

电子商务动态

● 行业资讯

- 国务院：加快数字化建设，形成更多商贸流通新平台新业态新模式.....2
- 商务部：做好 2022 年典型电子商务服务企业统计调查监测分析工作.....3
- 上海市监局：规范疫情防控期间“社区团购”价格行为.....4
- 上海努力打通堵点，提升电商平台产能和运力.....5
- 上海部分商超企业电商平台加快复工步伐.....6
- 互联网办公软件成为居家办公的重要抓手.....14

● 政策法规

- 五部门联合发文加快推进冷链物流运输高质量发展.....17
- 上海市市场监督管理局发布疫情防控期间电商经营活动合规警示.....17

● 数据观察

- 国家统计局：一季度全国网上零售额 3.012 万亿元.....19
- 海关总署：一季度我国跨境电商进出口 4345 亿元 同比增长 0.5%.....20
- 上海各主要电商平台配送订单量十日内增长 100 万单.....21
- 2021 年汽车电商市场规模突破 1.2 万亿元大关.....22
- 截至 2021 年末京东平台入驻老字号品牌占比超 84%.....24
- 2022 年奢侈品牌线上销售额将突破 2200 亿人民币.....25

● 专家视点

- 刘晖：老字号搭上时代快车.....29
- 多国加快推广数字支付.....30

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】

国务院：加快数字化建设，形成更多商贸流通新平台新业态新模式

近日，《中共中央国务院关于加快建设全国统一大市场的意见》正式发布。《意见》明确，要加快数字化建设，推动线上线下融合发展，形成更多商贸流通新平台新业态新模式；推动国家物流枢纽网络建设，大力发展多式联运；大力发展第三方物流，支持数字化第三方物流交付平台建设，推动第三方物流产业科技和商业模式创新，培育一批有全球影响力的数字化平台企业和供应链企业，促进全社会物流降本增效。

《意见》提出，要推动交易平台优化升级，加快推进公共资源交易全流程电子化，积极破除公共资源交易领域的区域壁垒；加快推动商品市场数字化改造和智能化升级，鼓励打造综合性商品交易平台。

《意见》指出，要加快培育统一的技术和数据市场，建立健全全国性技术交易市场，完善知识产权评估与交易机制，推动各地技术交易市场互联互通。加快培育数据要素市场，建立健全数据安全、权利保护、跨境传输管理、交易流通、开放共享、安全认证等基础制度和标准规范，深入开展数据资源调查，推动数据资源开发利用。

此外，《意见》还提出，要加强市场监管行政立法工作，完善市场监管程序，加强市场监管标准化规范化建设，依法公开监管标准和规则，增强市场监管制度和政策的稳定性、可预期性，对互联网医疗、线上教育培训、在线娱乐等新业态，推进线上线下一体化监管等。

来源：“中国政府网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 11 日

国务院：电商平台和快递企业要提高作业场地精准防控水平

日前，国务院《关于切实做好货运物流保通保畅工作的通知》正式发布。《通知》强调，为保障货运物流运输畅通，涉疫地区要将邮政、快递作为民生重点，切实保障邮政、快递车辆通行；建立健全重点物资运输车辆通行证制度，全国统一格式、网上即接即办。

《通知》要求，电商平台和快递企业要提高作业场地的精准防控水平，有条件的地区可增设无接触投递设施，防止出现邮件快件积压等情况。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 12 日

商务部：做好 2022 年典型电子商务服务企业统计调查监测分析工作

为贯彻落实好“十四五”规划部署，不断提升各地方商务主管部门电子商务统计监测工作水平，推动电子商务健康有序发展。日前，商务部办公厅发布《关于做好 2022 年典型电子商务服务企业统计调查监测分析工作的通知》。

《通知》指出，典型电子商务服务企业调查统计（以下简称典调）工作依托国家统计局备案批准的《商贸服务典型企业统计调查制度》（国统制〔2021〕40 号）依法开展。实施多年来，典调在全面反映电子商务服务业发展成效，推动地方建立符合自身实际的电子商务统计监测体系，服务地方开展行业管理、制定行业政策等方面发挥了重要的支撑作用。

为做好 2022 年典调有关工作，《通知》明确：

一要提高思想认识，确保统计制度落地。典调主要包括典型电子商务服务企业经营情况统计年报和月报。各地方要切实提高认识，积极做好典调企业的宣贯工作，明确企业报送数据的法律义务，充分调动企业的积极性与主动性，提升典调企业配合度，使统计工作合理有序开展，有效提高报送效率和报送质量；

二要优化样本结构，保证样本连续有效。各地要持续优化典调样本结构，扩充样本数量，保障样本合理有效，全面展现电子商务行业发展特点，于 4 月 30 日前完成典调企业名录调整工作。样本调整主要应遵循代表性、持续性、有效性原则；

三要加大培训力度，确保统计工作时效。典调工作通过商务部业务系统统一平台的“电子商务信息管理分析应用”开展。各地要全力提升对市、县级商务主管部门和典调企业的培训力度，确保统计人员准确理解指标含义，熟练掌握系统操作，按规定及时准确填报各项数据。同时做好企业报送监督和数据审核工作，加强对企业报送数据的审核力度，运用多种校验方法，逐项检查企业报表，确保统计数据真实性、准确性及完整性；

四要抓好成果应用，做好部省共建共享。各地要及时总结本地区电子商务发展情况和特点，分析存在的问题，提出有针对性、可操作的政策建议，认真撰写本地区年度电子商务行业发展报告，并于 6 月 30 日前报送商务部。同时，商务部会定期向地方共享统计工作手册和统计数据，协助各地完善电子商务统计监测分析制度体系。统计基础相对扎实的地方，可以积极与我部分享统计基础数据，比对统计口径和统计方法，加强统计分析互动交流，形成数据上下流动、相互补充的良性循环，共同推进数据资源共享。

来源：“商务部电子商务司” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 11 日

工信部：支持符合条件的工业互联网企业上市

4月13日，工信部网站发布《工业互联网专项工作组2022年工作计划》。《计划》提出，支持符合条件的工业互联网企业首次公开发行证券并上市，在全国股转系统基础层和创新层挂牌，以及通过增发、配股、可转债等方式再融资；支持符合条件的企业发行公司信用类债券和资产支持证券融资；拓展制造业企业和工业互联网企业债券融资渠道；鼓励工业互联网企业通过知识产权质押融资方式融资等。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022年04月13日

上海市监局：规范疫情防控期间“社区团购”价格行为

当前，“社区团购”为助力市民生活物资保障，解决保供“最后100米”发挥了积极作用。为进一步规范“社区团购”价格行为，使“社区团购”更好满足市民需求，日前，上海市市场监督管理局结合近期相关价格投诉举报，对“社区团购”组织者、相关经营者发布提示：

一要加强价格自律，守法依规经营。相关组织者、经营者应当严格遵守《中华人民共和国价格法》《关于商品和服务实行明码标价的规定》《禁止价格欺诈行为的规定》，以及《关于疫情防控期间认定哄抬价格违法行为的指导意见》等价格法律、法规及政策，落实主体责任，守法依规经营，根据生产经营成本，为消费者提供价格合理的商品和服务，维护正常的市场价格秩序。

二要规范明码标价，真实说明信息。相关组织者、经营者应当按照规定明码标价，销售商品应当标示商品的品名、价格和计价单位等。

对以套餐形式销售商品的，在标明销售总价的同时，应当标明所含商品的品名和数量。其中，销售主副食品套餐，应当标明所含蔬菜、肉类、乳制品等品种、数量、规格（重量、体积）等与价格密切相关的具体明细信息。套餐内商品具体品种难以确定的，应列举套餐中可能包含的商品品种。

对于另行收取打包费、配送费等服务性费用的，应当标示服务项目、价格及计价单位，不得在标价之外加价出售商品，不得收取任何未予标明的费用。

三要优化组织管理，保障消费者权益。“社区团购”组织者，要积极倾听百姓声音，持

续优化团购组织管理，对相关经营者提交的行政许可、身份、地址、联系方式等真实信息进行核验登记，明确售后服务联系人和联系方式，及时协调解决漏发、错发、退款等问题。

对于因套餐内商品临时短缺等客观因素，发生套餐内商品品种、数量、规格、价格等与销售时发生变化的，相关组织者、经营者应在发货前提前告知消费者，并明确取消订单、退差价等方式，供消费者选择。

市场监管部门将综合运用提醒告诫、政策指导、诚信自律、行政处罚等手段，加强对“社区团购”价格行为监管。市民如发现“社区团购”涉嫌价格违法的，请及时拨打 12315 或者 12345 举报，市场监管部门将依法予以查处。

来源：“上海市市场监督管理局” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 10 日

上海努力打通堵点，提升电商平台产能和运力

新华社记者 4 月 16 日举行的上海市疫情防控工作新闻发布会上了解到，上海正在努力打通堵点，帮助电商平台提高产能和运力，做好保供应工作。

上海市商务委副主任刘敏说，受疫情影响，一段时间以来，上海线上购物难的问题突出，这主要是因为很多外卖骑手被封控在小区里，一些大仓因防疫要求而暂时关闭，这些都让电商保供能力没法很好得到释放，“现在上海正在努力打通堵点，在符合防疫要求的前提下，帮助电商平台提高产能和运力。”

刘敏介绍，上海正在努力恢复运力，推动电商平台大仓、前置仓等商业节点网点应开尽开。目前，上海电商平台非涉疫大仓已恢复营业 42 个，非涉疫前置仓恢复营业 779 个，外卖骑手在岗人数 1.8 万多人，每天的配送单量 180 万单左右。与此同时，超市卖场等重点保供企业的线下门店也在逐步恢复营业。截至 4 月 15 日，重点超市卖场的非涉疫门店开业 1011 家，上岗员工数量较前期增长 37%。

刘敏介绍，为了进一步提升配送效率，上海部分超市卖场推出米面粮油、蔬菜瓜果、洗护用品等多种家庭保供套餐，与街镇居委会对接或者通过企业 App 采集社区居民需求订单，然后由门店分拣配货，通过第三方物流公司配送到社区。比如，百联集团进行“集采集配”，累计供应“市民礼包”等保供物资 150 万份，与中国邮政、顺丰等大运力物流企业合作，送到居民社区。家乐福则与大众物流合作，投入 40 多辆小型货车，累计服务超过 300 个小区，日均订单量较前期增长 38%。

来源：“新华社” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 17 日

上海邮政联手永辉、美团等平台为市民提供蔬菜保供套餐

据澎湃新闻报道，为进一步助力抗疫，近日，上海邮政联手东方购物、来伊份、永辉超市、家乐福、华润万家、美团、饿了么、叮咚买菜等商超、平台，为市民提供蔬菜保供套餐。

截至4月10日，上海邮政累计运送民生保供和防疫物资5000多吨，服务各类单位和小区近2000个，惠及市民超过200万人。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022年04月11日

上海部分商超企业电商平台加快复工步伐

4月11日，《解放日报》记者从上海市部分商超企业、电商平台获悉，目前，企业正在市、区商务部门的指导下，在封控区和管控区，在严格落实防疫措施的前提下，应开尽开，关门不停业，线上下单、线下理货，集订集送，保障供给。

更多前置仓超市卖场加入

联华超市副总经理董刚告诉记者，在市、区商务部门的指导下，联华超市又增加了61个门店投入复工复产，对口区、街镇的保供任务，开展线上业务，缓解不少社区居民的燃眉之急。

叮咚买菜宝山区域负责人张伟伟告诉记者，宝山区原来共有29家前置仓，受疫情影响，其中15家暂停营业。在收到有关部门的通知后，他们第一时间通知区域内的站长们，准备开业事宜，并统计一线员工名单，为员工申请保供通行证，积极与居委会进行沟通，帮助他们重返保供第一线。

另据记者从山姆会员商店获悉，在所在区政府的大力支持下，山姆会员商店严格落实防疫措施，除青浦店坚持运营以外，北蔡店已复工，并扩大了服务覆盖范围，外高桥店也在为复工积极准备。

保供企业积极补货补人

联华超市是本轮疫情以来最早推出“保供套餐”的重点保供企业，最初，他们推出的套餐只有60元和100元两种副食品套餐，而为满足上海市民因为封控时间延长，生活物资的需求，套餐的范围已经从主副食品拓展到了日用品、休闲食品、防疫物资等大类。

记者从京东方面了解到，京东在上海又陆续调配2000多位京东快递小哥等一线抗疫保供

人员，为运营保障和物资派送提供服务。

菜鸟在上海的配送运力正在增加，本轮疫情以来，菜鸟持续在为盒马提供门店和仓到社区的配送，累计发车已近 800 车次，运送物资近 200 万件。

来源：《解放日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 12 日

滴滴携手上海徐汇警方成立抗疫保障车队

近日，上海徐汇警方携手滴滴公司成立了由 19 名司机组成的公益性爱心专车服务小队，免费运送回家有困难的患者，缓解患者打车难问题。

据悉，徐汇警方为辖区内 19 位网约车司机办理了人员转运的临时通行证，确保运送患者回家之路畅通无阻。不过，目前运力有限，服务倾向于包括重症、老年病患和特殊困难的群体，且必须满足离家距离较远、并持有 48 小时核酸阴性证明的要求。

徐汇公安分局相关负责人表示，指挥中心和现场巡警在接处警和巡查当中，会发现困难特殊群体，由指挥中心来指派和调用这些爱心专车，来为一些有特别急难愁盼的市民提供免费的服务。有需求的群众可以拨打 110 求助，警方研判是否安排“爱心专车”，如符合求助条件的则安排上车启程。

目前，该车队主要投放在中山医院、肿瘤医院和第六人民医院三所三甲医院附近。下一步，徐汇警方还将进一步加强与各方的沟通协调，争取继续壮大这支爱心车队。

来源：《新民晚报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 11 日

顺丰成为上海市生活物资保供物流企业

近日，上海市商务委员会印发《浙江省平湖市、江苏省昆山市和上海市西郊国际生活物资中转站使用指引》的通知。《通知》指出，为切实做好疫情期间生活物资保供工作，上海市在浙江省平湖市、江苏省昆山市（市外中转站）和本市西郊国际批发市场（市内中转站）设立了生活物资保供中转站，对外省市入沪生活物资运输车辆和人员全程落实闭环管理，提供“无接触”物流服务，确保生活物资运输通畅。

据了解，市外中转站方面，顺丰物流公司作为上海市生活物资保供物流企业，为上海市疫情防控生活物资保障企业（以下简称“保供企业”）提供物流服务。

保供企业可以选用顺丰物流公司，将外省市生活物资运抵中转站后，采取甩挂接驳“无接触”作业方式转运至上海指定地点；也可以选用其他物流公司，将外省市生活物资抵中转站后，由顺丰物流公司采用甩挂接驳“无接触”作业方式转运至上海指定地点。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 18 日

上海嘉定京东“亚洲一号”仓库重启

近日，经相关部门批准，在严格落实相关防疫措施的前提下，位于上海嘉定区兴邦路 1111 号的京东“亚洲一号”仓库按下“重启键”，开始封闭式管理运作。

据悉，嘉定京东“亚洲一号”是国内最大的电商物流“大仓”之一，是京东长三角地区最重要的物流枢纽。由于此前该地点被列入疫情通报名单，“亚洲一号”一度停摆。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 19 日

支付宝多措并举助力上海抗疫

疫情以来，一线核酸检测工作压力倍增，为方便上海市民特别是老年人做核酸，提升一线检测效率，近日，支付宝的志愿者团队设计了简洁易懂的健康云核酸检测服务使用指南，在 3 天内贴到全市 2700 个社区及 200 余家医疗机构，为社区工作者与防疫人员分担工作压力。

同时，支付宝在首页推出“上海一站式防疫服务”，并设立慢病复诊配药专区，为居民在线就诊、快递收取药品等服务。

此外，支付宝公司通过蚂蚁公益基金会向上海市医务工会、上海尚医医务工作者奖励基金会（上海市医务工会下属基金会）捐赠 2000 万元，用于奖励、慰问奋战于疫情防控一线的医务工作者。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 08 日

饿了么“全能超市”首登上海

近日，面对上海抗疫形势，饿了么快速推出“全能超市”新服务。据介绍，通过稳定持

续的生鲜等商品供给能力，“全能超市”正通过“社区集采+定点配送”的服务模式保障更多社区的生活物资需求。

据了解，“全能超市”集采服务仍然采用志愿者招募模式，后台工作人员会根据小区防疫条件、志愿者服务能力等综合因素对报名志愿者进行筛选。符合配送条件的小区会安排有专门的小二负责下单、售后和社群的运营维护，志愿者只需要协助货品的分发。“全能超市”集采服务强调“安全配送”原则，其中包含入库检测消杀、库内安全生产、无接触库内交接、出库运输交接和无接触配送等各个流程的防疫操作。

同时，服务也正在加速产品端的线上化，不久后上海的用户将可以在饿了么 App 内找到“全能超市”的入口。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 08 日

圆通智能无人驾驶快递车在上海实行“无接触配送”

日前，圆通牵头的物流信息互通共享国家工程实验室，联合智能无人驾驶快递车品牌行深智能，紧急调运了一批智能无人驾驶快递车，入驻上海多个被封控的居民社区和办公园区，负责区域内点对点快递及其他生活物资配送。

据了解，该无人车可以根据设定的路径和点位，将快递及其他物资分别送到指定位置，并触发信息通知收件人领取，主要适用于住宅小区、商务大厦、商业区、工业小区等有内部道路通行的场所。据悉，此批无人车每次可载重约 500 公斤货物，车辆续航里程为 100 公里，基本可实现全天多趟运营。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 06 日

天猫聚划算上线“上海专属”保供会场

4 月 9 日，天猫、聚划算联合 40 余家在上海有配送能力及仓储的品牌商家，上线“上海专属”的保供会场，供应果蔬生鲜、牛奶、预制菜、大米等。此外，还有备受关注的口罩、防护服及婴儿纸尿裤等。

据了解，上海市民通过聚划算百亿补贴即可进入会场下单。保供商品均设置为团购模式，30 份到 60 份起拍，成团之后，将由商家统一配送至小区指定收货地点。参与的商家均为保

供应企业，获得上海通行证及物流专车。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 10 日

盒马 X 会员店向上海全市开通到店自提团购业务

盒马 X 会员店 4 月 14 日宣布，向上海全市开通到店自提团购业务，单次团购（每个套餐或单品）份数不少于 50 份。取货人需凭订单信息、身份证、48 小时内核酸检测阴性报告、健康码，自备车辆到店提货，取货人需符合通行政策要求。

关于到店自提服务流程，据介绍，有团购需求的用户，登录盒马 APP，进入到店自提页面，确认提货门店、团购份数，下单付款、到店自提。盒马表示，因门店人力有限，所有商品不提供分开打包服务、且套餐内的商品不做组合装袋。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 15 日

百度地图联合百度 APP 开通“上海抗疫互助通道”

4 月 14 日，针对居家隔离可能遇到的突发生活不便，百度地图联合百度 APP 紧急开通了“上海抗疫互助通道”，当地居民发布求助信息后，后台会协助扩散并尽快转达有关部门。

据悉，为了满足广大市民多样化的健康需求，百度地图还联合百度健康提供在线义诊、专家答疑、紧急找药等一站式健康管理服务。用户在“出行信息速报”专题页中，点击“健康关怀”即可进入相关页面。

此外，百度地图货车导航现已接入全国高速收费站出入口、服务区等最新动态管理数据。为司机师傅智能规划可通行路线并上线“货车疫情出行提示”功能，让司机师傅及时了解各地最新进出防疫通行政策。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 15 日

京喜上线“生活物资保障清单”保供会场

为保障全国各地区的城市基础民生物资供应，4 月 10 日零时，京东旗下生活消费商城京喜联手全国近 300 大源头产地产业带商家、知名品牌调集货源，在京喜 APP、京喜小程序上

线了“生活物资保障清单”保供会场，保障生活必需品供应充足。

与此同时，针对上海地区的市民，京喜上线了“上海专享”的保供会场，覆盖牛奶、蔬菜、肉蛋米面、母婴用品、奶粉等千款生活物资用品，最快 48 小时送达。在保供会场中，京喜还推出了“社区集采生活礼包”，包含一箱牛奶、8 斤或 10 斤的水果、蔬菜的套餐，由商家统一配送至小区指定收货地点。除了送达消费者，还能面向社区居委会等公共组织提供批量采购服务。针对参与上海保供的京喜 APP 商家，京喜还将提供相应的金融服务支持。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 11 日

菜鸟加开“助老专车”为上海养老院送菜

日前，菜鸟物流“助老专车”的运输货车抵达上海市虹口区阳曲街道的一家养老院，将一批新鲜食材送达等待生活物资的院方。接下来，菜鸟物流“助老专车”会前往位于虹口嘉兴、广中、江湾等街道的另外几家养老院送货。

据了解，4 月初以来，菜鸟调集在上海运力资源，保障抗疫及民生物资的配送，并为老年群体所需的物资开辟了“助老专车”进行特需配送，此前也向多家养老院和社区老人送达 6000 多箱果蔬套餐和 3000 多斤蔬菜，为 700 多位高龄老人提供食材所需。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 11 日

第 131 届广交会将于 4 月 15-24 日在网上举办

第 131 届中国进出口商品交易会（广交会）将于 4 月 15-24 日在网上举办，展期 10 天。本届广交会以联通国内国际双循环为主题，展览内容包括线上展示平台、供采对接服务、跨境电商专区三部分，在官网设立展商展品、全球供采对接、新品发布、展商连线、虚拟展馆、新闻与活动、大会服务等栏目，按照 16 大类商品设置 50 个展区，境内外参展企业 2.5 万多家，并继续设立“乡村振兴”专区，供所有脱贫地区参展企业集中展示。

本届广交会围绕提升贸易对接成效和用户体验，持续优化提升线上平台功能，多措并举便利展客商互动交流和贸易成交。本届广交会不向参展企业收取费用，也不向参与同步活动的跨境电商平台收取任何费用。

来源：“中国商务新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 07 日

下一代互联网技术联合研究中心揭牌

日前,清华大学-中国电信集团有限公司下一代互联网技术联合研究中心揭牌仪式在清华大学举行。据介绍,面向未来,清华大学-中国电信下一代互联网技术联合研究中心将面向国家战略需求,以下一代互联网技术、云计算和网络安全等领域的联合创新为基础,不断将创新扩展更广领域和更深层面,共同构建新型产学研协同创新体系,推动全球视野下的联合攻关,并加快科技科研成果产业化,推进云网融合的数字信息基础设施建设,提升服务数字经济发展的水平。

来源:《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 06 日

国家跨境电商零售进口药品试点业务在河南启动

4 月 11 日,河南保税物流中心园区内,我国首单跨境电商零售进口药品在“全球汇”线上平台完成实单交易,标志着国家跨境电商零售进口药品试点业务正式启动。

据悉,消费者目前可购买 13 种非处方药,可线上通过“全球汇”网购,也可线下在指定药店购买提货。所购买药品上贴有溯源二维码,扫码后可查阅药品基本信息、通关信息和物流信息等。

据了解,相比于普通药品进口,跨境电商方式采用 1210 模式,消费者在线上下单支付后约 2 分钟,药品便可完成通关。同时,药品从生产厂商直达零售企业,实施特殊税收政策,让药品进口“更快、更省、更放心”。

河南省商务厅相关负责人介绍,2021 年 5 月,国务院批复同意在河南省开展跨境电子商务零售进口药品试点,试点期为自批复之日起 3 年。依托枢纽口岸优势,近年来河南抢抓发展机遇,成为中国跨境电商的试验田。“海淘”在过去需约两周才能收到货,河南首创跨境电商保税备货的 1210 模式,把收货时间缩减到了两三天,在全国复制推广,让“足不出户买全球、卖全球”成为可能。

河南保税物流中心相关负责人表示,试点是对跨境电商方式进口药品新渠道的积极探索,也是对跨境电商进口商品种类的拓展。首批药品只是试点的第一阶段,试点通过国家验收后,将为下一步扩大品类、增加清单目录奠定基础,进一步满足群众的医疗健康需求。

来源:“新华社” 编选:《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 11 日

杭州综试区成为跨境电商卖家总部集聚地

据《杭州日报》报道，杭州跨境电商综合试验区成立七年来，目前已形成跨境电商卖家生态圈，成为跨境电商卖家总部集聚地。不少企业家通过在杭州综试区设立运营中心总部，借助长三角区域优质工厂供应链完成跨境出海。数据显示，截至 2021 年底，杭州累计培育年交易额 2000 万元以上的跨境电商卖家 411 家、年交易额过千万美元跨境电商卖家 184 家。

据了解，浙江省跨境电商发展总体水平全国领先，目前共有 12 个综试区，率先实现省域全覆盖。在商务部首次开展的综试区建设进展评估中，浙江参与评价的 10 个综试区整体情况较好，各项指标高于全国平均水平和东部地区平均水平，杭州、宁波、义乌等 3 个综试区综合排名处于第一档“成效明显”，列为全国十大优秀综试区，浙江席位占比全国第一。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 12 日

疫情导致生鲜电商订单暴增

受新冠肺炎疫情影响，近期中国居民居家物资需求激增，每日优鲜、叮咚买菜等生鲜电商平台的订单量暴增。

为了方便封控小区居民买菜，叮咚买菜推出了“叮咚邻里团”，以小区居委为单位开通服务，进行集约式保供，把基础民生商品蔬菜、水果、肉禽蛋做成组合套餐，每天定时、定点统一配送到每个小区的自提点，将配送效率最大化，尽可能满足特殊时期居民们的菜篮子需求。

盒马也推出了社区集单服务，由居民社区相关牵头人，针对社区住户的商品需求，集中下订单，交由盒马相关对接人员，由盒马邻里、盒马 X 会员店、盒马鲜生门店进行集中配送。

经过数年探索，生鲜电商平台在产品层面，品类从过去单一的水果，扩充到蔬菜、肉、鱼、米面粮油等；在物流层面，从过去“冷链宅配”长半径的运输，扩充到如今以前置仓、mini 店铺为代表的短半径运输。

2020 年初，突如其来的疫情让人们只能宅在家中，出门采购的次数大幅减少，疫情期间的流量红利解决了生鲜电商长期存在的购买频次低、客单价、复购率等问题，也为生鲜电商探索可行的盈利模式提供契机。

来源：“第一财经” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 07 日

互联网办公软件成为居家办公的重要抓手

随着疫情反复，互联网办公软件成为居家办公的重要抓手。根据第三方机构 QuestMobile 最新数据显示，3 月份，效率办公赛道多个 App 迎来用户活跃数峰值。钉钉 MAU(月活跃用户数量)达到 2.2 亿，DAU(日均活跃用户数量)超过 1 亿，位列效率办公赛道第一，超过 2021 年峰值；企业微信 MAU 为 9806.58 万，DAU 达 5076.94 万，位列赛道第二位；腾讯会议的 MAU 为 7795.35 万，DAU 达 1240.97 万；字节跳动旗下的飞书 MAU 也达到 611.27 万。

业内专家表示，互联网办公软件需求大增的基础是互联网普及率的提升，数字经济时代，数字办公是未来一大趋势。同时，疫情也起到了催化作用，部分城市居家办公、学习的需求激增。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 18 日

网络文学成传播中国故事重要载体

近日，中国社会科学院发布的《2021 中国网络文学发展研究报告》认为，2021 年，中国网络文学出海实现阶段性跨步：全方位传播、大纵深推进、多元化发展的全球局面正在形成，出海模式从作品授权的内容输出提升到了产业模式输出，“生态出海”的大趋势已崭露头角，海外影响力持续攀升，成为书写和传播中国故事的重要载体。

《报告》显示，近年来，中国网络文学共向海外传播作品 10000 余部。其中，实体书授权超 4000 部，上线翻译作品 3000 余部；网站订阅和阅读 APP 用户 1 亿多。截至 2021 年年底，起点国际上线约 2100 部中国网络文学的翻译作品，培育海外原创作品约 37 万部。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 13 日

淘宝公布 2022 年直播营销发力方向，虚拟主播成为平台新驱力

4 月 14 日，淘宝召开了淘宝直播 MCN 机构季度会议。淘宝公布了直播的最新政策和玩法。2022 年直播营销有三大发力方向，其中虚拟主播和 3D 场景成为了平台新驱力。

根据淘宝官方的数据，累计 1000+位商家已加入直播 3D 绿幕时代，虚拟主播与主播赋

能结合，以科技许愿美好未来。新成长、新品类、新玩法、新科技四大驱动引擎，让变量发生。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 15 日

抖音、快手已成直播电商主力军

根据 QuestMobile 发布的短视频直播电商发展报告，依靠短视频起家的抖音、快手已成直播电商主力军。截至今年 2 月，抖音、快手直播用户占比分别为 86.8%、86.0%。

具体画像上，25-40 岁用户占比达 40.3%，51 岁以上用户占比 18.9%。其中 51 岁以上群体消费能力相当可观，月度线上消费能力超 2000 元的用户占比达 28.8%，远超此前行业普遍预期。

此外，抖音、快手的差异化竞争态势也已显现。活跃用户量级大于 500 万的 KOL 直播数据显示，抖音以流量算法大流量模式，主打食品饮料类高频低价快消品，快手则以高单价美妆品类为核心。

具体来看，2 月，抖音月直播 5.1 万次、月直播商品数量 6.8 万个、月平均销售件单价 37.2 元；快手月直播场次 2.2 万次，月直播商品数量 2.7 万个，月平均销售件单价 93.3 元。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 12 日

逸仙电商收到退市警告

4 月 14 日，完美日记母公司逸仙电商发布公告称，已收到纽约证券交易所日期为 2022 年 4 月 11 日的信函，通知其美国存托股份（ADS）的交易价格表现低于合规标准。

根据纽约证券交易所规则，如果连续 30 个交易日平均收盘价格低于 1.00 美元，则该公司将被视为低于合规标准。收到通知后，公司必须在 6 个月内将其股价和平均股价回升至 1.00 美元以上。

逸仙电商表示，拟监控其上市证券的市场状况，并将考虑采取多种措施解决对其交易价格产生不利影响的行为，并避免任何潜在的退市可能。

官方资料显示，逸仙电商成立于 2016 年，旗下拥有完美日记、小奥汀、完子心选、法国科兰黎、达尔肤（中国大陆业务）、EVELOM、皮可熊、壹安态等彩妆及护肤品牌。2020

年 11 月 19 日，逸仙电商正式登陆纽交所，其股票开盘价为 17.61 美元，发行当天总市值突破 122 亿美元。

上个月，逸仙电商发布了截至 12 月 31 日的 2021 年第四季度及全年财报。财报显示，2021 年，逸仙电商总净营收为 58.4 亿元，与 2020 年的 52.3 亿元相比增长 11.6%；净亏损 15.5 亿元，而 2020 年净亏损为 26.9 亿元。不按美国通用会计准则，净亏损为 9.818 亿元，而 2020 年净亏损为 7.854 亿元。

逸仙电商预计，2022 年第一季度，公司营收 8.67 亿元至 9.39 亿元，同比下降约 35%至 40%。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 14 日

微软将上线首个跨境电商平台 **Buy with Microsoft**

微软即将上线其首个跨境电商平台——Buy with Microsoft。该平台自 3 月 22 日起开始内测，预计在 4、5 月上线。据微软官方介绍，该平台旨在服务于众多优质的跨境卖家群体，为了给卖家提供更好的起步条件，Buy with Microsoft 当前免佣金。同时，将安排卖家经理提供开店、上品、选品等服务，也会为卖家提供系列培训服务。

目前品类主要集中在家居百货、3C、服装鞋靴、电子配件、园艺工具等，常见的消费品类将会陆续开放。

据了解，微软电商平台对入驻商家有一定要求，包括线上或线下销售额大于 100 万美金；有商标注册证书或品牌/ IP 授权证书；产品质量高、退货率低于 5%（非服装鞋靴类产品）或 15%（服装鞋靴类产品）等。目前，平台要求入驻商家免除运费；暂时不支持买卖双方沟通。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 06 日

UPS 与 Jumia 合作扩大非洲的电子商务快递网络

日前，全球物流和包裹递送公司 UPS 将利用 Jumia 在非洲的网络来扩大其在非洲大陆的影响力。UPS 的客户可以在 Jumia 位于肯尼亚、摩洛哥和尼日利亚的站点领取或发送包裹。双方正在计划将这一合作关系扩大到加纳和象牙海岸，以及此后在非洲的其他市场（阿尔及

利亚、塞内加尔、突尼斯、乌干达和南非)。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 11 日

【政策法规】

五部门联合发文加快推进冷链物流运输高质量发展

日前，交通运输部、国家铁路局、中国民用航空局、国家邮政局、中国国家铁路集团有限公司日前联合发布《关于加快推进冷链物流运输高质量发展的实施意见》。《意见》从完善产销冷链运输设施网络，培育冷链运输骨干企业，健全冷链运输监管体系等方面提出明确要求。支持国际物流企业通过合资合作、自建网络、兼并收购等方式，延伸境外地面服务网络，提升跨境冷链物流全程组织能力，培育一批具有较强国际竞争力的现代冷链物流企业。

《意见》提出，优化枢纽港站冷链设施布局。完善产销冷链运输设施网络。支持有条件的县级物流中心和乡镇运输服务站拓展冷链物流服务功能，为农产品产地预冷、冷藏保鲜、移动仓储、低温分拣等设施设备提供运营场所，改善农产品产地“最初一公里”冷链物流设施条件。依托城市绿色货运配送示范工程，在冷链产品消费和中转规模较大的城市，推进建设销地冷链集配中心，研究设置冷链配送车辆卸货临时停车位，推动出台冷链配送车辆便利通行政策，提升城市冷链配送服务质量。鼓励生鲜电商、寄递物流企业加大城市冷链前置仓等“最后一公里”设施建设力度，在社区、商业楼宇等设置智能冷链自提柜等，提升便民服务水平。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 13 日

上海市市场监督管理局发布疫情防控期间电商经营活动合规警示

上海市市场监督管理局结合近期投诉举报及舆情反映情况，4 月 13 日，对各相关电商企业就疫情防控期间电商经营活动作出合规警示：

一、企业要严把食品安全、产品质量关。不得销售不符合保障人身、财产安全要求的商品，不得销售假冒伪劣商品和侵权商品等。特别要注意，经营者销售的商品应当符合食品相关法律法规的规定。经营者应当严格按照本市有关防疫要求对销售的商品进行消杀、检测、

存储、运输，并应采取措施保障物流运送期间商品（特别是生鲜食品）的安全和质量。

二、企业要切实保障消费者知情权。应当全面、真实、准确、及时地披露商品信息，不得对商品的来源、功能、质量、销售状况等进行虚假或者引人误解的商业宣传，不得发布虚假广告。涉及临期商品销售的，应明确告知消费者。应当明码标价，准确清晰标示商品的品名、数量、价格和计价单位等信息，不得缺斤少两、哄抬价格、囤积居奇。

三、企业要依法开展拉新、促销活动。不得借拉新促销活动违法收集消费者个人信息。疫情期间，经营者不得实施不适当的拉新活动或区别对待行为，不得对独立商品（非团购商品）不合理地限制最低购买数量以进行强制搭售。

四、企业要加强仓储、物流管理，确保依法按约履行配送货义务。不得任意取消订单、随意更换商品。确因临时短缺、物流供应困难等原因造成不能按时交付、更换商品、取消订单的，应当在发货前及时告知消费者相关情况，并提供退单、退款、补差价等选择，不得对消费者选择施加不合理限制或条件，不得收取不合理费用。

五、企业要规范套餐、盲盒类商品销售。通过套餐、盲盒形式销售商品的，应当切实保障消费者知情权，明确告知消费者套餐商品的品种（品名）、数量、规格（重量、体积）等信息，盲盒商品难以确定具体品种的，应当告知其中可能包含的品种。应当合理设置套餐、盲盒商品的价格，确保套餐、盲盒商品的销售价格（除包装、配送等非商品费用）不高于相关商品在同一渠道公开销售的价格总和。应当合理配置盲盒内的商品类型和数量以便满足疫情防控期间市民基本生活需求，不得趁机利用盲盒销售形式清除库存积压商品。为避免引发消费纠纷和争议，疫情防控期间经营者谨慎通过盲盒形式销售商品。

六、企业要加强对外卖等电商平台经营者的管理。电子商务平台经营者要依法落实平台主体责任，强化对平台内经营者及其经营活动的审查监控，及时优化系统及规则，加强合规宣传，严防平台内经营者实施虚假宣传、欺诈等行为，坚决杜绝平台内经营者发“疫情财”情况出现，及时依法对违反法律法规的平台内经营者采取必要措施。

七、企业要加强对外卖等电商平台配送骑手的管理。加强对平台内骑手的管理、培训和引导，完善平台规则，规范外卖配送服务。平台要采取一定措施加强跑腿、代买等服务收费管理，制止骑手恶意加价等不当行为。加强疫情管控期间的骑手出行管理和安全保障。严把骑手注册审核关，严格发放通行证明，严格按照本市防疫要求组织骑手开展核酸检测或抗原检测，及时提供口罩、消毒水等防疫物资并落实基础防疫消杀要求。

市场监管部门将通过投诉举报、舆情反映等，及时发现违法线索。综合运用提醒告诫、政策指导、诚信自律、行政处罚等手段，加强对疫情防控期间电商经营活动的监管，依法查

处相关违法行为。

来源：“中国上海” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 14 日

【数据观察】

国家统计局：一季度全国网上零售额 3.012 万亿元

4 月 18 日，国家统计局发布的数据显示，一季度，全国网上零售额 30120 亿元，同比增长 6.6%。其中，实物商品网上零售额 25257 亿元，增长 8.8%，占社会消费品零售总额的比重为 23.2%；在实物商品网上零售额中，吃类、穿类和用类商品分别增长 13.5%、0.9%和 10.6%。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 18 日

商务部公布 2021 年跨境电子商务综合试验区评估结果

近日，商务部“2021 年跨境电子商务综合试验区评估”结果正式公布。这是 2015 年开始设立首个跨境电商综试区以来，商务部首次对全国前五批共 105 个综试区开展建设进展评估。

此次评估从综试区建设、海外仓布局、主体培育、探索创新等维度出发，评估标准分为综试区基本情况、政策措施等七大类、四十多项具体指标，评估结果分为“成效明显”“成效较好”“成效初显”和“尚在起步阶段”四个档位。

评估结果显示，杭州、郑州、宁波等 10 个城市跨境电商综试区获评“成效明显”，综合排名处于第一档；温州、洛阳、兰州等 50 个综试区综合排名处于第二档“成效较好”；丽水等 40 个综试区综合排名处于第三档“成效初显”。

业内表示，此次评估，既考虑到各地跨境电商产业的基础情况，同时也关注综试区当地政府主动作为，因此，能够在权衡各地综试区发展水平差异的基础上进行客观公平的评比。

专家表示，对全国跨境电商综试区实施基于成效评估基础上的动态管理，一方面有利于将排名靠前、成效明显的综试区优秀的经验做法推广复制，切实发挥综试区示范引领作用；另一方面有利于对排名靠后的综试区协调指导，促进优胜劣汰。

来源：“全国电子商务公共服务网” 2022 年 04 月 13 日

海关总署：一季度我国跨境电商进出口 4345 亿元 同比增长 0.5%

4 月 13 日，国务院新闻办召开新闻发布会，海关总署新闻发言人李魁文表示，据海关初步测算，一季度，我国跨境电商进出口 4345 亿元，同比增长 0.5%，其中出口 3104 亿元，增长 2.6%；进口 1241 亿元，下降 4.2%。

据了解，海关统计数据显示，2021 年我国跨境电商进出口 1.98 万亿元，增长 15%；其中出口 1.44 万亿元，增长 24.5%。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 13 日

国家邮政局：一季度全国快递服务企业业务量达 242.3 亿件

4 月 15 日国家邮政局公布 2022 年一季度邮政行业运行情况。数据显示，一季度，全国快递服务企业业务量累计完成 242.3 亿件，同比增长 10.5%；业务收入累计完成 2392.8 亿元，同比增长 6.9%。其中，同城业务量累计完成 29.2 亿件，同比增长 5.6%；异地业务量累计完成 208.8 亿件，同比增长 12.0%；国际/港澳台业务量累计完成 4.3 亿件，同比下降 19.1%。

3 月份，全国快递服务企业业务量完成 85.4 亿件，同比下降 3.1%；业务收入完成 818.5 亿元，同比下降 4.2%。

据悉，一季度，同城、异地、国际/港澳台快递业务量分别占全部快递业务量的 12.0%、86.2%和 1.8%；业务收入分别占全部快递业务收入的 6.7%、49.1%和 10.5%。与去年同期相比，同城快递业务量的比重下降 0.6 个百分点，异地快递业务量的比重上升 1.2 个百分点，国际/港澳台业务量的比重下降 0.6 个百分点。

数据显示，一季度，东、中、西部地区快递业务量比重分别为 77.5%、15.2%和 7.3%，业务收入比重分别为 77.3%、13.4%和 9.3%。

与去年同期相比，东部地区快递业务量比重下降 0.7 个百分点，快递业务收入比重下降 0.9 个百分点；中部地区快递业务量比重上升 0.9 个百分点，快递业务收入比重上升 0.7 个百分点；西部地区快递业务量比重下降 0.2 个百分点，快递业务收入比重上升 0.2 个百分点。

来源：“国家邮政局网站” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 15 日

国家邮政局：各地邮政企业已建成县乡村电商仓配中心 2191 处

4 月 15 日，国家邮政局举行“2022 年第二季度例行新闻发布会”。国家邮政局新闻发言人、普遍服务司司长马旭林介绍，各地邮政企业已建成县乡村电商仓配中心 2191 处，农村投递网点 2.9 万个，投递道段 8.5 万条；布局“邮乐购”电商服务站点 35.5 万个。

马旭林指出，当前，邮政农村服务能力尚待提高，邮政服务农村电商供给不足，农村电商协同发展模式仍需创新。下一步，国家邮政局将持续强化农村邮政体系作用，健全县乡村三级邮政服务网络体系，完善乡村邮政基础设施，支持网络开放共享。支持县级邮件处理中心建设和乡镇邮政局所的升级改造，鼓励快递、电商等企业共同进驻、集约共享。

来源：“国家邮政局网站” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 15 日

交通运输部：截止 3 月份全国共有 267 家网约车平台取得经营许可

根据全国网约车监管信息交互平台统计，截至今年 3 月 31 日，全国共有 267 家网约车平台公司取得网约车平台经营许可，环比增加 4 家；各地共发放网约车驾驶员证 407.3 万本、车辆运输证 163.4 万本，环比分别增长 0.5%、0.2%。全国网约车监管信息交互平台 3 月份共收到订单信息 53859.5 万单，环比下降 2.2%。

来源：“交通运输部公众号” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 13 日

上海各主要电商平台配送订单量十日内增长 100 万单

上海市商务委副主任周岚在 4 月 19 日上海疫情发布会上介绍，在外卖等电商平台中，骑手是本市生活物资保供的重要力量。近期，各电商平台积极组织符合条件的骑手返岗，在岗骑手已近 2 万人；4 月 18 日各主要电商平台配送订单量达 220 万单，十日内增长 100 万单。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 19 日

上海互联网医院业务诊疗量平均上升约 50%-80%

日前，上海市卫生健康委一级巡视员吴乾渝在新冠肺炎疫情防控工作新闻发布会上表示，目前全市已批准 76 家医疗机构取得互联网医院资质，包括市级医院、区级医院、社区卫生中心和部分社会办医疗机构。

据介绍，本轮疫情发生以来，上海市互联网医院业务诊疗量明显增加，平均上升约 50%-80%。上海市增配了互联网医院医疗服务人员，延长服务时间，拓宽服务内容。

此外，为进一步保障互联网医疗服务质量，上海市还建设了“互联网医院”监管平台。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 06 日

上海电商平台每日骑手上岗人数约 1.1 万人，保障市民生活需求

4 月 6 日，在上海举行的疫情防控工作新闻发布会上，上海市商务委副主任刘敏介绍，快递、外卖要停的消息是不实的，外卖平台骑手是本次上海生活物资保供的重要力量，在保障市民生活需求方面发挥了重要作用。

目前，上海主要外卖等电商平台每日骑手上岗人数约 1.1 万人。下一步，为进一步提升外卖电商平台运营能力，上海还将组织骑手定点居住、定点服务，释放外卖运力。

来源：“人民网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 06 日

2021 年汽车电商市场规模突破 1.2 万亿元大关

在互联网+的大背景下,汽车电商已经成为汽车营销渠道里重要的组成部分。4 月 12 日，社会智库网经社电子商务研究中心发布《2021 年度中国汽车电商市场数据报告》，《报告》数据显示，2021 年汽车电商市场规模为 12052.9 亿元，同比增长 6.89%。

《报告》指出，2011-2020 年，我国汽车电商市场规模不断增长，至 2021 年市场规模突破 12000 亿大关。其中，2015 年增长率高达 50.59%，近年受疫情影响，给宏观经济带来的冲击，使得增速呈下滑趋势。到 2021 年有所回暖同比增长 6.89%。

《报告》数据显示，2021 年用户规模达到 2.5 亿人，同比增长 35.13%。近年，汽车电商

用户规模逐渐递增，2017 到 2018 年，用户规模从 0.76 亿人到 1.07 亿人，上升至 40.78%。
2019-2020 年行业用户规模继续保持增长的同时，增速分别为：33.64%、29.37%。

来源：“网经社” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 12 日

2021 年网约车市场规模约 3190 亿元

近日，数字经济智库网经社发布《2021 年度中国移动出行市场数据报告》，《报告》数据显示，2021 年网约车市场规模约为 3190 亿元，同比增长 18.54%。用户规模约为 4.52 亿人，同比增长 23.83%。

此外，2021 年共享单车市场规模约为 320 亿元，同比增长 29.55%；用户规模约为 3 亿人，同比增长 6.38%。

《报告》还显示，2021 年在线旅游市场规模约为 8635 亿元，同比增长 35.21%，渗透率约为 29.6%；用户规模约为 4.49 亿人，同比增长 3.93%。

来源：“网经社” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 06 日

拼多多“48 小时保供套餐专区”上线一周售出超 2 万单团购

澎湃新闻记者从拼多多了解到，自拼多多 4 月 7 日上线“48 小时保供套餐专区”以来，通过团购集单模式已累计售出超 2 万单，上海 16 区均有物资售出和送达。

上线一周的“保供套餐专区”销售数据显示，目前上海居民需求最大的是食品、生鲜和百货，其中食品中购买最多的是牛奶、蔬菜和水果，百货购买最多的是酒精和消毒用品。

“7 天内平台已为上海居民提供近百万份物资。”拼多多相关负责人表示，“保供套餐专区”目前每天都在根据民生需求的强烈度排新增物资的优先级。目前，“保供套餐专区”已从紧急上线时的 25 款商品，增加到包括食品、百货、医疗物资、母婴等品类的近 300 款商品，套餐涵盖粮油食品、速食乳饮、海鲜水产、消毒防疫、家清个护、宠物用品等。

来源：“澎湃新闻” 2022 年 04 月 14 日

京东向上海提供超 1600 万件民生商品 可保障用户近 1 个月日常供应

4月10日，在上海市疫情防控工作新闻发布会上，京东集团副总裁王文博介绍京东助力上海抗疫保供有关情况。“京东将为上海提供超过1600万件米面粮油等民生商品，可保障上海京东用户近1个月日常供应。”

京东已加入上海市保供体系，将聚焦民生物资，重点加大食品、母婴、药品等物资的供应力度；已调配首批2000多位快递小哥，为上海一线提供运营保障和物资派送服务，且已调运大量最新的第五代无人智能快递车，在封控区域开展无接触配送；对于外地民生物资的调配，采用“全程闭环通行”的模式，做到“专人专车”，保障送到上海的各类物资安全可靠。

来源：“央广网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年04月10日

美团外卖“社区团餐”已送出20万份

当下的上海，疫情防控与保供民生同样至关重要。最近，沪上不少市民使用上了一种“社区团餐”的服务，以解决隔离社区居民吃饭。从美团外卖了解到，自4月3日上线“社区团餐”服务以来，已开通上海全部行政区域，为超过7000个社区、800万市民提供服务，累计送出了20万份餐品。

目前，市民通过美团外卖的“社区团餐”入口集中下单，同一小区市民在同一时间段最低下满10单即可送餐。

疫情下，社区团餐模式下，最大的改变就是从过往的一人一餐点外卖方式，转换成集中下单、制作和配送，最大程度地确保餐品安全的问题，还可以批量解决不方便做饭人群的就餐需求，因此刚刚上线就受到了很多市民的关注。但是，社区团餐的餐品仍是由中央厨房提供，在口味和丰富度上还难以满足市民过往的体验需求。

来源：“东方网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年04月14日

截至2021年末京东平台入驻老字号品牌占比超84%

日前，经济日报携手京东发布数据“老字号焕发新活力”。截至2021年末，入驻京东的老字号品牌占比已超84%，其中有超过100家实现了引流能力的翻倍增长。

京东数据显示，老字号新品数量增速达108%，老字号破亿品牌数量增速超1.72倍，老

字号销量增速超品类增速 1.56 倍，老字号用户数同比增速高于品类 2.6 倍。

从消费场景、目标人群等维度分析，老字号还有相当深厚的市场潜力可以深度挖掘。“95 后”购买老字号商品数量同比增长 315%，75% 的年轻人对老字号品牌创新感兴趣。

从地域消费特征来看，2021 年下半年老字号商品成交额占比 TOP5 省份为北京、广东、上海、江苏、山东。

来源：“京东研究院” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 13 日

2022 年奢侈品牌线上销售额将突破 2200 亿人民币

4 月 14 日，中国高端生活方式专业研究和顾问机构——要客研究院发布《2021 中国奢侈品数字化报告》。《报告》预测，2022 年奢侈品牌线上销售额将突破 2200 亿人民币，奢侈品中国线上的销售额在奢侈品中国境内销售总额的占比将超过 30%，贡献超过一半的市场增量，并且有望在未来几年撑起奢侈品零售的半壁江山，彻底改变奢侈品牌零售以线下为主的局面。

据了解，目前，全球奢侈品门店各种层级和层次的互联网化程度已达到 80% 以上，涉及超过 95% 的奢侈品牌。要客研究院预测，未来 2 年内奢侈品牌门店数字化改造将涉及所有奢侈品牌 and 所有奢侈品门店，并且 3-5 年内，奢侈品线上下单率将达到 80%，奢侈品行业将迎来“线上为王”时代。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 14 日

2021 年全球云计算阿里云全球市场份额第三 亚太市场第一

日前，行业权威研究机构加特纳（Gartner）发布 2021 年全球云计算 IaaS 市场份额数据，阿里云排名全球第三，市场份额为 9.55%，连续六年实现份额增长；同时，阿里云排名亚太市场第一，市场份额为 25.53%。

Gartner 数据显示，2021 年全球云计算市场保持稳健增长，从 2020 年 642.9 亿美元增长至 908.9 亿美元。其中，排名第一的亚马逊 AWS 份额较去年微跌，为 38.92%，微软、阿里云位居二三名，市场份额均有所扩大。在全球前六名中，有三家中国云厂商，其中华为云、腾讯云分别位居五、六名。据了解，

从区域维度看，亚太云计算 IaaS 市场增速高于全球均值，在 2021 年实现 331.6 亿美元规模，同比增长 47.92%，其中马来西亚、印度尼西亚、泰国等市场增速领跑亚太区域。Gartner 数据显示，阿里云长期居于亚太市场份额第一，并在 2021 年达到 25.53%，此外，亚马逊 AWS、微软、华为、腾讯依次位居二至四名。

截至目前，阿里云在全球建立了 26 个地域节点和 82 个可用区，服务覆盖超过 200 个国家和地区。在技术领域，阿里云拥有中国唯一自研云操作系统飞天，其计算、存储、网络、安全等核心技术能力在权威测评中实现全球领先。

来源：“速途网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 15 日

TikTok 今年广告收入或激增至逾 110 亿美元

日前，研究机构 Insider Intelligence 最新预测显示，TikTok 今年广告收入可能增加两倍至逾 110 亿美元，超过竞争对手推特与 Snapchat 二者之和。

Insider Intelligence 分析师 Debra Aho Williamson 表示：“过去几年来，TikTok 用户群呈爆炸式增长，这些使用者同时还在应用上投入大量时间。”预计 2022 年，推特和 Snapchat 的广告收入将分别达到 55.8 亿美元和 48.6 亿美元，合计仍低于 TikTok 的 110 亿美元预测。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 12 日

2021 年荷兰电商市场规模 306 亿欧元 同比增长 16%

4 月 8 日，荷兰国家电子商务协会 Thuiswinkel.org 发布的数据显示，2021 年，荷兰的电商市场规模为 306 亿欧元，同比 2020 年增幅高达 16%。

数据显示，荷兰消费者的网购支出占到总支出 31%。2020 年，荷兰消费者网购花费 266 亿欧元，增幅为 7%。网购次数增长 27%，达到 3.35 亿次。2021 年，网购频次增长不太明显，为 13%，达到 3.73 亿次。从数字上看，线上服务类消费水平依旧低于疫情水平，2021 年，线上服务类支出为 78 亿欧元，而 2019 年为 108 亿欧元。但 2021 年自 Q4 以来，又开始回暖。预计这种增长将持续到 2022 年，甚至超过 2019 年的水平。数据还显示，旅游服务套餐、机票和住宿、景点和活动门票的在线支出增长最为强劲；DIY 和花园、保险和体育及娱乐版块出现下滑。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 08 日

沙特 70%的网民在网上购物

沙特通信和信息技术委员会 3 月 31 日发布《沙特互联网 2021》报告显示，沙特 70%的网民使用网络购买商品和服务，其中，73%的用户以电子方式处理银行服务（约占男性用户的 76%、女性的 69%），在本地购物网站购物的用户占总用户的 95%，在国际网站购物的比例为 51%。人均上网时间约为 108 天（约占一年中近 1/3 的时间），54.4%的人每天上网 7 小时，月人均消费 33GB。

《报告》显示，使用电子政务服务的比例约为 94%（男性用户的 95%、女性的 92%），下载程序或应用程序的占 62%，下载游戏、电影和照片的占 55%。总用户的 55%关注新闻和博客，52%的用户搜索有关商品和服务的信息，33%的用户搜索政府信息。个人用户中，使用电子邮件的占 35%，寻求健康相关服务的占 34%，旅行和旅游相关服务占 24%，23%的人使用互联网学习在线课程。

通信和信息化委员会透露，手机在互联网使用中排名最高，占总用户的比例为 98%，使用电脑的占 42%，30%使用 iPad 和平板电脑，32%使用智能手表、电子游戏平台 and 智能图书阅读器。在家中使用互联网的比例最高，为 76%，而在工作场所使用互联网的比例为 38%，而在通勤时使用互联网的比例约为 71%。

来源：“商务部驻沙特阿拉伯王国大使馆经济商务处” 2022 年 04 月 12 日

【专家视点】

试点扩围 跨境电商迎来新机遇

截至目前，我国已设立 132 个跨境电商综试区。跨境电商是发展速度最快、潜力最大、带动作用最强的外贸新业态，仍处于高速发展期。

当前，我国跨境电商综试区已形成陆海内外联动、东西双向互济的发展格局。随着“试验田”规模逐渐扩大，可复制推广的经验不断增多，跨境电商已成为外贸发展的新动能、转型升级的新渠道和高质量发展的新抓手。

国务院近日印发《关于同意在鄂尔多斯等 27 个城市和地区设立跨境电子商务综合试验区的批复》（以下简称《批复》），跨境电商先行先试的试验田规模不断扩大。此次扩围后，我国跨境电商综试区呈现怎样的格局？如何促进跨境电商综试区高质量发展？

试点覆盖面广、区域重点突出、发展梯度丰富

跨境电商等新业态新模式是我国外贸发展的有生力量，也是国际贸易发展的重要趋势。党中央、国务院高度重视跨境电商等贸易新业态发展。2021年7月，国务院办公厅印发《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》，明确提出扎实推进跨境电商综试区建设。

所谓跨境电商综试区，是通过制度创新、管理创新、服务创新和协同发展，为推动我国跨境电商的发展提供可复制、可推广经验的综合改革试点。其要在跨境电商交易、支付、物流、通关、退税、结汇等各环节的技术标准、业务流程、监管模式和信息化建设等方面先行先试。

商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇介绍，此前，国务院已经分5批设立了105家跨境电商综试区，覆盖了30个省份，加上本次新获批的27地，截至目前，我国已在132个城市和地区设立了跨境电商综试区。覆盖范围进一步扩大，将为跨境电商创新发展提供更为有力的支撑。

商务部新闻发言人高峰表示，从布局上看，主要有3个特点：一是覆盖面广。已基本覆盖全国，形成陆海内外联动、东西双向互济的发展格局。二是区域重点突出。实现广东、江苏、浙江等外贸大省和北京、天津、上海、重庆等直辖市全覆盖。三是发展梯度丰富。既有沿边沿海城市，又有内陆枢纽城市；既有外贸优势明显的城市，也有产业特色突出的城市，跨境电商综试区对于推动地区高水平对外开放将发挥更加积极的作用。

商务部外贸司负责人表示，跨境电商是发展速度最快、潜力最大、带动作用最强的外贸新业态，仍处于高速发展期。”

先行先试助力跨境电商发展

自2016年深圳获批跨境电商综试区以来，前海推动跨境电商“网购保税进口”“电商一般出口”“B2B（企业对企业）直接出口”等多种监管模式一体化发展，实现各类监管方式货物的“同仓存储”“同仓调拨”，累计出口包裹超10亿个，货值近600亿元。

深圳跨境贸易物流监管中心有限公司董事长吴海波表示，设立跨境电商综试区为外贸企业带来了发展新机遇。在深圳海关创新监管下，多种跨境电商贸易方式可在前海完成，企业可在园区内“拼模式”“拼商品”“拼物流”，进出口商品周转效率大幅提升。

近年来，商务部加快推进跨境电商综试区发展，探索建立以“六体系两平台”（即信息共享、金融服务、智能物流、电商信用、统计监测和风险防控“六体系”，以及线上单一窗口和线下综合园区“两平台”）为核心的政策框架，面向全国复制推广近70项成熟经验和创新做法。据介绍，新设综合试验区将继续开展先行先试，并适用跨境电商零售出口税收、零

售进口监管等政策措施。

在试点带动下，我国跨境电商迅速发展，取得良好效果。根据海关统计，2017 年以来，我国跨境电商规模 5 年增长近 10 倍，2021 年，我国跨境电商进出口额达 1.98 万亿元，增长 15%。跨境电商已成为外贸发展的新动能、转型升级的新渠道和高质量发展的新抓手。

复制推广成熟经验做法

《批复》强调，跨境电商综合试验区建设要坚持创新驱动发展，复制推广前五批综合试验区成熟经验做法，发挥跨境电商助力传统产业转型升级、促进产业数字化发展的积极作用，引导跨境电商健康持续创新发展，全力以赴稳住外贸外资基本盘，推进贸易高质量发展。

高峰表示，下一步，商务部将加快推动新设综试区结合本地外贸和产业特色，制定具体的工作方案并组织实施，争取及早见效。同时，完善综试区评估和退出机制，以动态调整促进优胜劣汰。完善配套支持政策，优化跨境电商零售进口商品清单，便利跨境电商进出口退换货管理，研究制定跨境电商知识产权保护指南等。

来源：《人民日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 08 日

刘晖：老字号搭上时代快车

提到老字号，消费者的脑海中往往浮现出古色古香的门脸、百年不变的产品、鬓角染白的顾客……千万别被固有观念欺骗了，现在的老字号早已成为走在时代前沿的弄潮儿。如今，大量老字号不仅搭上了线上零售、数字科技的时代快车，更在消费群体、产品服务上不断创新，其展现的活力丝毫不亚于很多新兴品牌。

从消费场景、目标人群等维度分析，老字号还有相当深厚的市场潜力可以深度挖掘。其中，在消费场景拓展方面，老字号在礼品、收藏等场景的销量增速迅猛，传统节日期间更是消费高峰；在目标人群扩容方面，大城市消费者和中青年消费者的消费占比已超过 70%。综合来看，老字号在下沉市场、年轻群体和日常使用场景中还有巨大成长空间。因此，老字号要凭借浓厚的文化底蕴、出色的品质传承等固有优势，增强面向新用户、新市场的精准创新，在商品品类、服务品质等方面多下功夫。

首先，要进一步增强年轻消费群体的认可度，让自身焕发新的活力。数据显示，“90 后”在中国网民的占比超过 44%，他们在消费中，对个性化、服务体验和文化内涵的追求更为突出，对老字号有着天然的认同感和亲和性。

年轻人对中国传统文化兴趣十足，无论是出于对祖辈、父辈那一代生活的好奇，还是伴

随他们成长的大量中国文化元素，如葫芦娃、黑猫警长、孙悟空……老字号有天然的优势和他们展开对话。他们对个性化、服务体验和文化内涵的追求更突出，他们心目中并没有对进口品牌和国产品牌的固有认知，也可以说没有品牌间的那道“国境线”。对他们而言，筛选标准往往是，更适合我的品牌，更酷的品牌，更个性的品牌。

其次，以老字号为代表的大量中国品牌更加重视自身“硬实力”的成长。它们从单纯追求性价比，到重视用户细分需求和体验，不断提升技术、设计、服务等水平；因为更了解和重视本地消费者，从商品、营销、渠道到服务，中国品牌决策更灵活，响应速度更快，也更容易赢得认可。因为与线上零售的合作不断深入，老字号更容易通过线上渠道精准获取用户需求，从产生的功能、设计、定价，甚至营销和服务都切中消费者的痛点。

不难看出，老字号在文化和品牌上的认知优势，加上和年轻消费者产生共鸣的产品、功能、设计、营销方式，“破圈”的成功概率会非常高。走出历史光环，在新国潮、数字化等加持下，老字号必将迎来崭新机遇。

（刘晖：京东消费及产业发展研究院院长）

来源：《经济日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 13 日

多国加快推广数字支付

支付创新技术的广泛应用和疫情防控需要，加速了许多国家的数字支付发展进程。波士顿咨询发布的报告预测，从 2020 年到 2025 年，全球数字支付收入规模将增长 7.3%，到 2030 年数字支付收入规模将达到 2.9 万亿美元。多个国家积极出台鼓励措施，加速数字支付的推广和普及。

埃及——电子钱包成多数人付款和转账首选

埃及银行研究所的一项调查显示，疫情防控期间，埃及现金交易数额减少了 85%，数字支付和货到付款数额跃升了 690%，并且 90% 的用户表示对电子支付有信心。

埃及“2030 愿景”把大力发展数字支付和电子金融作为重要部分。目前，埃及的数字支付技术部门包括 39 家银行、39 家保险公司、900 家小额融资金融公司和民间社会组织、44 家移动电话网络运营商和 50 家电子支付公司等。这为埃及的数字支付提供了强有力的支持和提升空间，埃及的电子金融和无纸化经济必将得到更加蓬勃的发展。

新加坡——数字支付从便利选择变为基本服务

据统计，2021 年前 10 个月，新加坡跨银行转账服务系统 PayNow 交易量达 1.85 亿笔，

较去年同期的 1.09 亿笔大幅增长。从 2019 年到 2020 年，PayNow 的交易量和交易额都翻了一番。新加坡目前约 75% 的商家都在使用通用二维码作为支付方式。

为推动电子支付的广泛应用和发展，新加坡金融管理局专门成立了支付委员会，成员包括银行、支付服务提供商、企业协会等，以共同促进行业创新合作。2018 年，新加坡政府推出全国共用付款二维码“SGQR”，支持多种支付模式。消费者无论使用哪种手机支付应用，都能扫描同一个 QR 码付款。

为了保障消费者权益，新加坡政府于 2019 年通过了付款服务法令，对新加坡的支付服务提供商进行监管。政府还通过多项计划，安排数码大使、商业顾问等，在小商贩、老年人等群体中间推广数字支付，帮助他们适应数字社会。

谷歌、淡马锡和贝恩公司联合发布的《2021 年东南亚数字经济报告》显示，2021 年新加坡电子商务同比增加 45%，商品交易总额达 71 亿美元。

巴西——推动更多消费者接触数字支付

近年来，巴西选择无现金支付的消费者正在逐渐增加。数据显示，2020 年，巴西现金交易的比例为 35%，相比前一年的 47% 有不小的降幅。

在巴西推动无现金支付的过程中，巴西中央银行于 2020 年 11 月推出的实时电子支付系统 PIX 发挥了重要作用。依托个人银行账户，巴西用户在 PIX 系统中可以把纳税人识别号、手机号或者电子邮箱设为用户名，之后就可以方便即时地进行电子钱包之间的转账和付款。巴西央行行长罗伯托·坎波斯·内托表示：“支付方式正发生巨大的变化。社会需要快速、低成本、安全、透明和开放的产品。”根据巴西央行数据，PIX 正式推出一年来，用户超过 1.1 亿，完成交易 16 亿笔，已超过银行账单、银行转账、支票等支付方式交易总和，成为巴西人的主要支付方式之一。据悉，巴西央行还打算为 PIX 用户提供国际交易选项。

巴西数字银行业也得到迅速发展。2021 年 12 月，拉美地区金融科技独角兽、巴西数字银行 Nubank 在纽约证券交易所上市。这家成立于 2013 年的公司，基于机器学习和人工智能技术，开展数字银行账户、虚拟信用卡以及个性化个人信贷等业务。顾客使用手机应用便可以进行冻结信用卡、额度调整等操作，且无需缴纳管理费、工本费。2021 年前 9 个月，Nubank 实现 10.6 亿美元营收，较 2020 年几乎翻了一番，目前注册用户数量达到 4800 万。

独立支付业务运营商 Worldpay 拉美区域经理胡安表示，从销售到支付，数字化趋势已经不可逆转。“疫情加速了这个早已开始的过程，推动更多消费者开始接触数字支付方式。当消费者体验到数字支付的安全和便捷，他们就很难回到以前依赖现金的状态。”

来源：《人民日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 16 日

【悦读电商】



信任经济

内容简介

本书由快手研究院编撰，共分为三个部分，包括知识经济、信任革命、三农与共同富裕，深度呈现了信任经济下，数字消费的各种场景、变化和新的形态。本书不光是时代的记录，更是对时代的深度思考。

本书呈现了 33 个真实鲜活的案例，讲述直播如何催生更透明、更有温度的数字经济新形态，很多长期困扰社会的痛点和难点，有了全新的解法。这些案例有共通的特点，一是降低了搜寻的成本，二是解决了信息不对称的问题。



直播时代

内容简介

本书讲述了在新的技术与经济范式下，视频时代的商业如何被重新建构，以及新供给和新需求所呈现的样貌。

本书涉及 152 个调研访谈、30 多个案例，并讨论了视频时代的扶贫和就业话题。

本书提出：视频是一种可以释放生产力的科技手段，正在改变世界。直播不是一种延伸和补充手段，而是一个时代。视频和直播会缩短时空，成就更有温度和信任感的社会。商业

会重构。商业新物种爆发期将到来；直播电商“消费者→主播→产品”的链条，是从消费者出发，与商家连接的迄今最有效的模式；3. 直播电商还在快速演进。精准化、个性化、品牌化是方向，是大规模的消费升级；4. 直播电商正在重塑供应链。规模化 C2B，根据需求重新定义产品，改造和激活工厂。

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