



2013年 中国城市电子商务发展指数报告

前言

2010 年，阿里研究院（原名“阿里研究中心”）联合中国社科院信息化研究中心启动“网商发展指数”研究，并在 2010 年至 2012 年间先后发布多份年度、季度网商发展指数报告，对全国网商发展情况进行评价。其中，阿里研究院曾于 2011 年发布了“网商发展百强城市”榜单。

最近四年，中国电子商务蓬勃发展，不断迈上新台阶。2013 年中国电子商务交易额达到 10.67 万亿元¹，进入“十万亿时代”。与之相应的，各界对“电子商务”的认识不断扩展和深化，先后经历了“工具”、“渠道”、“基础设施”等阶段，并逐步进入“电子商务经济体”新阶段²。

城市是区域经济和社会发展的中心，也是区域电子商务发展的重要集聚地。近年，越来越多的城市重视电子商务，大力发展网络零售、跨境电商、电子支付等。深圳、广州、杭州、上海、北京等成为“国家电子商务示范城市”。电子商务为众多城市促进消费增长、推动产业升级等提供了巨大的创新空间。

在这样的背景下，阿里研究院基于阿里巴巴平台的海量数据和“阿里巴巴电子商务发展指数”指标体系，对 294 个地级及以上样本城市的电子商务发展进行了测度，以期及时、客观地作出记录和评价。

这份报告是电子商务指数研究的延续和丰富，同时也是城市电子商务研究的新探索。我们真诚地期待以此为起点，广泛与关注城市经济、电子商务、产业升级等的各界同仁交流合作，共同挖掘阿里巴巴平台的海量数据，共同深化城市电子商务研究，与社会共享新知。

阿里研究院

2014 年 4 月

¹ 工业与信息化部，2013 年我国电子商务整体市场规模超过 10 万亿元，
http://www.gov.cn/jrzq/2014-01/11/content_2564458.htm

² 阿里研究院，《增长极：从新兴市场国家到互联网经济体》，2013 年 4 月

内容摘要

1、“电商百佳城市”榜单出炉

根据“阿里巴巴电子商务发展指数”(aEDI)排名,阿里研究院形成“2013年中国电子商务发展百佳城市”(简称“电商百佳城市”)榜单。深圳名列榜首,广州和杭州分列第二和第三位。排名第四到十位的城市依次为:北京、上海、金华、珠海、厦门、苏州、南京。

2、电子商务示范城市发挥重要支柱作用

国家发改委、商务部、财政部等部委先后确定了深圳、广州、杭州等53个城市为“国家电子商务示范城市”。阿里研究院分析发现:这53个城市的B2B网商数量(含内贸和外贸)在全国占比超过70%,零售网商数量占比超过65%,网购消费者数量占比超过55%。电子商务示范城市发挥重要支柱作用。

3、电子商务助力产业集群升级

近年,产业集群企业大批转型上网,由此催生线上产业带。据统计,截至2014年3月,在阿里巴巴等电子商务平台上的在线产业带超过250个。2013年,淘宝卖家向产业带企业在线下单,形成的订单超过3500万笔。产业带企业由此共享到网络零售快速发展激发的巨大商机。

4、电子商务服务业受益显著

电子商务蓬勃发展,带动快递、网络营销、电子支付、信息技术、运营服务等电子商务服务业高速增长。以快递服务业为例,国家邮政局数据显示:2013年,全国规模以上快递公司完成业务量达92亿件,其中超过60%来自网络零售。

目 录

一、阿里巴巴电子商务发展指数简介	6
二、各省城市电子商务发展指数	7
三、“电商百佳城市”榜单出炉	8
四、电子商务示范城市发挥重要支柱作用.....	15
五、电子商务助力产业集群升级	18
六、电子商务服务业受益显著	20
附录 1：“阿里巴巴电子商务发展指数”方法说明	22
附录 2：2013 年中国电子商务发展百佳城市	25
报告作者	28
致谢	29

图表目录

图表 1 “阿里巴巴电子商务发展指数” 指标构成.....	6
图表 2 全国各省城市电子商务发展指数.....	7
图表 3 电子商务发展指数前十位城市.....	8
图表 4 2013 年各省“电商百佳城市” 数量.....	9
图表 5 外贸网商密度最高的 25 个城市.....	10
图表 6 内贸网商密度最高的 25 个城市.....	11
图表 7 零售网商密度最高的 25 个城市.....	12
图表 8 网购消费者密度最高的 25 个城市.....	13
图表 9 各省入围四个细分排行榜的城市次数.....	14
图表 10 国家电子商务示范城市的电子商务发展指数及排名.....	16
图表 11 2013 年“9•4 备货节” 虎门在线产业带订单来源分布.....	19

一、阿里巴巴电子商务发展指数简介

“阿里巴巴电子商务发展指数”（aEDI）³基于阿里巴巴平台的海量数据，从一个侧面反映各地电子商务发展情况，包括网商指数、网购指数两个一级指标以及四个二级指标（详见图表 1）。“阿里巴巴电子商务发展指数”（aEDI）的取值范围介于 0~100 之间，数值越大，反映当地电子商务发展水平越高⁴。

图表 1 “阿里巴巴电子商务发展指数” 指标构成

一级指标 (权重)	二级指标 (权重)	计算方法
网商指数 (0.5)	网商密度指数 (0.5)	B2B 网商密度 = B2B 网商数量 / 人口数量 零售网商密度 = 零售网商数量 / 人口数量
	店均网络交易指数 (0.5)	店均交易额 = 零售网商交易额 / 零售网商数量
	网购指数 (0.5)	网购消费者密度 = 网购消费者数量 / 人口数量
	人均网络消费指数 (0.5)	人均消费额 = 网购消费额 / 网购消费者数量

来源：阿里研究院，2014 年 1 月

³ 阿里巴巴电子商务发展指数，aEDI——*Alibaba e-Commerece Development Index*

⁴ 有关“阿里巴巴电子商务发展指数”方法的说明，详见附录 1

二、各省城市电子商务发展指数

基于“阿里巴巴电子商务发展指数”(aEDI)指标体系,阿里研究院计算得到各城市的电子商务发展指数。各省城市电子商务发展指数如图表 2 所示。

图表 2 全国各省城市电子商务发展指数

排名	省市	电子商务 发展指数	排名	省市	电子商务 发展指数
1	北京	27.95	18	湖南	9.32
2	上海	27.16	19	陕西	9.24
3	浙江	22.29	20	安徽	8.89
4	广东	18.53	21	贵州	8.81
5	海南	16.63	22	山西	8.62
6	福建	15.72	23	河北	8.61
7	江苏	15.51	24	内蒙古	8.60
8	天津	15.31	25	江西	8.59
9	新疆	13.92	26	宁夏	8.55
10	台湾	13.85	27	广西	8.49
11	西藏	13.22	28	吉林	8.44
12	湖北	10.98	29	黑龙江	8.26
13	辽宁	10.71	30	云南	8.23
14	重庆	10.23	31	河南	7.69
15	山东	10.07	32	甘肃	7.20
16	四川	9.77	33	香港	6.83
17	青海	9.57	34	澳门	6.01

(城市样本数: 294 个)

来源: 阿里研究院, 2014 年 3 月

三、“电商百佳城市” 榜单出炉

根据“阿里巴巴电子商务发展指数”(aEDI)排名,阿里研究院形成“2013年中国电子商务发展百佳城市”(简称“电商百佳城市”)榜单。其中,深圳名列榜首,广州和杭州分列第二和第三位。排名第四到十位的城市依次为:北京、上海、金华、珠海、厦门、苏州、南京。(“电商百佳城市”完整名单详见附录 2。了解全国主要城市的电子商务发展指数及排名情况,请访问阿里研究院网站([链接](#))⁵)

图表 3 电子商务发展指数前十位城市

排名	城市	电子商务发展指数
1	深圳	37.49
2	广州	33.36
3	杭州	33.22
4	北京	27.95
5	上海	27.16
6	金华	25.86
7	珠海	25.57
8	厦门	24.96
9	苏州	22.75
10	南京	22.72

来源:阿里研究院,2014年3月

从省市分布来看,浙江和江苏入围“电商百佳城市”的数量最多,达11个,广东、福建紧随其后,分别有10个和9个城市入围,山东和台湾各有6个入围,这六个省入围的城市数量占据半壁江山(共53个)。

⁵ 阿里研究院网站:<http://www.aliresearch.com/>

图表 4 2013 年各省“电商百佳城市”数量

省份	数量	省份	数量
浙江	11	黑龙江	2
江苏	11	江西	2
广东	10	新疆	2
福建	9	贵州	1
山东	6	河南	1
台湾	6	湖北	1
安徽	5	吉林	1
广西	4	宁夏	1
湖南	4	山西	1
内蒙古	4	陕西	1
河北	3	四川	1
辽宁	3	西藏	1
甘肃	2	云南	1
海南	2		

(说明：北京、上海、天津、重庆四个直辖市未列入上表。)

来源：阿里研究院，2014 年 3 月

进一步，根据外贸网商密度、内贸网商密度、零售网商密度和网购消费者密度，分别形成四个细分排行榜如下：

1、外贸网商密度最高的 25 个城市

图表 5 外贸网商密度最高的 25 个城市

排名	城市	省份	排名	城市	省份
1	深圳	广东	14	青岛	山东
2	金华	浙江	15	无锡	江苏
3	宁波	浙江	16	常州	江苏
4	广州	广东	17	珠海	广东
5	厦门	福建	18	苏州	江苏
6	中山	广东	19	湖州	浙江
7	东莞	广东	20	遵义	贵州
8	佛山	广东	21	潮州	广东
9	温州	浙江	22	泉州	福建
10	杭州	浙江	23	江门	广东
11	台州	浙江	24	上海	上海
12	绍兴	浙江	25	阳江	广东
13	嘉兴	浙江			

(说明：外贸网商密度=外贸网商数量/人口数量)

来源：阿里研究院，2014 年 3 月

2、内贸网商密度最高的 25 个城市

图表 6 内贸网商密度最高的 25 个城市

排名	城市	省份	排名	城市	省份
1	金华	浙江	14	湖州	浙江
2	深圳	广东	15	常州	江苏
3	东莞	广东	16	无锡	江苏
4	中山	广东	17	上海	上海
5	温州	浙江	18	潮州	广东
6	广州	广东	19	厦门	福建
7	宁波	浙江	20	扬州	江苏
8	台州	浙江	21	镇江	江苏
9	佛山	广东	22	泰州	江苏
10	嘉兴	浙江	23	汕头	广东
11	绍兴	浙江	24	泉州	福建
12	杭州	浙江	25	青岛	山东
13	苏州	江苏			

(说明：内贸网商密度=内贸网商数量/人口数量)

来源：阿里研究院，2014 年 3 月

3、零售网商密度最高的 25 个城市

图表 7 零售网商密度最高的 25 个城市

排名	城市	省份	排名	城市	省份
1	广州	广东	14	泉州	福建
2	深圳	广东	15	珠海	广东
3	杭州	浙江	16	温州	浙江
4	金华	浙江	17	佛山	广东
5	莆田	福建	18	宁波	浙江
6	嘉兴	浙江	19	郑州	河南
7	北京	北京	20	南京	江苏
8	厦门	福建	21	武汉	湖北
9	中山	广东	22	湖州	浙江
10	上海	上海	23	丽水	浙江
11	东莞	广东	24	福州	福建
12	苏州	江苏	25	无锡	江苏
13	台州	浙江			

(说明：零售网商密度=零售网商数量/人口数量)

来源：阿里研究院，2014 年 3 月

4、网购消费者密度最高的 25 个城市

图表 8 网购消费者密度最高的 25 个城市

排名	城市	省份	排名	城市	省份
1	深圳	广东	14	西安	陕西
2	广州	广东	15	海口	海南
3	杭州	浙江	16	成都	四川
4	珠海	广东	17	郑州	河南
5	北京	北京	18	三亚	海南
6	厦门	福建	19	宁波	浙江
7	上海	上海	20	福州	福建
8	南京	江苏	21	长沙	湖南
9	东莞	广东	22	佛山	广东
10	苏州	江苏	23	金华	浙江
11	武汉	湖北	24	嘉兴	浙江
12	太原	山西	25	合肥	安徽
13	中山	广东			

(说明：网购消费者密度=网购消费者/人口数量)

来源：阿里研究院，2014 年 3 月

图表 9 各省入围四个细分排行榜的城市次数

省份	外贸网商 密度	内贸网商 密度	零售网商 密度	网购消费者 密度	总计
浙江	8	8	8	4	28
广东	9	7	6	6	28
江苏	3	6	3	2	14
福建	2	2	4	2	10
上海	1	1	1	1	4
山东	1	1			2
北京			1	1	2
海南				2	2
河南			1	1	2
湖北			1	1	2
贵州	1				1
安徽				1	1
湖南				1	1
山西				1	1
陕西				1	1
四川				1	1

来源：阿里研究院，2014 年 3 月

四、电子商务示范城市发挥重要支柱作用

国家发改委、商务部、财政部等部委联合分批确定了深圳、广州、杭州、上海、北京等 53 个城市为“国家电子商务示范城市”。数据显示，有 44 个“国家电子商务示范城市”入围“电商百佳城市”，其中 8 个城市进入前十名⁶。

阿里研究院进一步分析发现：这 53 个“国家电子商务示范城市”的 B2B 网商数量(含内贸和外贸)在全国占比超过 70%，零售网商数量占比超过 65%，网购消费者数量占比超过 55%。由此可见，电子商务示范城市发挥着重要支柱作用。

⁶ 说明：金华市位居“电商百佳城市”第七位，其代管的义乌市是“国家电子商务示范城市”。义乌是县级市，位居“电商百佳县”第一位。

图表 10 国家电子商务示范城市的电子商务发展指数及排名

城市	省份	电子商务发展指数	排名	城市	省份	电子商务发展指数	排名
深圳	广东	37.49	1	天津	天津	15.31	41
广州	广东	33.36	2	南昌	江西	15.17	42
杭州	浙江	33.22	3	芜湖	安徽	14.32	46
北京	北京	27.95	4	昆明	云南	13.71	50
上海	上海	27.16	5	沈阳	辽宁	13.58	52
厦门	福建	24.96	8	南宁	广西	13.35	54
苏州	江苏	22.75	9	贵阳	贵州	13.20	57
南京	江苏	22.72	10	银川	宁夏	12.91	59
东莞	广东	22.40	11	烟台	山东	12.78	60
宁波	浙江	21.83	14	兰州	甘肃	12.74	62
武汉	湖北	20.10	16	汕头	广东	12.67	63
温州	浙江	19.66	17	呼和浩特	内蒙古	12.55	64
莆田	福建	19.34	18	长春	吉林	11.01	78
无锡	江苏	18.45	19	石家庄	河北	10.93	80
福州	福建	18.07	21	徐州	江苏	10.90	82
成都	四川	17.87	22	重庆	重庆	10.23	91
台州	浙江	17.78	24	哈尔滨	黑龙江	10.06	93
常州	江苏	17.75	25	株洲	湖南	10.00	94
长沙	湖南	17.52	26	揭阳	广东	9.28	113
郑州	河南	16.96	29	宜昌	湖北	9.24	114
西安	陕西	16.47	32	桂林	广西	9.19	115
太原	山西	16.45	33	潍坊	山东	8.94	122
合肥	安徽	16.38	34	洛阳	河南	8.89	123
泉州	福建	16.26	35	襄樊	湖北	8.72	129
青岛	山东	15.81	37	吉林	吉林	8.26	144
济南	山东	15.68	39	赣州	江西	7.48	181

来源：城市名单来自国家发改委，数据来自阿里研究院，2014年3月

说明：以上列出 52 个为地级及以上城市。另外，义乌是县级市，电子商务发展指数为 46.62，位居“电商百佳县”第一位。详见阿里研究院发布的《2013 年中国县域电子商务发展指数报告》。

【案例：深圳打造首个“国家电子商务示范城市”】

2009 年，深圳市获得国家发改委和商务部批准，创建首个“国家电子商务示范城市”。

五年来，深圳市电子商务高速发展，特色明显：

1、高增长。深圳市经济贸易与信息委员会数据显示，从 2009 年以来，深圳市电子商务交易额一直保持 50% 左右的增长。2013 年，深圳全市电子商务交易额达到 9510 亿元，同比增长 51%⁷，增速远高于全国的 33.5%。

2、高渗透。深圳市经济贸易与信息委员会数据显示，2013 年，深圳网购人数突破 500 万人，全市网购金额达到 889 亿元，占全市社会消费零售总额的 20.1%⁸，占比远高于全国的 7.8%。

3、多创新。深圳发展电子商务，在政策、商业、技术等方面有多样的创新，比如深圳市场监管局针对电子商务企业的特征，允许公司注册时无须办公场所。又如深圳一达通首创外贸电子商务综合服务平台，解决小微企业在通关、退税、结汇等方面的外贸难题。由此，在“中国一般贸易出口企业百强榜”上，一达通短短三年内从 94 位大步跨越，跻身全国前五强。

4、厚基础。深圳产业基础良好，为电子商务高速发展奠定了坚实基础。其中，深圳外贸进出口总额连续 21 年位居全国首位；深圳物流产业规模居全国第二，仅次于上海；深圳的制造业全国领先，特别是在电子信息、医学医药、服装等行业。

⁷ 深圳晚报，2013 年电子商务白皮书：深圳互联网金融居全国首位，
http://www.sznews.com/news/content/2014-03/29/content_9282592.htm

⁸ 深圳晚报，2013 年电子商务白皮书：深圳互联网金融居全国首位，
http://www.sznews.com/news/content/2014-03/29/content_9282592.htm

五、电子商务助力产业集群升级

近几年，面对经济增长放缓、企业成本上升、竞争日益激烈等内外挑战，众多城市的产业集群亟待转型。先行者已经通过电子商务寻找到新的市场机会和发展模式，企业通过互联网快速获取需求信息，压缩中间渠道，低成本地开拓国内国外市场。

产业集群企业大批转型上网，由此催生线上产业带。据统计，截至 2014 年 3 月，在阿里巴巴、慧聪等电子商务平台上的在线产业带超过 250 个。广州服装、泉州茶叶、温州皮鞋、南通家纺等产业集群，将线下的优势扩展到线上市场，业绩喜人。

电子商务对产业集群转型发展具有重要而深远的影响。它不仅帮助企业通过互联网直接对接国内外大市场，极大地扩展市场范围。而且，电子商务通过信息共享，极大地提高“采购—设计—制造—零售—消费”整个供应链的运作效率，减少库存，降低交易成本。2013 年，淘宝卖家向产业带企业在线下单，形成的订单超过 3500 万笔⁹。产业带企业由此共享到网络零售快速发展激发的巨大商机，而上百万名淘宝卖家则在解决货源难题上找到有效的对策。

更值得关注的是，伴随电子商务蓬勃发展，涌现出大量商业创新。在服装、家电、家具、食品等行业，电子商务企业通过定制、团购、预售等探索“按需生产、以销定产”的全新模式，突破“同质化竞争、微利润生存”的困境。

⁹ 阿里研究院，《在线产业带：为中国制造赋能》，2014 年 3 月

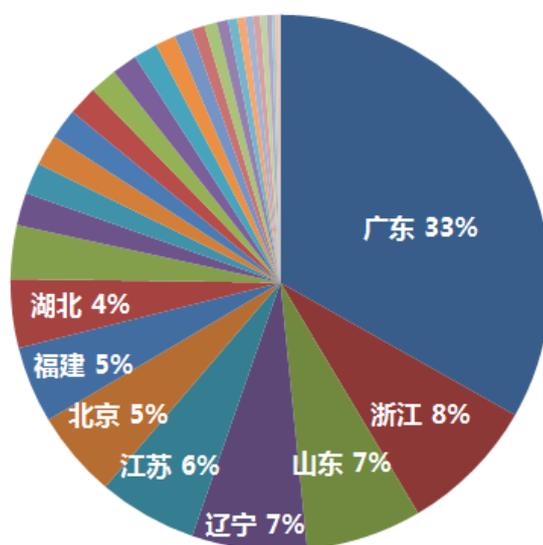
【案例：东莞虎门女装产业带跨越地域开拓新市场】¹⁰

东莞虎门的女装闻名全国，享有“女装名城”的盛誉。虎门女装在先后经历服装集市、服装专业市场等发展模式后，从 2013 年开始，探索线上产业带新模式。

2013 年 8 月，虎门与阿里巴巴合作，构建“虎门服装产业带”，形成“实体商铺与网上商铺齐头并进，线下营销与线上营销联动发展”的新格局。合作第一年，虎门政府计划投入 600 万元，在“引流量、代运营、网店装修培训”三方面，帮助入驻的近 300 家电商企业发展。

启动后不久，“虎门服装产业带”在阿里巴巴 2013 年“9·4 备货节”活动中表现不俗，单日成交额高达 5525 万元。据统计，其中 80% 以上的订单来自以前传统产业带覆盖不到的新客户，接近 70% 的订单来自广东省外，成功打破了以往产业集群覆盖面的局限。

图表 11 2013 年“9·4 备货节”虎门在线产业带订单来源分布



来源：阿里巴巴，2014 年 3 月

¹⁰ 阿里研究院，《在线产业带：为中国制造赋能》，2014 年 3 月

六、电子商务服务业受益显著

近年，电子商务生机勃勃，带动快递、网络营销、电子支付、信息技术、运营服务等电子商务服务业高速增长。

以快递服务业为例，国家邮政局数据显示：2013年，全国规模以上快递公司完成业务量达 92 亿件，其中超过 60%来自网络零售¹¹。全国快递服务业收入达 1441.7 亿元，其中 28 个城市的快递服务业收入超过 10 亿元。上海、深圳和广州的快递服务业收入位居前三甲，分别达到 257 亿元、126 亿元和 105 亿元¹²。

在上海、杭州、北京、广州、厦门等城市，伴随着电子商务蓬勃发展，涌现出大量电子商务服务商和电子商务园区，有的城市进入“电子商务服务业集群化”发展新阶段。电子商务服务业成为这些城市的新兴产业，在帮助小企业转型、促进产业升级、创造就业机会等方面发挥着巨大作用。

¹¹ 姜隅琼，国家邮政局：快递业务超 60%来自网购，
<http://finance.sina.com.cn/stock/t/20140309/195618452889.shtml>

¹² 国家邮政局，2013 年邮政行业运行情况，
http://www.spb.gov.cn/dttx_15079/201401/t20140115_274540.html

【案例：杭州电子商务服务业连续四年增长超过 60%】

经过十余年快速发展，杭州市形成了相对完善的电子商务服务体系，集聚全国超过三分之一的综合性电子商务网站和专业网站，同时，在电子支付、云计算、快递、网络营销、信息技术、运营服务等领域涌现众多电子商务服务商。2008 年，中国电子商务协会授予杭州市“中国电子商务之都”称号。2011 年，杭州市成为全国首批电子商务示范城市。

杭州市经信委数据显示：自 2010 年起，杭州市电子商务服务业收入连续四年增长超过 60%。2012 年，杭州市电子商务服务业收入达 335 亿元。电子商务服务业增加值占全市 GDP 的比例，由 2010 年的 1.15% 提升到 2012 年 2.99%¹³。

杭州市高度重视电子商务服务业的发展，专门制定《杭州市电子商务产业创新发展三年行动计划(2013-2015)》。该计划预计到 2015 年，杭州市电子商务服务业收入达到 1000 亿元，创造 60 万个网上就业岗位，成为全市重要的支柱产业¹⁴。

¹³ 杭州市经信委，作为“十大产业”之一 杭州重点扶持 电子商务发展，
<http://www.zjjm.gov.cn/show-12549.html>

¹⁴ 杭州市经信委，杭州市电子商务产业创新发展三年行动计划. (2013-2015)，
<http://hzjingwei.gov.cn/hzjingwei2/ew/UploadFile/201312295930950.doc>

附录 1：“阿里巴巴电子商务发展指数”方法说明

1、指标体系及数据来源

一级指标 (权重)	二级指标 (权重)	计算方法	数据来源
网商指数 (0.5)	网商密度指数 (0.5)	B2B 网商密度=B2B 网商数量/人口数量 零售网商密度=零售网商数量/人口数量	“B2B 网商数量”取截至 2013 年 11 月底诚信通会员数和中国供应商会员数之和； “零售网商数量”取截至 2013 年 11 月底淘宝和天猫网店数；大陆人口数据来自“第六次全国人口普查”，台湾人口数据来自维基百科 ¹⁵ ，香港人口数据来自香港政府官方网站 ¹⁶ 。
	店均网络交易指数 (0.5)	店均交易额=零售网商交易额/零售网商数量	“零售网商交易额”取截至 2013 年 11 月底淘宝和天猫网店交易额之和
网购指数 (0.5)	网购消费者密度指数 (0.5)	网购消费者密度=网购消费者数量/人口数量	“网购消费者数量”取 2013 年 1—11 月在淘宝和天猫至少有 1 笔消费的买家数
	人均网络消费指数 (0.5)	人均消费额=网购消费额/网购消费者数量	“网购消费额”取 2013 年 1—11 月在淘宝和天猫买家消费额之和

¹⁵ 网址：<http://zh.wikipedia.org/zh-cn/臺灣人口>

¹⁶ 网址：<http://www.gov.hk/tc/about/about/hk/factsheets/docs/population.pdf>

2、标准化方法

借鉴国家信息中心“中国信息社会指数 (ISI)”¹⁷、国际电信联盟“ICT 发展指数 (IDI)”¹⁸等指数的成熟方法，“阿里巴巴电子商务发展指数” (aEDI) 参照各指标的标准值对数据进行标准化 (即：指数值=样本值/标准值×100)，其中采用最大目标期望值作为标准值，具体如下：

指标	最大目标期望	标准值取值
B2B 网商密度 (=B2B 网商数量/人口数量)	中国 80%企业通过阿里巴巴开展 B2B 业务	$5425.8/133281*80\%=3.26\%$ 中国企业数量：5425.8 万 (国家工商局 2012 年数据) 中国人口数量：133281 万 (第六次人口普查数据)
零售网商密度 (=零售网商数量/人口数量)	中国 80%创业者通过淘宝或天猫创业 (目前注册网店的绝大部分主体是个人)	$16.84\%*80\%=13.47\%$ 清华大学《全球创业观察中国报告 (2002—2012)》显示：2011 年中国全员创业活动指数为 24% (即 18-64 岁人口中每百人中有 24 人创业)，换算到总人口中，这个比例是 16.84%
网购消费者密度 (=网购消费者数量/人口数量)	中国 80%成年人通过淘宝或天猫购物	$79.07\%*80\%=63.26\%$ 18 周岁以上人口比例： $105390/133281=79.07\%$ (第六次人口普查数据)
店均网络交易额 (=零售网商交易额/零售网商数量)	平均每个网店年交易额超过 100 万元	100 万元
人均网络消费额 (=网购消费额/网购消费者数量)	平均每个消费者的 50%收入用于网络消费	$75000*50\%=32500$ 元 北京大学国家发展研究院研究预测：到 2020 年中国人均收入可望达到 12500 美元 (约 75000 元人民币)

¹⁷ 国家信息中心，冲出迷雾：中国信息社会测评报告 2013，2013 年 8 月

¹⁸ ICU，Measuring the Information Society 2012，2012

3、加权计算

采用以下公式加权求和形成计算结果：

$$\begin{aligned} & \text{“阿里巴巴电子商务发展指数”} \\ & = \text{网商指数} \times 0.5 + \text{网购指数} \times 0.5 \\ & = (\text{网商密度指数} \times 0.5 + \text{店均网络交易指数} \times 0.5) \times 0.5 + (\text{网购消费者密度} \\ & \text{指数} \times 0.5 + \text{人均网络消费指数} \times 0.5) \times 0.5 \end{aligned}$$

4、样本范围

参照中国行政区划，结合阿里巴巴平台的数据情况，本报告分析的样本共 294 个地级及以上城市。

附录 2 : 2013 年中国电子商务发展百佳城市

排名	市	省	网商指数	网购指数	电子商务发展指数
1	深圳	广东	24.74	50.24	37.49
2	广州	广东	20.67	46.04	33.36
3	杭州	浙江	20.08	46.36	33.22
4	北京	北京	12.97	42.93	27.95
5	上海	上海	15.91	38.41	27.16
6	金华	浙江	20.81	30.91	25.86
7	珠海	广东	8.18	42.97	25.57
8	厦门	福建	11.29	38.63	24.96
9	苏州	江苏	11.44	34.06	22.75
10	南京	江苏	10.32	35.12	22.72
11	东莞	广东	12.70	32.11	22.40
12	中山	广东	14.06	30.74	22.40
13	嘉兴	浙江	14.03	29.93	21.98
14	宁波	浙江	11.48	32.19	21.83
15	佛山	广东	12.61	27.90	20.25
16	武汉	湖北	8.69	31.51	20.10
17	温州	浙江	11.63	27.69	19.66
18	莆田	福建	11.24	27.44	19.34
19	无锡	江苏	7.50	29.40	18.45
20	台南	台湾	26.92	9.47	18.20
21	福州	福建	6.89	29.26	18.07
22	成都	四川	6.78	28.97	17.87
23	三亚	海南	5.44	30.27	17.85
24	台州	浙江	10.28	25.29	17.78
25	常州	江苏	8.23	27.28	17.75
26	长沙	湖南	6.40	28.63	17.52
27	台中	台湾	22.45	12.13	17.29
28	舟山	浙江	3.38	30.59	16.98
29	郑州	河南	6.78	27.14	16.96
30	湖州	浙江	9.29	24.54	16.91
31	绍兴	浙江	8.32	25.29	16.80
32	西安	陕西	4.14	28.81	16.47
33	太原	山西	3.50	29.39	16.45
34	合肥	安徽	6.12	26.64	16.38
35	泉州	福建	9.52	23.01	16.26

排名	市	省	网商指数	网购指数	电子商务发展指数
36	海口	海南	3.65	28.77	16.21
37	青岛	山东	7.29	24.33	15.81
38	克拉玛依	新疆	3.11	28.39	15.75
39	济南	山东	6.44	24.92	15.68
40	大连	辽宁	5.03	26.22	15.62
41	天津	天津	5.45	25.17	15.31
42	南昌	江西	5.46	24.89	15.17
43	丽水	浙江	7.46	22.87	15.17
44	高雄	台湾	17.25	12.61	14.93
45	镇江	江苏	6.33	23.38	14.85
46	芜湖	安徽	6.33	22.31	14.32
47	扬州	江苏	6.61	21.53	14.07
48	惠州	广东	5.72	22.27	14.00
49	南通	江苏	7.21	20.56	13.89
50	昆明	云南	3.96	23.46	13.71
51	乌鲁木齐	新疆	3.59	23.77	13.68
52	沈阳	辽宁	4.95	22.20	13.58
53	嘉峪关	甘肃	1.26	25.87	13.56
54	南宁	广西	5.90	20.81	13.35
55	威海	山东	5.76	20.70	13.23
56	拉萨	西藏	3.76	22.67	13.21
57	贵阳	贵州	2.60	23.79	13.20
58	台北	台湾	17.86	8.53	13.20
59	银川	宁夏	2.25	23.57	12.91
60	烟台	山东	5.96	19.61	12.78
61	宁德	福建	4.74	20.76	12.75
62	兰州	甘肃	3.89	21.58	12.74
63	汕头	广东	6.58	18.77	12.67
64	呼和浩特	内蒙古	2.84	22.26	12.55
65	衢州	浙江	5.60	19.18	12.39
66	江门	广东	5.46	19.30	12.38
67	泰州	江苏	5.56	19.14	12.35
68	马鞍山	安徽	3.83	20.56	12.19
69	铜陵	安徽	2.88	21.08	11.98
70	东营	山东	2.84	21.06	11.95

排名	市	省	网商指数	网购指数	电子商务发展指数
71	乌海	内蒙古	0.94	22.89	11.91
72	新北	台湾	13.50	9.63	11.56
73	潮州	广东	6.53	16.37	11.45
74	防城港	广西	4.85	17.92	11.38
75	连云港	江苏	5.33	17.30	11.31
76	郴州	湖南	6.35	16.28	11.31
77	廊坊	河北	4.24	18.08	11.16
78	长春	吉林	2.98	19.05	11.01
79	淄博	山东	4.89	17.04	10.96
80	石家庄	河北	4.54	17.33	10.93
81	盘锦	辽宁	2.02	19.80	10.91
82	徐州	江苏	5.00	16.80	10.90
83	南平	福建	3.37	18.36	10.86
84	大庆	黑龙江	2.10	19.56	10.83
85	三明	福建	3.09	18.31	10.70
86	景德镇	江西	5.19	16.18	10.69
87	鄂尔多斯	内蒙古	1.86	19.38	10.62
88	秦皇岛	河北	2.54	18.55	10.54
89	龙岩	福建	3.09	17.80	10.45
90	盐城	江苏	4.35	16.32	10.34
91	重庆	重庆	3.46	17.01	10.23
92	包头	内蒙古	1.99	18.37	10.18
93	哈尔滨	黑龙江	2.82	17.30	10.06
94	株洲	湖南	4.75	15.25	10.00
95	黄山	安徽	3.45	16.38	9.92
96	柳州	广西	2.66	17.15	9.91
97	新竹	台湾	11.55	8.26	9.90
98	北海	广西	2.37	17.23	9.80
99	湘潭	湖南	3.10	16.32	9.71
100	漳州	福建	3.62	15.70	9.66

报告作者

盛振中 阿里研究院专家 (shengzz@alibaba-inc.com)

陈 亮 阿里研究院高级专家 (l.chen@alibaba-inc.com)

张瑞东 阿里研究院高级专家 (zhangrd@alibaba-inc.com)

致谢

尽管，我们在电子商务相关研究领域有初步的积累，但在“阿里巴巴电子商务发展指数”的研究框架、指标体系、数据分析等方面仍然面临新的困难和挑战。非常幸运的是，我们有机会向来自经济学、社会学、信息化、电子商务等领域的专家们请教，他们给予了专业、中肯的建议和指导。在此，我们对各位老师致以诚挚的谢意！（按姓名首字母排列）

阿拉木斯 中国电子商务协会政策法律委员会副主任、“国家电子商务示范城市”项目专家组成员

龚炳铮 商务部电子商务专家咨询委员会委员

黄浩 中国社会科学院财经战略研究院副研究员

姜奇平 中国社科院信息化研究中心秘书长、研究员

廖毅敏 工业和信息化部电信研究院高级研究员

刘新燕 中南财经政法大学副教授

刘鹰 清华大学经济学教授，原美国联邦小企业署高级经济学家

马旗戟 北京互帮国际技术有限公司执行副总裁，阿里研究院顾问

邱泽奇 北京大学社会学教授，北京大学中国社会科学调查中心主任

汪向东 中国社会科学院信息化研究中心主任、研究员

王俊秀 中国信息经济学会信息社会研究所所长，阿里研究院顾问

薛兆丰 北京大学经济学教授，北京大学法律经济学研究中心联席主任

杨帅 工业和信息化部电信研究院博士

叶秀敏 中国社科院信息化研究中心副研究员

张新红 国家信息中心信息化研究部主任

同时，这份报告凝聚了诸多阿里同事的智慧，几乎每次讨论都激发新的思考。另外，在挖掘海量数据过程中，数据团队的同事给予了专业支持。在此，我们致以诚挚的谢意！（按姓名首字母排列）

李丽娜 阿里研究院总监
李宗伟 阿里巴巴集团博士后
梁春晓 阿里巴巴集团高级研究员，副总裁
刘荣守 阿里巴巴集团商业智能部高级数据分析专家
刘 娜 阿里研究院资深产品经理
罗庆元 阿里巴巴集团国际事业部总监
吕志彬 阿里研究院高级分析师
田 芳 阿里巴巴集团国际事业部资深商业分析师
王 森 阿里巴巴集团商业智能部数据库专家
谢周佩 阿里研究院高级专家
叶 朋 阿里巴巴集团副总裁
游五洋 阿里巴巴集团政策研究室高级专家
张 婷 阿里研究院高级专家
张文涛 阿里研究院专家



“来往” 二维码

微信帐号: aliresearch

新浪微博: 阿里研究院

洞察数据 共享新知

www.aliresearch.com