

电子商务动态

● 行业资讯

- 商务部：“2022 全网上年货节”呈现四方面特点.....2
- 上海进一步加强数字化标准体系建设.....5
- 推动区块链应用落地 上海快速挺进“下一代互联网”.....5
- 上海抢占数字经济新赛道.....6
- 虹口区发布“元宇宙产业发展行动计划”8
- 全球观众登“云”看冬奥.....11

● 政策法规

- 国务院印发《“十四五”推进农业农村现代化规划》加快农村电子商务发展.....16
- 上海印发《上海市“便捷就医服务”数字化转型 2.0 工作方案》.....16

● 数据观察

- 工信部：2021 年规模以上互联网和相关服务企业业务收入达 1.55 万亿元.....17
- 国家邮政局：2022 春节假期全国共揽收投递快递包裹 7.49 亿件.....18
- 上海文旅相关视频 TikTok 播放量超 4 亿次.....19
- 全国跨境电商综试区总数扩围至 132 个.....20
- 2022 年全球电商销售额将首次超过 5 万亿美元.....23
- 未来三年欧洲电商销售额将翻一番达 1.16 万亿美元.....24

● 专家视点

- 跨境电商“试”出新高度.....26
- 促消费提质扩容 电商平台涌动创新力.....28

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：“2022 全网上年货节”呈现四方面特点

商务部于 2022 年 2 月 10 日召开例行新闻发布会。商务部办公厅副主任、新闻发言人高峰在回答媒体记者提问时表示，为期 29 天的“2022 全国网上年货节”刚刚结束。本次年货节遵循“政府指导、企业为主、市场化运作”原则，同步举办“上海合作组织国家特色商品电商直播活动”，取得明显成效。总体来看，本次网上年货节主要呈现四方面特点：

一是品质年货成为消费热点。传统年货依旧深受欢迎。巧克力、坚果、茶叶和酒类等礼盒销售额同比分别增长 66%、41.4%、23.2% 和 22.7%。老字号品牌商品加快拓展线上渠道，成为年货主角。同时，升级类消费快速增长。智能投影仪、智能按摩仪和 65 寸及以上智能电视销售额同比分别增长 90.3%、34.3% 和 20.7%；国潮商品、博物馆文创产品、民族乐器和非遗商品销售额同比分别增长 94.6%、33.7%、26.5% 和 16.5%；地方特色手工艺品销售额同比增长 26.7%；家具销售额同比增长 17.3%。

二是冰雪经济乘势而起。冬奥商品和冰雪装备销售旺盛。冬奥特许纪念商品销售额同比增长 21.2 倍；滑雪装备和滑雪服销售额同比分别增长 62.9% 和 61.2%。冰雪主题游人气高涨。年货节期间，网上滑雪门票销售额同比增长 102.1%。相关电商平台冰雪旅游商品订单量同比增长超 30%。

三是绿色消费成为首选。环保皮草、环保餐具、环保袋销售额同比分别增长 265.9%、20.2% 和 17.1%；电子礼花销售额同比增长 1.4 倍；有机蔬菜、有机牛奶、有机大米销售额同比分别增长 335.6%、78.9% 和 24.2%。在线餐饮销售额同比增长 28.5%，其中，到店和外卖销售额同比分别增长 48.3% 和 22.6%。

四是“上合优品”广受欢迎。“上合组织特色商品电商直播活动”期间，共举办各类直播近 1800 场，涉及上合组织国家 1500 多个商品品类，累计销售近 1 亿元人民币，主要电商平台上的上合组织国家产品销售额环比均显著增长，有力提升了上合组织各国产品在华知名度和影响力。同时，直播活动还搭建了地方合作新桥梁。青岛、上海、江苏、浙江、福建等省市在本次活动中积极与上合组织国家商协会及企业进行对接，达成诸多产业合作意向，为上合组织国家间开展经贸合作注入新动力。

来源：“商务部网站” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 11 日

商务部：将完善跨境电商综试区评估和退出机制

商务部于 2022 年 2 月 17 日召开例行新闻发布会。商务部办公厅副主任、新闻发言人高峰在回答媒体记者提问时表示，近年来，我国跨境电商迅速发展。根据海关统计，自 2017 年以来，我国跨境电子商务规模 5 年增长近 10 倍，2021 年进出口额达到 1.98 万亿元人民币，同比增长 15%。为进一步推动跨境电商发展，近日，国务院批复同意在 27 个城市和地区新设跨境电商综试区。截至目前，全国共设立跨境电商综试区 132 个。从布局上看，主要有三个特点：**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**。既有沿海沿海城市，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，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。

高峰表示，下一步，商务部将继续会同有关部门，抓好相关工作的落实。**一是加快推动新设综试区结合本地外贸和特色产业**，制定具体的工作方案并组织实施，争取及早见效。同时，我们将完善综试区评估和退出机制，以动态调整促进优胜劣汰。**二是完善配套支持政策**。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。**三是持续推进规则 and 标准建设**，强化市场主体培育，加强品牌建设，促进高质量发展。**四是推广数字智能技术应用**。指导各综试区依托跨境电商线下产业园区，推广数字技术和数字工具的运用，优化提升外贸全流程和各环节，促进贸易与产业深度融合，完善外贸产业链和生态圈。**五是继续深化国际合作**。继续深化“丝路电商”合作。加强与有关国家在相关领域的政府间合作，推动双向开放。积极参与国际规则制定，贡献更多中国智慧。谢谢。

来源：“商务部网站” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 18 日

商务部：将推广跨境电商综试区成熟经验做法，支持大力探索创新

近日，国务院印发《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》（下称《批复》）。商务部外贸司负责人就《批复》出台背景、主要内容进行了解读。

同时，商务部外贸司相关负责人表示，下一步，商务部将按照《批复》要求，一是会同有关部门和地方，抓实抓好《意见》落地见效，持续完善支持政策，有力有序有效推进综合试验区建设。二是会同有关部门按照职能分工，指导新设综合试验区完善具体实施方案并抓好组织实施。三是进一步做好统筹协调、跟踪分析和指导服务，复制推广好现有成熟经验做法，支持综合试验区继续大力探索创新，支持企业打造要素集聚、反应快速的柔性供应链，共建共享海外仓，促进跨境电子商务等新业态健康持续创新发展。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 10 日

商务部：大力促进数字贸易等高质量发展

2 月 10 日，在商务部召开的例行新闻发布会上，商务部新闻发言人高峰表示，商务部将按照党中央国务院部署，坚持稳字当头、稳中求进，持续推进服务贸易改革、开放、创新。

高峰表示，商务部将重点研究推动出台一批新的政策措施，大力促进数字贸易、技术贸易、对外文化贸易高质量发展。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 11 日

国家发改委：互联网企业要加快推进传统产业转型升级

日前，中央网信办、国家发改委、工信部、市场监管总局联合召开“促进企业健康持续发展工作座谈会”。会上，国家发改委副主任林念修表示，“十四五”时期，将为我国社会发展注入更加强大的动力，互联网企业要把握机遇、乘势而上。

林念修指出，一是要更加注重创新突破，加强技术创新、深化模式创新，提升全球化发展水平；二是要更加注重赋能实体经济高质量发展，加快推进传统产业转型升级，提供高质量产品和服务，引领新型消费、品质消费；三是要更加注重营造公平普惠的发展环境，降低平台经济参与者经营成本。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 10 日

央行等 4 部委：稳妥推进法定数字货币标准研制

2月8日，中国人民银行、市场监管总局、银保监会、证监会印发《金融标准化“十四五”发展规划》。其中提到，稳妥推进法定数字货币标准研制。综合考量安全可信基础设施、发行系统与存储系统、登记中心、支付交易通信模块、终端应用等，探索建立完善法定数字货币基础架构标准。研究制定法定数字货币信息安全标准，保障流通过程中的可存储性、不可伪造性、不可重复交易性、不可抵赖性。

《规划》提出，研究制定法定数字货币业务和应用标准，确立发行、流通和回笼各环节的标准化流程。研究制定法定数字货币技术标准，助力提升法定数字货币技术安全性、先进性。研究制定法定数字货币基础数据元标准，提高数据规范性。研究制定法定数字货币终端技术标准，促进完善终端受理环境。研究制定法定数字货币评估检测标准，规范各相关系统与产品的检测指标。

来源：《电商报》2022年02月08日

上海进一步加强数字化标准体系建设

2月8日，上海市委副书记、市长龚正主持召开市政府常务会议，强调按照市委部署，切实抓好开局起步工作，加快构建数字化转型标准体系。

会议原则同意《上海城市数字化转型标准化建设实施方案》并指出，要进一步加强数字化标准体系建设，将数字化实践凝练成可复制推广的“上海标准”，支撑引领各地区、各行业的数字化转型。要聚焦基础通用、底座支撑、场景应用等实践领域，推动更多的技术解决方案成为标准，为企业转型解疑释惑。要充分发挥标准“拉高线”作用，在技术突破、应用牵引、数据赋能等方面，推动科技创新与标准制定齐头并进，使标准成为新技术、新应用、新业态快速规范发展的“催化剂”。

来源：《文汇报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年02月09日

推动区块链应用落地 上海快速挺进“下一代互联网”

作为“元宇宙”的底层核心技术，区块链也许是人类有史以来发展最快的技术，上海正

乘着它的“东风”快速挺进“下一代互联网”。

上海在推动区块链应用方面走在全国前列。2018年，杨浦区率先出台区块链产业政策，鼓励从事区块链技术创新创业者入驻，如今“长阳秀带”上已聚集起一批在线新经济、社会治理等龙头企业。

在区块链这一通往未来互联网的全新赛道上，上海市各区都在积极布局。近日，静安区入选“国家区块链创新应用试点”，是上海唯一入选“综合性试点”的地区；市北高新园区总建筑面积达12万平方米的上海区块链生态谷上，正在崛起上海区块链产业集聚地；长宁区以“数字长宁”发展为核心，吸引国内首个创意产业园区数字人民币应用场景落地；徐汇区结合滨江“一港一谷一城一湾”的发展布局，打造数字产业主力军……

根据中国工业与应用数学学会区块链专委会、中国通信工业协会区块链专委会等联合发布的《2021年中国城市区块链综合指数报告》，上海区块链综合指数位列全国第二，仅次于北京。目前，全国具有投入产出的区块链企业近1400家，上海约占1/4。

2018年底成立的上海区块链技术协会，或许为“观察”上海区块链产业的快速发展提供了另一个视角：短短3年，这家“年轻”的协会已经集聚了98名智库专家、300多家会员单位，规模在全市200多家协会中属于中上水平。

上海区块链技术协会执行会长、上海长三角区块链产业促进中心理事长王奕表示，区块链已走入大众视野，并逐渐成为产业革新“助推器”，上海联合有互联网基因的长三角共同发展区块链产业，大有可为。

来源：《文汇报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年02月16日

上海抢占数字经济新赛道

智能工厂是上海制造业数字化转型的主阵地，涉及智能装备、智能机器人等集成应用。上海正分级分类推动智能工厂建设，加快布局数字经济新赛道。

今年，上海将按照金字塔结构，根据标杆性智能工厂引领、智能工厂示范、智能制造优秀场景推广三个层级，形成智能工厂梯度培育体系。其中，既有高大上企业，比如上汽乘用车已荣获国家级“智能制造标杆企业”称号，处于金字塔顶端；也有“小而美”企业，比如兰宝传感科技，建成了3条全自动生产线和3条柔性生产线，和上下游企业实现数据的互联互通，在疫情期间国外一部分传感器企业停产、减产的情况下，抓住机遇，获得了更多的订单，目前在“离散型传感器”细分领域成为隐形冠军。

疫情防控常态化模式下，工业机器人、高度自动化生产线的需求被加速激发。“机器工人”与在沪员工协作生产，让企业的生产经营更加从容。

最新数据显示，上海重点产业机器人密度达到 383 台/万名工人，高于全国 246 台的平均水平。如果将这一指标对标全球来看，已经超越排名第四的德国（371）。

工业机器人密度代表着一个国家或地区的自动化生产程度，是经济数字化转型中的重要参考。上海今年有望成为全球首个发布机器人密度的城市。

上海市经信委副主任刘平认为，这说明上海正在形成产业高端化的态势，反映了经济高质量发展水平。而智能工厂的建设，将为上海工业的持续高质量增长带来新的动力。

来源：《新民晚报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 10 日

上海数据交易所第二批数据产品挂牌 涉及交通、金融、通信等多个行业和领域

近日，上海数据交易所完成了第二批 20 个数据产品挂牌，进一步丰富上海数交所的数据产品，加快数据要素市场建设，推动数字经济发展。据悉，第二批数据产品的挂牌主体多元化，包括央企、地方国资企业、民营企业等各类所有制企业，挂牌产品涉及交通、金融、通信等多个行业和领域。

2021 年 11 月 25 日，上海数据交易所揭牌成立，重点聚焦确权难、定价难、互信难、入场难、监管难等关键共性难题，全国首发数商体系，涵盖数据交易主体、数据合规咨询、质量评估、资产评估、交付等多领域；全国首发数据交易配套制度，确立了“不合规不挂牌，无场景不交易”的基本原则；全国首发全数字化数据交易系统，保障数据交易全时挂牌、全域交易、全程可溯；全国首发数据产品登记凭证，实现一数一码，可登记、可统计、可普查；全国首发数据产品说明书，使数据可阅读，将抽象数据变为具象产品。

作为数据流通交易的准公共机构，上海数据交易所围绕打造全球数据要素配置的重要枢纽节点的目标，力争用 3-5 年时间，将国家级数据交易所的“四梁八柱”构筑成型，基本形成“上海数”品牌，努力实现“汇天下数据而通之、聚天下数据而用之”。

据悉，未来上海数据交易所还将持续加大数据产品供给，加快构建数商生态和产业布局。同时，加快推进前瞻研究，推动理论与交易实践“并跑”，推进数据交易市场发展。并将深化区域合作及交流，强化省际间区域间数据交易领域的制度合作、主体合作、平台合作。

来源：《浦东时报》2022 年 02 月 08 日

上海市出台实施意见维护新就业形态劳动者保障权益

为深入贯彻落实党中央、国务院和市委、市政府决策部署，支持和规范发展新就业形态，切实维护本市新就业形态劳动者劳动保障权益，促进平台经济规范健康持续发展，2月13日，上海市人力资源社会保障局等八部门联合出台《关于维护新就业形态劳动者劳动保障权益的实施意见》，聚焦本市新就业形态劳动者劳动权益保障突出问题，优化劳动者权益保障服务，完善劳动者权益保障工作机制，对新就业形态劳动者劳动权益保障提出了全面要求。

《实施意见》要求企业依法合规用工，积极履行用工主体责任，对符合劳动关系情形、不完全符合确立劳动关系情形但企业对劳动者进行劳动管理的新就业形态劳动者权益保障承担相应责任。平台企业采取劳务派遣、外包等合作用工方式的，与合作企业依法承担各自的用工责任。企业以非劳动关系的名义用工，但符合劳动关系特征的，应当依法承担相应的责任。

来源：“上海人力资源和社会保障” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年02月13日

“2022世界人工智能大会”将于7月在上海举行

作为全球人工智能行业高端交流的顶级平台，观察产业趋势的风向标，新一届世界人工智能大会（WAIC）的会期已经排定。今年WAIC将于7月7日至9日在上海举行。

据市经济信息化委介绍，今年世界人工智能大会的主会场仍将设在浦东世博地区。WAIC将继续秉持“智联世界”理念，坚持“高端化、国际化、专业化、市场化、智能化”办会方针，发挥“科技风向标、应用展示台、产业加速器、治理议事厅”的重要作用。

据了解，世界人工智能大会由国家发展改革委、科技部、工业和信息化部、国家网信办、中国科学院、中国工程院、中国科协和上海市政府共同主办，自2018年以来已成功举办四届。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022年02月18日

虹口区发布“元宇宙产业发展行动计划”

2021年，虹口区地区生产总值（GDP）突破千亿元大关，一般公共预算收入155.23亿

元，同比增长 30%。更好促进高质量发展，2022 年 1 月 16 日，虹口区发布“元宇宙产业发展行动计划”，发力数字经济，布局新赛道。虹口区将打造北外滩元宇宙发展和应用示范区，构建上海数字经济发展新高地，重点做好“六个一”，即培育和引进一批元宇宙场景应用优质企业；建设一批元宇宙产业经济空间；打造一批硬件技术创新中心；构建一个良好数字经济生态圈；打造一批场景应用示范标杆项目；成立一个元宇宙产业党建联盟。

据悉，北外滩区域已试点虚拟与现实相结合的数字化场景应用。在北外滩来福士，上海六感科技有限公司打造了一个车企展区，用户可通过手机、iPad、VR（虚拟现实）眼镜等，自己动手“造车”。未来，车企可以根据大数据显示的用户“造车”喜好，生产出更受年轻消费者青睐的新车型。

来源：“中国上海” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 17 日

青浦区出台电子商务示范认定申报指南

近日，青浦区商务委起草制订了《青浦区区级电子商务示范企业（平台）、园区（基地）申报指南》，打造长三角电子商务和数字贸易高地，为长三角数字干线注入新动能。

《指南》包括申报对象、评定标准、操作流程及奖励政策四个方面内容。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 15 日

青浦区建立快递物流行业调解组织

据上海人力资源和社会保障微信公众号消息，随着“大物流”在青浦的发展，为维护“快递小哥”合法权益，营造良好的营商环境，青浦区人社局在 2020 年率先成立上海市首家以行业细分的调解组织——青浦区快递物流行业劳动争议调解委员会。据悉，青浦区人社局推出“1+12+N”工作机制，全面构建区、镇、站三个层面立体交织、相互联动的调解组织网络。同时，各调解工作站因地制宜，全面推行“一站一特色”“一站一品牌”的发展模式。

据了解，一年多以来，除了建立各具特色的实体化调解工作站以外，青浦区人社局还进一步推进建立中小微型快递物流企业“云调解站”。值得一提的是，目前，德邦、顺丰、中通、圆通、韵达、申通等 10 家快递物流上市公司和龙头企业总部（含区域总部）落户在青浦。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 14 日

优衣库将在上海启用自动化仓库 加速电商发展

日本快时尚巨头优衣库的母公司迅销集团（Fast Retailing）日前宣布，将于 2022 年 8 月前，在中国启用自动化仓库。

据悉，这一中国市场项目是迅销集团全球投资的重要组成部分。这个全球投资项目的总金额在 1000 亿日元（约合人民币 55 亿元），旨在更好的融入当下持续增长的电商领域。

中国的自动化仓库将落址上海，未来主要用作中国沿海城市的分销中心。自 2019 年起，迅销就合并了中国市场的门店和线上库存，这意味着线上订单现在可以从实体商店发货或提取。自动化仓库的投入使用，将有助于更快地完成在线订单。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 17 日

“数字经济”成为 2022 年地方两会热词

近期，在多地的政府工作报告中，“数字经济”频频出现，成为 2022 年地方两会热词。

北京市政府工作报告提出，深入落实数字经济标杆城市建设实施方案，完善支持政策，加强算力算法平台等新型基础设施建设；浙江省政府工作报告提出，深化数字经济“一号工程”，做大做强数字安防、集成电路、智能计算和智能光伏等产业，推进类脑智能、量子信息等未来产业发展，力争数字经济核心产业增加值增长 12%；河南省政府工作报告提出，以国家大数据综合试验区建设为牵引，大力推动数字河南建设，力争数字经济增长 15% 以上。

分析指出，数字经济已被各地视为经济发展新引擎，并逐年加大重视力度。近些年来，我国数字经济呈现飞速发展态势，数字经济对经济社会的引领带动作用日益凸显，未来，我国数字经济的发展或将更为迅猛。国务院近期印发的《“十四五”数字经济发展规划》提出，到 2025 年，数字经济核心产业增加值占国内生产总值比重达到 10%，数据要素市场体系初步建立，产业数字化转型迈上新台阶，数字产业化水平显著提升，数字化公共服务更加普惠均等，数字经济治理体系更加完善。

来源：“全国电子商务公共服务网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 16 日

全球观众登“云”看冬奥

2月4日-3月13日，全世界都将聚焦运动员们在冬奥会赛场上的精彩表现，而大部分观众将通过云计算等数字化技术的支持，观看北京冬奥会。

国际奥委会主席托马斯·巴赫表示，我们正在北京创造历史。这是有史以来第一次，冬奥会把运营所需的核心系统全面上云，并用云计算为冬奥会向全球转播提供支持。

巴赫指出，数字技术早已深刻地改变着奥运会，北京2022年冬奥会将加速这一趋势，数字化水平是前所未有的，这让更多人能够参与到奥运中来。阿里巴巴在奥运会的数字化转型中发挥着至关重要的作用，阿里云的技术为奥运留下了一套全新的标准。

据介绍，北京冬奥会是史上的第一个“云上奥运”，不仅将奥运最核心的赛事成绩、赛事转播、信息发布等信息系统迁移至阿里云上，而且采用由奥林匹克广播服务公司（OBS）和阿里云共同打造的“奥运转播云”向全球转播，将为北京冬奥会带来超过6000小时的转播内容。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022年02月08日

《跨境电子商务物流信息交换要求》国标将于2022年3月1日实施

国家市场监督管理总局、中国国家标准化管理委员会于2021年8月20日正式发布的《跨境电子商务物流信息交换要求》国家标准（标准编号为GB/T 40202-2021），将于2022年3月1日起正式实施。该标准共有七个部分组成。包括范围、规范性引用文件、术语和定义、信息交换的一般原则、物流信息交换流程、物流信息交换基本内容、通信接口等。信息交换的一般原则包括：真实性、完整性、时效性。

在进口物流信息交换流程包括：在进口订单完成支付后，跨境电子商务平台向物流企业发送运输请求信息；物流企业将进口运单信息发送给单一平台，单一平台以进口运单回执报文形式将信息发送给物流企业等。

在出口物流信息交换流程中，主要包括：在出口订单完成支付后，跨境电子商务平台向物流企业发送运输请求信息，物流企业将出口运单信息发送给单一窗口，单一窗口以出口运单回执报文形式将信息发送给物流企业，出口商品抵达海关监管场所，并报关成功后，海关监管场所以运抵单报文形式将信息发送给单一窗口，单一窗口以运抵单回执报文形式将信息发送给海关监管场所等。

在物流信息交换基本内容方面，报文种类包括：跨境电子商务物流业务中包括运输请求信息、进口运单信息、进口运单回执信息、进口运单状态信息、进口运单状态回执信息、出口运单信息、出口运单回执信息、运抵单信息、运抵单回执信息、物流状态信息等。

来源：“网经社” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 18 日

深圳拟建电子元器件和集成电路交易平台

国家发展改革委日前发布《关于深圳建设中国特色社会主义先行示范区放宽市场准入若干特别措施的意见》（以下简称《若干特别措施》）。其中提出，深圳要组建市场化运作的电子元器件和集成电路国际交易中心，打造电子元器件、集成电路企业和产品市场准入新平台，提高供应链整体谈判优势，降低供应链总成本，实现产业链生产要素自由流通、整体管理。

深圳市发展改革委主任郭子平表示，深圳是电子元器件交易的重要集散地，因为深圳就是一个以电子信息产业为主导产业的城市。这次国家给予我们电子元器件交易的平台集聚了国内和国际市场，体现深圳畅通国际国内市场的特色和窗口。

业内专家表示，在深圳设立这一中心，首先是考虑到了深圳的产业优势。要建好这个中心，就要搭建一个各类电子元器件商集聚参与的信息交互平台，设立一套既符合国内需求，又适应国际规则标准的交易准则，从而保证电子元器件的交易。

来源：“央视新闻” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 10 日

国内首份《人脸信息处理合规操作指南》发布

随着个人信息保护相关法律法规的稳步推进，合规处理要求日益紧迫。为帮助人脸信息处理者落实法律法规的相关要求，近日，中国信息通信研究院云计算与大数据研究所联合相关机构和专家，依托“可信人脸应用守护计划”，牵头编写并发布了国内首份《人脸信息处理合规操作指南》。

据了解，《操作指南》开创性地提出了人脸信息处理的场景分类，全面梳理了人脸信息处理的全生命周期合规要点及实践案例，系统构建了一套人脸信息处理合规体系，旨在为合规处理人脸信息提供全面细致的指引，推动人脸识别产业健康发展。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 09 日

阿里巴巴推出 2022 北京冬奥数字人宣推官“冬冬”

阿里巴巴集团 2 月 10 日宣布，作为国际奥林匹克委员会（IOC）的奥林匹克全球合作伙伴，其推出了全新数字人冬奥宣推官，以协助推广 2022 年冬季奥运会。以云技术驱动的先进数码人物“冬冬”，可与奥运迷互动交流。

据介绍，“冬冬”不仅可在直播专场中协助天猫奥林匹克中国旗舰店推广奥运特许商品，而且还可以用人声回答问题，更可做出各种动作。此外，她还可以现场向观众介绍奥运趣事，伴随奥运主题曲展现舞蹈，为奥运选手打气。

阿里巴巴智能客服与智能数字人业务相关负责人：阿里期望运用云技术推动冬季奥运会数码升级，以创新的方式为奥运迷提供与云端、电商平台服务相关的冬季奥运体验。

阿里巴巴集团首席市场官董本洪表示，将不断创新，推出不同形式的互动，期望未来能将这些技术应用到其他全球体育赛事和活动中。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 11 日

叮咚买菜上海地区率先实现整体盈利

2 月 15 日，叮咚买菜发布了 2021 年第四季度业绩报告。数据显示，叮咚买菜在报告期内保持了较快增长，公司第四季度实现营收 54.8 亿元，同比去年同期增长 72.0%。2021 年营收为 201.2 亿元，同比增长 77.5%。得益于商品力和效率不断提升，叮咚买菜宣布其第一个服务的城市上海，已于 2021 年 12 月份实现了整体盈利。“第四季度是叮咚买菜成立以来最好的一个季度，收入同比增长超过 70%。”

叮咚买菜创始人兼 CEO 梁昌霖表示，上海是叮咚买菜进入的第一个城市，我们在这个城市找到了盈利的道路。接着将带动整个长三角甚至全国，在不久的将来迎来全面盈利。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 16 日

拼多多成功注册“多多拼”商标

近日，拼多多关联公司上海寻梦信息技术有限公司“多多拼”商标申请成功，商标国际分类涉运输贮藏、社会法律。此前，该公司已成功注册多个“拼多多”商标。

据了解，上海寻梦信息技术有限公司成立于 2014 年 1 月，注册资本 1000 万人民币，经营范围包括电子商务（不得从事金融业务），销售计算机软硬件（除计算机信息系统安全专用产品）、电子产品、日用百货等。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 17 日

老凤祥成立新公司 经营范围含互联网销售

根据天眼查信息显示，2 月 17 日，老凤祥全资子公司——中国第一铅笔有限公司成立上海中铅新零售科技有限公司，注册资本 2000 万元，经营范围包含：餐饮管理；食用农产品零售；针纺织品销售；服装服饰零售；化妆品零售；供应链管理服务；互联网销售（除销售需要许可的商品）等。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 17 日

微信内测跨境电商平台“云逛全球”

跨境电商是近两年的行业热门话题，而互联网大厂在这一块的布局也从未停止过。据媒体报道，微信于近期测试了一款跨境电商小程序“云逛全球”，“云逛全球”是一个了优质跨境电商小程序商家的平台，通过实用工具提升用户小程序海淘体验。

另外，“云逛全球”也是微信为了让更多用户看到更多优质跨境电商小程序的首次尝试。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 15 日

亚马逊计划在未来 3 年内开设数十家生鲜店

据外媒报道，亚马逊计划在未来 3 年内，在美国等主要市场再开几十家（具体数量未公布）亚马逊生鲜店（Amazon Fresh stores），面积从 25000 到 45000 平方英尺不等。据报道，目前，亚马逊在全球范围内经营着 23 家“Amazon Fresh stores”，其中，有 20 多家位于美国。

根据亚马逊近日发布的第四季度财报，亚马逊所有实体店的销售额增长了近 17%，达到 46.9 亿美元，连续三个季度以两位数增长。其中，亚马逊生鲜是亚马逊实体店增长最快的商店，占据杂货市场更多的份额。来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 16 日

俄罗斯政府已批准数字货币流通监管立法理念

当地时间2月8日，俄罗斯政府内部人士透露，俄罗斯政府已批准数字货币流通监管立法理念。

俄政府相关部门将对加密数字货币在该国的市场流通进行严格监管，并将进一步保护普通投资者的权利，俄财政部和央行将会在2月18日前制定相关法案。这意味着，俄罗斯不会全面禁止数字货币在该国的使用、兑换和流通。

此前，俄罗斯央行曾提议，禁止在俄罗斯领土开发和和使用加密数字货币，因为这可能威胁到金融稳定和货币政策主权。

来源：“央视新闻”2022年02月09日

印度拟4月1日推出央行数字货币

据美国《财富》杂志网站报道，在经历多年对数字货币摇摆不定的立场之后，印度财政部长西塔拉曼日前表示，印度计划在今年4月份开始的2023财年推出央行数字货币。

据悉，深度依赖现金的印度希望利用加密货币提高交易效率，即将推出的这款数字卢比将有助于实现更廉价、更有效的货币管理。

来源：“央视财经” 编选：《电子商务动态》编辑部2022年02月06日

柬埔寨宣布实施数字政府政策

2月12日，柬埔寨政府宣布实施《2022-2035年柬埔寨数字政府政策》，该政府政策旨在建立一个以数字基础设施和技术为基础的“智能”政府。以实现治理结构现代化，并指导所有部门的改革，提供更为有效的公共服务，以提高公众信心。

上述政策指出，数字政府可以减少公共开支、减少对环境的影响、缩短工作时间、消除重复劳动，简化国家机构之间的信息交换和业务流程。由此，政府决心加快使用数字技术，以此提高国家治理、发展和公共服务方面的产出。

该政策称，向数字政府转型需要重新制定工作流程、管理和任务分工，并在监督、职责和公平方面保持透明度。

据介绍，柬埔寨政府的最终目标是让所有公民都能广泛、持续地获得公共服务，而成功

进行数字转型就是实现这一目标的基础。

柬埔寨邮电大臣谢万德指出，该政策文件提出了长远的愿景，并为柬政府最终实现数字转型提供了路线图。其概述的政府中、长期优先事项符合联合国经济和社会事务部的数字治理标准，这些优先行动的实施将有助于改善联合国经济和社会事务部每两年评估一次的数字政府发展指标。

据悉，这是柬政府近期推出的第二项以数字为重点的政策。去年6月，柬政府推出一项为期15年的政策框架，《柬埔寨数字经济和社会政策框架（2021-2035）》，旨在为信息和通信技术行业提供动力，推动数字经济成为柬埔寨经济增长的新引擎。自该政策框架实施以来，柬政府一直视其为提高生产力，提升效率和经济竞争力的新机遇。

来源：“商务部网站” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年02月08日

【政策法规】

国务院印发《“十四五”推进农业农村现代化规划》加快农村电子商务发展

2月11日，国务院印发《“十四五”推进农业农村现代化规划》（以下简称《规划》）。《规划》提出，加快农村电子商务发展。扩大电子商务进农村覆盖面，加快培育农村电子商务主体，引导电商、物流、商贸、金融、供销、邮政、快递等市场主体到乡村布局。

同时，深入推进“互联网+”农产品出村进城工程，优化农村电子商务公共服务中心功能，规范引导网络直播带货发展，实施“数商兴农”，推动农村电商基础设施数字化改造、智能化升级，打造农产品网络品牌。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022年02月12日

上海印发《上海市“便捷就医服务”数字化转型2.0工作方案》

近日，上海市卫生健康委员会、中国人民银行上海总部等部门联合印发了《上海市“便捷就医服务”数字化转型2.0工作方案》（以下简称《方案》）的通知。《方案》指出，增设数字人民币支付渠道。依托“一网通办”平台支撑，以“随申办”移动端为服务渠道，以数

数字人民币为场景拓展切口，丰富就医支付方式，积极响应国家稳妥推进数字货币研发的政策，助力上海建成全国首个覆盖数字货币的医疗支付统一平台。人民银行上海总部负责指导协调数字人民币有关场景建设，指导运营机构为医疗机构开立数字人民币对公钱包。

《方案》指出，在推出专属信用产品，实现“无感支付”基础上，2022年数字化转型将进一步深化医疗付费“一件事”：

一是升级服务专栏。强化场景驱动，升级“随申办”医疗付费“一件事”专栏，通过拓展汇聚高频医疗服务接入，升级各级医疗机构入驻的在线服务，接入健康百科类服务及资讯服务等，打造服务覆盖度更全、主动性更强、体验度更优的医疗健康专栏。

二是完善使用渠道。在医疗机构自助机具、医生诊室、人工窗口和公众号等渠道全面开通基于信用的无感支付服务，线下渠道通过随申码、医保电子凭证一次扫码，实现医疗费用的医保部分实时结算、自费部分默认由绑定的信用账户进行支付。使用信用无感支付的人次力争2022年末在门诊医疗付费总人次中占比达到5%。

三是推动模式创新。推广基于事前授权的无感支付模式，将患者确认时点由医生诊间提前至预约挂号或服务开通环节，确认方式由事中线下扫码修改为事前线上授权。有条件的医疗机构可试点基于额度锁定的医后支付模式，将额度垫付时点由诊中进一步延迟至诊后。

四是拓展应用场景。将基于信用的无感支付服务拓展到住院和购药场景，全方位满足人民群众的医疗需求。

五是扩大覆盖人群。支持长三角地区已完成异地就医备案或长三角生态绿色一体化发展示范区内的外地参保患者开通基于信用的无感支付服务，试点开展医疗付费“一件事”长三角一网通办。

六是增设数币支付渠道。依托“一网通办”平台支撑，以“随申办”移动端为服务渠道，以数字人民币为场景拓展切口，丰富就医支付方式，积极响应国家稳妥推进数字货币研发的政策，助力上海建成全国首个覆盖数字货币的医疗支付统一平台。

《方案》指出，年底前，全市各级公立医疗机构按时保质全面完成“便捷就医服务”数字化转型2.0工作任务。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022年02月12日

【数据观察】

工信部：2021年规模以上互联网和相关服务企业业务收入达1.55万亿元

近日，工业和信息化部发布 2021 年互联网和相关服务业运行情况。数据显示，2021 年我国互联网和相关服务业发展态势平稳向好，企业业务收入和营业利润保持较快增长，互联网平台服务和数据业务实现快速发展，信息服务收入较快增长，多省份保持增长态势。

总体来看，互联网业务收入保持较快增长态势。2021 年，我国规模以上互联网和相关服务企业完成业务收入 1.55 万亿元，同比增长 21.2%，增速比上年加快 8.7 个百分点，两年平均增速为 16.8%。

分业务来看，互联网平台服务收入快速增长，网络销售、生活服务等平台经营活跃向好。2021 年，实现平台服务收入 5767 亿元，同比增长 32.8%，两年平均增速达 23.5%；在互联网业务收入中占比为 37.2%，同比提高 3.8 个百分点。其中，生活服务类平台企业业务收入扭转上年下滑局面，实现较快增长；网络销售平台企业业务收入增速快于上年同期；以提供生产制造和生产物流平台服务为主的企业收入增速较上年有所回落。

分地区来看，东部和西部地区互联网业务收入较快增长，中部和东北地区互联网业务较为低迷。2021 年，东部地区完成互联网业务收入 13134 亿元，同比增长 20.8%，增速比上年加快 6 个百分点，占全国（扣除跨地区企业）互联网业务收入的比重为 89.3%。西部地区完成互联网业务收入 960.6 亿元，同比增长 37.8%，增速高于全国平均水平 16.6 个百分点。中部地区完成互联网业务收入 567.6 亿元，同比增长仅为 3%，增速比上年回落 0.9 个百分点。东北地区完成互联网业务收入 51.4 亿元，同比下降 0.5%（上年同期增长 9.1%）。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 09 日

国家邮政局：2022 春节假期全国共揽收投递快递包裹 7.49 亿件

2022 年春节期间，全国邮政快递业运行情况总体安全稳定，邮政快递服务业务量增幅较大。根据国家邮政局监测数据显示，2022 年春节期间，全国邮政快递业共揽收和投递快递包裹 7.49 亿件，较去年农历同期增长 16%。

其中，揽收快递包裹 4.2 亿件，与 2019 年、2020 年、2021 年农历同期相比分别增长 545%、338%、12.04%；投递快递包裹 3.29 亿件，与 2019 年、2020 年、2021 年农历同期相比分别增长 645%、280%、21.6%。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 07 日

央行：春节期间全国非现金支付金额 14.9 万亿元，同比增 16.2%

2022 年春节假期支付业务监测数据显示，我国支付业务量持续增长，助力消费市场稳中向好发展。综合主要商业银行、支付机构和清算机构数据测算，2022 年春节期间（1 月 31 日至 2 月 6 日）全国非现金支付业务量为 208.4 亿笔、金额 14.9 万亿元，较去年同期分别增长 10.0% 和 16.2%。

春节期间，社会公众在购物、餐饮、出行、休闲娱乐等场景下支付业务量持续增长。**购物消费支付快速增长**。假日经济叠加春节促销活动带动购物消费稳步增长，零售类商户支付金额较去年同期增长 22.9%。**餐饮消费支付持续火热**。春节期间亲朋聚会等餐饮消费需求旺盛，餐饮类商户支付金额较去年同期增长 29.6%。**交通出行支付显著增长**。铁路、航空、公交、地铁等交通行业商户支付金额较去年同期增长 18.8%。**酒店住宿支付大幅增长**。酒店住宿类商户支付金额较去年同期增长 26.9%，笔均支付金额增长 23.7%，整体呈现高品质住宿特点。

下一步，人民银行将继续贯彻“支付为民”发展理念，持续优化消费支付服务环境，为社会公众提供更加安全、便捷的支付服务，助力我国经济高质量发展。

来源：“中国人民银行”2022 年 02 月 07 日

上海文旅相关视频 TikTok 播放量超 4 亿次

日前，文旅产业指数实验室发布《2021 年中国城市海外短视频平台影响力榜单》，《榜单》显示，上海仅次于北京，排名第二。其余上榜城市依次为：武汉、成都、重庆、深圳、广州、兰州、杭州和张家界。

据了解，《榜单》基于中国城市在海外短视频平台上（以 TikTok 为例）的传播情况进行综合评价。截至今年 1 月 10 日，标签#china（中国）视频观看量已经超过 270 亿次，#shanghai 标签下相关视频播放量已达 4.02 亿次。最受海外网友欢迎的视频内容包括上海景点、上海美食和建筑景观。

网友普遍认为上海是国际化大都市，将其与纽约、伦敦等国际都市对比。上海西式建筑群与摩天高楼交织，窄巷弄堂与迪士尼乐园并存，让海外网友产生梦幻感。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 09 日

2021 年上海 8 家企业网上书店销售额超 11 亿元

近期，上海市书刊发行行业协会发布上海多家网上书店销售调研报告。报告显示，8 家参与调研的上海企业所属网上书店 2021 年销售超过 11 亿元，网上经营图书品种数量约为 28.2 万种。

据介绍，这 8 家企业共开设网上书店 67 家，利用频率较高的第三方平台有拼多多、天猫商城、京东商城、抖音、有赞商场、当当网。影响消费者在网上书店消费的因素大致为：价格、物流、服务。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 11 日

全国跨境电商综试区总数扩围至 132 个

2 月 8 日，《国务院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》）对外发布，同意在鄂尔多斯市、扬州市、镇江市等 27 个城市和地区设立跨境电子商务综合试验区。

分析指出，经过此次扩围，我国跨境电子商务综合试验区达到 132 个，将为跨境电商这一外贸新业态发展提供有力支撑。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 09 日

中消协：春节期间共收集“网购及零售”类负面信息约 23.3 万条

2 月 15 日，中消协发布 2022 年春节消费维权舆情分析报告。报告显示，监测期内（1 月 31 日—2 月 7 日），共收集“网购及零售”类负面信息 232686 条。每日负面信息量呈增长趋势，日均 29085 条左右，舆情信息量在 2 月 7 日（正月初七）达到峰值。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 15 日

中国银联：春节七天银联网络交易金额超 2 万亿元

中国银联 2 月 7 日公布，从除夕到大年初六春节七天假期，银联网络交易金额 2.03 万亿元，交易笔数 30.05 亿笔，相比 2021 年春节假期分别增长 22.4% 和 18.4%。与居民日常生活密切相关的零售购物、餐饮、影视娱乐等消费增长明显。其中，零售购物场景的消费笔数较 2021 年春节假期同比增长 23.3%，金额同比增长 26.8%。

分地区来看，上海、广东等地春节期间消费交易量增长态势明显，其中，上海地区春节期间消费金额较 2021 年春节假期同比增长 37.4%。

来源：“央视网” 2022 年 02 月 07 日

1 月份我国电商物流需求迎来快速上涨 总业务量指数创近 9 个月新高

近日，中国物流与采购联合会发布了 2022 年 1 月份中国电商物流运行指数，数值为 108.6 点，比上月回落 0.2 个点。中国物流与采购联合会相关负责人表示，1 月份随着春节临近，各大电商平台纷纷推出年货节活动，在传统电商平台和新锐直播电商平台的激烈竞争下，线上消费火热，电商物流需求迎来快速上涨，总业务量指数录得近 9 个月新高，农村业务量指数也实现止跌回升，并超过去年同期水平。

来源：“人民网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 08 日

91.8% 受访者对春节电商服务满意

在今年春节假期，很多电商平台和快递公司表示“春节不打烊”。日前，中国青年报社社会调查中心联合问卷网（wenjuan.com），对 2011 名受访者进行的一项调查显示，对于今年电商“春节不打烊”，61.1% 的受访者觉得买年货更快捷方便，90.5% 的受访者希望“春节不打烊”模式在未来节庆中推广。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 10 日

全国已有超 2000 家博物馆开通支付宝小程序 为游客提供数字化服务

根据支付宝公布的数据显示，截至目前，全国已有超过 2000 家博物馆在支付宝开通小程序，为游客提供数字化服务。

据了解，根据全国博物馆年度报告信息系统统计，截至 2020 年，全国共有 5788 家博物馆，比 2019 年增加了 253 家。这其中还有许多博物馆的数字化仍处于初级阶段，需要被进一步开发。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 10 日

广州跨境电商零售进口连续 8 年位居全国第一

自 2014 年开展跨境电商零售进口业务以来，广州跨境电商零售进口已连续 8 年位居全国第一。据广州市商务局介绍，广州是全国少有拥有“海、陆、空”3 个综合保税区的一线城市，南沙综保区、黄埔综保区和白云机场综保区三个综保区，形成了跨境电商枢纽海港、枢纽陆港和枢纽空港，推动了广州建设跨境电商国际枢纽城市。2021 年，广州新引进外贸航线 20 条，累计开通 134 条外贸航线，与世界 100 多个国家和地区的 400 多个港口有海运贸易往来，白云机场空中航线网络覆盖全球 230 多个通航点。广州与东南亚主要城市形成“4 小时航空交通圈”，与全球主要城市形成“12 小时航空交通圈”，为跨境电商进口提供了便利的物流通道。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 08 日

小红书月活跃用户超 2 亿 90 后年轻群体占比 72%

日前，小红书发布报告。统计数据数据显示，截至目前，该平台月活跃用户已超过 2 亿。据悉，小红书上有着大量的年轻用户，90 后等年轻群体的占比达到 72%。50% 为一二线城市用户，他们爱尝试、爱创新也爱分享，探索并分享了众多新兴滑雪地、滑雪技巧以及新玩法等等。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 09 日

全球七个奢侈品牌在天猫上线限量款“数字藏品”

日前，伯爵 Piaget，麒麟 Qeelin 等全球七个牌在上线限量款“数字藏品”。据悉，这也是奢侈品巨头历峰集团、开云集团旗下品牌首次在天猫发行数字藏品。

据了解，目前已有超 200 家奢侈品牌官方入驻天猫，2021 年平均每月在天猫发布 3 万多款新品，其中许多是全球首发款、限量款。（天下网商）

来源：“天下网商” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 15 日

2022 年全球电商销售额将首次超过 5 万亿美元

近期，全球知名市场研究机构 eMarketer 发布了 2022 年的电商趋势报告，对全球和各国的电商市场进行了预测。

报告显示，在经历了两年的快速增长之后，eMarketer 预计 2022 年全球电商市场的支出将趋于稳定。不过，即使增长放缓，在巨大的基数下，电商市场的支出增量也将是巨大的。

报告数据显示，2022 年，全球电商销售额将首次超过 5 万亿美元。同时，电商零售额在整体零售额的占比也将达到五分之一以上。尽管电商销售额增长速度将持续放缓，但到 2025 年，全球电商总支出将飙升至 7 万亿美元以上。

在 eMarketer 统计的全球主要国家中，2022 年，菲律宾和印度的零售电商销售额增速将领跑全球，分别增长 25.9% 和 25.5%。印尼、巴西、越南、阿根廷、马来西亚、泰国、墨西哥分别位列第三至九名。在增速最快的 10 个国家中，拉丁美洲和东南亚国家将占据大部分，而美国则以 15.9% 的增长率排在最后，是唯一前十名的发达经济体。

eMarketer 统计的西欧国家从 2022 年开始到 2025 年预测期结束时，都不会出现两位数的增长率。相比之下，eMarketer 统计的拉丁美洲国家中，每个市场的电商销售额都将以两位数的速度增长

从电商渗透率来看，到 2022 年，中国仍将是全球渗透率最高的电商市场，全国 46.3% 的零售额发生在线上，其次是英国和韩国，它们的电商渗透率将分别占零售总额的 36.3% 和 32.2%。丹麦和印尼以 20.2% 的渗透率同时位列第四。

从电商零售额的总量来看，中国的电商市场将达到近 3 万亿美元，其次是美国，其电商销售额将超过 1 万亿美元，电商渗透率为 16.1%，英国的电商销售额约为 2460 亿美元，韩国

约为 1430 亿美元。 来源：“亿恩网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 08 日

未来三年欧洲电商销售额将翻一番达 1.16 万亿美元

根据全球领先的综合数据资料库 Statista 预估，未来三年欧洲的电商销售额将翻一番，达 1.16 万亿美元。研究预测，德国将以 19% 的欧洲电商销售额位居第一，英国将以 18% 的份额位居第二。法国将保持第三位，仅占 12%，而意大利 8% 和俄罗斯 6% 的份额可以增加。西班牙保持在 5% 的稳定水平，而欧洲其他国家将小幅增长至 32%。

据 Statista 的预测数据显示，2020 年至 2025 年期间欧洲电商销售额将每年增长约 20%。德国、法国和英国这三个国家仅占欧洲总销售额的 49%，其中德国位居榜首。

此外，Statista 数据显示，2020 年欧洲电商总销售额达 5970 亿美元，相当于近 5200 亿欧元。2020 年 21% 的欧洲电商销售额来自前欧盟成员国英国，德国以 19% 的销售额紧随英国之后，第三是法国，占到了 13%，这意味着欧洲三大经济体占有所有电商销售额的 53%。紧随其后的是意大利，占 6%，俄罗斯和西班牙各占 5%。其余大部分欧洲国家提供剩余的 30%。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 14 日

亚马逊两年内在全球 32 个城市推广 AWS Local Zones 服务

日前，亚马逊旗下的亚马逊网络服务公司宣布完成了其在美国的首批 16 个 AWS Local Zones 服务，并计划在全球 26 个国家的 32 个城市地区推出新的 AWS 本地区域服务。包括：阿姆斯特丹、雅典、奥克兰、曼谷、班加罗尔、柏林、布鲁塞尔、马尼拉、慕尼黑、内罗毕、奥斯陆、珀斯、布拉格、克雷塔罗、里约热内卢、圣地亚哥、多伦多、温哥华等城市

据了解，该服务是一种基础设施部署，将计算、存储、数据库和其他 AWS 服务放置在云的边缘，靠近人口众多、行业、和信息技术（IT）中心，使客户能够在离终端用户或本地数据中心更近的地方部署需要单毫秒延迟的应用程序。

通过使用 AWS Local Zones，美国以外的用户能够满足医疗保健、生命科学、金融服务和政府等监管部门的数据居住要求。AWS 管理和支持 Local Zones，这意味着用户不需要在各个城市采购、运营和维护基础设施。

来源：“亿恩网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 17 日

2021 美国电商销售额 8710 亿美元

根据 DigitalCommerce360 最新发布的报告，2021 年美国消费者网购支出达 8710.3 亿美元，比上一年的 7626.8 亿美元相比增长 14.2%。同时与 2020 年 31.8% 的增幅相比，这一增长逐渐恢复到疫情前的水平。

由于高于市场的增长，亚马逊及其第三方卖家销售额在 2021 年占美国在线销售总额的 41.8%，而 2020 年为 40.7%。

来源：“亿邦动力网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 11 日

2021 法国电商销售额达 1290 亿欧元 同比增 15.1%

近日，电子商务和远程销售联合会 Fevad 发布的数据显示，2021 年法国电商销售额达 1290 亿欧元，同比增加 15.1%。其中，在线产品销售额为 667 亿欧元，同比 2020 年增加 7%，比 2019 年增加 44%。

数据显示，2021 年法国人的每笔订单的平均网购支出为 60 欧元，比 2020 年的 61 欧元有所下降（-0.8%），但仍高于 2019 年的水平（+1.8%）。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 10 日

2021 年瑞士电商销售额达 150 亿法郎

根据 Handelsverband.swiss 的数据，2021 年，瑞士的电商销售额达 150 亿瑞士法郎，而在 2020 年瑞士的网购销售额仅为 131 亿瑞士法郎。

据悉，瑞士的老年人社会福利居于全球领先水平，老年人群体的购买力非常强劲，这一趋势也体现在了老年人群体的网购趋势上。从 2019 年初到 2021 年底，瑞士 55-65 岁人群网购人数比例从疫情前的 14.1% 增长至 2021 年底的 15.1%；养老金领取者（65 岁以上）网购比例同期从 13.3% 增至 14.1%；40 至 55 岁的瑞士人在网购消费者中所占的比例最高，达 28.7%。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 11 日

2022 年新加坡电子商务销售额预计 70 亿

根据 GlobalData 的电子商务分析，新加坡电子商务销售额预计在 2022 年增长 18.3%，达 92 亿新元（70 亿美元）。

此外，根据数据分析公司 GlobalData 预测，新加坡电商市场年复合增长率将达 16.2%，从 2021 年的 78 亿新元（59 亿美元）增长到 2025 年的 142 亿新元（107 亿美元）。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 10 日

2021 年墨西哥电子商务价值达 4010 亿比索

根据墨西哥在线销售协会（AMVO）的数据，2021 年，墨西哥电子商务的价值为 4010 亿比索。与 2020 年相比，这一数字增长了 27%。

AMVO 总经理皮埃尔·布莱斯表示，2021 年墨西哥电子商务占零售总额的比重为 11.3%，较 2020 年增加 2%。今年最重要的因素之一是将更多的中小企业纳入数字销售生态系统，因为墨西哥有超过 200 万家专注于商业的小企业，其中只有 50 万家在网上销售。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 02 月 15 日

【专家视点】

跨境电商“试”出新高度

2 月 8 日，国务院发布《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》。自 2015 年设立首个跨境电商综合试验区，几经扩围，目前全国跨境电商综合试验区的数量已达 132 个。

试点要求有何不同

从 27 个城市和地区来看，第六批跨境电商综合试验区覆盖了广东、江苏、安徽、江西、内蒙古、新疆等 12 个省区，横跨东中西部。

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，从地

域分布来看，通过此次扩围，广东已经实现跨境电商综试区的全省全覆盖，这将进一步促进广东外贸转型升级，更好发挥广东作为中国改革开放前沿阵地的作用。同时，此次扩围继续向中部、西部城市和地区倾斜，分别有 5 个和 7 个城市地区来自中部和西部省份，这体现了国家对中部崛起和西部大开发战略的重视，希望利用跨境电商等新业态打造内陆改革开放高地，促进国内国际双循环。

此次批复要求，27 个城市和地区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。

就此，中国贸促会研究院副院长赵萍在接受《国际商报》记者采访时表示，最新一批跨境电商综合试验区在试点要求上有四大侧重点：一是注重跨境电商对传统产业转型升级的作用，利用数字赋能助力传统产业转型升级，促进产业数字化发展；二是根据新形势下防止资本无序扩张的新要求，引导跨境电商健康持续创新发展，坚持在发展中规范、在规范中发展，为各类市场主体公平参与市场竞争创造良好的营商环境；三是从稳外贸稳外资的角度出发，利用外贸新业态打造外贸增长引擎，促进稳住外贸外资基本盘和外贸高质量发展；四是立足国内外两个大局，统筹安全与发展，强调保障国家安全、网络安全、数据安全、交易安全、国门生物安全、进出口商品质量和有效防范交易风险，保护个人信息权益。

扩量之后如何提质

从 2015 年 3 月杭州获批设立首个跨境电商综合试验区以来，国务院分别在 2016 年 1 月、2018 年 7 月、2019 年 12 月、2020 年 4 月分别设立 12 个、22 个、24 个、46 个跨境电商综合试验区，加上此次 27 个跨境电商综合试验区，形成了全国跨境电商综合试验区建设的强大阵容。

商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇洪勇认为，跨境电商综合试验区是中国跨境电商发展的重要载体。以杭州等跨境电商综试区为代表的综试区作为外贸创新的高地，创新形成了一大批可复制的外贸新业态新模式。跨境电商综试区已基本覆盖了中国外贸基础较好的地区，形成了梯次发展的格局。未来，中国跨境电商综试区应充分结合当地资源禀赋和发展特色，促进传统产业数字化转型升级和外贸高质量发展。

跨境电商对外贸发展的拉动作用愈加明显。海关数据显示，2021 年中国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。

随着跨境电商的迅猛发展以及跨境电商综合试验区的逐步扩围，跨境电商综合试验区要

如何实现更高质量的发展？中国贸促会研究院副院长赵萍赵萍建议跨境电商综合试验区在两方面寻找新的发展方向：一是与产业联动，与当地优势产业相结合，利用跨境电商综试区进口优惠政策发展保税进口业务，为当地产业升级提供便利条件；二是在跨境电商的安全监管方面进行政策探索，总结可复制可推广经验，为外贸领域统筹安全与发展提供借鉴与示范。

来源：《国际商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 11 日

促消费提质扩容 电商平台涌动创新力

近日，商务部等 22 个部门印发《“十四五”国内贸易发展规划》。《规划》提出坚持扩大内需战略基点，顺应居民消费升级趋势，把扩大消费同改善人民生活品质结合起来，促进消费提质扩容，加快形成强大国内市场，增强消费对经济发展的基础性作用。其中，促进传统消费提质升级、积极培育消费新增长点、创新发展消费载体等具体工作对城市和乡村的消费提质扩容都提出了具体发展方向。

为城市消费优服务、增活力，为县域消费补短板、释潜力，电商平台通过《规划》得到明确指引，同时也已经在开展城市商业提升行动、推进城市一刻钟便民生活圈建设、改善县域消费环境、提供适合农村消费的商品和服务等方面涌动创新力，作出新探索。

服务先导 激活城市“家消费”

苏宁易购高级副总裁顾伟表示，《规划》强调，开展城市商业提升行动，促进大家电家具家装等消费，但目前用户的‘家消费’仍然存在痛点。无论是新房装修，还是老房改造，家装、家电、家居消费都不能真正实现‘一站式’服务。面对消费需求的变化，零售业的升级方向就是要以用户为中心，将销售逻辑从‘提供单品’转变为‘提供一站式解决方案’，通过供应链和场景资源整合提升消费者购物便利度和满意度，以体验和服务升级带动消费品质提升。”

优化供给 打开县域“钱袋子”

美团相关负责人表示，在中西部地区，县域居民的购买力日益提升，但因商品流通的限制，大量的消费升级需求难以满足。”根据美团优选今年的一项用户调研显示，以地区来看，电商发展仍不平衡，华东比重高，东北和西北地区发展落后，但无论是东部还是西部，县城的老百姓都有提升生活品质的愿景。

促进消费提质扩容，推动形成强大国内市场，《规划》明确提出改善县域消费环境，鼓励企业提供适合农村消费的商品和服务。线上渠道的打通，区域市场需求将得到进一步释放。

张鸿：提升全民数字素养与技能的六大建议

近期，国务院发布的《“十四五”数字经济发展规划》提出，将提升全民数字素养与技能作为一项重要的保障措施。全民数字素养与技能正日益成为国际竞争力和软实力的关键指标，是顺应数字时代要求，提升国民素质、促进人的全面发展的战略任务，是实现从网络大国迈向网络强国的必由之路，也是弥合数字鸿沟、促进共同富裕的关键举措。

全民数字素养与技能的提升有助于数字化活动的进一步开展，但是当前实施全民数字素养与技能提升计划存在着顶层设计缺失、数字鸿沟较大、资源供给不足、培养体系尚未形成、数字道德规范意识有待增强等问题，亟须加大工作力度，完善政策措施，整体提升全民数字素养与技能水平。对此，建议做好以下六方面的工作：

一是做好顶层设计。坚持统筹谋划，系统推进。整体提升全民数字学习、工作、生活和创新的素养与技能。着力拓展全民数字生活、数字学习、数字工作、数字创新四大场景。

二是扩大优质数字资源供给。以创新驱动、高质量供给引领新需求，着力发展数字基础设施、优化数字资源供给、完善数字环境保障，推动数字资源开放共享。

三是加大数字技能培训力度。着力提升基本数字素养，加大数字化培训力度，丰富数字经济、数字社会、数字政府、数字生活等领域线上培训资源，有针对性地进行培养培训。

四是着力弥合数字鸿沟。不断弥合城乡、区域和人群间的数字鸿沟，营造良好的数字学习和创新创业环境，促进区域协调、城乡融合发展。坚持以人为本，普惠共享。

五是保障数字安全。提高公民网络文明素养，强化数字社会道德规范。主动适应数字化要求、强化互联网思维，不断提高对互联网规律的把握能力、对网络舆论的引导能力、对数字化发展的驾驭能力、对网络安全的保障能力。

六是加强重点项目支撑。针对不同的人群，开展不同类型的项目规划进行支撑。针对数字技术技能类人才，发展订单制、现代学徒制等多元化人才培养模式。

张鸿（网经社电子商务研究中心特约研究员、西安邮电大学西部数字经济研究院院长）

来源：“网经社” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 19 日

李丹：放大“线上+线下”合规效应

随着信息技术的进步和数字经济的发展，网络直播借助平台推广、短视频、电商带货等创造口碑效应、引领消费热潮，在提振产业发展和市场活力上发挥了作用。

网络直播也是一种社会文化输出，承担着向网民传递价值观、道德观、消费观的重要作用。此前，一些头部“网红”偷逃税被罚，有力敲响了合规经营的警钟，也为直播行业健康稳定、可持续性发展打下了基础。

可以说，网络直播是泛娱乐化、制度化、资本化、产业化及价值观共同作用的新业态，需要加强法治的规范性、经营的合规性、价值观的引领性。

建设“三大高地”

第一，引领新业态，构建“数字经济新高地”。随着互联网、大数据等智能交互技术和社会消费理念的持续更新，直播带货、数字营销、网络直播、在线医疗、共享出行等新模式、新业态接连涌现，呈现出数字经济与实体生产制造、休闲文娱、购物消费、教育健康等产业的深度融合趋势。

其中，以网络直播为主的“网红经济”发展迅速。数据显示，我国10亿网民中，有8.88亿人关注短视频、6.38亿人关注直播、8.12亿人通过网购满足生活需求。可见，网络直播有助于持续释放消费潜能，成为数字经济和在线新经济发展的前沿阵地，为拉动经济复苏、优势再造、推动产业升级等提供新引擎，注入新动能。

第二，彰显影响力，构筑“国货品牌新高地”。在“科技+文化”双轮驱动下，国货品牌呈现认知与消费双重升级态势。借助网络直播等，一些老字号、国货新品牌、非遗、具有地方特色的土特产在短时间内可以创造爆棚口碑和可观的销售业绩。

第三，开辟新渠道，打造“就业创业新高地”。疫情下，娱乐休闲、在线购物、教育培训等多个领域直播销售员岗位需求量猛增，还催生了客户维护、数据运营、招商、供应链运营等诸多新岗位。不少年轻人乃至退休人员，通过网络直播实现了创业梦。行业报告显示，2020年我国网络主播数量超过1.3亿人，且日均新增主播4.3万人。

面临三大考验

一是税制规范考验。在赢利渠道多、收益模式多样的情况下，一些网络主播法律意识淡薄，心存侥幸心理，会通过隐匿个人收入等方式偷逃个人所得税，甚至通过聘请专业团队进行税收筹划，改变收入性质，借关联企业的名义取酬获利，为偷税漏税行为披上合法外衣。

“网红经济”下，业务形态、赢利模式、交易关系的复杂性，让税收监督、税务执法面临巨

大考验，税制规范迎来关键时点。

二是直播诚信考验。2020年，全国12315平台共受理“直播”类投诉举报2.55万件。具体问题有直播中数据和信息造假，借助“偶像”“公益扶贫”之名引导消费者产生盲目认同，产品质量参差不齐、售后体验差、维权艰难等。

三是舆论导向考验。一些网络主播为了博取流量，迎合部分公众审丑、娱乐、刺激、减压等心理，会通过直播平台恶意炒作，传播拜金主义、享乐主义乃至“读书无用”“颜值即正义”等错误观念，甚至不惜通过上演危险动作、虐杀动物、直播飙车、毁坏公物等方式博取特别关注。

这类直播极易误导消费者，尤其是引导心智尚未成熟、信息理解能力和批判能力较弱的青少年跟风效仿，也会给主播自身和公众生命、社会财产安全带来极大隐患。

实施三项举措

加大培育与管理力度——一方面，培育优质市场主体。打造网络直播产业集群，吸引集聚优质电商直播平台、直播机构和经纪公司；借助校企合作系统化培养直播销售人才，提高从业人员的知识、技能和底线思维能力。

另一方面，推进对直播带货行业、商家、主播的规范化管理。比如，严格界定直播平台、商家、主播三方主体的责任归属；加快落地实施直播电商平台管理与服务规范行业标准，推进全过程精细化监管；推行直播销售员的分级分类管理，完善平台个税代扣代缴制度。

提高违规违法成本——一方面，加大监管基础设施投入，形成在线搜索、实体溯源、即时反馈、全程监督的线上线下监管新模式。尤其要落实落地落细网络食品、药品安全的监管责任和风险防范举措，利用大数据技术、人工智能、神经网络等技术加强对直播行业的税务监管。

另一方面，严厉打击网络侵权、非法代购行为，即时监督、审核网络敏感话题和敏感内容，加大对传播低俗文化、违规内容的劣迹主播、直播平台的惩罚力度。同时，完善黑名单制度，定期向社会公布劣迹主播和失信平台的名单。

鼓励头部“网红”发挥示范作用——网络直播从业者尤其是头部“网红”在享受新业态红利的时候，理应承担与其收入、地位相匹配的社会责任。

新闻媒体、直播平台可对正能量“网红”进行正面宣传和公开点赞，进而向民众尤其是青少年传递积极正向的人生观、价值观、职业观，通过以点带面、典型引领，放大“线上+线下”合规文化和正能量引领效应。（李丹：华东政法大学商学院副院长、副教授）

来源：《解放日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年02月19日

【悦读电商】



跨境电子商务实务

内容简介

为了更好地帮助读者了解和步入跨境电商行业，开拓海外市场，本书以培养读者的跨境电商实务能力为核心，分析了跨境电商行业的特征分类、现状和趋势。

本书以跨境店铺运营的工作流程为导向，依托速卖通、亚马逊、Shopee、Lazada、Joom 五大跨境电子商务平台，结合编者团队多年的实践经验，全面、系统地介绍了跨境电商的各个环节，可以帮助读者建立对跨境电商的系统认知。

本书作为高校教材，对拥有一定跨境电商从业经历、想进一步提升电商能力的企业营销经理、网店推广经理、网店运营总监，以及想要涉足跨境电商的企业、自由职业店主、大学生创业者，培训考证具有重要参考价值。



直播：策划与运营

内容简介

本书主要介绍直播策划和运营的实战技巧，帮助读者从直播入门到完全胜任直播的各岗位。

本书分上下两篇，一是策划篇，主要介绍直播的前期准备工作，包括直播标题、直播脚本的撰写技巧，直播整个工作流程的规划以及有关直播表达技巧。

二是运营篇，主要介绍主播运营、流量运营、粉丝运营和推广运营 4 个模块的内容，以及直播变现的方法，收获流量红利。

本书适合对直播感兴趣的读者，特别是直播策划者、运营者和管理者等。

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