中國電商交易26萬億冠全球

網購戶近五億 逾九成手機落單

2016年中國電商大數據

全球交易佔四成

去年內地電商交易額達26.1萬億元人民幣，同比增長19.8%，約佔全球電商零售市場39.2%

◀「掃臉付」支付技術去年十月亮相杭州 資料圖片

電商服務近萬億

市場規模達到2.45萬億元人民幣，同比增長23.7%，電子支付等「支撐服務」規模達9500億元人民幣

▶合肥跨境電商進境商品體驗中心去年初開業 資料圖片

網購用户逾四億

內地網絡購物用戶規模達4.67億（佔全部網民63.8%），當中4.41億為手機網絡購物用戶，移動端購物佔比70.7%

◀阿里巴巴二〇一六財年電商交易額超三萬億人民幣 資料圖片

農村網店八百萬

內地有超過800萬家農村網店，帶動就業逾2000萬人，農村網絡零售市場交易額達8945.4億元人民幣，佔比約17.3%

▶河南省孟州市一所農村淘寶服務站 資料圖片

大公報記者張寶峰整理

29日，2017中國（北京）電子商務大會在京舉行，會上發布的《中國電子商務報告（2016）》顯示，去年中國電子商務交易額超過26萬億元（人民幣，下同），約佔全球電子商務零售市場的39.2%，連續多年成為全球規模最大的網絡零售市場。去年，內地網購用戶超過4.5億，當中逾九成經手機完成交易，相當於內地每十位網民就有六位有網購體驗，年增長率接近三成。

大公報記者張寶峰北京報道

統計數據顯示，2016年中國電子商務交易額26.1萬億元，同比增長19.8%，交易額約佔全球電子商務零售市場的39.2%。其中，內地電子商務服務業市場規模達到2.45萬億元，同比增長23.7%。與此同時，移動網絡市場規模繼續保持高速增長，去年中國移動購物在整體網絡購物交易規模中佔比70.7%，同比增長15.3%，移動端購物正在成爲網絡消費的主要方式。

近二億人手機買外賣

報告顯示，2016年中國網絡購物用戶規模、電子商務交易額、電子商務從業人員數量穩步增長。其中，中國網民規模達7.31億，普及率達到53.2%，網絡購物用戶規模達到4.67億，佔網民比例爲63.8%，較2015年底增長12.9%。手機網絡購物用戶規模達到4.41億，佔手機網民的63.4%，年增長率爲29.8%。約爲整體網絡購物用戶95%。

隨着移動端不斷發展，網民越來越習慣通過手機支付、訂外賣、購買火車票等。相關數據顯示，中國網上外賣用戶規模已經達到2.09億，其中，通過手機網上外賣用戶規模已達到1.94億。通過網上預訂機票、酒店、火車票或旅遊度假產品的網民規模也達到2.99億，較2015年底增長3967萬人。

電子支付認證值萬億

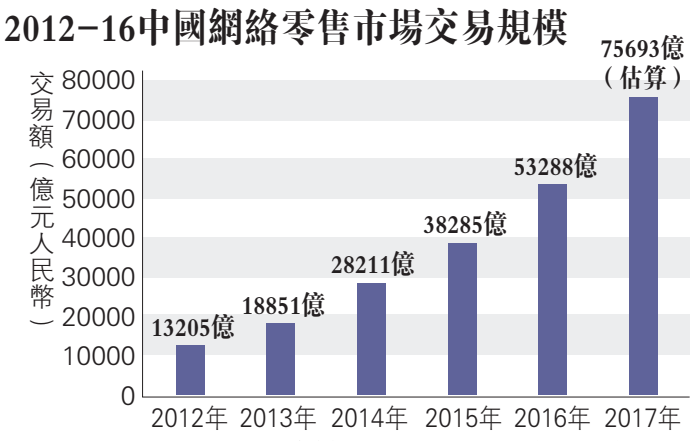
商務部電子商務和信息化司巡視員聶林海在會上表示，隨着「互聯網＋」和數字經濟深入推進，中國電子商務發展迎來新機遇，步入規模持續增長、結構不斷優化、活力持續增強的新發展階段。今後將推進線上線下深度融合，加速布局全球市場，優化治理環境，規範化服務將成爲電商企業新的競爭力來源。

近年來，電子商務服務業已成爲中國新經濟發展的亮點。報告顯示，去年中國電子商務服務業市場規模實現新突破，營收規模達到2.45萬億元，同比增長23.7%。其中，電子商務交易平台服務商服務內容不斷延伸，營收規模達4000億元；「支撐服務」領域中的電子支付服務、物流服務、電子認證等市場規模持續高速增長，達9500億元。

報告顯示，去年中國農村網絡零售市場交易額達到8945.4億元，約佔全國網絡零售額17.3%。實物型網絡零售佔比達64.8%；服務型佔比35.2%。全年農村網絡零售額季度環比增速均高於城市。報告指，中國電子商務處新一輪創新發展關鍵過渡階段，網民規模增速放緩、線上線下充分融合發展局面尚未形成、跨境和農村兩個電子商務市場尚存亟待解決的問題。

◀去年11月，廣州海珠創意產業園內一間電商企業員工迎接「雙十一狂歡節」 資料圖片

2012–16中國網絡零售市場交易規模



資料來源：中國電子商務研究中心

歐夥華設電商可信標誌

【大公報訊】據中新社、搜狐網報道：29日的中國（北京）電子商務大會邀來多位中外電商業界「大咖」，圍繞在線零售的未來等話題共同探討行業發展圖景。歐盟電子商務協會執行委員會主席維南特·榮根提出建立「全球電子商務可信標誌」的構思，表示有意向中方了解關於發展電商的制度和監管問題，探討雙方在這方面合作的可能。

維南特提出建立全球電子商務可信標誌（設想，強調在新銷售世界中讓消費者滿意才能成爲贏家。零售商應嘗試運用嶄新思維方式，將線上購物看作是消費者一趟旅途，一路陪伴並了解其喜好、選擇、支付方式、交付形式、售後需求等，進而讓消費者將在線購物無縫鏈接到生活當中。

大會特設一場商業文化論壇，就如何創新市場監管方式，構建「互聯網＋」環境下的企業信用體系；如何整頓規範電子商務市場秩序營造誠實守信的電子商務發展環境；如何推動制定電子商務領域誠信建設的相關法律法規和標準規範，在立法和執法層面加強懲治電商領域違法犯罪等話題進行深入探討。

共享單車膺「未來之星品牌」

▲雲南祥鵬航空空姐宣傳與摩拜單車合作之低碳出行計劃 資料圖片

【大公報訊】記者張寶峰北京報道：除繼續關注阿里巴巴、京東、蘇寧雲商等電商龍頭企業，本屆電子商務大會特別關注成長中的電商企業。在「新動能——未來之星峰會」分論壇上，中國電商「未來之星品牌」、「未來之星人物」兩份榜單正式揭曉，其中，ofo、首汽約車、螞蟻短租等榮登「2017中國電商未來之星品牌榜」。

近年來，從黃色的ofo到橙色的摩拜，從紅色的CCbike到藍色的bluegogo，共享單車成爲今天互聯網行業最大風口，各家互聯網大佬爭相入場，當中滴滴投資ofo，騰訊美團入手摩拜，阿里巴巴螞蟻金服投資永安行。ofo入選「中國電商未來之星」，印證共享單車於電商市場之熱度。

獲評中國電商「未來之星人物」的貝貝網聯合創始人柯尊堯現場表示，去年以來整個移動互聯網紅利在減少，伴隨着微商、微信、達人、直播等社群化的營銷方式帶來新效率突破，電商企業發展正向社區融合，社群經濟是不可錯過的變革下半場紅利。

海軍陸戰隊新將領亮相

【大公報訊】據環球網報道：據中國網28日報道，有記者從權威渠道獲悉，解放軍海軍陸戰隊新領導層已於近日亮相，由此前長期在陸軍部隊服役的孔軍出任司令員，以及長期在海軍政治工作部門服役的袁華智出任政委。報道稱，根據央視公布畫面，海軍陸戰隊領導班子的兩位成員都是少將軍銜，這似乎證實網上流傳的海軍陸戰隊「成軍」說法，並與此前不斷被外媒炒作的「解放軍陸戰隊擴編」一說相符合。

報道稱，24日上午，中共中央總書記、國家主席、中央軍委主席習近平視察海軍機關，接見海軍第十二次黨代會全體代表和海軍機關正師職以上領導幹部。據央視軍事頻道24日晚間《軍事報道》欄目畫面顯示，孔軍少將與袁華智少將相鄰而坐出席此次活動。《環球時報》指，新亮相領導班子成員是少將級別，似乎從側面證實解放軍陸戰隊成立軍級單位的說法。

中國援建水井移交贊比亞

【大公報訊】據新華社報道：中國政府援建贊比亞水井項目中期交接儀式28日在贊比亞中央省舉行。

贊比亞水處理與環境保護部長穆倫加·卡茲亞等贊方官員和中國駐贊比亞大使楊優明等數百人出席儀式。

卡茲亞對中國政府的援助表示衷心感謝。他說，中方援建的水井項目使當地民衆獲得乾淨、安全的飲用水，28萬當地民衆從項目中受益。

楊潔篪促日對南海問題謹言慎行

【大公報訊】據新華社報道：中國國務委員楊潔篪29日應邀在東京附近同日本國家安全保障局長谷內正太郎共同主持中日第四次高級別政治對話。楊潔篪表示，當前中日關係正處在兩國邦交正常化45周年重要節點，既面臨新的機遇，也存在一些突出挑戰。雙方應重溫兩國邦交正常化初衷，在四個政治文件和四點原則共識基礎上，本着以史爲鑒、面向未來的精神，維護政治基礎，妥善管控分歧，推動中日關係持續改善。

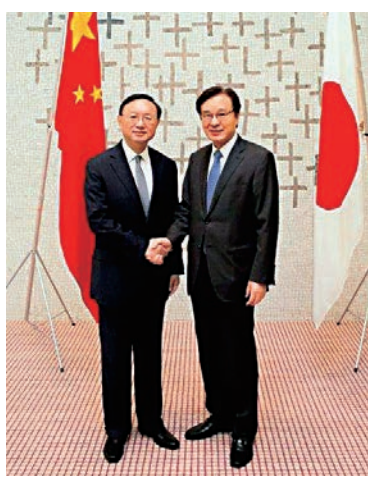
楊潔篪指出，政治互信是國與國之間發展健康穩定關係的根本保障。中方重視發展中日關係的立場沒有變化。希望日方也能與時俱進，順應中國發展大勢和時代發展潮流，將中日「互爲合作夥伴，互不構成威脅」的政治共識和「中國發展是機遇」的表態落實到實際政策和行動中。楊潔篪強調，希望日方與中方相向而行，爲新形勢下雙方構建政治互信、推動中日關係回到正常發展軌道做出努力。

楊潔篪稱，在歷史和台灣問題上日方應該言而有信，按規矩辦事。雙方應切實遵循四點原則共識有關精神，共同維護東海和平穩定。希望日方在南海問題上謹言慎行，爲地區有關國家妥善處理有關問題發揮建設性作用。

促日落實「互不威脅」共識

楊潔篪表示，中日雙方要加快推動雙邊經貿合作轉型升級，做實做大新領域合作。要順應求和平、謀穩定、促發展的本地區形勢主流和民心所向，共謀亞洲發展振興大業。中方歡迎日方積極探討同中方在「一帶一路」框架下開展合作。雙方要下大力氣推進中日文化、地方、青少年等各領域交流，增進兩國人民相互理解，爲中日關係發展奠定更加堅實的社會和民意基礎。

谷內表示，日中作爲亞洲兩個大國，保持合作對本地區至關重要。雙方要把「互爲合作夥伴，互不構成威脅」的共識落到實處。日方在台灣、歷史等問題上立場沒有變化，致力於全面改善日中關係，願同中方共同努力，加強雙方各層級往來，增加兩國關係積極面，妥善管控分歧。



◀國務委員楊潔篪與谷內正太郎共同主持中日第四次高級別政治對話 網絡圖片