

F2 专访北京苏宁总经理卞农

刚刚北上履职4天的北京苏宁总经理卞农昨日接受了北京商报记者的专访。作为苏宁北京市场的新掌门人，卞农为自己确定了四方面的重点，其中O2O融合被摆在了首位。

F3 拉手网会被谁拉上手

腾讯投资大众点评、美团接受阿里、百度吞下糯米、苏宁整合满座，蓦然回首，仍在孤军奋战的只剩拉手网和窝窝团。接二连三的传闻都将下一个游戏对象指向了拉手网。

F4 网购新规给微博营销戴上紧箍咒

为适应新消法，《网络交易管理办法》细化了对消费者合法权益的各项保护措施。不过，有B2C电商企业及专家直言，《办法》中部分规定存在界定困难或是处罚过轻的情况，恐将存在落实困难的问题。

2014北京电商怎么玩

日前，在北京市商务工作会议上，电子商务一词被频频提起，成为今年北京商业的发展重点之一。传统零售下滑、电商行业整合并购大幕逐渐拉开，在大型电商总部集聚的北京，今年政府方面释放了怎样的政策信号？我们将用从北京商务工作会议上捕捉到的信息，把脉首都电子商务的发展以及它对全国电商行业的影响。

试点跨境电商

统计部门统计，2013年北京市社会消费品零售额达8375.1亿元，其中实现网上零售额926.8亿元，增长44.3%，占全市社会消费品零售额的11.1%，对社零额增量的贡献达42.4%，预计在新的一年里，力争实现网上零售额1100亿元，占社零额比重达到12%左右。市商务委主任卢彦表示，电子商务成为拉动北京消费增长的新引擎。基于去年全年电子商务对北京商业的贡献，在2014年，北京电商也将在品牌、消费、物流、配送等方面迎来新趋势。

作为国际化大都市，北京成为多数电商企业的根据地。据市商务委的统计，全国规模最大的9家自营B2C企业中有5家北京企业，交易规模占全国的67.1%。如此庞大的电商B2C企业体量决定了北京电商在全国电商范围内有着较大的引导性。身为全国经济中心与全球贸易中心的北京，这种双重身份决定了当地企业在做决策时都需要考虑对内与对外的影响。

市商务委表示，将引导传统商业与电子商务龙头企业融合发展，推动传统商业转型。这意味着在北京商业内部将兴起一场结构调整业务转型的风潮，越来越多的电子商务企业将逐渐涌现。实际上，早就有不少传统零售商纷纷触网，银泰、王府井百货早就开办了自己的网络平台，近日更是借微信、支付宝再为自己的双线融合计划铺路。银泰相关负责人表示，银泰已开始互联网门店化之路，吸引了不少年轻消费者。

相对于北京商业内部的转化与革新，对外贸易也在悄然酝酿着新的变动。去年市商务委选择京东与EMS作为跨境电商试点企业，探索出跨境电子交易的流程和各方面的监管模式，今后这一试点企业范围将进一步扩大。对企业的品牌形象而言，无疑是面向全国的良好机遇。

O2O——电商进社区

今年北京市还将继续积极探索社区电子商务发展模式，让社区服务点“搭载”电商功能。

财税——电子发票报销

今年电子发票试点企业将增加，北京市还将推进电子发票及电子会计档案综合试点工作，让电子发票可报销。

物流——新能源物流车

今年，包含电商物流在内的物流业要向绿色物流发展，推广应用具有新能源的物流车辆。

内贸——网上大集

备受消费者欢迎的各地商品大集将于今年搬上网络平台，形成“永不落幕的大集”；“点击消费”活动也将继续。

配送——推广夜间配送

今年政府部门将积极鼓励连锁企业推进夜间配送模式，减少对城市交通与大气治污产生的压力。

外贸——跨境电商试点

去年市商务委选择京东与EMS作为跨境电商试点企业，今年跨境电商试点企业范围将扩大。

金融——信用消费

政府鼓励企业针对消费者开展信用消费，在合法、规范的前提下刺激消费。

搭建外地商品进京平台

随着电子商务进一步渗入生活的方方面面，企业的单打独斗也多变成了众人拾柴火焰高的开放模式。市商务委表示，2014年将强化部门合作，引导电商龙头企业开展网上商品大集，利用新业态或实体店继续开展各地商品大集活动，搭建外地品牌商品进入首都市场的网络平台。

数据显示，去年曾举办了为期三个月的“点击消费2013”网络零售促消费品牌活动，参与企业销售额累计达到491.25亿元。而今年，这一活动还将延续下去，再次向消费者展示电商企业的经营魅力，以便提供优质的服务回馈用户。

值得期待的是，信用消费、电子发票报销等新型手段将丰富网购的消费模式。日前“京东白条”的个人信用消费已吸睛无数，而市商务委也明确表示，今年会扩大电子发票试点工作，推进电子发票及电子会计档案综合试点工作，届时北京电子发票将可用于报销。但有分析人士指出，尽管从消费手段、结算流程上为用户提供了便利，但如何进行有效监管、防止互联网信息欺诈仍需市场进行检验。

物流配套强调环保

在1月召开的北京市“两会”中，“城市病”被写进了政府工作报告，市商务委也提出将要推动与首都城市性质功能相适应的产业提速发展，为首都可持续发展做出贡献。

北京市副市长程红更是细化了对于物流行业的要求，她表示，企业发展要考虑对于人口资源与环境保护的影响，物流要向绿色物流发展，提高货运车辆的排放标准，推广、应用具有新能源的物流车辆。可以预见，政府对于环保型物流企业的鼓励态度将在今年引导电商企业步入绿色时代。

实际上，绿色物流与新能源车早已不是新鲜概念，尽管在物流业内的普及度还不够高，但企业仍在积极尝试。去年11月初，顺丰在北京地区投放了10辆纯电动汽车进行派收，试点结果若顺利将进行大批量应用。由于北京地区限购、限行和治污的政策要求，目前新能源物流较传统汽车运输享受的优待较多。但也有业界人士指出，虽然新能源车是未来市场的趋势之一，但核心技术还未达到大范围商用要求，当前仍过度依靠高额补贴。

探索夜间配送

程红同时表示，将积极鼓励连锁企业推进夜间配送模式，减少对城市交通与大气治污产生的压力。资料显示，天猫与顺丰速运已开始运行夜间配送模式，将诸如家电等不方便白天工作时间运送的产品延迟到晚间配送，消费者可提前进行在线预约配送时间。

除了夜间配送之外，深入社区内部的配送服务也将在今年得到进一步提升。据市商务委透露，城市物流末端共同配送网店对接电子商务、冷链配送等各类企业36家，日均配送量4万余单，服务社区居民超过500万人。卢彦对此表示，要做细末端，积极探索社区电子商务发展模式。

来自北商商业研究院的分析认为，今时今日，社区商业早已从街边夫妻店的1.0版本进化至有电商身影浮现的4.0版本，诸如芍药居、天通苑、和平里等社区已开始探索简单的O2O模式。但由于大型品牌的相对缺乏，小型电商企业服务质量存在缺陷，还需要电子商务的进一步渗透才可为居民带来更为便利的生活服务。

北京商报记者 卢亦杉/文 宋媛媛/制图