

商務部“十二五”電子商務發展指導意見

【發佈單位】中華人民共和國商務部

【發佈文號】商電發[2011]第 375 號

【發佈日期】2011-10-

電子商務是網路化的新型經濟活動，已經成為我國戰略性新興產業與現代流通方式的重要組成部分。為更好發揮電子商務的推動與引領作用，進一步加快商務領域發展方式轉變和結構調整，構建搞活流通擴大消費長效機制，培育參與國際合作和競爭新優勢，鞏固和擴大應對國際金融危機衝擊成果，維護國內外貿易和國際經濟合作平穩較快發展，提升對外開放水準，根據《國民經濟和社會發展第十二個五年規劃綱要》、《2006—2020 年國家資訊化發展戰略》、《國務院辦公廳關於加快電子商務發展的若干意見》，提出以下意見：

一、我國電子商務發展現狀和主要問題

（一）電子商務發展環境不斷完善。

截至 2011 年 6 月 30 日，我國互聯網用戶已達 4.85 億，互聯網普及率達 36.2%。全社會電子商務應用意識不斷增強，應用網路購物、網上支付和網上銀行的互聯網用戶分別達到 1.73 億、1.53 億和 1.5 億，佔用戶總數的比例分別為 35.6%、31.6%和 31%。2010 年，我國電子商務交易額達 4.5 萬億元人民幣。推進電子商務發展的部門協同工作機制初步形成，電子商務相關政策、法律、規章和標準相繼出臺，電子商務市場逐步規範，電子商務支撐體系不斷完善。

（二）電子商務應用日益深化。

電子商務在我國各個經濟領域的應用不斷拓展，應用水準不斷提高，正在形成與實體經濟深度融合的態勢。大型企業網上購銷比重逐年上升，部分企業實現了線上交易、支付及物流局部集成應用。中小企業電子商務應用普及率迅速提高，2010 年，應用網上交易和網路行銷的中小企業比例達到 42.1%。2010 年，全國網路零售交易額達 5231 億元人民幣，約為社會消費品零售總額的 3.3%，並呈現出加速增長態勢，成為拉動消費需求、優化消費結構的重要途徑。

（三）電子商務服務業發展迅猛。

電子商務服務平臺、信用保障、電子支付、物流配送和電子認證等電子商務服務業持續快速發展。2010 年，我國電子商務資訊、交易和技術服務企業達到 2.5 萬家，第三方支付額達到 1.01 萬億元人民幣，社會物流總額達到 125.4 萬億元人民幣，全國規模以上快遞服務企業業務量達 23.4 億件，有效電子簽名認證證書持有量超過 1530 萬張。

（四）我國電子商務發展中存在的主要問題。

1. 電子商務規制建設相對滯後，市場準入、服務監管體系、信用體系、統計監測體系、產業投融資機制亟待建立。

2. 網路購物領域侵犯知識產權和制售假冒偽劣產品等違法犯罪現象時有發生，網路交易糾紛處理困難，可信、安全、便利的網路購物環境還不完備。

3. 電子商務應用在地區、城鄉和企業間發展還不平衡，農村、中小企業和傳統流通企業電子商務應用亟待扶持引導。

4. 電子商務服務業尚處成長期，商業模式、服務水準和服務範圍有待拓展提高，技術和市場尚不成熟。

二、指導思想、基本原則和主要目標

(一) 指導思想。

以科學發展觀為指導，以促進電子商務健康快速發展為宗旨，以應用電子商務推動現代商貿流通體系建設為出發點，完善發展環境，提高應用水準，加快產業帶動，加強示範引導，走出一條既符合國際電子商務發展規律，又具有中國特色的發展道路。

(二) 基本原則。

促進融合。支援傳統流通企業開展網上行銷，推動線上、線下資源互補；鼓勵網路零售平臺企業拓展服務平臺，建設物流基礎設施，創新商業模式，促進電子商務服務業融合發展。

示範引導。創建電子商務示範城市、示範基地和示範企業，支援引導欠發達地區、行業和企業應用電子商務。

產業帶動。鼓勵電子商務產業鏈協同發展，促進企業應用電子商務開拓國內外市場，擴大對外貿易，拉動國內消費需求。

規範發展。建立完善符合我國發展實際的電子商務法規、標準和統計監測體系，規範電子商務健康有序發展。

政策支援。制定科學合理、符合本地區發展實際的電子商務行業管理政策，為支援電子商務健康快速發展創造良好環境。

(三) 主要目標。

到 2015 年，電子商務法規標準體系基本形成，協同、高效的電子商務管理與服務體制基本建立，規範、誠信的電子商務交易環境逐步完善；電子商務成為企業拓展市場、推動“中國製造”轉型升級的有效手段、消費者方便安全消費的重要渠道；電子商務服務業規模化、規範化發展，成為我國現代商貿流通體系建設的重要組成部分。到 2015 年，我國規模以上企業應用電子商務比率達 80% 以上；應用電子商務完成進出口貿易額佔我國當年進出口貿易總額的 10% 以上；網路零售額相當於社會消費品零售總額的 9% 以上。

三、工作任務

(一) 完善電子商務發展環境。

1. 完善電子商務政策支撐體系。支援各地結合本地區電子商務發展實際制訂財政、稅收政策，吸引電子商務企業聚集發展。

2. 建立電子商務法規標準體系。針對電子商務交易、信用、物流、供應鏈協同、融資服務等環節，制訂一批具有前瞻性、可行性、開放性、相容性的法規、規範、標準，維護電子商務交易秩序，防範交易風險。

3. 建立電子商務統計監測體系和統計監測網路。定期開展電子商務統計，建立資訊發佈制度，及時準確反映我國電子商務發展總體規模、結構變化、發展水準、發展趨勢和存在問題，為政策制訂提供可靠依據。

4. 建立電子商務信用體系。制訂電子商務信用規範，指導建立電子商務糾紛投訴與調解機構，加強消費監督；支援建立覆蓋電子商務經營主體的全國信用資訊數據庫，鼓勵電子商務信用資訊與其他領域信用資訊共用；支援鼓勵符合條件的第三方機構按照獨立、公正、客觀原則，對電子商務交易平臺和經營主體開展信用評價與認證服務；支援開展行業自律。鼓勵電子簽名、電子發票在電子商務中的應用。

5. 完善電子商務物流體系。結合城市商貿流通體系建設、“萬村千鄉市場工程”配送體系建設、鄉鎮綜合商貿服務中心建設，鼓勵整合利用現有物流配送資源，建設物流資訊協同服務平臺和共同配送中心，完善電子商務物流服務體系。

6. 推動企業利用電子商務開展對外貿易，解決報關、結匯、退稅等瓶頸問題，支援電子商務運營企業與國際接軌。

7. 加強電子商務國際交流合作。擴大電子商務對外交流合作渠道，參與亞太經合組織、上海合作組織、東盟等國際與區域組織中的電子商務工作，參與國際電子商務規則標準的研究制訂，支援跨境合作區的電子商務應用。

（二）重點鼓勵發展電子商務服務業。

鼓勵電子商務交易服務平臺、技術服務平臺、仲介服務平臺的發展，培育一批具有行業影響力，提供電子商務諮詢、資訊、法律、資訊技術、人力資源等專業服務的電子商務服務企業。支援已初具規模的、具有影響力並符合國內外市場需求導向的電子商務服務網站發展，積極推動高附加值的電子商務衍生品的開發與應用。鼓勵電子商務服務企業開拓國際市場，加快與國際電子商務市場接軌。

鼓勵電子商務服務技術創新和模式創新，推動商業模式、商業業態創新。加強產學研合作，依託高校、科研院所、國家級科研和產業基地等資源，激發企業創新活力。探索電子支付、物流、信用服務、安全認證等支撐體系建設與電子交易的集成創新，促進技術應用與商業模式創新的有機結合。

引導鼓勵中小企業應用第三方電子商務服務平臺開拓國內外市場。鼓勵第三方電子商務服務平臺與有條件的省（自治區、直轄市）建立區域性電子商務服務平臺。鼓勵各地結合產業發展特色，建設行業電子商務服務平臺，帶動產業集群發展。鼓勵第三方移動電子商務服務平臺建設。

（三）深化普及電子商務應用。

1. 應用電子商務促進商品流通和擴大消費。

應用電子商務促進傳統流通企業轉型升級。鼓勵國內商貿集聚區、大型商場、批發市場、連鎖超市和專業市場建立電子商務平臺，開展網上交易；引導支援網路零售平臺向中小流通企業開放；鼓勵電子商務平臺開展城市舊貨交易，向城市社區提供家政與日用消費品服務，促進社區便利消費與迴圈經濟發展。

鼓勵電子商務企業到中西部等經濟欠發達地區建立採購與物流基地，帶動當地經濟發展。

鼓勵肉類蔬菜、酒類流通追溯體系建設試點城市和企業應用物聯網、雲計算等資訊技術創新追溯模式和流程，提高追溯精度，增強食品安全保障能力。

穩定推動酒類、藥品等特殊商品流通應用電子商務，保障消費安全。

2. 發揮電子商務優勢，推動對外貿易與經濟合作的穩步發展。

應用電子商務提高貿易便利化水準，大力推動主要貿易單證的標準化和電子化進程，支援地方建設“單一電子窗口”平臺，促進海關、檢驗檢疫、港口、銀行、保險、物流服務的電子單證協同，提高對外貿易監管效率，降低企業成本。

支援跨境電子商務平臺建設，鼓勵中小企業應用跨境電子商務平臺拓展海外市場，減少渠道環節，樹立中國品牌形象，開展國際合作，解決跨境電子商務中存在的問題。

積極發展網上展會。鼓勵會展企業依託實體展會，積極應用資訊技術與互聯網舉辦網上展會，創新服務形式和內容，走線上線下相結合的發展道路。實現網上招商招展，服務貿易洽談與合作的一站式電子商務功能。大力發展貿易撮合、認證徵信、網商供需見面會等電子商務增值服務，建立展會型電子商務平臺。通過政策扶持，引導鼓勵企業積極參加大型展會的網上展會。

充分發揮電子商務在擴大進口中的作用。支援建立服務進口企業的聯合採購平臺和進口產品分銷與直銷電子商務平臺，進一步增強進口貿易企業的採購和銷售能力。

3. 利用電子商務服務農業、農村和農民。

繼續在全國推廣農村商務資訊服務試點，拓展農村商務資訊服務平臺功能，實現資訊服務、交易撮合、線上支付、物流配送全流程服務；豐富充實新農村商網服務內容，拓展服務渠道，加強網上購銷對接，提高資訊服務成效；支援涉農電子商務平臺與農村專業合作組織、產業化龍頭企業開展合作，建設雙向互動的綜合資訊服務平臺；推動涉農電子商務平臺與農業產業化基地、農產品行銷大戶、大型超市、農產品批發市場、加工企業、大型餐飲連鎖企業及中高檔酒店對接，促進大宗農產品網上交易；探索農村商務資訊服務的新途徑、新模式，加大對農村電子商務應用的支援力度。

加強“萬村千鄉市場工程”農家店、“農超對接”資訊化建設，拓展商業服務、金融服務、通信服務。推動涉農流通龍頭企業、農產品批發市場、配送中心和農資流通企業應用電子商務，提高協同效率，降低流通成本。支援涉農流通企業和批發交易市場的電子商務應用，提升農村商貿流通效率和管理水準，實現工業品下鄉和農產品進城的雙向暢通。探索農村商務資訊服務的市場化運作機制，實現可持續發展。

4. 支援鼓勵企業運用雲計算、物聯網等資訊技術拓展電子商務應用。

積極推進新技術、新成果、新模式的應用轉化，推動建立電子商務雲計算公共服務平臺，解決電子商務服務平臺企業的計算能力、存儲空間和帶寬資源等瓶頸問題。建設電子商務與物聯網商務整合應用示範平臺，推進物聯網技術與電子商務模式的融合創新。加快吸收和集成應用新興行動通訊技術、遠程式控制制、無線網路等新型數字技術，發展各類“數字商業”。支援商業企業資訊化改造，推廣應用企業資源計劃、供應鏈管理、客戶關係管理、無線射頻識別技術、自動化採購、自動化倉庫等先進的資訊管理技術。加快支援一些有條件的地區和企業發展數據產業、導航定位系統和商品服務追溯系統等電子商務創新應用。

四、重點工程

（一）電子商務示範工程。

創建電子商務示範城市和示範基地。選擇電子商務發展快、當地政府積極性高、基礎設施條件好的城市，開展電子商務示範城市和電子商務示範基地的創建工作，引導有條件地區加快完善電子商務線上交易、誠信體系、標準法規等支撐體系建設。

做好電子商務示範企業推廣和電子商務產業基地建設工作。選擇業績好、信譽高、有發展前景、創新能力強的企業、電子商務產業基地、電子商務應用平臺以及綜合展會型電子商務平臺，給予政策支援，推廣成功經驗，增強區域引導、行業輻射和產業帶動能力。

向外貿企業重點推薦一批運作規範、誠信經營、效益良好、國內外影響力強的對外貿易電子商務平臺。

（二）中小城市和中西部地區電子商務促進工程。

支援鼓勵中小城市和中西部地區加強網路、物流等基礎設施建設，加強電子商務宣傳，促進電子商務應用，開展電子商務人才培養。

（三）傳統流通企業電子商務應用工程。

支援鼓勵、引導傳統商貿流通企業通過自建、合資、合作等方式開展網路零售，探索應用新模式、放大示範效應。

（四）農村流通體系促進工程。

選取農村電子商務應用水準較高的省（自治區、直轄市）和重點企業開展農村流通電子商務應用示範工程。

（五）電子商務信用體系建設工程。

按照商務信用體系建設總體要求，選取電子商務交易與服務主體，在電子商務領域探索信用建設的有效模式，形成信用建設良好氛圍和可持續保障機制。

（六）肉類蔬菜、酒類流通追溯體系建設工程。

結合肉菜、酒類流通追溯體系建設試點，選擇資訊化應用水準較高的試點城市和企業應用物聯網、雲計算等資訊技術改造交易流程、創新交易模式，強化流通追溯體系實效。

（七）城市社區便利店電子商務促進工程。

支援有實力的大型商貿流通企業在城市社區設立綜合性便利店，推動社區便利店資訊化、標準化、連鎖化和品牌化建設，運用電子商務與現代物流結合的發展模式，降低流通成本，提高流通效率，增強便利店的競爭能力。

（八）電子商務人力資源發展工程。

支援電子商務人才培訓與研究基地建設，滿足電子商務對專業人才的需求。

（九）國際電子商務交流合作工程。

建立跨境合作區電子商務服務平臺，推動區域合作領域電子商務交流，探索境外電子商務服務企業利用我國電子商務平臺服務其本國企業的有效途徑。

五、保障措施

（一）加強組織領導，完善協調機制。

各地要建立健全促進電子商務發展的組織保障體系和工作機制，明確責任分工，落實目

標任務。協調電子商務發展中的重大問題，強化商務主管部門對電子商務發展的宏觀指導作用，完善部門間協調配合機制，及時解決出現的新情況、新問題。

（二）建立電子商務發展促進機制。

貫徹落實國家扶持電子商務發展的各项政策，研究制訂促進電信、金融與電子商務企業互相支援、協同發展的政策，建立健全適應電子商務發展的多元化、多渠道的投融資機制。充分發揮政府投入的帶動引導作用，加大對電子商務發展的支援力度，設立電子商務發展專項資金，向電子商務科研創新、模式創新、產學研成果轉化、中小企業電子商務應用、中小電子商務企業融資、農村商務資訊服務、電子商務公共服務提供資金支援。

（三）加強宣傳教育與人才培訓。

加大電子商務宣傳力度，強化社會各界的電子商務應用意識、信用意識、資訊安全意識。多層次、多渠道開展有針對性的培訓，提高政府、企業等各行業人員應用電子商務的能力。積極推動和完善電子商務人才服務機制，引導高校電子商務專業學生向重點產業、重點項目及民營企業集聚。支援地方建立電子商務研究與培訓基地，加強電子商務理論研究與人才培訓。

（四）發揮電子商務仲介組織與專家作用。

充分發揮各級電子商務協會、學會、產業聯盟等仲介組織作用，鼓勵仲介組織開展行業自律，支援仲介組織提供電子商務政策與技術諮詢服務、開展國內外電子商務學術與科研交流、幫助電子商務企業解決實際困難和問題。鼓勵各地建立電子商務專家諮詢機制，發揮電子商務專家的指導與諮詢作用。

中華人民共和國商務部

二〇一一年十月

資料來源：中華人民共和國商務部網站

<http://big5.mofcom.gov.cn/aarticle/b/d/201110/20111007788024.html>