

电子商务动态

● 行业资讯

- 商务部：中国电商取得多个世界第一.....2
- “上海数字生活节”启动.....5
- 上海数字服务成果亮相服贸会.....6
- 上海公布首批 8 个数字化转型市级示范区.....6
- 国家区块链创新应用试点在静安启动.....7
- 2022 中国电子商务大会召开 展望全球电商发展新趋势.....8
- 餐饮老字号“触网”转型.....9

● 政策法规

- 上海发布新城数字化转型规划建设导引.....15

● 数据观察

- 商务部：跨境电商上半年同比增长 28.6%.....16
- CNNIC：我国网民规模为 10.51 亿，互联网普及率达 74.4%.....18
- 中消协：超 87% 的消费者遇到过不公平格式条款.....19
- 首批 12 家上海市直播电商基地授牌.....20
- 上半年上海商品类网购交易额 3889 亿元.....20
- 上海网络新消费品牌数居全国首位.....20

● 专家视点

- 专家解读第 50 次《中国互联网络发展状况统计报告》.....26
- 数字经济助推消费结构优化升级.....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：中国电商取得多个世界第一

在9月1日举行的“2022中国电子商务大会”上，商务部副部长盛秋平指出，中国电商在多方面居世界第一，今后将持续深化丝路电商合作，推动加入《数字经济伙伴关系协定》(DEPA)进程。

盛秋平表示，中国电子商务在网络零售市场、网购人数、数字化快递业务以及移动支付规模方面稳居世界第一，成为畅通国内国际双循环的重要力量。

盛秋平表示，2021年以来，尽管面临诸多超预期因素影响，中国电子商务仍展现出极强韧性，全国网上零售额达13.1万亿元，跨境电商进出口额达1.92万亿元，电子商务从业人数超过6700万人。今年1-7月，继续呈现强劲活力，全国网上零售额达7.3万亿元，其中实物商品网上零售额6.3万亿元，占社会消费品零售总额的比重为25.6%，高出全球平均水平约6个百分点，农产品网上零售额增长10.2%。

盛秋平表示，电子商务作为数字经济的典型代表，既是数字技术和实体经济深度融合的具体产物，也是持续催生新产业新业态新模式的有效载体，更是稳增长、带就业、保民生、促消费的重要力量。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022年09月01日

商务部：《中国电子商务报告（2021）》发布

在9月1日召开的“2022中国电子商务大会”上，商务部电子商务和信息化司司长蹇芳莉发布了《中国电子商务报告（2021）》。《报告》指出，2021年电子商务呈现出几大特点：

第一，新业态、新模式驱动电子商务持续增长；第二，新消费、新品牌助力线上消费提质扩容；第三，电子商务助力抗疫保供，保障民生和稳定就业；第四，电子商务深度赋能产业链、供应链数字化转型；第五，跨境电商加快向品牌化发展；第六，数商兴农引领农村电商持续高质量发展；第七，电子商务市场秩序和营商环境进一步提升；第八，顶层设计、公共服务及示范体系建设不断强化；第九，丝路电商在共建“一带一路”中取得了新突破，我国与五大洲、23个国家和地区建立了双边电商的合作机制，共同加强规划对接、产业促进、

能力建设等合作。

《报告》数据显示，2021年全国电子商务交易额达到42.3万亿元，同比增长19.6%，其中商品类交易额31.3万亿元，服务类交易达到11万亿元；全国网上零售额达到13.09万亿元，同比增长14.1%，其中实物商品网上零售额是10.8万亿元，占社销零总额比重为24.5%。农村网络零售额达到2.05万亿元，同比增长11.3%，农产品网络零售额达到4221亿元，同比增长2.8%。

此外，跨境电商进出口总额达到1.92万亿元，同比增长18.6%，占进出口总额4.9%，其中出口1.39万亿元，进口0.53万亿元；电子商务服务业营收规模达到了6.4万亿元，同比增长17.4%。电子商务从业人数达到了6727.8万人，同比增长11.8%。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022年09月01日

工信部：将出台促进数据安全产业发展政策

日前，工业和信息化部网络安全管理局一级巡视员周少清表示，数据是国家基础战略性资源和重要生产要素。下一步，工信部将加强数据安全工作的系统布局谋划，重点是抓好“一个体系”、发展“一个产业”：

一个体系是指抓好数据安全监管体系建设。在制度机制方面，制定出台工信领域数据安全管理制度，健全完善数据分类分级、重要数据保护、风险评估、应急管理等重点管理机制。在标准规范方面，建立完善工信领域数据安全标准体系，研究制定车联网、工业互联网等重点领域数据安全标准，深入开展贯标达标等工作。在监管实践方面，面向工业、电信领域重点企业，推进开展重要数据识别和目录编制、备案管理、安全防护、风险评估等工作，督促数据安全保护主体责任有效落实。

一个产业是指发展好数据安全产业。推动出台促进数据安全产业发展等政策文件，培育具有国际竞争力的数据安全领军企业、专精特新“小巨人”企业，强化关键核心技术攻关和应用示范，为国家数据安全保障提供有力支撑。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年08月21日

国家广电总局：短视频行业发展呈现五方面特点

日前，国家广电总局发布《2021 短视频行业发展分析报告》《报告》显示，短视频行业发展呈现五方面特点：

一是行业发展态势蓬勃向上，在经历了 2020 年的爆发式增长后，用户规模再创新高，影响力日益增强；二是算法推荐健康发展，主流价值引领算法，正能量愈发充沛；三是行业管理持续规范，主管部门主动作为，泛娱乐化倾向、低俗庸俗媚俗等问题明显改观，内容生态更加健康；四是广播电视高歌“稳”进，省级以上所属广电媒体抖音、快手入驻账号数量在 2020 年实现同比增长 663.15%的基础上，继续增长 10.82%，创新案例“登顶”“破圈”表现亮眼，成为短视频领域“最亮的星”；五是加速入驻有线电视、互联网电视、IPTV 等大屏端，为发展“未来电视”迈出实践性步伐，向着构建大视听发展格局阔步前行。

来源：“国家广电总局网站” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 08 月 21 日

中国邮政启动第六届“919 电商节”活动

作为中国邮政全力打造的农村电商品牌，第六届中国邮政“919 电商节”9 月 1 日在北京启动。据了解，今年的“919 电商节”，中国邮政进一步强化“邮政 919，丰收欢乐购”主题，推出乡村振兴“万单计划”、“百大品牌”特惠活动、社区团购“万团齐发”等“十大活动”，助力农民创利增收、农村消费提质、农业兴旺发达，全面构建邮政农村电商新生态，为乡村振兴注入新活力。

来源：《中国邮政报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 09 月 02 日

中消协：十大网络购物领域不公平格式条款

日前，中国消费者协会公布了《“不公平格式条款”消费者认知及线索征集调查报告》，列举了网络购物领域十大不公平格式条款：

1、单方变更服务协议默认消费者同意或仅对新条款进行公示未重新征得消费者同意；2、擅自扩大不适用七日无理由退货的商品范围；3、网络购物中，消费者因经营者虚假宣传而购买商品，经营者仅支持退款退货，不承担惩罚性赔偿责任，且网购平台以不具有强制力为

由不帮助消费者维护合法权益；4、将销售页面的商品宣传和介绍，约定不构成合同组成部分，内容存在错误、失真等情况，对消费者造成误导的，经营者仅退款退货，拒不承担惩罚性赔偿，且网购平台以不具有强制力为由不采取措施帮助消费者维权；5、商品数量和价格是交易的关键信息，经营者应当尽到审查义务，确保销售页面的相关信息准确无误，不对消费者造成误导。实践中发生错误时，经营者拒绝承担缔约过失责任，任意“砍单”，拒不承担发货责任；6、经营者未经消费者同意或者请求，或者消费者明确表示拒绝的，不得向其发送商业信息。网购平台将消费者同意注册，或购买过某品牌商品视为同意向其发送商业信息；7、未经法定程序和消费者同意，仅根据平台认定结果即单方调用消费者资金；8、消费者的消费积分、充值券等归属个人虚拟财产，消费者对其享有支配和使用的权利。经营者未经消费者同意不得擅自使用；9、消费者购物产生的消费评价等信息属于消费者的创作内容，平台单方面剥夺消费者享有的知识产权等权利，强制取得排他使用和再许可第三方使用的权利；10、消费者注销账号后，超过国家要求的服务信息、交易信息的保存期限后，平台应当及时删除相关信息，不得再利用消费者的信息从事经营活动。

来源：“中国消费者报微信公号” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年08月23日

“上海数字生活节”启动

以电商平台为代表的在线新消费已是创新最活跃、增长最迅猛、辐射最广泛的领域之一，成为促进消费提质扩容的新渠道、新引擎。8月28日，第三届“五五购物节”重点活动“2022上海数字生活节”启动仪式在宝山万达广场举行。“2022上海数字生活节”于8月28日至9月12日举办。

上海市商务委副主任张国华介绍，作为第三届上海“五五购物节”12个标杆活动之一，今年上海数字生活节以“数字新消费，点亮新生活”为主题，围绕新场景、新体验、新生态，电商平台、网络新消费品牌企业及直播电商基地，将推出“数智消费体验”“智享潮流生活”“网络消费新品牌”“数农兴商 乡村振兴”等系列活动，各大商圈商场、品牌企业、电商平台、直播电商基地将以多种方式推出促销活动。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022年08月29日

上海数字服务成果亮相服贸会

9月1日，以“数字贸易枢纽港，拥抱全球新赛道”为主题的上海城市形象展区亮相2022年中国国际服务贸易交易会。元宇宙、行业云、数据服务、数字金融、数字设计、潮流电商、直播电商等7条新赛道的头部企业和重点项目精彩呈现，全面展现了上海推进城市数字化转型、加快打造数字贸易国际枢纽港的最新成果。

上海市商务委有关人士介绍，在这次服贸会上，上海城市形象展区突出数字赋能服务贸易的未来发展趋势，重点展示数字经济和数字贸易新赛道。展区设置了云服务、数字服务、数字内容、跨境电商等四大区域。

来源：《文汇报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年09月02日

上海公布首批8个数字化转型市级示范区

8月24日，上海公布首批8个城市数字化转型市级示范区。据了解，当前，杨浦大创智数字创新实践区、临港数字孪生城、普陀海纳小镇、松江新城G60数字经济创新产业示范区、徐汇滨江数字化转型示范带、嘉定未来·智慧出行示范区、市北数智生态园、张江数字生态园8个数字化转型示范区已经发展出较为成熟且各具特色的数字产业生态。

其中，**杨浦大创智数字创新实践区**，加快建设国家智能社会治理实验基地，面向区域内4000余家数字先锋企业，打造首个政企互动、企业共创的元宇宙园区平台。

临港数字孪生城，打造“融合生长的未来之城”，目前已完成临港新片区国际创新协同区3.2平方公里已建楼宇基础数据对接。

普陀海纳小镇，推出《支持海纳小镇产业发展12条》，依托海纳工程院，聚焦物联网、可信算法等未来产业，数字广告、直播等新兴产业，加快打造海纳数字生态谷。

松江新城G60数字经济创新产业示范区，围绕国家创新型产业集群试点，集聚高能级创新平台，推进五大数字产业创新工程，以数字化赋能“一廊九城”科技和产业合作。

徐汇滨江数字化转型示范带，以“数智西岸”为抓手，已服务140万方商务载体，链接20余家文旅场馆，依托22个“智能生活服务站”，吸引属地企业共同参与场景开发运营。

嘉定未来·智慧出行示范区，聚焦“一环三路”智慧车列、车路协同、自动驾驶、无人配送等应用场景，打造长三角智慧交通出行的最佳实践区；

市北数智生态园，将围绕“云、数、智、链”，打造可信数据流通的公共服务体系。

张江数字生态园，围绕集成电路、生命科学、人工智能三大主导产业，重点推进产业大脑、芯在线及区域数据信任基座，以数字化赋能产业创新。

业内专家指出，上海是国际数字大港、数字贸易枢纽，是全国数字化转型的先行者和创新高地，首批示范区的设立将为上海城市数字化转型进一步树立标杆，将在科研创新、产业赋能、场景应用、生态打造等方面起到先试先行、充分激发全市数字创新潜能的作用，加快建设具有世界影响力的国际数字之都”。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 08 月 21 日

国家区块链创新应用试点在静安启动

8 月 23 日，静安区国家区块链创新应用试点（综合性地区）启动仪式在静安市北高新园区举行。静安区将着力打造五大创新应用平台和 14 个方向的创新应用场景，形成一套区块链建设和应用的技术及服务标准，打造上海乃至长三角区块链产业发展高地。

静安区“国家区块链创新应用综合试点”项目由静安区政府负责总体规划、协调与推进，并由静安区委网信办、静安区科委会同区相关职能部门和园区，协同上海软件中心以及区内外大数据、区块链行业龙头企业等单位联合实施，将着力打造五大创新应用平台和 14 个方向的创新应用场景，形成一套区块链建设和应用的技术及服务标准，打造一个上海乃至长三角区块链产业发展高地，力争带动上海成为全国商用密码区块链创新应用策源高地和长三角区域一体化协同发展的数字中心枢纽。

当前，区块链技术作为“新基建”的重要组成部分，已成为我国数字经济发展不可缺少的基础设施。静安区国家区块链创新应用试点（综合性地区）的启动，标志着静安产业区块链发展进程进入了实质性提速阶段。目前，静安区市北区块链生态谷已集聚相关企业 60 余家，其中蚂蚁链、万向区块链等 7 家头部企业获选进入“中国产业区块链百强企业”榜单。

来源：《解放日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 08 月 24 日

饿了么率先在上海、杭州发布“放心点·榜”

8 月 25 日，饿了么在上海、杭州率先发布了首批“饿了么放心点·榜”。首批榜单除了

筛选出全城 100 家外卖品牌外，还基于咖啡、烧烤、江浙菜等八大外卖热门品类各公布了百强品牌名单。

据介绍，所有上榜品牌的筛选均综合了品牌各门店过去一个月的真实消费和口碑评价等多维度数据。用户在饿了么 APP 搜索“放心点”，即可快速查看到榜单。

未来，该榜单将按月更新，也将在全国其他城市陆续发布，涵盖的品类也会根据城市特征逐步丰富。

来源：《新民晚报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 08 月 26 日

2022 中国电子商务大会召开 展望全球电商发展新趋势

9 月 1 日，由商务部、北京市人民政府主办，商务部电子商务和信息化司、北京市商务局承办的“2022 中国电子商务大会”在北京国家会议中心开幕，大会以“创新·融通·共享”为主题。聚焦数字经济与实体经济的融合贯通，探索新技术新业态新模式的创新应用，展望全球电商发展新趋势，推动电子商务高质量发展。

据悉，中国电子商务大会自 2011 年以来已连续举办十二届，为促进电子商务发展、赋能数字经济创新、带动传统产业转型升级提供了新思路新模式新智慧，已成为电子商务领域信息共享、合作对接、互学互鉴的国际化专业化会议平台。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 09 月 01 日

国家网络安全宣传周 9 月 5 日至 11 日举办

2022 年国家网络安全宣传周将于 9 月 5 日至 11 日在全国范围内统一举办，中央网信办网络安全协调局有关负责人介绍，自 2014 年首届网安周举办以来，各地区各部门以通俗易懂、百姓喜闻乐见的方式，宣传网络安全理念、普及网络安全知识、推广网络安全技能，广泛开展网络安全进社区、进农村、进企业、进机关、进校园、进军营、进家庭活动，有力推动全社会网络安全意识和防护技能的提升，对于维护国家网络安全、保障人民群众合法权益具有重要意义。

来源：“新华社” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 09 月 01 日

中国互联网“走出去”成绩耀眼

日前，中国社会科学院新闻与传播研究所及社会科学文献出版社日前共同发布了《新媒体蓝皮书：中国新媒体发展报告 No.13（2022）》。《报告》指出，2021 年以来，中国互联网企业呈现规模化“走出去”态势，出海的数量和类型不断增长，成绩也更加耀眼。

数据显示，2021 年，抖音已取代谷歌，成为全球流量最大的互联网产品。中国互联网企业国际化发展的战略层级不断提升，将产品优势、资本优势、技术优势等外溢转变为模式出海、品牌出海、服务出海和标准出海，电商类、内容类、游戏类、视频类、教育类是互联网企业出海的主要领域。

当前，我国互联网出海主要方向有：一方面，互联网公司探索如何将国内积累的先进产业模式、资本优势、竞争优势复制输出至东南亚、南美、非洲等地，获得发展先机；另一方面，在欧美等发达国家区域投资人工智能、区块链等先进技术，布局下一代互联网发展。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 08 月 22 日

餐饮老字号“触网”转型

数字化改变了餐饮业的获客方式，不少餐饮老字号正在通过各大数字平台培养线上客流，餐饮老字号的线上化率逐年提升。线上外卖、直播带货、小程序下单自提，在新冠肺炎疫情防控常态化背景下，为应对公众消费习惯的改变，老字号餐饮企业纷纷“触网”，搭建由以堂食为主转为线上、线下多渠道融合的销售模式。

中国烹饪协会会长杨柳表示，在疫情防控常态化下，网络购物、无接触配送、直播带货等新业态新模式快速发展，餐饮业大力发展网上订餐、在线外卖外送、线上直播和成品半成品零售化等业务，契合了消费升级趋势。随着居民收入增加和人民生活水平提高，餐饮消费日益个性化、多样化、体验化，消费者也因此期待获得更多、更好的产品和服务。

来源：《经济日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 08 月 25 日

电商零售增速明显下滑，线下实体店逆势反弹

8 月 23 日，中国商业联合会、中华全国商业信息中心发布《2021 年度中国零售百强分

析》(以下简称《报告》)。《报告》称,传统电商零售增速下降,网下实体店消费呈现恢复性增长,网下实体店零售额同比增长 12.7%。

其中,实体零售企业积极转型创新,“以新商品、新服务、新模式、新业态引领、挖掘和创造新型消费、拓展新增市场,疫情以来销售增速快速下滑的局面有所改善。”

来源:“中国新闻网” 编选:《电子商务动态》编辑部 2022 年 08 月 25 日

我国网络诚信建设整体状况持续向好

在 8 月 29 日举行的“2022 年中国网络文明大会网络诚信建设高峰论坛”上首次发布了我国网络诚信发展年度报告——《中国网络诚信发展报告 2022》(以下简称《报告》)。

《报告》全面反映 2021 年以来我国网络诚信建设取得的新进展新成就,分析了网络诚信领域面临的新问题新挑战,提出了加强新时代网络诚信建设的思考建议。

《报告》显示,在国家有关部委的积极推动和社会各界的广泛参与下,网络诚信建设呈现出规范力度明显加大、诚信机制加快健全、宣传教育深入人心、社会实践丰富多彩、失信惩戒成效明显等五大特点,为网络强国、数字中国、智慧社会建设不断夯实发展基石。

《报告》指出,随着互联网新技术新模式新业态不断发展应用,网络诚信建设也面临新的问题挑战,主要表现在算法滥用、网络诈骗、不正当竞争、直播领域良莠不齐、网络“饭圈”乱象频发 5 个方面。

如何加强网络诚信建设?《报告》从四个方面提出建议:一是推进网络诚信规范化建设,通过法治保障、标准规范、强化自律,形成政府、社会、企业等协同治理的网络诚信建设格局;二是加强重点领域监管,以专项整治为抓手,进一步完善网络信息内容审核,依法加强个人信息保护,推进算法安全规范治理,强化网络直播监管;三是推进网络诚信建设示范工程建设,持续打造网络诚信品牌,拓展深化“诚信之星”和好网民评选,积极推进企业社会责任评估;四是建立网络职业素养培训体系,创新方式方法、加大培训力度,不断提升互联网从业人员道德素养和业务技能。

来源:《光明日报》 编选:《电子商务动态》编辑部 2022 年 08 月 30 日

电子商务将是元宇宙技术应用的主要场景之一

9月1日，2022世界人工智能大会，脸书母公司 Meta 大中华区总裁梁幼莓发表视频演讲表示，电子商务将是元宇宙技术应用的主要场景之一。

Meta 在一项调研发现，亚太地区有超过 2/3 的潜在社交媒体购物人群表示，希望借助虚拟技术，不出家门就能选购商品。Analysis Group 今年发布的元宇宙报告显示，如果元宇宙技术于 2022 年开始被采用，到 2031 年，元宇宙经济将会为世界 GDP 贡献超过 3 万亿美元，其中亚太地区的元宇宙 GDP 将超过 1 万亿美元。

来源：“澎湃新闻” 2022 年 09 月 01 日

德勤：消费元宇宙需具有三个关键要素

德勤联合 GSMA(全球移动通信系统协会)9月1日在上海举办“元宇宙高峰论坛”，同时发布《消费元宇宙开启下一个消费时代》报告，《报告》称，消费元宇宙需具有三个关键要素：内容的生产及所有方面，虚拟货币、可追溯交易的数字经济体系，以及沉浸真实、能力增强。元宇宙游戏和数字人符合这三个关键要素，能够领跑消费元宇宙，并为消费者带来下一个消费时代的全新体验。

此外，消费元宇宙的应用和价值远不止于此，个人娱乐、办公、本地生活，围绕着消费者的方方面面场景均有消费元宇宙带来的美好场景。

德勤中国副首席执行官刘明华表示，2022 年，各省市纷纷出台元宇宙相关政策，推进元宇宙的有序发展。随着数字经济和实体经济的广泛连接和流通，数字资产和实物资产的弥合，虚拟世界和现实世界的紧密融合趋势。元宇宙的技术在向着更颗粒化、精细化的方向发展，场景应用在向着更综合的方向发展。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 09 月 02 日

全国首个数字文化创新服务联盟成立

8月29日，全国数字文化创新服务联盟成立仪式在云端举行，这是全国首个数字文化创新服务联盟。

据了解，作为全国首个以数字文化创新为主旨的服务联盟，全国数字文化创新服务联盟集合产业各方资源优势，通过对“元宇宙”、“数字化”、“人工智能”等创新技术、概念的深耕，全面赋能文化产业、激活数字文化价值、创新产业服务模式，有效推进了文化数字化转型升级，并成功探索了文化产业在数字化时代的发展新路径、新方向。

来源：《光明日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年08月31日

全国首个亚马逊线下服务站点落户嘉兴

8月26日，全国首个亚马逊线下服务站点落户嘉兴南湖区，据了解，站点将以线上和线下同时服务的模式，为企业提供帮助。工作日期间，亚马逊会派遣多名工作人员到站点来进行坐班，对企业进行线下指导；非工作日期间，线上服务公众号将全程开放，为广大从业者、创业者答疑解惑。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022年08月29日

拼多多上线跨境电商平台“Temu”

近日，拼多多上线跨境电商平台。拼多多的跨境电商平台暂定名为“Temu”，意为“Team Up, Price Down”，与国内名拼多多的意思相近，即买得人越多，价格越低。首站将面向北美市场，优先招募有北美市场供应商经验、有跨境电商平台和独立站运营经验的卖家。

据了解，平台商品主要包括家居园艺、宠物用品、女士服装、童装、男士服装、鞋包、内衣、电子产品、美妆、运动等全品类。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022年09月01日

饿了么和抖音达成合作，探索“即看即点即达”新模式

日前，饿了么和抖音共同宣布达成合作，将探索本地生活服务的新场景升级，深度连接商家与消费者，在视频化时代带来“即看、即点、即达”的本地生活新体验。

依据合作，饿了么将基于抖音开放平台，以小程序为载体，与抖音一起通过产品场景和技术能力，助力数百万商家为6亿抖音日活用户提供从内容种草、在线下单到即时配送的本

地生活服务。

抖音集团 CEO 张楠表示，希望通过与饿了么的合作，为用户带来更丰富多元的信息、商品和服务，助力生活服务行业探索视频化经营，帮助中小商家更好地发展。

阿里本地生活服务公司 CEO 俞永福表示，与抖音的合作是一个新的开始，相信这次合作将进一步提升商家数字化经营能力，为消费者带来本地生活服务新体验，为全行业的升级发展带来新空间。

来源：《新京报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 08 月 21 日

微信支付推出消费者保护功能

近日，微信推出了“消费者保护”功能，保障用户隐私以及资金安全。分为帮助中心、安全保障、隐私保护、协议与公示、消费者教育等五个板块。

据了解，“消费者保护”功能大多数仍然是微信支付钱包中原有的一些功能，只是微信将多个功能进行集中，或者更容易找到。而在此之前微信“钱包”中原有的“安全保障”功能，“降级”为“消费者保护”中的其中一个功能。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 08 月 23 日

阿里公布多主播虚拟直播专利

8 月 30 日，阿里巴巴（中国）有限公司申请的“多主播虚拟直播方法以及装置”专利公布。专利摘要显示，该方法应用于虚拟直播控制系统，包括：获取直播间的直播模式设置参数以利用多个虚拟人物在直播间进行直播；基于直播模式设置参数确定具有第一播报风格的第一主播及具有第二播报风格的第二主播；获取直播间的待播放文本，对待播放文本进行文本语义分析；确定为第一直播文本段落、第二直播文本段落；获取第一主播及至少一个第二主播的三维渲染模型，驱动第一主播及至少一个第二主播在直播间交替播报待播放文本来进行直播。本申请还适用于虚拟现实场景，可利用上述方式生成的待播放文本，通过三维建模的方式对多个虚拟人物的进行渲染，以生成多个虚拟人模型来进行直播。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 08 月 31 日

天猫上线 AR 购物功能

8月23日，天猫 App 发布新版本，升级 AR 购物功能，家电商品能通过手机，按照真实比例以 3D 投影方式摆放在家中，下单前就可预览实景入户效果。消费者在天猫 App 选购商品时，选择带“3D”标签的商品，点击屏幕左下角“AR 体验”按钮，即可体验 AR 购物。目前，洗衣机、冰箱、帐篷等品类率先可体验 AR 购物。

天猫相关负责人表示，天猫 App 在不断根据用户的反馈，来完善产品体验，目标让消费者逛起来更简单、更有乐趣，网购也能体验到逛线下身临其境的感觉。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 08 月 24 日

淘宝上线订单号码保护功能

8月24日，手机淘宝正式上线订单号码保护功能。用户开通虚拟号码保护功能后，订单全流程不会再出现收货人的真实手机号码，而是以自动生成的虚拟号码代替。此举可最大程度保护用户隐私信息安全，同时避免不必要的电话短信打扰。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 08 月 25 日

东方甄选与顺丰 京东达成合作 将布局全国

8月31日，东方甄选宣布，与顺丰物流、京东物流达成紧密合作伙伴关系，在北京、广州、杭州、郑州、成都 5 个城市，计划建立 20 个自营产品仓库，为自营产品提供面向全国的物流服务保障。

顺丰物流方面，东方甄选自营产品常温仓发货，已基本覆盖全国。冻品物流则以各仓为中心，覆盖周边区域。

京东物流方面，东方甄选自营产品的同城订单，可实现即日达或次日达，跨省订单承诺 72 小时送达。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 09 月 01 日

网经社推出“网购超市”打造一站式网购综合服务平台

面对众多的网购平台，及复杂的网络消费环境，消费者一不小心就会掉入“陷阱”。为帮助用户选择可靠的网购平台，8月31日，国内知名的数字经济门户——网经社上线一站式网购安心之选“网购超市”（OSP.100EC.CN）。

“网购超市”提供在线导航——平台评级——体验点评——投诉维权等“一站式”的第三方网购服务，为消费者网购提供便利，做用户身边贴心的“网购专家”。

据了解，“网购超市”基于网经社企业库中近2000家数字零售公司，筛选出这些平台，并按行业区分为综合电商、生鲜电商、直播电商、社区团购、食品电商、美妆电商、服装电商、二手电商、母婴电商、宠物电商、鲜花电商、酒水电商、汽车电商、文玩电商、电商服务商，便于消费者选择。除大众熟知的京东、拼多多、淘宝、唯品会等APP外，“网购超市”涉及热门领域如生鲜电商本来生活、朴朴超市等，直播电商点淘、交个朋友等，社区团购淘鲜达、美团优选等。据悉，“网购超市”由热门平台、热点资讯、口碑榜、投诉榜等板块组成，帮助用户看口碑、查实力、选APP、帮维权。

来源：“网经社” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年09月01日

【政策法规】

上海发布新城数字化转型规划建设导引

8月24日，《上海市新城数字化转型规划建设导引》(下称《导引》)正式发布。《导引》显示，以独立的综合性节点城市为定位，上海将以打造引领高品质生活的未来之城、推进人民城市建设的创新实践区和上海服务辐射长三角的战略支撑点为目标，预计到2025年，全面推进新城数字化转型取得显著成效，通过数字城市的全域感知、全数融通、全时响应，全景赋能，实现高端引领的数字经济核心功能更加强劲活跃、融合普众的数字应用场景更加可触可感，科学智慧的治理能力更加精细高效、开放赋能的数字运行生态更加安全有序；基本建成引领高品质生活的未来之城，推进人民城市建设的创新实践区、城市数字化转型的示范区、全市经济发展的重要增长极和上海服务辐射长三角的战略支撑点。

面向五个新城规划建设，《导引》提出了数字转型的“四个率先”：即五个新城将在数字城市公共服务、数字孪生城市应用等方面率先打造数字孪生城市新底座，在建设行业数据综

合运营中心、完善数据资源开发利用机制等方面率先构建数据要素流动新机制；在打造成为数字技术最佳“试验场”、构建数字技术应用良好生态等方面率先形成数字技术应用新生态；在打造一批数字化转型标杆场景、探索场景建设市场化参与机制等方面率先培育行业数字化转型场景。

当前，在上海城市数字化转型形成的新格局下，五个新城已形成各具特色的数字产业定位。其中，**嘉定新城为未来出行城市**，围绕建设国家智慧交通先导试验区的战略定位，探索构建“共享+智能”的城市智慧出行网络，率先形成“一环三路”智慧列车、车路协同、自动驾驶、无人配送等应用场景，加快建设嘉宝智慧湾未来城市实践区。

青浦新城以长三角数字新干线为特色定位，承接支持虹桥国际开放枢纽和长三角生态绿色一体化发展示范区重大功能，整合北斗创新基地，市西软件信息园、人工智能产业园、华为研发中心等平台，联动、辐射和引领长三角沿线城市的数字产业发展，打造一批综合性强、带动面广、跨区域协同的应用场景，打响“长三角数字干线”品牌。

松江新城特色定位为数智 G60。依托长三角 G60“三先”示范走廊建设，全面构建“科创走廊+数字云城+智慧枢纽”的数字化转型功能框架，努力将松江新城打造成为具有世界竞争力的数字经济产业集群、数产城深度融合的数字生活时代标杆、现代化治理能力卓越的智慧城市示范样板。

奉贤新城特色定位为数字江海，加快建设面向未来的数字底座，提升新城数字孪生新能力，全新构筑跨界融合创新的产业空间、温馨友好的生活空间、便捷高效的公共空间，着力打造“赋能之海+释能之江+场景之岛”数字化转型生态系统。

南汇新城定位为数字孪生城，以构建“融合生长的未来之城”为目标，按照“1+1+1+N”的数字孪生城建设架构(1个城市基础底座，1个城市智能中枢，1个城市运行规范和 N 个特色应用)，打造集原创技术、应用技术和开发实体为一体的数字孪生城，实现产城融合自循环。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 08 月 25 日

【数据观察】

商务部：跨境电商上半年同比增长 28.6%

商务部副部长盛秋平在日前召开的服贸会数字贸易发展趋势和前沿高峰论坛上表示，今年上半年，中国对外贸易保持了平稳较快增长。跨境电商又是新的外贸增长点，同比增长了

28.6%。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 09 月 03 日

商务部增补 14 家国家电子商务示范基地

日前，商务部发布关于 2022 年增补国家电子商务示范基地的公示，根据综合评价结果，并经综合考量，从 2021 年-2022 年连续两年在由各地推荐的综合评价得分排名靠前的优秀电子商务园区中择优选出 14 家，增补为国家电子商务示范基地。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 08 月 21 日

工信部、财政部将打造 4000-6000 家“小灯塔”企业作为数字化转型样本

日前，工信部、财政部联合印发《关于开展财政支持中小企业数字化转型试点工作的通知》，部署开展财政支持中小企业数字化转型试点工作。拟通过中央财政资金支持地方开展中小企业数字化转型试点，加快带动一批中小企业成长为专精特新企业，推进产业基础高级化、产业链现代化。

《通知》提出，从 2022 年到 2025 年，中央财政计划分三批支持地方开展中小企业数字化转型试点，提升数字化公共服务平台（含数字化转型服务商、工业互联网平台等）服务中小企业能力，打造一批小型化、快速化、轻量化、精准化的数字化系统解决方案和产品，形成一批可复制可推广的数字化转型典型模式，围绕 100 个细分行业，支持 300 个左右公共服务平台，打造 4000-6000 家“小灯塔”企业作为数字化转型样本，带动广大中小企业“看样学样”加快数字化转型步伐，促进专精特新发展。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 08 月 21 日

国家邮政局：去年快递收入超万亿元

在日前举行的 2022 中国电子商务大会上，国家邮政局市场监管司副司长林虎指出，2021 年，全国快递业务量超过了千亿件，全国快递业务收入超过了 1 万亿元，行业新增社会就业

20 万人以上。

其中，直播电商、社交电商、社区电商、跨境电商等等电子商务新形式兴起，为快递业提供了新的发展机遇，快递业有力地支撑了实物商品网上零售额的增长。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 09 月 02 日

CNNIC：我国网民规模为 10.51 亿，互联网普及率达 74.4%

8 月 31 日，中国互联网络信息中心（CNNIC）在北京发布第 50 次《中国互联网络发展状况统计报告》（以下简称：《报告》）。《报告》显示，截至 2022 年 6 月，我国网民规模为 10.51 亿，互联网普及率达 74.4%。

互联网基础建设全面覆盖，用户规模稳步增加

《报告》显示，在网络基础资源方面，截至 2022 年 6 月，我国域名总数为 3380 万个，“.CN”域名数为 1786 万个，IPv6 地址数量为 63079 块/32，较 2021 年 12 月增长 0.04%。在信息基础设施建设方面，截至 2022 年 6 月，我国千兆光网具备覆盖超过 4 亿户家庭的能力，已累计建成开通 5G 基站 185.4 万个，实现“县县通 5G、村村通宽带”。三家基础电信企业的固定互联网宽带接入用户总数达 5.63 亿户，比上年末净增 2705 万户；其中 100Mbps 及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户达 5.27 亿户，占总用户数的 93.7%。三家基础电信企业发展蜂窝物联网终端用户 16.39 亿户。

网民规模持续提升，网络接入环境更加多元

《报告》显示，在网民规模方面，我国网民规模持续稳定增长，较 2021 年 12 月新增网民 1919 万，互联网普及率较 2021 年 12 月提升 1.4 个百分点。农村地区互联网基础设施建设全面强化，我国现有行政村已实现“村村通宽带”，推动农村地区互联网普及率较 2021 年 12 月提升 1.2 个百分点，达 58.8%。在网络接入环境方面，网民人均每周上网时长为 29.5 个小时，较 2021 年 12 月提升 1.0 个小时。网民使用手机上网的比例达 99.6%；使用台式电脑、笔记本电脑、电视和平板电脑上网的比例分别为 33.3%、32.6%、26.7%和 27.6%。

互联网应用持续发展，短视频增长最为明显

《报告》显示，截至 2022 年 6 月，我国短视频的用户规模增长最为明显，达 9.62 亿，较 2021 年 12 月增长 2805 万，占网民整体的 91.5%。即时通信用户规模达 10.27 亿，较 2021 年 12 月增长 2042 万，占网民整体的 97.7%。网络新闻用户规模达 7.88 亿，较 2021 年 12 月增长 1698 万，占网民整体的 75.0%。网络直播用户规模达 7.16 亿，较 2021 年 12 月增长 1290

万，占网民整体的 68.1%。在线医疗用户规模达 3.00 亿，较 2021 年 12 月增长 196 万，占网民整体的 28.5%。

来源：“中国互联网络信息中心” 2022 年 08 月 31 日

中消协：超 87%的消费者遇到过不公平格式条款

为提升消费体验，发现消费领域不公平格式条款，推动不公平格式条款问题的治理，维护消费公平，中国消费者协会于近期开展了消费领域不公平格式条款消费者认知调查及线索征集活动。

本次线索征集活动，共收到消费者提供的 367 例不公平格式条款线索，主要集中于网络购物、网络游戏、教育培训、通信服务、房屋装修、医疗美容等行业。

调查显示，参与调查者总体上对格式条款比较了解。87.88%的消费者遇到过不公平格式条款，遇到不公平格式条款后，超七成消费者仍会选择继续交易，主要原因在于经营者过于强势，消费者被迫同意格式条款内容，否则无法继续交易。多数消费者在遇到消费不公时，能够正确选择消费维权渠道。

同时，近五分之一的参与调查者选择“默默忍受”，说明维权成本高、维权效果不理想等原因使得消费者维权信心不足。来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 08 月 23 日

中国信通院：2022 第二季度我国上市互联网企业总市值 10.9 万亿元

日前，中国信通院发布《2022 年二季度我国互联网上市企业运行情况》研究报告。《报告》显示，截至 2022 年 6 月底，我国上市互联网企业总市值 10.9 万亿元，较上季度环比上涨 10.1%，全球上市互联网企业三十强总市值 5.1 万亿美元。截至 2022 年 6 月 30 日，我国上市互联网企业共有 185 家，Top10 的互联网企业市值占比达 80.5%，市值超万亿的有 3 家，分别是腾讯控股、阿里巴巴、美团。

其中，排名第一的是腾讯控股，市值为 2.92 万亿元，环比下降 0.03%；排名第二的是阿里巴巴，市值为 2.07 万亿元，环比增长 10.46%；排名第三的是美团，市值为 1.03 万亿元，环比增长 31.66%。排名前十的企业还有京东、拼多多、网易、百度、东方财富、快手、京东健康。

来源：“中国信息通信研究院” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 08 月 21 日

首批 12 家上海市直播电商基地授牌

8 月 28 日，“2022 上海数字生活节”启动仪式上，移动智地直播电商基地；中广国际广告创意产业园；Z 播共享直播间；外高桥国际品质直播第一港；能良直播电商基地；5808 直播电商基地；“虹桥品汇”直播基地；尚街 X 创邑 Space；上海美谷美购直播爆款中心；上海新世界大丸百货；万香国际创新港；上海智慧岛数据产业园等首批 12 家“上海市直播电商基地”授牌。

据了解，12 家直播基地具有如下特点：**一是行业影响力高**。多数直播基地也积极参加本市“五五购物节”“网上年货节”“11 直播月”等消费促进活动，有效带动了本市消费增长。**二是主题特色鲜明**。12 家直播基地结合各自定位优势，积极发展直播产业。**三是示范带动效应强**。12 家直播电商基地在行业发展、人才培养等方面主动积极发挥示范带动作用。

来源：“澎湃新闻” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 08 月 28 日

上半年上海商品类网购交易额 3889 亿元

根据上海重点电子商务企业统计，今年上半年，全市实现商品类网络购物交易额 3889 亿元，同比增长 5.9%。

来源：“央广网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 08 月 29 日

上海网络新消费品牌数居全国首位

8 月 28 日举行的第三届“五五购物节”重点活动“2022 上海数字生活节”启动仪式上，上海市网购商会发布首届上海网络新消费品牌 TOP50 榜单，每日黑巧、莫小仙、理象国、永璞等不少网红品牌榜上有名。从整体增速来看，榜单品牌年均销售增长率 276%，其中 22% 的品牌增速达到 5 倍以上，七成以上品牌增幅翻倍。这些品牌的共同点之一是“上海造”。

所谓网络新消费品牌，是指随着消费不断升级，通过采用新平台、新技术、新营销等线上线下融合的新模式，为市场新需求提供全新的、或迭代升级的商品和服务的新创品牌，以及成熟品牌、老字号的创新。网络新消费品牌主要面向新消费群体，引领消费新时尚，具有数字经济的天然属性，通常将数字化贯穿于品牌开发、生产、销售、传播全过程。据主流电

商平台统计显示，上海贡献了全国近 1/6 新锐品牌销售额，网络新消费品牌数量居全国城市首位。

来源：《解放日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 08 月 29 日

上海 5G 网络速率居全国首位

《全国移动网络质量监测报告》显示，今年一季度，上海 5G 网络平均下行接入速率达 463M，排名全国第一。

上海已累计建设超 6 万个 5G 室外基站、21 万个 5G 室内小站。“双千兆”网络作为新型基础设施的重要组成部分和承载底座，在拉动有效投资、促进信息消费、助力城市数字化转型等方面发挥着重要作用。

来源：“人民网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 08 月 24 日

每天 35 万个电商包裹从浦东机场出境

据《解放日报》报道，整个 7 月，浦东机场上海快件口岸的跨境电商出口快递包裹申报量高达 1100 万票，数量同比又有 1.7% 的增长。日均超过 35 万个快递包裹出口，对应的是亚马逊、Ebay、速卖通、Wish、SHEIN 等国内外跨境电商平台的订单，负责包裹跨境物流的，则是国内已然崛起的菜鸟国际、递四方、义达、捷利货运等供应链企业。

从目的国来看，美国、英国、日本、荷兰最爱中国货，其中发往美国的商品占总量 40%；货源则来自全国各地，其中苏浙货物占总量的 40%。

来源：《解放日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 08 月 24 日

上海市数字素养与技能提升月活动覆盖近 700 万人次

8 月 21 日，以“数字赋能、全民共享”为主题的 2022 年上海市全民数字素养与技能提升月成果交流活动闭幕。据统计，本次提升月活动覆盖全市 16 个区，共 215 个街镇，总计开展各类活动 1381 场，线上线下覆盖人数 696.9 万人次。

提升月活动期间，上海各区、各有关部门紧紧围绕“数字赋能、全民共享”的主题，针

对不同场景、各类群体开展了丰富多样的特色活动，营造了全社会关注并积极参与的浓厚氛围。

市网信办表示，广大市民积极踊跃参加提升月系列活动，真正让数字素养与技能走进基层、深入人心。

来源：《解放日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 08 月 22 日

我国移动物联网终端用户达 16.4 亿户

截至 6 月底，我国移动物联网终端用户达 16.4 亿户，比上年末净增 2.4 亿户。作为支撑数字经济发展的关键基础设施之一，我国移动物联网正迎来新一轮快速发展期。

应用场景不断丰富，产业链持续完善。截至目前，我国已形成涵盖芯片、模组、终端、软件、平台和服务等环节的较为完整的移动物联网产业链。窄带物联网已在水表、燃气表、消防烟感和电动自行车防盗 4 个行业实现超过千万级连接。

工信部有关负责人表示，“十四五”时期，移动物联网将成为承载大数据、云计算、人工智能等先进技术落地的重要表现形式。接下来，将面向重点场景实现网络深度覆盖，形成固移融合、宽窄结合的基础网络，加快移动物联网技术与千行百业的协同融合，推动经济发展提质增效、社会服务智能高效、百姓生活方便快捷。

来源：《人民日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 08 月 25 日

福布斯 2022 中国数字经济 100 强 腾讯居榜首 阿里第二

近日，“2022 中国数字经济 100 强榜单”正式发布，据介绍，福布斯中国和中国电子商务会共同发布的“2022 中国数字经济 100 强”从企业总市值、总资产、总营业收入和归母净利润四个维度出发，对电子、计算机、家用电器、通信、传媒、商贸零售和机械设备等具有较强数字经济属性的企业发展现状以及行业趋势等进行分析，评估企业数字经济水平。

2022 中国数字经济 100 强榜单显示，腾讯控股排名第一，阿里巴巴紧随其后，中国移动位居第三。此外，排在前十位的依次是京东、中国电信、美的集团、工业富联、中国联通、联想集团和小米集团。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 08 月 22 日

胡润发布 2022 年中全球独角兽榜：抖音、SpaceX、蚂蚁集团分列前三

8 月 30 日，胡润研究院发布《2022 年中全球独角兽榜》，列出了全球成立于 2000 年之后，价值 10 亿美元以上的非上市公司。本次榜单估值计算的截止日期为 2022 年 6 月 30 日。

胡润研究院在全球共找到 1,312 家独角兽企业，分布在 48 个国家，259 个城市。平均而言，这些公司成立于八年前，即 2014 年。80% 销售软件和服务，只有 20% 销售实体产品。52% 是 B2B 企业，48% 直接面向消费者。受独角兽企业影响最大的行业是金融服务、企业管理、医疗健康和零售。

今年排名前十的独角兽占全球独角兽企业总价值的 17.6%。5 家来自中国，3 家来自美国，各 1 家来自英国和马耳他。其中，抖音以 1.3 万亿元的估值保住了全球价值最高的独角兽头衔，但估值下降了 43%；埃隆·马斯克位于加州的 SpaceX 估值增长 25% 至 8400 亿元，超过了蚂蚁集团，后者估值下降 20% 至 8000 亿元。

来源：“封面新闻” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 08 月 30 日

2022 年中国品牌百强榜腾讯蝉联榜首

8 月 25 日，2022 年度凯度 BrandZ 最具价值中国品牌 100 强发布。数据显示，最具价值的 100 个中国品牌总价值连续第二年超越 1 万亿美元，达到了 1.24 万亿美元。腾讯连续第二年位居榜首，阿里巴巴排名第二；茅台排名第三；抖音排名第四；美团排名第五；京东排名第七。值得一提的是，专注生活方式的社交平台小红书是排名最高的新晋品牌，位于第 37 名。

作为全球知名大型品牌建设数据库，凯度 BrandZ 的数据在全球品牌价值评估领域具有重要参考价值。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 08 月 26 日

母婴类线上消费渠道占比 34.6%

日前，专业市场监测与数据分析公司尼尔森联合宝宝树共同发布《2022 母婴行业洞察报

告》，《报告》显示，从整体销售渠道上看，线下渠道仍是母婴群体消费的主要选择，线下母婴渠道过去三年复合增长率稳定在 1.8%，受疫情影响今年增速降低 3.7%。

截至 2022 年 6 月，母婴品类线上渠道占比到 34.6%，高于去年同期的 33.7%。线上渠道中，销售额增长最多的三大品类分别是婴儿奶粉、婴儿护肤和吸奶器。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 08 月 26 日

北京城市副中心 3 年内培育 100 家元宇宙生态链企业

日前，北京市通州区与北京市科委、中关村管委会，北京市经信局联合印发了《北京城市副中心元宇宙创新发展行动计划（2022-2024 年）》，力争通过 3 年时间，将北京城市副中心打造成为以文旅内容为特色的元宇宙应用示范区，培育、引进 100 家以上元宇宙生态链企业，落地建成 30 项以上“元宇宙+”典型应用场景项目，推动制定一批元宇宙相关标准。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 08 月 25 日

拼多多推出“超级农货节” 覆盖全国 20 万款农产品

8 月 21 日，拼多多推出“在线时长”达 24 天的“超级农货节”，覆盖全国 20 万款农产品、超 10 万家涉农店铺，诸多优质的原产地农产品将陆续在拼多多上销售。

据拼多多“农货节”负责人介绍，“超级农货节”是下半年农产品线上销售旺季的开端，以此为起点，平台将针对石榴、葡萄、猕猴桃、大闸蟹等品类，围绕特色鲜明、质量稳定、信誉良好的地标产区，打造一批应季销量过亿件、增长较快的“超级单品”。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 08 月 22 日

京东年度活跃用户 5.8 亿

8 月 23 日，京东集团公布的数据显示，年度活跃用户数由截至 2021 年 6 月 30 日止十二个月的 5.319 亿增加 9.2%至截至 2022 年 6 月 30 日止十二个月的 5.808 亿。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 08 月 24 日

京东 PLUS 会员人数突破 3000 万

近日，京东宣布，截至 2022 年 7 月，京东 PLUS 会员数量已突破 3000 万。自去年年底突破 2500 万会员人数后，京东 PLUS 会员人数仅 7 个月时间就增长 500 万，增速创历史新高，持续成为行业内规模最大的付费会员体系。

京东集团副总裁、京东零售平台业务中心负责人林琛表示，作为中国电商领域首个付费会员体系，京东 PLUS 会员联合 1200 多家知名品牌，打造出覆盖线上、线下全场景的权益生态，成为消费者的‘好生活超级入口’。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 08 月 22 日

迪拜推出全球首个元宇宙虚拟销售代表

据阿联酋主流媒体《宣言报》报道，在迪拜宣布启动元宇宙战略以巩固其全球前十大元宇宙领先经济体排名的背景下，迪拜 SEQ Souq 公司在元宇宙推出全球首名虚拟销售代表“Mr. Musky”，以推广其品牌。

SEQ Souq 公司 CEO Kishore Dharmarajan 透露，“Musky”将在元宇宙第一层的 Meta Tower 中办公，利用虚拟现实环境销售业务。目前，80%的初创公司无法坚持超过 12 个月，主要原因在于销售不足。“Musky”的出现将使公司获得 7 天 24 小时全天候工作的销售员。

来源：“商务部驻阿拉伯联合酋长国大使馆经济商务处” 2022 年 08 月 31 日

东南亚电商销售额今年将达到 382 亿美元

据新加坡《联合早报》报道，一项调查预测，东南亚电子商务销售额今年全年将增长 18%，达到 382 亿美元。到 2026 年，该地区的电商销售额有望进一步攀升至 578 亿美元。

作为该地区最大的电商市场，印尼今年的电商销售额有望达到 90 亿美元，到 2026 年预计将升至 174 亿美元。

来源：“参考消息网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 08 月 25 日

【专家视点】

专家解读第 50 次《中国互联网络发展状况统计报告》

互联网基础建设持续推进 数字社会稳步构建

CNNIC 副主任张晓认为，今年上半年，我国互联网发展稳中有进。2022 年上半年我国互联网发展的以下特点：

一是互联网基础建设持续推进，助力网民规模稳步提升。2022 年上半年，我国 5G 网络规模持续扩大，已经累计建成开通 5G 基站 185.4 万个，实现“县县通 5G、村村通宽带”。与此同时，为更好地满足老年和特殊人群需求，工业和信息化部已组织完成对 452 家网站和 APP 的适老化、无障碍化改造和评测，让智能生活有温度、无障碍。截至 2022 年 6 月，我国网民规模达 10.51 亿，较 2021 年 12 月新增 1919 万；互联网普及率达 74.4%，较 2021 年 12 月提升 1.4 个百分点。农村地区互联网普及率为 58.8%，较 2021 年 12 月提升 1.2 个百分点。

二是互联网应用持续发展，部分应用用户规模实现增长。面对复杂严峻环境和诸多风险挑战，我们仍能看到部分互联网应用用户规模在今年上半年实现一定增长。本次《报告》显示，截至 2022 年 6 月，我国即时通信用户规模达 10.27 亿，较 2021 年 12 月增长 2042 万，占网民整体的 97.7%。网络新闻用户规模达 7.88 亿，较 2021 年 12 月增长 1698 万，占网民整体的 75.0%。网络直播用户规模达 7.16 亿，较 2021 年 12 月增长 1290 万，占网民整体的 68.1%。短视频用户规模为 9.62 亿，较 2021 年 12 月增长 2805 万，占网民整体的 91.5%。

三是网络安全形势持续好转，遭遇安全问题用户比例进一步下降。2022 年上半年，工业和信息化部纵深推进 APP 侵害用户权益专项整治工作，累计完成 630 万次 APP 检测，实现对我国主流应用商店在架 APP 的全覆盖，APP 治理能力显著增强。本次《报告》显示，截至 2022 年 6 月，63.2% 的网民表示过去半年在上网过程中未遭遇过网络安全问题，较 2021 年 12 月提升 1.3 个百分点。遭遇个人信息泄露的网民比例为 21.8%，较 2021 年 12 月下降了 0.3 个百分点。

农村互联网普及率持续提升 乡村振兴加速实施

国家信息化专家咨询委员会委员高新民表示，上半年，我国农村网民规模达 2.93 亿，农村地区互联网普及率为 58.8%，较 2021 年 12 月提升 1.2 个百分点。我国农村互联网基础设

施建设全面覆盖，数字技术在农村生产领域广泛应用，农村电商快速发展，为提升农村网民规模，弥合数字鸿沟，加快乡村振兴提供了有利条件。

一是农村互联网基础设施建设全面覆盖。在 2021 年我国现有行政村实现“村村通宽带”的基础上，2022 年上半年我国又实现了“县县通 5G”。农村互联网基础设施建设的全面覆盖，有力推动了农村地区互联网普及率的稳步提升。

二是数字技术在农业生产领域广泛应用。当前，农业数字化已在全国范围内广泛开展。物联网、大数据、人工智能、云计算等新一代信息技术与种植业、畜牧业、渔业等深度融合，2022 年 5 月，我国发布了首个智能农机技术路线图，以无人农机为最终产品形态，提出灵巧整机架构、通用数字底盘等九大前沿和关键技术。

三是农村电商快速发展，打通城乡消费循环。2022 年上半年，农村网络零售和农产品网络零售分别增长 2.5% 和 11.2%。农村电商有效助力乡村振兴，成为巩固拓展脱贫攻坚成果的重要手段。

工业互联网创新迈出坚实步伐 有力支撑经济高质量发展

中国工业互联网研究院院长鲁春丛表示，我国充分发挥有效市场和有为政府相结合的作用，推动工业互联网发展迈出坚实步伐。工业互联网产业规模迈过万亿大关，行业赋能、赋值、赋智作用日益凸显，展现出广阔前景和澎湃动力。工业互联网创新发展已成为加快我国制造业数字化转型和支撑经济高质量发展的重要力量。

网络体系建设稳步推进。高质量企业外网加快建设，全国 5G 基站近 200 万个，覆盖 300 余地市。工业企业积极运用新型网络技术进行内网改造升级。工业互联网标识解析体系基本建成，国家顶级节点日均解析量达到 1.5 亿次，二级节点覆盖全国 29 个省（区、市）34 个重点行业。

平台体系建设规模扩张。全国已有超 1000 家工业互联网平台，具有一定区域和行业影响力的工业互联网平台超过 150 个，28 家企业加快建设跨行业跨领域工业互联网平台。重点平台工业设备连接数超过 7900 万台（套）、工业 APP 数量 59 万余个。

工业数据汇聚能力持续增强。基本完成国家工业互联网大数据中心体系建设，统筹推进 9 个区域和行业分中心落地，打造工业数据的汇聚、传输、存储、计算和应用的关键基础设施，逐步实现数据资源整合利用和开放共享，促进工业数据要素配置市场化进程。

安全服务能力不断强化。工业互联网安全技术加快创新突破，国家、省、企业三级协同联动的技术监测服务体系基本建成，安全技术监测服务能力持续提升。国家级工业互联网安全态势感知平台对接 31 个省级平台，工业互联网企业网络安全分类分级管理试点工作深入

推进。

融合应用模式加速拓展。工业互联网应用已覆盖 45 个重点行业，催生出六大典型应用模式。“5G+工业互联网”在建项目超 3100 个，在 10 大重点行业形成 20 大典型场景。工业互联网进企业、进园区、进集群持续提速，加快推动大中小企业降本、提质、增效、绿色、安全发展。

数字基础设施建设稳步推进 数字经济构筑发展新引擎

北京大学经济学院副院长张辉表示，数字经济作为新型经济形态，以数字技术为核心，通过数字技术深度赋能实体经济，驱动国内循环大市场释放内需潜力，协调推进国内高质量发展和高水平对外开放，为应对新冠肺炎疫情冲击与国际局部逆全球化趋势发挥了重要作用。我国数字基础设施建设持续夯实，数字经济已成为稳增长、促转型、保民生的重要支柱。

一是通信业平稳运行，为数字经济发展奠定坚实基础。5G 和千兆光网等新型基础设施建设和应用加快推进。截至 2022 年 6 月，我国 5G 应用工作成效显著，5G 和千兆光网融合应用加速向工业、医疗、教育、交通等领域推广落地，5G 应用案例数超过 2 万个；千兆光纤宽带网络覆盖和服务能力提升，光纤接入（FTTH/O）端口达到 9.85 亿个，占比提升到 95.2%。移动数据流量持续快速增长，固定宽带千兆用户占比超一成。2022 年上半年，我国移动互联网接入流量达 1241 亿 GB，同比增长 20.2%；1000Mbps 及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户达 6111 万户，占固定互联网宽带接入用户总数的 10.9%。

二是互联网业务收入保持正增长，对数字经济贡献显著。截至 2022 年 6 月，以信息服务为主的企业（包括新闻资讯、搜索、社交、游戏、音乐视频等）互联网业务收入同比增长 8.5%。《报告》显示，网络新闻、搜索、游戏、音乐的网民使用率分别为 75.0%、78.2%、52.6%、69.2%。此外，主要提供网络销售服务的企业互联网业务收入同比增长 17.8%，高出全行业整体增速 17.7 个百分点。《报告》显示，网络购物成为疫情下驱动消费的重要支撑，网络支付持续向乡村下沉、推动普惠金融进一步发展，网民使用率分别达 80.0% 和 86.0%。

三是数字经济为“双循环”新发展格局注入新动力。疫情发生以来，中国经济率先复苏，且延续稳定恢复态势。这离不开数字经济为国内疫情防控和经济循环注入新动力的关键支持。一方面，数字经济发展以扩大内需为战略核心，为国内大循环释放更多动力。《报告》显示，自电子商务兴起以来，网上实物商品日益丰富，从 2016 年至今，零售规模逐年增加，占网上零售总额的比重保持在 70% 以上。另一方面，数字经济的高质量发展和数字技术的不断创新，推动我国产业链供应链现代化水平不断提升，提高经济效益和核心竞争力。《报告》显示，随着 5G、数据中心、工业互联网等新型基础设施建设不断完善，云计算、区块链等

技术应用不断推广，制造业等行业企业上云、用云力度明显增强，上链、用链趋势正逐渐兴起。

来源：“中国互联网络信息中心” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 08 月 31 日

数字经济助推消费结构优化升级

近年来，随着数字经济的发展壮大以及它与其他领域的深度融合，中国经济表现出了鲜明的数字经济特点。在数字经济背景下，消费也受到深刻影响，目前正处于结构优化升级的关键节点。要高度重视在数字经济形态下国内的消费需求的发展态势并分析消费者行为的新特征，以便深入了解消费的发展变化趋势，出台相应的政策措施，发挥消费促进经济发展的重要作用。

数字经济背景下消费市场的发展态势

数字经济形态下我国消费的主体力量不断进行更替，出现了一些消费的新生力量，并逐渐成为提振消费的重要力量。首先是 1995 年至 2009 年出生的人群。随着 95 后踏入职场、众多 00 后成年，这一人群已成为我国消费市场的新主力，他们带来了消费新需求和新机遇，蕴藏着巨大的消费潜力，对消费的要求更高，他们的群体特征与消费偏好，将会成为未来消费升级与消费变革的全新驱动力。其次是中老年人。随着我国居民生活水平的不断提高，部分老年人已不再只是单纯满足于老有所养，而是有了许多新的爱好，加之数字经济的全面渗透，中老年人不断触网进而接触到更多新的东西。中老年人的消费越来越注重精神层面的需求，追求社交、旅游、新的健身方式等，中老年人的消费能力在不断提升，中老年人的消费升级趋势愈加明显。最后是下沉市场的消费人群。这部分消费群体的收入和消费总量虽相较于一二线城市较低，但消费的增速有巨大优势。

数字经济驱动消费内容日趋多元化。随着数字经济进程的推进和网络消费渠道的逐渐成熟，传统领域与互联网的结合开始加速发展，如汽车、房屋等高价值商品也在网上进行销售。同时，服务性消费同样也在不断发展，正在逐渐成为网络消费新热点，服务行业的发展也促进了消费的增长。数字经济形态下的技术升级促进了消费行为和消费内容的变化，推动消费升级。

网络消费规模不断扩大。随着互联网技术升级、国内各大网络平台的流量持续增长以及电商平台的改版，直播带货得到了进一步发展，这种新业态的变化将加速推动电商业态的发展，从而引起网络经济营收规模持续增大。

数字经济时代消费者行为的新特征

数字经济不仅改变了传统生产服务模式下的消费环境与消费方式，拓展了新的消费者群体，带动了消费升级，而且引发了消费者行为的新变化，新特征。

首先，**消费者行为更加个性化、特色化以及多元化**。受互联网技术、数字技术以及人工智能技术等新技术的驱动，消费的个性化、特色化以及多元化已经成为消费者行为的重要的、不可代替的方式。生产环节会满足消费者的个性化需求，消费者可以通过网络对产品进行个性化、特色化定制。消费者行为的新特征，有利于为数字经济的发展开发出更多的消费市场与新的消费者群体。消费者行为的多元化主要是对消费内容的多元化，不同的消费者群体创造了不同的商机。

其次，**消费者行为的不确定性增加**。在互联网技术升级的影响下，由于消费者在生活中接收到的信息冗杂加大了信息不对称，且受到众多电商平台的直播带货等的影响，消费者的冲动性消费行为持续增加。消费者通过电商平台购买到的商品种类多，容易造成消费者消费行为的非理性化，甚至会出现冲动型消费。

再次，**消费者更加热衷于体验和多途径消费**。伴随技术升级而来的 AR/VR 等新体验影响着消费者决策，我国消费模式正在从商品消费转向体验消费，消费者不仅重视商品品质，而且愈加关注购买商品带来的愉快体验。技术升级让消费者购物有了新的体验，让他们有了更多的购物需求。同时消费途径也在进行变化。随着线上购物不断发展的同时，线下购物也在逐渐升级：线上购物方便快捷，线下消费则是综合体验。目前，消费者对“逛街”式体验的偏爱、对社交与娱乐的需求都促进着线下消费的发展。

四是，**社交消费需求提升**。社交消费是通过社交生态来影响消费者购买行为的销售模式，可以通过线上社交媒体等与消费者互动，或通过 KOL 和社群的方式与消费者互动以影响其消费行为。年轻一代是线上社交的活跃群体，也同样是社交消费的主要群体。各类社交圈、社交分享的力量具有很大的影响，社交 APP 的出现也为社交购物提供了便利，利用碎片化的时间通过微信公众号与小程序与消费者之间建立联系，通过朋友圈、社交圈形成社交引力，在数字经济时代通过社群传播来让更多新奇的商品脱颖而出，吸引消费者的眼球、建立消费者的忠诚度，进而让消费者产生购买行为。

五是，**消费者倾向于消费共享化和运动消费**。消费共享化的主力是年轻消费群体。从共享房、车到共享衣服、包，年轻消费者愈加喜欢共享的消费方式，共享经济在年轻的消费者中受到欢迎。随着我国越来越多的人关注到健康问题，运动健身成为新的生活方式。偏爱运动消费目前也成为消费者行为的一个新的特征，运动相关产业已经成为一个庞大的消费市

场。随着 AR/VR 等新技术给运动产业带来的影响，运动相关消费也将要进行结构的优化升级，包含高科技的运动产品更受运动爱好者的欢迎。

六是，**消费者更愿意为品质和效率买单**。随着智能制造等技术融入到产品生产过程中，国内产品的质量得到提升，消费者在购买商品时已经实现了从追求量到追求质的提升，高质量的商品越来越受到消费者的欢迎。很多消费者往往更注重的是使用商品时的感受，商品应该满足消费者对质量的预期，越来越多的消费者非常愿意为质量买单。消费者也会注重效率，部分消费者选择 O2O 平台购买商品的原因是该方式具有方便快捷的特性。例如，消费者更看重商品的配送速度，对他们来说，时间更有价值。

消费升级方向与实现路径

结合当前消费者所呈现出的消费行为、消费心理、消费内容等的新变化，数字经济背景下消费结构优化升级的方向以及实现路径如下：

第一，**释放国内消费者的消费潜力，扩大内需**。促进消费结构优化升级，一方面要借助**大数据、互联网与人工智能等技术的发展**，针对不同类型商品的使用价值展开需求分析，引导消费者更合理、更有价值地进行消费；另一方面要**依靠物联网和智能制造等向生产领域的快速渗透**，并建立供给侧和需求侧畅通的机制，让消费者可以随时随地了解各种商品，进而引发消费行为。同时，借助当前消费时间碎片化的特征，依靠微博、微信等主要媒介，**拓展线上消费路径**，释放消费者的消费潜力。

第二，**推动线上线下消费的有机融合**。针对消费者越来越重视对线上线下相结合的购物体验的需求，零售业通过技术升级、共享供应链、精准营销等举措，提高电商渗透度，加强客户黏性。同时，要大力发展“云逛街”模式，让消费者通过网络即可准确了解商场的当季活动，通过线上购物入口，最终形成消费行为。

第三，**推动绿色、健康消费**。绿色消费观理念是“健康、快乐、品质、环保、可持续”，引导消费者以健康和可持续的方式去消费。

第四，**发展服务消费，推动在线服务消费升级**。服务消费已成为数字经济形态下经济结构转型的重要驱动力。随着居民消费的个性化发展和升级，国内的服务消费潜力将进一步释放。

来源：《经济参考报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 08 月 23 日

【悦读电商】



数字化转型——塑造企业未来

内容简介

本书从业务设计决定数字化技术、数字化技术驱动业务转型的双循环视角解读企业数字化转型。

本书共 8 章，首先介绍了数字化转型的概念、内涵和基础技术知识，然后对数字化转型的战略设计、蓝图构建、商业重构、新型能力建设、系统解决方案设计、治理架构设计和变革管理进行介绍。《数字化转型——塑造企业未来》的附录用案例展现企业数字化转型的方案全貌，让读者轻松地掌握企业数字化转型的设计技能。



数字贸易国际规则的新发展

内容简介

数字贸易带来社会经济的根本性变革，挑战政府的经济治理模式，给基于传统货物和服务贸易的世界贸易规则带来显著威胁，引发不同国家和地区间数字资源分配失衡问题。

本书主要通过对联合国、世界贸易组织、美国、欧盟、新加坡、澳大利亚和俄罗斯等规则制定主体及其制定时间脉络对数字贸易国际规则进行梳理，关注规则制定中的核心问题，分析其背后的政策与国家战略，从中归纳出数字贸易国际规则的演进特点和具体过程；通过对规则制定历史的回顾分析其存在的问题，厘清现实的立场，有助于对数字贸易国

际规则进行深入分析和参与国际规则的谈判，对推动中国数字贸易开放及立法也有参考价值。

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