

电子商务动态

● 行业资讯

- 商务部：将尽快出台便利跨境电商出口退换货的政策措施.....2
- 市场监管总局：规范“6•18”网络集中促销经营活动.....3
- 上海公布元宇宙等四个新方向投资促进方案.....4
- 上海首季数字时装周开幕.....4
- 上海有了首家数字人民币支付医院.....5
- 沃尔玛试验零售新模式.....13

● 政策法规

- 网信办发布修订版《移动互联网应用程序信息服务管理规定》.....13
- 《互联网诊疗监管细则（试行）》发布.....14

● 数据观察

- 国家统计局：1-5 月全国网上零售额 49604 亿元 同比增长 2.9%.....17
- 预计 2025 年上海元宇宙产业规模突破 3500 亿元.....18
- 2022 年新增注册直播相关企业 14.4 万家.....18
- 2021 年中国 Top100 连锁企业线上销售规模达 4700 亿元.....18
- 26 万品牌 300 万新品参与天猫 618.....19
- 中国卖家在亚马逊所占比重下降到了约 42%.....20

● 专家视点

- 力拓数字经济赛道 上海在“疫情之危”中寻“数字之机”.....21
- 郑伟：充分释放数字贸易动能.....23

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：将尽快出台便利跨境电商出口退换货的政策措施

6月8日，国务院新闻办公室举行国务院政策例行吹风会，商务部对外贸易司司长李兴乾表示，商务部将聚焦行业痛点，解决跨境电商发展的共性问题，将从完善支持政策入手，尽快出台便利跨境电商出口退换货的政策措施，支持符合条件的跨境电商企业申报高新技术企业，优化跨境电商出口海外仓的退税流程，研究制定跨境电商知识产权保护指南等。

同时，扎实推进跨境电商综试区的建设，做好综试区考核评估以及结果应用，发挥好综试区的示范引领作用。还将持续加强主体培育，引导行业高质量发展。

与此同时，李兴乾表示，还要加快海外仓的发展，目前商务部也正在牵头研究具体的支持举措，鼓励多元主体来建设海外仓，要支持企业优化海外仓的布局，完善全球的服务网络。此外，将持续推进市场采购贸易方式的创新发展，支持外贸综合服务企业发展出带动作用，从而推动跨境电商与其他业态联动互促、融合发展，不断拓宽贸易渠道，推动内外贸一体化发展，助力外贸保稳提质。

来源：“央广网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年06月08日

工信部：构建互联互通的全球网络通道

2022年6月6-16日，国际电信联盟“第八届世界电信发展大会”于在卢旺达基加利以线上线下结合方式召开，工业和信息化部党组成员、副部长张云明视频参加会议时表示，要营造开放、公正的国际环境，构建互联互通的全球网络通道。

张云明表示，面对世纪疫情阴霾和经济复苏压力，各国应守望相助、和衷共济，致力“连接每个人”。一是增强数字化发展能力。加快网络基础设施建设，不断缩小数字鸿沟。营造开放、公正的国际环境，构建互联互通的全球网络通道。二是激发数字化发展动力。利用信息通信技术，促进经济社会数字化转型，培育经济新动能，提升公共服务水平。三是凝聚数字化发展合力。加强沟通、扩大共识、深化合作，共同构建网络空间命运共同体。

来源：“人民网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年06月09日

市场监管总局：规范“6·18”网络集中促销经营活动

今年“6·18”网络集中促销活动，对促进消费恢复、帮助企业纾困、保主体稳就业，具有重要意义。6月8日，市场监管总局向全国互联网平台企业和各地市场监管部门发出《关于规范“6·18”网络促销经营活动的工作提示》（以下简称《工作提示》），进一步规范做好“6·18”网络集中促销活动。

《工作提示》包含十二方面内容：**一是落实平台主体责任。**加大审核和抽查力度，确保经营者主体信息真实有效，引导平台内经营者“亮照、亮证、亮规则”。**二是加强商品和服务审核。**加大对借党的二十大等重要活动和疫情防控等名义进行违法违规营销行为的监管和处置力度，严格商品信息发布审核，开展实时巡查，及时下架或删除违法违规产品链接。**三是规范集中促销行为。**加强对平台内经营者的管理，引导平台内经营者诚信守法经营，规范有序开展促销活动。**四是防范经营假冒伪劣商品行为。**对假冒伪劣商品及其经营者及时采取禁限措施，进一步加强知识产权保护。**五是规范广告发布行为。**提升广告审核水平，严禁虚假宣传、低俗内容，有效拦截虚假违法广告。**六是禁止不正当竞争行为。**不得通过排除、限制竞争及妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务等开展促销。**七是及时妥善化解网络消费纠纷。**及时受理、高效处理投诉举报，积极协助消费者维护合法权益。**八是做好基本消费品保供稳价。**保障疫情期间重要生活物资、粮油肉蛋奶果蔬等基本生活物资供应和价格稳定。**九是严格落实防疫管理措施。**加强各环节全链条的防疫管理，做到促销期间不放松、不懈怠。**十是助力中小微企业纾困。**加大对中小微企业的支持力度，助力中小微企业减负增收。**十一是切实维护灵活用工人员合法权益。**保障外卖送餐人员劳动安全，优化考核方案，完善收入分配机制，及时合理解决问题。**十二是强化政企沟通协作。**平台企业应积极配合监管部门依法查处相关违法违规行为，共同引导平台内经营者提高守法经营意识。

《工作提示》要求，各级市场监管部门要切实落实属地监管责任，督促指导平台企业严格落实主体责任，履行法定义务；强化监测监管，严格查处“6·18”网络集中促销活动期间的违法违规行为；畅通12315投诉举报渠道，全力做好消费者权益保护工作。

市场监管部门同时提示，倡导理性消费，注意防疫安全，消费者如发现自身权益受到侵害，及时向平台企业或市场监管部门投诉举报，运用法律武器维护自身合法权益。

来源：“市场监管总局”2022年06月08日

上海公布元宇宙等四个新方向投资促进方案

6月16日，2022上海全球投资促进大会暨“潮涌浦江”投资上海全球分享季启动仪式举行，大会发布元宇宙、绿色低碳、智能终端、数字经济四个“新赛道”的投资促进方案。上海市经济信息化委总工程师张宏韬表示，预计到2025年，全市绿色低碳产业规模力争突破5000亿元，元宇宙产业规模突破3500亿元，智能终端产业规模突破7000亿元。

在数字经济新赛道，围绕数字新产业、数据新要素、数字新基建、智能新终端等重点领域，深度应用大数据、云计算、物联网、区块链等新技术，推进产业数字化和数字产业化，加强数据、技术、企业、空间载体等关键要素的协同联动。到2025年，国际数字之都形成基本框架体系。展望2035年，上海的数字经济发展水平进入世界主要城市前列，成为具有世界影响力的国际数字之都。

在元宇宙新赛道，深度开放商业、教育、文娱、医疗、智能制造、协同办公等场景，发起设立百亿级元宇宙新赛道产业基金。打造10家具有国际竞争力的头部企业、100家掌握核心技术的专精特新企业；打造50+示范应用场景，100+标杆性产品和服务。到2025年，产业规模突破3500亿，并带动全市软件和信息服务业、电子信息制造业规模跃上新台阶。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022年06月17日

上海首季数字时装周开幕

2022年恰逢上海时装周举办二十周年。这张“城市名片”将以新形式、新载体、新内容呈现，首季数字时装周以创新凝聚力唤起行业复苏。

6月17日至6月19日，上海时装周将联动抖音以直播形式倾力打造每天6小时“秀场联播”，以“新概念秀场”、“影像时装剧场”等多元数字发布形式带来中国设计的创意呈现，以及“幕后故事”、“共创未来”、“主编秀评”等丰富多彩的系列栏目，同时通过上海时装周官方合作媒体及自媒体矩阵在全网平台同步放送。

本季上海时装周以“建设者的未来”为主题，呼应上季“未来见设者”，寓意从看见到实践的探索。两年前，上海时装周曾初涉“云端”，此番亮相的首季数字上海时装周将打造“新概念秀场”全新呈现。据介绍，“新概念秀场”将打破传统时装秀定义，水泥厂房、复古剧院、艺术空间或是模拟自然天气等形式各异的“T台”，与品牌新品系列形成恰到好处的

呼应：“影像时装剧场”以时装故事为叙事，结合音乐、影像、装置等多种媒介，将品牌新一季灵感来源、特色产品及精彩大片等完整呈现。在数字技术赋能下，时装品牌在虚拟时尚领域迈出创新步伐，带来颠覆式观秀体验，多点触达消费者，呈现一场数字时尚盛宴。

来源：“新华网”2022年06月16日

上海有了首家数字人民币支付医院

6月14日，上海交通大学医学院附属瑞金医院昨天在门急诊结算、出入院管理以及计划财务科等各个窗口完成数字人民币支付功能建设及应用，由此成为上海首家全面上线数字人民币支付功能的医院。

在门急诊收费结算、出入院结算以及财务科收费窗口等医院收费结算环节全面上线数字人民币支付，可以构建更为便捷安全的多元化支付方式，实现结算服务功能的进一步提升，有望赋能医院智慧财务体系升级发展，为患者和其他结算人员提供更多更好的优质、高效服务。

来源：《文汇报》编选：《电子商务动态》编辑部2022年06月15日

数字经济下“她力量”成长空间广阔

日前，2022金砖国家女性领导力论坛暨金砖国家女性创新大赛颁奖典礼在北京举行。论坛上发布的《金砖国家女性发展报告2022》显示，中国全面提高女性的保障水平，数字经济下“她力量”成长空间广阔。

报告指出，中国数字经济的基础设施建设逐渐完备，女性在数字经济的浪潮之下创业、就业机会增多，特别是由于数字经济带动的就业岗位覆盖各类群体，低学历妇女就业规模增加，这为中国女性就业拓宽了更多空间。

金砖国家女性工商联盟中方理事会理事、敦煌网创始人王树彤认为，敦煌网女性创业者或就业者占到40%。数字化是女性应对困境最重要工具和机会，数字贸易和跨境电商为女性创业和就业降低了门槛、扩大了链接范围、带来了前所未有的发展机遇。

报告指出，纵观亚太地区，女性职业发展所带来的经济增长，58%来自于女性劳动参与率的提升。考虑到金砖五国出生率普遍下滑而老龄化水平抬升的现实，挖掘女性就业潜力更

显必要。

金砖国家女性工商联盟巴西理事会主席格拉齐埃尔·帕伦蒂认为，克服性别不平等最好的办法是数据共享，平等的工作条件将有力促进经济增长，建议各国携手构建数字安全和公平的工作场所，通过数据授权、金融、投资、技术等各方面支持妇女创新创业。

论坛与会者一致认为，要在解决性别数字鸿沟等新挑战方面积极作为，让科技创新、经济社会发展的最新成果惠及广大妇女。各国妇女要把握数字经济机遇，搭上创新发展快车，为推动经济社会高质量发展贡献力量。

来源：“新华网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 06 月 06 日

数字人民币应用提振消费

近期，稳增长政策持续加码，数字人民币成为多个试点地区提振消费扩内需的重要手段。深圳、雄安新区、厦门、成都等地的数字人民币红包活动都在进行中，获取形式包括抽签、主动申领、消费补贴等。

数字人民币成为提振消费的重要手段，与其支付、交易的便利性和稳定性有关。数字人民币支付体验与现有手机支付方式相似，用户易接受、体验顺畅，即使在无网络情景下，数字人民币也可进行离线支付。对商户来说，数字人民币支付即结算，提升了资金结算效率。微信、支付宝等第三方支付依赖银行账户体系完成清结算，并通过央行支付基础设施实现最终确认，因此资金到账时间较长。数字人民币则可以实时到账，资金周转效率高。此外，支付机构所谓“实时到账”往往要通过“垫资”实现，潜藏着资金挪用、信用违约等风险。数字人民币不依赖银行账户进行资金转移，减少了清结算的信用风险和流动性风险。

数字人民币成为促消费的主角之一，还在于其精准性。数字人民币具备可编程性，可通过智能合约达到条件限制，这使得数字人民币可适用于多种不同的环境和关系，比如定向用途、定向人群、定向场景等。随着智能合约技术进步，数字人民币红包的发放形式将更加丰富多样，有助于精准激发居民消费需求，提高数字人民币的普及程度。

普惠性也是数字人民币研发的应有之义。央行此前召开数字人民币研发试点工作座谈会强调，数字人民币研发试点要在拓展金融服务覆盖面、提升普惠金融服务水平、助力地方经济发展、提升金融服务实体经济质效等方面发挥更大作用。除上述地区，今年以来，天津、广州等地也已向居民发放各种形式的数字人民币消费补贴。银行、科技企业也在积极参与数字人民币试点，助力激发数字人民币服务民生的普惠价值。

目前，数字人民币已在批发零售、餐饮文旅、政务缴费等领域形成了一批涵盖线上线下、可复制可推广的应用模式，参与试点的用户、商户、交易规模稳步增长，市场反响良好。展望未来，数字人民币具有条件支付和担保支付功能，可在安全合规的前提下，根据交易双方商定的条件、规则进行自动支付交易。这一特性增强了数字人民币的可拓展性，有巨大应用潜力，为应用场景拓展和业务模式创新提供了可能。数字人民币的应用生态场景有望不断拓展，带动商业模式创新，为促进消费持续回暖提供新助力。

来源：《经济日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 06 月 10 日

全国多地通过电商赋能打造优势产业

近期，江西、广西、河北、广东、浙江等多地都在加速推动电子商务与产业融合发展。江西提出，到 2025 年，将打造 10 个以上电商特色突出、产业链供应链服务功能强大、线上线下融合发展的产业集群，培育 200 个以上网络零售额超 5000 万元的网络品牌等。广西启动“美好广西助跑计划”，该计划将推动 3000 家以上企业及个人开设抖音电商或本地生活业务，培育直播、短视频创作人才 2000 人以上，进一步扩大网络交易主体规模，提升电商整体水平。河北肃宁提出“电商兴县”战略，让电商和产业、主播和产品在线上线下深度融合，充分发展，以直播促进销售，以销售促进生产，以生产促进传统产业转型升级，最终实现县域经济高质量、跨越式发展。广东、浙江等地则在跨境电商方面出台相关政策，鼓励优势产业借助跨境电商加速开拓国际市场。

分析指出，电子商务作为数字经济的重要组成部分，呈现快速发展之势。在地方大力支持下，电子商务将成为助力传统产业转型升级，推动产业拓市场、优结构、降成本、增效益并扩大本地产品线上消费市场占有率和品牌影响力的重要力量，助力更多优势产业打开国际市场。

专家表示，电商赋能产业已成为经济高质量发展的重要途径和推动双循环发展的重要抓手。一是助力产品销售，社交电商、直播电商等新模式可以减少产品交易环节，缩短供求距离，助力产品进入国内外市场。二是实现柔性化生产，依托大数据赋能，采用 C2M 模式，传统生产制造能快速响应市场需求，合理制定生产计划，减少库存成本。三是加快品牌化发展，通过数字化追溯、知识产权保护等手段，电商将有效加快品牌建设进程。

来源：《经济参考报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 06 月 15 日

国内首条“丝路海运”电商快线开通

6月10日，一艘越南籍集装箱船停靠于厦门自贸片区海天码头，装有服装鞋帽、五金配件等产品的电商货柜被逐一吊起，稳稳地落入船舱。这是首条“丝路海运”电商快线，沿途仅靠泊中国厦门港和菲律宾马尼拉港，也是一条点对点的专线，只需2天便可直达菲律宾马尼拉南港，“两港一航”将实现两国双港电商货物的快捷运送。

“丝路海运”是我国首个以航运为主题的“一带一路”国际综合物流服务平台，目前航线可达全球29个国家的102座港口。在本次电商海运快捷通道启动仪式上，《“丝路海运”电商快线服务承诺》正式发布。

服务承诺包括电商货柜可于船舶预计靠泊的前7天进入码头，保证提供A级优质集装箱，查验不符改单报关单0.5小时放行等。满足了电商货物小批量、多批次、时效强的进出口需求。

来源：“央视新闻” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年06月13日

叮咚买菜上海前置仓全部恢复运营

6月14日，位于上海青浦区的叮咚买菜明珠站正式开站，该站点是叮咚买菜上海市最后一个恢复营业的前置仓，据悉，明珠站在疫情期间，周边4、5公里范围内的市民们都通过它买生鲜食材，最高峰时，每天要送出1万多份订单，是全上海单量最高的前置仓之一。

随着明珠站的归队，目前，叮咚买菜在上海的280多个站点全部处在正常营业中。供应链也全面恢复，品类SKU数量恢复至疫情前的数千种，绝大部分站点也恢复了“全天开放运力，小时段预约”的模式。这也意味着，用户们可随时随地下单购买心仪的商品。

来源：“上海热线” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年06月16日

美团单车在上海推出“一人骑行 减碳一吨”骑行活动

6月13日-6月19日2022年上海市节能宣传周，美团单车围绕“绿色低碳 节能先行”主题，在上海市推出“一人骑行 减碳一吨”优惠骑行活动，上海市民通过美团APP骑行入口，可随机获取购卡优惠。

同时，市民们还可通过参加节能宣传周知识竞赛，赢取免费骑行月卡等奖品。值得注意的是，为保障用户骑行安全，美团单车已在上海成立了特别联动小组开展防疫专项行动，并在全市设立多个移动消毒站，继续深入实施单车“不分你我他”的无差别消毒工作，即运维人员不分品牌，不分颜色，对负责区域内所有共享单车进行消毒。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 06 月 13 日

顺丰同城扩展骑士团队积极助力上海复工复产

“重启”一周，上海逐渐热闹起来，居民消费需求也随着城市的“烟火气”逐步恢复。数据统计，多家外送平台订单量激增，奔波在城市大街小巷的骑士们成为了上海重启后“最忙碌的人”。

基于即时配送需求的持续攀升，为了更好地助力上海复工复产，近日，顺丰同城面向全上海地区招募骑士，并为每名新骑士准备了多重专属福利，从首单奖励、拉新奖励，装备返还奖励到技能培训、跑单流程、装备配置等，进行全方位的关怀，引导新骑士更好地进入工作状态。

据顺丰同城上海区介绍，疫后复产复工除了推出新骑士招募福利措施，同步升级面向全体骑士的防疫保障措施，保证骑士日常安全防护装备的补给，提升配送流程的防疫标准，进一步加码推出专项补贴、防疫补贴、骑士隔离补贴等。针对确诊骑士设定特殊“关爱金”包括一次性补助和住院物资，通过实际举措，为骑士的安全和收入提供稳定保障，解决后顾之忧。

上海重启后，如何安全平稳地复工复产成为每一个人都关心的话题。顺丰同城表示，希望更多有梦想的人加入骑士团队，一同并肩作战，做城市生活的守护者，积极响应国家号召，助力上海城市生活尽快复苏。

来源：“中国青年网”编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 06 月 12 日

小红书推出中小企业扶持计划

日前，小红书灵感营销推出中小企业扶持计划，通过流量扶持、营销扶持、开店扶持、产品扶持四大维度扶持政策，助力中小企业发掘增长机会，实现品牌力和产品力的共同成长。

流量扶持：中小企业报名参与活动，与小红书开展营销合作，满足条件即可获得平台赠送的广告金，单企业最高可达 52000 元。

营销扶持：为帮助中小企业快速掌握小红书平台的营销方法，小红书将为企业配备专业营销顾问，提供 1 对 1 营销指导；同时，面向平台内各行业企业，小红书将定期举办线上直播、线下沙龙等形式的课程，讲解官方营销方法，助力中小企业提升营销能力，更高效地实现品牌破圈。

开店扶持：针对有电商开店需求的中小企业，小红书针对平台内月成交额 1 万以内的店铺，实施佣金减免政策，降低中小企业运营成本，助力企业稳步成长。

产品扶持：为了更好地帮助企业在小红书生长，小红书平台不断完善营销工具，并对现有商业产品进行迭代升级。面向广大中小企业，小红书将开放新商业产品抢先体验权益，让中小企业第一时间解锁平台营销新玩法，高效实现营销目标。

来源：“小红书商业动态” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 06 月 06 日

盒马对外开放部分自建物流基地、供应链园区

近日，盒马部分自建物流基地、供应链园区已对外开放。目前有武汉、杭州、西安、成都、广州等地正对外招租，涵盖冷冻、冷藏、常温等全温层仓储设施。

据网经社获悉，这些仓储设施此前为盒马自用，构成了盒马全国自建仓储物流网络，归属于盒马总部物流工程部集中管理。其整体体量较大，目前有常温仓储面积 50 万平方米，低温仓储面积 30 万平方米。

同时，围绕物流基地配套的 5000 台日配物流车辆、近万名物流管理人员以及上下游物流设备、系统、包装、人力资源、物流仓储企业等合作商资源，也是盒马物流对外招商的主打卖点。据悉，此次盒马对外开放仓储的目标客群，主要集中在物流供应链企业、食品及食品贸易商、零售、电商企业等群体中。

来源：“网经社” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 06 月 08 日

菜鸟上线海外仓智慧供应链系统

6 月 14 日，菜鸟海外仓智慧供应链系统——“货运参谋”上线，该系统由菜鸟自主研发，

集海外仓配价格测算、备货指导、库存管理、优品建议等功能于一身。

目前，该系统已向入驻菜鸟美国海外仓的商家进行推广。通过“货运参谋”系统，商家不仅可以一键获悉跨境物流的履约详情，还可以实现海外仓配一键报价测算。

此外，通过该系统商家可以对海外仓进行实时管理与动态监控。一旦库存出现异常，系统将提醒商家及时补货或清理库存。

值得一提的是，“货运参谋”还基于市场和行业的公开数据，为跨境商家提供优品建议。商家据此可以对海外库存和商品进行调整，避免远程供应链备货中常见的“牛鞭”效应。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 06 月 15 日

京东考虑进军外卖业务

日前，京东零售 CEO 辛利军在接受“凤凰网”采访时表示，京东正在研究进军外卖领域的可能性。此举将会让京东与外卖领域的两大对手阿里巴巴、美团发生直接竞争。

辛利军表示，该公司已经“考虑和研究”了推出按需外卖服务。“至于什么时候开始做这个，这将取决于我们的能力，以及我们什么时候能够建立起一个人才团队。”

作为中国第二大电商平台，京东的任何涉足都将进一步加剧中国外卖市场本已激烈的竞争，该市场的规模以数十亿美元计。长期以来，美团和阿里一直主导着外卖市场，他们通过投入大量资金培养了一支外卖骑手大军。

辛利军在采访中没有详细说明外卖计划，但他表示，京东的物流子公司达达快送在同城配送方面拥有“强大能力”。在外卖领域，最后一英里运输是关键。

业内专家表示，和中国的许多其他互联网公司一样，京东“经历了核心业务的放缓，因此必须寻找新的增长故事”。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 06 月 17 日

京东美国首个自动化仓正式启用

6 月 6 日，京东美国首个自动化仓——“洛杉矶 2 号”正式启用，占地面积 22 万平方英尺，通过采用“飞狼”料箱机器人，全面提升了货品存储密度，仓内小件型商品存储位从 10,000 个增加到 35,000 个以上，实现对仓库空间的充分利用。

京东国际物流美洲区总经理芦国鸿介绍，该套系统借助密集存储、智能拣选、自动避障、

自主充电等功能，解决了耗时和繁重的人工存取和搬运流程，大大减少出库时间，整体运营效率提升了三倍以上。

与此同时，京东自主研发的仓储管理系统 WMS 帮助众多本地贸易商实现海量 SKU 的精细化管理。京东国际物流洛杉矶自营仓为商家提供仓储服务，通过仓网协同，提前把产品分布到距离消费者最近的仓库中，助力商家订单履约时效从 7 天缩短到 2-3 天。

此外，618 前夕，以洛杉矶仓为依托，京东建立了首个海外维修中心。海外维修中心的设立将为中国出海品牌、跨境贸易工厂、海外本土贸易商和品牌提供售后技术、售后客服、质检、维修、现场技术支持等一揽子售后维修解决方案，助力商品售后从收货、维修到寄出的全流程时效提升至 72 小时以内。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 06 月 07 日

TikTok Shop 跨境电商国内备货仓正式营业

日前，TikTok Shop 跨境电商国内备货仓开始正式营业，备货仓选址位于广东东莞。值得注意的是，这是 TikTok Shop 官方首次在国内推出的仓储中转服务。

据悉，此前，TikTok 将物流分为“TikTok 发货”和“卖家发货”。其中，“TikTok 发货”方式使用的是 TikTok 的物流合作伙伴，而“卖家发货”方式，则直接取决于卖家自己的选择。目前，卖家可以根据自身需求，将商品批量备货至广东东莞的 TikTok Shop 国内备货仓，再由备货仓在 24 小时内直通国际运输服务商，最终将商品交付到消费者手中，整个流程时间只需 3-5 天。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 06 月 14 日

Meta 将在香港推出元宇宙试点计划

据外媒报道，Meta 将在中国香港推出元宇宙试点计划，为当地 740 万居民带来虚拟体验。Meta 公司表示，它将与当地的合作伙伴，如连锁咖啡馆、学校和艺术机构合作，包括在当地咖啡馆举办虚拟现实（VR）展览，以及为教育工作者和中学生举办开放式增强现实（AR）培训研讨会等，探索元宇宙在日常生活中的潜在用途。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 06 月 16 日

亚马逊首家线下服装店开业 可与线上相结合

据外媒报道，亚马逊旗下首家实体服装店 Amazon Style 近日在美国加利福尼亚州洛杉矶地区的一家购物中心正式开业。

据悉，Amazon Style 是亚马逊继 Whole Foods、无人收银 Amazon Go 和 Amazon Fresh 杂货店之后，其实体店阵容中的新成员。该店特色是为顾客提供线上线下相结合的购物体验，尽量减少试衣步骤。比如，该店内的每件衣服都有一个二维码，顾客可以使用亚马逊的应用程序扫描二维码查看任一商品的颜色、尺寸等各种信息，还可通过二维码整理一份他们想在试衣间试穿的衣服清单，顾客待在试衣间里就能继续购物，亚马逊会将商品不断送进试衣间以供试穿。

Amazon Style 还有一个功能是购物者可以在亚马逊官网上挑选衣服，然后选择到店试穿，如果不符合他们的喜好可以直接退回。

来源：“环球网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 06 月 06 日

沃尔玛试验零售新模式

据 CNBC 报道，沃尔玛首席营销官（CMO）Charles Redfield 表示，该公司正在试验零售新模式，并且很快将在全国范围内推广。

据悉，沃尔玛希望通过与多家家居品牌合作以推动服装家具等高利润商品的销售，目标于下一个财年扩张数百家包含自营服装家具设计品牌的门店。数据显示，虽然沃尔玛美国本土整体净销售额上升至 969 亿美元，但一季度普通商品销售额同比下滑。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 06 月 14 日

【政策法规】

网信办发布修订版《移动互联网应用程序信息服务管理规定》

6 月 14 日，国家网信办发布新修订的《移动互联网应用程序信息服务管理规定》。新《规

定》共 27 条，包括信息内容主体责任、真实身份信息认证、分类管理、行业自律、社会监督及行政管理等条款，自 2022 年 8 月 1 日起施行。修订发布新《规定》旨在进一步依法监管移动互联网应用程序，促进应用程序信息服务健康有序发展。

《规定》明确，应用程序提供者通过应用程序提供互联网新闻信息服务的，应当取得互联网新闻信息服务许可，禁止未经许可或者超越许可范围开展互联网新闻信息服务活动。

应用程序提供者不得通过虚假宣传、捆绑下载等行为，通过机器或者人工刷榜、刷量、控评等方式，或者利用违法和不良信息诱导用户下载。

应用程序提供者开展应用程序数据处理活动，应当履行数据安全保护义务，建立健全全流程数据安全管理制度，采取保障数据安全技术措施和其他安全措施，加强风险监测，不得危害国家安全、公共利益，不得损害他人合法权益。

应用程序提供者处理个人信息应当遵循合法、正当、必要和诚信原则，具有明确、合理的目的并公开处理规则，遵守必要个人信息范围的有关规定，规范个人信息处理活动，采取必要措施保障个人信息安全，不得以任何理由强制要求用户同意个人信息处理行为，不得因用户不同意提供非必要个人信息，而拒绝用户使用其基本功能服务。

应用程序提供者应当坚持最有利于未成年人的原则，关注未成年人健康成长，履行未成年人网络保护各项义务，依法严格落实未成年人用户账号真实身份信息注册和登录要求，不得以任何形式向未成年人用户提供诱导其沉迷的相关产品和服务，不得制作、复制、发布、传播含有危害未成年人身心健康内容的信息。

《规定》指出，应用程序分发平台应当建立健全管理机制和技术手段，建立完善上架审核、日常管理、应急处置等管理措施。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 06 月 15 日

《互联网诊疗监管细则（试行）》发布

近日，国家卫生健康委和国家中医药局联合发布《互联网诊疗监管细则（试行）》（以下简称《细则》），针对当前互联网诊疗监管中面临的突出问题，明确了互联网诊疗的医药、医疗、技术等监管要求。

一是业务监管方面。《细则》明确，互联网诊疗病历记录按照门诊电子病历的有关规定进行管理，保存时间不得少于 15 年；诊疗中的图文对话、音视频资料等过程记录保存时间不得少于 3 年。医疗机构开展互联网诊疗过程中所产生的电子病历信息，应当与依托的实体

医疗机构电子病历格式一致、系统共享，由依托的实体医疗机构开展线上线下一体化质控。互联网医院变更名称时，所保管的病历等数据信息应当由变更后的互联网医院继续保管；互联网医院注销后，所保管的病历等数据信息由依托的实体医疗机构继续保管。

二是药品管理方面。《细则》强调，医疗机构开展互联网诊疗活动应当严格遵守《处方管理办法》等规定，加强药品管理。处方应由接诊医师本人开具，严禁使用人工智能等自动生成处方；处方药应当凭医师处方销售、调剂和使用；严禁在处方开具前，向患者提供药品；严禁以商业目的进行统方。医务人员的个人收入不得与药品收入相挂钩，严禁以谋取个人利益为目的转介患者、指定地点购买药品、耗材等。医疗机构应当保证互联网诊疗活动全程留痕、可追溯，并向省级监管平台开放数据接口。

三是医疗机构监管方面。《细则》提出，医疗机构应当有专门部门管理互联网诊疗的医疗质量、医疗安全、药学服务、信息技术等，建立相应的管理制度。作为实体医疗机构第二名称的互联网医院，与该实体医疗机构同时校验；依托实体医疗机构单独获得《医疗机构执业许可证》的互联网医院，每年校验 1 次。

四是人员监管方面。医务人员如在主执业机构以外的其他互联网医院开展互联网诊疗活动，应当根据该互联网医院所在地多机构执业相关要求执业注册或备案。互联网诊疗实行实名制，患者有义务向医疗机构提供真实的身份证明及基本信息，不得假冒他人就诊；患者就诊时应当提供具有明确诊断的病历资料，如门诊病历、住院病历、出院小结、诊断证明等，由接诊医师留存相关资料，并判断是否符合复诊条件。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 06 月 10 日

农业农村部印发《农业品牌精品培育计划（2022-2025 年）》 加强数字化营销与建设

农业农村部办公厅近日印发《农业品牌精品培育计划（2022-2025 年）》（以下简称计划）。计划提出，通过实施农业品牌精品培育计划，农业品牌建设促进机制和支持体系更加健全，优秀品牌脱颖而出，品牌溢价效应明显，农业品牌竞争力影响力带动力显著提升。

在提升品牌营销能力方面，《计划》指出，推动营销业态创新。创新营销场景，鼓励设立品牌消费体验馆、新品发布中心、创意设计坊、电商直播基地、产地品牌创新工场等，打造沉浸式、体验式、互动式营销场景。加强数字化营销，用好网络购物节、平台促销活动、云展会等营销形式，实现消费者触达和销量双提升。引导品牌主体统筹布局线上线下渠道，

根据产品品质和价格分等分级，有针对性地与供应链平台、新零售平台、电商平台、大型农批市场等开展合作，推动品牌农产品从“跑量销售”到“优质优价”。

在提高管理服务水平方面，《计划》指出，推动数字化建设。引导品牌主体运用数字技术，优化管理服务，完善业务流程，推进品牌管理、市场监测、展销推广全流程数字化。做好与质量认定、安全追溯、诚信管理等平台对接，推动信息互联共享，掌握品牌发展动态，促进协同监管和信用约束，为品牌健康发展提供支撑。

在营造品牌消费环境方面，《计划》指出，加快线上线下消费有机结合，支持打造精品品牌市场专区、商超专柜、电商专馆、自媒体直播间等，促进产品消费。办好中国农民丰收节金秋消费季、品牌热销等活动，促进品牌农产品消费。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 06 月 16 日

北京发布工作方案 推动直播电商产业集聚升级

日前，北京市经信局近日对外发布《北京市数字消费能级提升工作方案》。根据方案，北京市将推动直播电商产业集聚升级，选取 2 到 3 个区打造具备品牌聚集、主播孵化、机构入驻、活动落地、人才培养等功能的高质量直播电商基地，今年将培育或引进 10 家龙头直播电商专业服务机构，直播电商成交额将达到 1 万亿元。

根据方案，北京市鼓励直播电商平台创新发展，支持购物、餐饮、便民服务、文体体育、旅游出行、跨境电商等领域平台企业积极开展直播业务。

方案也提出，推进跨境直播电商创新发展，推动开展保税仓直播试点。

与此同时，北京也将营造多元直播电商产业生态，着力打造具有国际影响力的直播发布平台，鼓励平台设立首店首发直播专区；支持老字号品牌、新消费品牌开展直播带货、新品首发、首店入驻等特色直播活动，借助直播经济推广“北京品牌 IP”，打造“人、货、场”全要素直播电商产业集聚生态。

方案提出，构建直播电商专业人才体系，将直播电商领域急需紧缺职业列入本市相关人力资源目录，引进一批具有行业引领力、影响力的直播电商专业人才，对符合条件的人才在引进落户、子女教育、证照办理等方面提供保障；支持职业院校与平台企业设置直播电商相关专业课程，鼓励培训机构、行业组织等多方资源联合开发直播电商培训项目。

同时，基于高精度空间计算、人工智能等核心关键技术，构建虚实融合的数字基础设施和视听应用场景，打造“AR 试穿”“VR 看房、买车、购物”等沉浸式体验数字生活消费新场

景，不断完善视听全产业链布局。

来源：《北京日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 06 月 13 日

【数据观察】

国家统计局：1-5 月全国网上零售额 49604 亿元 同比增长 2.9%

6 月 15 日，国家统计局官网公布的数据显示，1—5 月份，全国网上零售额 49604 亿元，同比增长 2.9%。其中，实物商品网上零售额 42718 亿元，增长 5.6%，占社会消费品零售总额的比重为 24.9%；在实物商品网上零售额中，吃类、用类商品分别增长 16.0%、6.3%，穿类下降 1.6%。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 06 月 15 日

国家邮政局：十年来我国快递业务量增长 19 倍 已连续 8 年位居世界第一

在 6 月日举行的“中国这十年”系列主题新闻发布会上，国家邮政局副局长戴应军从四个方面具体进行了介绍了党的十八大以来邮政快递业发展情况。

发展基础不断夯实。基本构建了覆盖全国、深入乡村、通达世界的邮政快递网络，高铁快递、航空快递运能不断增强，无人仓、无人车、无人机等智能设施、装备加快应用，快件最高日处理能力近 7 亿件。

公共服务不断优化。邮政普遍服务均等化水平持续提升，“十二五”时期完成了 8840 个空白乡镇邮政局所补建任务，“十三五”末期，全国建制村全部实现了直接通邮。快递网点目前基本实现乡镇全覆盖，建制村快递服务覆盖率已经超过 80%，年人均快递量近 77 件。邮政快递服务的用户满意度保持在较高的水平。

治理能力持续提升。推动修正邮政法，出台《快递暂行条例》，加快构建与高质量发展相适应的邮政快递业法规、规划、政策、标准体系，深化“放管服”改革，优化营商环境，激发市场主体活力，行业的安全监管水平加快提升，人才队伍能力素质明显提高，基层员工权益保障持续推进，行业文化和软实力全面加强。

行业的作用日益凸显。十年来，邮政业业务收入从 1980.9 亿元增长至 12642.3 亿元，年均增幅达到 22.9%，与全国 GDP 的比值从 0.37%提升到去年的 1.11%。快递业务量从 57 亿件增长到 1083 亿件，是原来的 19 倍，已连续 8 年位居世界第一。邮政快递业在服务国家重大战略、抗疫保供、保通保畅等方面发挥了重要作用，为打通大动脉、畅通微循环作出了行业贡献。

来源：“人民网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 06 月 10 日

预计 2025 年上海元宇宙产业规模突破 3500 亿元

日前，上海市经信委总工程师张宏韬在“2022 上海全球投资促进大会”新闻通气会上表示，预计到 2025 年，上海市元宇宙产业规模突破 3500 亿元，智能终端产业规模突破 7000 亿元。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 06 月 16 日

2022 年新增注册直播相关企业 14.4 万家

根据天眼查数据显示，截至目前，我国共有 58.3 万家经营范围含“直播”且状态为在业、存续、迁入、迁出的“直播”相关企业。其中，成立于 1 年内的“直播”相关企业占比最多，达 54.7%。2021 年新增注册企业数量为 34.3 万余家，年度注册增速为 259.7%，2022 年新增注册 14.4 万家。

从地域分布上看，贵州省以 19.5 万家相关企业数量占比 33.4%，位居第一，广东省、山东省等分别以 4.6 万余家占比 8%，4 万余家占比 6.9%分别位居第二、三位。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 06 月 16 日

2021 年中国 Top100 连锁企业线上销售规模达 4700 亿元

日前，中国连锁经营协会(CCFA)根据 2021 年行业基本情况调查结果，发布“2021 年中国连锁 Top100”。数据显示，2021 年，Top100 连锁企业线上销售规模达 4700 亿元，占总销售的 20.6%。Top100 连锁企业线上销售占比平均值为 8.6%，比上年提高了 1.3 个百分点。

调查显示，线上销售方面，九成以上 Top100 连锁企业预计 2022 年将进一步增长，近六成企业预计增长会达到 10%以上。

来源：“中国连锁经营协会” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 06 月 14 日

我国下沉市场移动互联网月活用户达到 6.92 亿

近日，数据分析机构 QuestMobile 发布《2022 下沉市场洞察报告》（以下简称《报告》）显示，随着移动互联网的深度普及，三线以下城市、县镇与农村地区等下沉市场的用户规模稳步提升，截止 2022 年 4 月，下沉市场月活跃用户 6.92 亿，在整体中占比 58.4%。

《报告》显示，下沉市场用户对于移动互联网使用程度不断加深，APP 使用时长及次数均保持两位数增长。数据显示，2022 年 4 月，下沉市场用户月人均使用时长突破 160 小时，月人均使用次数 3932 次，分别提升 10.9%、12.5%。

《报告》指出，下沉市场为各行业提供重要流量支撑。其中，移动购物行业下沉市场贡献率达 62.8%。下沉市场对于不同体量 APP 的增长均起到重要作用，短视频、电商及办公类等 APP 千万级的增量，超半数来源于下沉市场。

《报告》认为，移动互联网已深入下沉市场用户日常，下沉市场用户在办公、购物消费、生活及娱乐等多领域线上化渗透加深。在此背景下，下沉市场用户线上购物消费潜力逐步释放，在电商、支付、网上银行领域保持较快增长，增速分别达 9.6%、17.3%和 21.5%。

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 06 月 08 日

26 万品牌 300 万新品参与天猫 618

作为每年上半年最重要的消费购物节，掐点购置大件，囤货各类生活用品，618 一直是消费者和全社会关注的经济节点。上新品、给消费者补贴让利，也早已是天猫 618 在消费群体中形成的稳定心智。

根据天猫公布的数字，今年有超 26 万个品牌参与天猫 618，活动商品超 1200 万款，其中 300 多万款是新品。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 06 月 13 日

京东、百度联合发布 618 消费趋势 老字号产品成交额同比增长 94%

近日，百度联合京东发布的《百度 x 京东 618 消费趋势洞察报告》显示，今年 618 大促期间，打标“老字号”的商品成交额同比增长 94%，其中 95 后年轻人群成交额同比增长达 141%。

报告显示，从消费特征看，今年的京东 618 主要呈现出两大趋势，一是“价值型购买”，消费者乐于享受人间烟火，追求产品的功能价值，力求让买的东西不落灰，为热爱与需要买单；二是“反差式购物”，男女老少的购物反差感爆棚。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 06 月 15 日

京东自营海外仓面积实现同比增长 100%

2020 年以来，京东出海新基建加速布局，相继在美国、德国、荷兰、法国、英国、越南、阿联酋、澳大利亚、马来西亚等地落地自营海外仓，截至 2022 年 6 月，仓储面积实现同比增长 100%。

截至目前，京东在全球已布局约 80 个海外仓和保税仓，遍及北美、欧洲、东南亚、中东和大洋洲，并陆续开通了中美、中英、中德、中泰、中国到巴西的包机运输航线。通过与国际和当地伙伴合作，国际供应链服务覆盖全球近 230 个国家和地区。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 06 月 07 日

中国卖家在亚马逊所占比重下降到了约 42%

根据海外电子商务研究公司 Marketplace Pulse 的数据，中国卖家在亚马逊所占比重从 2020 年底的约 48% 下降到了今年 5 月的约 42%。而在 2021 年之后，美国卖家在亚马逊的数量逐步上升，并且在今年重新逼近了 50% 的份额。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 06 月 06 日

2025 年非洲电商市场规模将达 460 亿美元

根据咨询公司 StockApps.com 最新发布的研究报告，到 2025 年，非洲电商市场规模将达到 460 亿美元。此外，到 2024 年，非洲电商渗透率将达到 40%。非洲电商行业的增长主要受网购人数不断增加的影响。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 06 月 10 日

到 2025 年数字经济有望为非洲国内生产总值贡献 1800 亿美元

当前，非洲地区依然面临巨大的“数字鸿沟”，地区互联网普及率仅为 36%，使用宽带的非洲人口占比不足 1/3，非洲仍有 8300 万人居住在距离光纤或电缆宽带连接 50 多公里远的地方。

眼下，非洲多国的数字经济发展势头强劲。地区国家相继出台和更新政策推动产业数字化转型。南非通信和数字技术部去年发布国家数据和云政策草案，把数字经济列入优先发展规划，期望打造一个“数据密集和数据驱动的南非”；尼日利亚政府去年 6 月宣布成立国家新兴技术中心、国家数字创新创业中心、人工智能和机器人中心，今年初又正式发布 5G 数字经济国家计划；不久前，埃塞俄比亚政府宣布优先发展数字经济的新政策，并出台多项新的法律法规，以改善数字经济监管环境。

非洲多数国家的“人口红利”是推动地区数字经济快速发展的重要因素。非洲被誉为是世界上“最年轻的大陆”，据统计，有 40 多个国家的一半人口在 20 岁以下。有报告指出，随着非洲大陆电子商务的持续扩张，到 2025 年，数字经济有望为非洲国内生产总值贡献 1800 亿美元。

来源：《人民日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 06 月 10 日

【专家视点】

力拓数字经济赛道 上海在“疫情之危”中寻“数字之机”

日前，上海市经济和信息化委员会主任吴金城表示，2020 年(疫情时)，我们化危为机、危中寻机，孕育了在线新经济，培育了一大批新生代互联网企业。同样地，今年我们在遇到‘危’的同时，也要看到‘机’的存在。

疫情加快产业数字化进程

尽管本轮疫情发生以来，上海面临十分严峻的经济形势，今年 1 月至 4 月，上海市规模以上工业总产值同比下降 12.5%，4 月当月的下降 61.5%。但吴金城指出，我们也要看到，上海经济长期向好的基本面没有变，上海这座城市的核心功能也没有变，随着疫情防控的持续向好，上海复工复产和经济恢复重振的基础、条件、要素将更加完善。

吴金城表示，这次疫情对产业数字化进程是一次极大的推动，越来越多企业对智能化、数字化、无人化，对工业互联网的需求更加迫切，“我相信，这个(数字化)进程会大大缩短。”

场所码、核酸检测等需要“数字基建”支撑

吴金城表示，上海要加大对数字新基建的有效投资，进一步加大绿色 IDC(互联网数据中心)、5G 基站等的布局建设，夯实城市数字底座，“包括覆盖全市场的场所码、‘数字哨兵’和 1 万多个常态化核酸检测点，这些都需要通信网络的支撑。”

吴金城指出，比如，在核酸检测的“采、送、检、报”过程中，数字化发挥了极大作用，每一根(核酸采样)管子都要全程追溯，怎么做到 1 小时采样，2 小时运到实验室，6 小时出报告，这是一个巨大的挑战，这离不开数字化支持。

同时，上海还要持续抢占数字经济、绿色低碳、元宇宙等新赛道，强化智能机器人、智能网联汽车等终端带动。比如，在这次战“疫”过程中，智能机器人在方舱医院和定点医院用得很好，部分替代了送药、消杀等繁杂、危险的工作；一些运营商也由此形成了“系统集成商加上租赁服务”的商业模式。

夯实“数字底座”让疫情防控和复工复产“两手抓”

为了减轻沪上企业尤其是中小微企业的通信成本压力，《上海市“千兆助力，云网惠企”行动计划》1 日正式发布，包含减免特困行业宽带费用等一揽子措施。

上海市经济和信息化委员会副主任汤文侃说，受疫情影响，不少上海中小微企业两个月没有经营生产，面临生存压力，上海希望以这些措施帮助企业降低通信成本、加快复工复产。

为了疫情防控和复工复产“两手抓”，上海启动“满格上海”行动计划，补齐网络短板。沪上电信运营商将做好对商务楼宇、园区内信号质量差的点位的“补盲补弱”，确保园区和企业内的常态化核酸采样点信号质量良好。

另外，上海计划到 2022 年年底累计建设 6 万个 5G 室外基站，重点推进工业园区、企业

厂区、医卫机构等区域覆盖，为不同行业定制 5G 专网解决方案。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 06 月 06 日

郑伟：充分释放数字贸易动能

随着新一代信息技术的兴起、普及以及数字技术的快速更迭，由数字产品、数字服务、数字技术、数据信息为标的物的数字贸易对全球经济增长的拉动作用越来越强，成为新冠肺炎疫情之下推动世界经济复苏的重要力量。我国作为世界第二大经济体和数字经济第二大国，数字贸易发展前景十分广阔。新时期，应充分利用好我国数字经济基础雄厚、数字技术领先、应用场景广阔、市场容量巨大等先发优势，充分释放数字红利，在数字贸易发展定位、国际规则制定、法律法规建设等方面进一步做稳做实，使之成为推动外向型经济高质量发展的新动能和服务构建新发展格局的生力军。

加强数字贸易发展顶层设计，明确数字贸易发展方向。行业主管部门应明确数字贸易的内涵与外延，统一统计测度口径，出台促进数字贸易发展的指导意见，明晰我国数字贸易发展路径。

加快数字基础设施建设，夯实数字贸易发展基础。互联网是发展数字贸易的重要载体，应加快城镇和农村网络普及；加快数字基础设施建设，发挥我国在 5G 技术领域的优势，打造数字化程度更高、智能化水平更强、网络化连接更广的综合型数字基础设施。

加快数字产业化进程，提高数字贸易发展活力。数字产业是数字贸易发展的基础，应进一步推动数字产业与第一产业、第二产业深度融合，利用数字技术带动传统产业提质增效，促进数字辅助性服务规模化发展；加速传统服务业数字化变革，推动更多传统服务业态加入数字化转型行列，扩展可数字化服务范围；在保证国家经济安全、信息安全的前提下，鼓励、支持利用数字技术发展新业态、新模式。

完善数据监管机制，试点数据跨境安全流动。数字经济时代，数据信息作为重要的生产要素已经开始大规模跨境流动。我国应加快相关领域研究，对数据跨境流动进行风险评估，建立健全相关法律法规，保证数据跨境流动的安全可控，并在自由贸易试验区、海南自由贸易港、国家数字贸易示范区等开放高地先行先试，探索数据有序开放、安全流动、风险防控的方法和路径。

积极参与国际规则制定，大力拓展发展空间。当前，国际社会对数字贸易规则主导权的竞争越发激烈。我国应积极参与全球数字贸易规则谈判，对数字产品非歧视性待遇、数据跨

境流动、数字服务税等关键议题，加紧研究并明确中国规则，提供中国方案，发出中国声音；以“一带一路”倡议、多双边自贸协定为抓手，拓展与国际社会在数字贸易领域的合作，以合作推动共识，拓展我国在数字贸易领域的“朋友圈”。

（郑伟：中国服务外包研究中心副研究员、国家数字贸易专家工作组成员）

来源：《经济日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 06 月 13 日

互联网平台企业在共同富裕建设中仍有相当大潜力

近日，中国社科院在北京发布了《从“经济新动能”到“共富新使命”——互联网平台企业助力共同富裕研究报告》。

《报告》称，在以互联网平台企业为核心的数字经济成为我国经济发展新动能的大背景下，互联网平台企业凭借其网络效应、规模效应、外溢效应，以及在三次分配中的价值转移，已成为助力我国共同富裕的重要力量。头部互联网平台企业在拉动就业、科技普惠、数字化公益、精准扶贫与乡村振兴等方向做出了诸多尝试和贡献，作用显著。

《报告》认为，头部互联网平台企业借助创新能力和先进工具孵化了大量的创新企业和个体创业者，提供了数以千万计的就业新机会，为国家纾困解难、稳定就业孵化创业、助力实体经济高质量发展、扩大中等收入群体、弥合数字鸿沟等方面做出积极贡献，成为推动共同富裕的重要助力。未来，互联网平台凭借自身的体量、技术、规模优势，在共同富裕建设中仍有相当大的潜力，是不可或缺的参与者。

中国社科院数量经济与技术经济研究所党委书记、副所长李海舰认为，互联网平台经济兼具生态经济、数字经济、规模经济、范围经济等特点和开放、平等、普惠、免费的特征，在理论上具有推进共同富裕的天然基因。

中国社会科学院大学副校长高文书教授认为，平台企业提供了大量的就业机会，尤其是以灵活就业替代了单位制的标准就业，将无数的就业困难群体和不适合从事全职工作的人解放出来，对于低收入或者说低人力资本就业的劳动者提高收入，保障家庭生活起到至关重要的作用，对于脱贫致富、共同富裕非常有帮助。

来源：“澎湃新闻” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 06 月 13 日

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