

电子商务动态

● 行业资讯

- 商务部：积极培育“一带一路”合作新增长点，深入发展“丝路电商”2
- 财政部等 8 部门公告调整跨境电子商务零售进口商品清单.....4
- 上海加快建设具世界影响力国际数字之都.....5
- 上海虹桥将建千亿级数字贸易平台6
- 上海首个“扫码点餐”规范指引发布.....6
- 欧盟推进数字化建设.....13

● 政策法规

- 最高法院发布新规依法保护消费者合法权益，促进网络经济健康持续发展.....14
- 上海浦东发布人工智能赋能数字化转型三年行动方案.....16

● 数据观察

- 商务部：2021 年改造村级电商快递服务站 14.8 万个.....18
- 2021 年共享经济市场交易规模超 3.6 万亿.....19
- 2021 年在线旅游市场交易规模或同比增长 34.8%.....20
- 2021 年跨境电商相关企业同比增长 72.20%.....21
- 2021 年中国移动购物行业用户规模破 11 亿.....21
- 2021 年社区团购市场交易规模达到 1205.1 亿元，同比增长 60.4%.....21

● 专家视点

- 李鸣涛：大力发展数字商务 推动数字中国建设.....25
- 盘点直播带货的现状、问题与对策.....29

主办单位 上海市电子商务和消费促进中心（联合国贸易网络上海中心）

【行业资讯】

商务部：积极培育“一带一路”合作新增长点，深入发展“丝路电商”

3月1日，商务部部长助理盛秋平在国新办发布会上表示，将积极培育“一带一路”合作新增长点，深入发展“丝路电商”，加强数字贸易、新型基础设施等领域合作，推动构建数字合作格局。

此外，盛秋平表示，下一步，商务部将积极推动中欧班列与各类园区联动发展，与跨境电商、海外仓等新业态融合发展。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022年03月02日

商务部：鼓励加大对跨境电商等新业态支持力度

近日，商务部和中国出口信用保险公司联合印发《商务部、中国出口信用保险公司关于加大出口信用保险支持做好跨周期调节进一步稳外贸的工作通知》，将充分发挥出口信用保险作用，加大对外贸企业支持力度，鼓励加大对跨境电商等新业态支持力度。

《通知》要求，要深化协作联动，在政策支持、数据对接、信息共享等方面加强合作，积极拓展产业链承保，加大对中小微外贸企业服务保障，鼓励加大对跨境电商、海外仓等新业态的支持力度，推进内外贸一体化发展，强化短期险保单融资支持，帮助外贸企业稳定信心、增强抗风险能力。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年02月24日

工信部：2021年我国制造业数字化转型加快发展

2月28日，在国新办举行的“促进工业和信息化平稳运行和提质升级发布会”上，工业和信息化部总工程师、新闻发言人田玉龙表示，2021年我国的制造业数字化转型呈现出加快发展的态势，创新活动呈现出良好态势。

一是数字化转型的基础不断夯实。通过实施工业互联网创新发展工程，培育较大型工业

互联网平台已经超过了 150 家，平台服务的工业企业超过了 160 万家，对数字化转型提供了有力支撑。

二是转型范围不断拓展。新一代信息技术，包括 5G、大数据、云计算、人工智能，向制造业加速融合渗透，特别是钢铁、汽车、装备、电子、石化等工业行业领域，融合创新、交叉创新不断深化。“5G+工业互联网”在建项目全国已经超过 2000 多个。

三是转型程度不断提升。我们在规模以上工业企业关键工序数控化率已经达到了 55.3%，数字化研发工具的普及率达到了 74.7%。数字化新业态、新模式也不断发展创新，开展网络化协同和服务型制造的企业比例分别达到了 38.8%和 29.6%。企业利用网络化、数字化来提升质量、效率和效益的作用非常明显，产业竞争力得到实实在在的提升。

来源：“光明网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 28 日

工信部：不得强制下载 APP

近日，有网友和媒体反映部分网站在用户浏览页面信息时，强制要求下载 APP 问题。工业和信息化部信息通信管理局对此高度重视，立即组织核查，并于日前召开行政指导会，督促相关互联网企业进行整改。

会议指出，随着移动互联网的快速发展，各类 APP 蓬勃兴起，给用户提供了丰富的应用服务。但部分信息资讯、网络社区等网站在用户浏览网页时，频繁弹窗推荐 APP，要求下载 APP 才能查看全文、不用 APP 不能看评论等，妨碍用户使用网页浏览信息，侵害用户合法权益，群众反映强烈。

会议要求，相关互联网企业要严格遵守相关法律法规要求，时刻把维护用户权益和改善服务体验作为赢得用户的根本，自查自纠、立行立改，坚决纠正存在的问题。在用户浏览页面内容时，一是未经用户同意或主动选择，不得自动或强制下载 APP；推荐下载 APP 时，应同步提供明显的“取消”选项，切实保障用户的知情权、选择权。二是无合理正当理由，不得要求用户不下载 APP 就不给看，或者不让看全文。三是不得以折叠显示、主动弹窗、频繁提示、降低体验等方式强迫、误导用户下载、打开 APP，或跳转至应用商店，影响用户正常浏览信息。

来源：“光明网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 03 月 03 日

财政部等 8 部门公告调整跨境电子商务零售进口商品清单

财政部网站 21 日消息，财政部、发展改革委、工业和信息化部、生态环境部农业农村部、商务部、海关总署、中华人民共和国濒危物种进出口管理办公室公告，自 2022 年 3 月 1 日起，优化调整跨境电子商务零售进口商品清单。

此次调整，在跨境电子商务零售进口商品清单（2019 年版）基础上，增加了滑雪用具、家用洗碟机、番茄汁等 29 项近年来消费需求旺盛的商品。同时，根据近年我国税则税目变化情况调整了部分商品的税则号列，根据监管要求调整优化了部分清单商品备注。

此次纳入清单的都是近年来消费需求比较旺盛的商品，百姓通过跨境电商渠道购买这些商品有望更加方便、实惠。这不仅有利于丰富国内市场供给，更好满足于消费者对于美好生活的向往，也有利于促进各国共享中国市场机遇。

来源：“界面新闻” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 21 日

交通运输部：网约车和道路货运新业态平台公司将向社会公开计价规则

2 月 24 日，交通运输部举行新闻发布会，交通运输部运输服务司副司长王绣春表示，平台抽成事关从业人员劳动报酬，与从业人员切身利益密切相关。为进一步规范平台企业经营行为，切实保障从业人员合法权益，交通运输部聚焦网约车、道路货运新业态，将“实施交通运输新业态平台企业抽成‘阳光行动’”作为 2022 年更贴近民生实事。

在网约车方面，督促主要网约车平台公司向社会公开计价规则，合理设定本平台抽成比例上限并公开发布，同时在驾驶员端实时显示每单的抽成比例。

在道路货运方面，督促主要道路货运新业态平台公司向社会公开计价规则，合理设定本平台订单收费金额或抽成比例上限、会员费上限等，并向社会公开发布。

来源：“央视新闻” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 24 日

国家新闻出版署：今年将开展网上图书市场秩序专项整治

日前，国家新闻出版署官网发布《关于做好 2022 年印刷发行重点管理工作的通知》，其

中明确，开展网上图书市场秩序专项整治。坚持谁主管谁负责、谁主办谁负责，强化网上书店（含微商、微店等）监管，压实网络平台责任，完善资质、产品、渠道查核机制，清理无证经营网店，形成网上网下管控合力。启动修订《出版物市场管理规定》，指导行业协会出台行业公约，规范图书电商营销行为，规制超低价直播带货、线上打折倾销等发行乱象。

《通知》还强调，加强全国新华书店系统网络发行能力建设，打响网上新华书店品牌。鼓励网上书店和实体书店深化合作，打造图书新零售模式。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 03 月 05 日

上海加快建设具世界影响力国际数字之都

2 月 23 日，上海市城市数字化转型工作领导小组会议举行。上海市委书记、城市数字化转型工作领导小组组长李强主持会议并指出，全面推进城市数字化转型是上海“十四五”发展的重大战略，要深入贯彻落实习近平总书记对上海工作的重要指示要求，提高站位、创新思路、整合力量，推动城市数字化转型加速迭代升级，加快建设具有世界影响力的国际数字之都。

会议指出，全面推进城市数字化转型是一项必须持续用力、持续创新的重大战略。要在已有良好基础上乘势而上，积极布局和抢占数字化赛道，扩大数字化覆盖面和渗透率，加快推动技术迭代、应用升级、场景更新，努力占据数字化转型制高点。

会议指出，要探索以整个城市为视角，打造城市级平台。树立平台思维、把握平台逻辑、创新平台模式，充分用好上海海量应用场景优势，在数字底座的夯实、系统建设的开源、应用开发的跨界、共性技术的支撑、制度规则的统一上下更大功夫，坚持统一规划，推动开放共享，加快技术创新，强化制度供给，不断提升实际应用效能。

会议指出，要推动经济、生活、治理三大领域数字化转型融合发展。经济数字化要在数字产业化、产业数字化上有新突破，生活数字化要在高频应用场景开发、改善用户体验上持续下功夫，治理数字化要在全面感知、精细管理、灵敏高效上实现新提升。要推动三大领域数字化有效衔接、相互赋能，在跨领域融合创新上加快突破。

会议指出，推动城市数字化转型，要聚合各方智慧力量，更好发挥各方作用。党委政府要把方向、搭框架、立制度，强化数据开放、场景开放，创新参与方式，充分激发市场和社会的积极性，吸引更多优秀企业投身数字化转型实践，营造各方共同参与、同向发力的良好生态。

来源：“中国上海” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 24 日

上海虹桥将建千亿级数字贸易平台

近日，“虹桥进口贸易促进创新示范暨进宝汇直播赋能数字经济项目”在上海虹桥进口商品展示交易中心正式启动。据了解，虹桥品汇将设立“上海进宝汇网络科技有限公司”，聚焦直播电商和跨境电商生态业务，立足“大虹桥”产业集聚优势，乘势而上打好数字经济发展“抢滩战”，打造进口贸易促进创新示范。

据虹桥品汇相关负责人介绍，该项目将围绕“一个平台”“二网融合”“三点贯通”“四项创新”“五大抓手”展开，携手中虹聚坤、德马科技、虹桥海外华商会进博及贸易促进中心等公司、机构，力争在5年内实现年进口贸易交易总额超过千亿元的目标。

同时，项目“天网”部分的核心业务三年内实现年交易额达100亿元、电商批零入统年交易额（引入企业线上交易额+公司线上交易额）达到300亿元，而“地网”部分，将通过整合经销商群体，五年内实现以物流链接100个城市合伙人，为精选的1000个品牌做赋能服务，并完成对100万家门店的配送服务。

来源：《国际商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年02月22日

上海首个“扫码点餐”规范指引发布

2月22日，上海首个《餐饮行业“扫码点餐”规范指引》（以下简称《指引》）正式发布，引导经营者对相关行为进行规范。

《指引》明确，餐饮服务经营者收集消费者信息应当遵循合法、正当、必要的原则，在提供扫码点餐服务时，应当限于实现处理目的的最小范围，不得强制要求消费者对手机号、微信号等个人信息进行注册或授权，不得过度收集消费者信息。

餐饮服务经营者通过折扣或优惠的方式吸引消费者注册或授权的，应当单独取得消费者同意，不得与扫码点餐服务捆绑。连锁餐饮服务行业各门店之间共享消费者个人信息的，应当向消费者告知共享范围并明确取得消费者同意。

虽然《指引》不具有强制约束力，但集成了《消费者权益保护法》《个人信息保护法》等相关法律法规的规定，经营者如违反相关规定，将承担法律责任。《指引》明确，餐饮服务经营者对已收集的消费者信息必须严格保密，不得泄露、出售或者非法向他人提供；未经消费者同意或者请求，或者消费者明确表示拒绝的，不得向其发送商业性信息。对于经营者

违法收集消费者个人信息的，市场监管部门将按照《消费者权益保护法》等法律法规进行查处。

来源：《解放日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 23 日

元宇宙医学联盟在上海创立

日前，元宇宙医学协会暨联盟创立大会在上海举行。新成立的元宇宙医学联盟（IAMM），致力于探索以数字新技术破局传统就医模式下产生的“二难、三低”难题，即：入名院难、看名医难；社区医院高端设备覆盖率低、高端技术掌握度低、病人认可度低。业内认为，从物联网医学进一步拓展的元宇宙医学，可能将为医学带来新的力量。

来源：《文汇报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 21 日

杨浦区建设在线新经济未来人才实验室

高校科研院所集中、在线新经济企业集聚的杨浦区，日前启动“在线新经济未来人才实验室”建设，聚焦人才，推进高校供给侧与企业需求侧精准对接，构建青年人才培养、创新项目孵化、重点产业培育的良好生态。

2 月 22 日，杨浦区召开人才工作会议，明确提出打造“人才秀带”，发布相关《实施意见》，完善人才政策体系，建立健全招才引才机制，通过战略科学家引领、创业领军引进、创新服务人才吸引、社会力量协同引才、柔性高端智力集聚、滨江赛会引才 6 项工程，广聚国内外优秀人才，激发创新创业活力。

根据方案，到 2025 年，杨浦区在线新经济未来人才实验室将吸引 10 所以上高校、20 家以上企业、30 位以上行业顶尖导师入驻，孵化 40 个在线新经济优质项目，培育 5000 名在线新经济青年人才。

来源：《文汇报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 23 日

国内首个元宇宙文创园区办公场景落地上海虹口

近日，由国内领先致力于文创、科创企业发展的服务商德必集团打造的国内首个元宇宙创意园区办公场景正式在位于上海虹口的柏航德必易园上线。

据介绍，柏航德必易园借助 EasyAR 的数字化采集技术，在空间内放置 CartoonTown、CyberPunkCity、RhythmVisualizar 等模型元素，实现数字媒体和现实办公场景的融合。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 22 日

叮咚买菜与上海银行达成战略合作

3 月 3 日，叮咚买菜与上海银行签署银企战略合作协议，根据协议，上海银行给予叮咚买菜金融支持进一步扩大至 80 亿元，并将根据叮咚买菜的需求，定制研发各类金融产品，包括项目贷款、供应链融资等多种形式，助力叮咚买菜实现高质量发展。通过战略合作，双方将携手深耕实体经济产业链场景，持续提升供应链服务能力，赋能现代种植业与养殖业，有力支持实体经济发展，为推动乡村振兴繁荣贡献力量。

此次战略合作的签署，将有助于叮咚买菜与上海银行联合开展更全面、精准的泛供应链金融合作，有效延伸供应链金融服务支农扶小的覆盖面；扩大服务供应商群体，为全国范围内的叮咚供应商提供金融服务，加快现金流转，尤其是涉农企业、贫困地区企业；通过供应链金融，帮助农户快速回笼货款，加速资金周转，最大程度上为农户减负；此外，叮咚买菜还与上海银行互推涉农扶贫企业，加强点对点精准扶贫。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 03 月 04 日

中国支付清算协会：新设“个人经营收款码” 现行“个人收款码”功能不变

2 月 22 日，中国支付清算协会发布关于优化条码支付服务的公告。中国支付清算协会将指导会员单位，新设“个人经营收款码”，用户可自由选择使用。用户使用“个人经营收款码”，服务不减、体验不变，赋码过程免费，并可享受更高效的交易对账等服务。现行“个人收款码”不关闭、不停用、功能不变。

2 月 22 日，微信支付发布关于个人收款码相关情况的公告。2022 年 3 月 1 日之后，个人收款码可继续使用。同时，个人经营收款码可以享受更多支付功能。

2 月 22 日，支付宝回应表示，2022 年 3 月 1 日之后，支付宝的个人收款码可继续使用，也可继续享受现有的包括提现免费在内的一系列服务。同时，支付宝的个人收款码可升级“个人经营收款码”。升级过程完全免费。

据悉，根据央行 2021 年 10 月发布的《关于加强支付受理终端及相关业务管理的通知》，个人收款码将不能用于经营，通知将于今年 3 月 1 日起正式施行。通知规定，对于具有明显经营活动特征的个人，条码支付收款服务机构应当为其提供特约商户收款条码，并参照执行特约商户有关管理规定，不得通过个人收款条码为其提供经营活动相关收款服务。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 23 日

“2022 全球跨境电商峰会”将于 3 月 24 日在杭州开幕

作为我国外贸高速增长的动力源之一，以跨境电商为代表的新业态在过去两年实现逆势突围。由商务部、浙江省人民政府联合主办，杭州市人民政府、浙江省商务厅、中国服务贸易协会承办的“2022 全球跨境电商峰会”将于 3 月 24 日-25 日在杭州举办。峰会

本届峰会以“新格局·新业态”为主题，各位嘉宾将聚焦双循环新发展格局，在“实体经济与贸易数字化”“跨境电商创新与发展”“DTC 品牌独立站”“品牌出海服务”“跨境电商投融资”“跨境电商人才”等方面展开交流与探讨。

峰会上将发布《数字平台助力中小企业深度融入全球产业链及参与国际竞争》《跨境电子商务海外仓运营管理要求》国家标准制定情况，《跨境电商人才培养全链路知识体系解读及跨境电商核心课程标准》，以及《杭州跨境电商独角兽企业名单》，并举行“全球跨境电商品牌研究中心”及“全球跨境电商品牌与设计创新中心”揭牌仪式，与此同时进行“大地计划和优秀培训基地”授牌。

峰会上，阿里巴巴、呼嘤智能、菜鸟物流等杭州优秀企业将齐聚峰会，峰会还吸引 Amazon、Shopify 等全球知名企业，以及众多跨境电商行业先锋品牌、服务商，以及优秀实体企业代表。他们将共同带来对国际贸易以及跨境电商新格局的观察与思考，并分享高质量发展的双循环实践经验。

来源：《杭州日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 23 日

电商物流劲刮绿色风

近年来，引导绿色生产和消费，发展绿色物流，打造绿色供应链，持续推进塑料污染治理，提升流通绿色发展水平，不少企业已经走在前方，并探索出不少好做法，取得了一些好

成效。

京东零售首席执行官辛利军表示，京东物流持续在仓储、科技、包装、运输等环节布局绿色一体化供应链，并携手合作伙伴通过商品包装减量化、原发包装等方式，践行绿色低碳发展战略。

阿里巴巴董事会主席兼首席执行官张勇表示，作为一家以数字技术为支撑而发展起来的公司，阿里巴巴坚信数字化能力在绿色进程中可以发挥重要的作用，也将成为阿里巴巴及生态伙伴的共同选择。利用阿里的数字商业平台促进更多绿色商品的消费，以及二手、闲置商品的交换和分享；通过菜鸟的智慧物流平台，推动物流环保包装材料的广泛使用和循环再利用；通过高德出行平台，鼓励和引导公众绿色出行；通过运用云计算和钉钉智慧协同工作平台，推动数字化工作方式的建立。

来源：“中国商务新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 23 日

网络文学开启全球化共创时代

近日，由阅文旗下海外门户起点国际联合新加坡国立大学、新加坡南洋理工大学发起的 2022 全球作家孵化项目(GAIP)正式启动。

阅文集团总裁、腾讯在线视频副总裁侯晓楠表示，数字时代的全球化共创，让网络文学成为了跨文化交流与互鉴中最具活力的载体，以故事连接世界是网络文学的美好愿景。阅文希望能够以网络文学的产业创新，为全球文化生态探索新的模式与可能；以跨文化的开放共创，为文化交流互鉴探索出一个数字化方案。

联合国教科文组织国际哲学与人文科学理事会秘书长熊秉真也表示，随着互联网的发展，网络文学已经成为世界范围内家喻户晓的一种现象

来源：《国际商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 22 日

我国跨境电商综合试验区首列跨境电商班列开行

2 月 27 日上午 11 时 30 分，我国跨境电商综合试验区首列跨境电商班列从新疆阿拉山口口岸发出，驶往乌兹别克斯坦首都塔什干，这是自今年 2 月国务院在 27 个城市和地区设立跨境电子商务综合试验区以来，我国发出的首列跨境电商班列。

这次班列运载的货物主要是来自江苏、浙江等地的太阳能配件、布料、纺织用品、厨房用品等，货值 558.7 万人民币。 来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 28 日

邮政集团与拼多多合作，推动农村电商和农村寄递物流融合发展

近日，邮政集团与拼多多进一步加深战略合作、双方决定共同投入，进一步加强农村电商和农村寄递物流融合发展。包括将共同投入进一步加强农村电商和农村寄递物流融合发展，打通寄递的最后一公里，帮扶农产品上行，以更大的决心和投入，为乡村振兴作出贡献。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 24 日

字节跳动布局海外文娱市场

日前，字节在日本上线了一款名为“FizzoToon”的产品，该产品定位是一款动漫平台。字节跳动基于日本较为浓郁的动漫文化，选择在日本首发漫画产品，以此会更容易打入日本漫画市场。

目前，字节跳动对于文娱业务正在不断加码。年初，字节曾收购票务平台“影托邦”和漫画平台“一直看漫画”，补齐了字节在文娱版图中缺失的重要板块，形成了一个集游戏、音乐、出品、漫画、中长短视频、资讯、和小说为一体的大文娱体系。

同时，字节跳动在海外的文娱布局也在悄然进行中。字节除了在日本推出漫画 App “FizzoToon”外，还推出了 Fizzo 和 Mytopia 等小说 App，这两款 App 在阅读的体验上与国内的番茄小说别无二致，并且分别布局欧美和东南亚网文市场。（Tech 星球）

来源：“亿邦动力网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 23 日

天猫推出“猫享自营”服务，布局电商自营赛道

近日，手机天猫 APP 正式上线“猫享自营”与“猫享闪购”服务。这印证了此前有关阿里巴巴将围绕大品牌开设天猫自营旗舰店的消息。

据了解，“猫享自营”是由手机天猫 APP 推出的官方自营业务，自营旗舰店货品所属权

属于平台，由平台向品牌商打款进货，再向消费者发货，并逐步在全国范围内实现“送货上门、当/次日到家”。同时，天猫还启动了“猫享绿色计划”，用户可选择免胶带快递盒，体验绿色购物。此外，APP 还设立“猫享闪购”板块，在每天 10 点会上线大牌直降商品，为用户提供限量抢购的折扣好物。

阿里巴巴相关负责人表示，“猫享自营”只是天猫 APP 里的一个探索项目，天猫会以现有的商业模式继续与商家一起成长，为消费者提供优质服务。

业内指出，在用户持续增长的过程中，电商平台对建立自营模式的探索，从某种程度上更能满足消费者多元化的消费需求。

来源：“全国电子商务公共服务网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 23 日

腾讯旗下电商业务“小鹅拼拼”正式关停

2 月 23 日，腾讯旗下电商业务“小鹅拼拼”正式发布停运公告称，于 2022 年 2 月 23 日零时起停止运营。“小鹅拼拼”表示，用户的订单将自 2022 年 2 月 23 日零时起，不能再下单购买商品。

此外，自 2022 年 4 月 30 日起，“小鹅拼拼”所有小程序将停止全部服务。届时，将无法登录已注册的“小鹅拼拼”账号。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 24 日

亚马逊成全球最大云基础设施服务商

近年来，云计算市场取得了巨大的增长，成为一个价值数十亿美元的产业。随着消费者越来越关注向云的转变，一些服务提供商正努力占据更多的市场份额。

据相关数据表明，亚马逊网络服务(AWS)在云基础设施服务提供商中的份额最大，市场份额占比为 33%。微软的 Azure 平台以 21%的份额位居第二，而谷歌云以 10%的份额紧随其后。

此外，阿里云以 6%的份额成为北美以外的第一家顶级供应商。IBM 以 4%的份额位列前五名。

来源：“亿恩网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 21 日

德国拓展电子商务市场

德国联邦电子商务和邮售协会日前公布的数据显示，2021 年，德国网上商品销售总额从前一年的 833 亿欧元上升到 991 亿欧元。该协会预计，2022 年，网上商品销售额将超过 1100 亿欧元，并在未来几年保持较高增长率。

近年来，电子商务对德国消费者越来越具吸引力。德国消费者的线上采购行为出现了两个新趋势：一是消费主体不再只是年轻人。2021 年参与网购的消费者中，至少有一半年龄在 50 岁以上。二是电子商务领域不断拓展，除了服装、电子产品等，食品、药品等日常用品线上市场开始快速增长。数据显示，去年德国网上日常用品销售额为 94 亿欧元，同比增幅达 36.4%。

疫情期间，不少生产商和零售商加快拓展线上市场，利用官方网站、电商平台等吸引更多消费者。根据德国一家数据统计平台日前发布的调查报告预测，到 2025 年，德国电商交易额有望占到欧洲电商交易总额的 19% 左右。

来源：《人民日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 25 日

欧盟推进数字化建设

日前，欧盟委员会批准总额约 20 亿欧元的绿色和数字转型资金，用于完成“数字欧洲”项目的部分工作计划，重点针对人工智能、公共数据空间、网络安全和数字技能共享等领域进行战略投资。

欧盟 2018 年设立了“数字欧洲”项目，计划向该项目拨款 92 亿欧元，旨在通过投资超级计算、人工智能、网络安全等领域，确保欧洲拥有应对各种数字挑战所需的技能和基础设施，提升欧盟的国际竞争力。该项目预计将创造约 400 万个就业机会，并助力实现“欧洲绿色协议”设定的减排目标。

“数字欧洲”项目从 2021 年开始实施，预计到 2027 年完成。在首次获得批准的 3 个工作计划中，投资规模最大的计划总投资金额为 19.8 亿欧元，其中 13.8 亿欧元将在今年年底前投向人工智能、云技术和量子通信基础设施等领域。

欧洲信息技术及消费电子产品协会总干事达尔表示，目前只有 12% 的欧洲中小企业使用数据分析，这是远远不够的，希望未来投入更多资金，使“数字欧洲”项目的目标能够早日

实现。只有所有人都掌握了所需的数字技能，欧洲才能真正实现绿色和数字化转型。

新冠肺炎疫情愈加凸显出欧洲的“数字贫困”问题，已经充分适应了数字环境的企业与尚未完全数字化的企业之间出现“数字鸿沟”。“数字欧洲”项目旨在使欧洲企业与民众获得相应技能，从而积极参与到经济活动与劳动力市场中。

根据欧盟 2021 年发布的《2030 年数字指南针：数字十年的欧洲之路》，到 2030 年，欧盟至少应有 80% 的成年人具备基本数字技能，在欧盟工作的信息技术专业人员应达到 2000 万人，欧盟所有家庭都接入千兆网络，5G 网络覆盖所有居民区等。为此，欧盟今后将继续加大在数字领域的投资，以指南的形式统计历年数字化进程并形成报告，供欧盟机构和成员国决策时参考。

来源：《人民日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 24 日

【政策法规】

最高法院发布新规依法保护消费者合法权益，促进网络经济健康持续发展

最高人民法院 3 月 2 日发布《关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定（一）》（以下简称《规定》），《规定》主要对网络消费合同权利义务、责任主体认定、直播营销民事责任、外卖餐饮民事责任等方面作出规定，共 20 条。将于 2022 年 3 月 15 日起施行。

一是坚持合法性审查，规范网络消费格式条款。实践中，存在电子商务经营者利用优势地位，制定不公平不合理的格式条款侵害消费者合法权益的情况。《规定》第 1 条对于“签收商品即视为认可商品质量合格”“经营者享有单方解释权或者最终解释权”等实践中常见的不公平不合理的格式条款进行了列举，并作兜底性规定，明确有上述内容的格式条款应当依法认定无效。

二是完善七日无理由退货制度，加强消费者售后权益保障。消费者在实体商场购物，可以进行现场体验，而网络购物通常无法做到这一点。为此，消费者权益保护法设置了七日无理由退货制度。《规定》对此进一步明确，规定消费者因检查商品的必要对商品进行拆封查验且不影响商品完好，电子商务经营者不得以商品已拆封为由主张不适用七日无理由退货制度，同时明确，法律另有规定的除外。

三是明确电商平台自营误导的法律后果，压实平台责任。《规定》第 4 条明确，电子商

务平台开展自营业务时，应当承担商品销售者或者服务提供者责任。即使电商平台不是实际开展自营业务，但其所作标识等足以误导消费者相信其系平台自营的，电商平台经营者也要承担商品销售者或者服务提供者责任。

四是明确平台外支付的法律后果，压实商家责任。实践中，存在商家客服等工作人员引导消费者通过交易平台以外的方式进行支付的情况，比如通过客服个人微信支付货款。当商品出现质量等问题双方产生纠纷后，商家又以未经过交易平台支付为由主张其不承担责任。

《规定》第 5 条明确，平台内经营者出售商品或者提供服务过程中，其工作人员引导消费者通过交易平台提供的支付方式以外的方式进行支付，消费者主张平台内经营者承担商品销售者或者服务提供者责任，平台内经营者以未经过交易平台支付为由抗辩的，人民法院不予支持。

五是明确网络店铺转让未公示责任，保护消费者合理信赖。现实中，网络经营账号及店铺转让的情况比较普遍，但有些经营者不依法进行信息变更公示，产生纠纷后，转让人与受让人又推诿扯皮，使得消费者的权利保护处于不确定状态。《规定》第 6 条明确，平台内经营者将网络账号及店铺转让给其他经营者，但未依法进行相关经营主体信息变更公示，实际经营者的经营活动给消费者造成损害，消费者有权主张注册经营者、实际经营者承担赔偿责任，最大限度保护消费者合法权益。

六是明确虚假刷单、刷评、刷流量合同无效，斩断网络消费市场“黑灰产”链条。网络消费市场快速发展的同时，也伴生了一些不健康、不规范问题，比如出现了专门刷单、刷评、刷流量的应用程序、运营团队等“黑灰产”，故意制造虚假记录，侵害消费者知情权和选择权，扰乱市场秩序。司法解释明确电子商务经营者与他人签订的以虚构交易、虚构点击量、编造用户评价等方式进行虚假宣传的合同，人民法院应当依法认定无效，引导市场主体规范经营。

七是明确奖品、赠品、换购商品等造成损害的法律后果，规范网络促销行为。司法解释第 8 条规定电子商务经营者在促销活动中提供的奖品、赠品或者消费者换购的商品给消费者造成损害，电子商务经营者应当承担赔偿责任，不得以奖品、赠品属于免费提供或者商品属于换购为由主张免责。

八是明确高于法定赔偿标准的承诺应当遵守，强化经营者诚信经营意识。实践中，有时候经营者会作出高于法定赔偿标准的承诺，一旦产生纠纷，经营者又拒绝兑现承诺。《规定》第 10 条明确，平台内经营者销售商品或者提供服务损害消费者合法权益，其向消费者承诺的赔偿标准高于相关法定赔偿标准，消费者主张平台内经营者按照承诺赔偿的，人民法院应

依法予以支持。

九是明确网络直播营销民事责任，引导新业态健康发展。第 11 条对平台内经营者开设网络直播间销售商品的情形作出规定，明确平台内经营者的工作人员作出虚假宣传等，平台内经营者要承担赔偿责任。第 12 条对于直播间运营者责任作出规定。针对实践中消费者对于网络直播营销中实际销售主体辨识不清的问题，该条明确，直播间运营者要能够证明已经标明了其并非销售者并标明实际销售者，并且要达到足以使消费者辨别的程度，否则，消费者有权主张直播间运营者承担商品销售者责任。直播间运营者已经尽到标明义务的，人民法院应当综合交易外观、直播间运营者与经营者的约定、与经营者的合作模式、交易过程以及消费者认知等因素予以认定，通过较为弹性的规定，为个案裁量和未来发展留出空间。

同时，司法解释用了 4 个条款对直播营销平台责任作出规定，包括直播营销平台自营责任、无法提供直播间运营者真实信息时的先付责任、未尽食品经营资质审核义务的连带责任以及明知或者应知不法行为情况下的连带责任。

十是完善外卖餐饮民事责任制度，守护人民群众舌尖上的安全。近年来，外卖餐饮广受消费者青睐，特别是新冠疫情发生以来，外卖餐饮行业更是得到了长足发展。但是，由于外卖餐饮虚拟性、跨地域性等特点，使得消费者也面临着食品安全隐患。为了更好地保障人民群众的生命健康安全，司法解释第 18 条规定，网络餐饮服务平台经营者未依法对入网餐饮服务提供者进行实名登记、审查许可证，或者未履行报告、停止提供网络交易平台服务等义务，使消费者的合法权益受到损害，消费者有权主张网络餐饮服务平台经营者与入网餐饮服务提供者承担连带责任。第 19 条明确入网餐饮服务提供者不得以订单系委托他人加工制作为由主张免责，加强食品安全司法保护力度。

来源：“中国网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 03 月 02 日

上海浦东发布人工智能赋能数字化转型三年行动方案

近日，上海浦东新区发布《浦东新区人工智能赋能经济数字化转型三年行动方案（2021-2023）》（下称《行动方案》），《行动方案》围绕上海建设具有世界影响力的国际数字之都，充分发挥浦东新区人工智能创新应用先导区和国际数据港的战略优势，坚持数字产业化和产业数字化双轮驱动，领先构建基础设施完备、技术基础雄厚、应用场景丰富、产业生态活跃的新一代人工智能体系，以人工智能技术创新和应用拓展赋能百业，全面驱动经济数字化转型。

《行动方案》提出五大工程 23 项任务，包括产业强基工程、生态协同工程、开放引领工程、数字跃升工程、赋能百业工程，并从数据要素市场培育、人才保障、知识产权保护、网络安全保障、空间布局优化、企业服务创新 6 个方面提出保障措施。力争到 2023 年将浦东新区建成国际领先的人工智能技术创新引领地、经济数字化转型发展示范区。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 25 日

《浙江省电子商务条例》实施 促平台经济规范健康发展

浙江是电子商务大省，近年来电子商务蓬勃发展，规模效益持续走在全国前列。但从该省电子商务发展的实际需求来看，仍有一些问题需要通过地方立法予以解决。3 月 1 日，《浙江省电子商务条例》（下称《条例》）正式实施。《条例》着力破解浙江省电子商务发展中电子商务新业态监管、“大数据杀熟”规制、公平竞争秩序维护、网络餐饮数字治理、直播电商规范、新就业形态劳动者权益保护等方面的新矛盾新问题，为平台经济规范健康持续发展进一步健全法规制度保障。

浙江是直播电商大省，直播电商交易规模占全国三分之一。为推动直播电商规范健康持续发展，《条例》第十八条明确规定，直播间运营者、直播营销人员应当对电子商务经营者提供的直播内容予以审核，并对直播内容与所链接的商品或者服务是否相符予以核验。《条例》要求，对违反法律法规、违背公序良俗或者与所链接的商品、服务不符的内容进行直播的，由市场监督管理部门责令改正，可以处二万元以上十万元以下罚款；情节严重的，责令停业整顿，并处十万元以上五十万元以下罚款。

对于民众关心的网络餐饮食品安全问题，《条例》将“浙江外卖在线”数字化改革成果上升为法规制度，规定网络餐饮经营者应当在经营者信息页面显著位置以视频形式公开食品加工现场，平台经营者应当提供相关技术支持。据悉，网络餐饮经营者应当对配送食品使用封签封口，未封口或者封签损坏的，配送员有权拒绝配送，消费者有权拒绝签收。

近年来，“大数据杀熟”问题反映突出，侵害了消费者的知情权、公平交易权等合法权益。对此，《条例》明确规定，电子商务经营者不得利用大数据分析、算法等技术手段，对交易条件相同的消费者在交易价格等方面实行不合理差别待遇，并对不认定为不合理差别待遇的情形进行明确。

此外，电子商务经营者主体身份真实性一直受社会各方关注，也是网络诚信环境的重要基础。为打造更为诚信的电子商务发展环境，保护交易各方的合法权益，《条例》规定，电

电子商务经营者应当在其网站首页或者从事经营活动的主页面显著位置持续公示电子营业执照链接标识。电子商务平台经营者应当对平台内经营者提交的身份、地址、联系方式、行政许可等信息至少每六个月进行一次核验更新，平台内经营者提供的信息不准确或者不完整的，行政许可有效期已届满的，可能伪造、变造、冒用他人身份证明或者相关证照的，应当依法采取屏蔽、断开链接或者暂停交易和服务等处置措施，并通知平台内经营者限期改正。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 03 月 02 日

【数据观察】

商务部：2021 年改造村级电商快递服务站 14.8 万个

3 月 1 日，商务部部长王文涛在国新办发布会上表示，2021 年，商务部会同 16 个部门启动了县域商业建设行动，并取得成效。其中，整合提升了一批物流配送设施，增强了电商创业就业的带动效益。

王文涛介绍，商务部加强供销物流、邮政物流、物流企业，还有电商的物流，进行了资源的整合和优化，完善了县、乡、村三级物流配送体系。2021 年累计改造了县级物流配送中心 1212 个，村级电商快递服务站 14.8 万个。目前来说，全国 98% 的乡镇实现了品牌快递直通，80% 以上的行政村实现了快递直达，网购商品进村到户更快了。

王文涛介绍，商务部以电子商务进农村综合示范为载体，继续扩大农村电子商务的覆盖面。2021 年农村网络零售额超过了 2 万亿，达到了 2.05 万亿，增长是 11.3%。全国农村网商、网店截止 2021 年年底有 1632.5 万家。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 03 月 02 日

交通运输部：2021 年网约车完成订单量 83.2 亿 中心城市占 46.76 亿单

在 2 月 28 日举行的国新办新闻发布会上，交通运输部部长李小鹏介绍，2021 年，网约车完成订单量 83.2 亿，其中中心城市完成了 46.76 亿单。

据了解，近年来，我国网约车业务发展迅速。截至 2021 年 12 月 31 日，全国共有 258

家网约车平台公司取得网约车平台经营许可；各地共发放网约车驾驶员证 394.8 万本、车辆运输证 155.8 万本。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 28 日

2022 年 1 月上海市快递业务量完成 3.0 亿件 同比下降 9.8%

2 月 22 日，上海邮政管理局网站公布 2022 年 1 月上海市邮政行业运行情况。数据显示，2022 年 1 月，上海市快递服务企业业务量完成 3.0 亿件，同比下降 9.8%；其中同城业务量完成 6352.5 万件，同比下降 10.4%，异地业务量完成 2.2 亿件，同比下降 8.6%，国际及港澳台业务完成 1215.3 万件，同比下降 24.5%。业务收入完成 155.7 亿元，同比增长 6.7%。其中，同城业务收入完成 4.3 亿元，同比下降 13.8%；异地业务收入完成 18.0 亿元，同比下降 5.7%；国际及港澳台业务收入完成 12.0 亿元，同比下降 9.2%。

数据显示，2022 年 1 月，同城、异地、国际及港澳台快递业务业务量分别占全部快递业务量的 21.4%、74.6%和 4.1%，收入分别占全部快递收入的 2.8%、11.5%和 7.7%。与去年相比，同城快递业务收入的比重下降 0.7 个百分点，异地快递业务收入的比重下降 1.6 个百分点，国际及港澳台业务收入的比重下降 1.4 个百分点。

来源：“上海市邮政管理局” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 23 日

《中国共享经济发展报告（2022）》正式发布 2021 年共享经济市场交易规模超 3.6 万亿

近日，国家信息中心正式发布《中国共享经济发展报告（2022）》，《报告》系统分析了 2021 年疫情冲击下我国共享经济发展的最新态势、面临的问题以及未来发展趋势。

《报告》认为，2021 年我国共享经济继续呈现出巨大的发展韧性和潜力，全年共享经济市场交易规模约 36881 亿元，同比增长约 9.2%；直接融资规模约 2137 亿元，同比增长约 80.3%。不同领域发展不平衡情况突出，办公空间、生产能力和知识技能领域共享经济发展较快，交易规模同比分别增长 26.2%、14%和 13.2%；受疫情区域性爆发和部分城市监管政策调整等影响，共享住宿领域市场交易规模同比下降 3.8%。

《报告》指出，共享型服务和消费继续发挥稳增长的重要作用。从共享型服务的发展态势看，2021 年在线外卖收入占全国餐饮业收入比重约为 21.4%，同比提高 4.5 个百分点；网

约车客运量占出租车总客运量的比重约为 31.9%，共享住宿收入占全国住宿业客房收入的比重约为 5.9%。从居民消费的角度看，2021 年在线外卖人均支出在餐饮消费支出中的占比达 21.4%，同比提高 4.4 个百分点。网约车人均支出占出行消费支出的比重约为 8.3%，共享住宿人均支出在住宿消费中的占比约为 5.9%。

《报告》认为，2021 年我国共享经济发展呈现出一些新特点。一是受监管政策、企业上市、资本市场形势等多种因素影响，主要领域共享经济市场格局加快重塑，竞争更加激烈，多元化商业模式的扩充和创新更加重要。二是一系列加强新就业形态劳动者权益保障的政策措施出台，共享经济新就业群体权益保障持续完善。三是共享经济市场制度建设步伐加快，监管执法力度加大，市场秩序进一步规范。

《报告》指出，我国共享经济发展还面临一些需要关注的问题：一是宏观经济下行持续承压、平台治理和监管强化等多种因素影响共享经济企业预期；二是共享经济平台在参与主体、价格行为、用工管理、数据管理等方面的合规化水平亟需提高；三是平台企业存在数据过度收集甚至是非法收集、数据滥用、数据泄漏等多种潜在风险，数据安全治理面临新挑战；四是共享经济平台企业在拓展国际市场过程中面临更大的不确定性和更高的合规成本，企业“走出去”面临新挑战等。

《报告》认为，“十四五”我国共享经济新业态新模式迎来新的发展机遇，共享经济在生活服务和生产制造领域的渗透场景将更加丰富。随着共享经济的全面发展，平台新就业形态劳动保障制度体系将加快完善，平台企业主体责任将进一步明确。从政策导向上看，发展共享经济将成为提升实体经济数字化转型实效的重要抓手。

来源：“国家信息中心官网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 23 日

2021 年在线旅游市场交易规模或同比增长 34.8%

近日，行业研究机构——艾瑞咨询发布 2021 年中国在线旅游行业研究报告。报告显示，2020 年受疫情影响，Q1-Q4 中国国内旅游人次仅占 2019 年同期的 16.6%、49.0%、65.7% 及 67.1%，疫情影响逐渐减弱。

随着中国国内疫情得到有效控制，2020 年下半年开始，在线旅游月活跃用户数逐渐恢复，国内旅游市场呈现稳步复苏态势，在线旅游 APP2021 年上半年活跃用户数逐渐恢复。2020 年中国全年在线旅游市场交易规模同比下降 45.4%，预计 2021 年在线旅游市场交易规模同比增长 34.8%。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 03 月 04 日

2021 年跨境电商相关企业同比增长 72.20%

根据企查查数据显示，近 3 年来，我国跨境电商相关企业注册量逐年上升。2019 年我国新增跨境电商相关企业 3985 家，同比增长 24.38%。2020 年新增 6313 家，同比增长 58.42%。2021 年新增 1.09 万家，同比增长 72.20%。目前，我国现存跨境电商相关企业 3.39 万家。

从区域分布来看，广东以 9291 家跨境电商相关企业排名第一，浙江、山东分别有 3836 家、3207 家，排名前三。此后依次为安徽、福建、河南等省份。

从城市分布来看，深圳市有 3300 家跨境电商相关企业，排名第一。广州、海口分别有 849 家、376 家，排名前三。此后依次为青岛、杭州、威海等城市。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 24 日

2021 年中国移动购物行业用户规模破 11 亿

2 月 22 日，国内第三方数据机构 QuestMobile 发布《2021 中国移动互联网年度大报告》。报告数据显示，截至 2021 年 12 月，全网用户达 11.74 亿。其中，综合电商、网上、支付结算、地图导航、浏览器、效率办公、月活跃用户净增长位居前八位，而综合电商、网上银行、本地生活的月活跃用户净增长均过亿。

此外，短视频使用时长已超越即时通讯，成为占据人们网络时间最长的行业，增长势头迅猛。

据介绍，2021 年，中国移动购物行业蓬勃发展，用户规模突破 11 亿，多元化模式下用户粘性持续提升，在“双 11 直播”带动下月人均使用时长突破 10 小时。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 23 日

2021 年社区团购市场交易规模达到 1205.1 亿元，同比增长 60.4%

3 月 1 日，社会智库网经社电子商务研究中心发布《2021 年度中国社区团购市场数据报告》。报告显示，2021 年中国社区团购市场交易规模达到 1205.1 亿元，同比增长 60.4%。

根据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2021 年社区团购用户规模达到

6.46 亿人,同比增长 37.44%。2021 年国内社区团购人均年消费额为 206 元,同比增长 29.09%。此外,2018-2020 年社区团购人均年消费额(增速)分别为 25.37 元、80.95 元(219.07%)、159.57 元(97.12%)。

来源:“网经社” 编选:《电子商务动态》编辑部 2022 年 03 月 01 日

2021 年度数字人民币 App 安装量同比增长 3021.2%

近日,国内领先的数据研究机构——极光研究院发布《数字经济时代的奇点——2021 数字人民币研究报告》。数据显示,数字人民币 App(试点版)2021 年度安装量同比增长 3021.2%,月活跃用户数持续提升,截至 2021 年 12 月,App 月活用户达 546.7 万。

据了解,2022 年 1 月 4 日起,该款 App 正式上架各大应用商城,截至 2022 年 2 月 11 日,数字人民币 App(试点版) 安装量达 1694.9 万。

报告认为,数字人民币试点工作稳步推进,得益于接入头部平台交易流量,打通平台间支付壁垒,拓展多元融合支付场景。截至 2021 年末,已有 50 余款第三方平台支持可选数字人民币进行消费交易,包括支付宝、微信、美团、京东、滴滴出行等,初步形成了一批可复制、可推广的应用场景。

来源:《电商报》 编选:《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 25 日

北京 2021 年直播带货虚假宣传占比超 3 成

日前,北京市消费者协会发布《直播带货消费维权舆情报告(2021)》(以下简称《报告》)北京市消费者协会副秘书长陈凤翔在线上发布会上表示,2021 年全年,北京市消费者协会 96315 热线共受理有关直播带货消费者投诉 2026 件,比 2020 年受理投诉数量 1021 件增加了 9843%。

《报告》指出,汇总分析舆情数据发现,在直播带货投诉整体数量上,虚假宣传问题最多,占比 36.88%。《报告》显示,在涉及抖音、京东、快手、蘑菇街、小红书、淘宝、苏宁易购、微博、拼多多等 9 家平台的直播带货消费维权舆情数据中,涉及抖音的消费维权舆情最多,占比高达 37.56%;其次是淘宝,占比 28.38%;快手排第三,占比 10.07%。

来源:《北京商报》 编选:《电子商务动态》编辑部 2022 年 03 月 02 日

京东首次跻身全球零售十强

近日，德勤发布最新研究报告《2022 全球零售力量》。报告显示，基于公开数据评选，京东、阿里巴巴新零售与直销、唯品会、永辉超市、物美、国美等中国企业入围全球零售 250 强。其中，京东首次跻身全球零售十强。

德勤亚太消费品与零售行业相关负责人表示，由于疫情下消费者普遍“宅家”消费，电商成为零售持续增长的驱动因素。今年，中国零售商首次跻身全球零售十强，同时，京东、唯品会、永辉超市和物美等企业还入围了全球 50 家增速最高的零售商名单，反映出提高线上销售能力的重要性，电商运营已成为零售商不可或缺的能力。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 03 月 02 日

阿里巴巴全球年度活跃消费者约 12.8 亿

2 月 24 日，阿里巴巴发布了截至 2021 年 12 月 31 日的 2022 财年第三季度财报，财报显示，截至 2021 年 12 月 31 日的十二个月，全球阿里巴巴生态系统的年度活跃消费者达到约 12.8 亿，较截至 2021 年 9 月 30 日止 12 个月增加约 4,300 万。

其中，9.79 亿消费者来自中国市场，以及 3.01 亿消费者来自海外，单季净增加分别超过 2,600 万及 1,600 万。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 25 日

拼多多与央视联合直播带货 累计观看量达 1300 万

日前，央视新闻联合拼多多举办拼多多百亿补贴直播带货专场活动，为全平台网友推荐精品国货。统计数据显示，截至当晚 22 时，本场直播观看量累计 1300 万，海鸥、回力、百雀羚等单品的平均日销量同比增长超 370%，并带动平台新国潮、老字号等产品增长超过 240%。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 21 日

快手电商生态带动就业机会 923 万个

3月2日，中国人民大学课题组发布《短视频平台促进就业与创造社会价值研究报告》，报告测算结果显示，快手平台共带动就业机会总量为3463万个。其中，快手直接带动的就业机会共2000万个，主要来自内容创作者的就业机会；另一类为快手电商生态和内容生态拉动的就业机会共1463万个，包括电商生态带动的就业机会923万个，内容生态带动的团队就业、MCN机构、直播公会、代理商、服务商等机构就业机会540万个。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年03月03日

2021 年 5000 个海外新品牌入驻天猫国际

作为跨境电商新业态的天猫国际，持续吸引进口品牌挖掘跨境市场机遇。2021年，5000多个海外新品牌通过天猫国际进入中国市场，其中2000多个中小品牌成功试水中国市场实现月销超10万元。

相比传统进口模式，借助跨境电商进行新品牌、新品孵化，能简化调研定位、申报推广等环节，商品进入市场的流转、反馈周期缩短，极大降低试错成本，同时天猫国际在物流、仓储、供应链等进口服务能力上的提升，也为品牌入华提速。

2022年开年，外资企业持续加码中国市场，天猫国际迎来一波“开店潮”。欧莱雅集团旗下品牌理肤泉、薇姿、NYX Professional Makeup、IT Cosmetics入驻开设官方“海外旗舰店”。

据天猫国际美妆总经理邹晓冉介绍，海淘人群对全球同步上市的“新品”非常关注，在跨境电商第一时间孵化新品、试水新品牌，几乎成为大集团寻求新增长的共识。

来源：“天下网商” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年03月03日

2022 年东南亚电商销售额将达 896.7 亿美元

根据全球知名的市场研究机构 eMarketer 研究数据显示，2022年，东南亚的电商销售总额将达到896.7亿美元，比去年增加153.1亿美元。到2023年，该地区将突破1000亿美元大关，远高于2019年的372.2亿美元。

eMarketer 称，鉴于其他地区增长放缓，东南亚地区电商增长将更加突出，2022 年东南亚电商将增长 20.6%，为全球最高。另外一个突破 20% 门槛的地区则是拉丁美洲。

eMarketer 数据显示，2023 年，整个东南亚大部分地区的电商销售增长将下降，但整个地区仍有 14% 的增长率。此外，eMarketer 预计，2023 年拉丁美洲将以 16.1% 的电商增长引领全球。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 24 日

2022 年美国电商将首次破 1 万亿美元

根据全球知名的市场研究机构 eMarketer 的预测，2022 年美国电商销售额将首次超过 1 万亿美元，总计 1.065 万亿美元，占零售总额的 15.9%。从 2022 年到 2025 年，在线买家的平均支出将以 11.6% 的复合年增长率增长，达到近 7000 美元。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 28 日

【专家视点】

李鸣涛：大力发展数字商务 推动数字中国建设

日前，中央网络安全和信息化委员会印发了《“十四五”国家信息化规划》(以下简称《规划》)，对我国“十四五”时期信息化发展作出部署安排，从总体上为我们描绘了未来五年“数字中国”的建设图景和实施路径。《规划》提出要大力发展数字商务，促进产业数字化转型发展。

数字商务是商务活动数字化的总称，是我国数字经济的重要组成部分。近年来我国电子商务发展迅猛。国家统计局最新数据显示，2021 年全国网上零售额已达 13.1 万亿元，比上年增长 14.1%。其中，实物商品网上零售额达 10.8 万亿元，增长 12.0%，占社会消费品零售总额的比重上升为 24.5%。电子商务已成为数字经济和实体经济的重要组成部分，是催生数字产业化、拉动产业数字化、推进治理数字化的重要引擎。

如果对应数字经济的产业数字化和数字产业化构成，电子商务就是数字商务的数字产业化部分，其未来的发展方向和增长空间必然会聚焦于如何促进传统商务活动的数字化和持续

催生新的数字商务模式。因此，充分发挥电子商务的先导和拉动作用，促进数字商务发展，可以有力支撑我国数字经济发展和数字中国建设。

首先，应高度重视数字商务在数字中国建设中的关键作用。电子商务在畅通国内外经济循环方面发挥了重要作用。电子商务搭建形成了网上统一大市场，打破了时空限制，依托前端活跃的网上消费，促进商品、信息、资金的快速流转，大大加速了生产、流通、消费的社会生产循环过程。电子商务依托平台生态及数据要素在生产与消费间建立起快捷的直通通道，通过开展 C2M 订制促进产销 DTC 化，带动了一大批“新国货”品牌加速涌现，已经成为我国制造业转型升级的典型代表。跨境电商在畅通国际国内双循环方面的作用不容忽视。以国内不断升级的巨大消费需求为牵引，通过跨境电商进口供应链组织全球优质商品进入国内市场，持续释放中国经济增长红利，带动全球经济发展；通过跨境电商出口打造中国外贸出口增长的第二曲线，同样依托贴近市场和需求的优势，可以更好地组织国内产业链供应链资源，建立网上市场的中国渠道，支撑中国品牌建设，服务我国制造业的全球化发展。无论是国内电商还是跨境电商，都是在国内需求、生产制造和服务供给、国际需求间搭建起数字化新通路，不断依托自身的数字化优势在做强自身产业链的基础上，推进生产要素的快速流动和精准匹配，促进商务活动的数字化转型和场景创新，对于数字经济发展与数字中国建设可以发挥很好的支撑作用。

其次，要注重以高质量的数字商务打造实体经济数字化转型的关键动力。促进实体经济的数字化转型是落实以供给侧结构性改革为主线的重要体现，实体经济的数字化程度将会是未来一个国家经济竞争力高低的重要指标，也将是信息化建设的重要成果。长期以来，我们在广泛布局信息化基础设施的基础上，大力推进信息化应用，信息技术在提升效率、改善管理、优化配置等方面的作用日益显现。但同时，实体经济与数字化技术融合程度还远远不够，实体经济亟需从初步的数字化应用向深层次的数字化转型转变，在这个过程中，找准实体经济进行深层次数字化转型的驱动力非常关键。

我们看到无论是电商大数据服务，还是 C2M 订制生产，以电子商务为核心的数字商务一直处于促进实体经济数字化转型的最前沿，通过销售和采购的数字化形成了促进实体经济全链条数字化的强大驱动力。“十四五”时期也是我国电子商务从高速发展向规范发展转型的关键阶段，网民数量红利趋减后实体经济数字化转型的红利期已经到来，电商产业未来的增量空间一定是面向实体经济的数字化转型，通过自身的高质量发展带动和促进数字商务、数字经济的发展。

第三，要找准以数字商务推进数字中国建设的关键结合点。数字商务一直是数字化程度

最高的产业领域之一，在数字中国建设过程中可以发挥自身作为典型数字化产业的示范作用，以服务化带动和促进三次产业数字经济的发展。

1.以电商大数据促进数据要素深度应用。当前我国在数据资源开发利用方面拥有非常大的潜力，依托国内巨大消费市场和人口规模所形成的庞大数据资源，是进一步提升我国数字经济发展水平和数字政府治理能力的重要支撑。特别是电子商务大数据，已经是我国最为成熟的数据资源应用领域之一，各大电商平台企业依托累积的海量电商交易数据，积极探索电商大数据深度应用，如阿里巴巴提出的新商业操作系统，京东的开放供应链服务等，都在深度发掘数据价值方面作出了尝试，也带动了第三方电商大数据服务产业的快速发展，这已成为电商平台企业开放发展的重要趋势。

因此，可以通过政策引导和支持，在做好数据底层标准规范的基础上，积极支持基于多种类型的第三方数据服务业发展，进一步形成良好的大数据服务生态，大力提升包括政府数据资源在内的各类数据要素开发应用水平。

2.以农村电商促进乡村振兴。农村电商以满足农村老百姓网络消费为牵引，聚焦农村地区特色产品上行销售和农村文旅资源开发，在促进农村消费、帮助农民增收和带动农村地区产业融合等方面均发挥了不可替代的重要作用。继续大力发展农村电商，完善农村地区的电商基础设施条件，打造农村电商可持续发展新动力，也将成为带动农村地区数字化基础设施建设，发展农村数字经济，助力乡村振兴的有力抓手。

3.以生产性服务业电商促进制造业数字化转型。在促进制造业数字化转型方面，一方面我们看到，电商平台企业积极布局。另一方面，大型生产制造企业也在积极发展行业性电商服务平台。

因此，大力发展生产性服务业电商可以发挥互联网优势，有效组织行业分散的生产与服务资源，实现网络化协同，促进行业效率提升和资源复用，打破企业边界，拓展行业服务，进而带动生产制造企业内部的数字化管理、智能化生产满足个性化定制等新需求。

4.以电商新模式带动服务业数字化转型。模式创新、场景创新、业态创新一直是电商领域创新发展的重要方向。疫情期间，直播电商、内容电商、社区团购爆发式增长，线下新零售也呈现较大发展潜力，这些新模式展现出我国电商产业发展的巨大活力和广阔的发展空间，已经成为我国引领全球电商应用的重要领域。在创新方向上，与线下实体空间、实体服务资源的深度融合已经成为主要趋势，如直播带货中的店播、厂播、村播日益成为主流，社区团购与线下便利店广泛结合等，相应的传统服务业企业的电商应用比例也持续提升，通过电商新模式的增量，有力带动大量的传统服务业企业实现平滑的数字化转型。

5.以电商新规则推动数字领域国际规则建设。《规划》高度关注数字经济领域的国际规则制定，“推动高水平走出去”，提出要“积极参与世界贸易组织与自由贸易协定谈判，以及二十国集团、亚太经合组织、金砖国家等多边机制合作”“加快推进电子商务、数据安全、数字货币、数字税等相关国际规则和标准研究制定”。在这方面，国际电子商务规则合作可以成为数字经济规则的先导。

截至目前，我国已与 23 个国家签署“丝路电商”合作备忘录，建立起广泛的电商国际规则合作渠道；在已生效的 RCEP 电子商务章节中确立我国电商国际规则的基本原则，积极加入 WTO 电子商务规则谈判，在中外 FTA 谈判中加入电子商务领域规则内容；利用世界海关组织渠道推进跨境网络零售的规则标准等。这些都可以成为未来推进我国加入 CPTPP、DEPA 等数字经济领域更高水平国际规则体系的有力基础。在建设高质量“数字丝绸之路”过程中，利用我国电商产业优势和线上大市场优势，主导并推进中国电商规则成为国际数字经济规则的重要组成部分。

综上所述，以电商为核心的数字商务在普及数字消费、推进数字生活、助力数字生产、促进乡村振兴、引领开放合作等方面的重要作用日益凸显，发挥好电子商务的先导作用，可以作为《规划》实施过程中的重要抓手，凝聚政府与市场合力，聚焦不平衡、不充分问题的解决，共同服务于人民群众对未来美好生活向往这一最终目标。

（李鸣涛：中国国际电子商务中心电子商务首席专家）

来源：“中国网信网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 03 月 02 日

促进跨境电商新业态行稳致远

近日，财政部等部门发布公告，自今年 3 月起，优化调整跨境电子商务零售进口商品清单。此举有利于促进跨境电商新业态健康发展，促进各国共享中国市场机遇，也将更好满足人民对美好生活的需要。

近年来，为营造更加稳定、可预期的政策环境，促进跨境电商零售进口持续健康发展，我国对跨境电商零售进口作出了一系列制度安排。跨境电商零售进口商品清单经过多次调整，商品税目数量不断增加、类别更加丰富，有利于促进跨境电子商务业态发展，推动贸易高质量发展。本轮调整有效衔接此前规定，维护了制度的一致性和权威性，也体现了我国履行相关国际公约的严肃性。

优化跨境电商零售进口商品清单，有利于促进跨境电子商务业态发展，丰富国内市场供

给，更好满足人民美好生活需要，同世界共享市场机遇。业内人士指出，商品纳入清单后，消费者即可通过跨境电商的方式进行购买，更好满足国内消费需求，也压缩了假冒伪劣商品空间。政策调整后，更多品质化、多元化消费需求将会得到更好满足，这也适应了居民高质量消费的要求。

近年来，我国在贸易、通关便利化等方面实施了一系列鼓励措施，在激发进口潜力、加快跨境电子商务等新业态新模式发展的同时，监管方面坚持“鼓励创新、包容审慎”的原则，有力推动了跨境电商的快速发展。接下来，应继续充分考虑行业发展的阶段和特点，积极扩大进口，释放内需潜力，把强大国内市场打造成自身发展的主引擎、共同发展的加速器。

下一步，应继续坚持包容审慎原则，保持政策连续稳定。实践证明，相关监管原则总体符合行业特点，继续稳妥实施，为行业营造稳定的政策环境。同时，要合理划分各方责任。进一步明确参与跨境电商零售交易的各方责任，有利于更好地维护消费者的合法权益，也有利于行业健康发展。此外，还要加强信息沟通，强化事中事后监管。根据跨境电商零售进口交易信息电子化、可记录、可追溯的特点，企业要建立健全质量安全风险防控机制、商品质量追溯体系等，并如实向监管部门传输电子信息，配合监管部门开展质量风险监测，防控质量安全风险。

来源：《经济日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 03 月 02 日

盘点直播带货的现状、问题与对策

在新冠肺炎的影响下，营销环境和消费环境均发生改变，直播带货交易规模呈现爆发式增长。

（一）直播带货的现状

我国的电商直播起始于 2016 年，2018 年，中国短视频带货和电商直播带货开始发展，到 2019 年，直播电商出现爆炸式增长，被标记为“电商直播元年”。传统直播模式下的游戏直播、秀场直播等增速开始放缓，电商加入直播行业，成为电子商务的新风口。2020 年疫情期间，直播抓住用户流量红利，“国家队入场”、各级卫视和明星加入直播带货，直播电商的交易规模快速增长。

1. 年轻用户成直播带货消费主力，500 元以下商品最畅销

数据调查发现，在具有网络直播购物能力的用户中，18~22 岁的用户最多，其次是 23~30 岁的用户。年轻群体对新鲜事物的接受度较高，乐于观看网络直播并进行购买行为，成为直

播带货的消费主力。此外，在消费金额上，86.67%的用户通过直播带货平均每次消费的金
额在 500 元以下。

2. 电商型 MCN 机构快速增长，助推直播带货产业化发展

MCN (Multi-Channel Network, 多频道网络) 最早源于美国视频网站平台 YouTube, 产品
形态为多频道网络，是能将不同频道、类型、形式的内容联结起来，并帮助内容创作者提供
商业化变现的组织。而国内的 MCN 是聚合网红的机构，它在包装网红的基础上，提供推广
和营销等服务，并从与网红、平台的合作中分成，从广告费和粉丝消费中获取收益。随着直
播行业的发展，在 MCN 机构的低准入门槛和规模化聚集效应的驱使以及各方政策、资本的
扶持下，MCN 机构自 2017 年开始数量快速增长，并推动直播带货朝着专业化方向发展。同
时，专业 MCN 机构在聚合资源、优化内容、拓展产业链条上发挥独特作用，助推直播带
货向生态化整合，向产业化发展。

3. 直播带货交易规模快速增长

一方面，新冠肺炎疫情使得营销环境和消费环境发生改变，线下销售模式纷纷转为线上，
直播电商交易规模呈现爆发式增长，另一方面，直播带货行业规模仍未饱和，发展空间较大，
预计未来两年仍会保持较高的增长态势。

（二）直播带货面临的问题

直播带货带动了经济的增长拉动了国家在疫情后的经济快速复苏。但是随着直播带货的
几何增长，也带来了直播带货的行业混乱。

1、主播质量良莠不齐

直播带货异军突起，发展迅猛，吸引大量劳动力纷纷加入直播带货行业。加上直播平台
准入门槛低，这不可避免地导致直播带货主播们的专业能力及道德修养参差不齐。

2、夸大事实虚假宣传

“货不对板，产品与直播间描述不符”，为了增加商品的销量，虚增产品荣誉、虚构产
品性能甚至成为直播带货的常态。

3、产品质量不达标

近几年，网络直播带货质量“翻车”的现象层出不穷，直播带货商品质量问题不容忽视。

4、售后维权难以保障

一方面，一些直播平台利用微信、支付宝等第三方交易平台进行商品交易，并没有直接
干预消费者与运营商之间的交易活动。此时，消费者与网络主播的交易记录仅显示为微信、
支付宝的转账记录，因微信不属于正规的网络交易平台，没有经营资质，微信转账行为实质

上属于自然人之间的个人交易。这种越过直播平台的交易，使商家很容易抵赖和逃避责任。再加上直播模式具有隐匿性，本身就不易取证，消费者在发现商品问题后很难联系主播或商家解决售后问题，消费者单凭自己维权成功的可能性较低。

另一方面，直播主体责任的界定不明确，加大了消费者维权的难度。电商直播通常涉及主播、网络服务平台、制造商和第三方推荐者。其中，直播带货行业对主播没有明确的准入门槛和职责要求，主播可能同时承担商家、广告代言人等多重身份。消费者在直播购物的纠纷发生后，消费者和监管机构无法确定具体的责任人，加大了维权和监管的难度。

三、完善直播带货的对策

（一）立法先行，优化政府监管体系

目前，对于直播带货尚未有专门的执法部门进行监管。从当前情况来看，行政机关的监管存在多龙治水的弊端，国家互联网信息办公室承担主要监管责任，工信部、公安部、广播电视总局等多头参与监管。这种现状导致了权责交叉、监管留白等问题，降低了行政效率。因此，各监管部门必须明确职责，切实分配好不同行政部门的职权范围。强化必要的职能部门并敢于赋权，取消不必要的行政机构监管权，简化、优化直播带货政府监管体系。

同时，进入 2021 年以来，国家各部门加快立法，积极整顿直播带货行业，直播带货不再是法律真空地带。

（二）建设行业自律体系，促进行业自洁

要解决直播带货存在的问题，不仅要靠行政监管这一手段，行业自律体系的建设也是不可缺少的一环。总体而言，推动和实行直播带货行业自律，直播平台应履行好主体责任，利用自身的平台优势和数据资源加强直播带货模式的规范建设。电商直播平台和社交直播引流平台都应建立对商户、主播、MCN 机构的合法性审核制度，不断完善风险控制、功能限制和禁止、保证金扣除等具体平台监管体制和规划，进一步完善直播带货售后保障体系。对于主播，在专业素养上，严格选品，加强对特定垂直领域的了解，关注消费市场动向。

此外，带货主播应该提高责任意识，对商家、平台负责，更要对消费者负责，保持消费者对它的信任和支持，维护行业信誉和形象。

（三）扩大公民参与，引导社会监督氛围的形成

应当完善直播带货的社会监督体系，接受公众举报，简化消费者的维权手段，保护消费者的知情权、选择权与监督权等合法权益。

来源：《经理人杂志》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 03 月 02 日

【悦读电商】



跨境电子商务法律法规

内容简介

本书依据最新的跨境电子商务相关法律法规编写而成，将法律法规内容与案例分析相结合，力求体现跨境电子商务相关法律法规的特点。

本书主要内容包括电子商务法及其立法情况概述、跨境电子商务平台规则、电子商务合同及其相关法律法规、跨境电子商务支付结算及其相关法律制度、互联网广告及其相关法律法规、跨境电子商务物流及其相关法律法规、知识产权保护及其相关法律法规、跨境电子商务税收及其相关法律法规、

电子商务消费者权益保护及其相关法律法规、跨境电子商务海关监管及其相关法律法规、跨境电子商务检验检疫及其相关法律法规。



5G 新动能：数字经济时代的加速器

内容简介

为了适应多样化的业务需求，实现真正意义上的万物互联互通，5G 网络不仅对网速提出了更高的要求，同时还对接入密度、网络延迟、可靠性等方面提出了更高的要求。作为新一代通信网络标准，5G 的商用普及将进一步推动万物互联与数据泛在化的发展，为各行各业赋能，成为数字经济时代的加速器。

为了更好地帮助读者了解 5G 及其对各产业链和社会生活的重要影响，本书不仅介绍了 5G 相关知识，还介绍了许多融合了 5G 技术的新应用案例，以展现新的科技发展潮流，提升读者对 5G 的认识水平，让读者跟上 5G 时代的发展潮流，同时也为企业探索 5G 融合应用提供理论与技术支持。

编辑部地址：中山南路 1088 号南浦大厦四楼

邮政编码：200011

上海市电子商务和消费促进中心内

电话：021-63685517