

电子商务动态

● 行业资讯

- 国务院：鼓励跨境电商平台完善功能，更好对接国内国际市场.....2
- 商务部：2021 年网络零售市场呈现四大特点.....3
- 国家发改委：引导电子商务发掘消费新场景.....4
- 全国最强智算中心落户临港.....5
- 网络零售即将进入整合规范期.....8
- 欧洲议会通过对《数字服务法》立场.....13

● 政策法规

- 国务院印发《“十四五”市场监管现代化规划》促有序竞争.....14
- 国家发改委等九部门发布《关于推动平台经济规范健康持续发展的若干意见》.....15

● 数据观察

- 国家邮政局：2021 年全国重点地区快递服务全程时限同比缩短 1.15 小时.....18
- 工信部：我国大数据、云计算、区块链创新发展目前处于世界第一梯队.....19
- 上海网络安全产业力争三年规模翻番.....20
- 13 国外交官参与天猫年货节直播“带货”国家特产.....20
- 2022 年中国直播购物市场规模将达 4800 亿美元.....21
- 亚马逊占美国电商市场的 41%.....23

● 专家视点

- 数字化转型筑牢底座赋能高品质生活.....24
- 沈建光：发展数字经济重点瞄准五大方向.....25

【行业资讯】

国务院：鼓励跨境电商平台完善功能，更好对接国内国际市场

日前，国务院办公厅印发《关于促进内外贸一体化发展的意见》，《意见》提出，创新内外贸融合发展模式。推动内外贸数字化发展，充分利用现代信息技术，加快线上线下融合，促进产销衔接、供需匹配，推动传统产业转型升级，培育内外贸新业态新模式。

《意见》提出，扎实推进跨境电子商务综合试验区建设，鼓励跨境电商平台完善功能，更好对接国内国际市场。促进跨境电商零售进口规范健康发展，丰富产品供给。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 21 日

国务院：鼓励旅游景区等与互联网服务平台合作建设网上旗舰店

国务院近期印发《“十四五”旅游业发展规划》。《规划》提出，**推进智慧旅游发展**。打造一批智慧旅游城市、旅游景区、度假区、旅游街区，培育一批智慧旅游创新企业和重点项目，开发数字化体验产品，发展沉浸式互动体验、虚拟展示、智慧导览等新型旅游服务，推进以“互联网+”为代表的旅游场景化建设。

《规划》提出，**提升旅游景区、度假区等各类旅游重点区域 5G 网络覆盖水平**。推动停车场、旅游集散中心、旅游咨询中心、游客服务中心、旅游专用道路、旅游厕所及旅游景区、度假区内部引导标识系统等数字化、智能化改造升级。

《规划》提出，**通过互联网有效整合线上线下资源**，促进旅行社等旅游企业转型升级，鼓励旅游景区、度假区、旅游饭店、主题公园、民宿等与互联网服务平台合作建设网上旗舰店。

《规划》提出，**鼓励依法依规利用大数据等手段，提高旅游营销传播的针对性和有效性**。

来源：“中国政府网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 21 日

国务院：发展现代邮政快递服务，推广无人车、无人机运输投递

近日，国务院印发《“十四五”现代综合交通运输体系发展规划》。《规划》提出，发展现代邮政快递服务。**推进快递进村**，强化县乡村寄递物流资源共享，推动共同分拣、共同运输、共同收投，基本实现建制村直接收投邮件快件。推进快递进厂，深度嵌入产业链价值链，发展入厂物流、线边物流等业务。**推动快递出海**，加快建设邮政国际寄递中心，建设南昌、长沙、成都、郑州、南宁、南京、大连、义乌等邮政处理中心和国际邮件互换局（交换站），构建国际快件运输网络，推动国际寄递服务便利化。

《规划》提出，建设多元化、智能化末端服务网络，推进城乡快递服务站、智能收投终端和末端服务平台等布局建设和资源共享。推动城市居住社区配建邮政快递服务场所和设施。建设集邮政、快递、电商、商贸等功能于一体的寄递物流综合服务站。推广无人车、无人机运输投递，稳步发展无接触递送服务。支持即时寄递、仓递一体化等新业态新模式发展。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 21 日

商务部：2021 年网络零售市场呈现四大特点

在 1 月 27 日举行的商务部例行发布会上，高峰介绍了 2021 年中国网络零售市场有关情况。2021 年，我国网络零售市场保持稳步增长，成为稳增长、保就业、促消费的重要力量，为推动构建新发展格局做出了积极贡献。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 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%。

高峰表示，根据商务大数据监测情况，2021 年中国网络零售市场主要有以下特点：

一是消费升级趋势明显。健康、绿色、高品质商品越来越受到消费者青睐。比如，智能家居、智能穿戴、智能家电消费呈现高速增长态势。家居智能设备销售额同比增长 90.5%。智能腕表、智能眼镜等智能穿戴用品销售额同比分别增长 36.3%、26.8%。户外用品销售额同比增长 30.8%，其中帐篷、滑雪装备、冲浪潜水产品销售额同比增长 57.0%、55.2%、39.2%。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%。不少体现中华优秀传统文化的非遗特色产品成为新的国潮商品，销售额同比增长 39%。

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。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。

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。

四是跨境电商平稳较快发展。海关数据显示，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：“商务部网站” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 28 日

国家发改委：引导电子商务发掘消费新场景

国家发改委近日印发《“十四五”现代流通体系建设规划》。规划提出，支持电子商务创新发展。引导电子商务发掘消费新场景，拓展线上线下融合的营销渠道。鼓励电子商务企业完善运营基础设施，织密连接中小城市、城乡之间、境外地区服务网络，贯通县乡村电子商务体系，提高服务效率，升级消费体验。支持大型电子商务企业研发、生产迎合消费需求的新产品，提供新服务，培育自有品牌。推动公共消费、政府采购等与电商平台对接，形成引领商品研发创新和迭代发展的规模化订购定制平台。

来源：《电商报》2022 年 01 月 24 日

国家发改委：组织重点电商企业推出一批促销帮销活动

近日，国家发展改革委印发《关于组织开展“消费帮扶新春行动”促进消费持续恢复的通知》。《通知》明确，各地区、各部门要抢抓 2022 年春节、元宵节等消费旺季契机，开展“消费帮扶新春行动”。

具体举措包括，积极组织线上销售平台扩大网络销售。组织脱贫地区农副产品网络销售平台、京东、淘宝、抖音等重点电商企业推出一批促销帮销活动，打造脱贫地区农副产品专区、专栏，依托消费帮扶重点企业联盟，集中力量促进脱贫地区特别是乡村振兴重点帮扶县、

大型易地扶贫搬迁安置区生产的农副产品上行外销，扩大网上销售规模。

来源：“国家发改委网站” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 27 日

交通运输部：加快推进网约车合规化，开展平台抽成“阳光行动”

1 月 28 日，交通运输新业态协同监管部际联席会议召开 2022 年第一次全体会议。会议要求，要加快推进网约车合规化。统筹用好约谈曝光、执法处罚、信用监管等手段，督促各地和主要网约车平台企业制定合规化工作计划，倒排时间，加快推进。持续公开合规进展，加强社会监督。对于不按要求推进合规化的主要网约车平台企业，依法依规果断采取处置措施，督促整改到位。

会议要求，要切实保障消费者和从业人员权益。抓好《关于维护新就业形态劳动者劳动保障权益的指导意见》《关于加强交通运输新业态从业人员权益保障工作的意见》落实，推动完善平台和从业人员利益分配机制、支持从业人员参加社会保险、保障从业人员合理劳动报酬和合理休息、改善从业环境和工作条件等任务举措落地见效。开展交通运输新业态平台企业抽成“阳光行动”，维护消费者和从业人员合法权益。

来源：“交通运输部网站” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 28 日

全国最强智算中心落户临港

1 月 24 日，商汤科技智能计算中心点亮仪式在上海自贸区临港新片区举行，标志着这一设计峰值算力全国最强、总投资约 56 亿元的人工智能计算基础设施一期竣工并启动运营。据了解，智算中心设计峰值算力高达每秒 374 亿亿次浮点运算，在全国排名第一，也是亚洲最大的超算中心之一。商汤智算中心将承载长三角开展大规模人工智能研发和产业化重任，助力上海打造人工智能高地。

商汤科技联合创始人、副总裁杨帆表示，公司将通过智算中心，把 ai 大装置的技术能力向合作伙伴开放，为产业、科研和政务提供云服务，加速各行各业的数字化转型。

来源：《解放日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 25 日

上海市执法部门集中约谈滴滴货运等三家网络货运平台

据“上海交通”微信公众号消息，日前，上海市交通执法部门联合公安交警部门，集中约谈了“滴滴货运”“货拉拉”“快狗”三家网络货运平台。约谈会上，上海市交通执法部门和公安交警部门对三家网络货运平台明确提出要求，严格审核资质，杜绝不合规车辆、人员从事道路货运经营。特别是注册人员、车辆线下审验，及时清理无证车辆及人员，禁止向不合规车辆及人员发送召车信息。

三家网络货运平台就执法部门提出的通报和相关问题进行了回应，承诺接下来会加强线下人员及车辆的资质审核，并通过第三方实体部门做好审验工作。在承托货品合规化监管方面，除了做好驾驶员的线下培训工作之外，还会优化线上推送信息，确保货物合法合规运输。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 25 日

百度地图上线上海助老“微站点”

近日，在上海市城市数字化转型工作领导小组办公室指导下，百度地图作为“数字伙伴计划”的支持单位之一，已正式上线上海市各区共 153 个“微站点”位置信息。市民在地图 APP 中搜索“数字伙伴计划”，即可快速找到距离最近的助老微站点，并一键导航前往。

据悉，“数字伙伴计划”由上海市在 2021 年 7 月正式发起，旨在让使用智能手机有困难、但想学能学的老年人也享受到数字生活。“数字伙伴计划”深入各区布局线下“数字伙伴计划·微站点”，匹配相关学习资料及志愿者，为老年人提供面对面、手把手答疑帮办服务，方便老年人享受“家门口”的数字助老服务，成为数字时代的“新用户”。

来源：《文汇报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 25 日

叮咚买菜与光明乳业达成深度合作

近日，叮咚买菜与光明乳业在上海签订深度合作协议，双方将围绕采供体系、供应链生态建设等多方面，开展深入合作，为消费者带来更具“品价比”的乳制品。

据了解，2022 年，双方合作的发力重点将集中在差异化商品开发及联合市场营销等方面。除了目前上线的多款叮咚定制牛奶，双方还将在果味奶、高端有机奶、奶酪等品类有新动作。

叮咚买菜创始人兼 CEO 梁昌霖表示，“性价比”正转向“品价比”，需要供应链上下游的共同努力。光明的“领鲜”战略与叮咚买菜打造高品质、差异化商品的战略，不谋而合。期待通过双方的精诚协作、不断创新，能为消费者带来更具“品价比”的乳制品。

据了解，叮咚买菜与光明乳业是长期合作伙伴，自 2020 年起开始共同研发定制款商品。其中一款“叮咚买菜 x 光明有罐回忆风味酸牛奶 200g/瓶”，上线后即在叮咚买菜持续热销，月均销量达 180,000 瓶。来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 29 日

盒马在上海新设科技公司

1 月 28 日，上海长宁盒马信息技术科技有限公司成立，注册资本 10 万人民币，经营范围含生物、农业科技领域内的技术服务推广；家政服务；日用百货销售；食用农产品零售；外卖递送服务等。股东信息显示，该公司由盒马（中国）有限公司全资持股。来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 29 日

“2022 全国网上年货节”销售火爆

“2022 全国网上年货节活动”已于近期启动，各地网上促销活动精彩纷呈。节日用品、预制菜品、智能家电、滑雪装备、国潮产品等网上消费火热，品质、健康、智能、冰雪等成为年货节热销商品关键词。

据商务大数据对重点电商平台监测，本次“年货节”呈现以下亮点：**一是品质年货成为采购热点。**礼盒装食品、营养滋补品销售明显增长，巧克力礼盒、黑芝麻丸同比分别增长 67.4%、105.9%，半成品菜肴受追捧，预制菜销售额同比增长 45.9%。**二是消费升级铸就美好品质生活。**智能清洁电器倍受消费者欢迎，除螨仪、洗地机销售额同比分别增长 40.1%、32.9%。家电消费品质升级，智能投影仪和智能按摩仪同比分别增长 89.5%和 34.8%。文创、国潮商品网上消费走俏，博物馆文创、国潮商品、民族乐器、汉服销售额同比分别增长 83.3%、72.4%、44.6%、32.9%。**三是新生活方式引领消费新风尚。**“绿色”成为过年主色调，环保皮草、环保袋、环保餐具销售额分别同比增长 223.3%、44.6%、22.0%。健康有机食品成为潮流，有机蔬菜、有机奶、蜂产品销售额分别同比增长 187.8%、38.8%、45.3%。“冬奥风”吹热冰雪经济，滑雪装备销售额同比增长 51.9%，冬奥纪念品销售额同比增长 26.9 倍，冰雪主

题乐园和滑雪景区门票销售额同比增长分别 131.5%和 95.2%。

此外，为增加国内市场优质进口商品供给，今年全国网上年货节期间，举办“上合组织国家特色商品电商直播活动”，自活动启动以来，共举办各类直播近 1800 场，累计带动上合组织国家商品销售近 1 亿元人民币，参与观众超过 400 万人次。通过驻华使节走进直播间、专场直播、上合优品拜年等丰富多彩的活动，进一步促进上合组织国家优质特色产品对接中国市场，提升区域内电子商务合作水平。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 26 日

“2022 中国国际电子商务博览会”将于 4 月在浙江义乌举办

由商务部、工业和信息化部指导，中国国际电子商务中心与中国电子商会、浙江省商务厅、义乌市人民政府共同主办的“2022 中国国际电子商务博览会(简称“博览会”)”将于 2022 年 4 月 11-13 日在浙江义乌国际博览中心举办，将集中展示国内外最新的电子商务研发和应用成果、最新的技术和产品服务以及电商平台、金融服务、物流快递、技术支持、数据服务、精品网店等电子商务全产业链服务。

本次博览会以“发展高质量电商构建新发展格局”为主题，博览会共设数字贸易展区、知名电商平台展区、跨境电商展区、电子商务示范企业/跨境电商综合试验区展区、电子商务服务企业展区、直播电商展区、农村电商展区、品牌供应链展区等 8 大展区。

此外，本届博览会将吸引知名跨境电商第三方平台及独立站企业参展，涵盖东南亚、拉美、非洲、韩国等市场，为企业提供通畅的海外销售渠道。同时，跨境物流、海外仓、知识产权、金融支付、商标注册、代运营等一批企业参展，进一步完善了跨境电商服务体系，企业可实现“一站式”跨境服务采购。

博览会期间将举办“2022 中国国际电子商务峰会”，聚焦“发展高质量电商、构建新发展格局”这一主题，贯穿“新发展”和“高质量”两条主线，重点围绕消费数字化升级、“数商兴农”、“丝路电商”、商务领域数字化转型与赋能、数字商务服务创新等几大方向展开深入探讨。

除主峰会外，博览会同期还将举办 2022 世界数字贸易大会。以“数字贸易新业态，国际商贸新发展”为主题，培育贸易竞争新优势，形成推进贸易高质量发展的突破口。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 27 日

网络零售即将进入整合规范期

国家统计局数据显示，2021 年，全年全国网上零售额 130884 亿元，比上年增长 14.1%。近日，中国商业联合会发布的《2022 中国商业十大热点》指出，网上零售从高速转向中低速，并即将进入整合规范期。

2021 年，作为疫情防控最为成功的大国，我国实体零售也走出低谷，国家对各大电商平台基于公平竞争的监管措施力度加大，使实体零售在与电商竞争中的不公平被动局面有所扭转，从而客流稳健回升，竞争环境趋向改善。同时，随着流通领域一系列反垄断政策措施的出台，改善了实体商业、尤其是社区小商业的竞争处境。这两方面的变化表明，我国流通政策从主要重视效率转向更加兼顾公平。

专家表示，2022 年，零供关系出现了一些积极变化，主要表现为由以往的博弈关系逐渐向同盟关系转变。在这样的背景下，众多实体零售企业开始尝试回归自营，并为此持续加码供应链，通过建设产地仓、基地直采、新产品研发、自有品牌开发、加大差异化商品比例、投资中央厨房、减少无效单品等，增强市场和供应链竞争力。与实体企业经营创新稳健发展相对应，网上零售由高速转向中低速，并即将进入整合规范期。

来源：《中国商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 21 日

我国二手电商交易标准化体系逐步成型

近年来，在国家加快构建循环经济体系、鼓励发展“互联网+二手”模式的背景下，二手经济加速发展，不仅为二手电商提供了标准化体系参考，也为行业发展提供了强劲驱动力。

在一系列政策的助力与指导下，二手行业交易标准化体系逐步成型，推动行业进一步快速发展。数据显示，2015 年到 2020 年，中国的二手电商行业市场规模从 45.9 亿元增长至 3745.5 亿元；2020 年，二手电商交易规模约占闲置市场总额的 36%，且保持着 44.23% 的较高增速。

专家表示，随着政策监管的持续深入，标准化、规范化运营将成为二手电商行业未来发展的主旋律。对二手电商平台来说，在流量红利逐步见顶的环境下，深耕基础及增值服务、提高供应链能力等精细化运营，以及注意标准及规范发展问题，将是未来企业竞争的主要方面。

来源：“中国国际电子商务网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 21 日

全国首个数字经济人才市场在重庆挂牌成立

为加快促进数字化人才的培养和聚集，由重庆市人力社保局主办的“中国重庆数字经济人才市场”日前挂牌成立。这是重庆首个聚集和培养数字经济人才的新阵地，也是人社部批复设立的我国首家数字经济人才市场。

具体而言，该市场将以产业为引导，集中引进国内知名人力资源服务机构，提供员工招聘和培训、人才测评、人才派遣、猎头服务、外包服务、职业能力鉴定服务，形成完整的人力资源服务产业链，推动重庆市人力资源服务向专业化方向发展。

来源：“新华网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 23 日

北京冬奥会“云上超级商店”上线

1 月 25 日，在北京冬奥会开幕倒计时 10 天之际，北京冬奥组委利用奥林匹克官方旗舰店创新打造的“云上超级商店”在天猫正式上线。

全新亮相的“云上超级商店”是奥林匹克史上首个“云上商店”，呈现了丰富的冬奥特许商品，通过导购式的场景让消费者身临其境逛店选购丰富多样的冬奥特许商品，让公众在线感受冬奥氛围，参与北京冬奥会。

“云上超级商店”作为一种非物理接触式的购物方式，能有效减少公众聚集，是既能防范疫情传播，又能让消费者感受到冬奥氛围的一种创新。通过互联网的传播优势，将大幅度增加“超级商店”的受众群体，让大批关注支持北京冬奥会的公众在无需进入奥运场馆、不扎堆活动的前提下，体验虚拟方式呈现的“超级商店”。

来源：“中国经济网” 2022 年 1 月 26 日

京东首款数字人客服芊言正式亮相

虎年春节临近，为保障广大消费者的用户体验，京东首个智能数字人客服芊言正式上岗，向广大消费者提供有技术、有温度的客户服务体验。

京东数字人客服芊言可以解决售前、售中、售后等各类咨询问题，例如商品咨询、价保、催单、取消订单、活动、资产、售后政策、金融，芊言都可以解决。未来，她还希望能积极

发展更多技能，成为一名靠谱的种草达人和好物推荐官。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 21 日

京东推出“京东小店”模式

为了进一步提升商品丰富度，满足消费者多样化及个性化需求，日前，京东推出“京东小店”模式，重点针对售卖潮流时尚商品、手工艺品、定制品及其他优质特色商品的个体工商户进行招商。

为了帮助开设“京东小店”的商家降本增效，实现快速增长，京东推出部分品类扣点低至 1%、平台使用费 0 元等扶持政策。“京东小店”新商家还可以参加“新商家扶持计划”，完成相关任务并达到相关要求，最高获 8500 元“京准通”广告金奖励，帮助降低店铺初期推广店铺和商品的投入成本。

未来，京东将打造更加开放、包容的商家生态，通过先进的供应链管理能力和数字化运营和整合营销能力，帮助更多商家降本增效，让商家在京东省心、放心开店。可以预见，“京东小店”模式将给更多小微商家带来新的增长机遇，加速实体经济健康发展。

来源：“京东招商公众号” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 21 日

小红书上线数字藏品发行平台

日前，短视频社交平台小红书上线数字藏品发行平台“STEP INTO R-SPACE”，发行数十款数字藏品。

小红书官方表示，该平台由小红书旗下热中子工作室孵化而来。小红书将自己发行的数字藏品命名为“R-数字藏品”，并在 App 内专门留出展示空间。和国内其他平台发行的数字藏品相比，小红书发行的大部分数字藏品附带有与展示图一致的实体商品，用户除了线上拥有一份数字藏品外，现实生活中也能收到例如画作、雕像、玩偶等实体商品。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 25 日

京东成为 Shopify 首个中国战略合作伙伴

日前，京东集团宣布与互联网基础设施提供商 Shopify 达成战略合作，成为 Shopify 首个中国战略合作伙伴。据悉，京东与 Shopify 的战略合作旨在帮助更多中国商家接入 Shopify 的电商基础设施，携手建立面向全球市场的 DTC (Direct-to-consumer) 独立站，并借助 Shopify 的本地化运作能力，实现高效出海卖全球。

此次合作，京东为 Shopify 商家打造的“一站式选品平台”(JD Sourcing) 插件，向 Shopify 全球商户开放基于京东供应链网络的优质商品池，并通过京东国际物流插件 (JD Shipping) 提供包括上门取货、清关、国际物流、海外仓备货、当地履约等在内的门到门物流服务。

此外，京东为 Shopify 商家所提供的京东国际跨境进口平台入驻绿色通道 (JD Marketplace)。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 21 日

淘宝直播为新入淘主播提供四个方面扶持

日前，淘宝直播总经理道放表示，在淘宝直播平台上，一批拥有内容能力的新生态主播正在迅速崛起，未来，淘宝直播将在选品、流量、内容、运营等多方面推出新的政策，助力新生态主播实现爆发。

淘宝直播新生态运营负责人虚罗表示，针对新入淘的主播，今年淘宝直播官方将给予四个方面的扶持：精准算法流量推荐，优质主播将获得千万级的流量；机构现金奖励，单主播最高月度奖励超百万奖金，极为优异者平台定制奖励政策；商品中心爆品盘货以及多层级营销曝光。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 21 日

新东方在线目标建立用于销售农产品及其他产品的电商平台

1 月 21 日，新东方在线发布公告称，在直播商务业务方面，公司表示，依托为原有的直播教室开发的技术及现有的人才团队，目标是建立一个用于销售农产品及其他产品的电子商务平台。

新东方在线表示，2021 年 12 月底，新东方在线开始在抖音等短视频平台上试点直播活动，并已取得显著的进展。展望未来，新东方在线的目标是通过直播业务推广中国传统文化及来自中国不同的原产地高品质农产品及相关产品。公司亦期望能够通过直播营销助力中国的农业产业发展。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 22 日

拼多多推出新直播模式“虚拟直播带货”

近日，拼多多推出新直播模式——虚拟直播带货。据了解，虚拟直播带货可以采取两种方式参与拼多多的直播，一种是虚拟主播出境，一种是将录播转直播。这两种方式，都可以实现真人直播的流量权重，并自动回复客户一些问题。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 24 日

丰巢推出 24 小时无人服务站项目

据丰巢官微消息，为进一步完善快递末端配送服务，配合疫情防控需要，丰巢 24 小时无人自助服务站于近日正式进驻招商银行深圳总行大厦，这也是丰巢在无人服务站项目的首个落地项目。

据丰巢相关负责人介绍，此次落地深圳的丰巢 24 小时无人自助服务站由“智能快递柜+服务站”两个产品组成。除满足用户日常的快递寄取需求外，无人服务站还能容纳无法放入丰巢大格口的大型快件。此外，站内还布控有多个摄像头，日常处于半封闭状态，只有当用户扫描二维码，经系统核实扫码人员在站内有快递后服务站才会自动开门准入。进站后，用户可根据取件编号找到对应包裹，出门时将包裹放置在高拍仪处扫描即可出库。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 29 日

欧洲议会通过对《数字服务法》立场

欧洲议会官网 1 月 20 日消息：当日，欧洲议会以 530 票赞成、78 票反对、80 票弃权通过议会对欧委会《数字服务法》（DSA）提案的修订文本，该文本将作为欧洲议会与成员国

谈判的立场文件。

DSA 提案明确定义了中介服务提供商，特别是社交媒体和市场等在线平台的责任和义务，为在线删除非法产品、服务或内容建立了“通知和行动”机制及保障措施。DSA 还规定超大型在线平台（VLOP）需承担额外义务，将通过强制性风险评估、风险缓解措施、独立审计和“推荐系统”透明度等举措，处理有害内容（不一定非法）和防止虚假信息传播。

议员对欧委会提案的修改主要包括：一是免除小微企业部分义务；二是为数字服务接受者提供对有针对性广告的知情、选择权，给予拒绝接受者以“基于免定向推荐广告”等方式访问在线平台的选项；三是禁止使用未成年人数据进行定向广告推送，禁止利用弱势群体特殊数据的个性化推荐；四是数字服务接受者可向因未遵守尽职调查义务而对其造成损害的平台寻求赔偿；五是禁止在线平台以不透明方式欺诈或影响用户的行为；六是 VLOP 应提供至少一种不基于个人数据分析的推荐系统。

议会文本还增加数字服务提供商需在其条款中尊重言论自由、媒体自由和多元化，及匿名使用和支付数字服务权利等新规。

来源：“商务部驻欧盟使团经济商务处”2022 年 01 月 24 日

【政策法规】

国务院印发《“十四五”市场监管现代化规划》促有序竞争

国务院日前印发《“十四五”市场监管现代化规划》（以下简称《规划》），对推进我国市场监管现代化作出全面部署。

《规划》提到，**引导平台经济有序竞争**。完善平台经济相关市场界定、市场支配地位认定等分析框架。推动完善平台企业数据收集使用管理、消费者权益保护等方面的法律规范。强化平台内部生态治理，督促平台企业规范规则设立、数据处理、算法制定等行为。健全事前事中事后监管制度，制定大型平台企业主体责任清单，建立合规报告和风险评估制度。加强源头治理、过程治理，完善民生、金融、科技、媒体等领域市场准入与经营者集中审查制度的衔接机制，落实平台企业并购行为依法申报义务，防止“掐尖式并购”。加强反垄断和反不正当竞争协同，统筹运用电子商务法、广告法、价格法等，依法查处“二选一”、歧视性待遇、虚假宣传、刷单炒信、大数据杀熟、强制搭售等垄断和不正当竞争行为。

《规划》提到，**加快电子商务等新兴服务领域标准研制**。全面提高服务业品质。

《规划》提到，**探索创新符合平台经济、产业数字化、新个体、微经济、共享经济等新经济特点的监管模式，促进新经济健康有序发展。**优化完善新产业新业态新模式登记注册服务。加强新经济监管工具创新供给，探索触发式监管机制，完善敏捷治理等新型监管模式。完善网约车、共享单车、汽车分时租赁、网络货运等交通运输新业态监管规则和标准。引导平台企业提升服务水平，吸引更多经营者线上经营创业。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 28 日

国家发改委等九部门发布《关于推动平台经济规范健康持续发展的若干意见》

日前，国家发改委、市场监管总局、中央网信办、工业和信息化部、人力资源社会保障部、农业农村部、商务部、人民银行、税务总局等九部门发布《关于推动平台经济规范健康持续发展的若干意见》。《意见》明确，平台经济是以互联网平台为主要载体，以数据为关键生产要素，以新一代信息技术为核心驱动力、以网络信息基础设施为重要支撑的新型经济形态。

《意见》提出，**加强金融领域监管。**强化支付领域监管，断开支付工具与其他金融产品的不当连接，依法治理支付过程中的排他或“二选一”行为，对滥用非银行支付服务相关市场支配地位的行为加强监管，研究出台非银行支付机构条例。规范平台数据使用，从严监管征信业务，确保依法持牌合规经营。落实金融控股公司监管制度，严格审查股东资质，加强穿透式监管，强化全面风险管理和关联交易管理。严格规范平台企业投资入股金融机构和地方金融组织，督促平台企业及其控股、参股金融机构严格落实资本金和杠杆率要求。

《意见》提出，**支持平台加强技术创新。**引导平台企业进一步发挥平台的市场和数据优势，积极开展科技创新，提升核心竞争力。鼓励平台企业不断提高研发投入强度，加快人工智能、云计算、区块链、操作系统、处理器等领域的技术研发突破。（十二）提升全球化发展水平。

《意见》提出，**提升全球化发展水平。**支持平台企业推动数字产品与服务“走出去”，增强国际化发展能力，提升国际竞争力。积极参与跨境数据流动、数字经济税收等相关国际规则制定，参与反垄断、反不正当竞争国际协调，充分发挥自由贸易试验区、自由贸易港先行先试作用，推动构建互利共赢的国际经贸规则，为平台企业国际化发展营造良好环境。

《意见》提出，**鼓励平台企业开展模式创新。**鼓励平台企业在依法依规前提下，充分利用技术、人才、资金、渠道、数据等方面优势，发挥创新引领的关键作用，推动“互联网+”

向更大范围、更深层次、更高效率方向发展。

《意见》提出，**推动农业数字化转型**。鼓励平台企业创新发展智慧农业，推动种植业、畜牧业、渔业等领域数字化，提升农业生产、加工、销售、物流等产业链各环节数字化水平，健全农产品质量追溯体系，以品牌化、可追溯化助力实现农产品优质优价。（十六）提升平台消费创造能力。

《意见》提出，**提升平台消费创造能力**。鼓励平台企业拓展“互联网+”消费场景，提供高质量产品和服务，促进智能家居、虚拟现实、超高清视频终端等智能产品普及应用，发展智能导购、智能补货、虚拟化体验等新兴零售方式，推动远程医疗、网上办公、知识分享等应用。引导平台企业开展品牌消费、品质消费等网上促销活动，培育消费新增长点

来源：“国家发改委网站” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 21 日

国家发改委等部门印发《促进绿色消费实施方案》加快发展绿色物流配送

近日，国家发改委、工业和信息化部、住房和城乡建设部、商务部、市场监管总局等部门印发《促进绿色消费实施方案》。《方案》提出，加快发展绿色物流配送。积极推广绿色快递包装，引导电商企业、快递企业优先选购使用获得绿色认证的快递包装产品，促进快递包装绿色转型。

《方案》提出，鼓励企业使用商品和物流一体化包装，更多采用原箱发货，大幅减少物流环节二次包装。推广应用低克重高强度快递包装纸箱、免胶纸箱、可循环配送箱等快递包装新产品，鼓励通过包装结构优化减少填充物使用。加快城乡物流配送体系和快递公共末端设施建设，完善农村配送网络，创新绿色低碳、集约高效的配送模式，大力发展集中配送、共同配送、夜间配送。

《方案》提出，全面促进绿色用品消费。推动电商平台和商场、超市等流通企业设立绿色低碳产品销售专区，在大型促销活动中设置绿色低碳产品专场，积极推广绿色低碳产品。

来源：“国家发改委网站” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 22 日

发改委、商务部发文支持深圳建设国际化网络直播电商服务平台

1 月 24 日，国家发展改革委、商务部联合发布《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》。《意见》提出，优化网络游戏、视听、直播领域市场环境。支持深圳网络游戏产业高质量发展，鼓励深圳加强属地网络游戏内容把关和运营管理，加快推进网络游戏适龄提示制度。授权深圳市电信管理机构依照有关规定对属地 APP 和互联网应用商店进行监督管理和执法。支持建立网络视听创新基地，鼓励网络视听节目精品创作，加大高质量视听内容供给，推动网络视听关键技术自主研发。支持深圳建设国际化网络直播电商服务平台，注重发挥全国性行业协会作用。

《意见》提出，试点开展互联网处方药销售。建立深圳电子处方中心（为处方药销售机构提供第三方信息服务），对于在国内上市销售的处方药，除国家明确在互联网禁售的药品外，其他允许依托电子处方中心进行互联网销售，不再另行审批。深圳电子处方中心对接互联网医院、深圳医疗机构处方系统、各类处方药销售平台、广东省国家医保信息平台、支付结算机构、商业类保险机构，实现处方相关信息统一归集及处方药购买、信息安全认证、医保结算等事项“一网通办”，探索运用数字人民币进行交易结算。深圳电子处方中心及深圳市相关部门要制定细化工作方案，强化对高风险药品管理，落实网络安全、信息安全、个人信息保护等相关主体责任。利用区块链、量子信息技术，实现线上线下联动监管、药品流向全程追溯、数据安全存储。深圳电子处方中心与已批准试点的海南等电子处方中心实现信息互联互通互认。

来源：“国家发改委网站” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 26 日

北京发布推进跨境电子商务创新发展的若干措施 大力培育发展跨境电子商务平台企业

1 月 29 日，北京市商务局印发《关于进一步推进跨境电子商务创新发展的若干措施》的通知。《通知》提出，**大力培育发展跨境电子商务平台企业**。聚焦平台新增商户、业务规模、对本市经济贡献等指标，探索建立跨境电子商务平台企业综合评价体系，分级分类加强对平台企业的精准服务；采取“一企一策”的方式，积极引进跨境电子商务龙头平台企业，聚焦企业问题诉求，分类指导、精准施策；积极培育具有较大发展潜力、新业态新模式初创平台企业；支持北京市有能力的跨境电子商务平台加速全球布局，为传统贸易企业扩大销售渠道，助力品牌出海；对符合总部企业认定标准、业绩贡献突出的跨境电子商务平台等相关企业，在人才落户、子女教育等方面给予支持。

《通知》提出，**进一步完善海外仓支持政策**。完善海外仓投资主体认定标准，支持海外仓等跨境电子商务仓储物流服务设施及配套信息系统的建设，提升跨境电子商务仓储物流支

撑能力。

《通知》提出，**着力推进跨境电子商务重大项目落地**。加大政策支持引导力度，鼓励各区、跨境电子商务产业园扩大招商引资，积极引进具备良好发展潜力或示范带动作用的项目落地，加快培育各类跨境电子商务市场主体，引导促进跨境电子商务产业集聚化、规模化发展。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 30 日

湖南省“十四五”电商发展规划：2025 年网络零售额超 5000 亿元

湖南省商务厅近日印发《湖南省“十四五”电子商务发展规划》。根据《规划》设定的目标，2025 年，湖南省网络零售额将超 5000 亿元，年均增速达到 10%以上，全省农产品网络零售额超过 500 亿元，跨境电商交易额年均增速达到 20%。到 2035 年，全省基本建成统一开放、竞争有序、诚信守法、安全可靠的电子商务市场体系。

《规划》制定六项主要任务。包括：建设高质量电商促进体系，推动产业数字化发展；加快数字商务创新发展，构建数智化商业生态；积极推动数商兴农，落实乡村振兴战略；大力发展跨境电商，促进贸易创新发展；健全支撑配套体系，提升电商服务能力；优化电商发展环境，完善电商治理体系。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 24 日

【数据观察】

国家邮政局：2021 年全国重点地区快递服务全程时限同比缩短 1.15 小时

近日，国家邮政局发布数据显示，2021 年，全国重点地区快递服务全程时限和 72 小时准时率均有提升，全国重点地区快递服务全程时限为 57.08 小时，同比缩短 1.15 小时；72 小时准时率为 77.9%，同比提高 0.8 个百分点；48 小时准时率达到 66.64%，比 2020 年提高了 3.86 个百分点，提升效果明显。

从不同区域来看，全国寄往东部地区的快件平均时限为 53.45 小时，同比缩短 0.06 小时。

寄往中部地区的快件平均时限为 53.79 小时，同比缩短 4.63 小时；全国寄往西部地区的快件平均时限为 70.51 小时，同比延长 1.91 小时。中部与东部差距缩小。

国家邮政局表示，2021 年我国快递服务时限水平提升效果明显，主要得益于以下几个方面：一是快递春节“不打烊”，带动一季度时效水平显著高于 2020 年；二是企业通过优化运输线路、减少中转频次、扩大自有干线车辆规模、增加全货运飞机数量等多种措施，有效压缩了干线运输时长；三是末端共同配送方式广泛应用，不仅节约了成本，更进一步提高了投递效率。

此外，国家邮政局还表示，“十四五”时期，国家邮政局将在推动快递服务更为便捷更广覆盖更加优质、推进邮政快递业与电商等深度融合、完善寄递网络体系等方面推动邮政快递业高质量发展。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 26 日

工信部：我国大数据、云计算、区块链创新发展目前处于世界第一梯队

1 月 20 日，国新办举行 2021 年工业和信息化发展情况新闻发布会，工业和信息化部总工程师、新闻发言人田玉龙表示，2021 年我国在关键核心技术领域取得了一系列突破，大数据、云计算、区块链创新发展，目前处于世界第一梯队。5G 移动通信技术、设备和应用，在全球都是领先的。智能手机也进入世界先进行列，数字经济的基础，集成电路、软件方面，也取得了标志性成果。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 22 日

央行：累计开立个人数字人民币钱包 2.6 亿个

日前，中国人民银行金融市场司司长邹澜在国新办新闻发布会上表示，目前，央行已经在深圳、苏州、雄安、成都、上海、海南、长沙、西安、青岛、大连等地和 2022 年北京冬奥会场景开展数字人民币试点，基本涵盖了长三角、珠三角、京津冀、中部、西部、东北、西北等不同地区。

邹澜介绍，截至 2021 年 12 月 31 日，数字人民币试点场景已超过 808.51 万个，累计开立个人钱包 2.61 亿个，交易金额 875.65 亿元，试点有效验证了数字人民币业务技术设计及

系统稳定性、产品易用性和场景适用性，增进了社会公众对数字人民币设计理念的理解。

邹澜表示，下一步，央行将按照国家“十四五”规划部署，继续稳妥推进数字人民币研发试点，进一步深化在零售交易、生活缴费、政务服务等场景试点使用数字人民币。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 21 日

上海网络安全产业力争三年规模翻番

上海正在积极推动网络安全产业发展，力争用三年时间，实现产业规模翻番，并聚焦普陀和松江两区，加快打造国家级产业园区。在 1 月 25 日举行的“2022 上海网络安全产业推进会”上，围绕新出台的三年行动计划，上海市就建设网络安全产业创新高地进行部署。力争到 2023 年，上海市网络安全产业规模超 250 亿元，实现翻番；打造 2 个国家级网络安全产业园区，引育超过 10 家网络安全龙头企业，基本建成具有全国影响力的网络安全产业创新高地。结合该目标，上海将在三年内聚焦“产业+供给”“行业+应用”“生态+政策”三项重点工作，推动实施 17 项任务。

来源：《文汇报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 26 日

上海 5G 基站密度全国排名第一

上海 5G 建设领跑全国。截至 2021 年底，上海 5G 基站总数已超过 4.8 万个，其中，2021 年新建 5G 基站超过 1.7 万个；5G 移动电话用户占比超过 21%；5G 基站占比 24.3%，全国排名第一；5G 基站密度达到 7.6 个/平方千米，全国排名第一。

来源：《解放日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 27 日

13 国外交官参与天猫年货节直播“带货”国家特产

天猫年货节期间，在天猫国际，埃塞俄比亚、卢旺达、巴西、加拿大、智利、马来西亚、比利时等 13 个国家的驻华外交官，相继亮相春节档直播，变身“全球好货推荐官”，为本国的特产带货，让中国消费者不出国门也能买到全球年货。

埃塞俄比亚的国民咖啡、巴西蜂胶、智利车厘子、马来西亚榴莲、丹麦曲奇饼干礼盒、

比利时巧克力等全球各国宝藏年货，都将抵达中国消费者的购物车。

据了解，从 2020 年开始，阿里巴巴 5 年 2000 亿美元进口目标启动了“国家爆款”承包计划，支持海外中小企业、当地农户来中国市场销售，加速推进全球经济复苏。各国驻华外交官也积极参与进来，通过直播等电商创新形式与消费者互动，为本国商品在中国开拓更多商机。

来源：“天下网商” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 21 日

2022 年中国直播购物市场规模将达 4800 亿美元

根据全球知名的市场研究机构 eMarketer 数据，2022 年中国的直播购物市场将扩大到 4800 亿美元的规模，在整个电商市场的占比持续上升，预计今年达到 16.5%。eMarketer 预计，2023 年中国直播购物市场可以增加至 6000 亿美元，占比上升到 19.4%。

而根据 Foresight Research 调查，美国直播购物市场 2022 年规模只有 110 亿美元。相应地，美国直播购物规模将在 2023 年增长到 250 亿美元。

来源：《电脑报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 26 日

中国银联：一线城市居民月均移动支付支出金额超 5000 元

1 月 25 日，中国银联发布《2021 移动支付安全大调查研究报告》，《报告》显示，2021 年，移动支付已经基本覆盖日常生活主要场景，实体零售和电商平台（综合电商及生鲜电商）依然是消费频次表现突出的场景。

《报告》显示，一线城市居民月均移动支付支出金额超过 5000 元，在月均消费额占比超过八成。值得注意的是，三四线以下城市对移动支付的表现出更高的依赖度。而五线城市居民月均移动支付支出金额在 3000 元以上，在月均消费额中占比高达 9 成。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 26 日

广东鲜花电商相关企业数量全国第一

根据企查查数据显示，我国目前共有超 40 万家鲜花电商相关企业，2016-2020 年，5 年

新增注册企业平均增速达到 29.2%。其中，广东省以近 5 万家的数量占据全国第一，其次为江苏省，也有超 4.8 万家鲜花相关企业。

从企业注册资本来看，超 9 成企业注册资本在 100 万元以内。从企业成立时间来看，69.4% 的企业成立于 5 年之内，超过 10 年的企业占比为 10.9%。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 29 日

京东、美团等 49 家电商平台接入数字人民币系统

近日，数字人民币（试点版）App 正式在各大应用市场上线。截至目前，京东、美团、饿了么、天猫超市、滴滴出行等 49 家电商平台均已接入数字人民币系统。

专家表示，数字人民币 APP 正式上线，一定程度上标志着数币探索已进入全量测试阶段，其上线将持续带动数字人民币的使用热潮。随着越来越多类似外卖、出行、电商等超高频使用场景的接入，数字人民币的应用生态、交易规模有望继续提升。

来源：“亿恩网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 25 日

京东入选 2022 年《财富》全球最受赞赏公司行业榜 全球行业第六

近日，美国《财富》杂志公布了 2022 年全球最受赞赏公司榜单，在互联网服务和零售行业榜单中，京东排名保持在全球行业第六位。与京东共同入选 Top 8 行业榜单的企业还有：亚马逊、谷歌母公司 Alphabet、小米等。

据悉，此份榜单从全球约 1500 家候选公司中，筛选出分布在 28 个国家、52 个行业营业收入最高的 640 家企业，由 3700 余名企业高管、董事和证券分析师组成评审团，投票评分选出。评选标准涵盖创新能力、吸引人才能力、社会责任、全球化竞争力等共 9 大指标。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 02 月 05 日

2022 年全球品牌价值 500 强微信蝉联“最强”

日前，英国品牌评估机构 Brand Finance 公布了《2022 年全球品牌价值 500 强》。在品牌

强度的排名中，微信以 BSI（品牌强度指数）93.3 分和 AAA+ 品牌评级的成绩位列榜单第一，这是微信连续两年被评为全球最强品牌，排名第二的是可口可乐，谷歌位列第三。

在 2022 年全球品牌价值 500 强排名中，新进入者 TikTok 被评为全球增长最快品牌，品牌价值同比增长 215% 至今年的 590 亿美元，排名第 18。苹果以超过 3550 亿美元的创纪录估值蝉联全球最有价值品牌称号，紧随其后的是亚马逊、谷歌、微软和沃尔玛。此外，淘宝排名第 22，天猫排名第 25。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 28 日

eBay 过半卖家销售时长超 10 年

根据电子商务情报公司 Marketplace Pulse 的研究显示，eBay 上 55% 的顶级卖家已经在该平台销售了 10 年或更长时间。据了解，这虽然意味着 eBay 卖家业务的长寿，但也意味着新卖家竞争环境更加的艰难。在过去五年中，加入 eBay 的新卖家只有 28%，这一数字远低于其竞争对手亚马逊的 44%。因此，尽管 2020 年 eBay 的卖家数量在各大电商平台中最多，但随着时间的推移，他们中的更多新买家将会离开该平台，而不是那些已经活跃多年的资深卖家。

数据显示，超过 40% 的 eBay 顶级卖家是在 2010 年之前加入的，近 15% 的 eBay 卖家已有超 20 年的资历。尽管该平台业务还在不断蓬勃发展，但这对 eBay 来说并不是好消息。由于电商市场在过去十年中发生了巨大的变化，eBay 也从原本的拍卖网站转变为主要以固定价格销售为主。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 28 日

亚马逊占美国电商市场的 41%

全球综合数据资料库 Statista 的数据显示，在 2021 年，亚马逊占据了美国电子商务市场 41% 的份额；排名第二的是沃尔玛的电商网站，占美国电商市场的份额是 6.6%，再其次是 eBay，市场份额为 4.2%

据了解，在 2021 年，有 2.305 亿美国人进行了网购，与 2019 年的 2.241 亿相比，略有增长。在美国，亚马逊是在线零售行业无可争议的领导者。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 25 日

韩国电商出口 10 年间增长 78 倍

据《韩国贸易新闻》1 月 22 日报道，韩国贸易协会发布资料显示，按照贸易方式统计，2021 年，韩国电子商务出口 8.56 亿美元，同比增加 109.3%，与 2012 年（0.11 亿美元）相比增加了 78 倍。

韩国贸易协会相关负责人分析表示，疫情下非接触式经济快速发展，海外消费者直购需求大幅增长，促使韩国电商出口增加，韩国企业以电商平台为依托进军海外成为新趋势。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 25 日

【专家视点】

数字化转型筑牢底座赋能高品质生活

日前，上海进入两会时间。政协委员们的提案内容聚焦城市数字化转型等社会热点问题。

当前，上海正全面推进城市数字化转型。信息技术成为数字经济产业的内核驱动，推动产业的升级迭代，更是塑造未来城市核心竞争力的重要源泉。委员们在提案中纷纷聚焦城市数字化转型，建议既要构建具备强大数据资源化能力和交换共享中枢的数字底座，又要以数字技术赋能高品质生活、助力高质量发展。

上海的营商环境离不开良好的市场环境，这需要破除数字壁垒，为市场经济各类主体提供公平、快速、有效的数字要素和服务。刘毛伢等委员联名递交的一份提案中，建议政府部门树立“数字化思维”，在企业高频事项中，充分应用大数据和人工智能等技术，构建“政策通”“融资通”“人才通”等针对性营商服务场景。

数字化不仅要有效运用于高端装备、汽车、生物医药等领域，更不能忽略传统制造业、中小型企业。民建上海市委在集体提案中提出，健全传统产业数字化转型的基础制度体系，制定有关“数据生产要素”法律法规。提案还建议，搭建促进传统产业数字化转型的平台和生态体系，参照“技术改造”专项支持的做法给予资金支持，为“上云”“上平台”企业“纾困”。

远至企业发展，近到社区“单元格”，治理数字化也成为重要组成部分。民进上海市委

在书面发言《关于城市社区治理数字化转型的建议》中提出，推动“数字化邻里中心”建设，推动社区各类数据的集成和协同管理，设计生活与治理数字化的智能场景，用精准化服务让居民感受到实实在在的数字便利。市政协社会和法制委员会则在《关于深化数据治理，全面提高治理数字化水平的建议》中提出，依托“一网通办”市民主页和“随申码”，围绕教育、医疗、交通、文旅、公共服务等领域，打造从出生到养老的数字生活服务体系。

来源：《文汇报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 22 日

沈建光：发展数字经济重点瞄准五大方向

《“十四五”数字经济发展规划》日前出台，数字经济包含的领域较广，未来数字经济的发展重点在哪里？京东集团首席经济学家沈建光在接受《中国证券报》记者采访时表示，《规划》提出了数字基础设施、数据要素、产业数字化、数字产业化、公共服务数字化、数字经济治理、数字经济安全、数字经济国际合作等八大领域的发展重点，其中以下五个方向值得重点关注：

一是数字基础设施方面，注重信息网络、云网协同和算网融合发展等新兴基础设施的增量建设和传统基础设施的存量改造。在京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝地区双城经济圈、贵州、内蒙古、甘肃、宁夏等地区布局全国一体化算力网络国家枢纽节点。

二是数据要素方面，高度重视政务数据开放共享，提出要深化政务数据跨层级、跨地域、跨部门有序共享，建立健全国家公共数据资源体系；积极培育数据交易中心和数据服务商，支持社会化数据服务机构发展，鼓励市场力量挖掘商业数据价值，推动数据价值产品化、服务化，大力发展专业化、个性化数据服务。

三是产业数字化转型方面，从企业、产业、集群三个层次系统推进，全面推动大中小型企业数字化转型。重点支持农业、制造业、服务业数字化转型升级，并重点支持智慧农业和水利、工业、商务贸易、智慧物流、金融、能源等行业开展数字化转型提升工程；积极探索平台企业与产业园区联合运营模式。

四是数字产业化升级方面，坚持跨界融合应用导向，重点布局下一代移动通信技术、量子信息、神经芯片、类脑智能、脱氧核糖核酸（DNA）存储、第三代半导体等关键技术创新。完善 5G、集成电路、新能源汽车、人工智能、工业互联网等重点产业供应链体系，推动软件行业做大做强，引导支持平台企业加强数据、产品、内容等资源整合共享。大力发展跨境电商，支持培育壮大一批跨境电商龙头企业、海外仓领军企业和优秀产业园区。重点培育互

联网医院、智慧销售、无人配送、智能制造、反向定制等新增长点。

五是智慧城市建设方面，全面推进公共服务数字化，深化智慧城市和数字生活建设。加快实现“一网通办”，推动公共服务资源数字化供给和网络化服务。深化新型智慧城市建设，推动城市数据整合共享和业务协同，因地制宜构建数字孪生城市，鼓励加快城市智能设施向乡村延伸覆盖。

同时，沈建光指出，推动数字经济健康发展，还需要在以下方面协同推进：

一是强化数据的规范使用，提升数据开放、共享与治理水平。进一步落实有关数据规范使用、开放共享的相关行业规范和技术标准。加快创新数据的市场化交易机制，培育数字要素市场，尽快确定数据确权、开放、流通等各环节的规则。在《个人信息保护法》《数据安全法》的基础上，持续完善包括隐私保护在内的与数据保护相关的规范制度，明确隐私保护的规范要求、实现手段、惩罚机制，实现个人隐私保护和数据要素流动的平衡。建设统一规范互联互通的政府数据安全平台，提升开放水平。

二是加快推进数字政府建设，提升政府治理数字化水平。数字政府建设是推动数字经济、数字生活发展的重要保障，数字治理体系的效率决定了数字经济发展的程度。数字政府治理有助于加快数据要素流动和推进技术创新，加快数字产业化和产业数字化发展，打开数字经济的发展空间。数字政府治理有助于市场秩序的有效维护，创造更加稳定、规范、公正、透明的制度环境，大幅降低经济主体自发协调与合作的交易成本。

三是完善平台企业监管体系，促进平台企业健康稳定可持续发展。近期，国家发展改革委等部门发布《关于推动平台经济规范健康持续发展的若干意见》，设立了平台经济发展的“红绿灯”。一方面，明确了平台经济治理的制度框架；另一方面，明确了平台经济发展的两个方向，即强化核心技术创新和数据要素创新，赋能企业和行业数字化发展。这些意见旨在强调对于平台企业发展要坚持发展和规范并重，突出加强和改进监管，以及推动平台经济为高质量发展 and 高品质生活服务，最终建立健全平台经济治理体系，构建有活力、有创新力的制度环境，促进平台经济规范健康持续发展。

（沈建光：京东集团副总裁、京东数字科技首席经济学家）

来源：《中国证券报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 25 日

亿邦智库：《2022 未来零售发展报告》

近日，亿邦智库在“2022 亿邦未来零售大会”上发布了《2022 未来零售发展报告》。《报

告》以当前大环境出发，分析零售行业的发展趋势。

《报告》指出，现阶段，我国零售业正临变革。在流量层面，依托流量红利的发展模式已经遭遇瓶颈，流量入口的竞争进入白热化，流量重心变为高转化。在底层的需求层面，Z世代消费者开始成为新消费的主力人群，从产品类型、营销模式、服务体验等方面都发生了巨大的变化。再加上数字化降本增效和基础设施带来的服务升级已经成为商家标配，内卷之下难以取得明显的比较优势，传统增长逻辑开始失效。

另外，2021年政策风向明显向反垄断和共同富裕倾斜，以用户规模变现为核心商业模式的零售平台面临巨大压力。在外部政策压力和内部竞争压力之下，零售行业内玩家积极探索，寻求增长新路径。

平台——结构演变，渠道、模式双突围

结构演变主要体现在流量开始下滑，传统电商增长趋于弱势，垂直平台大清洗，内容平台开始崛起，平台间的竞争日趋加剧。平台开始加码下沉渠道和线下渠道，尽可能多的控制“流量”入口，另外，平台之间界限越来越模糊，各大平台业务模式呈现相互借鉴之势，以供应链管理和私域运营成为平台竞争的主战场。

品牌——用户为中心，产品、营销、供应链同步探索

品牌今年强化了以用户为中心的核心逻辑，通过大数据深挖消费者需求，并通过敏捷型高效供应链打造贴合市场特征的产品。在营销层面，DTC模式争夺私域阵地；以品牌店播破解流量困局，在消费者心中塑造品牌长期价值。

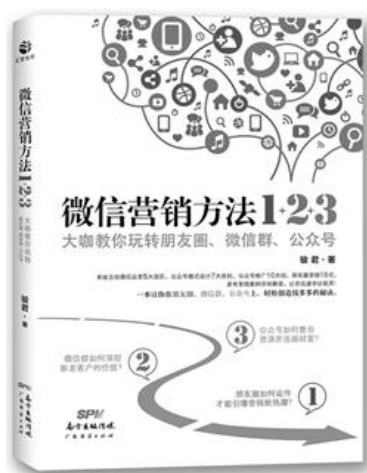
服务商——直播服务和数字化构建发展双主线

2021年直播服务和数字化是电商服务的关键词。直播机构呈品牌化、渠道化、全案化态势发展，从早期的单纯带货，向品牌孵化、供应链管理以及品牌代运营发展。数字化则推进零售业向全渠道运营演进，以消费者为中心的分发式购物，使商品更加精准匹配用户需求与偏好。

基于当下发展，亿邦智库研判未来有六大趋势是：第一，公益流量或将成为公域玩家竞争新的流量入口；第二，互联互通为零售中小企业带来机会；第三，跨境赛道风险和机遇并存；第四，下沉和生活服务场景增添零售新动能；第五，数据的资产经济属性强化，安全服务迎发展良机；第六，元宇宙或带来未来零售新变局。

来源：“亿邦动力网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年01月22日

【悦读电商】



微信营销方法 1+2+3

内容简介

移动互联网时代，微信成为当前主流的营销平台。面对这个潜藏巨大商业价值的平台，我们如何做好营销与运营？如何扩大产品或品牌的知名度？如何将微信用户变成自己的客户？如何有效利用朋友圈、微信群、公众号创造财富？

这是一本教你如何从 0 到 1 进行微信营销的工具书，作者根据自身多年的互联网经验和研究，并结合微信自身不断延展的特点和功能，让你更加透彻的理解微信，并能够运用微信达到营销的目的。书中不仅有详细的理论、方法介绍，更有不同的营销案例解读与实战训练，让你在通俗易懂的讲解中，掌握好方法与技巧，轻松开启微信营销大市场。



新零售-吹响第四次零售革命的号角

内容简介

随着电子商务和传统零售的融合发展，新零售应运而生。什么是新零售？为什么新零售是“女性”？新零售的商业模式是什么？新零售时代企业如何重构商业模式，打造升维体验？

本书系统性地解读了新零售的概念、特征和形态，详细介绍了在新零售时代零售企业如何重构商业模式。本书还创新性地提出了新零售的女性主义特征、升维打击的思想，为零售企业打造出一个“新零售之锥”的商业模式，并通过丰富的案例介绍了新零售时代升维体验的四种玩法。作者预言未来的新零售终极形态是“云零售”，供应链和零售渠道将会实现云转型，未来零售企业的商业模式将是 S2b。

编辑部地址：中山南路 1088 号南浦大厦四楼

邮政编码：200011

上海市电子商务促进中心内

电话：021-63685517