传推广力度，引导传统企业运用电子商务，并探索适合自身发展的新模式。目前，腾讯集团旗下的微信支付计划建设春熙路互联网智慧商圈，在微信支付、商户拓展方面建立统一的运营管理体系。阿里集团旗下口碑平台计划开展“新店商”试点示范活动，以本地商业线上线下双向融合的形式，充分运用大数据、移动支付等方式，增强商圈吸引力和辐射力。微信支付平台及口碑平台打造智慧商圈模式类似，所以在下一步工作中力促微信或口碑平台与“春熙汇”平台合作，共同建设春熙路智慧商圈。二是不断完善政务服务体系，建立商务局、街道办联系对接企业机制，及时了解辖区企业基本情况，发现和培育重点电子商务企业。三是引入专业投融资机构和电子商务园区运营机构，依托社会资本力量发现和培育电子商务企业。四是紧随“互联网+”和大数据技术的快速发展，紧跟跨界融合发展的科技服务、数字经济等新经济形态与新经济业态，发现和引进以技术应用、模式创新为核心的跨界融合的国内外知名电子商务平台企业，积极发展互联网的平台企业，不断拓展发展新空间、新门类。

3. 结合“互联网+商贸”，持续推动传统商贸企业电子商务应用

推进传统行业“互联网+”创新发展步伐，依托商贸业发展优势，持续推动商贸企业电子商务应用深度。一是鼓励商贸企业搭建或依托第三方平台拓展营销渠道，利用电子商务手段创新服务模式，培育网购店取、网购店送等商品和服务供给新模式，力争全年中小企业电子商务应用普及率超过85%。二是重点推动春熙路商圈特有线上公共服务平台“春熙汇”建设，进一步完善网络基础设施建设，完善平台服务功能，加大平台宣传推广应用力度，打造网上云端春熙路。三是依托“蓉欧+”战略实施，结合国际购物天堂核心区、国际消费中心建设，引进各类跨境电子商务平台企业，在重点商圈开设跨境电子商务体验店和线下展示区，创新跨境电子商务发展模式。

四、青羊区电子商务发展概况

（一）电子商务发展特征

1. 示范试点工作成效显著

2017 年，青羊区积极开展了四川省电子商务示范县的申报工作，成功被四川省商务厅评为四川省电子商务示范县。四川省电子商务示范基地的创建为契机，围绕支持优质电子商务平台企业提质增效、做大做强，支持推动社区电子商务便民服务体系建设和完善电子商务产业公共服务体系，培育了一大批电子商务示范项目。

专栏 7 青羊区电子商务示范项目

尚作农业建成 O2O 生活示范馆，展示有机石材，并提供花艺学习、美食品鉴、家庭聚会、爱好共享等便民服务；

优品云商建设物流仓储共享基地，为食品电子商务企业提供物流仓储服务；丹露、依诺、搜搜等一批企业为中小微企业提供电子商务专业服务，解决中小微企业发展痛点；

创物科技利用“人人快送”平台的众包优势，在全国建设共同配送站点，解决社区物流配送“最后一公里”难题；

环球车享大力发展新能源汽车整车制造和分布式充电桩建设，推进新能源汽车分时租赁，预计今年在成都市内建设分时租赁网点 1000 余个，充电桩 4000 余根，投放车辆 1500 辆，打造智能出行示范工程。

2. 市场主体培育与引进效果显著

首先，青羊区通过建立重点电子商务企业库，实时跟踪企业发展状况和发展目标，并通过开展重点企业走访调研和座谈会，及时协调解决企业发展中的困难和问题。其次，积极推进电子商务创新孵化，打造青羊区特色食品电子商务孵化基地，基地面积上千平方米，通过专业的全渠道营销能力，帮助传统食品电子商务企业“触网”发展，

目前正在孵化的有成都好牛、成都壹姑、四川筷时尚、四川优品三禾等6家企业和团队。第三，着力引进优质电子商务项目，2017年，成功引进了绿地跨贸港、阿里巴巴跨境电子商务（新外贸本地化）服务中心重点项目。2017年，青羊区电子商务企业中药材天地网、创物科技获批国家电子商务示范企业，尚作农业、易田电子商务获批四川省电子商务示范企业，创物科技、易田电子商务荣获2017年四川互联网十大品牌。

3. 电子商务生态圈构建加快

围绕电子商务产业链，青羊区深入分析了电子商务产业生态圈构成核心要素、支撑要素、保障要素和环境要素，并基于电子商务产业发展现状、优势和短板，提出构建电子商务产业生态圈基本思路，明确产业重点，并建立目标企业库，为后期电子商务工作的开展提供了指引。2017年底，青羊区组织开展了特色优势电子商务孵化服务大型活动，活动由特色优势电子商务专场培训会、项目推介交流会、项目融资推介路演以及精英论坛组成，旨在为电子商务企业提供资本与人才服务，打造行业精英聚集的电子商务产业生态圈。

（二）电子商务发展重点

1. 大力发展平台企业

根据重点电子商务企业库，做好跟踪和服务工作。重点培育中建电子商务、中药材天地网、尚作农业、创物科技、环球车享等一批发展快、模式优的重点平台型电子商务企业，并引导企业整合行业资源，加快产业链战略布局，促进产业链价值链相关企业集聚发展，并借助企业专业优势和信息渠道，开展产业链配套招商。

2. 着力引进一批优质项目

深入研究分析阿里巴巴、百度、腾讯、京东、网易等行业龙头企业，建立电子商务招商指导目录，并动态调整更新。着力引进一批具备新技术、新模式或新业态的生态体系投资项目、优质电子商务平台型项目，争取知名电子商务平台企业设立区域性总部或独立功能子平台，打造平台企业集聚区。

3. 进一步优化产业发展环境

一是加快推进国家电子商务示范基地建设。加快完善园区公共服务平台功能。鼓励园区协同行业组织、专业机构，聚集导师团队、创投资本等服务资源，开展信息及数据服务、品牌和标准化建设、投融资对接等专业服务，提高孵化培育能力。加快优化园区硬件环境。解决园区的公共交通、就餐购物等设施，打造方便快捷的办公生活环境。

二是进一步建立健全电子商务产业支撑体系。首先，建立电子商务行业协会。加强行业管理和应用，通过协会开展调查研究、经验交流、业务培训、学术研讨、咨询

服务、行业自律等活动，发挥桥梁和纽带作用。其次，成立食品电子商务产业链沙龙。定期组织食品电子商务链台企业交流信息，探索传统行业转型升级经验方法。再次，开展形式多样的品牌推广活动。依托天府网交汇、川货全国行、四川电子商务峰会，鼓励企业积极开展线上线下推介，树立产业品牌。最后加强人才保障。建立电子商务专家库，落实专家优待政策。支持企业从国内外知名电子商务企业中引进高层次电子商务人才，完善人才奖励政策。

五、金牛区电子商务发展概况

（一）电子商务发展特征

1. 传统优势企业加速转型升级

金牛区内文轩网、九正建材网、四川商通等电子商务龙头企业整合各类创新要素，开展商业模式、核心技术、服务产品等持续创新。

2. 电子商务企业（项目）孵化成效显著

截至目前，金牛区文轩网、四川商通等 5 家企业成功申报 2017 年省级内贸流通服务业发展促进资金；金牛制冷、成都久广等 4 家企业成功申报 2017 年度市级服务业发展引导专项资金；第四城成功申报 2017 年度国家小微企业创新发展专项资金；积极组织伊厦成都国际商贸城电子商务有限公司、三分球等 6 家企业参与 2017 - 2018 年度四川省电子商务示范企业及示范基地评选，4 月，第四城被评为市级创新型电子商务企业、成都久广被评为“市级电子商务综合服务平台”、文轩网获得“四川互联网十大品牌”称号，7 月，九正建材网、文轩网被商务部评为“2017 - 2018 年度电子商务示范企业”。

（二）电子商务发展重点

1. 积极发展电子商务新模式

金牛区大力支持传统商业转型拥抱“新零售”风口，通过精准化、体验为主的模式引导消费需求，促成区域消费升级。支持文轩网、九正建材网等电子商务龙头企业整合各类创新要素，开展商业模式、核心技术、服务产品等持续创新，打造行业垂直细分平台。鼓励徽记食品、劲浪体育等传统实力企业借助技术、管理、线下品牌等优势和产业资源整合能力，打造互联网品牌。

2. 大力发展跨境电子商务

推进“蓉欧+”与跨境电子商务融合发展，引导优势本土电子商务企业利用成都国际商贸城、珠宝中心等项目载体与境外企业开展合作，拓展境外市场网络，增强市场辐射力，打造国际品牌产品。引导优势本土电子商务企业利用“成都跨境电子商务

公共服务平台”和成都电子口岸，与境外企业开展合作，拓展境外市场网络，增强市场辐射力，打造国际品牌产品沿人北中央商务区、茶店子—花照等商业及消费中心创新规划产业载体区域，借助主力商圈、TOD 商业布局跨境电子商务体验店和展示区，创新跨境电子商务发展模式。

3. 鼓励发展社区电子商务

立足改善和服务民生发展社区电子商务，开展网约出行、预约上门等居民生活“众包”服务，建立线上线下互联互通的社区便民生活服务新应用，激发市场活力和消费潜力。支持四川商通、鲜鲜智家、速递易、米派生活等企业在家政服务、商超配送、代收代寄等社区便民服务领域利用互联网高效对接供需信息，创造基于线上线下融合的便民服务新供给，引导第四城社区、最成都等网络社区，拓展社区电子商务应用领域，深入挖掘消费习惯，做强 C2B 定制消费。

六、武侯区电子商务发展概况

（一）电子商务发展特征

1. 电子商务规模持续扩大

2017 年武侯区电子商务网络交易额达到 620 亿元，同比增幅 18.1%；2017 年全区中小企业电子商务应用率达到 85.3%。

2. 电子商务创新发展

2017 年，武侯区已有 3 家电子商务企业被评为成都市创新型电子商务企业，全区累计 25 家电子商务企业被评为成都创新型电子企业；8 家电子商务企业被市商务委认定为“成都市 2017 年电子商务示范平台企业”。

3. 社区电子商务发展加快

武侯区积极开展社区便民服务建设示范和推广行动，在市商务委、市农委及区相关部门的指导与支持下，由金品川打造的成都第一个以生鲜农产品为主的无人超市“e 菜市”在玉林街道正式启动。除此之外，金品川在全区不同区域还同步启动了生鲜农产品自助售卖机，将无人超市的服务延伸到小区和院落，大力推进社区电子商务便民生活服务。

（二）电子商务发展重点

1. 推进电子商务集聚区建设

在“武侯新城电子商务集聚区”内重点培育引进各领域电子商务平台、电子商务服务企业和知名电子商务创业孵化平台，通过龙头引领、服务资源带动，做强电子商务产业生态圈应用层、服务层和支撑层。

2. 实施跨境电子商务先行行动计划

依托成都空港保税区，发挥武侯区临空的区位优势，坚持优进优出，以跨境电子商务先行发展努力扩大武侯消费市场规模。引导有条件的商业综合体发展保税延展区、跨境进口商品直营店，鼓励有条件的企业在区内主要商圈开设跨境电子商务 O2O 体验店及进口商品展示中心，打造跨境 O2O 体验街等。支持女鞋、家具、服装等本土优势

产品，利用网络销售渠道，开展互联网品牌营销，打造“国际品牌”。大力提升跨境商贸服务能级，着力引进交易平台、物流供应链、营销、代运营、支付等第三方服务企业落户武侯，在区内鼓励开展跨境电子支付，推进跨境外汇支付试点。

3. 积极发展电子商务新形态

鼓励电子商务模式与业态创新，大力扶持和引进无人超市、无人便利店、无人货架等新零售业态，以及跨境电子商务体验店等新经济业态，培育壮大新经济，增添发展新动能。

4. 加快构建电子商务生态圈

夯实电子商务生态圈发展支撑体系，一是加强载体建设，加快推进京东西南总部基地项目建设，加快西部智谷、女鞋之都等电子产业集聚区的楼宇载体建设、旧厂房改造和公共服务配套；支持区内商务楼宇培育打造电子商务专业楼宇；对落地项目确需建设用地的，协调国土资源、规划及市级相关部门落实用地审批。二是强化人才培养引进，重点引进电子商务高端管理人才、技术人才和创业团队，制定引才引智专项政策，优化户籍、子女教育等公共服务。对校企合作的电子商务人才培养项目给予资金支持。三是优化金融服务环境，鼓励金融机构为电子商务企业提供“成长贷”“壮大贷”，鼓励融资性担保机构和再担保机构为电子商务企业提供增信、担保服务。四是积极营造电子商务氛围，鼓励举办电子商务推介会、创客秀、主题沙龙、技能培训等活动，争取具有较高知名度和影响力的品牌会议主办权，提升武侯区在国内电子商务领域的品牌形象。

七、成华区电子商务发展概况

（一）电子商务发展特征

1. 国家级电子商务基地建设顺利推进

2015 年 7 月，成华区环电子科大移动电子商务产业基地被国家商务部正式确认为第二批“国家电子商务示范基地”。为切实推进示范基地建设，确保国家级电子商务示范基地建设成效、带动区域经济加快转型，商务局多次召集基地内企业召开专题座谈会，总结和探索基地在建设过程中存在的问题及未来的建设方向，鼓励重点和龙头电子商务企业继续发挥标杆引领作用，支持基地内中小型电子商务企业向重点和龙头电子商务企业进行交流学习。全年共走访企业 35 家，引进了阿里巴巴成华服务中心、福中集团等一批电子商务重点企业，不断为基地注入了新鲜血液。

2. 电子商务产业发展持续向好

成华区 2017 年完成电子商务交易额 605 亿元；电子商务中小企业应用普及率达到 85%；新增电子商务创新型企业 7 家。

3. 跨境电子商务发展加速

成华区充分利用阿里巴巴成华服务中心和 Google Adwords 成都体验中心等优秀跨境电子商务平台优势，大力发展跨境电子商务，组织辖区内企业进行了多次集中培训，普及外贸从业者跨境电子商务知识，鼓励成华区电子商务企业借助第三方平台开展跨境电子商务业务，积极帮助企业开拓国际市场，寻找海外买家，帮助企业走出去发展。

4. 科技转化能力增强

成华区充分利用地处成都中心城区的地理优势，围绕产业链强化创新链，打通科技创新成果商业化转化通道，科技转化能力显著增强。成华区科技孵化集群基本形成，已建成电子科大电子信息产业孵化器、龙潭大学生创业园、小微文化孵化器、“融创汇—汉鼎宇佑高新科技产业孵化器”等以高科技孵化为特征的众创空间载体 12 个，依托电子科技大学、成都理工大学优势学科和人才优势，培育以“两校”协同为纽带的“环高校知识经济圈”，正在形成集创新研发、科技孵化、创业人才培养于一体的创新创业生态链。

5. 电子商务资源集聚加快

成华区推动电子商务产业链上下游企业加快集聚，一批本土化电子商务企业快速成长，电子商务带动实体商圈繁荣的趋势正在呈现。Google Adwords 成都体验中心致力打造以谷歌海外营销推广服务为核心，整合跨境电子商务出口产业链资源的一站式跨境电子商务综合公共服务平台。成都服装协会整合互联网资源和实体商业网点，探索线上线下商业场景创新融合发展；焊研科技通过构建专业焊接设备及周边产品的定制、销售及服务产业集群的互联网服务平台，致力于“互联网+”工业创新发展模式；伍田电子商务、一件事三农电子商务公司致力于发展社区电子商务服务；云创新以“音约吧”平台汇集音乐爱好者，正在筹划“新三板”上市；莫名信息科技专注呼叫中心服务，以海量数据挖掘探索发展移动商务新优势。

6. 产业发展生态优化

成华区积极推动网络支付、电话支付、移动支付等电子支付方式的应用与推广。以支付通为代表的各类支付平台企业的电子支付交易额呈迅猛增长态势；在物流配送方面，成华区物流配送网络发达，在干线仓储物流基础上，通过与顺丰、韵达、申通、圆通、德邦等 20 多家国内外快递企业合作，建立快件作业机构，有力促进了同城配送和社区配送业务发展。

（二）存在的问题和困难

1. 电子商务产业发展人才缺乏

电子商务在迅猛发展过程中，需要大量实战型、实用型人才。但是，目前成华区这方面人才紧缺，特别是领军型、统筹型、创新型人才缺乏。

2. 区域带动能力有限

成华区聚集的企业在深入实体经济发展、参与现代流通体系优化、促进居民生活品质化发展及引领成华区经济开放发展等方面，尚缺乏有较大国际国内影响力的龙头企业，尚未形成清晰的运营模式和电商特色产业集群，电子商务产业园带动现代市场体系建设实现跨越式发展，助力区域经济增长方式转变的能力较弱。

3. 产业链尚有待提升

成华区已集聚了硬件类、研发类、运营类、推广类、培训类及咨询机构等产业链企业，但对各类内容提供商、专业服务商等电子商务产业链条上直接参与市场经营活动的主体吸引力不足，产业链条上入驻的优质企业数量有限，企业间有效协同能力较弱，尚未形成较强的发展合力，亟需开展产业链顶层设计，加大招商引资和创新创业，推动电商产业链协同演进。

4. 制度瓶颈亟待突破

电子商务是创新性强、发展活跃的新兴商业方式，随着新经济、新业态、新模式的不涌现，阻碍电子商务便利化发展和促进电子商务公平竞争的机制体制将进一步凸现。目前成华区产业配套发展政策针对创新创业、龙头企业、总部企业、园区运营规范和孵化器建设等方面扶持和考核政策不完善，在人才队伍建设、产业发展特色打造、营造公平竞争的市场环境等方面引导力不足。

（三）电子商务发展重点

1. 提升产业市场规模

继续提升产业市场规模，推进电子商务基地建设。力争到 2018 年，环电子科大移动电子商务产业基地载体面积达到 10 万平方米；移动电子商务交易规模保持 10% 以上的增长，超过 650 亿元。

2. 增强企业创新能力

增强创新创业能力，集聚产业规模。2018 年，拟培育和引进产业链核心企业 4 家，汇集产业链企业超过 100 家，形成围绕技术研发成果转化、传统产业转型的移动电子商务技术应用创新集群，打造 1 个以上具有全国影响力移动电子商务产品与项目。

3. 积极探索新经济模式

电子商务发展日新月异，平台经济、数字经济、分享经济等一些新名词不断涌现，电子商务行业需要不断探索，不断创新。积极组织企业进行专题培训，邀请新经济方面的专家授课，共同探讨学习新经济模式，鼓励成华区电子商务企业创新发展。

4. 不断拓展电子商务产业载体

一是加速发展载体扩散。以电子商务创新创业和产业“互联网+”转型为着力点，夯实“两核一圈多点”电子商务产业载体功能，在传统产业园区、传统商贸集中发展区等区域，培育一批特色鲜明的电子商务资源聚集园。

二是提升发展载体品质。以产业优质资源集聚能力提升为核心，重点突出电子商务产业园品质化建设，率先在环电子科大电子商务产业基地推动园区品质化、特色化、规模化建设。面向电子商务 DT 化发展趋势，完善园区互联网信息基础设施，将园区打造为带动区域“互联网+”发展的引擎。

三是创新载体资源集聚方式。探索“集群注册、一址多照”等政策制度创新、便利的方式和优质的信用服务，加速电子商务企业“离岸注册”，聚合优质资源，提升成华电子商务互联网流量，形成有利于与国内各大电子商务平台开展有效合作的能力。

八、龙泉驿区电子商务发展概况

（一）电子商务发展特征

1. 电子商务规模稳步扩大

2017 年，龙泉驿区实现电子商务交易额 601.9 亿元；中小企业电子商务应用率达 86.7%；成立成都市创新型电子商务企业 1 家。

2. 农村电子商务快速发展

围绕水蜜桃、有机蔬菜等优势特色农业，龙泉驿区深入开展示范镇、试点村建设，大力提升了农村电子商务在促进农村经济发展和农民增收中的重要作用。其中，优势农产品“龙泉驿水蜜桃”品牌价值进一步提升，结合成都市“成都造·全国行”活动，通过整合电子商务和商超资源，开展线上平台推广和线下体验式品牌宣传，对龙泉驿水蜜桃产品进行价值的深度挖掘和包装，进一步提升“龙泉造”产品品牌价值，带动当地桃农增收。40 余家媒体对活动发表相关报道 70 余篇。

3. 电子商务园区创建工作有序推进

龙泉驿区支持和鼓励经开区孵化园创建电子商务产业园，以加快推进电子商务集聚发展。孵化园电子商务园区规划面积 1 万平方米，已引入拉赫希、易联英成等电子商务企业 20 余家，目前正在加快管理团队和服务体系建设和招商工作。

4. 电子商务发展政策不断完善

为进一步推动经济提升发展，龙泉驿区全面梳理了全区电子商务产业发展情况，并结合发展现状和未来发展需求，制定了相应的产业发展政策，逐步完善发展环境。

（二）电子商务发展重点

1. 加快推进电子商务园建设

以全区存量楼宇二次招商为契机，加快电子商务园区项目的推进力度，促进产业集聚化、规模化、品牌化发展。同时，加强对营运、创意、培训等电子商务服务企业的引入，不断完善园区发展环境。

2. 深入开展农村电子商务工作

以示范镇、示范村为工作重点，围绕水蜜桃、枇杷、有机蔬菜等优势特色农产品品牌建设，深入开展农产品电子商务推广活动，提升线上线下融合推广成效，不断完善农村商贸流通体系，促进农村电子商务向深发展。

3. 创新开展生活性服务业电子商务

选取区内有条件的特色街和社区作为试点，积极推广“E+生活”模式，支持社区便利店利用互联网叠加洗衣代收、费用代缴、购物上门、物流收发等便民服务，支持社区居民参与共享经济，着力打造智慧社区服务网，构建高品质生活服务圈。

九、青白江区电子商务发展概况

（一）电子商务发展特征

1. 农村电子商务发展迅速

青白江区大力引导农业龙头企业、农民专业合作社、家庭农场通过第三方平台、自建平台、地方特色馆等渠道开展网上营销，促进农业“小生产”与电子商务“大市场”有效对接。以精准扶贫为契机，探索“农村合作社+电子商务”的扶贫模式，引导买趣网与青白江对口扶贫县甘孜州九龙县合作开发“蓝瘦山泉”山泉水项目，深入挖掘九龙县优质农产品，将野生菌、藏香猪、崖柏香等当地优质产品进行品牌化运营。今年7月买趣网在川藏版挂牌成功。截至目前，买趣网线上销售约7597万元，带动线下农产品销售额约1.2亿元；土货网线上总销售820万，带动线下农产品销售总额达2188万元；银犁冷链的线上商城—银犁食品于今年5月正式上线运营，目前订单约5.8万单，销售额达110万元。

2. 跨境电子商务发展迅速

跨境电子商务平台建设不断完善，海关、检验检疫已顺利入住保税物流中心（B型）；跨境电子商务公共保税仓、“蓉欧汇”跨境电子商务交易平台建设工作正式启动；已开展铁路跨境直邮和保税备货模式测试，完成一单跨境直购测试业务；2017年11月起班列公司为青白江区中小跨境直邮企业提供为期1年的免费货柜服务。跨境电子商务创新创业蓬勃发展，依托自贸区及保税物流中心（B型），“青电汇智”成都跨境电子商务产业园加快孵化中小跨境电子商务企业，已引入和培育跨境电子商务企业20家。

3. 传统商贸企业深入电子商务应用

悦荟圈、“三个臭皮匠”等本土电子商务服务平台公司，挖掘本土传统优质商家，现已有400多户传统实体商家进行线上推广；悦荟圈正在搭建的线上商城——悦品荟计划今年12月中旬上线，将为青白江传统实体商户提供入驻接口，增加线上销售渠道，夯实区域互联网电子商务。

4. 电子商务交流平台逐渐丰富

政府积极搭建各类沟通合作平台，创建了青白江电子商务联盟平台，借助企业协会资源，召集电子商务企业、供应链相关企业互通信息、资源，搭建政府、企业间的沟通桥梁。积极举办“开放共享 数说电子商务”青白江区 2017 年电子商务企业交流沙龙活动、智慧物流新革命助力企业发展培训会、外贸业务培训会等会议，助力电子商务企业创新发展。组织电子商务企业参加 2017 南非国际食品展、2017 “成都造·中国行”北京站网上购物节活动、创业大赛等活动，实现政企良性互动，增强区内电子商务企业交流力度，拓宽电子商务企业及传统企业的销售渠道。

5. 电子商务创新发展氛围浓厚

众合乐创通过整合自身农产品电子商务优势，依托农副产品公共品牌“青溯”已有的品牌影响力，以“青溯生态活动月，欢乐福利双十二”为主体，开展“集字游戏 纯享绿色食品”和“青溯宴”等活动，推动本地区优质特色农产品线上线下的营销推广活动。青白江区洽百礼家庭农场获得“2017 年第四届中国青年创新创业大赛”全国赛决赛农村电子商务组银奖。

6. 政策支持力度加大

青白江区已制定出台激励电子商务产业发展政策，以设立支持企业发展专项资金的方式，从电子商务（跨境电子商务）平台建设补助、平台运营奖励、平台营销推广、电子商务园区建设等方面引导和鼓励电子商务发展方向。同时，区政府积极争取省市级电子商务方面的扶持资金 600 万元，已成功申请到 170 万元。

（二）存在的问题和困难

1. 电子商务产业发展人才缺乏

电子商务在发展过程中，需要大量人才。但目前，青白江区这方面人才紧缺，特别是领军型、统筹型、创新型人才缺乏，新创企业难以吸引高端人才，由此制约了本土电商企业的健康发展。

2. 产业扶持政策建议多向起步阶段电商企业倾斜

四川省、成都市出台了发展电子商务的相关政策，门槛较高，青白江区电商企业大多数为小微发展企业，难以达到标准。

（三）电子商务发展重点

1. 发展壮大跨境电子商务

一是构建进口商品展销体系。完成进口（保税）商品展示交易中心建设，建设“一带一路”沿线主要国家国别馆，实现跨境电子商务商品线上线下双渠道推广；推行

集进口、仓储、展示、交易、配送等功能于一体的进口贸易商业模式；支持跨境电子商务企业在国内重要市场节点建立分销基地，形成“前店+后仓”“批发+零售”进口商品分销配送体系。二是完善跨境电子商务公共服务体系。争取2017年内完成口岸和保B分拣线等查验设施以及检验检疫专网建设；2018年3月底前建成港区公共跨境电子商务交易平台；2018年内完成跨境电子商务公共保税仓建设，启动“蓉欧汇”跨境电子商务交易平台建设。三是培育壮大跨境电子商务产业集群。力促网易考拉、小红书等项目落地，吸引合众兴、宝妈全球购等本土跨境电子商务企业入铁路港开展业务，引入食品、生鲜等专业商品领域龙头电子商务企业，丰富商品分销网络。

2. 深入普及电子商务

一是继续支持和鼓励农业企业、专合组织、家庭农场等经营主体建设农产品电子商务平台或开展活动。依托银犁冷链、买趣网发展农产品“O2O”社区便民店，以“互联网+”促进区内优势农产品的销售。二是鼓励万贯、银犁冷链等专业市场探索O2O电子商务模式应用，将二维码、平面店等新型电子商务模式应用于实体店铺专业市场发展电子商务，做好移动App的地推工作。三是鼓励积微物联、肯巴斯物流等企业 with 区内外物流企业联合发展，以“互联网+物流”的思路，构建辐射西部的物流信息中心平台。四是支持传统商贸流通企业结合实体店面和物流配送体系，积极发展区域特色网上商城，促进线上线下互动，满足不同层次消费需求。

3. 推动电子商务创新发展

一是中小企业电子商务孵化创新。搭建中小企业电子商务孵化平台，降低中小企业电子商务化的投资风险和营销成本。鼓励企业创新电子商务服务，重点支持悦荟圈建设网上“悦品荟”和永辉生活线上购，引入2-3家社区电子商务企业。二是现代金融服务创新。鼓励互联网创业企业积极对接金融创投公司，利用金融杠杆，解决资金需求，并给予其一定的配套扶持。三是人才培养引进模式创新。创新电子商务人才培养机制，建立分级分层培训体系，面向企业经营管理者、创业群体、电子商务从业人员，有针对性地开展理念培训、入门培训、技能提升等培训。加强高层次人才引进，鼓励企业积极引进应用型、技能型电子商务人才，支持有条件的电子商务企业与科研院所、高校等开展产学研合作，建立创业实践基地、教育实践基地和培训基地。

十、新都区电子商务发展概况

（一）电子商务发展特征

1. 电子商务创新创业亮点突出

新都区大力推进汇融“新创谷”、北欧 E 中心等孵化载体建设，围绕人才培育、技术提升、行业引导、产业链优化等，加快电子商务资源要素集聚，推动电子商务创新创业。目前，大丰汇融“新创谷”已建成并投入使用，入驻大学生创业企业、电子商务企业、服务企业等 40 余家，举办各类培训和活动 13 场次。北欧 E 中心举办电子商务应用技能提升、新经济时代产业转型、品牌创建等专场培训 8 场次，参加人员 400 余人。积极引导企业开展电子商务创新，组织动员 12 家企业参加市级创新型电子商务企业申报解读会，现有 1 家企业正在准备项目申报材料。

2. 传统企业持续深入电子商务应用

科伦医贸、鸿昌塑胶、传化物流等企业，利用信息化手段打通资金流、物流、信息流，提高整体产业协同能力，提高了自身市场核心竞争力。云图生活、科伦医贸 2 家企业成功申报市级创新型企业提升发展项目，科伦医贸获评“四川省电子商务骨干平台企业”称号。

3. 专业市场成功实现“触电”

推进龙和茶城、海峡茶城等专业市场对接高校教育资源、人才资源，打造全方位、立体化的青年大学生实习、实践、培训、就业、创业及孵化等功能于一体的综合型创新型平台。龙和茶城与成都信息工程大学签约共创“电子商务创新创业推广实习基地”，成立“小帮手科技”公司，为 25 户商家提供微信小程序开发、淘宝代运营等服务，通过多层次互动帮扶，进一步提升商家网络经营理念和经营水平。

4. 电子商务物流能力不断增强

围绕打造千亿电子商务物流园区，强力推动物流行业优化升级和电子商务物流深度融合两大动力“引擎”，加快推进物流电子商务重点项目建设。安博新都国际物流港项目于 2017 年 6 月正式开工；京东“亚洲一号”项目正进行主体施工，预计于 2018 年 11 月建成投运；菜鸟骨干网项目预计于 2017 年 12 月中旬建成投运。

5. 农村电子商务发展加快

新都区紧抓“电子商务创业、电子商务培训、电子商务扶贫”三大任务，助补农村电子商务发展短板，培育农村消费市场。今年7月，举办“生态明珠，创‘新’智农—2017新都农村电子商务体验周”，30家本地农村电子商务企业、农产品企业开展“互联网+农产品”“O2O”产品展销、“二维码”扫码互动等活动；实施“新都农村电子商务创业帮扶计划”，开展专场培训8场次，培训人数达1200余人，参训人员覆盖区级相关部门、（镇）街道、传统企业、涉农企业、大学生创业者等相关人群。

6. 社区电子商务发展加快

以大丰高家社区为试点，建设社区标准化综合服务信息平台，推进社区便民生活服务体系。依托平台，优化社区居家养老服务中心，提升社区医疗卫生服务中心，整合优化社区便民超市，叠加创新服务项目，为社区居民提供政务、养老、医疗、文化、娱乐、购物等生活服务。

（二）存在的问题和困难

虽然新都区电子商务发展能力逐步提升，但也还存在一些突出问题。一是电商高端运营人才匮乏，电子商务的高速度发展和大规模的跨界拓展造成人才支撑脱节，特别是跨界人才尤为紧缺；二是产业融合度不够，电子商务对促进传统生产经营模式创新发展的作用尚未充分发挥，效率与效益仍需进一步提升；三是本土电商龙头企业较少，且规模不大。

（三）电子商务发展重点

1. 继续深化创新创业

提升发展区内现有孵化载体，引导园区完善配套设施、技术支撑和双创孵化服务体系，健全园区内企业之间的联系以及政产学研用等方面多方合作交流机制，提升区域电子商务应用水平。继续开展创新型电子商务企业孵化培育，不断提升电子商务自主创新能力。

2. 推进智慧物流发展

推进智慧物流发展，优化提升成都传化公路港、阿里宝等为代表的跨区域性物流公共信息平台，打造“油服+互联网+金融”传化生态业务全国总部，推动传统物流实现物业经济向流量经济转型；支持天地汇、卡行天下等企业通过供应链管理，实现互联网、移动互联网、物联网和车联网四网融合，构建基于云端的大数据分析，提升物流运作效率；加快推进京东、安博等优质电子商务项目建设。

3. 深化行业电子商务应用

深入开展电子商务进园区、进企业、进商圈等活动，鼓励商贸、旅游等传统产业与互联网融合发展，培育电子商务示范企业，引导企业转型升级；创新“互联网+终端服务”模式，推广大丰高家社区便民生活服务体系蓝本，逐步叠加大众餐饮、美容美发、家政服务、快递服务、代收代缴等便民服务功能，实现社区便民服务线上线下无缝衔接，打造“15分钟便民生活服务圈”。

4. 持续营造营商环境

用好用活各级专项资金，充分发挥政策撬动作用，引导企业争创示范。依托高校、专业培训机构、行业协会等常态化开展电子商务培训，举办电子商务沙龙、行业交流等活动，搭建交流互动平台，提高企业电子商务应用水平。

十一、温江区电子商务发展概况

（一）电子商务发展特征

1. 产业规模迅速扩大

预计全年实现电子商务交易额超 300 亿元，中小企业电子商务应用普及率达到 85%。

2. 跨境电子商务加速发展

温江区结合中国（成都）跨境电子商务综合试验区建设举办了一系列跨境电子商务相关活动，跨境电子商务发展氛围浓厚。鼓励传统企业通过跨境电子商务拓展新市场，成功举办“共享蓉欧+创赢未来”暨“一带一路”跨境贸易论坛，促进互联网和花木实体经济的深度融合，指导温江花木主动融入“一带一路”倡议和四川自贸区建设，推动温江花木创新转型。举办“2017 海外大众创业万众创新活动周·西班牙马德里站”活动，吸引了来自各行各业的参与者约 80 余名，企业 20 余家，为在西班牙的留学生、华人从业者和创业者宣传、推介双创政策、环境，探讨中西双边创业市场和形势。

3. 社区电子商务平台搭建成型

温江区通过整合社区商业资源，启动涌泉街办凤凰汇邻里 O2O 社区与寿安镇复兴社区苗木 O2O 社区电子商务平台建设，构建线上与线下互动融合、虚拟与实体互相补充的社区商业综合服务体系，打通电子商务、社区网点和配送平台信息链，提供现场体验、线上下单、便捷支付、配送到家的“一站式”服务 O2O 社区电子商务平台。

4. 电子商务氛围日渐浓厚

依托智炎电子商务西南总部，为电子商务中小企业及创新创业个体提供发展平台。截至 2017 年 11 月，智炎电子商务西南总部在孵企业 55 家，参与实训企业 49 家，共计开展电子商务执行技能培训 28 次，沙龙 25 次，参与人数达 4800 人次，有效提升了企业电子商务思维，营造电子商务营商氛围。

（二）存在的问题和困难

温江区电商发展虽已具备一定规模的产业基础，但也存在明显不足。

1. 电商服务资源落后

温江依托特色产业为基础的电子商务已进入高速发展时期，而区级平台服务商、应用服务商目前处于相对落后状态，电商服务资源需要全面提升。

2. 电子商务监管有待加强

电子商务产业迅速兴起，在给消费者购物带来方便的同时，也存在质量低劣、以次充好等问题，诚信环境受到挑战，亟待加强监管。

3. 电商人才短缺

目前企业对电子商务人才需求量大，中高端人才供不应求，高层人才缺乏电商思维成为企业电商做大做强和电商产业发展的突出问题。

（三）电子商务发展重点

1. 积极培育“平台经济”生态圈

制定发展平台企业行动计划，研究出台支持平台企业发展扶持政策，营造良好发展氛围；瞄准“三医”、人工智能等重点领域招大引强，培育本土龙头企业打造垂直电子商务平台，扶持花木、童鞋等特色产业做大做强。

2. 改善电子商务发展软环境

完善电子商务政策扶持体系，结合市场发展规律和企业发展实际，将扶持向重点电子商务企业倾斜。不断提升电子商务企业管理能力，及时了解电子商务企业基本情况，发现和培育重点电子商务企业。支持企业应用电子商务拓展业务领域和范围，进一步改进和完善监管方式，营造有利于电子商务发展的良好环境，支持线上线下融合发展，创新产业经营管理模式。此外，积极建立政府各职能部门协同配合、信息共享的综合监管与联合管理机制，探索第三方专业信用服务为核心的信用诚信体系。

3. 深化传统企业电子商务的应用普及

推进传统行业“互联网+”创新发展。一是鼓励医疗、商贸、食品、旅游等传统行业互联网融合发展，搭建或依托第三方平台拓展营销渠道。二是持续推进“商聚温江”移动商圈建设，形成线上引流促进线下体验式消费，以线下优质服务培育线上粉丝群体的光华商圈“互联网+”推广的营销模式。三是依托“蓉欧+”战略，结合温江区特色花木产业，创新跨境电子商务发展模式。

4. 深入实施“互联网+医疗”行动计划

依托温江区建设“三医两养一高地”发展定位，重点培育发展“互联网+三医”平台，加速推进三医产业融合聚集，转型升级。积极搭建本地健康服务平台，以优质医疗服务增强区域吸引力。

十二、双流区电子商务发展概况

（一）电子商务发展特征

1. 电子商务普及应用和重点培育不断深入

双流区积极组织开展新零售沙龙、人工智能助力新零售发展研讨、跨境电子商务峰会等系列培训交流活动。会同双流区农发局、金融办启动“农贷通”金融、产权、电子商务三合一平台建设，各涉农镇（街）、村（社）服务站点基本建成；依托黄甲街道“川西黄甲”线下店打造“互联网+”社区便民服务点。甘孜州巴塘县电子商务服务中心装修竣工投运，开设巴塘特产专卖柜。协助乐至县电子商务物流园350亩投资项目完成框架协议签约，在双流举办乐至县特色优势农产及食品“农超对接”活动。加快发展南方家具、丝路易购、蜘蛛网仓等市级创新型电子商务企业，接洽引进盒马鲜生、缤果盒子等新零售企业。

2. 着力推进跨境电商综试区发展

自2016年1月成都获批国家跨境电商综合试验区以来，双流按照《中国（成都）跨境电子商务综合试验区实施方案》等文件要求，努力探索、大胆创新，不断完善口岸功能及服务配套，推动口岸服务与国际贸易无缝衔接，全力引进培育跨境电子商务进出口贸易、服务企业，积极布局海外仓和海外营销网络，促进“双流造”“成都造”走出去，打造跨境电商产业生态圈。分别依托空港保税物流中心（含空港国际快件中心）、综保区双流园区、四川邮政国际邮件处理中心设立三个市级产业园区，规划投用跨境电商保税专用仓5万平方米、出口产业园区1.5万平方米，顺利开展直邮进出口和保税进口服务。2017年1-12月，成都双流国际机场已开通航线313条，其中国际航线104条；货邮吞吐量64.29万吨，较2016年同期增长5.1%；获批药品、植物种苗、冰鲜水产品、食用水生动物、水果和肉类6个进境指定口岸。跨境电商国际邮件快件处理总数达650万件（其中国际邮件出口较2016年实现倍增），完成跨境物流融资贷款金额达560万元，集聚跨境贸易企业120家，在12个国家（地区）建立海外仓。

3. 着力打造电子商务产业载体

依托聚源科技企业孵化器、海吉星电商孵化园、创客小镇、跨境电商产业园区等

电子商务园区（孵化器）载体，积极培育引进电子商务重点企业，有序构建电商生态圈。在农村电商方面，积极引进培育蜀乡源、武小妹、早菜科技、七鲜生科技、喵鱼海鲜等涉农电商企业集聚发展，多渠道开展线上线下生鲜、食品营销推广，实现产销无缝对接。在跨境电商方面，聚集 DHL、UPS、中外运、圆通速递、韵达速递等 13 家全球 100 强和 10 家全国 100 强物流企业，已入驻阿里巴巴、敦煌网、众友东方、中远国际、合众兴等跨境电商产业链企业百余家，开展业务合作的省内跨境电商企业超过 200 家。在创新创业方面，成都南方家俱有限公司、四川丝路易购科技有限公司、成都蜘蛛网仓物流科技有限公司等代表性企业成功申报为市级创新型电子商务企业。据《成都市双流区 2017 年电子商务产业发展大数据统计分析报告》显示，2017 年全区电子商务交易额达 663.28 亿元，网络零售额达 99.95 亿元。

4. 跨境电子商务金融服务实现突破

以跨境电子商务出口企业和跨境物流企业为主要服务对象，聚源金服公司根据跨境电子商务将获得支持政策对企业授信，创新以报关、物流、订单、财务等数据分析为信用保障，提供融资、投资、担保、外汇、咨询等一体化创新金融服务。截至目前，已为跨境出口企业完成 3 笔融资贷款，金额达 560 万元。预计全年将为企业提供近千万融资贷款，将带动近亿元的国际运费增量和 10 亿元以上的营业收入。通过创新跨境电子商务供应链金融服务模式，有效破解了跨境电子商务等轻资产企业无抵押物，难以获得传统银行金融融资的瓶颈，同时也为“互联网+”供应链金融服务提供了有效的范例。

5. 应用电子商务对口帮扶

通过整合巴塘农副产品及食品，协调当地企业与双流企业联动，开展松茸、牦牛肉、蜂蜜等农副产品的统一包装、加工及形象宣传，采取网络营销和线下销售并举，开设巴塘特产专柜，支持巴塘县电子商务服务中心竣工投运，协助乐至县开展特色优势农产品及食品“农超对接”，取得一定实效。

（二）存在的问题和困难

1. 专业人才相对缺乏

对标沿海地区电子商务发展现状，缺乏领军人物、专业人才和创新创业团队仍是制约双流区电子商务加快发展的重要因素。居于前沿的电商技术、商业模式仍主要集中在沿海发达城市，而当前直接引进或加速培育本地化高端人才、团队难度仍然很大，学习创新氛围不足。

2. 金融资本支撑力度不够

中小微电商企业一般属于轻资产公司，不易得到本地银行、创业投资、股权投资

的支持，往往需要奔赴沿海地区寻求融资机会。另外，银行、金融机构针对传统大宗外贸的金融产品及服务流程已非常成熟，但尚不适应跨境电商贸易的小批量、多批次、个性化、高频次发展趋势，跨境供应链金融服务需求加速增长，有必要进一步创新跨境金融服务能力。

（三）电子商务发展重点

1. 促进各行业企业广泛开展电子商务应用

进一步深化加工制造、餐饮旅游等细分行业电子商务应用，促进电子商务应用企业的网络零售规模不断提高、商业模式不断创新、服务领域不断扩大。继续深化大数据分析在电子商务发展调查统计和分析判断中的作用。有序开展行业交流培训会及诚信、打非等活动。

2. 继续抓好专业招商和项目培育工作

规划引领电子商务产业园区及孵化器载体建设。实施“互联网+”战略，促进电子商务、人工智能、大数据与实体商贸流通业融合发展，探索催生无人值守便利店、O2O 体验店、智能售货机等新兴零售业态。

3. 完善城乡社区便利服务网络

以社区治理工作、对口帮扶及经济合作工作等为抓手，打造“互联网+”便民服务站，叠加缴费、充值、配送、办公等互联网应用相关服务，推动农产品上行和工业品下行，通过发展农副产品网销、乡村旅游电子商务进一步优化农村流通体系和产业结构，城乡社区便利服务网络功能进一步完善。

4. 继续推动国家跨境电子商务综合试验区建设

不断完善口岸功能及服务配套，推动口岸服务与国际贸易无缝衔接，全力引进培育跨境电子商务进出口贸易、平台、服务企业。以跨境电子商务保税备货进口监管再次延缓政策落地为契机，积极引进培育企业及上下游产业链，促进跨境电子商务零售进口上规模。搭建生产供应商与出口网商之间的产销对接平台，有序创新跨境供应链金融服务，促进“双流造”“成都造”走出去，打造跨境电子商务产业生态圈。

十三、都江堰市电子商务发展概况

（一）电子商务发展特征

1. 农村电子商务示范有序推进

2017 年 4 月底，成都市商务委正式授牌都江堰市天马镇童山社区、柳街镇七里社区为成都市农场电子商务试点村；同步加快推进柳街镇红雄社区和石羊镇金花社区农村电子商务试点村项目建设，确保顺利验收。今年开展了两次农村电子商务人才培训会议，特别邀请了清华大学电子商务交易技术国家工程实验室西南中心和都江堰市农村电子商务协会，对都江堰 200 余名农户、合作社、返乡大学生等进行了专题培训。稳步有序的提升农村电子商务整体水平，拓宽传统产业销售渠道，加快商贸流通，促进电子商务网络体系建设，推动农业电子商务人才培养及培训，为村民增收开辟了致富渠道。年底都江堰市商务局启动了农村电子商务调查摸底工作，对运用电子商务进行农产品商业活动的个体、企业、农场等进行系统梳理，为明年更好地开展农村电子商务工作打下基础。

2. 电子商务转型升级成效显著

鼓励传统大型企业抓住新经济形态，实现转型升级，开发打造新的互联网商业形式，持续开展城区电子商务企业及项目挖掘扶持。2017 年 1 至 10 月份都江堰市大型电子商务平台大润发的“飞牛网”已完成电子商务交易额 1210 万元、青城八百里电子商务平台已完成交易额 800 万元。通过运用电子商务的高效机制转型升级，协助都江堰益农农业发展有限公司成功申报成都市支持农村电子商务鲜活农产品网络销售扶持政策，本年度电子商务交易额已超过 1360 万元。打通科技创新成果商业化转化通道，与企业一起将科技转化能力增强，都江堰市的成都谷道科技“全球搜平台”成功申报成为成都市创新型电子商务企业，实现年度电子商务交易达到 280 万元。

3. 深化电子商务宣传培训，加强人才招引

都江堰市积极响应成都市、四川省举办的各类电子商务峰会、培训、展会等活动。加强电子商务人才队伍建设，年培训电子商务人员超过上千名。都江堰目前已与四川工商职业技术学院、清华大学电子商务交易技术国家工程实验室、北京中清研信息技

术研究院有限公司达成协议，共同合作建设都江堰电子商务学院、清华大学电子商务交易技术都江堰研究院，合作方向包括电子商务人才培养、师资培训、实验室共建、实战技能培训、大学生创新创业培训等；通过民办公助、校校合作、校地合作等模式培养电子商务、旅游人才，共同打造文创电子商务、智慧旅游等融合新兴专业，是都江堰新兴产业人才的重要培养基地。

（二）电子商务工作重点

1. 加快农村电子商务发展工作

积极鼓励名特优农产品以“互联网+农产品”为现实路径进行产销对接，加大农村电子商务的人才培训力度，打造都江堰区域公共品牌，着力构建“区域公共品牌+企业自主品牌”的品牌体系；充分发挥都江堰市电子商务与乡村旅游的功能结合，打造龙头电子商务企业，为都江堰市休闲农业和乡村旅游及旅游特色产品做支撑平台。

2. 开展“一带一路”电子商务相关工作

支持有条件的本土电子商务企业，抱团开拓海外市场，努力对接国际化电子商务平台，依托成都跨境电子商务综合试验区的优势资源，带动都江堰电子商务产品和服务的发展。

3. 深入推进电子商务应用

推动社区电子商务、旅游电子商务产业发展，针对性的发展电子商务配套服务，提升都江堰市电子商务产业链发展。

4. 继续招引电子商务重点项目

深度开发互联网新经济产业，重点招引大数据企业、游戏（手游）公司、人工智能研发团队等具有自主开发创新能力的电子商务企业。

5. 营造电子商务发展氛围

常态化的开展电子商务行业培训、电子商务沙龙，引导企业积极参加国内外电子商务展会及交流活动；充分发挥各产业部门、行业协会的主体作用，确保电子商务工作制度化、科学化的持续推进，为都江堰电子商务的发展提供更好的环境。

十四、彭州市电子商务发展概况

（一）电子商务发展特征

1. 电子商务产业规模持续扩大

2017 年全年彭州市电子商务交易额约 200 亿，电子商务应用普及率 85%，其中通过自建电子商务平台产生交易额 64.8 亿元，占 32.4%，通过第三方电子商务平台产生交易额 74.5 亿元，占 37.25%，通过其他电子商务手段产生交易额 60.7 亿元，占 30.35%。

网络零售增长迅速，交易额达 90 亿元，其中，园区外应用电子商务企业共 300 余家，实现网络销售额 55.08 亿元，自建电子商务平台企业 15 家，通过自建电子商务平台产生销售额 15.6 亿元，占 28.32%；有 200 家以上通过第三方电子商务平台，销售额为 36.7 亿元，占 66.63%；有 50 家通过其他电子商务手段进行网络销售，销售额 2.78 亿元，占 5.05%；园区内应用电子商务企业 200 余家，共产生网络销售额 34.92 亿元。其中，自建电子商务平台的企业有 25 家，网络销售额 10.3 亿元，占 29.5%；有 160 家以上通过第三方电子商务平台进行销售，销售额 21.8 亿元，占 62.43%；16 家企业通过其他电子商务手段进行销售，销售额为 2.82 亿元，占 8.07%。

2. 产业规划有序推进

根据彭州市产业现状和电子商务的应用实际，结合彭州市去年电子商务开展情况，2017 年完成《彭州市电子商务“十三五”发展规划》的编制工作，详细分析了彭州重点发展主导产业概况及特色产业基础，调查研究彭州市电子商务发展现状，并制定了加快电子商务发展的工作方案，为彭州市新兴产业的发展奠定了良好的基础。

3. 依托协会助力发展

积极对接彭州市服务业行业协会、企业，多次召集市工商联、市家纺服装协会、市家纺经销商协会、市食品协会、蒙阳雨润、双虎家私、敖平川芎协会等单位负责人召开彭州市电子商务协会筹委会，以产业为支撑，深入拓展电子商务应用，促进传统商贸企业的转型升级。

4. 示范村提档升级

2017年3月15日，由成都市商务委组织的专家验收小组一行5人，对小鱼洞镇中坝村和敖平镇紫泉村进行实地验收，专家组对两个试点村的工作给予高度评价，并将彭州市小鱼洞镇中坝村试点村（深化便民服务功能，推动农村电子商务带动创业）列入农村电子商务示范村建设创新模式典型材料目录。并在原有基础上，继续完善电子商务基础设施建设，强化电子商务服务内容，增加服务站（点）数量。促进两村与网络服务企业合作，实现全域WIFI覆盖，抓住“龙门山山地旅游集聚区”发展契机，促进生态旅游、乡村旅游、山地观光旅游等现代农业发展。借力电子商务示范村的引领作用，以优秀的经验、良好的发展模式带动彭州市各乡镇农村电子商务加速发展。推动磁峰猕猴桃、白鹿白茶、三界育苗产业、桂花陶瓷、丹景山牡丹系列产品在电子商务应用方面的发展，提升品牌影响力，扩大产品销量。

5. 加大力度挖掘和重点培育电子商务示范村

推进白鹿镇白茶村电子商务平台建设，完善配套设施；促进磁峰镇蟠龙村与成都佳维他公司合作，通过电子商务模式推广蟠龙村的猕猴桃等特色农产品。抓好三界镇丰碑村搭载入驻“农融网”电子商务平台，引导农村合作社上平台“触网”，形成完善的产、推、销电子商务体系促进农村电子发展新模式。

6. 促进电子商务多元发展

引导已搭建电子商务平台的涉农企业和个人总结经验，促进产业升级，扩大电子商务发展规模。促进敖平希望田野农作物种销农民专业合作社“川芎鸡”等特色农产品发展，稳步提升“电子商务+实体”的多元销售业绩。引导传统企业转型，带动更多的传统企业运用电子商务发展模式，提升整体经营水平。推进双虎、黑木源、田鸭肠等传统企业结合电子商务应用扩大销量，提升影响力。促进大型商业综合体沃尔玛和彭州地方特色餐饮企业走线下与线上结合的电子商务模式，增强了企业的经营实力。

7. 提升西部农产品电子商务孵化园发展速度

大宗农产品B2B交易平台是通过将产地集配中心产品通过“农融网”销售到农产品批发市场并通过批发市场联盟体系实现“联购分销，分购联销”。发挥西部农产品电子商务孵化园电子商务平台的作用。

8. 着力打造电子商务产业园

积极助力筹备成立彭州市电子商务产业园，积极配合和协助招商中心按照“请进来，走出去”与上级多部门联系，和开发区（行业机构）对接，充分利用彭州市具有发展“电子商务产业”的良好区位条件和产业优势。敖平电子商务产业园项目在彭州投资电子商务产业园区，项目落地后将建成集特色产业园、商贸物流、电子商务于一体的大型现代服务业平台。园区将涵盖区域电子商务总部、网商创业中心、会展中心、

电子商务服务中心等核心板块，吸纳各类电子商务企业入驻，培养网商创业就业，直接带动地方综合产值，构建网商群体生态链和电子商务产业链。

（二）电子商务发展重点

1. 不断提升电子商务服务水平

组织商务局、工业开发区、农发局等产业部门，通过宣传、专题讲座、专项资金扶持等方式举办成都市企业电子商务学习活动，结合成都市产业发展特点，邀请电子商务类专家指导服务，利用专家访谈、政策解读、产业发展分析等形式，充分宣传彭州市电子商务发展环境。

2. 推进产业集聚工程

促进优势产业的电子商务集聚。借鉴优秀电子商务发展的经营模式，依托彭州市四大支柱产业的集聚优势，引导业主（店主）在工厂和产业集聚带附近就近设店布点，降低物流成本，提升物流速度，循序渐进，积累客户资源。加强西部农产品电子商务孵化园载体建设，以孵化园载体为依托，建设产业集聚度较高的电子商务集聚区，全力抓好物流平台项目，优先将各种要素资源向电子商务集聚区配套，不断扩大产业集聚效应，吸引一批业绩好、有发展前景的电子商务企业或其营销中心、数据中心、研发中心等落户西部农产品电子商务孵化园。

3. 加快推进电子商务帮扶行动

充分利用彭州市优质电子商务资源，扩大黑水县特色产品销售规模，开展电子商务企业对口帮扶活动。按照一个企业对口一个镇或村的方式，结成“一对一、一帮一”精准帮扶对子，构建电子商务精准扶贫体系，形成精准扶贫合力。结合当地产业发展状况，深入开展电子商务知识宣传，帮助镇（村）培养电子商务人才和农特产品触网营销，指导建档贫困户、种养植大户、专业合作社的农产品标准化生产和加工，打造适销对路的网货品牌。

4. 开展主体培育工程

积极培育引进行业门户网。重点引导特色企业市场（街区）整合商户资源，自建或引入行业性电子商务交易平台，支持生产资料经营企业和专业批发市场开展大宗产品网上现货交易。大力培育电子商务领军企业，引导电子商务骨干企业（双虎家私实业有限公司、阳氏田鸭肠餐饮文化有限公司）深化电子商务运用，加快产业融合，引领本市电子商务产业发展。加快培育一批市场竞争力强、在行业发展中处于领先地位的企业，争创省级、市级电子商务示范企业（品牌）。着力打造区域性电子商务应用平台。积极与阿里巴巴、乐村淘等知名网站沟通合作，依托该网站知名度建设彭州特色产品的区域性电子商务平台（彭州馆），着力推介彭州制造业、农产品等。

5. 深化旅游业的电子商务应用

探索利用“彭州特色产品生活馆”网上平台与旅游单位、当地宾馆合作，推广旅行社、酒店、景点等网上预订业务及配套服务的方式，积极拓展电子导游、游客密集度预警等智慧旅游增值功能。以酒店为依托，通过平台预订为游客提供本地区正宗、易携带的“彭州特色产品”，形成线下线上互为拓展、互为促进的态势，打造健康的区域旅游品牌。加快电子商务进农村，结合农村和农产品现代流通体系建设，加快推进电子商务在农业领域的推广应用。引导企业运用电子商务发展农超对接、农产品网上销售，拓展农产品销售和农村市场流通渠道。引导传统商贸业发展电子商务。加快电子商务进超市，形成实体商场和虚拟市场互为补充的销售体系。加快电子商务进社区（街道），城区（社区）建立信息服务点，通过网站、固话、手机和数字电视等终端载体，为居民提供身份识别、小额支付、购物消费等服务。

十五、邛崃市电子商务发展概况

（一）电子商务发展特征

1. 产业发展稳步推进

2017 年 1 - 12 月，邛崃市中小企业电子商务应用率达到 85.1%，实现电子商务交易额 120.2 亿元。

2. 电子商务创新创业氛围浓厚

鼓励支持本土企业利用电子商务开展模式创新，孵化成都市级创新型电子商务企业 1 家；深化与西南财大合作，开展 C2M 创新营销模式试点，推进农村电子商务创新创业和精准扶贫。

3. 电子商务行业应用深入拓展

结合邛崃产业特色，不断推动电子商务与生产制造、商贸流通、民生服务等产业的深度融合。借助邛酒产业优势，设立邛酒创新发展资金池，搭建邛酒 + 平台，整体推广、销售邛酒；并鼓励古川、渔樵等邛酒企业借助 1919、天猫等第三方电子商务平台销售，拓展邛酒网络渠道。以文君街道为试点，搭建社区便民生活集成服务信息平台，探索“互联网 + 社区”模式，推动政府及社区各类服务资源整合。

4. 农村电子商务快速发展

加快推进农村电子商务，开展县、镇、村农村电子商务示范体系建设，全面提升邛崃农村电子商务应用和农村流通现代化水平。积极培育“邛崃黑茶”“邛崃黑猪”等特色农产品电子商务品牌，鼓励企业到重要节点城市设立展销 O2O 体验店 40 余家，推动品牌线上线下宣传营销。鼓励农业企业利用优势资源走出去发展，支持万兴果蔬与果郡王、花果山等行业排名靠前网络店铺合作，扩大销售市场；同时，支持祥禾家庭农场等农业企业与上海有量、福建来三斤区域电子商务平台合作。

5. 健全电子商务支撑体系。

建立完善农产品电子商务物流体系，鼓励支持企业建立区域农产品电子商务物流中心 2 个，建立村级电子商务服务站 36 个。强化电子商务创业载体建设，打造有美巷子创客咖啡、芙蓉酒谷。加强电子商务培训交流，开展专题培训 15 场、电子商务沙龙

4 场，并组织企业到广元青川、眉山青神等地考察学习。

（二）电子商务发展重点

2018 年，邛崃将在电子商务普及应用的同时，鼓励电子商务企业做大做强，推进实体经济与电子商务融合发展，努力营造电子商务发展氛围，争创省级电子商务示范县。

1. 进一步深化农村电子商务工作

结合邛崃特色农产品、白酒、旅游等优势产业，培育壮大本地电子商务经营主体；整理收集特色产品目录，培育“渔香米”等本地农特产品品牌；加强与京东等知名平台对接合作，搭建农产品上行渠道；鼓励企业改进农产品的规格、包装，不断适合网络销售环境。

2. 继续开展电子商务人才培训和普及教育

开展覆盖党政机关、企业、创业青年等各个层次的业务知识培训，并定期开展电子商务沙龙、创客论坛等一系列活动，搭建交流互动平台，并结合微信、微博等新兴媒体进行全方位、多层次的宣传推介。

3. 完善电子商务配套服务体系

进一步完善农村电子商务服务物流体系建设，整合邛崃境内快递物流资源，扩大农村物流覆盖面；着力引进一批电子商务服务企业，提高邛崃电子商务发展水平。

十六、崇州市电子商务发展概况

（一）电子商务发展特征

1. 平台建设进一步增强

2017 年，崇州市积极同淘宝、京东、百度等平台加强合作，同时推进本地平台建设，土而奇、地宸、润惠、均乔、买个购等电子商务平台服务功能进一步提升。在重点平台建设上，崇州市“稻虾藕遇”农产品 O2O 销售平台及“土而奇”公共电子商务平台运行平稳，对于提升崇州农产品市场占有率起到积极宣传作用。崇州健身堂农业成功获评成都市电子商务创新型企业。

2. 电子商务应用普及进一步提升

崇州市企业应用电子商务能力进一步提升，向规模化、专业化发展。一是鼓励龙头企业主辅分离，成立电子商务公司，专业化程度进一步提升。截至目前，全友家私已实现电子商务销售约 10 亿元，明珠家具实现电子商务销售 2000 万元。二是传统产业与电子商务更紧密结合。崇州怀远木桶通过天猫、京东等平台加强合作，带动怀远镇木桶产业位居全国电子商务销售前列，2017 年全镇电子商务销售突破亿元。三是电子商务由传统的销售商品向销售服务转变，餐饮企业、农家乐、旅游企业纷纷开展电子商务，淘宝、微信、微博、小程序成为实现营业增长的重要手段。

3. 农村电子商务蓬勃发展

2017 年崇州成功创建成都市电子商务示范县，目前已建立农村电子商务配送中心和集中展示中心 4 个，引导邮政、供销社等建立村级服务站 80 余个，培训农村电子商务人才 1000 余人次。崇州润惠农业通过第三方平台，实现中药材销售约 2000 万元；惠丰农业实现电子商务销售 500 万元，地宸农业公司通过自建平台，实现生态猪肉销售 300 万元；均乔农业通过电子商务实现有机农产品销售 200 万元。

4. 跨境电子商务起步发展

2017 年，崇州市引进深圳安德在线有限公司，着手打造崇州跨境电子商务产业园，目前产业园正在整体装修，整体入驻企业 30 家以上，预计 2018 年投入运营。

（二）电子商务发展重点

1. 加强龙头企业引进

积极鼓励龙头企业，特别是家具、建材等优势行业企业自建电子商务平台，另一方面积极推动移动电子商务平台、跨境电子商务平台等企业入驻崇州。加强本地电子商务品牌打造，重点推进全友、明珠、土而奇、稻虾藕遇等品牌做大做强。

2. 加强“电子商务+产业”深度融合

在成都市农村电子商务示范县建设基础上，加强农业、工业、服务业互动发展，推动总部经济、互联网经济、大数据产业加快发展，鼓励企业开展跨界合作。

3. 加强跨境电子商务发展

以安德在线跨境电子商务产业园为重点，完善电子商务发展软硬件设施，积极协助园区管理机构完善机制、加强培训、提升配套设施，首先引导本地藤编、竹编，鞋类企业加入跨境电子商务平台，同时进一步整合成都及四川地区特色产品资源，推动四川优势产业走出去。

4. 加强电子商务宣传和人才培养

与相关部门一起，充分利用元通电子商务培训中心、大学生创业园、餐饮业协会以及乡镇政府加强电子商务应用宣传和培训，挖掘电子商务人才，提升崇州电子商务服务产业发展的能力。

十七、郫都区电子商务发展概况

（一）电子商务发展特征

1. 电子商务总量持续提升

2017 年，郫都区预计电子商务交易额将达 270 亿元，电子商务总量连续 3 年保持 10% 以上增长，产业规模进一步提升。吉峰农机、丹丹豆瓣等区内重点电子商务企业线上交易额稳步提升，电子商务应用水平进一步提升。

2. 电子商务平台持续壮大

农吉汇、金童商城等重点电子商务平台充分发挥龙头带动作用，截至 2017 年 11 月，农吉汇和金童商城线上交易额分别达 4000 万元、600 万元，线上商户数达 400 余个，已经成为行业内较有影响力的垂直电子商务平台。同时农吉汇充分整合行业资源，联合平安银行提供小额信贷等金融服务，极大提升线上服务体验。

3. 电子商务创新持续推进

成功培育成都市乙米米科技有限公司成为成都市创新型电子商务企业，目前郫都区已有吉峰农机、安登逸等成都市创新型电子商务企业 7 家，企业在线上营销、盈利模式等方面创新能力进一步提升。以缤纷魔方人工智能无人超市为代表的电子商务新模式迅速发展，目前已经完成郫都区内 50 个点位的选址工作，将在年内完成点位建设工作，初步实现无人超市重点社区全覆盖。

4. 农村电子商务持续建设

借助成都市“农贷通”平台“三站合一”建设契机，推动全区 12 个街道服务中心、115 个村级服务站电子商务服务建设，完善服务站快递收发、网络代购、特色产品网上营销等功能，进一步提升农村电子商务服务水平；引导鼓励“村小铺”农村电子商务项目开设村级电子商务合作站，目前已成功招引村级合伙人 100 余人，服务范围覆盖 70 余个村，为工业品下乡、农村品牌营销提供了新路径。

5. 电子商务培训持续开展

联合成都市电子商务企业协会，开展电子商务培训会等交流活动，邀请电子商务行业专家为企业提供电子商务运营、线上品牌打造等专业培训，促进电子商务产业发

展；组织区内企业参加省市 2017 年政策解读会议 5 次，加深企业对省市电子商务发展工作思路和扶持政策认识；鼓励丹丹豆瓣等企业参加中国（四川）电子商务发展峰会等展会，开展全方位、多角度、分层次的立体网络宣传，提升企业品牌知名度。

（二）存在的问题和困难

1. 企业电商应用水平处于初级阶段

目前郫都区大部分企业应用电子商务的方式尚处于开设线上店铺阶段，缺乏有效手段开展线上营销、模式创新、流量导入等工作，线上品牌建设相对滞后。

2. 高级运营人才匮乏

郫都区电商线上运营、物流管理等电商专业人才缺乏，而企业招引人才难度大、培养人才周期长，严重制约了企业电商业务开展和电商产业发展。

3. 知名龙头企业偏少

虽然郫都区电子商务产业发展快、企业数量多，但总体规模仍然较小，带动行业发展的龙头重点企业数量少，需要加大力度培育。

（三）电子商务发展重点

1. 继续坚持龙头带动，做大做强电子商务孵化器

重点关注农吉汇、哒哒配货、丹丹豆瓣等重点电子商务平台和企业，鼓励企业拓展线上业务服务范围 and 水平，创新电子商务发展模式，进一步提升线上交易额；狠抓蜀汉春色、乐创孵化中心等电子商务孵化器建设，加快孵化器业态调整，提升配套服务能力，引入知识产权、投融资、法律咨询等服务机构，搭建项目入住、信息服务、人才培养、融资服务等一站式综合服务平台，持续完善服务功能，提升服务水平。

2. 坚持创新驱动，搭建电子商务“双创”服务平台

依托郫都区电子商务专委会、电子商务孵化器等机构，搭建电子商务服务平台，吸引电子商务创新创业项目来郫，营造电子商务发展良好氛围；同时利用各级各类扶持政策，支持电子商务企业开展商业模式创新，积极鼓励模式创新的电子商务项目参与成都市创新型电子商务评选。

3. 开展跨境电子商务试点

利用国家“一带一路”倡议、“蓉欧+”等重点战略机遇，引进和培育跨境电子商务市场主体，鼓励海霸王园区建设跨境电子商务孵化器，吸引集聚一批跨境电子商务企业和跨境电子商务服务企业，推动跨境电子商务加快发展。

4. 积极落实省市电子商务政策

积极争取省市电子商务政策支持，做好政策宣传，充分利用现有政策支持鼓励电

子商务企业发展；密切与上级部门的沟通与联系，积极向上级主管部门汇报电子商务发展情况和存在问题，争取上级部门对郫都发展电子商务工作提供更大的帮助和支持。

5. 加强电子商务人才培养力度

举办电子商务专场培训、行业交流会等活动，邀请电子商务行业龙头企业代表和专家对郫都电子商务企业高级管理人才和运营人才进行针对性培训。同时利用行业协会等组织，搭建电子商务企业人才交流平台，营造电子商务发展良好氛围。

十八、新津县电子商务发展概况

（一）电子商务发展特征

1. 全力引进重大电子商务项目

引进投资5亿元的油加加全国结算总部、诚润通达2个电子商务项目，目前，正在积极推进寰宇城乡通网络科技有限公司城乡通项目。推进成都海峡科技园建设，协助引进百丽科技等12家电子商务企业，进一步壮大了电子商务主体。

2. 扎实推进电子商务示范创建建设

创建四川特驱投资集团有限公司1家省级创新型电子商务示范企业，储备了成都百丽达网络科技有限公司、纳雅农业有限公司2家市级创新型电子商务企业。

3. 电子商务服务体系进一步健全

启动捷客商贸新津名优特产O2O生活体验馆、纳雅农业新津特产O2O生鲜超市特产展销区等超市电子商务项目建设。协调邮政、中通、百世等物流企业，将物流服务下沉至村社。开展“电子商务下乡惠百姓活动”，建成新平万街社区、花源共和村等4个具备农村网络购物、物流配送、便民叠加服务等相关功能的村级电子商务服务站，初步构建了县、镇、村三级电子商务服务体系。推动超市、便利店叠加便民服务功能，提高居民生活便利性。在安西蔡埂村、五津街道抚江社区等开展电子商务应用培训32场，培训人员2000余人。

4. 加大政策扶持力度

强化政策扶持，制定出台《关于加快服务业发展的若干政策》，支持电子商务平台建设、电子商务应用、创新型电子商务企业、电子商务示范村、电子商务服务站建设，进一步助力电子商务发展；加大对上争取，组织企业及时申报国家、省市扶持资金，争取扩大鲜活农产品网络销售扶持资金40万元。

（二）电子商务发展重点

深入实施“互联网+”工程，以电子商务示范村、创新型电子商务企业、村级电子商务服务站等工作为抓手，开展电子商务系列培训，推进电子商务进农村、进企业、

进社区，全面加快推进新津县电子商务与三次产业融合发展，夯实电子商务发展基础，推动区域经济社会跨越发展。

1. 推动三次产业应用电子商务

以天府新区南区产业园、梨花溪文化旅游集聚区、天府农博园三个市级产业集聚区为抓手，推动轨道交通、新材料、智能装备三大主导产业和食品、机械等传统优势产业应用电子商务转型发展。引导餐饮、休闲文化娱乐、景区景点、酒店等传统商贸企业开展线上线下一体化经营。引导本土农业企业在淘宝、京东等第三方电子商务平台开设农产品网销平台。依托电子商务协会、零售商协会，开展电子商务系列培训，营造良好的发展氛围。

2. 大力开展电子商务示范体系建设

力争创建1个市级电子商务创新企业。扎实开展农村电子商务试点村建设，建设五津平岗、兴义万和等电子商务服务业站，完善农产品网销、物流配送、电子商务服务等功能，引领农村电子商务发展。

3. 加强电子商务服务平台建设

完善电子商务孵化园区配套服务功能，加快推进伟津物流投运，吸引电子商务平台、应用企业、创业团队、服务企业和第三方物流企业等入驻，形成集创业孵化、电子商务培训、物流配送等于一体的电子商务物流园区。加快推进油加加项目建设，力争引进寰宇城乡通网络科技有限公司城乡通项目。

4. 积极探索发展社区电子商务

在张河、波尔社区设立电子商务网点，在平岗、岷江、纪碾三个社区建立商超并叠加相关便民服务，推动传统社区商业创新发展，不断提升社区商业服务品质和服务能力。鼓励本土电子商务平台整合餐饮、休闲娱乐、洗车服务、美容美发、农产品、家政服务等资源，构建线上线下一体的生活类电子商务平台。

十九、金堂县电子商务发展概况

（一）电子商务发展特征

1. 电子商务基础配套提档升级

2017年，金堂县电子商务基础设施条件明显改善，制度体系和政策环境逐步健全，线上线下融合、服务全程覆盖、安全高效便捷的现代电子商务流通服务网络初步建成，电子商务在农产品和农业生产资料流通中的比重明显上升，整体呈现加速发展趋势。围绕“互联网+”社区便民服务示范试点建设，引导站点建设与便民服务、基层治理深度融合，结合成都市制定的36项叠加服务功能指导标准，指导农业农村电子商务龙头企业服务农村市场，推动建立了可持续、高粘性、服务高效的线下服务平台。如赵家镇平水桥村将农村电子商务服务站点建设与党群服务中心、农村书屋、党员远程教育结合，成为农业农村电子商务与基层党建融合的良好示范。

2. 农村电子商务示范试点取得成效

金堂县商务局先后组织17个村（社区）分三批次成功申报成都市农村电子商务试点（示范）村，并对项目推进、资金使用、项目绩效等情况进行指导。在全市农村电子商务现场会上，广兴镇九龙村、三溪镇三河社区2个试点村和“寻农集”农村电子商务精准扶贫、“金乡运”农村共同配送2个模式分别获选成都市农村电子商务典型案例。金堂县作为成都市典型示范做了经验总结发言。2017年3月，广兴镇宝塔村、三溪镇三河社区等6个村（社区）通过成都市商务委、成都市财政局联合验收，获得了“成都市农村电子商务试点村”称号及相关资金扶持。

3. 电子商务助推传统零售餐饮提升

鼓励金堂餐饮企业开展传统餐饮与电子商务相融合的运营模式，通过加入大众点评、美团网、饿了么等第三方电子商务平台，实现团购引流、外卖增量、餐饮信息透明等提升发展。同时，通过开展移动端应用、在线支付系统、餐厅自助点餐管理系统融合应用的餐饮电子商务业务，实现扫码自助点菜、线上订桌点菜、网上点餐配等特色服务。

4. 金堂农特产品展示馆开馆运营

金堂县建成农特产品展示馆 2 个，分别为成都群光广场店和易田·电子商务广场店。展示馆以实体商业为载体，整合金堂优质农业和工业产品，集农产品展示、推广、销售于一体，为“金堂造”产品提供品牌化、互联网化的全方面服务。同时进行资源对接，为“金堂造”产品提供销售合作渠道。

5. 农产品电子商务促进农民大幅增收

金堂县农业农村电子商务主体培育成效显著，各村农民专业合作社、农业龙头企业、加工企业等，自建电子商务平台或借助第三方电子商务平台开展产品销售，利用互联网平台，快速建立了特色品牌，提升了产品价格，拓展了销售渠道，带动产业发展和创业就业，实现“互联网”与产业、产品联动融合助推农户增收。三溪镇三河社区培训带动本土微商 400 余人从事当地脐橙销售，充分拓宽农产品销售渠道，推动农业农村电子商务业加快发展。同时，鼓励镇域内企业开展电子商务，提升金堂脐橙销售品牌 and 价格，实现销售价格、销售速度和销售量翻倍。2017 年年初，金堂脐橙单价由 2016 年的 1 元/斤提升到 2 元/斤以上，3 月以后售价增至 4 元/斤，金堂脐橙线上销售量由 30% 提升到 70%，促进了农业产业提质增效。

（二）电子商务发展重点

1. 紧抓“东进”战略机遇，推动电子商务成为生产性服务业核心要素发展新引擎

一是电子商务提升现代物流业能级效率。一是指导金堂电子商务寄递协会牵头协调电子商务物流企业厘清发展思路，提高配送时效、降低配送成本、扩大配送范围，逐步实现电子商务配送的信息化管理和全流程化操作；二是持续跟进“蜂巢”公司等专业电子商务供应链企业，提升其在配送体系中的机制优势，推动制造业和零售业尽早实现“零库存”；三是持续围绕“农产品进城”思路，以现有金堂农特产品展示亭（群光店）为抓手，进一步完善电子商务配送末端的窗口作用和示范效应，同时，探索发展县域社区电子商务。

二是电子商务优化金融服务业服务模式。指导金堂电子商务孵化中心增设信贷咨询、财务代理等金融服务功能，提升服务水平；吸引电子商务支付平台在金堂县拓展业务和开展创新服务；配合有关部门落实金融服务政策。

三是电子商务促进信息服务业个性化发展。沟通协调“金堂零距离”、“幸福金堂”等信息服务业企业，鼓励改善企业网络基础环境和基础设施，扩大用户规模，逐步扩展业务范围，如提供网络查询服务、网上交易代理、信息推送服务等。

2. 积极组织项目申报，帮扶电子商务企业协调生产要素和转型升级

针对 2017 年服务业发展引导资金政策文件中电子商务资金部分，做好申报工作。

一是及时通知金堂县电子商务企业参加申报，告知企业各项申报时限、程序和范围，鼓励企业积极参与，为相关项目争取更多的扶持资金，推动项目更好地开展；二是开展好服务工作，详细为企业讲解指南，帮助企业把握申报重点，提高申报成功率；三是对企业提交的申报材料进行初审，仔细审核材料的真实性、完整性。

3. 多举措开展电子商务精准扶贫工作，确保取得实效

一是健全“寻农集”农村服务网点，夯实电子商务扶贫硬件基础。依托“寻农集”电子商务平台，积极构建县、乡、村三级电子商务服务网络，提升企业运营中心功能，鼓励在乡镇设立分中心，在行政村设置服务站。同时，加强农村信息基础设施建设，逐步建立起覆盖县郊区、乡镇、村的农村信息网络，推进农村商务信息化建设。

二是推动农村电子商务平台建设，打造一批金堂农特产品电子商务品牌。依托产业优势，扶持一批有发展前景的特色农产品电子商务交易平台，对金堂脐橙、金堂食用菌等农特产品进行整体品牌包装、营销推广和交易服务。组织农村经纪人、种植大户、农业团体依托平台开展产业化经营；鼓励消费地交易市场、超市、网络零售企业与平台开展商品预售、包销等供需对接服务。依托平台，整合仓储与物流配送资源，集约化管理，提高仓储物流效率，降低损耗。通过多媒体、新媒体等多种形式开展金堂特色农产品的品牌宣传与推广，提升金堂县特产在国内外市场的知名度和影响力。探索建设线上商城县级特产馆，打造金堂土特农产品网上集散地。

三是完善帮扶政策体系，培育一批扶贫创客群体。帮助贫困户通过电子商务实现创业。积极探索扶贫事业新机制、新路径，整合各项扶贫政策资源，从免费培训、信息服务等各个方面，全方位、多角度帮助贫困群体、残疾人从事电子商务，优先安置贫困户到县电子商务孵化中心落户创业，为他们创造便利的创业条件。同时，建立和完善电子商务人才培养、引进和奖励机制，吸引更多的电子商务高级管理人才、高端运营人才、核心技术人才回金堂县农村就业创业。

4. 构建县域电子商务大数据运用氛围，指导农村电子商务先试先行

大数据时代给金堂县电子商务行业和企业带来了丰富的资源，其中包括数据、技术、传播工具等，这些丰富资源的使用和获取为电子商务企业提供重要的机遇和平台。结合金堂实际情况，一要鼓励农村电子商务企业通过大数据应用创新商业模式。农村电子商务企业通过挖掘和分析消费数据来制作具有个性化、精准化和智能化的营销策略，建立一种比现有营销广告和产品推广策略更为高效的新商业模式。二要指导农村电子商务企业通过大数据推送精准营销信息。农村电子商务企业通过运用大数据收集、整理、分析客户可以更好地掌握客户信息，以便制定具有针对性的营销策略，从而提高营销活动效率和降低营销成本。利用大数据精准营销模式可以帮助农村电子商务企业降低成本，找到更大的利润空间。

二十、大邑县电子商务发展概况

（一）电子商务发展特征

1. 积极推动大邑电子商务孵化园建设

大邑电子商务孵化园投入使用面积 10000 平方米。目前已经入驻 40 余家电子商务企业及 8 家快递物流公司，实现了电子商务与快递物流的无缝对接，降低了物流成本。新引进北京农信互联成都西区运营中心落户大邑电子商务孵化园。全年孵化园入驻企业交易额为 3.8 亿元，创历史新高。

2. 开展特色农产品品牌营销活动

开展 2017 年成都农产品嘉年华·大邑特色农产品品牌营销活动，在淘宝、京东等电子商务平台齐销售、线下商超共助阵的方式下，实现网上销售 800 万元，切实提高大邑葡萄产品溢价能力，实现大邑葡萄整体上行，品牌提升促进产品升值、农民增收。

3. 电子商务示范建设有序推进

安仁镇列入“2017 年度市级特色农产品电子商务示范镇”建设项目；指导韩场镇兰田社区开展“2015 年度市级农村电子商务试点村”建设工作，并于 3 月接受市商务委检查验收组的正式验收，4 月被市商务委正式授牌；指导斜源镇大鹏村开展“2016 年度市级农村电子商务试点村”项目和新场镇石虎村、王泗镇福田社区、董场镇正雄社区县级农村电子商务试点村（社区）实施，以点带面，大力推进大邑电子商务试点村（社区）与村级服务站建设。

4. 积极扩大电子商务创新创业成果

加大宣传，营造良好氛围，扩大电子商务创新创业成果。积极组织全县电子商务企业参加“创业天府菁蓉汇·大邑县”绿色智造专场活动和四川省电子商务峰会等活动，引导企业了解电子商务、重视电子商务，自觉把电子商务作为提升企业发展水平和发展质量的重要途径。截至目前，全县已开展各类电子商务培训、讲座 42 期，培训人次超过 1500 人次。

5. 积极推动电子商务“走出去”

鼓励爱贝堡、道香源等电子商务企业依托蓉欧快铁、中亚班列和航空枢纽赴“一

带一路”沿线国家开展贸易活动，积极融入境外流通体系，提升企业全球化经营能力。

6. 电子商务服务体系不断完善

依托市“农贷通”平台建设，积极配合县金融办、农林局、统筹办推进大邑县农贷通基层服务体系建设，大邑县应建设村级服务站 192 个，乡镇服务中心 20 个，服务站和服务中心建设数量、人员配置、设施设备已完成。目前，金融机构已受理新型经营主体贷款金额 3150 万元，成功发放 7 笔，发放金额 2615 万元。

7. 积极招引电子商务龙头企业

引入成都犀星微宝科技有限公司入驻大邑。该公司是一家致力于造成“智慧城市、智慧社区、便民服务”的科技公司，业务开展主要是将社区社交、共享、电子商务、区块链、物联网全线打通，实现物业缴费、小区公告、投诉报修、访客邀请、生活缴费、邻里交流、居家生活服务等功能，实现业主畅享移动互联网便捷生活服务。目前正在开展官渡社区、芙蓉社区、斜江社区“智慧社区”试点建设。

8. 深入电子商务便民服务

开展网上巡查 800 余户次，查看企业网站信息，实地走访开办网站企业 264 余户次，通过多种方式广泛宣传《网络交易管理办法》，发放宣传资料 4497 余份。完成全县 3 家县级公立医院（县人民医院、县第二人民医院、县妇幼保健院）和晋原街道社区卫生服务中心、各乡镇公立卫生院的 HIS 系统改造，群众可持居民健康卡到全县公立医院实现预约挂号、缴费等功能。

（二）电子商务发展重点

1. 继续鼓励和引导中小企业开展电子商务应用

重点支持企业加入淘宝、天猫等知名第三方平台发展电子商务。引导全县中小企业与电子商务孵化园做好对接，吸引更多的电子商务企业入驻，实现抱团发展，形成集聚效益；互相交流，扩大大邑县农产品和工业品的销售，把“大邑造”产品更多地销售出去。

2. 不断完善农村电子商务服务体系

完善城乡物流配送服务网络，建设农村电子商务体系。积极推动“京东便民服务点”和“邮政综合便民服务站”建设；鼓励支持成都利民药业连锁有限公司、红旗连锁、家乐福、百伦新宸、每乐购等企业提供网购和商品配送服务。通过以上举措，积极拓展“工业品下乡”和“农副产品进城”的双向流通渠道。

3. 加强政策引导

加强政策引导，总结农村电子商务试点建设经验，积极探索农村电子商务，促进农村市场流通。以韩场镇兰田社区和斜源镇大鹏村市级农村电子商务试点村项目实施

为契机，鼓励和引导有条件的村（社区）开展农村电子商务试点工作，营造全县农村电子商务氛围，把大邑农副土特产品带到电子商务市场，扩大农产品销售渠道。

4. 加大电子商务项目规划

加大电子商务项目规划、立项、土地、金融、工商等方面的支持，鼓励盘活存量资源，利用闲置工业厂房、仓储用房、商务楼宇等打造电子商务集聚区。

5. 鼓励传统商贸转型升级

引导和鼓励大邑传统商贸流通业同电子商务相结合，将商品传统销售与网上销售结合，进一步拓展全县“工业品下乡”和“农副产品进城”的双向流通渠道。

二十一、蒲江县电子商务发展概况

（一）电子商务发展特征

蒲江县电子商务产业发展迅速，目前已形成以县城为中心，以乡镇为骨干、以广大农村和新型社区为支点的三级网络。2017 年 1 - 12 月，完成电子商务交易额 102 亿元；电子商务中小企业应用普及率达 85%。充分整合资源，建设以蒲江县城为中心、以乡镇为骨干、以广大农村和新型社区为支点的三级流通网络，构建具备“工业品下乡”和“农产品进城”的双向流通体系。

1. 电子商务产业园加快建设

蒲江县积极推动建设电子商务产业园，完善园区配套服务，引进和集聚电子商务专业人才，集中进行网上交易和物流配送，园区于 2015 年 12 月正式投入运营，占地面积 50 亩，建筑面积约 25400 平方米，其中办公区域为 3700 平方米，仓储物流中心 12800 平方米，人才公寓 7100 平方米，配套用房 1800 平方米，目前园区已入住电子商务主体 113 家，累计孵化项目 65 个，孵化成功率 80% 以上，扶持和帮助 200 余名城乡青年创业，带动就业 5000 余人，今年农产品线上销售达 3 亿元。制定了《蒲江县鼓励入驻电子商务创业园的实施意见》，引导电子商务平台企业、应用企业和网商入驻，为本地网商、大学生、创业青年免费提供办公用房、网络通信、培训、摄影、仓储等一站式综合服务，并充分发挥园区的孵化功能，对有发展潜力的网商进行重点孵化，为蒲江产品流通搭建方便快捷的交易平台。

2. 电子商务站点快速布局

一是与京东、苏宁易购、易田电子商务、天虎云商等电子商务平台企业开展合作，目前京东和苏宁易购分别在县城建成服务站和体验店，在西来两河村、大兴水口村、复兴庙峰村等建成 14 个村级电子商务服务站，每个站配备专门业务人员，对村民建网店、网上购物等电子商务应用进行宣传推广，完成培训村级电子商务人员 800 人次以上；根据每个村的产业特色，分别搭建以猕猴桃、柑橘、茶叶等农产品为主的网上销售渠道，其中水口村今年实现农产品网上销售额 1600 万元以上。二是组织龙头电子商务企业、专合组织入驻京东成都馆、淘宝成都馆，并与京东、苏宁易购共建蒲江特色

馆，促进蒲江优质农副产品网上销售及一三产业线上线下互动活动。三是整合县内“万村千乡市场工程”、邮政、供销及日用品、农资流通企业资源，已与县内相关企业进行对接，在镇村进一步融入电子商务和信息化模式，利用企业现有在村级的网点开展农村电子商务网点建设，不断促进工业品下乡、农产品进城，真正实现惠民、便民。

3. 电子商务平台加速构建

一是依托蒲江医药产业资源优势，由成都泉源堂大药房连锁股份有限公司打造药品电子商务平台，结合天猫、京东开展线上销售，1-10月药品交易累计销售达25000万元，预计全年销售达30000万元，泉源堂被评为国家级创新型电子商务企业。二是依托蒲江作为包装印务产业基地，由四川川印包装股份有限公司打造印刷行业在线交易平台，1-10月印刷平台在线交易额达5300万元，预计全年交易额达6500万元，川印被评为成都市创新型电子商务企业。三是依托蒲江特色农副产品资源，由新朝阳公司建设“鲜农纷享”农产品电子商务平台，1-10月“鲜农纷享”农产品交易平台销售业绩达700万元，预计全年销售达1000万元。四是相继在天猫开设了“蒲江猕猴桃（地标）官方旗舰店”，为全国第一家在天猫开设的生鲜农产品地标旗舰店；在京东平台开设“蒲江特产馆”、苏宁易购平台开设了“中华特色蒲江馆”、萌店平台开设了“地道中国蒲江馆”，各大平台蒲江馆的开设有力促进蒲江产品销售和品牌提升。

4. 电子商务应用高速增长

着力推动电子商务在各领域应用，一是加强电子商务协会行业发展协调，主动与各类协会、合作社开展合作，开展对乡镇、村（社区）和应用主体的指导，积极引导企业、合作社、个体开展电子商务应用，提高电子商务应用的积极性。二是以大学毕业生、返乡创业人员和个体经营户为重点，积极培育电子商务创业带头人，壮大网商队伍，逐步形成以蒲江特色农产品销售为主的电子商务交易群体，蒲江猕猴桃、茶叶、杂柑等地标产品迅速占领了淘宝、天猫、京东、1号店等平台。三是加强电子商务知识培训和政策引导，宣传推广网商发展的成功经验，营造电子商务良发展好氛围。

（二）存在的问题与困难

蒲江县农村电商发展虽已具备一定规模的网商群体和产业基础，但也存在明显不足，主要表现在服务功能需提升、网络监管不够、高端人才不足等。

1. 电商服务资源不足

蒲江县特色农产品丰富，依托农产品为基础的电子商务已经进入到高速发展时期，而县级的平台服务商、运营服务商目前仍处于相对落后状态，电商服务资源需要全面提升。

2. 服务站点功能有待提升

蒲江县已建成的服务站点目前大多为村民提供日用品代购、票务订购、水电费缴纳、话费充值等便民服务，站点建设还应在农产品上行、农村物流合作方面进一步提升。

3. 农产品网络监管有待加强

由于农产品电商主体迅速兴起，在各 B2B、B2C 电商平台都有线上销售，因而在农产品规格、品质、价格方面参差不齐，还有各地冒充蒲江猕猴桃等农产品及恶意竞价等行为，因而规范农产品网上监管势在必行。

4. 农村电商人才短缺

目前企业对电子商务人才需求量大，尤其是中高端人才供不应求，往往迫使一些企业因找不到人才或留不住人才而难以为继，人才问题成为企业做大做强和电商产业发展的突出问题。

（三）电子商务发展重点

蒲江县电子商务工作将深入贯彻落实党的十九大和市第十三次党代会、国家中心城市产业发展大会精神，聚焦于发展新经济，以电子商务产业园为载体，积极培育本土知名电子商务企业，推动产业转型，促进线上线下融合发展。力争到 2019 年，全县电子商务交易规模突破 110 亿元，中小企业电子商务应用普及率达到 88%。

1. 加快电子商务产业园建设

改造提升电子商务产业园，进一步完善电子商务园区物流配套设施，让电子商务产业园成为蒲江电子商务的资金流、信息流、物流汇聚中心。

2. 积极培育本土电子商务企业

充分利用国家电子商务进农村综合示范县创建优势，鼓励县内经营主体进行网上交易，引导农产品电子商务企业、专业合作社、家庭农场、个人等通过开设网站、网店销售蒲江特色农产品。

3. 借助平台优势拓宽销售渠道

依托猕猴桃、柑橘、茶叶等优势资源，积极推动企业、合作社、个体加强与现有主流电子商务平台合作，在淘宝、天猫、京东、1 号店等大型电子商务平台打造以蒲江特色农产品销售为主的电子商务交易群体，推动线上交易稳步提升。

4. 利用电子商务站点推广叠加服务

蒲江将继续开展电子商务服务站建设，并在已建成的社区和服务站点配套完善网络购物服务和便民服务功能，并逐步延伸到小额现金存取、手机充值、水电费缴纳、车票代购、日用品购买、特色农产品网上销售等服务领域，形成以县城为中心、乡镇为骨干、农村新型社区为支点的电子商务流通体系。

二十二、简阳市电子商务发展概况

（一）电子商务发展特征

1. 强化措施，大力推进集聚发展区建设

简阳·西部电子商务集聚发展区内已签约入驻 13 个项目，总占地约 7906 亩，投资总额约 238 亿元。其中，唯品会项目一期、大华项目一期、e 家天下一期、亿联国际商贸城一期已投入运营，其余项目正积极推进中。2017 年 1 - 10 月集聚区实现销售收入 110 亿元、实现税收 1.5 亿元、解决就业 8500 人。建立集聚区网站（网址和二维码），制定并出台了集聚区产业发展支持政策，并纳入成都市产业发展白皮书。为满足集聚区发展需求，市商务局牵头启动园区 10 条道路建设。目前，已确定实施主体，正在加快推进。

2. 培育本土，促进企业转型升级

坚持抓大不放小，积极引导本地企业借鉴 B2C、O2O、B2B 等模式。四川乐客电子商务有限公司、四川天府汉唐电子商务有限公司、四川米良送有限公司整合自身资源，打造区域性 O2O 平台，发展区域性线上线下电子商务；四川杨森乳业有限公司采取微营销、团购等模式销售鲜奶；有菜消费者合作社采取体验式组织中老年人体验乡村生活；食品餐饮、服装鞋帽、日用百货、建材卫浴等商贸流通企业也在不断转型升级，利用“互联网+”探索新路子，促进自身发展。引导工业龙头企业整合行业电子商务平台资源，积极构建集采购、生产、供应于一体的电子商务交易平台，助推企业转型发展。四川龙一制衣联合同行企业共同打造专业市场“易加防护网”，1 - 10 月实现线上销售 2000 余万元。指导海大集团、国光农化利用现有出口资源开展跨境电子商务业务。

3. 加大招商，促进电子商务发展

为促进简阳电子商务发展，局级领导外出上海、广州、杭州、深圳等地区开展招商工。目前，新引入入驻集聚区有唯品会跨境电子商务、海底捞调味品生产及物流配送基地、信基酒店用品绿色产业园等项目；韵达物流西南总部基地、洲际酒店和爱琴海项目、简阳市旌瀚冷链物流中心等项目正在对接洽谈。

4. 优化环境，支持电子商务企业发展

积极组织企业申报2017年成都市创新型电子商务企业申报和2017-2018年度四川省电子商务示范企业，四川易加安防科技有限公司和四川乐客电子商务有限公司成功评为2017年成都市创新型电子商务企业，四川乐客电子商务有限公司被评为“2017-2018年度四川省电子商务示范企业”。积极组织企业参加2017年中国（四川）电子商务发展峰会、2017年中国（成都）移动电子商务年会、成都市农业博览会等活动；指导简阳市电子商务物流协会和企业举办成都简阳农产品网购网销节、简阳市永宁乡桑葚节等活动；成功举办了“简阳市2017年人工智能助力电子商务发展专题培训会”，正在筹备电子商务冬至羊肉美食节等活动，让更多电子商务企业参与。

5. 国家级电子商务进农村综合示范项目有序推进

2017年初，简阳国家级电子商务进农村综合示范项目顺利通过商务部专家组绩效评价。截至目前，现已建成完成乡镇电子商务服务站100个和村级电子商务服务点300个，站点销售额达1亿元，电子商务人才培养6100人次，培育本土特色品牌12个，省级著名商标2个。鼓励和引导大学生村官、返乡创业青年利用互联网发展电子商务。为解决最后一公里配送问题，规划了六条物流线路，初步完成县、乡（镇）、村三级物流配送体系。

6. 加强对接配合，营造良好电子商务氛围

充分利用县级电子商务公共服务中心，加强与成都市电子商务企业协会、相关部门的交流联动，很好地营造了全市的电子商务发展氛围。目前，简阳商务局与成都电子商务企业协会、简阳市农林局、简阳市残联、团市委、简阳市电子商务物流协会、四川乐客电子商务有限公司、简阳易田电子商务有限公司等部门和企业共同举办了简阳市生鲜农产品线上营销研讨会、简阳市水蜜桃推介会、电子商务业务等培训会议，举办推介会20场，专题沙龙活动8场，电脑实操培训10场。简阳接待各县市区领导参观学习30余次，大力宣传电子商务发展趋势，有效地推进简阳电子商务健康持续发展。

7. 商务扶贫工作有序开展

成都市服务业发展引导资金支持国家级电子商务示范县（市）配套资金300万元，主要用于贫困村电子商务服务点建设、人才培养、品牌推广和商务扶贫奖励扶持政策。借鉴成都市“互联网+精准扶贫”模式，引入扶贫主体，2017年初，四川寻农集电子商务有限公司成功入驻简阳市电子商务公共服务中心；四川汉唐电子商务有限公司与亿邦动力网强强合作，与贫困农户建立“一对一”的帮扶机制，采取订单收购农产品的办法，加快简阳脱贫速度。制定《简阳市商务局简阳市财政局关于开展2017年商务扶贫专项资金（部分）申报的通知》，以专项资金采取奖励、补贴等支持方式，支持简

阳从事农村电子商务的服务业企业及行业组织、个体、农业专业合作社等。

（二）电子商务工作重点

1. 加快推进电子商务集聚区建设

积极协调相关部门、加强与企业衔接沟通，并为做好项目跟踪和服务工作。一是加快推进集聚发展区在建类项目建设，争取简阳亿联国际商贸城二期、e家天下二期、大华国际羊羊小镇、唯品会（中国）西部总部基地二期投入运营；二是力争四川易加防护网总部基地、安博简阳物流中心项目等项目开工建设；三是加快推进成简快速通道、回龙大道市政道路升级改造，以及集聚区内10条道路建设。三是逐步完善居住、教育、卫生等基础配套。园区所需水（供水和污水处理）、电、气、视、讯等要素保障管网建设，以及建设“五轴三点”公园绿地和防护绿地，启动天星公园建设，进一步打造园区滨江路环境美景，完善教育、文体、行政管理与社区服务等公共服务配套。

2. 加快电子商务产业生态圈建设

一是高标准规划。坚持“高起点规划、高标准建设、高效能管理、高质量服务”，突出招商引资，狠抓环境建设，产业集聚特色发展。聘请世界领先管理咨询公司对简阳电子商务产业进行整体规划打造。二是加大招商引资力度。以规划布局为指导，以产业集聚为重点，以延长产业链，缩短供应链、降低成本链、提升价值链为目标，结合简阳市当前电子商务产业生态特点，制定差异化的电子商务龙头企业、电子商务服务商等重点对象招商政策，明确扶持的方向、条件、标准及申报程序，做到公开透明，程序到位，决策科学，实现产业政策与招商政策的有机融合。

3. 做好国家级电子商务进农村综合示范项目提档升级工作

2018年，商务局按照商务部、省商务厅、成都市商务委的工作要求，对国家级电子商务进农村综合示范县项目工作查漏补缺，提升完善，确保项目提质增效。

4. 继续加强电子商务物流人才培养

通过开展电子商务物流人才培养等相关活动，对接有效的平台资源，扩大本土产品销售范围，打开产品销售市场。提高思想认识，转变思维观念。让现有电子商务物流从业人员从单一业务员工，提升为电子商务物流管理及经营专业人才；通过培训加快发展农村电子商务发展，推动农业升级、农村发展、农民增收和精准扶贫。

5. 加大对电子商务物流企业扶持力度

通过制定电子商务物流奖励扶持政策，引导企业增加投入，增加销售收入，帮助做大产业，做强企业。

6. 聚焦跨境电子商务业务、促进跨境电子商务发展

一是引进跨境电子商务企业。积极引进唯品会等国内外知名跨境电子商务企业，

鼓励国光农化、帝王洁具等本土企业与境外电子商务企业强强联合，带动区域跨境电子商务及相关产业发展。二是开拓跨境电子商务应用。实施跨境电子商务培育工程，引导外贸企业积极对接国内外知名跨境电子商务平台开展通关、物流、外汇，退税、金融等“一体化”服务业务。鼓励本地电子商务服务企业“走出去”，在境外设立服务机构，与境外电子商务服务企业实现战略合作，建立海外营销渠道，加快设立海外仓。三是制定跨境电子商务优惠政策。加快制定跨境电子商务优惠政策，吸引更多国内外跨境电子商务企业落户简阳，扶持本土企业从事跨境电子商务业务，尽快启动跨境电子商务方面的机构建设。

An abstract geometric pattern composed of gray squares of various sizes connected by thin gray lines. The pattern is centered around a circular node containing the text '第四篇'.

第四篇

活动篇



一、2017 中国（成都）移动电子商务年会

（一）移动电子商务年会特点

1. 电子商务论道聚焦平台企业

本届年会除了主题大会外，特别举办了“电子商务天府论道”专场，邀请了韩都衣舍、良品铺子、钻石小鸟、阿么女鞋等 20 余家知名电子商务企业高管，重点围绕“平台经济新风口”“小平台如何逆袭”开展研讨，从不同角度分析当下平台企业发展状况和路径，为成都互联网平台企业发展提出了建议。

2. 展览展示极具成都元素

年会设置了场外专题展，在展示人工智能 AI、无人配送机等新产品的同时，对外展示了成都市的国家电子商务示范企业、互联网平台企业、创新型电子商务企业、“成都造”企业及产品、电子商务产业园区及公共服务平台，参展企业在商业模式、技术模式、营销模式等方面均具有较强的创新性和行业代表性，展示内容丰富，独具成都元素。同时，通过各类媒体进行广泛传播，有效提升了年会及成都企业、产品和电子商务服务的受众面和知名度。

3. 与会群体专业年轻

年会汇聚了互联网行业专业人士、互联网行业青年创业者和即将进军互联网行业的大学生，年轻群体成为参会的主力军。与会青年结合目前行业现状和自身创业历程，踊跃参与台上嘉宾交流，积极与台下专家进行探讨，共同展望电子商务发展未来，为成都市新经济发展与实体经济转型升级注入了新思想、新活力。

（二）移动电子商务年会成效

1. 宣传了成都市产业新政

年会聚焦“成都产业发展新政 50 条”，重点对移动电子商务企业发展最关注的要素、人才、资本等方面的政策优惠和措施进行宣传，充分展示了成都市推进产业发展和吸纳人才来蓉创业的的决心和力度，传递了成都市将以构筑电子商务平台企业优势为中心，努力打造国际化水平较高的国际电子商务中心城市的最强声音。同时，成都市

产业新政和人才新政引起国内主流媒体和新兴媒体广泛关注，成都市城市发展、产业发展和电子商务发展环境的影响力在年会上得到了最大释放。年会稿件发布 200 余篇，转载 2 万余次，总曝光量 800 多万次。

2. 促进了项目资源对接

作为成都首创的移动电子商务主题年会，已发展成为电子商务人才、项目等行业资源对接平台。通过本届年会搭建的沟通桥梁和渠道，年会期间，上海新榜公司在成都市高新区注册成立了成都见识信息科技有限公司，当当网文智产业综合体、掘金资本互联网餐饮、中韩营销协会中韩门 F2B 展示交易中心等一批创新项目通过充分对接将落户成都。同时，年会效应持续发酵，现场及会后，种草、差评、SEE、商派、什么值得买、有赞、智慧停车、华日家居、顾家家居、西集网等一批企业和青年创业者、创客团队纷纷热议、咨询成都产业政策，并意向来蓉发展和创业。

3. 探索了电子商务发展趋势

与会专家、企业、创业者等嘉宾围绕“移动电子商务、内容为王”主题，就“内容电子商务”“社交零售”“知识付费”“网红”“直播”“虚拟现实”等内容进行了深入交流讨论，积极为全国电子商务及移动电子商务和成都发展建言献策，众多知名企业现场签署《内容电子商务成都共识》，就促进内容与商业有效融合达成共识，一致倡导在消费升级的同时，优先让认知升级，通过优质内容挖掘优质商品。

二、2017 中国（成都）跨境电子商务出口峰会

（一）电商出口峰会特点

1. 峰会议程主题鲜明、亮点突出、内容层次递进

峰会以“全球连接、出口无界”为主题，落实“一带一路”与“互联网+”国家发展战略。在全球贸易多样化和信息化的背景下，跨境电商将成为新一轮产业变革的重要支撑。跨境出口电商既覆盖了美国、欧美等发达市场，也在东盟、俄罗斯、印度等新兴市场取得突破，中国商品已突破国土界限通达全球。本次峰会旨在分享各行业跨界融合的新理念、新思维、新战略、新举措，共谋出口电子商务发展良策，促进合作共赢。峰会分为成都市跨境电商发展专家研讨会、成都市跨境电子商务协会会员大会，开幕式主题论坛、成都市跨境电子商务协会会员授牌仪式四部分。

2. 专家队伍实力雄厚

本届峰会共邀请到出席峰会的国内著名电商专家 11 位；境内外重要电商企业嘉宾 17 人；参会的跨境电商相关骨干企业 800 余人。

3. 宣传力度大

分别通过网站、App 移动端、微信公众号等不同方式和渠道，对大会进行了多方面的宣传推广，展示成都市经济发展成就，推介成都市跨境电商综试区，宣传成都市发展跨境电商的优势和机遇，报道大会盛况和嘉宾观点，对优化和提升成都形象、扩大大会影响力发挥了重要的作用。

（二）专家观点摘录

1. 柴跃 国家电子商务示范城市专家咨询委组长

柴跃教授强调我国跨境电子商务蓄势待发，即我国跨境电子商务还没有进入大发展时期，还没有发出来，正在蓄势。柴教授从目前全国跨境电子商务行业存在的三个现象对“蓄势待发”进行了解读。

第一个现象，目前跨境电商的主要商品品类是以小额的个人消费品为主，一般货物贸易还未进入电商（网络）渠道。因此，从规模上来说，我国跨境电商的规模还非

常有限，占整个国际贸易的份额非常低。

第二个现象，我国从 2012 年开始跨境电商通关试点，到今年为止大概经历了 5 年时间，这 5 年中，除了 2012 年启动的通关试点之外，还确立了杭州跨境电商综试区，之后又扩展到另外的 12 个城市。在整个试点过程中，虽然取得了一系列的积极进展，但是包括通关、报检、外汇、税务这些还未完全连通，就是整个综合性的跨境电商服务体系还未建立起来，使得做跨境电商的卖家和买家，特别是做一般货物贸易的卖家和买家没有积极性进入到电商渠道，因为他们体会不到通过网络降低成本、提高效率的好处。

第三个现象，“一带一路”倡议的加快实施给跨境电商企业提供了无限想象的市场空间。

柴跃教授提到如何能够搭建快捷且低成本的跨境电商网络通道，是目前综试区应该解决的最关键问题之一，针对跨境电商而言，“通道”分为“境内通道”和“境外通道”。

“境内通道”是指跨境电商综合服务平台，它连接的是交易网站和政府四大部门，使得交易网站产生出来的交易结果（包括企业信息、商品信息、电子合同、电子发票、物流用单及支付信息）通过平台预处理，成为关、检、汇、税的主要依据，达到完全实现单一窗口的全程在线、全程无纸化的完整的境内通道。要实现这样的目标，要解决的问题有三个：关口便利化、信息采集与交换自动化以及政务处理在线化。

“境外通道”是指通过实施境内外互联互通的行动计划，逐步地疏通和建立高效、便捷、低成本的跨境电商境外通道。最终想要实现的目标是，跨境电子商务企业进行国际贸易时，可以实现单边通关。也就是说如果可以建立这种互联互通的境外通道，从成都报关之后，货物到了德国就不用再报关了，反过来也是如此。商检也是如此，通过互惠互认的协议和技术支撑是可以达到的。要实现这样的目标，要解决的问题有五个：一是建立互贸易企业准入条件及信用评价标准；二是建立互认的贸易自由兑换政策；三是达成双方进出口商品税率协议；四是协调一致的通关流程；五是贸易企业及其信用、贸易商品及其检验检疫、通关信息等互联互通内容、格式及方式。

2. 陶能虹 中国工商银行总行国际业务部副经理

陶能虹指出，我国跨境电子商务十多年的发展大致可以分为三个阶段：第一阶段从 2004 年以前，主要是在网上做一些产品的展示；第二个阶段从 2004 年到 2012 年，这个时候开始实现电子商务的线上化；2012 年开始，商务部正式发布了一个文件，明确表态支持跨境电商的发展，在这之后跨境电商各种业态相继出现，市场蓬勃发展。到现在为止我们看到的的数据，从 2013 到 2016 年这几年连续的数据来看，国内整个跨境电商的业务平均每年保持了 30% 的增速。从结构上来看，这 30% 的增速到 2015 年大概

是 5.4 万亿，主要是 B2B 对外出口为主，接近 10% 是进口方向主要是 B2C，也就是海外海淘和零售业务。在整个跨境电商大环境方面，从 2012 年的商务部明确支持跨境电商的发展之后，2015 年杭州设立了综试区，后续又公布了 12 个综试区的城市，包括成都市在内，2016 年 12 月，国家又发布了一个《电子商务“十三五”发展规划》，顶层设计方面给我们跨境电商发展打造了一个非常好的环境。

从商业银行的角度来说，跨境电商在发展过程中，物流、信息流和资金流“三流合一”直接促进了跨境电商的发展，商业银行主要是资金流这个领域发挥作用。商业银行在这个过程中主要发挥两个方面的作用：第一个作用是搭建桥梁，让跨境电商可以“跑起来”，银行作为清算通道，为全球资金流的高效运转提供保障；第二个作用是给跨境电商插上翅膀，让跨境电商“飞起来”。在整个跨境电商流转的过程中，资金一方面来讲是从买卖双方互相流转，另一方面资金的总量单就买方和卖方来讲是有限的，这个过程中无论是买家还是卖家都需要一定融资的支持。所以商业银行通过提供一系列的贸易融资的产品、供应链的产品，让整个跨境电商的发展插上翅膀，扩大交易总量。

三、第五届中药材基地共建共享交流大会暨 2017 国际中药健康产业（成都）博览会

（一）药博会特点

1. 大会主题鲜明

本次药博会围绕“资源互通 全球共享”为主题，共举行了“第五届中药材基地共建共享联盟交流大会”“2017 年全国中药材行业信息发布峰会”两场主题峰会，以及“2017 年中国中药材进出口会议”“中药材采购经理专业委员会会议”“中药农业发展论坛”、“第三届道地药材县长论坛”等 13 场专业分会，各场会议主题鲜明、内容精炼。

2. 展览内容丰富

本次药博会除了交流大会外，特别举办了企业展览展示，设立标准化中药原料展区、优质中成药展区、中药保健产品产区、药食同源产区及医药机械类展区等展位 135 个，展区面积达 5000 平方米。北京同仁堂、新荷花、德仁堂、九州通、盛实百草等大型知名药企精心布展。

3. 成都元素凸显

药博会期间推出成都彭州川芎小镇“互联网 + 道地药材”农业电子商务新模式。通过实地考察“彭州中药材电子商务基地”、设立“彭州主题展馆”以及“县长论坛”主题分享，全方位展示“互联网 + 产业园 + 基地 + 农户”的电子商务中药材基地，其标准化种植 + 标准化加工及云仓等可追溯的中药材生产体系，得到工信部、商务部等领导和专家高度赞赏。

4. 媒体传播甚广

药博会采用了现场网络直播形式。9 月 23 日的开幕式网络观众达到 11.1 万人次，9 月 24 日的中药材信息峰会网络观众突破了 15.1 万人次。峰会期间还分别以《互联网 + 助推中药材博览会迈入 3.0 时代——众大咖共话行业破局之路》《中药材走“国际范儿”——GACP 基地核定标准即将出台》《行业大咖齐聚第五届中药材基地共建共享交流大会——听听他们怎么说》等内容进行宣传报道，转载转播超过 20 万次。

（二）药博会成效

1. 促进企业商贸合作

本次药博会聚焦中药材基地建设，为中药材产业链上下游企业购销交流和中药行业企业品牌展示提供了重要的平台，促成众多交易订单的形成。初步统计，本次药博会达成签约意向交易订单 10 亿元以上。

2. 树立成都企业高度

成都天地网信息科技有限公司在本次药博会上发布了《2017 年中药材行业蓝皮书（前三季度）》、推出了 1000 余种中药材 20 年价格史记、展出了收集的全国 500 个品种万余规格的地道标准药材、策划了 10 万余人参与投票的“全国中药材经营达人 TOP100 网络评选”。成都企业在全国中药信息中心、中药文化传播中心行业地位得到了进一步提升。

3. 推动产业结构升级

本次药博会齐聚海内外专家学者、国药大师、知名企业家、知名医疗机构负责人，共同商讨中医药产业发展之道。以大数据指导产销的“互联网+产业园+基地+农户”模式受到业界高度评价，一致认为订单生产、标准化加工，以及标准化的销售和流通渠道已经成为推动行业发展的重要契机，通过技术革新、产业链完善、多元化服务对中药材生产布局、组织方式、流通管理等环节进行结构性改革，将推动中药材产业发展进入到新的历史时期。

四、成都市电子商务培训活动

（一）培训主题丰富

今年的培训主题多元化，之前设计依据企业发展中的需求，按“动手、动脑、找资源”的要求进行，包括电子商务实操技能培训、电子发票应用、政策申报、人工智能以及发展趋势分析等等，涵盖了电子商务发展的多个维度，对企业发展有实际帮助。

（二）讲师构成多元化

学院派讲师格局大、条理清晰，但实操性弱，难免不接地气。企业实战派经验丰富，但又难免系统性不强。“外来的和尚好念经”但又担心水土不服，因此为了更好地避免单一类讲师在培训上的薄弱点，取长补短。今年的讲师坚持多元化的原则，包括院校导师、企业实操手、外地优质专业导师三类构成，让电子商务企业领略到各种讲师的不同风采，从更多维度学习。并且所有的讲师都是业内相关领域的高手，经过精挑细选，其眼界与学识，都可以为其他人做表率。

（三）覆盖区域广泛

今年的培训，有两次为外出游学，去杭州和深圳，对电子商务知名企业进行考察学习，甚至参与企业的工作环境体验，与相关负责人对接交流。还去了本市的青白江，参观区域内的电子商务企业、了解蓉欧铁路的意义。去了郫都、简阳、双流，针对该区域内企业需求，组织不同专题的培训，把更多的知识传递给需要的企业。

（四）培训形式多样化

今年的培训，采用多种形式开展，有外出游学、企业参观、操盘手经验分享、专业讲师授课、知名企业高管分享等。在授课的同时，还提供专业服务公司对接、推荐；产品体验、答疑及圆桌讨论等，避免一味的传授知识，更高的参与度，让参会人员感受良好的氛围，也更符合当下电子商务年轻人的需求。

表 4-1 2017 年成都市电子商务培训汇总

期数	主题	时间	地点	讲师	对象	培训效果
1	成都商务系统对标杭州游学考察	4 月 24 - 27 日	杭州	阿里巴巴（村淘）、网易严选、梦想小镇、熙浪科技等企业相关负责人	成都商务系统工作人员	成都市商务系统工作人员对本次游学充分认可，进一步增强了全市电子商务队伍业务水平与交流
2	简阳扶贫电子商务培训活动——生鲜农产品的线上营销	5 月 18 日	简阳市大华国际会议中心	刘灵、秦祥、曹宇	简阳市各乡镇（街道）负责人、各乡镇种植农户及电子商务企业管理人员	此次参加培训的人员超过 100 人，参训人员对培训会上提出一些互联网方面的发展思路，以及仓储、物流、包装方面的建议表示高度认可，并愿意进一步学习
3	初创型企业融资能力提升培训	6 月 30 日	肖+众创空间	贺照峰、谢攀辉、陈帝熹、黄兴	有融资需求、融资问题的企业管理人员	参训人员被老师高质量、高水准、高专业度的分享内容所吸引，大家积极提问，并与老师沟通；友邻有家的路演在现场得到了苏宁金融的投资意向书
4	电子商务技能提升培训	7 月 11 日	工厂联盟订货中心	陈耀健、张远忠	开展电子商务新手卖家	理论与实践相结合，参训人员表示对于提高店铺销量有直接的帮助
5	电子发票实际应用全解析培训会	7 月 20 日	腾讯众创空间路演中心	北京百望电子发票有限公司西区总监杨晖及方案顾问王斌	企业电子商务事业部负责人及财务部门、技术相关人员	此次培训，让成都市电子商务企业真实地了解电子发票是如何操作的，打消了企业对于应用电子发票的顾虑，对自身企业应用电子发票充满信心
6	智慧物流新革命助力企业业发展培训会	8 月 23 日	积微智慧产业园学术报告厅	霍伟东、陈源、邹建、李瑞华、刘馨、段莎莎	成都地区物流、仓储、国际贸易企业业负责人	此次参训人员超过 160 余人，大家对“智慧物流供应链”、“蓉欧快铁”为四川国际贸易发展带来的新机遇有了深刻的认识

续表

期数	主题	时间	地点	讲师	对象	培训效果
7	成都商务系统赴深圳开展电子商务学习考察活动	9月10-12日	深圳	华为、腾讯、智汇蓝海、中国（广东）自由贸易试验区深圳前海蛇口片区等企业相关负责人	成都商务系统工作人员	考察组对深圳市电子商务发展进行了深入学习，并表示在成都自贸区的布局将会充分借鉴学习深圳前海蛇口片区的发展规划
8	人工智能助力新零售发展培训会	9月28日	双流建国饭店	陈海波、何志强	批发零售企业、购物中心、社区电子商务企业	参会企业对本次活动给予了高度的评价和认可，并看好人工智能+新零售的未来，多家电子商务企业在会后表示即将与上海深兰科技开展业务合作
9	郫都区2017电子商务培训会	11月23日	郫都区菁蓉镇光谷咖啡	刘渊、席岑	郫都区政府相关部门和市、区电子商务行业协会、企业代表	参会企业纷纷表示，此次培训针对性强，可以较好地指导企业实践，帮助企业用好活电子商务，提升公司业绩
10	“小程序”商业化营销培训	11月30日	天府新谷10号楼一楼成都市中小企业服务中心多功能厅	殷闻、李晓彤	各行业电子商务企业	多家参会企业表示认识到小程序对商家、企业的引流、应用、占位价值巨大，将定制开发小程序
11	人工智能助力电子商务发展研讨会	11月28日	简阳“城市名人酒店”	帅青红、张可、刘克	简阳市平台型企业、批发零售企业、购物中心、社区电子商务等企业	参会企业对专家的观点表示高度赞同和认可，对“人工智能”有了深刻的认识
12	2018年电子商务发展趋势培训会	12月21日	天府新谷成都市中小企业服务中心培训中心	陈源、周海涛、刘渊	成都市电子商务企业、电子商务应用企业业务负责人、各区（市）县龙头企业负责人	参训人员超过130人，参会企业代表纷纷对此次培训大力赞赏，并希望多多举办此类有价值的活动

五、2017 年成都市电子商务协会沙龙活动

（一）主题沙龙

伴随新经济的迅猛发展，技术创新推动新技术、新产品、新业态、新模式呈现出爆发式增长。今年的主题沙龙在此背景下主要围绕企业较为关心的新零售格局下如何进行模式升级、运营升级、融合创新和业务转型四个方面展开（共计 15 场），传统企业电子商务转型升级之路、新零售的模式演变、电子商务下半场的突围和创新、电子商务支付解决方案、传统商圈红利等主题反响热烈。

1. 创业者沙龙——“电子商务品牌与营销”主题沙龙

成都市电子商务协会将互联网经济、电子商务与新零售等发展理念与思维辐射到邛崃以酒类为主的传统企业。过去两年，传统中小酒企面临产能过剩、持续亏损的难题，借助此次沙龙，对于传统酒类企业拓宽借助互联网+、电子商务等新渠道、新模式的思维，以电子商务促进企业品牌与营销的重要性，以及加快本地传统酒类实现“互联网+”转型升级具有积极的促进意义。

2. 新体育怎么玩？——体育产业恳谈会

此次沙龙就体育产业转型升级的必要性、体育产业发展遇到的问题及困难、产业政策、体育产业该如何转型升级等层面进行了交流和探讨。随着国民收入提高、产业结构的调整，体育产业发展进入快速增长阶段，国民对健康的重视以及体育娱乐需求的不断增长与优质的体育供给不足的矛盾凸显，传统体育产业需要借助互联网+、人工智能、大数据等新技术、新业态实现转型升级。此次沙龙运动 banke 孵化器创始人生动地介绍了互联网发展的经济条件下体育创业的案例，加深了参会的企业借助互联网等新技术、新模式实现转型升级的必要性以及体育产业创新创业通过孵化器的模式发展文创产业的实质意义的认知。

3. 电子商务下半场——如何突围与创新

在电子商务发展遭遇流量入口瓶颈的背景下，传统产业如何借助电子商务等新业态、新模式实现“如何在电子商务下半场突围与创新”成为本次沙龙讨论的主题。来自成都本土多家广告、自媒体、汽车后市场、食品、互联网+商务车等不同领域优秀

的互联网和电子商务企业参与了主题交流，分享了在传统广告电子商务转型、汽车后市场借助电子商务和大数据实现突破性发展、智慧交通实现“跨城域交通”的解决方案、传统食品制造业借助聚集产业的平台改造与运营拓宽市场等互联网转型的优秀做法。针对成都电子商务发展遇到的各种困难与问题，成都市商务委电子商务处副处长谭凤海表示在下一步将出台电子商务产业发展的相关扶持政策，促进成都传统产业电子商务化的可持续发展。此次沙龙实现了企业间的信息交互，并对于企业拓宽视野与格局以及借鉴优秀做法的具有重要促进作用。

4. 世界上最遥远的距离是最后 100 米 – 电子商务物流主题沙龙

此次沙龙邀请了电子商务物流业内知名的企业，就物流电子商务最后 100 米——社区代收点和智能货柜的过去和未来发展进行了探讨。由于社会代收点存在对人力与物力消耗较大的问题，加大小区智能货柜的发展成为问题解决的关键和趋势。此外，针对速递易智能货柜发展面临盲目扩张、服务深度不足等问题，需要在用户运营、产品运营、内容运营上加强创新。但智能货柜进入社区面临了政策不全面、范围狭小等缺陷，提出希望政府和监管部门能够抓紧研究，制定新的政策支撑对智能货柜的使用方式进行规范化，以应对市场需求与变化。

5. “618”爆出了家具电子商务在双 11 的“香鸡”（商机）

本次沙龙活动在今年“618”余热下举办，共 10 余家成都市本土家具企业参与，就“618”新格局、家具企业流量积累之法等话题进行了交流。活动现场讲师结合理论与实践、生动的案例对 618 各电子商务平台销售数据进行了还原，发现“618”所产生的各种新机遇，促使传统家具企业加快从线下到线上融合、线上流量变现的进程。

6. 助力成都造提档升级 —— “Panda 质造”成都名优产品互联网营销平台推介会

此次“Panda 质造”成都名优产品互联网营销平台推介会旨在为成都名优产品提供一个强调产业分工协作、实现实体与互联网深度融合、制造业提质升级的契机，“Panda 质造”成都市名优产品互联网营销平台是主要抓手，此次推介会标志着成都名优产品借助互联网+实现转型升级走向了新篇章。此次推介会主要就电子商务发展的机遇、“Panda 质造”的运营模式、电子商务政策等层面展开了分享与交流，并成功举行了启动仪式；促成了成都市电子商务协会与各行业协会、企业达成了各种合作协议，包括与成都服装（服饰）行业协会、成都市食品工业协会签署了战略合作协议，与四川欧尼卡服饰有限责任公司、四川省金笛服饰有限公司签署了运营合作协议。此次推介会成功召集了食品、服装、建材、机械、医药等行业 130 多家成都市名优产品企业，对于区域成都名优产品借助互联网+实现新渠道、新模式的发展，促进传统企业转型升级具有重要推进作用和实质效果。

7. “商圈红利怎么抓？”主题沙龙

实体经济与互联网曾是一对矛盾，如今在互联网浪潮的席卷下，商圈与互联网正联手开展更多合作——从线上导入流量，到线下消费，成为越来越常见的消费模式。此次沙龙聚集了跨境电子商务、实体电子商务等各类型企业就韩妆中国发展前景及困难点、企业精准营销策略、传统商圈转型升级等话题进行了深入探讨。讨论中各企业家代表都谈到无论走何种商业模式、打造何种类型的产品在如今的新消费模式的影响下，商圈如何引导消费，强化体验感？成为很多商圈面临的问题。而唯一的解决途径走近顾客、将诚信注入做商的本质中，将体验式消费引向“云端”。此次沙龙的举行为成华区商圈转型升级提供了可参考的建议。

8. “消费升级，创业品牌如何更懂消费者？”主题沙龙

此次沙龙活动阿么鞋业总裁肖龙以“消费升级，创业品牌如何更懂消费者”的主题分享，阐述了在电子商务发展中如何利用微信公众号进行社群构建、用户裂变、促成交易的具体运营方法，赋能传统企业借助社群营销新模式提供了思路与做法。电子商务处副处长谭凤海也为企业讲解了企业未来发展、传统企业转型升级方式等内容，并表示市商务委后续政策制定的重要方向之一将聚焦此次沙龙提出的相关问题。

9. 新零售格局下的商业模式、零售系统、运营服务、资源共享

在线上渠道发展遭遇增长瓶颈、传统线下实体发展受阻的背景下，线上与线下加强合作、实现优势互补的新零售模式成为零售业发展必然趋势。此次沙龙针对新零售的商业模式、零售系统、运营服务、资源共享等进行了分享，有利于加强企业对新零售的发展趋势和做法的认知，特别是对企业借助新技术、新模式等实现转型升级具有实质意义和推动作用。

10. 新时代，女性创业的优势如何更大化？

在全国双创浪潮的推动下，成都女性创业者在全国创新创业中成为重要的一股生力军。此次沙龙以女性创业为主题，就女性创新创业的政策、创业经验、创业难点等进行了分享、交流和沟通。依托国家自由贸易综合试验区、国家跨境电子商务综合试验区、国家服务贸易创新发展试点建设等契机，此次沙龙为成都女性创业者发挥如何自身最大优势提供了有益的思考、启发和借鉴意义，特别是为推动成都女性创业者发挥更大的创新创业热情，打造全国女性创业的标杆具有积极的促进作用。

11. 聆听来自企业的声音——电子商务平台企业座谈会

本次沙龙活动邀请了成都市知名电子商务平台类企业，协会就企业转型升级的共性和特点展开了讨论。会议上，企业的主要问题集中在对政府政策、人才引进、资金资源、物流运输等方面的需求，参会领导也根据企业提出的问题以及需求给予回答与建议。企业家们围绕电子商务观点、模式、方法、成长要素等极为深入的探讨，为传

统企业转型升级的发展提供了多个维度的思考，同时也为商务委在制定产业政策和服务企业过程中，掌握企业的需求、难点、困惑，提供决策依据。同时为市内各协会下一步整合企业服务资源提供了依据。

12. 如何抢滩登陆新零售？

此次沙龙主要就新零售、跨境电子商务两大主题进行了交流与探讨，产业之间的跨界、融合成为关键词。新零售本质是以消费者需求为导向，打造出让用户满意的产品为核心，借助新技术提高用户体验为目的。同时，此次沙龙认为新零售发展对于传统零售企业转型升级关键是要借势，实现线上线下载融合发展主要存在零售商成本、政府政策、产品推广宣传等层面问题，需要加大政策的扶持是关键。针对外贸转型和跨境电子商务发展遇到的瓶颈，人才不能满足市场发展需求，加强对相关人才培养需要教育平台与跨境电子商务的融合。

13. 公益讲座—华西海归教授教你“尘”都防霾必杀技

此次沙龙罗教授就“冬季雾霾及呼吸疾病防治”的主题，介绍了雾霾的内涵、雾霾的危害以及防霾的小技巧，对于参会人员加强对雾霾的认知与宣传具有积极的促进作用。

14. “电子商务支付解决方案”专题沙龙

此次沙龙的举办采用了主题分享和对接交流的形式。“电子商务支付解决方案”主题针对传统主流支付平台存在资金沉淀后挪用、跑路等潜在电子商务支付安全风险，通过实际的电子商务支付安全解决案例的讲解，提出了电子商务企业需与商业银行或支付公司等持牌清算机构合作实现支付风险分担的解决方案。“电子商务企业如何玩转支付后市场”主题阐明了企业利用微信、支付宝等强大的粉丝功能，并借助客户交互和流量变现，实现移动支付生态圈的构建，并分享了中信通过免费搭建电子会员、电子发票、移动广告体系实现流量变现的案例。同时，此次沙龙解决了企业第三方聚合支付及二次清算等相关问题，主题分享结束后，中信与企业进行了更为深入的交流与沟通，对促进银行与企业间的深度合作起到了积极的推进作用。其次，此次沙龙为传统银行如何突破边界，采用自主创新、资源整合的方式，对于区域和业内解决安全支付和构建移动生态圈具有重要示范意义。

15. “全网整合式营销策略”专题沙龙

此次沙龙以“全网营销实操名企案例分析”为主题，结合亚克制药、今幸胶囊、百合网、珀莱雅等实操案例展示了如何构建全网营销的体系全景图。强调了数据、技术、渠道等方式在全网营销中重要价值与意义，剖析并总结出了核心营销策略、核心营销工具、全方位产品品牌信息破拆、精准的网民分析研究、全网信息预埋的案例与营销方法。除了如何构建全网营销体系，此次沙龙还总结了完善的运营体系内涵涉及

产品定位、招商体系、全网营销、售后控价等。通过此次沙龙，参会企业不仅收获了打造全网营销体系与运营体系的方法和思路，还实实在在地解决了企业自身关心的社群营销、平台渠道、平台税收等疑问。

（二）政策解读

在十九大、市党代会、国家中心产业发展大会、全市新经济发展大会召开之后，协会及时组织企业深入学习大会精神和决策部署，探索企业发展机遇，市委党校童晶教授在8月29日的活动中为150余家企业代表解读了产业新政50条。（共计2场）

1. 重磅——《成都产业新政50条》解读会暨跨境电子商务平台资源产品对接会

解读成都市“产业新政50条”对企业发展意味着什么，让各个电子商务企业发力开拓新兴市场，同时，也为成都名优企业与跨境电子商务提供一个资源对接平台。童教授结合理论与实践，用丰富的资料、生动的事例，从意义、要求和方法等几个方面，深入浅出地解读了成都产业新政50条的内容，并对成都市建设成国家中心的未来规划做了介绍，同时表达出政府各相关职能部门对本市企业的发展高度关注并抱有无限期待，希望企业抓住机遇，发挥自身优势实现新的突破，努力发展成为行业内的龙头型企业。童教授的解读直接拉近了企业与党校老师间的距离，同时也让企业了解到党校老师不仅仅是学术研究上的造诣。本次解读让参与企业提高了思想认识，拓宽的发展思路，同时也让企业意识政府引导和企业发展与是密不可分的两个共同体。

2. 聚焦十九大——探索企业未来发展新机遇

为了让成都市企业家们能进一步了解和学习十九大精神，将习近平新时代中国特色社会主义思想运用到企业未来的发展中，从而使成都市企业的发展紧紧围绕国家的政策规划。

十九大召开以后，我国经济发展确定了以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习十九大精神，对于区域政府制定产业政策和企业发展机遇具有重要指导意义。此次沙龙重点解读了十九大报告的精髓，指出企业发展机遇一是传统产业转型升级需要重点促进互联网、大数据、人工智能与实体产业的融合发展；二是培育经济新增长点、发展新动能重点要发展先进制造业、中高端消费、绿色低碳、共享经济、现代供应链以及人力资本服务等新产业。

（三）资源对接

开展的资源对接包括企业与电子商务平台的对接、产品与零售企业的对接，成功将多家轻工企业接入跨境电子商务平台、将特色农产品引入伊藤洋华堂。

1. 这可能是一场假推介会——企业走出去系列活动之北威州专场

推动企业“走出去”，在德国北威州开拓市场，赢得商机，让企业在进行对外投资前，充分了解并掌握各种政策信息、规避风险，有助于减少企业不必要的损失，提高对外投资的效率和成果。随着国家“一带一路”倡议推进，企业“走出去”需求和步伐明显加快。但对于企业而言，成功“走出去”并非易事，找准合适的目标投资市场，充分了解与掌握政策、风险因素、投资环境等不可或缺。此次企业“走出去”系列活动之北威州专场为企业提供了该地区的投资环境全景图，增进了企业对北威州经济优势、投资环境及招商落地政策的了解，以及对该区域市场、商机、企业注册流程、未来重点发展产业等认知，为下一步实现企业“走出去”，投资北威州实际动作具有重要现实意义和促进作用。

2. 聚力新零售——名优产品转型升级供需对接会

活动通过对接会、展示会、互联网平台企业行等系列活动组成。目的是希望将成都制造的名优产品通过与互联网这种新销售业态的结合，让我们成都的名优企业走出去，通过对新业态的学习和了解将我们成都制造的产品销出去。在成都市经信委、成都市电子商务协会、成都市名优产品供需联盟、成都市食品工业协会等组织的共同努力下，此次供需对接活动成功邀请了第三方电子商务平台与本地制造的特色服装、食品、机械、医药产品等企业。为了促进“成都造”“四川造”产品线上线下整合营销推广，扩大产品的市场份额与国际知名度。四川三尺科技、阿里巴巴、顺丰速运、苏宁云商等平台运营方分别从各自运营平台的做法、新模式及效果等视角作了分享与交流。三尺科技通过以“创造情境”“多业融合”“品类运营”“分解渗透”运营维度阐述了“成都造”线上营销平台为传统企业在互联网转型升级提供完美的解决方案。阿里巴巴建议“四川造”品牌抓住“一带一路”倡议的新市场机遇，尝试跨境电子商务和外贸综合服务平台的新模式，并提出了人才输出的解决方案。顺丰速运则通过从搭建物流供应链以及仓储物流优化的做法，开拓名优产品推广新模式。通过此次供需对接活动，加强了各行业参会企业对第三方平台的了解和格局的拓展，解决了企业入驻第三方平台信息匮乏的问题，同时对加快企业根据自身诉求与平台合作具有积极和有效的促进作用，以及加速“成都造”“四川造”名优产品与互联网+融合、转型升级具有推动意义。

3. 大凉山特色农产品产销对接活动

根据资源整合，合作共赢的原则，成都市电子商务协会组织伊藤洋华堂电子商务公司及维纳软件相关领导到凉山自治州考察当地优质产品供应企业，通过考察凉山自治州本地产品优质供应企业，并整合互联网营销企业以及行业组织等相关资源，开展依托“成都造”产品营销推广平台体系，结合线上线下营销推广，提升凉山本地特色

产品的知名度和品牌价值，经过产品对接主题沙龙活动后，凉山众为电子商务有限公司与成都伊藤洋华堂电子商务有限公司成功牵手，达成了以“匠心”为主题的商品展。本次对接会，成都市电子商务协会通过借助平台整合资源的方式，实现了凉山本土优质农特产品批量化进入全市伊藤洋华堂，为农产品上行提供了宝贵的实践经验；通过本次对接会对推动大型连锁超市与中小型企业建立长期合作关系，促进生产经营企业开拓销售市场，拓宽农村产品销售渠道，实现采供双方互惠双赢提供了实战经验。

4. 企业登陆新三板常遇问题分析——投融资专场培训沙龙

本次沙龙邀请了业内专家为企业梳理解析“新三板挂牌”、“企业基本市场投融资”等方面的问题。通过此次投融资专场培训沙龙，参会企业代表对“新三板挂牌”、“企业基本市场投融资”等有了较为全面的了解，特别是加强了企业对挂牌新三板的条件、流程、好处与扶持政策认识，成都市电子商务协会作为此次对接服务商，为券商和有意于了解和挂牌新三板的企业搭建了一个增加互信、沟通了解的平台，对于企业加大挂牌新三板的积极性以及促成券商与企业之间的合作具有积极的推动作用。

5. 新都区农村电子商务渠道资源对接沙龙

资源整合、渠道资源对接，此次沙龙活动现场专家针对新都区各企业（服装、家具、食品等）在传统企业转型升级中面临的人才、物流、小微企业转型升级等问题提出了相应的解决方案：人才难题企业内部培训优于外部招聘等招聘方式，物流成本高等难题主要与京东、阿里菜鸟物流合作的方式弥补自身物流短板，小微企业转型升级重点是要以用户为中心，做好客户细分和品牌强化，实现精准营销。此次沙龙为传统企业转型升级的发展提供了多个维度的思考和解决方案，对助力区域传统企业转型升级具有积极的促进作用。

6. 教你如何三分钟打动投资人——商业计划书撰写技巧

此次沙龙活动谷雨站在投资人的角度为参会企业分享和交流关于商业计划书撰写的方法与技巧，回答了企业在商业计划书中对项目的价值所在、核心团队与公司发展的匹配度、项目的市场切入点、收益及获客模式、公司财务及营收规模五个核心问题。同时在现场为参会企业带来的商业计划书中出现的问题进行了现场指导，指出商业模式要具备快速标准化和可复制，企业家在面对投资人的5分钟时间内如何阐述发展核心要素，如何将公司的发展逻辑和运营风格通过快速准确的方式告诉投资人，实现企业成功融资并快速发展壮大的目的。

此次沙龙活动由协会组织各电子商务企业前往顺丰实地交流学习，为参与考察学习的企业全面了解顺丰的文化价值观理念、运营模式、企业管理管理经验提供了价值链接的桥梁，并揭示了顺丰为什么能做到物流行业第一的真谛。具体而言，顺丰以“四不变与五坚持”是支撑内核，以三高、中高端、五特征、价值观为管理理念，并围

绕上述四个维度，制定 5 年战略规划以及可落地的执行方案，此外还结合关键报告管理体系、组织绩效管理体系、会议管理体系等，构建了一个完善的组织管理运营体系。此次顺丰考察学习为企业在企业文化、组织管理运营体系的打造提供了参考和借鉴意义，对于促进企业组织管理创新、企业做大做强起到积极和有益的推动作用。

（四）考察学习

协会组织企业前往可口可乐、顺丰等知名企业进行考察学习。将考察学习与主题沙龙活动相结合，一方面学习名企的运营模式、管理经验及洽谈合作，另一方面在现场举办以品牌打造、模式创新等为主题的沙龙活动。

1. 这家公司为什么不一样？——走进顺丰

此次沙龙活动由协会组织各电子商务企业前往顺丰实地交流学习，为参与考察学习的企业全面了解顺丰的文化价值观理念、运营模式、企业管理管理经验提供了价值链接的桥梁，并揭示了顺丰为什么能做到物流行业第一的真谛。具体而言，顺丰以“四不变与五坚持”为支撑内核，以三高、中高端、五特征、价值观为管理理念，并围绕上述四个维度，制定 5 年战略规划以及可落地的执行方案，此外还结合关键报告管理体系、组织绩效管理体系、会议管理体系等，构建了一个完善的组织管理运营体系。此次顺丰考察学习为企业在企业文化、组织管理运营体系的打造提供了参考和借鉴意义，对于促进企业组织管理创新、企业做大做强起到积极和有益的推动作用。

2. 探索可口可乐——新世代的品牌互动

此次协会组织企业赴可口可乐公司考察学习，为企业深入了解了可口可乐百年传奇历史、探究可口可乐深厚的文化内涵与品牌之路。零距离体验可口可乐的生产工艺以及形态各异的可口可乐弧形瓶与纪念品提供了一个价值链接有效的平台。可口可乐公司作为全球著名的百年老牌企业，学习和了解其文化、历史、品牌等对于企业加强品牌塑造、品牌管理意识及认知具有深刻指导价值与意义。

3. “带你开高铁”——参观西南交大轨道交通虚拟仿真实验室

蒸汽火车的发明到如今的高铁已经经历了 100 多年的沧桑历程。各式各样的火车模型见证了一代又一代人的创造精神与不朽的功绩。此次活动协会组织企业前往西南交大九里堤校区近距离参观体验我国轨道交通领域唯一的一个国家实验室，了解并体验了仿真实验室。此次考察学习增进了企业对我国轨道交通的了解，认识到了创新是我国轨道交通在全球处于领导地位的真谛，对于提高企业创新精神具有重要意义。

（五）人才交流

为高校开展了农村电子商务体系构建、从业前景规划、电子商务营销方式等方面

的培训讲座也取得了良好的评价。

1. 大学生电子商务从业分析专题沙龙

通过本次“大学生电子商务从业分析”的专题讲座说明：在电子商务当前形势大好，人才急剧缺乏的情况下，电子商务专业学生只要认真做好与社会的对接、找准今后就业方向、明确自己的学习目标。从现在开始，通过自身的努力去学习和实践工作岗位上的知识与技能，才会大大提高自己的就业能力与就业竞争力，实现更好更快的就业。对于用人单位也从实际人才需求出发，提高电子商务从业人员留存率。

2. 第七届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛暨人才交流专场

成都市电子商务协会与来自 27 所高校老师交流校园人才和电子商务人才需求。

（六）调研座谈

配合相关部门组织了 3 场调研座谈，座谈主要围绕平台经济、流量经济展开，通过座谈了解企业的发展诉求及问题，为政策制定提供了相关依据。

1. 企业电子商务发展之路交流座谈会

本次沙龙成功对接成都市本地企业向外拓展业务，在沙龙上四川三尺科技、成都辣猫科技直接与白银市电子商务协会达成战略合作意向，由四川三尺科技为白银市电子商务协会下属会员单位进行电子商务理论和实操方面的培训。同时也为协会会员单位在寻求优质农产品方面拓展的市场渠道。通过此次沙龙促成成都市电子商务企业业务发展不再局限于区域内，而是实现了走出去；也为本地企业带来优质产品对接，拓宽采购渠道和方式，让本地企业在市场环境中保持竞争优势。

2. “共谋流量经济发展对策、成都流量经济的现状及对策建议”主题座谈会

企业家们在现场分享了成都市在发展新经济的背景下，流量经济是新经济发展关键支撑，平台经济是流量经济主要表现形式，共同探求高校教师、智库媒体从公共服务平台搭建、生态圈打造、流量聚合、人才定制等角度提出了发展流量平台建议。新经济发展时代下，平台经济是成都市发展流量经济主要形式，此次沙龙通过聚集成都市商务委主要领导、成都市优秀平台企业及高校老师、三方智库的形式举行，体现了成都市发展流量经济的重视程度和决心。此次沙龙集中反映了成都市平台企业发展主要难题、业内企业发展典型案例，并提出了公共服务平台搭建、生态圈打造、流量聚合、人才定制等建设性意见。此次沙龙为政府制定扶持流量经济发展政策提供了主要发力点和关键的材料支撑，同时也为企业学习和借鉴业内标杆做法提供了思路，更坚定了企业抓住“一带一路”倡议、“蓉欧+”战略大力发展平台企业的决心、信心；此外，协会也更加明确了下一步服务企业的主要方向。

3. 关注平台经济、聚焦平台发展 —— “传统企业电子商务转型升级之路”

本次沙龙活动，邀请成都市知名电子商务平台类企业，就企业转型升级的共性和特点展开了讨论，现场各位嘉宾共同认为，“互联网+”是一种能力，更是动能，极大促进了传统商业形态的模式改变和竞争力提升，互联网技术可以帮助企业消除空间和地域障碍，扩展商品品类、链接供应商和客户、全方位满足居民生活所需服务；在一些特点问题上，企业间也相互交流互补长短，如廖记食品连锁股份有限公司电子商务部负责人胡平认为：线下连锁企业电子商务业绩的增长需要完善系统建设、解决配送成本和效率等问题；成都尚作农业科技有限公司董事长龙森则指出：企业在转型升级大势下核心是找到适合自身发展的方法论，大力构建价值网络，并非什么都需要通过企业自身去完善。本次沙龙企业家们围绕电子商务观点、模式、方法、成长要素等极为深入的探讨，为传统企业转型升级的发展提供了多个维度的思考，同时也为商务委在制定产业政策和服务企业过程中，掌握企业的需求、难点、困惑提供借鉴，为协会下一步整合企业服务资源提供依据。

4. 抓准自贸区发展机遇、大力发展平台电子商务——成都自贸办与电子商务企业沟通座谈会

为宣讲成都自贸区相关政策和发展机遇，了解本地电子商务平台型企业的发展诉求，特别是了解、梳理本地涉及外资的电子商务平台企业相关发展问题，鼓励外资企业在成都开展平台经济。

此次调研座谈通过了解自贸区企业发展的痛点和需求，就自贸区企业关注的税收问题、外媒期刊的引进、成都自贸区文化产业建设、跨境电子商务入驻自贸区服务及欧盟等国对于进口中国食品的问题等问题进行了解答，以及企业集中反映的电子商务问题将会集中反馈。此次座谈借助了解自贸区企业发展面临的问题、难题的方式，为成都市制定促进自贸区健康可持续发展的方案提供了基础素材和依据。

（七）标准建设

标准建设方面力求解决诸多企业面临的人才问题，与成都标院合作成立了省内首个团体标准制定机构，经过反复认真调研已形成了成都首个电子商务人才标准化方案，有望在年内发布实施。

1. 成都推出首个电子商务人才标准化方案

推出省内首个电子商务人才体系考评标准。此次会议具体在人才认证、能力等级测评、综合培训、校企共建、企业招聘等实质性内容上展开了深入讨论，与会 20 多家高校和企业代表在讨论中提出了对于人才标准的宝贵意见。由于我国目前还没有一个具体的电子商务人才标准的具体方案，此次研讨的《电子商务从业人员标准化技能等

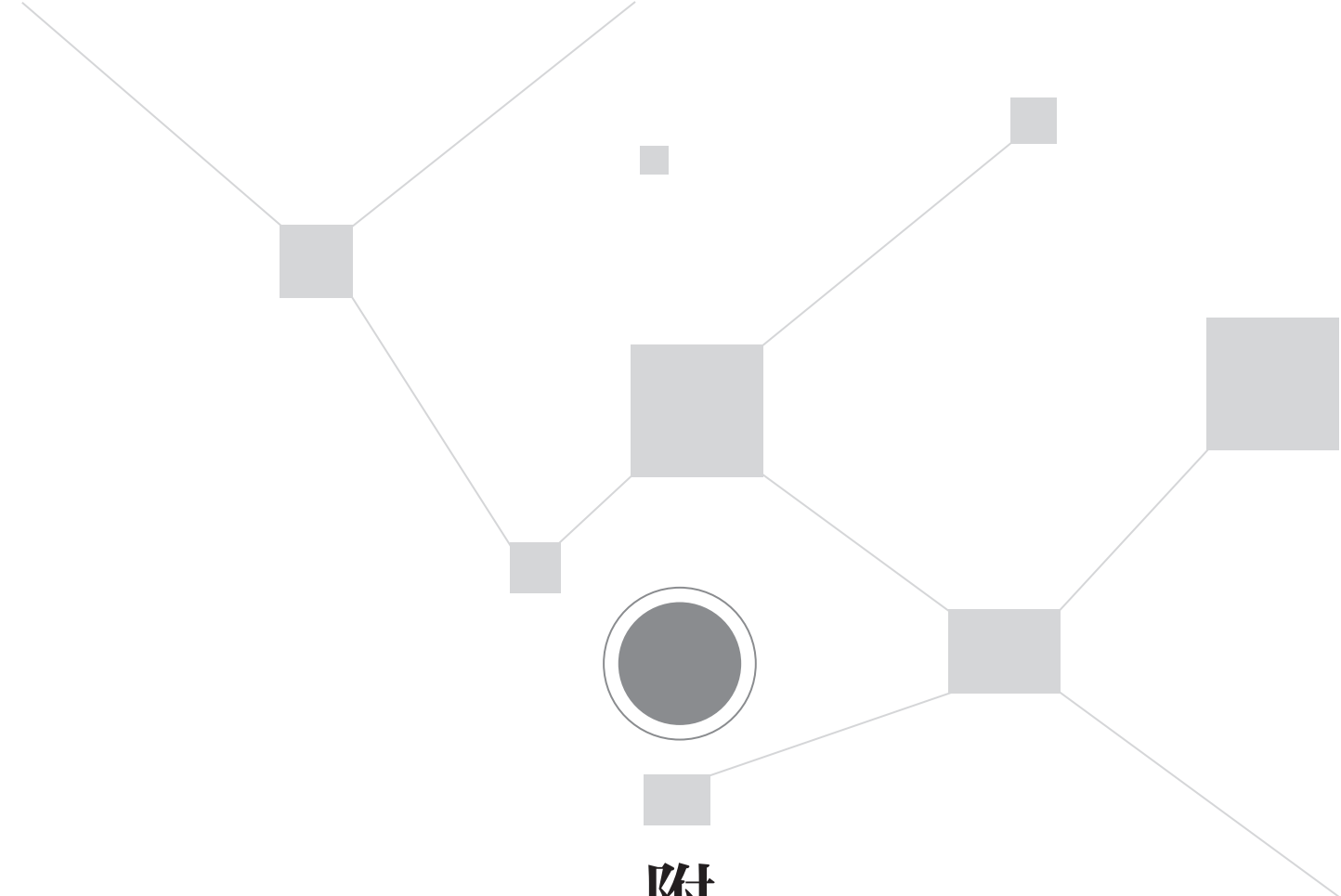
级划分与评定》也因此备受关注，有望成为国家首个推荐性电子商务标准化方案。此标准的颁布也将为本地企业电子商务人才资源吸纳与培养提供有力支撑。

（八）专题论坛

1. 大咖说－数据驱动工业企业转型升级

本次“互联网对企业升级转型的影响”旨在助力成都制造型企业把互联网技术贯通产品全生命周期；帮助企业梳理转型思路，实现传统制造向智能制造、生产型制造向服务型制造、资源消耗型制造向绿色制造转变；让本土制造业快速走上智能制造，服务型制造之路；推动软件产业结合互联网的应用发展，提高制造企业软件及互联网应用水平，帮助企业转型升级。

此次专题论坛以“互联网+”促进传统企业转型升级为主题，从大数据、信息化管理、云计算、数字化转型、传统企业转型升级与解决之道等不同视角分享了传统企业互联网化需要的要素、条件。传统企业转型升级首先应转变思维，认识到大数据、信息化管理、云计算等工具或应用的重要意义和价值，提出了传统企业转型升级互联网化既有紧迫性，又要注意转型升级中遇到的人才、校企合作、信息化投入等各种难题，积极整合内外部资源和要素，从而帮助企业通过互联网+实现企业效率提升、数据驱动模式转变。此次专题论坛为传统企业如何借助互联网等工具提供了有益的参考和借鉴，有利于推动区域传统企业转型升级加快步伐。



附
录



附录一 2017 年成都市电子商务大事记

1. 2017 成都服务电子商务发展论坛

2017 年 3 月 24 日，由成都市商务委指导、成都市电子商务企业协会主办的“2017 成都服务电子商务发展论坛”在成都首座万丽酒店成功举办，论坛主题为“新价值、新力量、新风口”。论坛成功为成都本土电子商务企业搭建了开放交流平台，同时也为政府、专家、企业的搭建了对话交流平台。论坛有力地营造了成都电子商务企业之间协作、分享、交流的氛围，有效地促进了成都本土电子商务发展。

2. 成都自贸试验区跨境电子商务发展专家研讨会

2017 年 3 月 29 日，由成都市商务委、双流区人民政府、亿邦动力网联合举办的“成都自贸试验区跨境电子商务发展专家研讨会”在成都空港大酒店成功举行。双流区人民政府副区长杨春禧在研讨会上致辞，成都市商务委对外贸易处处长窦川围绕成都跨境电子商务发展的认知、基础、问题及构想四个方面做主题分享，中国（四川）自由贸易试验区成都片区管理委员会（筹）常务副主任、成都市商务委员会副主任张金泉，成都市商务委员会巡视员李皓，国内跨境电子商务领域知名专家学者，省、市相关单位代表以及成都市跨境电子商务协会、相关企业代表等共 40 余位嘉宾出席研讨会，共同探讨跨境电子商务产业现状及发展趋势，并对成都跨境电子商务发展建言献策。

3. 2017 中国（成都）跨境电子商务出口峰会

2017 年 3 月 29 日至 30 日，以“全球连接，出口无界”为主题，由成都市人民政府指导，成都市商务委员会、双流区人民政府主办，亿邦动力网联合主办，双流区自贸管理局（筹）、成都市跨境电子商务协会承办的 2017 中国（成都）跨境电子商务出口峰会暨成都自贸试验区跨境电子商务发展专家研讨会分别在成都新会展中心国际会议中心、双流区空港大酒店举行。在 30 日举行的峰会主论坛上，跨境出口新老玩家的交流成为峰会热点。2017 中国（成都）跨境电子商务出口峰会的成功召开，为成都市跨境电子商务的发展起到了积极的促进作用，在成都良好的跨境电子商务发展基础上，有助于行业氛围的快速提升。

4. 成都市农村电子商务现场交流会

2017 年 4 月 26 日，成都市农村电子商务现场交流会在蒲江召开。各区（市）县商

务主管部门、农村电子商务试点村所在乡镇分管负责人、部分农村电子商务龙头企业等近 100 人参加会议。会议要求，各区（市）县要以此次会议为契机，抢抓成都机遇，一是培育壮大龙头企业，提升平台经济；二是完善公共服务体系，增强服务功能；三是扩大特色产品网销，促进产业升级；四是发挥示范引领作用，全域同步推进；五是强化农村电子商务宣传，营造良好氛围。加快推动全市农村电子商务发展。

5. 《成都市电子商务发展“十三五”规划》出台

《成都市电子商务发展“十三五”规划》规划期为 2016—2020 年，主要明确“十三五”时期成都市电子商务发展目标、主要任务和保障措施，为成都市电子商务发展进一步制定了“路线图”，是政府推动和引导全市电子商务发展的重要依据。

规划以推进供给侧结构性改革为主线，以构筑电子商务平台经济优势为中心，围绕电子商务创新创业和国际化发展两大方向，构建创新开放、规范诚信、安全高效的电子商务新生态环境，推动科技创新、管理创新和鼓励基于电子商务新业态、新模式发展的制度创新，顺应产业和消费升级趋势，努力打造国际化水平较高的电子商务中心城市，为成都全面建成小康社会、加快建设全面体现新发展理念的国家中心城市做出积极贡献。

规划提出，围绕初步建成国际化水平较高的电子商务中心城市的总体目标，到 2020 年，成都电子商务交易规模突破 1.5 万亿元，实物商品网络零售额占社会消费品零售总额的比重超过 25%，电子商务创新创业资源集聚与市场辐射能力显著增强，电子商务国际国内市场资源配置能力不断提升，电子商务平台经济优势持续提高。

6. 成都市农业农村电子商务专题培训会

5 月 26 日，成都市商务委组织开展了农业农村电子商务专题培训。培训会上，市商务委农村市场处副处长杨金勇围绕农业农村电子商务的基本概念、发展现状、总体思路、具体做法、主要成效五个方面，详细介绍了全国农业农村电子商务的发展情况，分析了成都农业农村电子商务的发展优势、困难和问题，总结了农业农村电子商务工作取得的“八大成效”“四大贡献”，以及电子商务在解决“三农”问题、统筹城乡、提升农村现代流通水平中发挥的重要作用。他表示：下一步，成都市将继续大胆探索，按照“带动市场化、促进规模化、倒逼标准化、提升品牌化”的基本思路，加快完善农村电子商务基础设施和服务体系，促进城乡贸易双向自由流通，推动农业农村发展，提升城乡消费需求，努力将成都建设成为全国一流的农业农村电子商务示范区。

7. 2017 中国（成都）移动电子商务年会

2017 年 8 月 3 日至 4 日，由四川省商务厅、成都市人民政府联合主办，成都市商务委员会承办的“2017 中国（成都）移动电子商务年会”在成都世纪城会展中心隆重召开。2017 中国（成都）移动电子商务年会在有效承接往届年会成果的基础

上，以“移动电子商务、内容为王”为主题，围绕“内容电子商务”“社交零售”“平台经济”“知识付费”“网红”“直播”“虚拟现实”等内容进行了深入交流讨论。年会还特别举行了“电子商务天府论道”活动，韩都衣舍、老板电器和米兰网、咕咚、货车兄弟等 20 余家国内外知名电子商务企业高管和本土电子商务企业负责人，围绕“平台经济新风口”，重点就“小平台如何逆袭”开展游学研讨，从不同角度、用不同思维分析当下小平台发展状况和路径，为成都互联网平台经济发展提出了中肯建议。

8. 成都市“传统企业电子商务转型升级之路”沙龙

2017 年 9 月 14 日下午，由成都市商务委员会主办、成都市电子商务协会承办的“传统企业电子商务转型升级之路”高端沙龙在高新区举行。成都市商务委员会主任郭启舟逐一听完企业的交流发言，回应了部分企业提出的建议和需求，并对企业和在场的区县商务部门及行业协会的同志分别提出了殷切希望。他表示，未来实体经济和电子商务的界限无法明显区分。希望传统企业在转型升级过程中，一是要认清形势、看清趋势。利用成熟的信息技术和商业模式开展自身业务；二是要增强信心、顺势而为。本地传统企业在面对互联网巨头竞争时，首先要将自身行业的上下游优势资源利用发挥到极致；同时要求各级商务主管部门在服务企业的工作中，要以点带面、龙头带动。行业的发展需要龙头企业的带动。商务部门和行业协会等会给传统企业全方位的关心和服务，通过市场活动开展和政策资金支持等，帮助企业走向全国、走向世界。

9. 新丝路·新外贸 2017 四川省跨境电子商务生态峰会

2017 年 9 月 21 日，由成都市商务委员会与阿里巴巴（中国）网络技术有限公司共同主办，中国邮政速递物流股份有限公司四川省分公司国际分公司承办，成都市跨境电子商务协会支持的首届“新丝路新外贸暨 2017 四川省跨境电子商务生态峰会”在成都举行，参会规模超过 800 人。峰会以广大中小企业实现价值链的关键节点需求为核心，为成都中小外贸企业提供更多跨境电子商务生态服务资源，助力中小企业转型升级，通过整合价值链资源，提供客户出口、物流、培训、金融等供应链一系列产品化服务，致力帮助客户成交和成长。

10. 2017 第四届西部电子商务发展高峰论坛

第四届西部电子商务发展高峰论坛于 9 月 18 日在成都举行。本届论坛主题为“新丝路 新川企”，是第二届中国西部国际博览会进出口商品展暨中国西部（四川）国际投资大会的重要活动之一。本届论坛由中共四川省委宣传部指导，四川博览事务局、四川日报社主办，四川省经济与信息化委员会、四川省住房和城乡建设厅、四川省商务厅、四川省政府国有资产监督管理委员会为支持单位。四川积极响应“一带一路”

倡议，以此为契机提升开放发展水平。川企以“一带一路”倡议为重点方向积极“走出去”，涌现出一批具有全球竞争力的跨国公司。本届论坛上，嘉宾们深入分析“一带一路”倡议蕴含的机遇与挑战、探讨“新丝路”的内涵、川企“走出去”之方略。五粮液股份有限公司副总经理唐伯超、商务部研究院对外投资合作研究所所长梁桂宁、亿邦动力 CEO 郑敏从不同角度发表了主题演讲。四川日报首席记者梁现瑞主持圆桌对话，嘉宾们围绕“一带一路”倡议的川企角色”和““一带一路”倡议的市场通道”话题展开讨论。

论坛发布了《2017 四川企业“走出去”媒体观察报告》。本报告由四川日报社、四川博览事务局共同组成课题组调研并撰写，旨在厘清企业“走出去”的愿景、发力点、面临的机遇和挑战，推动区域和四川企业更快更好地融入世界经济。以领军品牌为分析样本，还着重关注了五粮液走向国际市场的探索与实践。

11. 市商务委召开全市电子商务重点企业联系工作会议

10 月 16 日，市商务委召开全市电子商务部分重点企业联系工作会议。市电子商务企业协会以及四川文轩在线电子商务有限公司、成都九正科技实业有限公司等 20 家市电子商务重点企业参加了此次会议。会议听取了企业在发展过程中遇到的问题和困难，确立了电子商务重点企业联席会议制度和电子商务数据审核报送制度。下一步，成都将着力加强电子商务平台企业培育、鼓励电子商务企业创新发展、完善电子商务产业发展环境，持续为企业做好服务工作，推进全市电子商务更快更好发展。

12. 第五届中药材基地共建共享交流大会暨 2017 国际中药健康产业（成都）博览会

2017 国际中药健康产业（成都）博览会”于 9 月 22 日至 24 日在成都世纪城会展中心成功举办。本次药博会围绕“资源互通 全球共享”为主题，共举行了“第五届中药材基地共建共享联盟交流大会”、“2017 年全国中药材行业信息发布峰会”2 场主题峰会，以及“2017 年中国中药材进出口会议”“中药材采购经理专业委员会会议”“中药农业发展论坛”“第三届道地药材县长论坛”等 13 场专业分会，各场会议主题鲜明、内容精炼。本次药博会特别举办了企业展览展示，设立标准化中药原料展区、优质中成药展区、中药保健产品产区、药食同源产区及医药机械类展区等展位 135 个，展区面积达 5000 平方米。北京同仁堂、新荷花、德仁堂、九州通、盛实百草等大型知名药企精心布展。药博会采用了现场网络直播形式，会期还分别以《互联网+助推中药材博览会迈入 3.0 时代 众大咖共话行业破局之路》《中药材走“国际范儿”GACP 基地核定标准即将出台》《行业大咖齐聚第五届中药材基地共建共享交流大会 听听他们怎么说》等内容进行宣传报道，转载传播超过 20 万次。

13. 2017 第二届四川国际电子商务博览会

2017 年 9 月 30 日，由四川省网商协会主办的 2017 第二届四川国际电子商务博览会在成都国际商贸城隆重开幕。本届博览会构建了“创新启发、经验交流、展示展销、应用推广”的电子商务公共服务平台，构建了多方电商领先平台的西部电子商务生态链，打造了一场“国际化、创新化、专业化、实用化”的高水准电子商务盛会，推动四川省电子商务行业健康快速发展。博览会以“天府智造·电商新未来”为主题，以“新零售、新思路、新网商、新格局”为引领，以“以会带展、特色活动”为载体，以“创新开放、共建共享、融合发展”面向全国，着眼全球展示省内电子商务发展最新成果。设置知名电商创新区、天府智造网销区、国际移动电商区三大展区，集中展示国内外特别是四川省电商产业发展成果，搭建电子商务线上线下融合对接平台，进行电商企业与优势特色产品双向对接，实现 O2O 线上线下有效互动。

14. 电子商务平台企业参加第四届杭州国际电子商务博览会

2017 年 10 月 26 日至 29 日，第四届中国（杭州）国际电子商务博览会（以下简称“电博会”）在杭州国际博览中心举行。成都市商务委率全市部分重点电子商务平台企业参加了本次活动，以“成都馆”形式集体亮相，向参会嘉宾介绍成都电子商务及企业创新发展成果。

本届电博会分为论坛、展会和交流三个部分。参会的九正科技、映潮科技、人人快送、泉源堂大药店、文轩在线、品胜千机网、1919 酒类直供等 7 家企业通过前期精心筹划，不仅现场有商品展示、资料宣传，还专门设计了各具特色的主题活动。“成都馆”每天分时段呈现电子商务数据发布、产品现场拍卖、手机维修、线上阅读体验、扫码抽奖等体验活动，吸引了众多参展专业观众、“网红”和媒体的热切关注。

15. 成都市电子商务协会“源于商、归于商”2017 年度论坛暨会员大会

2017 年 12 月 8 日，由市经信委、市商务委、市网信办、市工商局、市质监局指导，成都市电子商务协会主办的“源于商、归于商”2017 年度论坛暨会员大会在通威国际会议中心顺利召开。会上，协会秘书长徐震汇报了 2017 年协会在积极参与制定相关立法、政府规划和行业标准，在服务企业发展、保护会员权益、引导行业自律、促进行业交流、构建支撑体系和培养专业人才等方面的成果；规划了 2018 年协会在推动电子商务产业发展和传统企业转型升级等方面的具体方向。

会上举行了敦煌网和成都市电子商务协会“共建跨境电子商务生态服务体系、开设敦煌网成都造特色馆”战略合作的签约仪式，成都市电子商务协会通过与敦煌网的合作，将为成都市地方名优产品通过跨境电子商务平台走向全球市场，开辟一条全新的通道，帮助成都造企业积极融入高端全球产业链和价值链核心；跨境电子商务生态服务体系的建设，将专注于为成都造企业提供跨境电子商务一站式服务。

16. 萧蓉电子商务产业交流合作洽谈会

2017年12月19日，为促进杭州与成都两地电子商务产业及人才更深层次、更宽领域的交流合作，借力产业联动，探索发展新模式，推进两地新经济可持续发展，“萧蓉电子商务产业交流合作洽谈会”在成都成功举办。成都市商务委副主任朱容、杭州市萧山区商务局局长吴琴芳等出席会议。朱容副主任简要介绍了成都电子商务产业发展的现状和优势，强调成都未来重点将以互联网平台作为电子商务带动流量经济发展壮大的核心载体和重要支撑，主要发展供应链协同平台、生活性服务平台、商品交易和服务贸易平台、跨境电子商务平台、专业服务平台等五类平台，将进一步强化前沿技术创新研究，优化流量经济空间布局，利用高端要素的叠加效应、聚合效应、倍增效应，实现流量经济集聚发展、创新发展。同时，她希望两地商务部门、电子商务企业、行业协会等保持良好的互动及交流合作。成都市电子商务企业协会与萧山区电子商务协会、两地相关电子商务企业分别签署了战略合作框架协议，并就下一步电子商务行业合作方向及相关合作事宜进行了深入交流和探讨。

17. 跨境电子商务零售进口监管过渡期政策扩围工作座谈会

2017年12月18日-19日，为做好跨境电子商务零售进口监管过渡期政策范围扩大工作，促进跨境电子商务零售进口平稳健康发展，商务部财务司袁晓明副司长带队，会同海关总署、质检总局、食药监总局等部门相关负责人来成都市调研并召开跨境电子商务零售进口监管过渡期政策扩围工作座谈会，合肥、青岛、大连、苏州、成都五个跨境电子商务综试区相关负责人参会。商务部、质检总局、海关总署等国家部委在听取政策扩围综试区城市汇报后，首先充分肯定了各综试区城市政策落地准备工作。明确从2018年1月1日起，成都等5个跨境电子商务综试区适用与其他10个试点城市相同的跨境电子商务零售进口监管过渡期政策。袁晓明副司长要求：一是抓好组织实施，发挥好跨境电子商务零售进口政策效应，促进本地区跨境电子商务发展提速增效。二是落实好属地监管职责，厘清各方责任，切实敦促企业合法合规经营。三是加强沟通交流，完善本地零售进口管理机制，积极为零售进口监管政策完善建言献策。

18. 2017年度全市电子商务工作座谈会

2017年12月21日，成都市商务委组织召开2017年度全市电子商务工作座谈会。会议梳理了成都市2017年电子商务工作推进情况，对2018年工作计划进行了部署安排，并对《关于加快流量经济发展的实施方案》进行了深度解读。各区（市）县商务主管部门围绕电子商务工作开展过程中的重点亮点和痛点难点进行了深入交流和探讨，并对人才引进、数据统计以及针对小微和高成长性企业的定制化培训和政策支持工作提出了非常好的意见建议。会议充分肯定了各区（市）县在电子商务工作中取得的成

就，并对下一步工作提出希望：一是认清形势，增强定力。电子商务在国家、省、市各个层面工作中都占据核心地位，是新经济发展的重要引擎和新动力，要切实增强发展定力。二是突出重点，统筹推进。成都未来将重点发展平台经济，着力推进五大平台和六大工程，“一企一策”精准服务平台型企业；从“主题集群、产业成链、要素成网、环境配套”四个方面打造产业生态圈；重点关注和扶持创新型中小微企业。三是做好服务，协同推进。要深入了解企业需求，为企业做好服务工作，市级部门和区（市）县商务主管部门、行业协会、专业院校应加强沟通合作，共同推进电子商务集聚发展。

附录二 成都市电子商务创新型企业名单（2017年）

序号	企业名称	企业类型	项目（平台）名称	项目内容简述	行业分类	业务方向	注册时间	所属区（市）县
1	壹玖壹玖酒类平台科技股份有限公司	平台型	快喝	涵盖 B2C\ B2B 模式，集自建平台和第三方平台多方渠道，线上、线下价格统一，形成线上平台 + 线下体验店的全新酒类销售	商贸	酒类销售	2010 年 8 月	高新区
2	四川阿么鞋业有限公司	应用型	阿么女鞋	建立了快速反应的强大供应链，用互联网思维搭建厂商合作新模式，订单式生产实现厂商一体化	商贸	女鞋销售	2014 年 6 月	高新区
3	成都云遥互动科技有限公司	平台型	抹茶美妆	最专业的 PGC 美妆视频，导购化妆用品	商贸	化妆品销售	2013 年 7 月	高新区
4	成都金牛制冷有限责任公司	应用型	金牛制冷	制冷设备生产、代理及销售的工业品 B2B 垂直平台	商贸	制冷设备销售	1994 年 10 月	金牛区
5	四川家美佳贸易有限公司	应用型	利用第三方平台进行小家电分销	在国内知名第三方平台进行线上分销，同步开设线下体验店进行小家电销售	商贸	为众多家电品牌商提供分销及其他服务	2012 年 12 月 14 日	金牛区
6	成都快捷商务服务有限公司	平台型	快健康	销售生鲜食品及日用品并提供一小时配送到户服务	商贸	生鲜农产品生活服务	2013 年 7 月 16 日	青羊区

续表

序号	企业名称	企业类型	项目(平台)名称	项目内容简述	行业分类	业务方向	注册时间	所辖区(市)县
7	成都奈绮儿商贸有限公司	应用型	“奈绮儿”女鞋跨境销售	通过国内外电商平台进行成都造女鞋的贸易	商贸	跨境女鞋贸易	2010年9月14日	高新区
8	四川西华国际贸易有限公司	平台型	四川钢铁选配中心	提供钢材的网上选配和特殊定制服务	商贸	钢铁定制贸易	2004年2月9日	金牛区
9	成都鑫生贸易有限公司	平台型	鑫生焊材综合服务平台	为企业提供在线类产品定制、智能配送、产品创新、网上选配和灵活支付方式等多功能服务	商贸	焊接材料及设备、工具、配件销售	2012年3月	金牛区
10	成都白云互动科技有限公司	平台型	妙汇	由专职买手从国内外主流供应商、或生产厂家直接采购高质量创意品,在自有平台进行销售,为崇尚高品质生活的人群提供全球创意产品	商贸	B2C 创意品移动电商	2014年3月28日	高新区
11	四川美一天洗业有限公司	平台型	美一天	覆盖线上、线下的洗衣渠道,全面贴近用户,为用户带来多元化的洗衣体验	商贸	洗衣生活服务	2006年4月7日	高新区
12	成都安登逸商贸有限公司	平台型	安登逸	构建起以村级服务站作为支撑,实现基层物流、引导村民消费、提供村级一站式服务	商贸	生活用品、农产品销售	2015年6月	郫都区
13	成都欧魅时尚科技有限责任公司	应用型	“欧魅”女鞋跨境销售	通过国外第三方平台进行销售	商贸	跨境女鞋贸易	2014年12月23日	天府新区
14	成都万贯网络科技有限公司	平台型	万贯五金机电网	万贯五金机电城为线下依托的五金机电产品销售平台	商贸	五金机电线上线下销售的全环节服务	2010年10月	金牛区
15	成都锐丽元科技有限公司	平台型	口袋家居	将虚拟家居产品与真实空间融合,能够直观地让消费者体验产品在房间的实际摆放效果,以互动体验为核心的在线购物平台	商贸	家具销售	2014年1月	双流区

续表

序号	企业名称	企业类型	项目(平台)名称	项目内容简述	行业分类	业务方向	注册时间	所属区(市)县
16	成都如花贸易有限公司	平台型	如花鲜花	以网上鲜花销售为手段,以线下配送为抓手,以O2O为营销模式的鲜花销售	商贸	鲜花销售	2011年3月	武侯区
17	四川千机网络科技有限公司	平台型	千机网	提供线上商城与线下覆盖全国的手机+服务便利连锁网络,将手机、平板、3C配件、智能硬件的体验、零售与服务集于一体	商贸	手机及周边产品销售和服务	2015年10月	武侯区
18	成都尼恩网络科技有限公司	平台型	团宴网	面向个人及企业用户提供婚宴、企业会务、寿宴、宝宝宴等一站式宴会预订服务。	餐饮	宴会预订平台	2014年4月	锦江区
19	成都熙御网络科技有限公司	应用型	来一火	通过网站、APP、微信等渠道,为消费者提供在线选择火锅店、锅底菜品配送服务。	餐饮	火锅外卖	2013年2月	高新区
20	成都良知云品餐饮管理有限公司	平台型	良知云品	“你来定制,我来监制”的契约式订单农业电商平台,融入社交元素,让更多用户参与其中	餐饮	鲜果定制服务	2015年11月	金牛区
21	成都通格电子商务有限公司	应用型	粗卤	创新卤菜口味,互联网化品牌包装,销售非传统川式卤菜。	餐饮	卤味生产销售	2014年7月	锦江区
22	成都依诺信息技术有限公司	平台型	好哇网	使餐厅的前厅经营内容互联网化管理,给餐厅的管理、经营提供精准的数据分析和解决方案。	餐饮	利用云计算大数据帮助餐饮商家做管理和营销的平台	2006年11月	青羊区
23	成都沈小福信息技术有限公司	应用型	沈小福	通过网站、APP、微信等渠道,为消费者提供在线选择米线的配送服务。	餐饮	米线外卖	2015年12月	高新区

续表

序号	企业名称	企业类型	项目（平台）名称	项目内容简述	行业分类	业务方向	注册时间	所属区（市）县
24	成都食尚云网络科技有限公司	服务型	食尚云商	整合跨境食品上游供应链、建立电商销售平台，并为下游终端建设推广服务的泛产业链 B2B 平台。	餐饮	跨境食品直采平台	2015 年 8 月	高新区
25	成都人人互动科技有限公司	平台型	寻面	打造囊括线上点餐、自助终端、线下实体店的一套整体软硬件解决方案。	餐饮	线上面食销售	2014 年 1 月	高新区
26	成都微卤电子商务有限公司	应用型	微卤	采用 F2C（从厂商直接到消费者个人）+ O2O（线下商务机会与线上互联网结合）+ 体验店模式，将产品送到消费者手中。	餐饮	卤菜线上销售	2014 年 12 月	高新区
27	成都传化公路物流有限公司	平台型	智慧物流体系	基于物联网技术的物流信息交易平台将原有价值链模式进行网络集成，打通了物流价值链的模式差异，实现货源信息的有效整合	仓储物流	物流服务	2011 年 11 月	新都区
28	成都龙威仓储有限公司	平台型	一站式仓储服务中心	整合线下库房资源，结合电子商务手段，服务于生产经营者、生产厂商、终端用户的仓储服务	仓储物流	仓储服务	2010 年 9 月	成华区
29	成都蜘蛛网仓储物流科技有限公司	平台型	果然好	整合生产管理系统、产品追溯系统、产品交易系统，以果然好平台上云仓、线下冷链仓为核心，对生产过程中的生产资料实行集中采购，精准销售，统一配送	仓储物流	仓储物流服务	2010 年 4 月	双流区
30	我来啦网络信息技术有限公司	服务型	速递易	从单独分散投递到集中投递的转变，有效解决电子商务和快递业最后 100 米的配送和退换货问题	仓储物流	智能快件箱	2012 年 12 月	高新去

蜀 湘

续表

序号	企业名称	企业类型	项目（平台）名称	项目内容简述	行业分类	业务方向	注册时间	所属区（市）县
31	成都废宝科技有限公司	应用型	废宝网	打造“互联网+再生资源回收”全新模式的再生资源回收体系，实现资源循环。	环保	线上废品回收	2015年7月	锦江区
32	四川卓辉科技有限公司	平台型	屋托邦	“去中介化、去渠道化”的装修服务专卖平台。	建筑	家装服务	2013年12月	高新区
33	四川省远景建筑园林景观设计研究院有限公司	平台型	远景建筑服务平台	以建筑设计服务为主，线上设计线下延伸，促进建筑设计行业更加透明化、规范化。	建筑	线上设计服务平台	1993年7月	四川省
34	成都展峰文化传媒有限公司	平台型	网众验房	为购房者提供一站式验房、收房和装修的一站式平台。	建筑	验房装修服务	2005年6月	武侯区
35	成都鹰明电子商务有限公司	服务型	“修车帮”，“车i生活”	建立冠普供应链的全国仓储物流体系，为马立可门店提供高效的物流配送体系，为车主提供全方位的服务	交通	汽车后市场	2012年7月	高新区
36	四川智迅车联科技股份有限公司	平台型	“保行天下”车险平台	专注代理渠道的专业保险服务平台，联合保险公司、保险中介、保险服务人员、车辆服务商，整合相关资源，打造一个多边多赢的保险生态圈。	交通	互联网保险	2015年6月	高新区
37	成都路易师傅汽车信息技术有限公司	平台型	“路易通-汽车维修管理平台”	通过“路易通订货系统”和“路易云店管理系统”服务于汽车维修保养配件供货方与汽车维修保养终端门店	交通	汽车后市场	2015年3月	天府新区
38	成都悠途信息技术有限公司	平台型	悠途城际用车平台	专注于30-300公里中长途出行服务，提供中途不换乘，门到门无缝直达的城际出行体验。	交通	城际交通	2015年7月	高新区

续表

序号	企业名称	企业类型	项目(平台)名称	项目内容简述	行业分类	业务方向	注册时间	所属区(市)县
39	成都爱智游科技有限公司	服务型	“爱智游”大脑课堂	专注于儿童脑智潜力测评与训练的益智系统	教育	脑开发	2014年11月	高新区
40	成都市芸芯教育咨询有限公司	服务型	芸芯儿童“托辅”服务平台	通过线上实时更新孩子成长动态,家长可以即时了解孩子在线下教育培训机构的受教育状态	教育	托辅行业	2015年2月	成华区
41	成都云创新科技有限公司	平台型	音约吧	制作优质和专业的音乐启蒙学习视频,向用户提供新的乐器学习渠道	教育	开展乐器学习服务	2011年9月	成华区
42	四川商通实业有限公司	服务型	“和信通卡”“移动互联网+行业支付”综合服务应用	预付卡发行与受理、移动支付等第三方支付技术服务	金融	支付	2006年8月	金牛区
43	天府商品交易所有限公司	平台型	提米电商	川藏共建的大宗商品现货电子交易平台和衍生品场外交易的结算平台	金融	大宗交易	2011年9月	高新区
44	成都贝乐科技有限公司	服务型	“贝乐消费数据服务平台”	“支付+金融+营销”的新型支付解决模式	金融	支付	2013年6月	武侯区
45	成都支付通新信息技术服务有限公司	服务型	支付通电子商务营销平台	以电力缴费为平台核心业务,搭建一个全方位的公共服务互联网平台	金融	公共事业缴费	2011年6月	成华区
46	成都天府通金融服务有限公司	服务型	“天府通卡”	从传统公交卡到创新共享的“市民卡”、快捷小额支付	金融	支付	2011年8月	高新区

续表

序号	企业名称	企业类型	项目（平台）名称	项目内容简述	行业分类	业务方向	注册时间	所属区（市）县
47	成都中联信通科技股份有限公司	服务型	“熊猫 pay”	安全移动支付解决方案	金融	支付	2004 年 12 月	高新
48	成都途风国际旅行社有限公司	平台型	途风旅游网	通过网站平台和移动平台向全球华人用户提供世界各地的旅游资源查询和预订服务。	旅游	提供境外旅游资源查询和预订服务	2011 年 8 月	高新区
49	四川阿尔法贝塔科技有限公司	平台型	阿尔法户外网	“阿尔法户外网”网络平台，旨在为爱好者提供免费户外资源共享平台。	旅游	提供户外旅游服务	1905 年 7 月	高新区
50	成都畅游天下电子商务有限公司	平台型	畅游天下网	整合旅游资源和周边产品，为客户提供旅游礼品展示、旅游景区订制、旅游礼品订制、旅游通讯订制等多元化综合订制服务	旅游	旅游服务	2014 年 8 月	金牛区
51	四川我要去哪科技股份有限公司	平台型	“517 旅行网”“差旅壹号”	国内机票在线实时交易平台，企业差旅服务云平台	旅游	机票	2010 年 8 月	金牛区
52	成都云图生活电子商务有限公司	平台型	云图生活	依托云图控股从事农村经营引领农村消费和生活习惯，整合一流电商企业，致力打造中小城市及农村互联网生活平台	农业	农村电子商务服务	2015 年 5 月	新都区
53	四川易田电子商务有限公司	平台型	“易田”农村电商交易平台	为消费者提供全门类的工业品及各地农副产品展示交易服务。	农业	提供工业品及农副产品展示交易服务	2010 年 11 月	青羊区

续表

序号	企业名称	企业类型	项目(平台)名称	项目内容简述	行业分类	业务方向	注册时间	所属区(市)县
54	成都鲜农纷享物联网科技股份有限公司	平台型	CSA 家庭农场服务电商平台	种植户在鲜农纷享开设网店,直接面向终端消费者销售,实现农产品价值及附加值的提升,有效带动农民增收致富。打破传统供应链模式,减少过度流通,使农产品消费终端价格倍减,真正实现优质、低价生鲜农产品消费。	农业	社区支持农业O2O服务	2015年4月	高新区
55	成都顺点科技有限公司	平台型	源本生鲜	为中小型餐饮商户提供食品流通溯源信息技术服务,为客户提供安全可靠溯源的生鲜农产品。	农业	生鲜农产品电商	2014年11月	天府新区
56	成都惠丰生态农业科技有限公司	平台型	土而奇	依托线下生产基地和体验中心的资源,实现线下线上联动发展,为公众提供生态安全优质的农副产品	农业	乡村体验观光旅游及差异化农产品产业销售	2008年4月	崇州市
57	四川长德投资集团有限公司	平台型	菜易通、食易通	提供产销信息对接、交易撮合、价格监测、市场分析、政策引导、产品溯源等多项功能服务	农业	农产品供应信息、价格信息发布	2010年4月	新都区
58	成都海佳农业科技有限公司	平台型	海佳优特农产品整合营销平台	立足于农户需求,利用电子商务将成都优质、特色农产品的生产农户、企业与各类农产品销售渠道整合推广的一个实体平台	农业	农产品互联网销售服务	2010年12月	武侯区
59	吉峰农机连锁股份有限公司	平台型	农吉汇	以农业企业、主管部门、农户等为平台接口,为农业行业提供综合信息服务	农业	现代农业服务	1994年12月	郫都区
60	成都尚作农业科技有限公司	平台型	尚作	提供有机农产品的网上点菜、加工配送等服务	农业	农产品的加工配送	2010年8月	青羊区

蜀 湘

续表

序号	企业名称	企业类型	项目(平台)名称	项目内容简述	行业分类	业务方向	注册时间	所属区(市)县
61	成都云堆移动信息技术有限公司	平台型	云堆	从庞大的媒体资源库中选出符合广告主需求的媒体,按照媒体受众群体与广告主的需求匹配	商务服务	以新媒体为载体的广告服务	2014年11月	高新区
62	成都易播科技有限公司	平台型	易播网	整合媒体的空档期进行在线销售,传统媒体在线销售渠道,并对广告媒体产品价值进行评估,同时研究广告效果和受众	商务服务	信息服务业务	2013年9月	高新区
63	成都达人商务服务有限公司	平台型	达人劳动用工服务平台	通过成熟的电子商务技术结合行业特定元素,对上下游资源以大数据化的手段加以整合、筛选、分类、归档	商务服务	为企业提供批量化技术劳务人员服务	2015年1月	锦江区
64	成都久坡科技有限责任公司	平台型	久坡校园兼职服务平台	平台利用规模化、集约化的思想改变传统行业观念,改善企业和求职者的碎片化难以搭接的问题,创新设计了大学生“0风险”兼职保障计划,在实施计划基础上引入互评机制	商务服务	校园大学生兼职服务	2015年10月	高新区
65	成都立格科技有限公司	平台型	律登网	针对目前传统法律服务服务市场中行业痛点,为国内中小企业和家庭个人售卖标准化法律产品	商务服务	法律服务	2014年3月	高新区
66	成都艾美控网络科技有限公司	平台型	龙券网	专业网购电子优惠券,帮助企业将新客获取成本降低,大幅度提升订单转化率	商务服务	电子优惠券业务	2012年1月	温江区
67	成都传不科技有限公司	平台型	传不	以城市楼宇广告为载体,在APP上实现楼盘筛选、广告档期选择、广告画面设计、广告内容审查和一键支付等自助投放功能	商务服务	信息服务业务	2015年7月	高新区

续表

序号	企业名称	企业类型	项目(平台)名称	项目内容简述	行业分类	业务方向	注册时间	所属区(市)县
68	成都英黎科技有限公司	服务型	多行业电商平台	帮助传统商业企业在移动端建立起集会员服务、商品销售、商业资讯为一体的移动电子商务平台	商务服务	积分消费服务	2002年1月	高新区
69	四川创物科技有限公司	平台型	人人快送	提供快递配送众包服务	生活服务	代购代送生活服务	2011年5月	青羊区
70	成都乐一下科技有限公司	平台型	乐E下	通过自助服务终端与移动APP的互动,为用户搭建从各类公共资源信息落地到社区服务的桥梁	生活服务	社区生活服务	2015年4月8日	天府新区
71	成都快师傅科技有限公司	平台型	快师傅	利用线上发起、线下实施的途径,开展各类手机维修和回收服务	生活服务	手机维修服务	#####	锦江区
72	四川鲜鲜智家公司	平台型	鲜鲜智家	利用线上渠道,开展家庭保洁、开荒保洁、空调清洗、窗帘清洗、地毯清洗、地板打蜡、管道疏通、生态蔬果配送等项目的优质生活服务	生活服务	家庭生活服务	2014年7月	金牛区
73	四川小蜜蜂维保汇信息技术有限公司	平台型	小蜜蜂维保汇	维保O2O平台,用户可以预约包括空调、油烟机、冰箱、洗衣机等在内的各类家电的深度清洗、维修保养服务	生活服务	家电类生活服务	2015年5月	高新区
74	成都杠上花信息技术有限公司	平台型	陌邻再生资源回收服务平台	建立自身维修及回收品牌,通过对周边加盟的家庭维修业实体店开展统一规范的回收维修管理	生活服务	废旧家电回收服务	2014年6月	高新区
75	成都三分球电子商务有限公司	平台型	三分球	提供体育用品销售、运动记录、社群活动	体育	体育用品销售	2013年9月	金牛区

续表

序号	企业名称	企业类型	项目（平台）名称	项目内容简述	行业分类	业务方向	注册时间	所属区（市）县
76	成都唯赢信息技术有限公司	平台型	爱羽客	以专业的羽毛球内容为突破口，以“内容+俱乐部+商城”为发展模式的羽毛球门户网站	体育	集羽毛球资讯、俱乐部管理、产品销售的多元化服务	2014年9月	高新区
77	成都邮征天下信息技术有限公司	平台型	杂志铺	针对图书行业的细分领域——期刊杂志订阅的电子商务平台，通过低折扣杂志吸引用户，为读者推荐好杂志	文化	杂志在线订阅	2009年11月	高新区
78	成都那时代影视文化传播有限公司	平台型	那时代	通过视频短片、微电影、图片、照片等数千种文化素材资源，为用户提供相关的各种文化素材服务。	文化	文化素材销售	2014年3月	锦江区
79	成都声娱文化传播有限公司	平台型	基本没有看见说和互联网相关的部分	影视剧集配音、动漫游戏配音、音效拟音制作、商业广告配音、声音教育培训为一体的	文化	音效产品制作	2012年7月	锦江区
80	四川中视凡创影视有限公司	平台型	品拍	整合了导演、编剧、剪辑人才和后期制作团队、拍摄场地选址、拍摄设备资源，在线为用户提供一站式影视制作服务	文化	影视作品制作	2015年6月	锦江区
81	川印文化集团股份有限公司	平台型	四川印刷网	提供从上游印刷设备商和印刷原材料商，到各类印刷厂商和各类印前、印后加工配套服务商，印刷品需求用户的要求	文化	印刷行业各类服务	2011年1月	蒲江县
82	成都搜搜电子商务股份有限公司	平台型	搜搜医药网	通过先进的技术整合药品供应商和终端药店的信息化系统，使终端药店采购更加智能	医疗卫生	药品采购信息服务	2006年5月	青羊区

续表

序号	企业名称	企业类型	项目(平台)名称	项目内容简述	行业分类	业务方向	注册时间	所属区(市)县
83	成都泉源堂大药房连锁股份有限公司	平台型	泉源堂	药品多渠道销售,实现线上、线下渠道互动	医疗卫生	药品销售	2012年9月	蒲江县
84	成都整吗网络科技有限公司	平台型	整吗好医生	以医生学术教育、求美者随访系统、整吗会议通为三大方向的综合性的医美平台	医疗卫生	医疗美容服务	2015年10月	高新区
85	四川智康科技有限责任公司	平台型	智康好医生云平台	重症医学专业管理临床信息系统平台为主体,结合在线问诊和药品O2O的销售模式,实现在线问诊-病例数据收集和分析-药品销售	医疗卫生	重症医学专业管理临床信息系统衍生服务及药品售卖	2013年8月	高新区
86	四川骏逸富顿科技有限公司	平台型	微问诊	免费药学、基础医学电子商务服务平台,线上完成轻问诊及用药咨询、药品购买及网上支付,线下完成药品配送、就诊、体检、化验	医疗卫生	药学、基础医学服务	2014年7月	高新区
87	成都市极米科技有限公司	应用型	极米智能设备	自主研发生产销售以无屏电视为代表的智能硬件设备	制造	智能硬件生产	2013年11月	高新区
88	四川九江龙钢结构网架工程有限公司	平台型	九江龙钢结构订制平台项目	钢结构工程的设计、出图、加工销售等流程进行统一化管理	制造	钢结构工程的销售管理	2007年10月	崇州市
89	成都迦南美居家居用品有限公司	应用型	“巢趣”实木家具	线上+线下的模式,解决了消费者网购家具的体验问题,提升服务附加值	制造	家具生产	2013年3月	高新区

续表

序号	企业名称	企业类型	项目(平台)名称	项目内容简述	行业分类	业务方向	注册时间	所属区(市)县
90	成都积微物联电子商务有限公司	平台型	积微物联	立足钢材 B2B 现货交易, 通过电商平台整合全产业链资源, 有效的链接上下游企业, 同时提供金融、物流、仓储、加工、资讯等特色服务。	制造	钢材交易及各类服务	2015 年 6 月	青白江区
91	成都丽维家科技有限公司	平台型	丽维家	大规模定制”(Mass Customization) 概念引进家居产业, 把大批量生产的速度和成本, 与满足客户定制的个性化需求相结合起来	制造	定制家具	2012 年 5 月	武侯区
92	四川省数字证书认证管理中心有限公司	服务型	四川省数字证书认证管理中心	第三方数字认证机构, 服务于电子政务、电子商务、内部信息化等领域, 有效解决各级网上应用中存在的身份认证、授权管理和责任认定等问题	专业服务	数字认证服务	2007 年 11 月	高新区
93	成都市映潮科技股份有限公司	服务型	大数据中心	采用分类、聚类、关联等数据挖掘模式, 利用判定树、神经网络、统计方法、机器学习等先进的数据挖掘技术, 构建电商大数据	专业服务	大数据服务	2011 年 7 月	高新区
94	成都奇佳科技有限公司	服务型	聚美	以社会组织为用户的信息业务服务平台, 促进社会组织之间, 社会组织与政府之间, 社会组织与社会公众之间的信息互通	专业服务	信息及软件服务	2009 年 9 月	成华区
95	成都亿信微科技有限公司	服务型	蓉亿会	跨境电商自媒体, 全方位服务于跨境电商卖家和企业, 助力中国企业融入国际市场, 帮助企业塑造国际品牌	专业服务	跨境电商专业服务	2014 年 5 月	锦江区
96	成都万家和家政服务有限公司	平台型	万家和家政服务平台	在网站上下单, 家政人员上门服务, 服务全程将向平台进行信息反馈以实现监督	专业服务	家政服务	2007 年 6 月	高新区

续表

序号	企业名称	企业类型	项目(平台)名称	项目内容简述	行业分类	业务方向	注册时间	所属区(市)县
97	成都普普科技有限公司	服务型	科技知识产权技术交易平台	包括知识产权的申请代理、转让等一系列专业服务,平台提供一个技术项目融合、服务渠道畅通、集成创新的交易途径,促进知识产权交易,加快科技成果转化步伐	专业服务	知识产权交易转化服务	2004年3月	高新区
98	成都信星虚拟产业园	平台型	电子商务虚拟产业园	现有传统产业园基础之上,基于网络技术和信息手段搭建电子商务平台,将政府、电商企业、银行等各方紧密联系,通过产业集群和产业集聚加快园区内企业的升级和转型	专业服务	产业园区服务	2014年3月	高新区
99	四川三尺科技有限公司	服务型	电商专业服务	成都电商第三方服务企业,专注于为传统产业互联网+提供深度、全面的在线服务,	专业服务	电商专业服务	2015年3月	高新区
100	成都会众科技有限公司	服务型	会众	专注于通过会议、沙龙等线下活动结识与会者的会议软件,进行系统化管理和运营,配套主办方专属SaaS工具,帮助主办方提高效率,增加收益	专业服务	信息及软件服务	2015年10月	高新区
101	成都四透立方科技有限责任公司	服务型	城生活系统	帮助传统行业打造电子商务应用工具、移动电子商务应用工具,为客户量身定制电商解决方案,开发电商软件工具	专业服务	信息及软件服务	2015年1月	高新区
102	成都逸动无线网络科技有限公司	服务型	小娱wifi	提供计费WiFi、公共WiFi等服务,同步建立了完整的基于WiFi网络的广告投放系统,对于广告受众有精准的画像,力求确保广告投放带来良好的效果	专业服务	WiFi网络服务	2013年9月	高新区
103	成都久广科技有限公司	服务型	久广公共服务平台	多方参与、协作共生的公共服务平台,为企业提供多功能、集成化、一站式的电商专业服务	专业服务	电商专业服务	2013年12月	高新区

附录三 成都市电子商务行业协会简介

一、成都市电子商务企业协会

成都市电子商务企业协会于2009年12月28日正式成立，是由成都市行政区域内从事流通、服务、IT、网络、软件、物流配送、金融、第三方支付、科研、教育培训等企事业单位自愿联合发起成立，经成都市社会团体主管机关核准注册登记，以成都市商务委为主管部门。

协会自成立以来，积极开展各项相关工作，通过6年的努力，在全国电子商务领域具备了一定的知名度，在本地电子商务行业内也具备了一定的影响力。目前已有二百多家电子商务企业按照自愿原则成为协会会员单位，历任会长单位为成都九正科技实业有限公司、成都中联信通科技股份有限公司，现任会长单位为成都美图网络信息技术有限公司（通吃科技），副会长单位有成都九正科技实业有限公司、成都中联信通科技股份有限公司、四川文轩在线电子商务有限公司、成都天地网信息科技有限公司（中药材天地网）、四川千机团科技有限公司（品胜）等本地知名电商企业。

协会从2010年起就承接商务局电子商务行业相关项目，有2010年至2013年连续四年的《网上零售年会》，2013、2014年度《中国（成都）移动电子商务年会》，2011、2012、2013年代表成都在北京参加《中国互联网大会》《京交会》等全球性的大型会议，还有2011年至2013年发布《行业电子商务发展报告》《电子商务法律体系研究》等，在电子商务行业相关会议组织及报告编写工作上，几年来积攒了丰富的相关经验和资源，经过6年的成长，协会发展日趋成熟，有信心完成好行业相关各项服务。2013年《中国B2B电子商务行业发展报告》及《国外电子商务投资发展现状与趋势研究》两个项目均已按时按质完成。

协会还定期组织会员单位开展各种交流活动，为会员单位提供转型升级、人才流动、政策解读、市值管理等服务，为企业更好发展提供有力的支持。特别是每年定期举行的政策解读会、企业申报指导等服务，不仅给企业推送政策咨询，同时在材料整理、申报流程方面给予了很大的帮助。

二、成都市跨境电子商务协会

成都市跨境电子商务协会于2017年1月4日正式申请登记，由成都市跨境电商平台、传统贸易企业、服务商组成，经成都市商务委员会同意，成都市民政局核准登记的具有独立法人地位的非营利性社会团体组织。协会本着“开放、创新、发展”的理念，促进成都市跨境贸易融合创新，引导成都传统贸易企业“走出去”，提升“成都造”、“成都品牌”的国际竞争力，为成都市跨境电子商务各领域服务，推进成都市跨境电子商务事业深度发展。

成都市跨境电子商务协会的业务范围：

(1) 协会按照政府推进跨境电子商务的总体要求和发展目标，共同探讨成都跨境电子商务发展趋势，辅助配合成都市跨境电子商务行业机制创新，为政府主管部门提供跨境电子商务行业发展的政策意见和建议。

(2) 组建成都市“跨境电子商务”工作专家库，开展跨境电子商务项目的推进策略、示范应用标准研究，协助政府主管部门实施跨境电子商务行业发展规划和有关法规，加速提高跨境电子商务行业的整体素质和经济效益、社会效益，引导行业健康科学发展。

(3) 组织专家在跨境电子商务及相关领域开展咨询服务，开展信息化与跨境电子商务人才培养，不断提高企业素质，促进行业精神文明建设。

(4) 积极引入全国跨境电商技术服务平台，举办跨境电商相关会议、展览、活动等，组织开展与国内外同行业的交流和学习考察。

(5) 开展跨境电子商务研究，根据成都市跨境电子商务发展各阶段目标、工作推进情况等，编制“成都市跨境电商季度、年度发展报告”，为政府主管部门及时掌握行业发展动态，出台相关政策提供参考。

(6) 承担各级政府部门授权的工作事项、企业和其他机构团体委托的专项课题项目等。

(7) 承办政府部门、社会团体和会员单位委托办理的事项，表彰和奖励跨境电子商务行业中的优秀会员企业。

(8) 根据跨境电子商务行业发展需要，开展有利于本行业的其他活动和公益事业。

三、成都市电子商务协会

成都市电子商务协会成立于2006年8月，是依法注册登记的社会团体法人，属于非营利性社会组织，与电子商务有关的单位和个人自愿加入，加入协会的600余家会员包括传统企业、电商企业、电商服务企业、金融法律等第三方服务机构、创业公司

和个人等。2017 年 12 月，成都市民政局公布的 2017 年度社会组织评估等级结果中，成都市电子商务协会位列最高级 5A 级，同时也成为本地电商领域唯一的 5A 级行业组织。成立 12 年来，协会一直致力于推动电子商务产业发展和传统企业转型升级，积极参与制定相关立法、政府规划和行业标准，在服务企业发展、保护会员权益、引导行业自律、促进行业交流、构建支撑体系和培养专业人才等方面作出了积极贡献并取得了显著成果；近年来新经济迅猛发展、电子商务创新创业氛围浓厚，为了提升电子商务公共服务和专业人才供给能力，协会于 2016 年 1 月 13 日成立了四川省首个服务传统企业转型升级的电子商务公共服务平台，2017 年 8 月 29 日成立了四川省首个电子商务领域团体标准制定机构；做为一个专业能力突出、治理结构完善的第三方机构，协会提供的服务得到了有关政府部门、企业和社会各方的认可和支持。

协会已连续组织 7 届成都大学生电子商务大赛，是全国教育部“创新、创业、创意”大赛西南赛区承办方，共吸引了超过 36000 名学生参赛。

协会运营的成都市电商诚信自律网（成都电商自律与信用共享平台）累计采集了 18150 家电商企业的基础信息和信用信息。

协会参与创建的成都市电子商务公共服务平台，以“服务创新、产业聚合、高效规范、专业助商”为宗旨，为传统企业转型升级和电商企业创新发展提供专业的第三方公共服务，平台共设双创孵化、电商咨询、人才培养、法律服务、标准化建设、新技术应用、投融资对接、细分领域研究八个服务板块和多种服务渠道。

随着大数据、云计算、互联网运用的不断深入，电子商务已进入高速发展期，各行业经营方式和服务模式正在发生变革，为了顺应产业和消费升级趋势，成都市电子商务公共服务平台将围绕推进电子商务生态圈融合发展，与各行业主体、资源方和服务方共同努力，打造一个适应产业发展规律的、高效规范的、服务新经济发展需求的电子商务服务新引擎。

附录四 2017 年成都市电子商务数据分析年报

一、四川省电子商务发展概况

2017 年，全国电子商务发展质量与效益随国内经济强劲增长和结构改善明显提升，四川持续深化供给侧结构性改革，加快制造业与互联网融合发展步伐，电子商务在新一轮科技革命和产业变革中蓬勃发展，呈现加速增长态势：网络交易额全年累计 27571.91 亿元，同比增长 29.88%，较去年提速 3.75 个百分点，亦高出全国 1.13 个百分点；在消费推动经济发展主引擎背景下，四川适应消费升级的商品服务供给换挡加速，电商供给侧结构性改革成效显著，网络零售额全年累计 3320.98 亿元，同比增长 34.87%，较去年提速 6.72 个百分点。网络零售额中，实物型零售额实现 1924.22 亿元，同比增长 29.63%，其下半年同比较上半年提速 1.65 个百分点，各地特色产业增长潜力不断释放，发展势头持续向好；服务型零售额实现 1396.76 亿元，同比增长 42.87%，较全国高出 5.91 个百分点，在网络零售额占比较去年高出 2.34 个百分点，四川以旅游为代表的优势服务产业消费旺盛，对经济增长的拉动作用进一步增强（见图 1、图 2、图 3）。

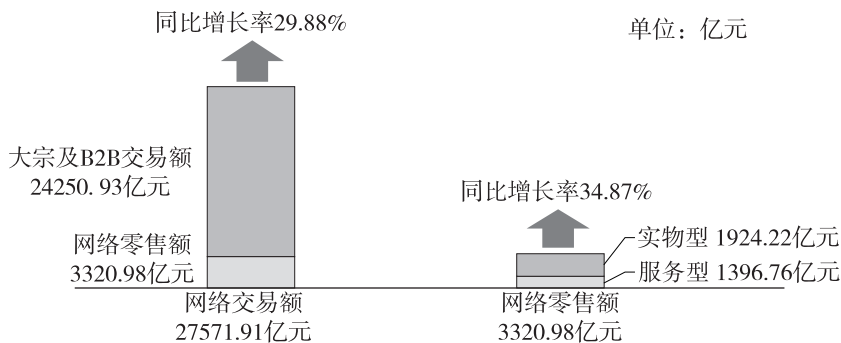


图 1 2017 年四川电子商务整体交易—网络交易额与网络零售额^③

③ ①网络交易额包括网络零售额、B2B 及大宗商品现货交易数据；②网络零售额是电子商务企业及个体通过自建平台或依托第三方平台面向个人提供商品、服务产生的交易总额；③ 实物型指针对有实物商品的电子商务交易，一般都会产生物流和仓储等衍生服务，如服装、食品等；④服务型指针对服务商品的电子商务交易，一般不会产生物流和仓储等衍生服务，如餐饮、旅游等；⑤由于小数点四舍五入取整的原因，个别数据不完全相等。（下同）

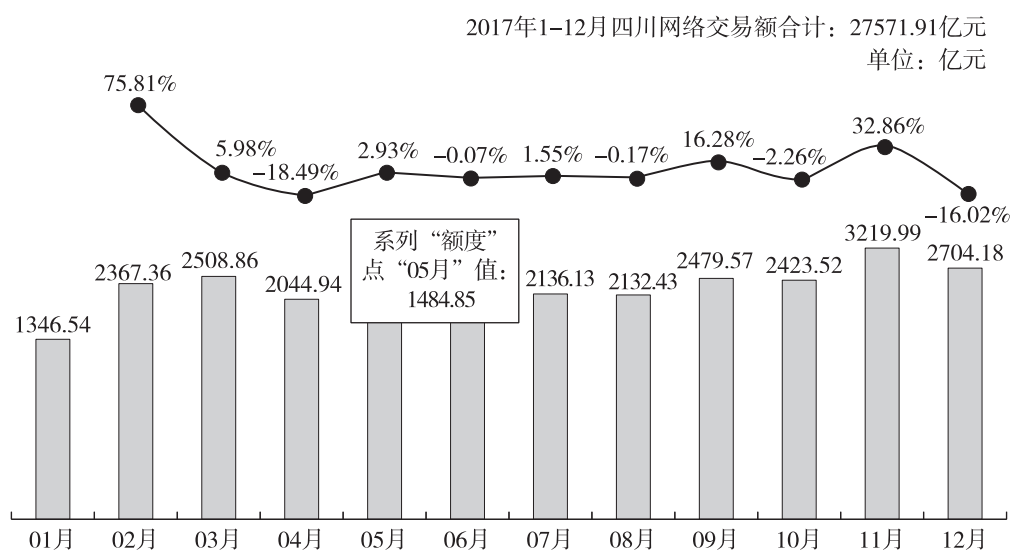


图2 2017年四川电子商务整体交易——月度网络交易额及同比增长率

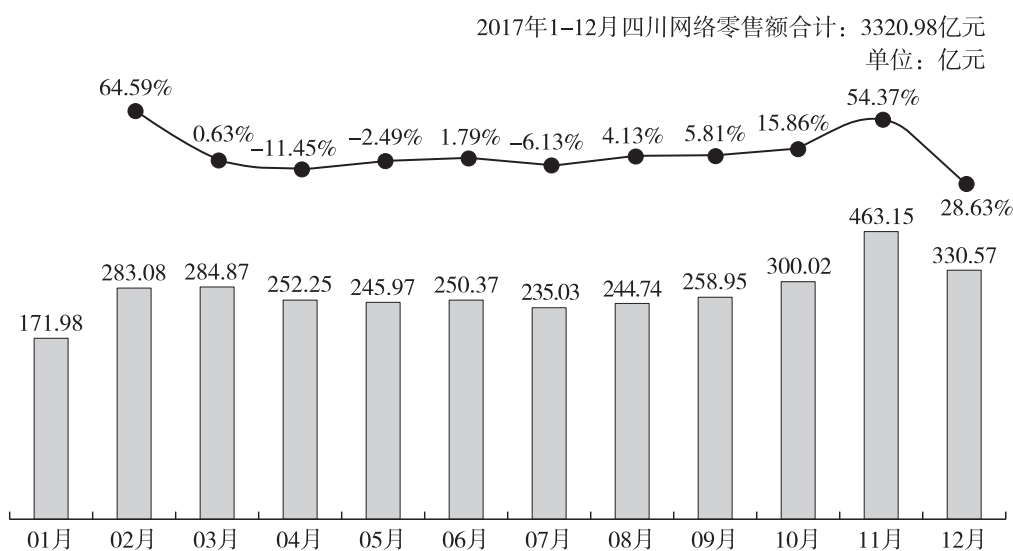


图3 2017年四川电子商务整体交易——月度网络零售额及同比增长率

二、成都市电子商务发展概况

(一) 成都市电子商务交易规模

1. 成都市网络交易额与网络零售额

2017年，成都在供给侧结构性改革的引领下，依托强大的工业基础，大力实施创新驱动战略，加速发展先进制造业、现代服务业和现代农业，发展方式更加创新、绿色、协调，发展质量和效益全面提升，在此基础上，做为经济发展新动能的电子商务

成绩斐然：全年网络交易额达 19310.23 亿元，同比增长 26.22%，二、三、四季度环比逐季提升，呈现出积极向好的增长态势，体量在与中东部 10 个城市（上海、北京、广州、杭州、武汉、重庆、天津、郑州、合肥、西安）对比排名中排名第 4，仅次于上海、北京、广州；网络零售亦表现不俗，实现 2376.16 亿元，在 11 个城市中排名第 5 位，全川排名第 1 位，较去年增长 38.20%，高出全川 3.34 个百分点，同时在网络交易额中占比较去年提升 1.07 个百分点，反映出全市电商发展过程中消费驱动作用增强；网络零售中服务型表现尤为出色，同比增长 48.38%，高出全川 5.56 个百分点，亦高出网络零售 10.17 个百分点，在网络零售中占比较去年同期提升 2.60 个百分点，对网络零售贡献明显加大（见图 4）。

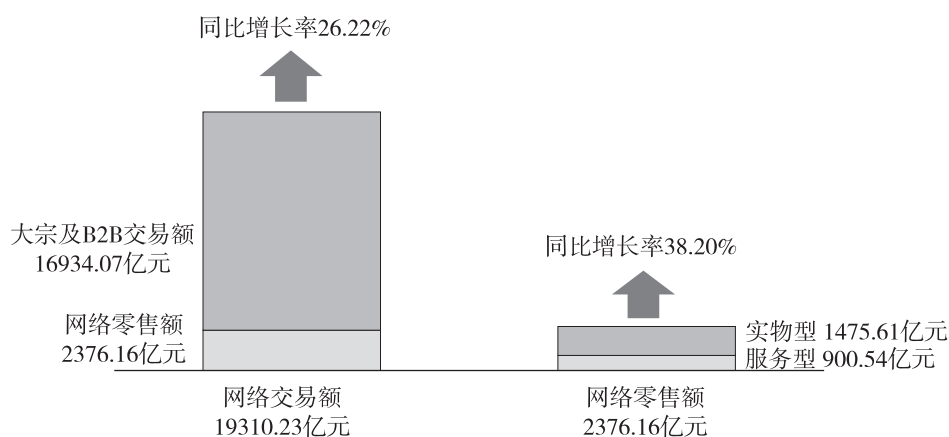


图 4 2017 年成都市电子商务整体交易—网络交易额与网络零售额

2. 成都市电子商务交易额与网络零售额

2017 年，成都累计实现电子商务交易额 14545.58 亿元，同比增长 37.09%，其中网络零售额实现 2376.16 亿元，同比增长 38.20%。网络零售中，实物型实现 1475.61 亿元，服务型实现 900.54 亿元（见图 5、图 6）。

（二）成都市电子商务地域解析

1. 成都与部门城市网络交易额对比

2017 年，成都全年网络交易额实现 19310.23 亿元，在中东部 11 大城市中排名第 4 位，仅次于上海、北京、广州，稳居中西部城市首位；北上广作为全国经济版图上三个超大规模经济带（以北京为核心的环渤海经济带，以上海为龙头的长江三角洲，以广州为首府的珠江三角洲）中的核心城市，吸引了全国大部分资本和人才，对全国电商发展有着突出贡献，在全国网络交易额中占比合计达 18.54%，同时成都作中国西南地区科技、商贸、金融中心和交通、通讯枢纽，拥有雄厚的工业基础和发达的信息和服务业，并在此基础上，持续推动互联网与经济社会各领域深度融合，构建“互联

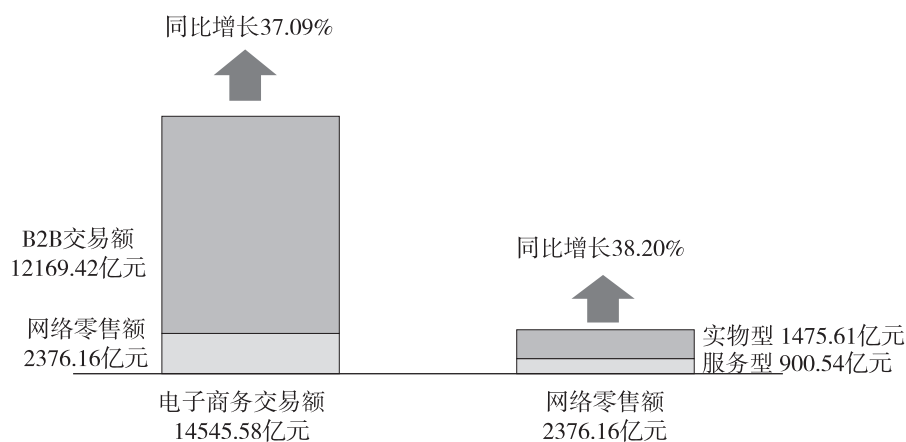


图5 2017年成都市电子商务整体交易—电子商务交易额与网络零售额

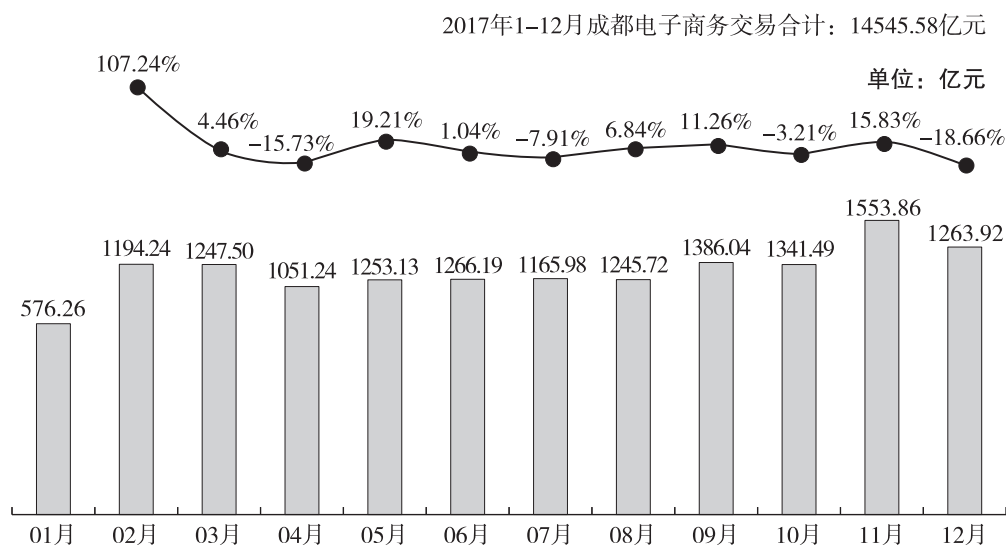


图6 2017成都电子商务整体交易——月度电子商务交易额及环比增长率

网+”产业新生态，电商产业经济蓬勃发展，对全国电商贡献同样不俗，网络交易额在全国占比4.98%，并且成都市作为丝绸之路南起点城市，“一带一路”倡议的深入实施持续助推成都市跨境电商发展，未来成都市网络交易额增长潜力十足（见图8）。

2. 成都与部分城市网络零售额对比

苏浙沪地区作为中国电商的发源地，拥有坚实的线下产业基础和发达的交通物流网络，其主要城市上海和杭州全年网络零售额居中东部11大城市中前2位，在全国网络零售额中分别占比为11.86%、6.86%，同时北京作为全国首都，广州作为大型消费品生产中心——珠三角城市群的核心城市之一，其全年网络零售额在中东部11大城市中分别排名第3、4位。此外，川大、电子科大等全国知名高校众多，并拥

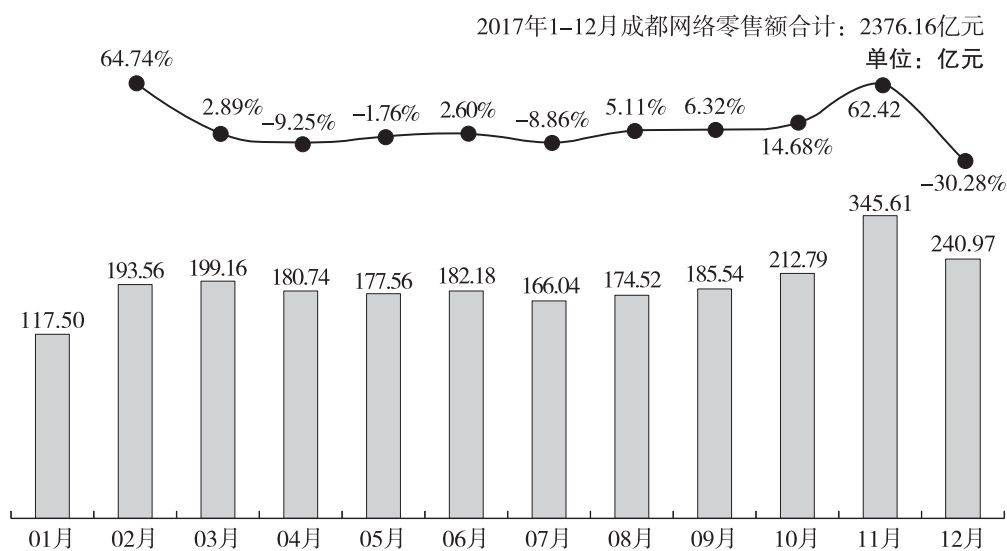


图7 2017年成都电子商务整体交易——月度网络零售额及环比增长率

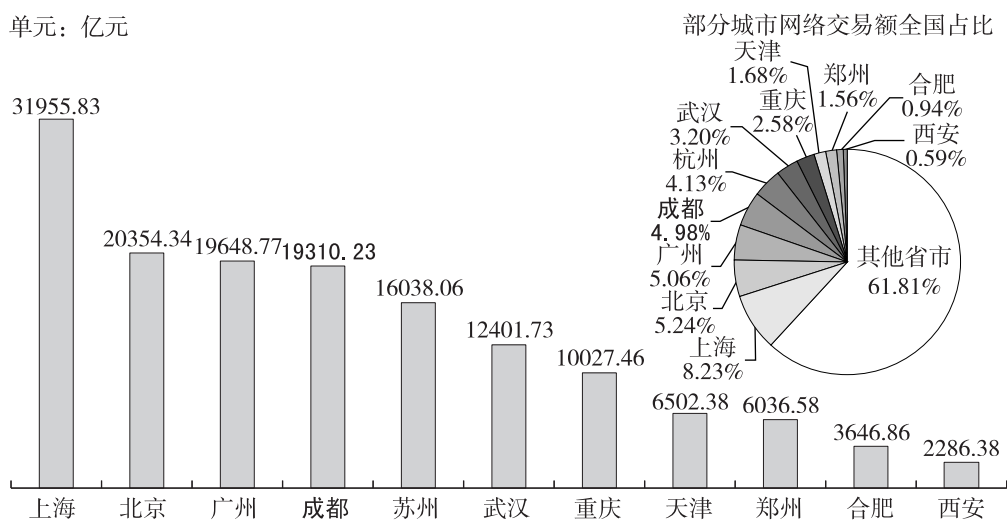


图8 2017年成都电子商务地域解析——成都与部分城市网络交易额对比

有全国最大的专业软件园区天府软件园，发展动能强劲，服务型网络零售中在线旅游等多行业增势明显。实物型网络零售中3C数码、食品保健等行业快速发展，实物型与服务型共同带动成都全年网络零售额实现2376.16亿元，稳居中西部城市首位，在全国网络零售额中占比3.08%，较去年提升0.36个百分点，后期可加快现代物流建设，持续深入农村电商发展，强力推动餐饮、旅游、电子信息等优势产业与电商深度融合，根据市场需求培育电商发展新动能，促进成都网络零售进一步增长（见图9）。

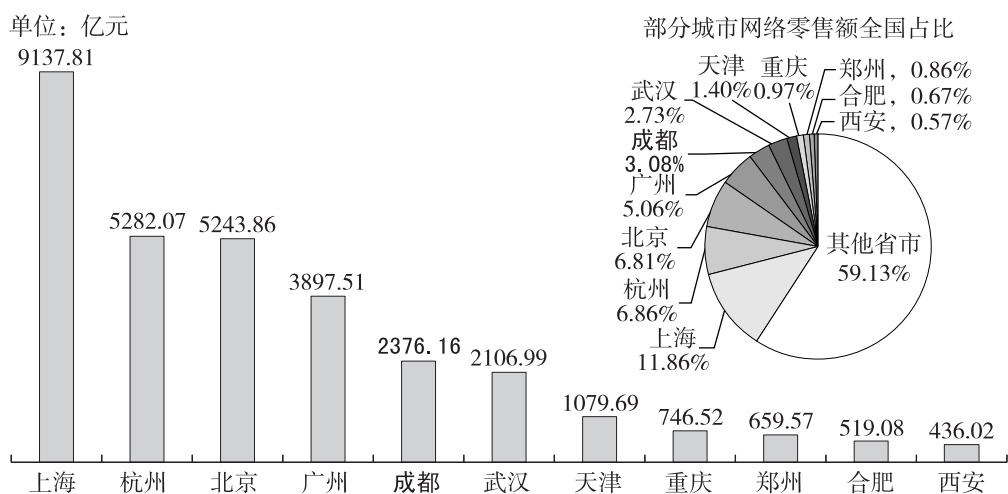


图9 2017年成都电子商务地域解析——成都与部分城市网络零售额对比

(三) 成都市电子商务行业解析

1. 实物型行业网络零售额

2017年成都实物型网络零售中,3C数码、食品保健、运动户外三大行业增幅喜人,在实物型中的占比较去年提升排名前三;今年全市3C数码行业在较大的体量上展现出强劲增长势头,线上以家庭影院、单反相机为代表的品质数码产品和以冰箱、洗衣机、空调、取暖器为代表的生活大家电同样销量火爆,与手机等产品共同推动3C数码行业在实物型中占比达23.38%,较去年提升3.94个百分点,行业优势地位更加明显;食品保健同样表现不俗,线上以“壹玖壹玖”“盈棚”“徽记”等本土品牌网商销量突出,白酒、调料、方便食品、腊肠凉菜等产品尤其热销,带动食品保健在实物型网络零售额占比较去年提升2.76个百分点;同时运动户外行业中,品牌运动服饰、运动鞋线上热销,“Nike”“阿迪达斯”“安踏”等知名品牌线上备受消费者青睐,同时旅行用品和野营用具线上同样销量较好,助力运动户外在实物型中的占比较去年提升1.52个百分点;此外,汽车配件、珠宝配饰等行业全年均有不同幅度增长(见表2)。

表2 2017年成都市实物型行业网络零售额及其占比

单位：亿元

实物型行业	1-12月网络零售额	1-12月行业占比
3C数码	344.95	23.38%
服装鞋包	274.54	18.61%
家装家饰	249.63	16.92%
食品保健	154.41	10.46%
家居用品	112.59	7.63%

续表

运动户外	73.59	4.99%
美容护理	67.00	4.54%
母婴用品	38.85	2.63%
汽车配件	34.07	2.31%
书籍音像	32.70	2.22%
珠宝配饰	24.55	1.66%
玩乐收藏	12.27	0.83%
其他行业	56.48	3.83%

(1) 3C 数码行业

2017 年，成都 3C 数码行业从二级行业结构来看，家用电器中以家用投影仪、洗衣机、冰箱、净水器、电风扇、取暖器、挂烫机等电器线上销量火爆，极米、西门子、沁园、美的等品牌备受消费者青睐，在 3C 数码行业中占比 34.54%，较上半年提升 2.28 个百分点，优势地位更加明显；配件品类中全年以手机配件（移动电源、耳机、自拍杆）、电脑外设（音箱、键盘、鼠标）、拍摄器材（麦克风、三脚架、闪光灯、摄影棚）等线上销量走高，在 3C 数码行业中占比 26.47%，较上半年提升 0.72 个百分点；手机数码同样表现优秀，苹果、魅族等品牌手机、尼康单反相机等线上较受欢迎，在 3C 数码行业中占比 14.16%，较上半年提升 0.05 个百分点（见图 10、表 3）。

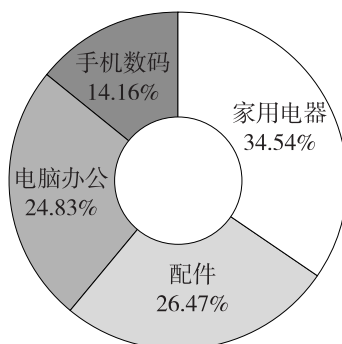


图 10 2017 年成都市家用电器全国七大区需求地域分布

表 3 2017 年成都市数码行业较上半年占比提升前三名

排名	行业	占比提升 (%)	主营
第一名	家用电器	2.28	投影仪、洗衣机、冰箱、净水器、取暖器等
第二名	配件	0.72	移动电源、耳机、自拍杆、键鼠、麦克风等
第三名	手机数码	0.05	苹果、魅族等品牌手机、尼康单反相机等

从需求地域分布来看，华东、华北、西南等地区对以极米、彩虹、酷乐等成都本土品牌家电需求旺盛，华东地区上海、浙江、江苏等地对成都家用电器需求较大，华北地区中北京、天津、河北对成都家用电器消费活跃，西南地区以重庆、四川对成都家用电器需求较大，未来可加强对主要人群的需求和消费习惯进行分析，进行针对性的生产、营销、包装，进一步扩大成都本土家用电器在家用电器市场份额（见图 11、表 4）。

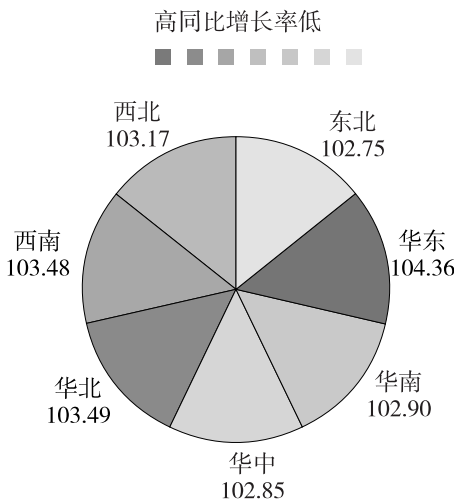


图 11 2017 年成都家用电器全国七大需求地域④

表 4 2017 年成都家用电器全国需求指数 TOP15

排名	省份	需求指数
1	北京	101.44
2	山东	101.06
3	广东	101.00
4	重庆	100.95
5	上海	100.82
6	浙江	100.78
7	四川	100.76
8	江苏	100.75
9	云南	100.51
10	河南	100.48
11	天津	100.48
12	河北	100.42
13	新疆	100.40
14	贵州	100.38
15	海南	100.37

④ 需求指数由各地区消费者对某产品搜索量、搜索频率等相关因素包装得出，是描述不同地区消费者同一产品或同一类产品关注程度的核心指标，指数越高，表明该地区消费者对该产品的需求越多。

(2) 食品保健行业

2017 年成都市食品保健行业实现网络零售额 154.41 亿元，全省排名第 1 位，在全省中占比逐季提升，四季度达 53.70%，对全川贡献突出；从二级行业结构看，休闲零售在食品保健中占比 30.33%，排名第一，以“徽记”“老城南”“醇厚”等龙头网商表现优异，线上坚果豆干、肉脯炒货、糕点麻花等零食销量火爆；粮油调味中，四川特色火锅底料、郫县豆瓣、花椒干碟、豇豆泡菜、以及酸辣粉、红油面皮等方面食品线上备受消费者青睐，“盈棚食品”“古蜀味道”“阿宽”等优势网商全年线上热销，带动粮油调味在食品保健中占比 28.65%；同时，生鲜食材在食品保健中占比 14.71%，柠檬芒果等水果线上热销；此外，美酒佳酿中，“壹玖壹玖”“剑南春”“云沣酒业”等网商线上表现不俗，茶叶冲饮中，茉莉花茶、苦荞茶、雀舌茶销量较好，分别在食品保健行业中占比 10.71%、9.98%（见图 12）。

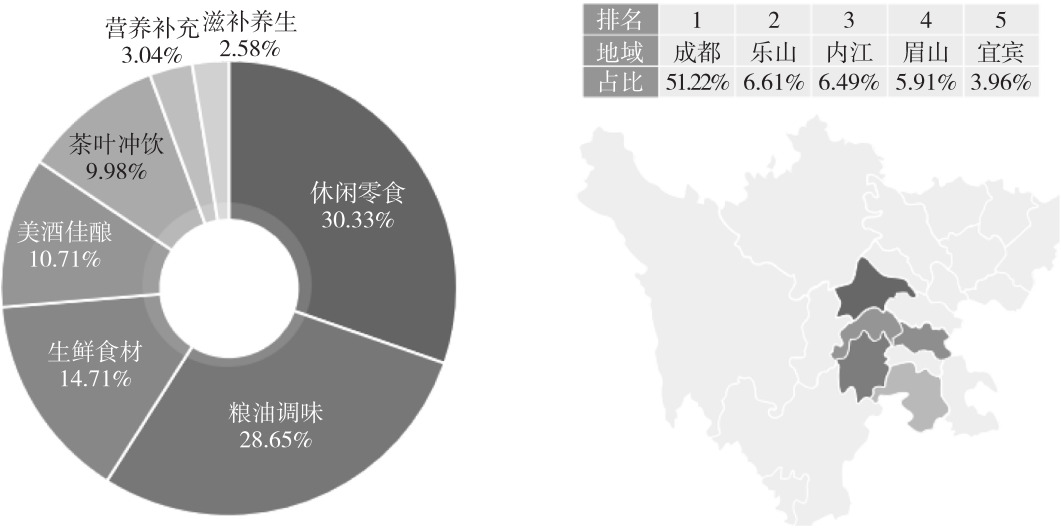


图 12 2017 年成都市电子商务行业解析——食品保健行业

(3) 服装鞋包行业

2017 年成都服装鞋包行业网络零售额全年实现 274.54 亿元，全川排名第 1 位，分二级行业看，鞋类在服装鞋包行业中占比达 62.75%，引领服装鞋包行业发展，线上女鞋、女靴销售火热，“香阁儿”“罗兰罗丝”“贝蒂佩琪”等网商线上深受消费者欢迎；服装类同样表现较好，连衣裙、衬衫、打底内衣、毛衣、大衣等品类服装线上销量火爆，“狼宝 langboom”“卡依莱芙”“悦兔”等多家优势网商凭借修身显瘦、舒适有型的设计深受消费者欢迎，带动服装类在服装鞋包行业中占比 30.43%，排名第二；同时箱包中，男包、女包、卡包、钱包等产品线上销量较好，带动箱包在服装鞋包中占比 5.14%；此外，服装配饰中以腰带、围巾、帽子为主销，在服装鞋包行业中也有一

定份额（见图 13）。

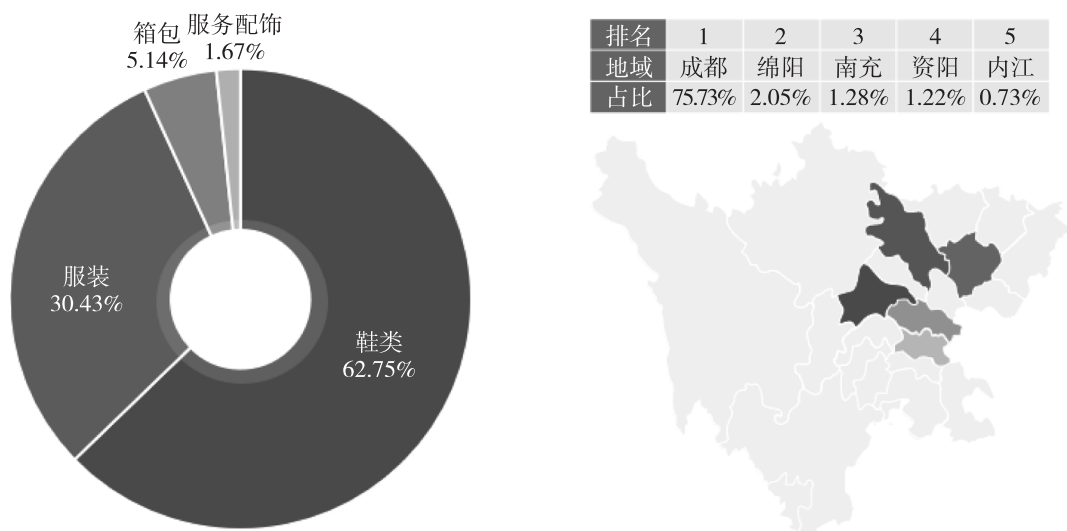


图 13 2017 年成都电子商务行业解析——服装鞋包行业

2. 服务型网络零售额

2017 年成都服务型网络零售中多行业同步攀升，在线旅游、生活服务、休闲娱乐三大行业在服务型中的占比较去年增幅最大；在线旅游行业在持续促进知名景区和乡村旅游景点加深触网的同时，全年不断创新以观光采摘、温泉住宿为代表的旅游衍生服务，延长“吃、住、行、游、购、娱”产业链，促进在线旅游在服务型中占比较去年提升 4.20 个百分点，行业优势地位更加稳固；生活服务行业中，花艺配镜、汽车美容、口腔护理等服务项目备受消费者青睐，并随着居家维修、儿童乐园等更多贴近社会生活的服务项目不断拓宽线上渠道，生活服务在服务型中占比较去年提升 1.08 个百分点；休闲娱乐行业中，各传统休闲娱乐商家积极拓展线上渠道并丰富服务内容，线上以 KTV、足浴按摩、洗浴汗蒸最受消费者欢迎，同时真人 cs、密室逃脱、桌游、等创新衍生娱乐项目不断涌现，助力休闲娱乐行业在服务型占比较去年提升 0.57 个百分点；此外，在线餐饮、游戏话费同样有着良好表现，在全川占比较去年分别提升 1.39、4.96 个百分点（见表 5）。

（1）在线旅游行业

2017 年四川省在线旅游行业中 TOP10 景点竞争激烈，成都大熊猫繁育研究基地作为成都旅游名片之一，集大熊猫科研繁育、熊猫文化建设于一体，越来越多的国内外游客到此参观浏览，网络零售热度指数取得了全年排名第一位的好成绩，同时西岭雪山、都江堰景区同样有着良好表现，网络零售热度指数较上半年分别提升一位，西岭雪山位于成都大邑县境内，是爬山滑雪绝佳去处，同时兼具林海高山、原始森林景观，

表 5 2017 年成都市服务型行业网络零售额及其占比^⑤

单位：亿元

服务型行业	1 - 12 月网络零售额	1 - 12 月行业占比
在线旅游	298.80	33.18%
在线餐饮	229.86	25.52%
生活服务	111.37	12.37%
游戏话费	111.20	12.35%
休闲娱乐	67.91	7.54%
其他服务	81.41	9.04%

线上声名远播，都江堰坐落于成都平原西部的岷江之上，不仅有举世闻名的中国古代水利工程，附近同样景色秀丽，文物古迹众多，线上口碑不断传播，此外，天堂岛海洋乐园作为世界上超大型室内人造海洋之一线上同样有着良好表现，网络零售指数较上半年首次上榜 TOP10，成都作为蜀文化中心和四川省会城市，历史文化沉淀厚重，人文景观和自然景观资源丰富，未来可在持续加强旅游市场监管、完善旅游服务配套的同时，推动旅游景区加深触网，深挖线上销售渠道，促进在线旅游发展提质增速。

在来成都市游客性别分布上，女性游客占多数，成都作为美食之都、熊猫故乡，加之浓厚的文化氛围和宜人惬意的环境，对女性的吸引力较大。而在年龄段分布上，22 - 29 岁这个年龄段的游客占比最大，这部分游客一般已经参加工作，有一定经济实力，比起宅在家里，更愿意选择外出游玩，30 - 45 岁同样是主要客群，但这一年龄段的人多数处于事业上升期，工作、家庭压力较大，出行意愿稍有减少，而 54 岁以上这个年龄段的人大多临近退休，且随着生活水平不断提高，出游意愿较为强烈，是错峰、淡季出行的重要客流，未来可从不同性别、年龄的游客需求层面出发，优化旅游产业供给，提升本地旅游产业竞争力，促进全市旅游产业持续、快速增长。

从来成都游客客源地分布来看，成都市作为全省政治、经济、文化中心对全省各市州辐射能力较强，同时在成渝高铁常态化运营，成渝之间构建 1 小时快速交通圈的背景下，成渝旅游产业联系更为紧密，重庆成为成都重要的省外客源地；其次，广东、北京、上海在全年来蓉旅游客源地中分列第三、四、五位，这些地区经济较为发达，收入水平较高、旅游需求较为旺盛、同时消费能力较强，是成都旅游的一级客源市场；

^⑤ 服务型即针对服务商品的电子商务交易；“在线旅游”包括线上门票、酒店等；“在线餐饮”包括中餐、西餐、火锅、小吃等；“生活服务”包括婚庆摄影、家政、宠物服务等；“游戏话费”包括游戏点卡及话费充值等；“休闲娱乐”包括养生保健服务，KTV 及酒吧服务等；“其他服务”包括在线教育、软件开发、商务服务等。由于小数点四舍五入取整的原因，个别数据不完全相等。

此外，云南、陕西、浙江、江苏、湖北等省市离成都空间距离较近，且交通较为方便，是成都旅游的二级市场，未来伴随着西成高铁的开通和成都至北京、南京、郑州、秦皇岛等地高铁的不断提速，来成都旅游游客将不断增加，成都旅游产业发展潜力较大（见表6、表7、图14、图15）。

表6 2017年成都市在线旅游热门景点前十名

排名	景区	区（市）县	热度指数	口碑指数	热度指数排名变化
1	成都大熊猫繁育研究基地	成华区	117.03	4.54	上升一位
2	西岭雪山景区	大邑县	115.40	4.50	上升一位
3	成都国色天乡乐园	温江区	115.11	4.26	
4	都江堰风景区	都江堰市	115.05	4.70	上升一位
5	成都欢乐谷景区	金牛区	114.79	4.51	
6	成都海昌极地海洋世界景区	双流区	112.97	3.21	
7	成都武侯祠博物馆	武侯区	110.94	4.31	
8	成都杜甫草堂博物馆	青羊区	110.39	4.53	
9	青城山风景区	都江堰市	102.38	4.51	
10	天堂岛海洋乐园	武侯区	100.11	4.61	首次上榜

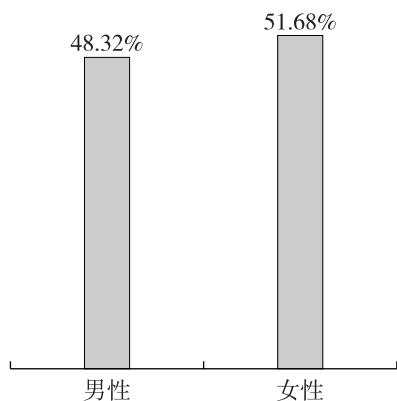


图14 2017年来蓉游客性别分布

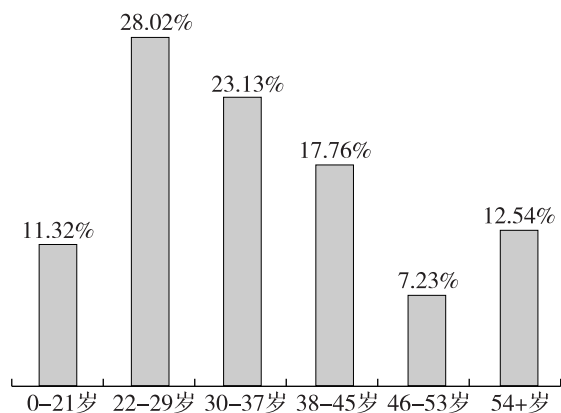


图15 2017年来蓉游客年龄分布

表7 2017年1-12月成都市旅游客源地全国前十名省市

排名	省市	排名	省市	排名	省市	排名	省市	排名	省市
NO.1	四川	NO.3	广东	NO.5	上海	NO.7	陕西	NO.9	江苏
NO.2	重庆	NO.4	北京	NO.6	云南	NO.8	浙江	NO.10	湖北

（2）在线餐饮行业

2017年成都市在线餐饮网络零售品类结构分布中，火锅占比较上半年有所提升，与全川走势一致，随着下半年天气转冷，热气腾腾的火锅成为朋友聚会、家庭聚餐的首选，以“青柠花园”“小龙坎”等火锅店凭借食材新鲜、好吃不贵深受消费者欢迎，促进火锅在在线餐饮中占比较上半年提升1.96个百分点；伴随着线上小吃快餐团购种类的不断丰富，成都消费者对小吃快餐的热情攀升，“德克士”“嗨岛兔”等小吃快餐店线上备受消费者青睐，团购券和代金券销量火爆，带动小吃快餐行业占比较上半年提升0.13个百分点；同时，异国餐饮的占比虽然较小，但在日韩料理的带动下，行业占比较上半年提升0.12个百分点，同样表现较好；此外，与全川相比，全年成都消费者更加偏爱火锅、中餐、烧烤烤肉，其行业占比分别高出全川1.94、1.16、0.87个百分点（见表8、图16）。

表8 2017年成都市在线餐饮优势网商前十名

序号	网商名称	主营	交易指数	地址
1	芭菲盛宴环球美食（奥克斯广场店）	自助餐	602.03	武侯区锦城大道666号奥克斯广场3层
2	青柠花园泰国海鲜火锅（恒大广场店）	火锅	565.95	青羊区提督街99号恒大广场4楼
3	339旋转餐厅	自助餐	544.12	成华区猛追湾街168号（锦绣天府塔213米）
4	青柠花园泰式火锅（金牛万达广场店）	火锅	540.95	金牛区环路北三段1号金牛万达广场万达广场金街（万达广场4号门旁）
5	小龙坎老火锅（春熙店）	火锅	530.72	锦江区下东大街36号郁金香广场2F（太古里）
6	吉布鲁牛排海鲜自助（珠江国际广场店）	自助餐	530.27	温江区光华大道三段1588号珠江广场4楼6号
7	小龙坎老火锅（纪念店）	火锅	528.13	武侯区科华北路54号川大西门对面
8	单多国际美食盛宴	自助餐	520.45	锦江区下东大街99号晶融汇4层401号
9	汉丽轩韩式自助烤肉（SM广场店）	自助餐	517.42	成华区SM广场4楼南停车场出口
10	巴萨奴纳升级店（交大路店）	自助餐	514.63	金牛区交大路183号凯德广场3楼

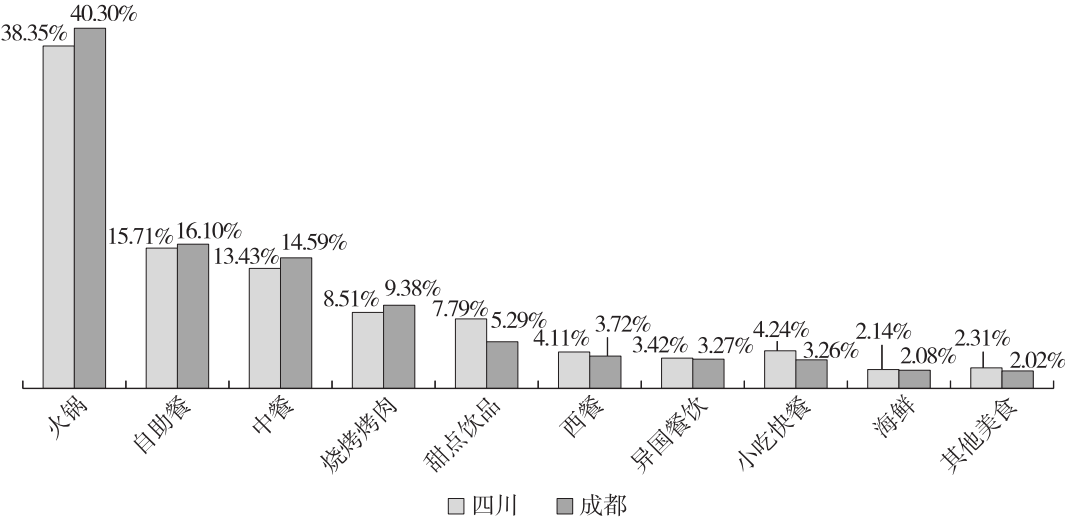


图 16 2017 年成都在线餐饮网络零售品类结构分布

（四）成都农村网络零售解析

2017 年成都市农村电商发展成效显著，全年农村网络零售额实现 306.00 亿元，在成都市网络零售额中占比 12.88%，较去年提升 1.87 个百分点；其中以实物型表现突出，在农村网络零售额中占比逐季提升，一、二、三、四季度分别为 55.33%、56.96%、59.46%、64.95%，对农村网络零售贡献持续加大；同时，农村服务型网络零售在成都城乡区域协调发展，农村居民稳定增收的背景下同样表现不俗，在成都服务型中占比 13.71%，较去年提升 1.19 个百分点，对成都服务型网络零售贡献明显加大，两者共同带动成都农村网络零售在全省农村网络零售中占比达 43.10%，较去年提升 2.44 个百分点，引领全省农村电商发展（见图 17）。

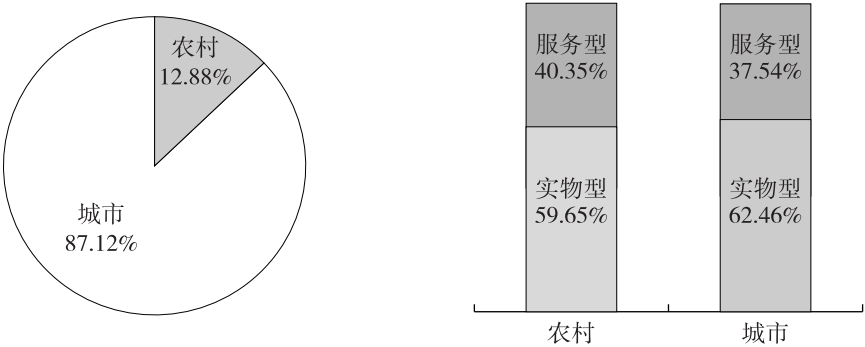


图 17 2017 年成都农村网络零售解析

1. 农村实物型网络零售额

2017 年成都农村实物型网络零售额累计实现 182.52 亿元，食品保健、家居用品、

服装鞋包表现突出，在农村实物型网络零售中占比较去年增幅最大；伴随着电子商务进农村工作的持续推进，农产品及精深加工品的持续上行热销，香肠腊肉、豆瓣咸菜、辣椒红油等川味特产线上备受消费者青睐，加之茶叶、水果、白酒同样优异的表现，极大带动农村食品保健行业发展，在实物型中占比较去年提升 9.63 个百分点，对农村实物型贡献加大，排名居第一位；同时家装家饰行业在彭州“双虎家居”、双流“南方家居”、简阳“帝王洁具”、崇州“掌上明珠”等知名家装企业的带动下，在农村实物型中占比 21.96%，排名第二；家居用品中，纸巾、泡脚桶、泡澡桶线上销量火爆，新津“鸥露”、崇州“安康家居”、大邑“穆迪家居”等龙头网商贡献突出，促使家居用品实现 36.28 亿元，在农村实物型中占比较去年提升 8.99 个百分点，排名亦提升 1 位；同时，服装鞋包全年实现 33.60 亿元，在农村网络零售中占比 18.41%，较去年提升 2.59 个百分点，以郫都区、双流区表现不俗，拥有“贝尚美格”“菊家”“Amao”等一批主营服装鞋包的优势网商；此外，汽车配件、母婴用品、珠宝配饰等行业同样表现较好，在农村实物型中占比较去年分别提升 1.10、0.92、0.69 个百分点。

从行业结构对比来看，成都农村家装家饰在实物型网络零售中占比 21.96%，占比高出全省 6.40 个百分点，行业比较优势明显，家居用品、服装鞋包、母婴用品、汽车配件同样表现较好，在农村实物型中占比分别高出全川 4.34、3.78、0.86、0.54 个百分点，均属于成都农村实物型中相对优势行业，而食品保健行业占比低于全川，成都作为“美食之都”，名特产众多，未来可持续引导成都名特产小吃加深融入互联网，同时推动以水果、茶饮、草药为代表的农产品进一步拓展线上销售渠道，鼓励新进网商在选择行业时提升本地优势资源关注度，促进农村实物型进一步发展（见图 18、表 9）。

农村实物型网络零售额合计：182.52 亿元
单位：亿元

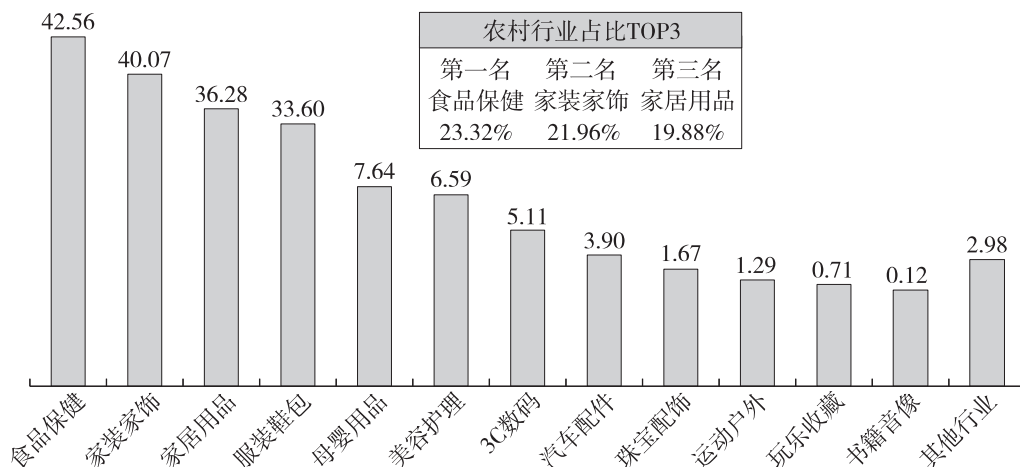


图 18 2017 年成都农村实物型网络零售行业分布

表 9 2017 年成都市农村实物型网络零售行业与全省行业结构对比

实物型行业	成都农村实物型行业占比	全川农村实物型行业占比	占比差
家装装饰	21.96%	15.56%	6.40%
家居用品	19.88%	15.54%	4.34%
服装鞋包	18.41%	14.63%	3.78%
母婴用品	4.18%	3.32%	0.86%
汽车配件	2.14%	1.60%	0.54%
美容护理	3.61%	3.51%	0.10%
珠宝配饰	0.92%	0.87%	0.05%
书籍音像	0.07%	0.46%	-0.39%
3C 数码	2.80%	3.37%	-0.57%
玩乐收藏	0.39%	1.46%	-1.07%
运动户外	0.71%	2.23%	-1.52%
食品保健	23.32%	36.12%	-12.80%

2. 农村服务型网络零售额

2017 年成都农村服务型网络零售额累计实现 123.47 亿元，随着成都乡村旅游建设持续深入，“食、行、游、购、娱”旅游服务配套不断完善，以及以“三圣花乡”“安仁古镇”“温江幸福村”为代表的乡村旅游景点线上口碑不断传播，农村在线旅游凭借其线上预定的便捷和实惠备受消费者青睐，全年实现 72.64 亿元，在农村服务型中占 58.83%，较去年提升 7.75 个百分点，引领农村服务型网络零售发展；同时，农村在线餐饮实现 25.75 亿元，在 O2O 模式加速向区（市）县渗透的背景下，农村传统餐饮行业与互联网的融合加深，在线餐饮发展潜力快速释放，在全市在线餐饮行业中占比 11.20%，较去年提升 0.82 个百分点，农村在线餐饮成为该行业发展的重要增长极；此外，休闲娱乐行业在农村居民可支配收入稳定增长，农村休闲娱乐需求攀升的背景下同样表现较好，在全市休闲娱乐行业中占比较去年提升 0.08 个百分点，线上以 KTV、网咖电竞、足疗汗蒸等休闲娱乐项目线上较受消费者欢迎，共同促进农村服务型网络零售向前发展。

从行业结构来看，与全省相比，生活服务、在线餐饮、休闲娱乐是相对优势行业，在农村服务型中的占比分别较全川高出 3.92、1.91、0.16 个百分点，生活服务郫都区、崇州市、新都区在较大的体量上增长迅速，在线餐饮以龙泉驿区、郫都区等区（市）县增势良好，休闲娱乐以温江区、双流区、新都区等区（市）县表现优秀，全年得到良好发挥；而成都旅游资源丰富，知名景点众多，但在线旅游占比低

与全川，反映出成都农村在线旅游还有一定提升空间，未来可加强引导旅行社、旅游景区线上丰富旅游产品，并通过互联网、微博、微信公众号等渠道加大宣传推广，扩大旅游景点知名度，促进旅游发展潜力进一步释放，推动服务型各行业协同增长（见图 19、表 10）。

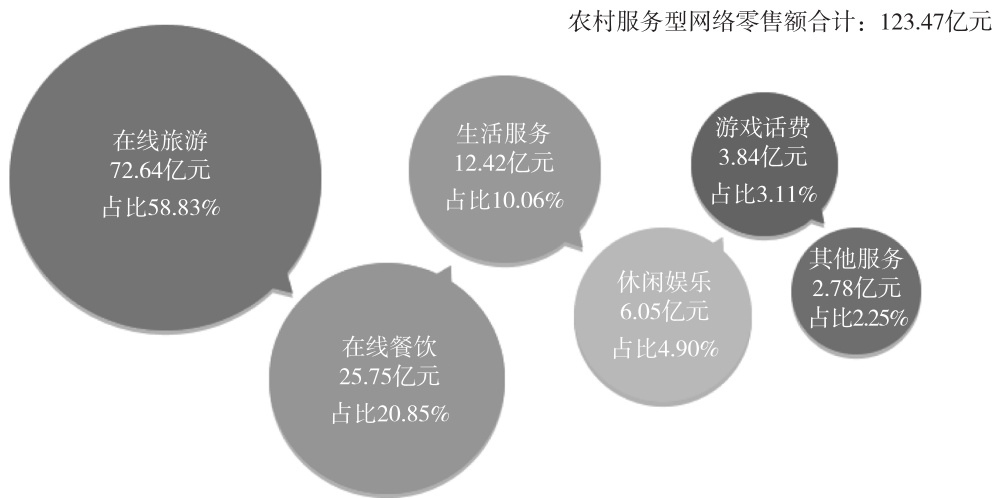


图 19 2017 年成都农村服务型网络零售行业分布^⑥

表 10 2017 年成都市农村服务型网络零售行业与全省行业结构对比

服务型行业	成都农村服务型行业结构占比	四川农村服务型行业结构占比	占比差
生活服务	10.06%	6.15%	3.92%
在线餐饮	20.85%	18.95%	1.91%
休闲娱乐	4.90%	4.74%	0.16%
游戏话费	3.11%	3.58%	-0.47%
在线旅游	58.83%	64.07%	-5.24%

3. 农产品^⑦行业网络零售额

2017 年成都扎实推进电子商务进农村工作，农产品电商蓬勃发展，上行壁垒不断打破，全年农产品网络零售额实现 59.27 亿元，其中水果实现 15.91 亿元，在农

⑥ 服务型即针对服务商品的电子商务交易；“在线旅游”包括线上门票、酒店等；“在线餐饮”包括中餐、西餐、火锅、小吃等；“生活服务”包括婚庆摄影、家政、宠物服务等；“游戏话费”包括游戏点卡及话费充值等；“休闲娱乐”包括养生保健服务，KTV 及酒吧服务等；“其他服务”包括在线教育、软件开发、商务服务等。由于小数点四舍五入取整的原因，个别数据不完全相等。

⑦ 农产品指种植业、畜牧业、水产养殖业等通过自然生长或人工培育的未经过加工的初级产品或者经过初级加工的产品；农产品网络零售额包括农村及城市交易数据。

产品网络零售额中排名第一，线上以柠檬、猕猴桃、芒果等水果销量较好，推动水果在农产品网络零售额中占比 26.85%，对农产品网络零售贡献较大；同时，茶饮中以麦茶、茉莉花茶、绿茶销量居前，在成都农产品网络零售额中占比 20.48%，排名居第 2 位，草药中西洋参、枸杞、燕窝等线上热销，全年实现 6.61 亿元，在成都农产品网络零售额中占比 11.16%，此外水产、花卉、坚果同样表现较好，在成都农产品网络零售中占比分别高出全川 1.06、0.89、0.20 个百分点，是成都农产品网络零售中比较优势行业。

农产品因季节性较强的特点，热销农产品 TOP10 榜更新速度很快，综合全年看，成都农产品热销农产品中，麦茶、玫瑰、柠檬跻身前三，麦茶以蒲江县、双流区、武侯区等地线上热销，玫瑰作为消费热点花束各区（市）县均有良好表现，柠檬以武侯区、郫都区线上销量靠前，此外，西洋参、花椒、枸杞等线上同样拥有良好表现，而蒲江县地标产品蒲江猕猴桃果形美观、香气浓郁、酸甜爽口，且单品价值较高，但是在农产品热销指数中排名较为靠后，后期还需有针对性地开展线上销售渠道，扩大线上市场份额。

从成都猕猴桃需求分布来看，华北、西南、华东地区对成都猕猴桃需求居前，华北地区中以北京、天津需求较为旺盛，西南地区中重庆、四川对成都猕猴桃较为喜爱，华东地区以福建、浙江等地对成都猕猴桃需求较大，未来可以市场为导向、以客户为中心，加强对主要人群的需求和消费习惯进行分析，进行针对性的营销，进一步增强成都猕猴桃市场影响力，使之成为农产品网络零售一大增长极（见图 20、图 21、图 22）。

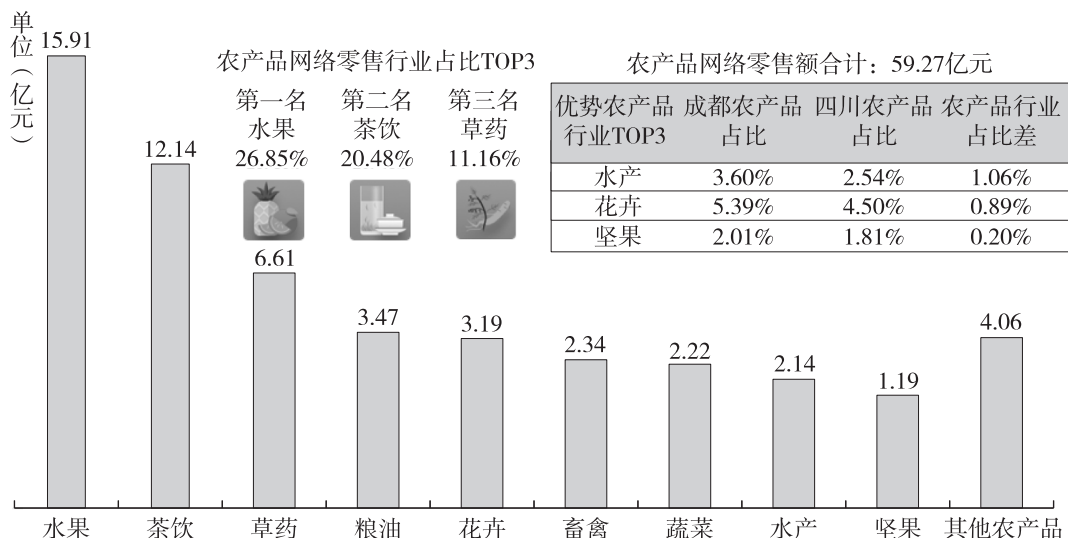


图 20 2017 年成都农产品网络零售行业分布

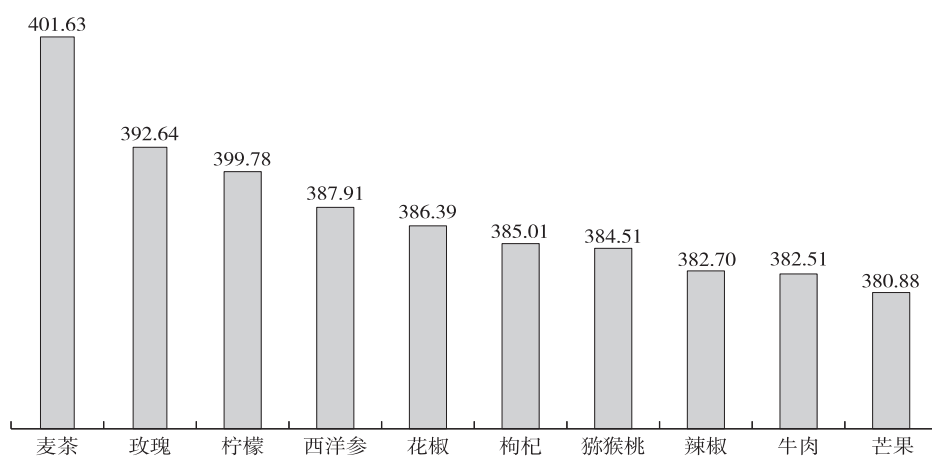


图 21 2017 年成都农产品网络零售解析——农产品热销品类交易指数⑧

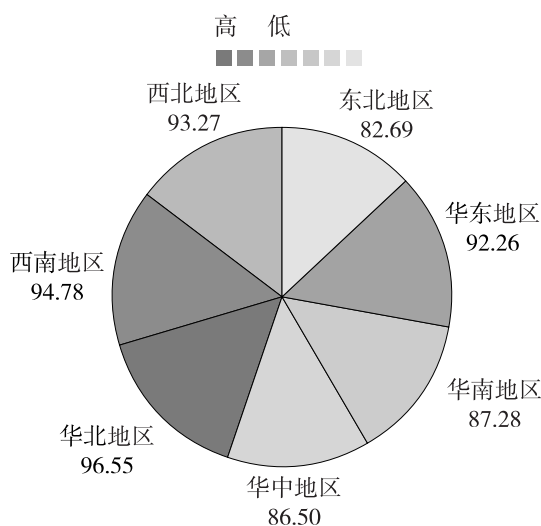


图 22 2017 年成都农产品网络零售解析——成都猕猴桃需求指数⑨全国地域分布

（五）成都市区（市）县电子商务解析

1. 网络零售额

2017 年，成都市各区（市）县网络零售整体发展积极向好，武侯区持续创优电商发展环境，大力鼓励电商创新创业，以“极米科技”“全友家居”为代表的知名企业线上品牌影响力不断扩大，同时伴随着中小网商持续涌现，其网络零售额在全市占比

⑧ 热销农产品排名是指由本地网商销售的农产品汇总排名；交易指数是综合产品销售量、销售热度、需求热度等指标加权计算得出。

⑨ 需求指数由各地区消费者对某产品/某类产品搜索量、搜索频率等相关因素包装得出，是描述不同地区消费者同一产品或同一类产品关注程度的核心指标，指数越高，表明该地区消费者对该产品/该类产品的需求越多。

为 27.93%，较去年提升 5.15 个百分点，引领全市网络零售发展；同时，青羊区、成华区、金牛区、锦江区作为全市网络零售发展的中流砥柱，在全市占比 34.77%，以青羊区和成华区表现优秀，在全市排名较去年分别提升 2 位；不容忽视的是，双流区、郫都区、简阳市等电商发展后发区（市）县发展潜力快速释放：网络零售平均同比增速高出全市 12.72 个百分点，在全市占比较去年提升 1.68 个百分点；其中以双流区、郫都区表现突出，双流区服务型与实物型同步攀升，网络零售全市占比较去年提升 1.02 个百分点，郫都区网络零售中实物型带动效应突出，主导网络零售全市占比较去年提升 0.56 个百分点，对全市网络零售贡献增强，此外，蒲江县、邛崃、大邑县同样有着良好表现，排名较去年分别提升 2、2、1 位，全市网络零售发展活力竞相迸发，呈现出龙头带动，后劲十足的发展格局。

表 11 2017 年成都市各区（市）县网络零售额及其地域占比

单位：亿元

区县	1-12 月网络零售额	1-12 月地域占比
武侯区	663.71	27.93%
青羊区	222.04	9.34%
成华区	212.49	8.94%
金牛区	205.67	8.66%
锦江区	186.01	7.83%
双流区	99.95	4.21%
新都区	71.86	3.02%
温江区	54.88	2.31%
郫都区	48.82	2.05%
蒲江县	36.69	1.54%
龙泉驿区	35.23	1.48%
都江堰市	32.65	1.37%
崇州市	27.29	1.15%
彭州市	21.13	0.89%
新津县	12.05	0.51%
大邑县	9.3	0.39%
邛崃市	8.16	0.34%
青白江区	6.36	0.27%
金堂县	6.08	0.26%
简阳市	3.88	0.16%

（1）实物型网络零售额

2017年成都各区（市）县实物型网络零售中，武侯区、郫都区、双流区三区（市）县表现亮眼，武侯区实物型网络零售在全年呈现出多行业齐头并进的强劲增长态势，其优势行业3C数码在较大的体量上快速增长，在成都占比58.24%，较去年提升11.94个百分点，同时，家装家饰、汽车配件等行业同样有着良好表现，在成都占比较去年分别提升17.58、13.97个百分点，共同促进武侯区实物型在全市占比较去年提升9.23个百分点，对全市实物型贡献明显加大；郫都区实物型网络零售中，服装鞋包和食品保健两大主导行业全年实现不俗增长，“古蜀味道”“饭扫光”“Amao”“菊家”等龙头网商贡献突出，带动郫都区实物型全市占比较去年提升0.96个百分点，排名亦提升1位。双流区服装鞋包、食品保健、汽车配件三大行业增长较快，在全市占比较去年分别提升2.06、2.51、6.29个百分点，推动双流区实物型网络零售全市占比较去年提升0.63个百分点。此外，崇州实物型中家居用品行业带动效应突出，大邑实物型中家居用品、家装家饰、美容护理等行业快速增长、金堂实物型中食品保健、3C数码、服装鞋包等行业同步攀升，三区（市）县实物型网络零售同样实现良好发展，在全市占比较去年分别提升0.37、0.12、0.10个百分点，此外，金牛区、成华区等区（市）县实物体量较去年均有良好增长。

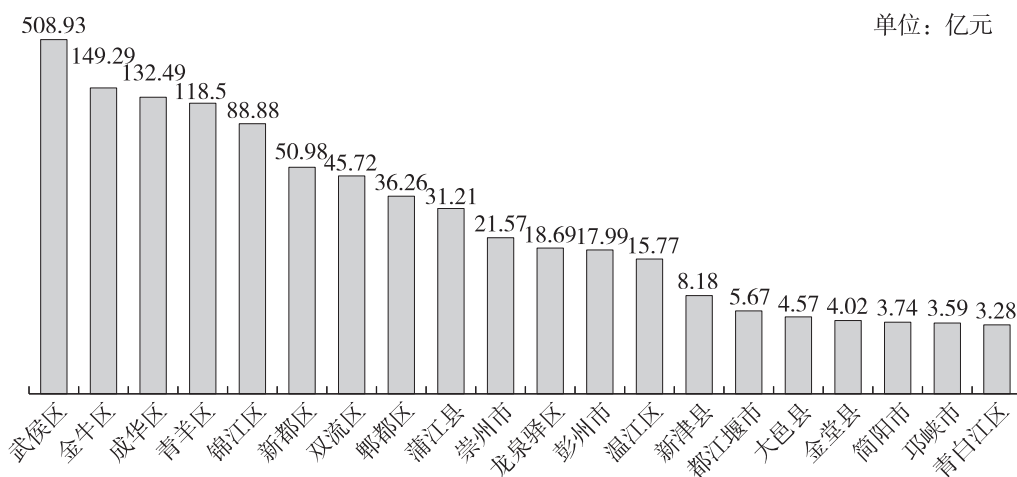


图 23 2017 年成都市区（市）县电子商务解析—实物型网络零售额

（2）服务型网络零售额

2017年，成都市各区（市）县服务型网络零售地域发展较为均衡，综合体量和增速来看，青羊区、武侯区、成华区对全市服务型较去年增长贡献排名前三，分别为15.94%、14.98%、12.07%；双流区、温江区紧抓服务型消费浪潮，大力推动全域旅游与乡村旅游产业发展，积极拓展线上营销渠道，在线旅游主导服务型网络零售快速

增长，在全市占比较去年分别提升 1.51、0.83 个百分点，其中双流区童话森林乐园、南湖梦幻岛等景区线上备受消费者青睐，温江区国色天乡陆地乐园、蜀乐池温泉等景区触网后表现较好，门票等旅游产品线上热销；同时，蒲江县素有“绿色蒲江·生态新城”之美誉，其石象湖、西来古镇、樱桃山等景区知名度较高，线上口碑攀升，服务型中在线旅游增长迅速，同时在线餐饮亦保持高位增长，共同促进蒲江服务型在全市占比较去年提升 0.27 个百分点，此外，都江堰市、新都区、郫都区服务型较去年同样有着良好增长，多区（市）县共同促进全市服务型网络零售快速向前发展（见图 24）。

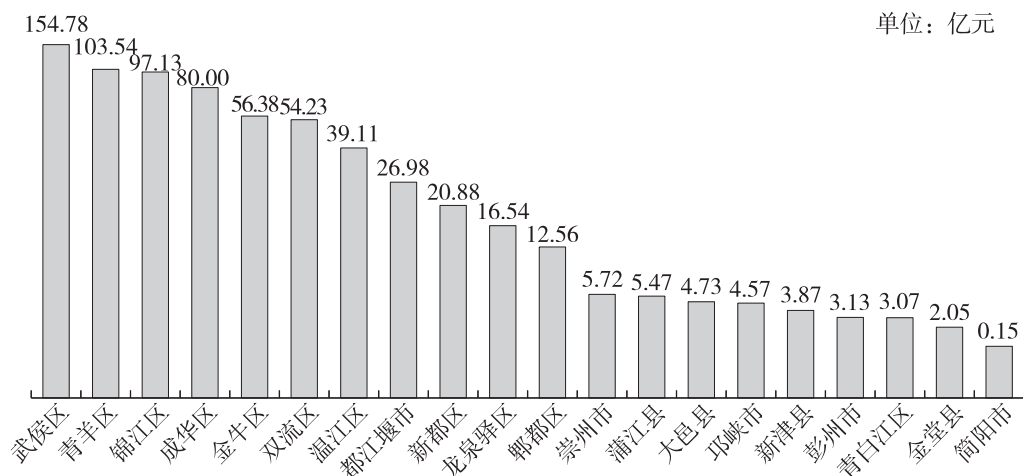


图 24 2017 年成都市区（市）县电子商务解析—服务型网络零售额

三、成都电子商务网商监测

成都大力创优电商发展环境，截至 2017 年底，成都网商^⑩总数共计 451001 家，其中生产型网商数 73088 家，在全市网商总数中占比达 16.21%，高出全川 1.82 个百分点，同时，服务型网商 33851 家，在网商总数中占比 7.51%，较全川高出 1.62 个百分点，说明成都电商发展中线下产业基础雄厚，同时美工、摄影、运营等电商服务支撑充足；而流通型网商在网商总数中占比 76.27%，占比低于全川 3.44 个百分点，反映出成都电商线上流通渠道还有一定拓展空间，后期可加强培育流通型网商，壮大电商规模，拓展线上流通渠道，进一步提升本地电商竞争力（见图 25）。

^⑩ 网商指从事电子商务活动的商家；网商类型分平台型、服务型、应用型（包括流通型和生产型）三类；“平台型”指以促进交易为目的，提供信息发布及交易服务的电子商务平台，如：1688、淘宝、苏宁易购等；“服务型”为网商开展电子商务活动提供非交易服务的网商，如：电商代运营、产品拍摄、代理客服等；“应用型”指应用电子商务开展商品及服务交易的网商，包括生产型和流通型；“生产型”指应用电子商务进行实物商品销售的传统生产制造型网商；“流通型”指应用电子商务进行商品和服务销售的贸易型网商。

从新增网商数量^①上来看，2017 年成都新增网商数 2766 家，其中活跃网商 1701 家，反映出在“大众创业”，“万众创新”的背景下，成都电商创新创业热度不减，且电商行业呈多元化发展；成都新增网商在选择行业时对本土优势行业的关注度较高，依靠“女鞋之都”资源优势，服装鞋包仍是大多数新增网商首选行业，同时 3C 数码行业作为本地优势行业，新增网商数较上半年同样有较大提高，此外，全市食品保健行业增长迅速，并伴随着农村电商的持续推进，未来发展潜力较大，后期可引导新进网商向食品保健等发展潜力较大的行业靠拢，深度挖掘市场竞争力较强的本地商品，带动全市网络零售进一步提升（见图 26）。

单位：家

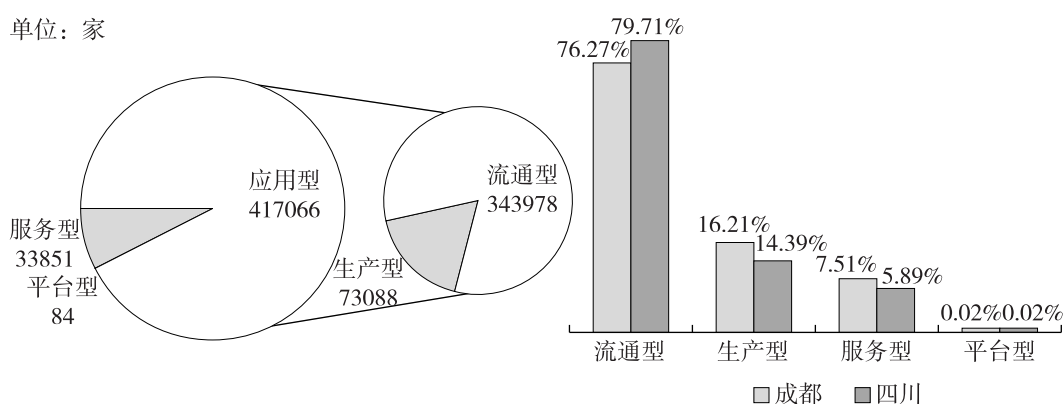


图 25 2017 年成都电子商务网商监测——网商类型分布

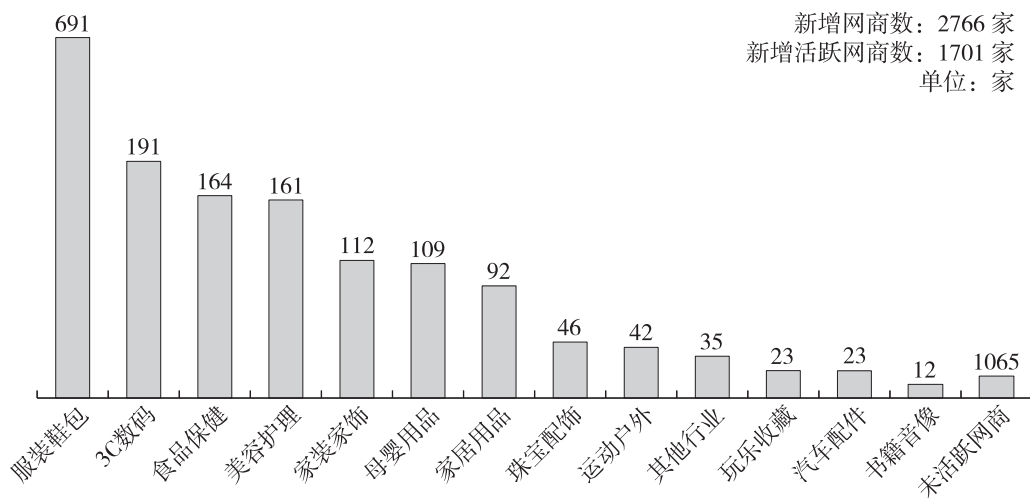


图 26 2017 年成都电子商务网商监测——新增网商数

^① 此处新增网商仅包含 B2C、C2C 实物型网商；B2C 指企业与消费者之间通过网络进行的产品或服务的销售活动；C2C 指个人对个人（家庭）间通过网络进行的产品或服务的销售活动；“未活跃网商”指在统计周期内未铺货、未发生交易行为或者不能判断主营行业的新增网商。

表 12 2017 年成都优势电商企业前十名

排名	公司名称	行业	地域	交易指数
1	成都友成通达电子商务有限公司	家装家饰	武侯区	568.8197
2	成都市极米科技有限公司	3C 数码	武侯区	500.0183
3	成都市博海升商贸有限公司	3C 数码	成华区	482.3044
4	四川文轩在线电子商务有限公司	书籍音像	金牛区	481.6622
5	成都市巢悦科技有限公司	3C 数码	金牛区	476.8789
6	壹玖壹玖酒类平台科技股份有限公司	食品保健	武侯区	476.4089
7	成都市双虎实业有限公司	家装家饰	彭州市	474.6914
8	成都市中驰商贸有限公司	美容护理	武侯区	469.151
9	四川云端生活商贸有限公司	家居用品	成华区	467.8313
10	成都南方家俱有限公司	家装家饰	双流区	462.273

四、成都电商综合发展指数

2017 年，成都电商综合发展指数排名全省第 1 位，成都市经济基础雄厚，电商经济产出大幅领先其他市州，同时网商密度和网商活跃度、商户水平指数均居全川前列，电商发展水平较高，而相较于成都庞大的人口基数和雄厚的经济基础，成都电商产业未来还有较大发展空间，后期可在持续推动电商就业创业、积极鼓励社会消费各个领域的生产者/商加深拓展电商销售渠道的同时，持续加强对新进网商和中小网商的科学引导和扶持，同时加大本地电商人才培育力度并通过各种利好政策吸引外地优秀电商人才和电商企业来蓉发展，进一步提升全市电商综合发展水平，促进成都电商经济迈向新阶梯。

五、总结

1. 2017 年，成都电商发展成绩斐然：全年网络交易额实现 19310.23 亿元，同比增长 26.22%，二、三、四季度环比逐季提升，呈现出积极向好的增长态势，在与中东部 10 大城市（上海、北京、广州、杭州、武汉、重庆、天津、郑州、合肥、西安）对比排名中排名第 4，仅次于上海、北京、广州；网络零售亦表现不俗，实现 2376.16 亿元，在 11 个城市排名第 5 位，全川排名第 1 位，同比增长 38.20%，增速高出全省 3.34 个百分点，同时在网络交易额中占比较去年提 1.07 个百分点，反映出全市电商发展过程中消费驱动作用增强；网络零售中服务型表现尤为出色，同比增长 48.38%，高出全川 5.56 个百分点，亦高出网络零售 10.17 个百分点，在网络零售中占比较去年同期提升 2.60 个百分点，对网络零售贡献明显加大。

表 13 2017 年四川省各区域电商综合发展指数^⑫比较

排名	地区	综合发展指数	排名	地区	综合发展指数
1	成都	112.52	12	自贡	64.26
2	绵阳	83.45	13	达州	63.68
3	乐山	70.12	14	攀枝花	62.71
4	德阳	67.71	15	凉山	62.39
5	内江	65.88	16	遂宁	62.01
6	宜宾	65.15	17	广安	61.82
7	南充	65.12	18	雅安	61.80
8	眉山	65.06	19	广元	61.64
9	资阳	64.64	20	甘孜	60.21
10	阿坝	64.63	21	巴中	60.20
11	泸州	64.48	22	—	—

2. 2017 年成都实物型网络零售实现 1475.61 亿元，全川稳居第 1 位，同比增长 32.65%，高出全川 3.03 个百分点，在全川占比 76.69%，较去年提升 1.75 个百分点；分行业看，3C 数码中，以“极米科技”“彩虹电器”为代表的本土电器品牌以创新为发展手段，全年表现出良好的竞争力，加之“西门子”等品牌电器的共同促进，3C 数码行业在全川占比 79.44%，较去年提升 4.06 个百分点，对全川贡献明显加大；同时，户外运外、食品保健等行业同样呈现出强劲增长态势，在全川占比较去年分别提升 9.52、2.73 个百分点，后期可持续加强对中小网商帮扶和培育，鼓励本土网商在电商运营中充分利用发挥本地资源优势，注重产品品牌建设，同时在激烈的电商竞争中总结运营经验，提高运营效能，促进实物型网络零售进一步增长。

3. 2017 年成都服务型网络零售额累计实现 900.54 亿元，同比增长 48.38%，较全川高出 5.56 百分点，在全川占比 64.47%，较去年提升 2.41 个百分点；全年服务型快速增长的主动力来源于其优势行业在线旅游的持续发力，全市在大力推进全域旅游、生态旅游、红色旅游建设的同时，严厉打击旅游市场乱象，持续改善旅游市场业态，以大熊猫、美食、美景为代表的城市旅游形象不断提升，在此基础上，在线旅游二、三、四季度环比逐季提升，对全市服务型网络零售增长贡献率达 41.87%，引领全市服务型网络零售强势增长，此外，生活服务和休闲娱乐行业同样表现较好，在服务型中

^⑫ 电子商务综合发展指数选取电商经济产出指数、商户水平指数、经济基础指数，劳动人口基础指数、交通运输基础指数、电商服务水平指数六大指标加权构建而成，是衡量区域电子商务发展环境、现状及潜力的综合性指标。

占比较去年分别提升 1.08、0.57 个百分点，成都人口资源优势突出，后期可持续推动餐饮、娱乐等服务型行业线上线下融合，同时转化旅游带来的人口红利，促进其服务型发展潜力进一步释放。

4. 2017 年成都农村电商发展成效显著，全年农村网络零售额实现 306.00 亿元，在成都网络零售额中占比 12.88%，较去年提升 1.87 个百分点，在全川农村网络零售中占比达 43.10%，较去年提升 2.44 个百分点，引领全川农村电商发展；农村实物型网络零售中，食品保健、家居用品、服装鞋包等多行业同步攀升共同助力实物型在农村网络零售额中占比逐季提升，四季度达 64.95%，对农村网络零售贡献持续加大；农村服务型网络零售在城乡区域协调发展，农村居民稳定增收的背景下同样表现不俗，在成都服务型中占比 13.71%，较去年提升 1.19 个百分点；未来可以持续完善农村物流体系，广泛开展电商培训，鼓励农民、专合社和农产品生产企业广泛应用电子商务，激励农村外出务工青年人返乡创业，让农村电商在农村居民脱贫致富的道路上发挥更大的作用。

5. 2017 年成都电商综合发展指数排名全川第 1 位，成都经济基础雄厚，电商经济产出大幅领先其他市州，同时网商密度和网商活跃度、商户水平指数均居全川前列，电商发展水平较高，而相较于成都庞大的人口基数和雄厚的经济基础，成都电商产业未来还有较大发展空间，后期可在持续推动电商就业创业、积极鼓励社会消费各个领域生产者/商加深拓展电商销售渠道的同时，持续加强对新进网商和中小网商的科学引导和扶持，同时加大本地电商人才培育力度并通过各种利好政策吸引外地优秀电商人才和电商企业来成发展，进一步提升全市电商综合发展水平，促进成都电商经济迈向新阶梯。