

# 电子商务动态

## ● 行业资讯

- 商务部: 加大对跨境电商等服务贸易新业态新模式投资力度.....2
- “数字+”新业态在上海遍地开花.....2
- 上海平台企业保障居民“菜篮子”供应.....3
- 上海引导电商、外卖等平台下调生活服务企业服务费标准.....4
- 支付宝上线“上海一站式防疫服务”专区.....5
- Meesho 和 Shopee 成全球最受欢迎购物 App.....8

## ● 政策法规

- 国家税务总局等三部门发文进一步规范网络直播营利行为.....11

## ● 数据观察

- 工信部: 1-2 月网络销售服务企业互联网业务收入同比增长 6.7%.....13
- 央行: 数字人民币试点地区新增天津、重庆、广州等 11 座城市.....14
- 2025 年中国跨境电商 B2B 市场预计规模将达 13.9 万亿元.....14
- 拼多多 2021 年度活跃买家 8.687 亿.....16
- TikTok 成为 2022 年一季度全球收入最高的非游戏应用.....18
- 2022 年全球 100 大最具影响力企业 比亚迪、TikTok 上榜.....18
- 伊朗电子商务交易额半年内达 2100 万美元.....19

## ● 专家视点

- 2021 年我国网络零售市场消费升级趋势明显.....19
- 跨境电商发展再添新动能.....20

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：加大对跨境电商等服务贸易新业态新模式投资力度

近日，商务部办公厅印发《关于用好服务贸易创新发展引导基金支持贸易新业态新模式发展的通知》，鼓励以融资新途径支持贸易新业态新模式。

服贸基金是经国务院批准设立的国家级基金，由商务部、财政部战略指导，是推动服务贸易创新发展的重要举措。设立4年来，为探索拓宽外经贸领域融资新途径、带动社会资本支持服贸发展发挥了积极作用。

跨境电商、海外仓、数字贸易、云外包等新业态新模式是贸易发展的有生力量，是国际贸易发展的重要趋势。通知要求，推动地方相关基金及社会资本加强与服贸基金的协同配合，加大对新业态新模式的投资力度。支持构建适应跨境电商发展的配套服务体系，支持提高海外仓数字化、智能化水平，优化完善布局，发挥“蓄水池”作用，帮助中小微外贸企业借船出海；支持跨境物流服务商发展壮大，促进国际物流体系建设。支持培育数字贸易企业和项目，孵化国际化数字贸易提供商。引导符合条件的代表性领域老字号企业创新开展服务贸易，推动老字号优质服务“走出去”。

来源：“人民网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年03月21日

### “数字+”新业态在上海遍地开花

统计数据显示，2021年上海电竞市场与赛事直接相关的收入55.2亿元，占据全国半壁江山。全年游戏产业实现销售收入1250亿元，同比增长3.6%，占全国三分之一；网络文学全年实现销售收入133亿元，同比增速达15.6%。“数字+”新业态在申城遍地开花。

近年来，上海网络出版企业不断发展壮大，逐步走出国门。业内人士认为，网络出版拥有天然落地、直抵人心的优势，电竞和游戏是全球Z世代年轻人的共同“语言”，是传播中华优秀传统文化的新兴载体。

目前，上海网络出版企业正进一步开拓新兴市场，用网络文学、游戏、电竞讲好中国故事、传播中国声音。

当前，5G、大数据、云计算、人工智能等新技术快速迭代应用，包含多种新一代互联网

技术的“元宇宙”异军突起，为产业未来发展提供无限的想象空间。它为用户带来的全方位沉浸式体验感，将成为数字文化产业的“下一站”。

来源：《文汇报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 03 月 28 日

## 上海平台企业保障居民“菜篮子”供应

自 3 月 28 日起，上海市分别在黄浦江以东、以南与浦西先后开展核酸筛查。上海市疫情防控领导小组物资保障组组长、市商务委主任顾军在 3 月 28 日举行的上海市疫情防控新闻发布会上表示，在落实疫情防控各项措施的前提下，采取各种措施，做到“三个正常”：让保供企业正常经营，让保供车辆正常通行，让保供人员正常上岗。

### 叮咚买菜：24 小时不间断生产，实现各小区集约式保供

随着浦东开启 3 月 28 日至 3 月 31 日的防疫管控，居民对线上购买民生保障商品的需求预期进一步加大。针对浦东的保供工作，叮咚买菜加大备货量、补充调配更多的人力、延长营业时间，保证管控区域居民近期的食材供应。

### 美团：积极联系社会力量，保障市民基本物资需求

针对浦东地区目前突增的需求，市民线上采买生活物资的订单激增，美团买菜大部分站点从上午六点起就都处于超负荷运转状态。美团买菜积极联系社会力量，补充分拣、配送等履约环节的人力，以保障市民基本的物资需求。

### 联华：有条件门店都照常营业，提供浦东民众的线上购物需求

联华作为贴近消费者的超市渠道，封控期间，联华超市、世纪联华在浦东地区共有 400 多家直营及加盟门店，有条件门店都照常营业，在确保充分防护的前提下，提供浦东民众的线上购物需求。百联到家的线上业务按订单需求积极做好发货配送。供应方面，联华超市、世纪联华各门店民生商品供应量充足。新一轮封控期间，无论浦东或浦西的联华超市、世纪联华，均会在既定的营业时间基础上，根据各店实际情况进行调整闭店时间。

### 饿了么：优先保障商超、便利、买菜、送药等生活急需订单

针对上海最新疫情防控举措，饿了么正全力启动保供工作。将集中优先保障商超、便利、买菜、送药等市民生活急需的订单。

### 京东到家：调度周边地区骑士支援保障上海配送

为保障市民的菜篮子和米袋子，京东到家平台积极协调上海超市商家，尤其浦东区域内重点保供商家，提供一对一运营沟通服务。依据线上订单密度预估，提前做好备货，保障线

上生鲜、民生物资供给有序、充沛。通过线上销售数据预测，有针对性的给予门店备货建议。针对浦东地区的配送需求增长，在严格遵守防疫要求的前提下，达达快送积极调度运力，调度周边地区骑士支援保障上海配送。

来源：“人民网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 03 月 30 日

## 上海引导电商、外卖等平台下调生活服务业服务费标准

日前，上海市人民政府办公厅发布关于印发《上海市全力抗疫情助企业促发展的若干政策措施》的通知。政策措施指出，上海市要引导电子商务、外卖等互联网平台进一步下调餐饮、住宿、家政等受疫情影响的生活服务业企业服务费标准，降低小微企业和个体工商户的服务佣金、店铺押金、宣传推广等线上经营成本。

此外，在零售业方面，上海市支持电商平台、批发市场、超市卖场、城市生活物资配送等保供企业正常运行。上述措施自 2022 年 3 月 28 日起施行，有效期至 2022 年底（具体政策措施明确执行期限，从其规定）。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 03 月 29 日

## 上海计划在 2023 年前建设申通智慧物流分拣中心

近日，《上海市新型基础设施建设 2022 年重点工作安排》和《上海市新型基础设施建设第三批重大项目清单》正式出台，继续把智慧物流分拣中心、智能快件箱建设纳入“新基建”工程建设等内容。

为贯彻落实上述文件，上海市邮政管理局在 2021 年新建智能快件箱 6000 余组的基础上，2022 年计划新建智能快件箱 5000 组，推动符合设置条件的住宅小区智能快件箱布设比例达到 90%。

此外，根据《项目清单》的工作要求，协调推进申通智慧物流分拣中心项目和韵达智慧物流枢纽分拣中心项目。计划在 2023 年前建设申通智慧物流分拣中心，运用 AI 等技术实现多项智慧化应用，建成后年配送订单可达 3.6 亿个。计划在 2025 年前新建 2 幢韵达物流转运车间，建成后进一步扩大快递分拣能力。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 03 月 28 日

## 支付宝上线“上海一站式防疫服务”专区

面临疫情“大考”，上海不少居民小区处于封闭管控阶段。是 3 月 30 日，支付宝在首页推出“上海一站式防疫服务”，设立慢病复诊配药专区，上支付宝搜“上海”，即可进入专区。

据悉，近期慢性病病人购药的需求环比增幅明显，为了帮助缓解居民居家配药的需求，支付宝整合了支持复诊配药的互联网医院，居民可以选择此前就诊过且支持复诊的医院及科室选择复诊配药服务。医生开出处方后，药房将药品分拣、打包，由专门的物流公司进行配送。受疫情影响，市民在互联网医院复诊购买的药物可能会延迟发货。

此外，在“上海一站式防疫服务”专区中，还提供核酸结果查询、医院停诊开诊查询、线上生活缴费等服务的快速入口。

在“上海防疫指南”入口，可以查看医院科室停诊开诊情况，还能直接搜索医院名字查看情况，同时，还能快速查看核酸检测结果。在封闭管控阶段，遇到需要支付的水电煤账单也可以使用支付宝线上缴费功能，绑定账户后，即可一键支付。

来源：《新民晚报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 03 月 30 日

## 饿了么在上海上线应急特需服务

3 月 30 日，饿了么宣布在上海上线“应急特需”服务。即日起，上海市民打开饿了么 App 后，可在首页看到一个“应急特需”图标。据介绍，如果有独居老人、孕妇、婴幼儿、残障人士等重点人群，在抗疫期间要紧急购药的、在生活物资供应上有紧急困难的，都可通过“应急特需”入口填写相关信息。

饿了么表示，他们会尽一切可能去努力帮助解决问题，优先安排订单服务，联络药店、超市等；一时确难解决的，他们会联系更多社会力量来帮忙。

此外，近日，饿了么平台还发起了“抗疫微光”社区互助计划，希望为有余力和意愿的商户提供互助通道。据了解，目前已有超过 1000 家上海小店加入该计划。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 03 月 30 日

## 美团在上海开通“应急帮手”功能

为了更准确地服务老人、孕妇、残障人士等特殊群体的需求，美团日前发布通知称，平

台开通“应急帮手”功能，帮助特需人群解决困难，如果家中或身边有上述群体需要帮助，可填写需求信息，美团将高优先级响应。

据了解，上海用户可打开美团外卖 App 首页、美团 App 外卖频道，搜索或寻找“应急帮手”，点击进入。美团还指出，特殊时期，营业商家和跑单骑手数量都比较有限，可能会有些需求受限于客观条件暂时难以满足，对于暂时难以解决的问题，美团外卖会反馈到相关政府部门帮助解决。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 05 日

## 阿里国际站发布 2022 年数字采购四大趋势

为了更好的帮助企业，了解海外买家的发展动向，把握市场机会，做出正确的投资决策和明确发展方向，近日阿里国际站联合美国顶级财经媒体 Inc.联合，发布了 2022 年数字采购趋势报告。

这份报告建立在海量的数据基础之上，根据历年来不同品类的成交量，分析出了海外买家最新购买趋势和偏好，为中国中小企业的经营和发展，提供了参考。《报告》显示，2022 年全球数字贸易的 4 大新热点为，绿色、智能、健康和风尚。即**海外买家更注重绿色环保；消费智能化，海外买家更青睐智能化产品；海外买家，愿意为健康买单；时尚是永远的方向标。**

据了解，阿里国际站是全球最大的数字化出口贸易平台，在平台上超过 2,600 万活跃，买家来自 200 余个国家和地区。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 03 月 31 日

## 华为支付正式上线

近日，华为支付已在华为钱包 APP 内正式上线，除支持支付宝、微信支付、云闪付外，华为系 APP 多了“华为支付”入口。华为支付是经中国人民银行许可，由“深圳市讯联智付网络有限公司”提供的支付服务。

据了解，华为支付可在华为钱包交通卡充值、华为钱包手机充值、HarmonyOS 服务，部分联运应用、芒果 tv 以及华为视频、华为音乐、华为主题、华为云空间使用。

目前，华为支付共支持数百家银行卡的绑定，包括工商银行、农业银行、建设银行、中国银行、邮储银行、交通银行、平安银行、招商银行等。华为支付用户协议中显示，华为支付功能主要包括充值、提现、转账、付款、退款、红包、及查询等，由深圳市讯联智付网络科技有限公司提供服务，用户开通华为支付后，将由讯联智付提供支付账户管理和支付服务。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 05 日

## 叮咚买菜推出独立品牌“朝气鲜食”

日前，“朝气鲜食”品牌第一期市场见面会在上海举行，这个由叮咚买菜控股子公司上海雨生百谷食品有限公司（以下简称“叮咚谷雨”）主导的品牌，将从 B 端市场切入，多渠道开卖冻品预制菜。主要布局经销、代理、终端大客户等渠道。据了解，“朝气鲜食”也会细分为多个品类。

此外，“朝气鲜食”所有产品将分为三个阶段。第一阶段是选择叮咚买菜上月销 1 万、动销 100 万、TOP10 以内的好产品。其次，根据连锁店、餐厨、酒店等渠道差异化需求，去改造产品的规格、大小，甚至包装的材质等。第三阶段则是新品研发，建立新研发机制。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 03 月 23 日

## 盒马提供团购套餐 暂停线上用户零散下单

盒马上海门店 4 月 1 日起提供团购服务，首批覆盖 12 家门店周边全部小区。团购采取“套餐购买，次日送达”模式。12 家门店位于上海市浦东、嘉定、闵行、杨浦、静安、宝山等区。商品出自 8 家盒马鲜生门店及 4 家盒马 X 会员店。盒马表示，4 月 3 日起，将暂停线上用户零散下单，全部转为团购套餐。

据悉，套餐团购的门店效率是个人订单配送的 5 倍以上，特殊时期，用户选择的丰富度和配送时效性受限。但盒马表示，会逐步把服务扩散至上海市内全部盒马鲜生、盒马 mini 店。此举是为了更大程度提高生活用品供应效率，以便更加高效服务周边三公里社区居民。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 01 日

## 菜鸟上线业内首个线上绿色物流互动社区“绿色家园”

3月21日，菜鸟上线了业内首个线上绿色物流互动社区“绿色家园”，据介绍，“绿色家园”是由菜鸟开发运营，打造绿色社区场景，消费者可通过菜鸟APP登录，对“社区”进行管理运营，并可开办自己的“菜鸟驿站”，“圈养”自己的无人快递车“小蛮驴”，体验一个包裹从仓配到运输、取件，甚至退换货的全部环节。

在“绿色家园”，消费者还可以查看个人减碳账单，积累“碳能量”，消费者线下参与快递包装回收等绿色消费行为都会累计在该账单上，成为账单积分，免费换取鸡蛋等礼品。

菜鸟绿色物流负责人介绍，“绿色家园”是菜鸟绿色回收项目的升级，菜鸟希望通过线上线下相结合的方式，与行业、消费者一起奔赴碳中和。数据显示，截至2021年底，菜鸟绿色回收箱已经覆盖全国31个省区市315个城市，每年预计可以回收上亿个快递纸箱。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022年03月22日

## 菜鸟在美启用海外仓 商家物流成本预计下降10%

日前，菜鸟首批服务于跨境出口的美国海外仓正式投入使用，共3座仓库，可用面积超10万平米，分别位于加州和新泽西。仓内配有智能物流设备，能提供仓配一体化的服务。从海外仓发出的包裹最快3个工作日即可送达。

据了解，首批海外仓由菜鸟与递四方联合运营，可为不同出口电商平台商家和独立站商家提供仓配服务。通过在仓内部署OMS（智能订单管理系统）及WMS（仓储物流管理系统）系统等数智物流技术，菜鸟不仅能实现商家品类、库存、配送等各项数据的可视可控，还能商家提供销售预测及铺货计划，减少商家资金及库存风险，大中型包裹的全链路物流成本预计下降10%。（现代物流报）

来源：《现代物流报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年03月25日

## Meesho 和 Shopee 成全球最受欢迎购物 App

4月2日消息，根据专业移动应用数据分析平台data.ai最新发布的2022年移动市场报告显示，2021年新应用下载量达2300亿，同比增长5%；应用商店用户支出达到了1700亿美

元，同比增长 19%，每分钟用户支出超过 32 万美元。

报告显示，在 2018 年至 2021 年三年的时间里，全球消费者在购物应用程序中花费的时间从 487 亿小时翻了一番。大多数行业都有增长，但增长最快的是快时尚、社交电商和大卖场类应用。2021 年下载量增长最大的购物应用是 Meesho 和 Shopee。

报告显示，按年增长定义，2021 年下载量增长最大的应用是印度的 Meesho。Meesho 通过 WhatsApp、Facebook 和 Instagram 等社交媒体渠道，将小型和微型企业主与客户联系起来。同时 Meesho 还在快速扩张，目标是在 2022 年年底达到 1 亿用户。

报告显示，2021 年，全球月度活跃用户排名第一的应用程序是 Shopee。Shopee 现在活跃在亚洲、南美和欧洲的 13 个国家。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 04 日

## 亚马逊将在亚太地区建立多个数据中心

日前，亚马逊云科技（Amazon Web Services）宣布，将在亚太地区建立大规模的数据中心，以加强数据存储和处理能力。

据了解，AWS 区域包含一组数据中心设施，可为客户提供冗余和弹性。目前亚马逊在亚太地区拥有 8 个 AWS 区域，包括日本、澳大利亚、印度和香港。此外，亚马逊还将在奥克兰和印度增加大型数据中心。亚马逊是亚太地区的市场领导者，在除阿里巴巴领先的中国以外的所有地区占据领先地位。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 03 月 26 日

## 东盟外交官直播带货助力 RCEP 跨境电商发展

近日，广西南宁市外事办公室和马来西亚、泰国、越南三国驻南宁总领事馆联合举办“总领事三月三线直播带货活动”。活动期间，三位总领事走进直播间化身带货主播，通过 Lazada 和抖音平台热情地推介中国和本国的优选好物。

直播活动分为两大部分，三国总领事分别在进口直播间和出口直播间，搭档主播进行带货。他们担当本国商品的代言人，热情洋溢地向中国消费者分享地道“好物”，包括越南咖啡、泰国乳胶枕、马来西亚猫山王榴莲等。

同时，他们还发挥外交官的独特亲和力，通过 **Lazada** 向东南亚消费者推介广西的名优特产，受到不少中外网友的点赞和好评。

泰国驻南宁总领事馆总领事彬嘉玛·塔维她雅浓表示，直播带货这样形式的活动，将有助于促进泰国和广西之间的贸易关系，并将从总体上促进泰国与中国的经贸关系，电商能够帮助两国农村地区创造和增加收入，双方应继续加强该领域的合作。

越南驻南宁总领事馆总领事杜南忠表示，跨境电商已经成为疫情期间维持和紧密越中商贸联系的重要因素。近几年越南和中国开展了相关方面的电子商务合作，两国消费者通过电商平台能够买到越来越多的跨境商品，相信电子商务这样的消费方式会极大促进越中两国的经济合作发展。

据介绍，本次活动旨在抢抓 **RCEP** 生效机遇，促进“买东盟满足国内，买国内服务东盟”。

来源：“新华社” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 02 日

## 柬埔寨将于 4 月开始征收跨境电子商务增值税

根据柬埔寨国家税务局发布的声明，从 4 月 1 日开始，柬埔寨将向跨境电子商务征收增值税，而所有外国电商必须在 4 月 1 日之前，在“简化增值税登记”(Simplified VAT Registration) 机制下进行注册，否则将须承担法律后果。根据柬埔寨国家税务局披露的数据显示，截至 3 月 17 日，共有 5 家大型外国电商已向国税局进行注册，包括微软公司 (Microsoft)、Tik Tok 和万事达卡 (Mastercard)。

柬埔寨国税局局长关威宝指出，根据法规，外国电商在柬埔寨业务年收入超过 2.5 亿柬币 (约 6 万 2500 美元)，或连续三个月营业额超过 6000 万柬币 (约 1 万 5 千美元)，就须向国税局注册，并须进行月度税务申报。

据了解，柬埔寨政府原本宣布从今年 1 月 1 日开始，向跨境电子商务征收增值税，惟过后宣布把执行日期展延 3 个月，至 4 月 1 日开始。

柬埔寨国税局强调，政府决定颁行关于征收电子商务增值税法规和程序，目的是要确保顺利执行电子商务增值税征管工作，并确保征税服务高效和透明，以打造一个公平和诚实的经商环境。

来源：“中国-东盟自由贸易区网站” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 03 月 21 日

## 【政策法规】

### 国家税务总局等三部门发文进一步规范网络直播营利行为

近日，国家互联网信息办公室、国家税务总局、国家市场监督管理总局联合印发《关于进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展的意见》（以下简称《意见》），着力构建跨部门协同监管长效机制，加强网络直播营利行为规范性引导，鼓励支持网络直播依法合规经营，促进网络直播行业发展中规范，规范中发展。

《意见》提出，网络直播平台要认真落实管理主体责任，加强网络直播账号注册管理和账号分级分类管理，每半年向网信、税务部门报送存在直播营利行为的网络直播发布者个人身份、直播账号、网络昵称、取酬账户、收入类型及营利情况等信息，配合监管部门开展执法活动。网络直播平台和网络直播发布者要维护网络直播公平竞争环境，不得通过虚假营销、自我打赏等方式吸引流量，诱导消费者打赏和购买商品。

《意见》要求，网络直播平台、网络直播服务机构应依法履行个人所得税代扣代缴义务，不得转嫁或者逃避个人所得税代扣代缴义务，不得策划、帮助网络直播发布者实施逃避税。网络直播发布者开办的企业和个人工作室，应按照国家有关规定设置账簿。各级税务部门要优化税费宣传辅导，促进网络直播平台、网络直播服务机构、网络直播发布者税法遵从，依法规范纳税、享受税收优惠。要依法查处偷逃税等涉税违法犯罪行为，对情节严重、性质恶劣、社会反映强烈的典型案件进行公开曝光。对为网络直播发布者违法违规策划、帮助实施偷逃税行为的中介机构及相关人员依法严肃处理 and 公开曝光。

《意见》明确，保护网络直播平台、网络直播服务机构、网络直播发布者依法规范开展生产经营活动的各项合法权益，对依法依规经营、积极承担社会责任、诚信纳税的，各有关部门依法依规评先树优给予鼓励支持。对存在违法违规营利行为的网络直播发布者，以及存在违法违规行为或者纵容、帮助网络直播发布者开展违法违规营利行为的网络直播平台，依法予以处罚；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

来源：“国家税务总局网站” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 03 月 31 日

### 上海市人民政府办公厅印发《上海市全力抗疫情助企业促发展的若干政策措施》

日前，上海市人民政府办公厅发布关于印发《上海市全力抗疫情助企业促发展的若干政

策措施》的通知。政策措施指出，上海市要引导电子商务、外卖等互联网平台进一步下调餐饮、住宿、家政等受疫情影响的生活服务业企业服务费标准，降低小微企业和个体工商户的服务佣金、店铺押金、宣传推广等线上经营成本。

此外，在零售业方面，上海市支持电商平台、批发市场、超市卖场、城市生活物资配送等保供企业正常运行。上述措施自 2022 年 3 月 28 日起施行，有效期至 2022 年底（具体政策措施明确执行期限，从其规定）。

来源：“中国上海” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 03 月 29 日

## 浙江省发布《直播电子商务选品和品控管理规范》团体标准

作为消费者日常购物的新模式之一，当前直播电商炙手可热。与此同时，商品货不对板、以次充好、夸大宣传等各类新问题一一浮现。选品是直播电商的基础和源头，把住商品质量关，能从源头降低直播带货风险。

日前，全国首个省级网商自律组织，浙江省网商协会立足于浙江直播经济生态，聚焦直播电子商务选品和品控管理，经充分调研和征求意见，起草并发布《直播电子商务选品和品控管理规范》团体标准，对直播带货的选品、品控方面作出新的要求和规范。

据悉，考虑到直播相关机构规模不一，并非所有直播方都有能力建立专业的选品和品控团队，该标准规定直播相关机构应当配备专岗品质管理人员，对供应商及直播商品采取必要的管理措施。

该标准还规定，直播相关机构应当建立完善的选品流程，包括对供应商和直播商品的初步审查、资质审查、试样测评或抽样检测、卖点等宣传内容审核，以及复审等相关流程。

鉴于选品过程中存在资质提供形式多样、样品不能提供或不易保存等情况，该标准规定直播相关机构应建立选品审核台账备查制度。

此外，该标准规定直播相关机构在直播销售事前、事中、事后应有选择性地对商品开展第三方检测，鼓励建立“神秘抽检机制”，以确保商品符合选品相关要求。该标准还针对直播生态中“货”的维度作出规范和要求。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 03 月 22 日

## 【数据观察】

### 工信部：1-2月网络销售服务企业互联网业务收入同比增长6.7%

3月30日，工信部发布2022年1—2月份互联网和相关服务业运行情况，数据显示，网络销售领域企业收入稳步增长，细分领域增长态势分化。1—2月份，主要提供网络销售服务的企业（包括大宗商品、农副产品、综合电商、医疗用品、快递等）互联网业务收入同比增长6.7%，高于全行业平均增速1.6个百分点。

其中，提供农副产品销售服务的企业快速发展；综合电商类企业业务平稳发展；快递类企业业务收入小幅收缩。

数据显示，互联网业务收入增速下跌。1—2月份，我国规模以上互联网和相关服务企业（以下简称互联网企业）完成业务收入2223亿元，同比增长5.1%，增速较2021年全年回落16.1个百分点。其中互联网数据服务（包括云服务、大数据服务等）收入321亿元，同比增长7.8%。

数据显示，生活服务领域企业收入平稳较快增长，餐饮外卖等服务平台企业增长迅猛。1—2月份，以提供生活服务为主的平台企业（包括本地生活、租车约车、出游旅行、金融服务、汽车、房屋住宅等）业务收入同比增长8.4%，高于全行业平均增速3.3个百分点。其中，提供餐饮外卖等本地生活服务的企业收入增长迅猛；提供租车约车服务的企业收入明显收缩。

来源：“工信部网站” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年03月31日

### 国家邮政局：3月中国快递发展指数为251.1 同比降7.1%

4月4日，国家邮政局发布了2022年3月的数据。经测算，2022年3月中国快递发展指数为251.1，同比下降7.1%。发展规模指数、服务质量指数、发展能力指数和发展趋势指数分别为324.9、303.4、187.7和62.4，同比分别下降1.7%、8.6%、8.1%和39.1%，快递市场受疫情等因素影响发展放缓。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022年04月04日

## 央行：2021 年网上支付业务金额 2353.96 万亿元

4 月 2 日，中国人民银行公布“2021 年支付体系运行总体情况”。在电子支付方面，移动支付业务量保持增长。2021 年，银行共处理电子支付业务 2749.69 亿笔，金额 2976.22 万亿元，同比分别增长 16.90%和 9.75%。

其中，网上支付业务 1022.78 亿笔，金额 2353.96 万亿元，同比分别增长 16.32%和 8.25%；移动支付业务 1512.28 亿笔，金额 526.98 万亿元，同比分别增长 22.73%和 21.94%。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 03 日

## 央行：数字人民币试点地区新增天津、重庆、广州等 11 座城市

近日，央行召开数字人民币研发试点工作座谈会，决定在现有试点地区基础上，增加 11 座城市作为数字人民币试点地区。新试点地区包括：天津市、重庆市、广东省广州市、福建省福州市和厦门市、浙江省承办亚运会的 6 个城市（杭州、宁波、温州、湖州、绍兴、金华）。

据了解，此前，数字人民币试点地区包括上海、海南、长沙、西安等十地以及北京冬奥会会场等。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 02 日

## 2025 年中国跨境电商 B2B 市场预计规模将达 13.9 万亿元

贸易的数字化推动了贸易的便利化，数字技术的广泛应用极大降低了国际贸易成本。3 月 28 日，中国国际经济交流中心发布《数字平台助力中小企业参与全球供应链竞争》，《报告》显示，近年来，全球跨境 B2B 模式(Business To Business，一种企业与企业之间通过互联网进行产品、服务及信息的交换的营销模式)快速发展，并成为跨境电子商务的主体。《报告》预计，到 2025 年中国跨境电商 B2B 市场规模将达到 13.9 万亿元(人民币，下同)。

从全球市场来看，2020 年全球 B2B 电子商务交易额达 7 万亿美元左右，预计 2020-2027 年的复合增速可达 17.5%，约占全球电子商务交易的 80%左右。新冠肺炎疫情以来，国际贸易与供应链遭遇严重冲击，但跨境 B2B 却呈现逆势增长，预计至 2025 年，全球将有近八成

的 B2B 交易转向线上。

从中国市场来看，2020 年中国跨境电商 B2B 市场规模约占整体跨境电商市场的 72.8%，其中跨境进口占 28.9%，跨境出口约占 71.1%，跨境出口 B2B 电商市场规模超 3 万亿元。预计 2021-2025 年，中国跨境电商 B2B 市场将会以 25% 的复合年均增速增长到 13.9 万亿元的市场规模。

《报告》显示，近年来，在政策驱动、需求驱动与供应链驱动的牵引下，中国中小企业参与国际供应链呈现出积极的增长态势。以阿里巴巴国际站、敦煌网等为代表的数字平台，为广大中小企业提供全产业链、全供应链一体化综合服务，推动更多中小企业融入全球普惠贸易，参与全球供应链竞争。同时，助力中国制造出口产品附加值提升，产业向价值链上游攀升。

《报告》也指出，跨境供应链环节中仍存在诸多瓶颈与堵点，大大增加了中小企业贸易成本，阻碍了全球普惠贸易进一步拓展。同时，中小企业跨境国际供应链的小单化、多频次的交易特点给各国海关和政府监管带来一系列挑战，要求各国政府加强合作，对基于跨境支付、监管程序、跨境物流等整个产业链上的各环节进行整体创新。

《报告》建议，数字化国际供应链将是打造国内国际双循环的战略节点，应着力拓展数字国际供应链海内外战略布局，加大中小企业融入数字供应链体系的政策支撑，加紧制定持续优化数字国际供应链的政策体系，积极引领形成全球数字供应链与经贸规则新框架。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 03 日

## 2021 年中国互联网公司广告收入 阿里巴巴第一

4 月 2 日消息，全球营销媒体商业平台 Morketing 发布中国 18 大互联网公司 2021 年广告收入榜。阿里巴巴 2021 年广告收入 3163.84 亿元，位列榜单第一，同比增长 24.75%；拼多多排名第四（725.63 亿元），同比增长 51.32%；京东（721.18 亿元）、快手（426.65 亿元）、美团（290.85 亿元）、小米（181 亿元）均位列前十。

Morketing 分析指出，2021 年上半年，不少行业基本恢复至疫情前水平，品牌主加大了投放力度，广告市场全面活跃，包括拼多多、快手、B 站等在内的国内互联网公司广告业务快速增长，均达到同比 50% 以上甚至是 200% 的增长。然而，下半年，教育、房地产、金融等行业进行了大规模改革，这导致这些行业的营销费用占比大幅变动。

Morketing 表示，2021 年，电商广告依旧是互联网广告领域的主流。从榜单中可以看出，

阿里巴巴、拼多多、京东占据了 TOP5 的 3 席，2021 年，3 者广告业务营收总和占榜单总营收的 45%。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 04 月 03 日

## 2021 年全国闪送员突破 150 万 同比增长 50%

3 月 21 日，同城一对一急送平台闪送发布的《2021 年度闪送员数据报告》显示，从平台注册人数看，2021 年闪送员增长人数较多，全年净增长 50 万人，至 2021 年年底，闪送发牌闪送员已超过 150 万人，同比增长 50%。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 03 月 22 日

## 预计 2026 年即时配送服务行业订单规模将接近千亿量级

3 月 31 日，艾瑞咨询发布《2022 年中国即时配送行业趋势研究报告》，艾瑞测算，2021 年即时配送服务行业订单规模为 279.0 亿单，受疫情恢复影响，即时配送服务市场回暖，同比增速为 32.9%。

未来随着即时配送服务行业向全场景、全距离、全时段方向发展，并加速成为本地消费的基础服务设施，艾瑞预计 2026 年，即时配送服务行业订单规模将接近千亿量级，达到 957.8 亿单，2021 年-2026 年年复合增速为 28.0%，行业整体仍处于快速发展路线上。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 03 月 31 日

## 拼多多 2021 年度活跃买家 8.687 亿

3 月 21 日，拼多多公布的最新财报数据显示，截至 2021 年 12 月 31 日的 12 个月期间，拼多多商品交易总额为 24410 亿元，比截至 2020 年 12 月 31 日的 12 个月期间的 16676 亿元增长了 46%。

数据显示，在截至 2021 年 12 月 31 日的 12 个月期间，拼多多活跃买家为 8.687 亿，比截至 2020 年 12 月 31 日的 12 个月期间的 7.884 亿增加了 10%。截至 2021 年 12 月 31 日的 12 个月期间，该公司每位活跃买家的年度支出为 2810.0 元，较截至 2020 年 12 月 31 日的 12

个月期间的 2115.2 元增长 33%。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 03 月 21 日

## 天猫国际超 2000 个中小品牌年销售额过百万

日前，根据天猫国际相关负责人介绍，过去一年，有 5000 多个海外新品牌通过天猫国际进入中国，其中 2000 多个中小品牌在中国市场成功试水，年销售额超过 100 万元。

据了解，TMALL 全球已在全球设立六个采购中心，覆盖亚太地区的北美洲、欧洲、大洋洲和日本、韩国和香港、中国，并开通了超过 1300 条跨海、空运和陆运跨境物流线。同时，在国内保税区建设了 170 多万平方米的保税仓库。跨境网购的时限缩短为 2.5 天，从进口商品的原产地到国内仓库的储存和配送，再到消费者。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 03 月 26 日

## 京东健康 2021 年度活跃用户为 1.233 亿

3 月 28 日，京东健康最新财报数据显示，截至 2021 年 12 月 31 日，京东健康年度活跃用户为 1.233 亿，相比 2020 年增加 3360 万。另外，截至 2021 年 12 月 31 日，该公司在线平台上拥有超过 1.8 万第三方商家。截至 2021 年 12 月 31 日，京东健康使用了京东物流全国范围内的 19 个药品仓库和超过 400 个非药品仓库，80% 的自营药品订单实现次日达。

数据显示，截至 2021 年 12 月，京东健康携手约 5 万商家，在中国超过 300 个城市为用户提供全时段服务。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 03 月 28 日

## 超 100 家国内外农资品牌参与“淘宝春耕节”

在 3 月 16 日至 31 日举办的“淘宝春耕节”期间，共有超过 100 家国内外农资品牌参加，上线了超过 4000 万种农资。此外，农技服务下乡也是春耕节的重点。截至目前，淘宝已经上线 40 场农业专家的直播活动，进行农技普及、讲解、在线答疑。春耕节后，农技专家直播活动还会持续。

据了解，除淘宝外，3月5日，京东旗下生活消费商城京喜以京喜农场为载体，也正式开启首届线上线下“春耕节”。

来源：“天下网商” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年04月03日

## TikTok 成为 2022 年一季度全球收入最高的非游戏应用

日前，数字分析平台 SensorTower 公布的数据显示，TikTok 在今年第一季度季度的消费者支出为 8.21 亿美元，成为全球收入最高的非游戏应用。在 GooglePlay 上，TikTok 收入仅次于 GoogleOne，后者以近 2.5 亿美元位居榜首。

目前 TikTok 在全球拥有超过 10 亿活跃用户，并且这个数字还在继续增长。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 03 日

## 2022 年全球 100 大最具影响力企业 比亚迪、TikTok 上榜

日前，《时代》杂志评选出 2022 年全球 100 大最具影响力企业。其中，中国企业比亚迪、TikTok 上榜，亚马逊、苹果、英伟达等科技企业连续 2 年入榜。

据了解，该榜单分为 5 个部分，分别是先锋（Pioneers）、巨头（Titans）、领导者（Leaders）、创新者（Innovators）及颠覆者（Disruptors）。

其中，“巨头”公司包括苹果、比亚迪、福特、IBM、微软、Meta、谷歌母公司 Alphabet、英伟达、辉瑞、Netflix、迪士尼和亚马逊。

领导者企业则包括美版“饿了么” DoorDash、Spotify、索尼、民宿巨头 Airbnb 等企业。

而这 100 家企业仍然以为美国企业为主，当中 70 多家总部在美国，包括福特、Capital One、UPS、Meta、Netflix、DoorDash、微软等。10 家企业总部在欧洲，比如 Spotify。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 04 月 01 日

## SHEIN 成全球下载量最高购物 APP

根据知名支付类媒体 PYMNTS 最新公布的购物 APP 排名显示，中国跨境电商巨头 SHEIN 已赶超亚马逊成为全球下载量最高的购物 APP，亚马逊和沃尔玛分列第二和第三，第

四名是全球速卖通（AliExpress），第五名为耐克（Nike）。

据了解，SHEIN 于 2008 创立于中国，现已进入 150 多个国家和地区，是 2021 年全球下载量第二高的购物应用，美国是其最主要的收入来源。SHEIN 每日在售可供选择商品 60 万件，涵盖服饰、鞋履、美妆、家居等多品类，并每日上新 6000 件新品。SHEIN 2021 年销售额达 157 亿美元约合 1000 亿元人民币。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 03 月 28 日

## 伊朗电子商务交易额半年内达 2100 万美元

根据《德黑兰时报》3 月 27 日报道，伊朗电子商务发展中心负责人表示，该国伊历 1400 年上半年（2021 年 3 月 21 日至 9 月 22 日）电子商务交易额达 5.6 万亿里亚尔（约合 2100 万美元），交易量达约 19 亿笔。该负责人还表示，伊朗电子商务发展中心正在积极推动外贸有关程序的电子化，以降低人为因素的干扰。

来源：“商务部网站” 2022 年 03 月 28 日

## 【专家视点】

## 2021 年我国网络零售市场消费升级趋势明显

日前，国家统计局数据显示，2021 年，全国网上零售额达 13.1 万亿元，同比增长 14.1%，增速比上年加快 3.2 个百分点。其中，实物商品网上零售额达 10.8 万亿元，首次突破 10 万亿元，同比增长 12.0%，占社会消费品零售总额的比重为 24.5%，对社会消费品零售总额增长的贡献率为 23.6%。根据商务大数据监测情况，2021 年我国网络零售市场主要有以下特点：

**一是消费升级趋势明显。**2021 年，全国健康、绿色、高品质商品越来越受到消费者青睐，智能家居、智能穿戴、智能家电消费呈现高速增长态势。数据显示，2021 年，我国家居智能设备销售额同比增长 90.5%，户外用品销售额同比增长 30.8%，有机蔬菜、有机奶、有机食用油销售额同比增长 127.6%、24.1%和 21.8%。个性化、新品类、环保节能商品的走热，也体现了网购市场的消费升级。京东数据显示，2021 年个性化产品成交额增速超过 60%。智能个性类产品中，智能餐桌的成交额同比增长超过 10 倍，智能公仔、智能晾衣机等成交额分

别达到 195%和 116%；健康个性类产品中，家用洗地机成交额同比增长 458%，健康秤的成交额同比增长也达到了 122%。

**二是服务业电商创新发展势头强劲。**电商模式创新推动教育、医疗等优质服务资源普惠化，在线购买职业培训服务持续增长。2021 年，全国在线餐饮整体增速加快，销售额同比增长 30.1%，增速比上年提高 27.9 个百分点。在线文娱市场快速恢复，在线文娱场次数同比增长 1.2 倍。从服务业电商发布的数据来看，2021 年，小份菜、周边游、拓展课等商品订单出现明显上涨。美团数据显示，2021 年外卖销售小份菜的商家同比增长 43.9%，相关菜品销量增速达 45.9%；春节期间，自然景观、滑雪场馆、人文古迹类景区等预订火热。

**三是农村电商有效助力乡村振兴。**2021 年全国农村网络零售额 2.05 万亿元，比上年增长 11.3%，增速加快 2.4 个百分点，全国农产品网络零售额 4221 亿元，同比增长 2.8%。“数商兴农”深入推进，农村电商“新基建”不断完善。在完善农产品供应链、推动农产品上行等方面，各电商平台积极作为，发挥作用。

**四是跨境电商平稳较快发展。**海关数据显示，2021 年，跨境电商进出口额达 1.98 万亿元，增长 15%；其中出口 1.44 万亿元，增长 24.5%，跨境电商综试区带动作用明显，有力推动跨境电商平稳较快发展。

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 03 月 23 日

## 跨境电商发展再添新动能

在传统贸易方式持续受到疫情冲击的背景下，跨境电商作为外贸发展的新业态，发挥了保订单、保市场、保份额的重要作用。

为推动跨境电商进一步快速发展，近日，商务部印发的《关于用好服务贸易创新发展引导基金支持贸易新业态新模式发展的通知》指出，支持构建适应跨境电商发展的配套服务体系；此前印发的《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》亦明确，鼓励加大对跨境电商、海外仓等新业态的支持力度，支持提高海外仓数字化、智能化水平，优化完善布局。这些政策从不同层面为推动跨境电商稳定发展提供了有力支撑。

### 政策面鼎撑

商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇在接受国际商报记者采访时表示，通过服贸基金强化金融支持将着力解决跨境电商企业等融资贵融资难的问题。这也是加快构建新发展

格局的重要举措之一，是支持内外贸一体化、加大对中小微企业服务保障的重要抓手，既有利于帮助外贸企业稳定信心，增强抗风险能力，防止企业资金链断裂，也有利于缓解疫情和俄乌冲突等外部冲击，有利于中国稳定外贸基本盘，助力中国经济实现 5.5% 的年度增长目标。

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林在接受国际商报记者采访时表示，近来出台的相关政策将从多方面为跨境电商发展增添助力：一是金融支持政策将激发跨境电商企业的热情，进一步加快跨境电商“走出去”的步伐。二是出口信用保险政策将缓解出口商对跨境电商潜在风险的担忧和焦虑，以此推动跨境电商“走出去”。三是注重对海外仓的数字化改造将推动以海外仓为核心的境外物流发展。加大对海外仓建设的政策支持，一方面将优化跨境电商海外销售业态；另一方面，通过数字化的方式改造海外仓也可以将国内先进的物流理念复制到国外，进而提高物流效率。

### **着力补短板**

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林表示，当前制约跨境电商发展“卡脖子”问题主要集中在海外物流上，国内商品在海外流通需要依赖海外的物流系统，但海外物流不可控因素较多，部分国家物流等基础设施水平不高，物流成本较高，效率较低。因此，需要激励跨境电商企业主动去海外建立物流体系。

商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇认为，中国跨境电商要走向高质量发展阶段，国家应鼓励外贸企业自建独立站，并支持专业建站平台优化提升服务能力。具体来说，培育一批有国际竞争力的跨境电商独立站应从三方面着手：

**一是优化独立站发展政策。**持续改善独立站企业营商环境，继续夯实跨境电商促进政策，促进传统外贸企业加快数字化转型，深入开展独立站示范企业创建活动。充分发挥中国外贸专项资金功能，支持跨境电商独立站建设、推广等活动。

**二是加强独立站信用体系建设。**包括促进国内外跨境电商信用信息交换和共享，严厉查处跨境电商领域虚假宣传、伪造流量等欺诈行为，建立健全跨境电商企业客户信用管理和交易信用评估制度。

**三是提供独立站建设人才保障。**如搭建跨境电商校企联合办学、专题培训、游学观摩、教育实习基地等长效机制；开展 SaaS、直播、短视频等跨境电商实操培训，形成系统而独具特色的实战型跨境电子商务人才培养体系。

来源：“中国商务新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 03 月 26 日

# 我国数字贸易发展的机遇与挑战

前瞻产业研究院近日发布的《2022 年中国及全球数字贸易发展趋势研究报告》显示，数字贸易已成为新一轮大国竞争的焦点。作为全球数字贸易规模排名前五位的国家之一，中国数字贸易发展前景广阔。

《报告》认为，我国数字贸易发展的机遇与挑战并存。**机遇方面**，数字贸易是推动全球经济复苏与增长的重要引擎。在全球经济复苏不及预期背景下，数字贸易已成为全球贸易和经济增长的突出亮点。我国政策也明确提出要大力发展数字贸易。新兴数字技术快速推广应用和数字贸易规则的逐步完善也为数字贸易的发展带来了良好的机遇。**挑战方面**，数字贸易属于新的贸易业态，随着数字化、数字经济的深入发展，在跨境交易过程中仍存在着一定的风险。各国在数字贸易规则方面尚未达成完全共识，全球数字治理体系尚未形成，数字安全问题仍然存在，数字化人才的作用越发凸显，数字化人才缺口也将越来越大。

在此背景下，政府、行业、企业应如何作为，报告也给出了相关建议：

**从政府层面讲**，要加强顶层设计，夯实数字贸易发展的制度性工作，参与国际数字贸易规则制定，持续推进数字贸易试点，强化数字治理能力，推动产业升级，加强行业合作，增强我国数字贸易的发展动能。

**从行业角度看**，数字贸易的发展将加快各行业的数字化转型进程，制造业的数字化转型包括产品设计、生产制造、物流运输全流程的数字可视化；跨境电商将向供应链协同与一体化发展；数字内容和数字服务的需求和贸易规模将上升；金融科技的应用将日益广泛。

**从企业层面看**，大型企业相较于中小企业具有发展规模所带来的经济优势，而中小企业更多地依靠创新科技、营商环境改善、金融贸易、电商平台等提供的综合支持融入全球价值链。数字贸易能够为中小企业降本增效、扩大市场机会，促使企业加速数字制造。

《报告》指出，从发展格局看，当前，中国数字贸易的发展水平呈现东强西弱和南强北弱的态势。数字贸易发展需要良好的互联网、物流等基础设施作为支撑，并与地区经济发展水平密切相关。报告认为，当前，我国应大力推进数字贸易的发展、鼓励地方先行先试。各地在推动数字贸易发展时应当找准定位，发挥自身特色，结合自身资源，充分利用当地优势，实现因地制宜的高质量发展，同时也应当积极参与区域协同，打造数字贸易生态圈，最终实现全国通力、差异化突破、协同性发展。

来源：《国际商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 03 月 31 日

## 应完善直播从业者自律机制

谈及这两年直播电商产业的发展，全国人大代表、上海社会科学院研究员张兆安用了“爆发式增长”一词来形容。张兆安表示，根据商务部数据显示，平均一天就有 5 万多场电商直播，每天观看人次超 2.6 亿。直播电商早已成为电子商务的一个重要增长点。

张兆安，为推动直播电商健康发展，我国已陆续出台了 20 余部相关的法规政策和行业标准，“仍难规避行业乱象频生”。今年全国“两会”期间，他提交了一份关于推动直播电商规范管理、促进在线新经济健康发展的建议。

张兆安指出，借助专业主播推介和直播间的巨大流量，企业品牌可以与消费者形成连接，拓宽营销渠道，提升销售效率，缩短供应链。直播电商是“消费新引擎”和“文化传承的新窗口”。基于主播群体的正向激励，不少青年选择加入这一新兴行业。根据人社部公开数据显示，截至去年，全国直播行业从业者已超 1000 万，行业主播从业人数已达 123.4 万，且从业人员数以每月 8.8% 的速度迅猛增长。

张兆安表示，手机成为‘新农具’，直播成为‘新农活’。电商主播们纷纷开展助农专场直播，让直播电商在助力乡村振兴方面发挥作用，主播直播过程中，凭借专业性强、流量集中、复购率高等优势，让农村电商也找到了迭代提速的抓手。

张兆安认为，但直播电商发展也存在一些问题。直播平台要向消费者提供商品真实且可比较的信息，各级消保委要对直播带货中的高频商品类别，为消费者的理性选择提供参考信息。职业直播对消费者要公平，直播平台对直播电商也要公平，直播电商作为新通路模式与其他通路模式的竞争更要公平。他指出，要进一步完善直播经济公平机制。

张兆安建议，制定高标准、严要求的准入门槛与从业要求，从源头上为直播电商健康稳定发展提供制度性基础。另外，注重推出直播电商的管理规范、负面清单、处罚条例等相关细则，促进相关各方的合规经营；在严控选品流程、人员管理、合规管理、售后服务等多个环节，督促直播电商上下游企业规范化；加强知识产权保护，明晰直播间责任主体，除引入信用评价机制之外，还要加强对主播直播行为和互动内容的审核管理。

张兆安建议，头部主播、头部机构要发挥示范带头作用，促使中小机构更注重品控与售后服务，以及商品合规管理、直播合规管理等管理和要求，处于产业链上游的品牌与商家也会更加规范运营，从而促进产业融合升级。对积极作为的行业头部与直播机构，更要加大扶持力度，出台相应奖惩机制，依法保障直播电商行业从业机构和机构的合法权益。

来源：《解放日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 03 月 29 日

## 【悦读电商】



### 元宇宙：数字化生存新机遇

#### 内容简介

社会生活和经济活动将向元宇宙大迁徙。我们将生活在一个真实与虚拟共生的新世界。在这种新机遇下，商业形态将发生巨变，这将成为企业弯道超车的机会。

本书的核心内容回答了元宇宙是什么？需要怎样的技术基础？元宇宙的运作模式及应用有哪些，问题有哪些？未来可能的产业发展机会有哪些？元宇宙将如何改变我们的生活？



### 新零售线上线下物流

#### 内容简介

新零售是消费升级的产物，是一种更先进、更人性化的商业文明。在可预见的未来，将没有电子商务这一说，也没有传统零售一说，只有新零售。只有当线上线下和现代物流完美融合在一起，无限逼近消费者的内心需求，为消费者提供高效率、高体验值的服务，才能诞生真正意义上的新零售。

新商业时代，传统零售（线下零售和传统电商）如何做精，如何获得新能力、新思维、新方法和新工具，以便更高效地为消费者提供超出其期望值的消费体验和服务，是本书

要探讨的核心问题。

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