

电子商务动态

● 行业资讯

- 商务部：“2022 全国网上年货节”呈现五大特色.....2
- “2022 上海网上年货节”启动.....5
- 上海鼓励布局数商经济集聚区.....6
- 黄浦区荣获“2021 中国领军智慧城区”奖.....7
- “长三角数字干线”建设在上海青浦区正式启动.....8
- 直播推动跨境贸易更快更好发展.....10

● 政策法规

- 国务院印发《“十四五”数字经济发展规划》.....17
- 上海市发布电子信息产业发展“十四五”规划.....18

● 数据观察

- 国家统计局：2021 年全国网上零售额 130884 亿元.....20
- “十四五”国内贸易发展规划发布：2025 年网上零售额达 17 万亿元左右.....20
- 商务部：跨境电商 5 年增长近 10 倍，2021 年继续保持两位数增长.....21
- 海关总署：2021 年我国跨境电商进出口规模达 1.98 万亿元.....21
- 上海市首批 21 家数字景区出炉.....23
- 2021 年，我国共注册 506 万家电商相关企业，创历史新高.....24

● 专家视点

- 展望 2022 平台经济将与实体经济深度融合.....29
- 社交电商：“创”出高质量.....31

【行业资讯】

国务院：支持在零售交易等场景试点使用数字人民币

国务院办公厅近日印发《要素市场化配置综合改革试点总体方案》。《方案》指出要推动资本要素服务实体经济发展，增加有效金融服务供给，支持在零售交易、生活缴费、政务服务等场景试点使用数字人民币。

据了解，目前上架的数字人民币 App 上已有 42 个零售交易类、生活缴费类、政务服务类平台添加数字人民币子钱包，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 06 日

商务部：“2022 全国网上年货节”呈现五大特色

商务部会同中央网信办、工业和信息化部、市场监管总局、国家邮政局、中国消费者协会，于 2022 年 1 月 10 日（腊月初八）至 2 月 7 日（正月初七），共同指导电商及相关企业举办“2022 全国网上年货节”。并根据各地配套活动方案，确定辽宁、上海、江苏、浙江、福建、广西、云南、青岛、厦门等 9 地作为分会场。

活动将遵循“政府指导、企业为主、市场化运作”的原则，按照全国“一盘棋”一体推进、重点地区重点打造的“1+N”组织模式进行。

总体看，“年货节”呈现出以下特点：

一是货品服务品类多、供应足。针对春节商品和服务需求种类多、数量大以及消费升级等特点，各地将指导电商平台企业确保米、面、油、肉、蛋、奶、果、蔬等重要民生商品和防疫物资供应充足。同时，推出更多品牌、品质、健康、智能商品，以及适合不同人群的餐饮套餐和定制年夜饭，并提供“线上预定、配送到家”“春节不打烊 年货送到家”等服务，增加人民群众喜闻乐见的文学、影视等数字产品。

二是配套活动花样多、有特色。各地将“年货节”作为促进消费和产业发展的重要平台，拿出真招实招开展配套活动。青岛将举办“品上合味 过喜庆年”上合特色商品展销，江苏、上海等省市也将举办上合元素活动；辽宁、厦门将分别举办“辽宁 5G 电商直播年货节”和“海峡两岸青年网络主播大赛”。浙江的“浙里国潮”、上海的“海派年味”、江苏的“苏新

消费”、广西的“桂品出乡”、福建的“全闽乐购”、云南的“云集好物”等都体现了浓郁的地方特色。

三是政策措施优惠足、实惠多。聚焦吃、住、行、游、娱、购，一些地方和企业通过多种让利形式，加大促销、推广和服务力度。云南、福建、广西等地将通过政府财政分别发放数千万元优惠券开展网络促销活动。参与平台企业也将推出新品首发、以旧换新、满减、秒杀、直降等活动，加大投入，让消费者真正得到实惠。

四是消费者权益保障强、环境优。参与“年货节”的各类活动将加挂统一标识，让消费者一目了然。商务部将联合指导单位，按照职能分工，全力保障商品丰富质量高，数字营商环境优，经营规范秩序佳，配送顺畅及时达，消费者权益保障好。严防不公平竞争、销售侵权假冒伪劣商品以及囤积居奇、哄抬物价等违法违规行为。

五是疫情防控措施实、更有力。各地将督促指导参与“年货节”的企业强化疫情防控主体责任，加强人员防护和日常监测，规范商品入库、分拣、配送等环节防疫程序，特别是严格落实冷链全过程防疫措施。同时，充分发挥新终端零售设施作用，减少人员之间接触，降低疫情传播风险。

来源：“商务部电子商务司” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 07 日

国家邮政局：未经同意不得擅自将快件投递到智能快递箱

1月7日，国家邮政局发布通知称，为促进快递业健康发展，保障快递服务质量和安全，维护用户和快递从业人员合法权益，加强快递市场监督管理，国家邮政局根据部门规章立法工作安排，研究起草了《快递市场管理办法（修订草案）》，现公开征求意见。

《办法》指出，经营快递业务的企业及其从业人员，无正当理由不得以低于成本价格提供快递服务，不得虚构快递服务信息或者配合他人非法活动提供快递服务。经营快递业务的企业未经用户同意，不得代为确认收到快件，不得擅自将快件投递到智能快递箱、快递服务站等快递末端服务设施。

《办法》明确，未经用户同意以代为确认收到快件或者擅自使用智能快件箱、快递服务站等方式投递快件的，由邮政管理部门责令改正，予以通报批评，并可处3000元以上、10000元以下的罚款；情节严重的，处10000元以上30000元以下的罚款。邮政管理部门鼓励广大市民今后再遇到此类情况时，可拨打12305进行申诉和维权。

来源：“国家邮政局官网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 07 日

国家发改委：将虚拟货币“挖矿”活动纳入淘汰类产业

1月10日，国家发展改革委发布《国家发展改革委关于修改〈产业结构调整指导目录(2019年本)〉的决定》（以下简称《决定》）于2021年12月27日审议通过。

《决定》显示，在《产业结构调整指导目录(2019年本)》淘汰类“一、落后生产工艺装备”“(十八)其他”中增加第7项，内容为“虚拟货币‘挖矿’活动”。所谓“挖矿”，就是通过专用计算机（即“矿机”）来计算生产虚拟货币的过程。

来源：“央视网”2022年01月10日

交通运输部：积极开展“快递出海”品牌创建活动

1月6日，“2022年全国邮政管理工作会议”在北京召开。交通运输部部长李小鹏出席会议时表示，2022年要认真做好保通保畅工作，要积极开展“快递出海”品牌创建活动，引导企业健全境外网络布局。强化邮政快递枢纽能力建设，推动与综合交通枢纽体系衔接，打造高效能的国际寄递体系。

来源：“交通运输部官网” 编选：《电子商务动态》编辑部2022年01月07日

国家版权局：数字音乐平台等除特殊情况不得签独家版权

1月6日，国家版权局在北京约谈主要唱片公司、词曲版权公司和数字音乐平台等，要求数字音乐产业各方协力维护数字音乐版权秩序，构建数字音乐版权良好生态。

国家版权局在约谈中要求数字音乐产业各方遵守著作权法律法规，依法行使和维护权利，抵制各类侵犯音乐著作权行为，配合国家版权局对数字音乐的版权重点监管工作，落实相关部门维护数字音乐版权秩序的措施，支持相关著作权集体管理组织依法开展数字音乐授权工作，促进数字音乐广泛有序传播。

国家版权局强调，各唱片公司、词曲版权公司、数字音乐平台应采取符合音乐传播规律、公平合理原则和国际惯例规则的授权模式，应通过保底金加实际使用量分成模式结算，除特殊情况外不得签署独家版权协议；完善内部版权管理制度，授权音乐作品应当曲库目录明确、版权权属清晰，维护音乐作品著作权人和相关权利人合法权益；优先通过协商、调解等方式

解决数字音乐产业各方之间的版权纠纷；积极探索新场景、新业态音乐作品授权使用机制；建立符合市场需求的数字音乐版权运营模式。

来源：“国家版权局网站” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 07 日

最高法：依法严惩强制“二选一”等垄断和不正当竞争行为

1 月 14 日，最高人民法院召开新闻发布会，发布《关于充分发挥司法职能作用 助力中小微企业发展的指导意见》。《意见》提出，加强反垄断和反不正当竞争案件审理力度，依法严惩强制“二选一”、低价倾销、强制搭售、屏蔽封锁、刷单炒信等垄断和不正当竞争行为；依法认定经营者滥用数据、算法、技术、资本优势以及平台规则等排除、限制竞争行为，防止资本无序扩张，保护中小微企业生存发展空间。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 14 日

“2022 上海网上年货节”启动

1 月 10 日，以“网上买年货 健康福虎年”为主题的“2022 上海网上年货节”拉开序幕，从 1 月 10 日（腊月初八）起到 2 月 7 日（正月初七），来自上海的电商平台、品牌企业、直播电商基地等将开展年货促销，

据悉，今年的网上年货节将推出四大重点系列活动，包括“上合组织国家特色商品直播”活动、“上海品牌”产品促销活动、“上海文化消费”活动，以及展现上海对口帮扶风采的促销活动。

商务部电子商务和信息化司司长蹇芳莉表示，近年来上海全力推进数字商务建设，大力发展数字消费，推动全市电子商务实现高质量发展，网络零售额始终处于全国城市前列。上海突出了“推动品牌消费”“强化数字联动”“创新活动方式”等特点，将以浓浓的海派年味，满足广大消费者的新春期待。

市商务委主任顾军表示，上海未来将紧抓数字经济发展机遇，强化线上与线下联动、国际与国内联动、发展与规范联动，大力发展数字消费，举办更多有特色、有亮点、有影响的数字消费节庆活动，为全力打响“上海购物”品牌、建设国际消费中心城市提供更持久、更强劲的动力。

在今年的四大重点活动中，推动上合国家优质产品进入上海市场的“上合组织国家特色商品直播”活动颇具特色。2021年是上海合作组织成立20周年，中国提出“力争未来5年同上海合作组织国家累计贸易额实现2.3万亿美元目标，优化贸易结构，改善贸易平衡”，市商务委副主任周岚表示，此次活动将发挥进博会溢出带动效应，通过直播给广大市民带来上合组织国家优质产品。

来源：《文汇报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年01月11日

上海鼓励布局数商经济集聚区

据《解放日报》报道，从1月12日召开的市政府发布会上获悉，上海在数据要素市场方面处于全国第一梯队，数据产业规模、数据流通活跃度、数据价值转化能力均全国领先，以数据为主要驱动力的数字城市基本框架初步形成。接下来，上海将重点在四个方面推进数据要素市场建设。

一是繁荣市场主体，培育一批数据领域标杆企业，鼓励开展数据的实质性加工和创造性劳动，加大全社会有效数据供给。二是促进市场规范发展，实施国际数据港和数据交易所两项重点工程，研究起草促进上海数据要素市场发展的指导性意见，持续优化“全时全域全程”的数字化交易系统，深化“不合规不挂牌、无场景不交易”的“上海交易范式”。三是加快标准建设，聚焦统计核算制度、数据财税政策等前瞻性方向开展研究探索。四是推动数据资源深度开发和应用，鼓励各区因地制宜布局数据要素创新实践区、数商经济集聚区、数字信任试验区，并出台资金支持、试点示范等政策。

来源：《解放日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年01月13日

上海产业部门布局新赛道培育新动能 在数字经济、元宇宙等领域发力

为加快培育壮大发展新动能，上海产业部门已在制定新赛道布局方案，尤其要在数字经济、元宇宙等领域发力。

在数字经济领域，2021年上海已建成2家国家级标杆性智能工厂、5家市级标杆性智能工厂、40家市级智能工厂，长阳秀带、张江在线等在线新经济生态园“出圈”，上海数据交易所正式揭牌，全国首个智能网联汽车数据跨境流动操作指引和正面清单发布。根据《推

进上海经济数字化转型赋能高质量发展行动方案（2021—2023年）》，上海已明确到2023年，实现集中突破100多项关键技术、培育100多个智能硬件产品，引育100多家新生代互联网企业和数字经济龙头企业，打造50多家市值超百亿元的流量型企业。

在元宇宙领域，上海集聚了全国约50%的5G人才、40%的芯片人才及30%的AI人才，元宇宙相关产业生态繁荣，产业链布局完善，一批企业正加快产业“元宇宙化”布局。如商飞正搭建商飞“工业元宇宙”，推动大飞机产业链上下游破除数字孤岛；米哈游正构建覆盖全球10亿人共同生活的数字虚拟社区；盛趣游戏所开发的用于治疗儿童注意力缺陷多动障碍的游戏数字药物，已获得美国FDA认证。据悉，上海的路线，是以产业和技术“虚实融合”方式，促进形成“由软带硬”产业格局，通过“由平台到生态”的推进方式，逐渐形成具有国际竞争力的元宇宙产业生态集群。

来源：《解放日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年01月12日

上海制定反垄断、互联网营销算法、盲盒经营活动等新业态合规指引

1月13日，上海市市场监管局发布持续激发市场主体活力“32条”措施。措施对标上海优化营商环境5.0版，聚焦宽进严管的市场准入准营规则、治理数字化扩展应用场景和包容审慎的市场竞争监管规则，探索提供更多可复制推广的经验做法，打造更多“一站式”标杆应用，最大限度地激发市场主体的发展活力。

措施提出，加强市场经营行为合规性指导。制定实施《上海市经营者反垄断合规指引》《上海市网络交易平台网络营销活动算法应用指引》《上海市盲盒经营活动合规指引》等一系列指导性规则，及时为新业态、新模式提供运行规范，以跨前服务强化预防式监管。

来源：“上海市场监管公众号” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年01月13日

黄浦区荣获“2021中国领军智慧城区”奖

近日，在国家信息中心、IDG主办的第二十三届高交会智慧城市展-2021年度亚太智慧城市发展论坛中，黄浦区继2017、2018、2020年之后，再次被评为“中国领军智慧城区”。

2021年，黄浦聚焦经济、生活、治理三大领域数字化转型，突出场景牵引、强化数据赋能、加强开放合作、树立标杆示范，取得阶段性工作成效。信息基础设施能级全市领先、数

数字经济支柱功能不断增强、数字生活感受度持续优化、数字治理精细化水平明显提升，荣获“世界智慧城市大奖中国区复苏创新奖”“数字政府管理创新奖”等一批国家级、市级奖项，为打造上海国际数字之都核心引领区奠定坚实基础。

来源：“上海城市数字化转型网站” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 10 日

“长三角数字干线”建设在上海青浦区正式启动

1 月 16 日，“长三角数字干线”建设启动会在上海青浦区举行。“长三角数字干线”是指发端于上海市青浦区，以数字经济为本源，依托 G50 主干廊道，与沿线城市构建形成紧密合作的创新链和产业链，并共同推进生活数字化、治理数字化，协同打造一流新型基础设施的数字创新发展带。

据悉，长三角数字干线要打造经济数字化的“引力场”、生活数字化的“全息场”、治理数字化的“网络场”、生态数字化的“试验场”，在空间从中心到外围分为数字天元、数字三体、数字星座、数字星云四个层次，围绕数字要素的集散枢纽、数字空间的链接枢纽、数字产业的集群枢纽、数字场景的应用枢纽、数字一体的创新枢纽五大定位，相应塑造要素调配、基础支撑、服务交易、趋势导向和制度创新五大功能。

在建设步骤上，长三角数字干线将以两年为周期实施α版本、β版本和γ版本的“三步走”。在建设重点上，长三角数字干线聚焦完善信息基础设施、推动园区数字化转型、推进数字产业化、加快产业数字化、促进贸易数字化、打造数字化生活、深化数字化治理、构筑数字生态、加强区域数据合作等九个方面。青浦区将率先建设和引领长三角数字干线，着力打造“一条干线、五大支柱、十个基座、三条拓展带”，并分别在平台层、应用层、基础层三个层面开展十二项专项计划。

来源：“央广网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 17 日

上海市成功发放首笔数字人民币就业补贴

近日，浦东新区就业促进中心携手交通银行上海市分行、浦东新区沪东街道，成功向帮扶的就业困难人员发放了数字人民币就业补贴。据悉，这是上海市首次以数字人民币形式发放的就业补贴。

为有效推进数字人民币试点工作，浦东新区就业促进中心在市就业促进中心的指导下，采取市区联动、银企合作模式，通过广泛调研，在众多就业补贴类型中选择条件较为成熟的公益性岗位补贴和社保补贴先试先行。为保证试点工作的顺利推进，中心多次牵头召开与银行、相关街镇三方座谈会，面对面协调解决项目推进过程中涉及账户开设、拨付流程、技术支持等一系列问题，最终在沪东街道就业援助基地实现了首批就业补贴试点发放成功。

此次联动浦东新区沪东街道完成数字人民币对公钱包开立，并以数字人民币形式完成就业补贴发放，标志着数字人民币场景运用在沪取得新突破。本次试点发放的成功，为下阶段就业补贴资金监管提供了新路径，以数字人民币形式发放补贴资金，可通过智能合约的功能实现定向补贴发放，有效防范拨付终端可能存在的资金截留风险，通过全流程闭环管理，持续打造就业困难人员享受补贴的健康生态。

据了解，数字人民币是由中国人民银行发行的数字形式的法定货币，具有“支付即结算”的特性和便捷安全的特征，在助力我国数字经济发展、提升普惠金融发展水平、提高货币及支付体系运行效率等方面具有重要意义。

来源：《解放日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 10 日

全面推进上海零售行业数字化转型，百联集团与华为达成战略合作

1 月 6 日，拥有近 4000 家线下门店的百联集团与华为签署战略合作协议，百联集团将依托华为在基础网络、智慧园区、云计算、大数据、人工智能、机器视觉、智能协作和行业应用方面的业界领先水平，全面推进数字化转型。

据悉，百联集团和华为将充分发挥各自优势，围绕“企业整体数字化转型、集团数据治理、全渠道数字化变革、商业零售线下数字化场景打造、商业零售线下科技创新孵化、商业零售行业数字化能力构建和行业赋能，以及商业金融、商业资产、商业投资”等方面全面深入合作。

百联集团通过此次合作，将基本建成行业领先的“百联集团云”，为全面推进集团商业金融、商业资产和商业投资的数字化升级，打造面向未来的数字商业体夯实基础。

来源：“东方网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 07 日

上海驴妈妈集团与贵州省商务厅签署合作协议

1月7日，为积极推动“黔货出山”，让藏于贵州“深闺”中的优质特色产品走进了更多人的视野，贵州省商务厅与上海驴妈妈集团共同签署《贵州省商务厅与景域驴妈妈战略合作框架协议》。

双方将共同推动贵州优质特色产品向标准化、品牌化方向上发力，培育打造更多具有市场认可度的“黔货”“黔品”，打响“贵沪荟”品牌，让“贵字号”真正在上海及长三角地区，乃至全国优质农产品序列中取得自己的市场份额和角色地位，助推贵州一、二、三产融合高质量发展。

据悉，景域驴妈妈集团是中国旅游全产业链集团，以线上互联网服务、线下目的地规划设计、投资运营、网红旗舰店打造、IP化文创商品策划设计包装等核心业务，旗下拥有驴妈妈旅游网、奇创旅游规划集团、景域景区运营集团、驴妈妈风旅阁、景域营销集团、景域智能科技有限公司等。2012年至今连续10年位列“中国旅游集团20强”，是“上海市百强企业”“在线新经济（上海）50强”“全球独角兽企业”“中国互联网百强企业”、国家高新技术企业、贸易型总部企业。

来源：《贵州日报》2022年01月07日

直播推动跨境贸易更快更好发展

近年来，我国新平台、新业态、新模式不断发展，“直播带货”成为中国跨境贸易发展的出入口。据统计，自2020年以来，包括俄罗斯、韩国、马来西亚、新加坡、秘鲁、智利、西班牙、卢旺达、毛里求斯、南非、卢森堡、塞尔维亚、保加利亚、斯里兰卡在内，数十个国家的驻华大使和领事、参赞曾出境中国电商平台直播间，变身“好物推荐官”。此外，受疫情影响，中国外贸企业面临压力，借助直播获取订单和客户，已经成为越来越多外贸企业的新选择。

业内表示，直播带货通过直接与消费者互动，既拉近了商家与消费者的距离，也为商品赢得了销售机会。直播带货正在成为外贸新方式，推动跨境贸易进一步发展。得益于中国电子商务的快速发展，5G、智慧物流、大数据正在催生新业态、新平台和新模式，为中国消费驱动增长提供了坚实的支撑。

直播带货在跨境贸易领域发挥作用的同时，有关部门也要正确引导、促进新业态健康发展，避免出现虚假宣传、假冒伪劣、售后维权难等问题。对跨境直播带货而言，企业需要意识到，诚信经营不仅是企业商誉，更是一国信誉，诚信经营优质商品才能推动跨境贸易更快、更好发展。

来源：《人民日报海外版》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 06 日

2021 年我国电商物流需求保持较快增长

近日，中国物流与采购联合会发布了 2021 年 12 月份中国电商物流运行指数，数据为 108.8 点，比上月回落 0.7 个点。2021 年全年电商物流指数平均值为 110.3 点，比 2020 年提高 2.4 个点，接近 2019 年疫情前均值。

中国物流与采购联合会相关负责人表示，2021 年全年电商物流需求保持较快增长，总业务量指数和农村业务量指数平均值分别为 126.6 和 125.9 分别比 2020 年提高 3.4 和 7.6 个点。

来源：“人民网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 11 日

社区电商未来将成为补充型电商业态

日前，中国农业大学国家农业市场研究中心发布《社区电商发展研究报告--以阿里社区电商淘菜菜为例》显示，在居民消费持续升级、农产品上行加速、互联网与信息技术快速发展以及新冠疫情仍在全球持续蔓延的背景下，社区电商以其快速、便捷、成本低、维权高效等优势，在我国迅速发展，涌现出多种多样的运营模式，包括以多点 Dmall、永辉超市为典型代表的传统超市电商平台或电商平台代购配送模式，以多多买菜、十荟团为典型代表的“团长+社群”模式以及以淘菜菜、兴盛优选、美团优选为典型代表的“店长+社区”模式。

《报告》分析指出，社区电商作为一种新兴业态，正处于蓬勃发展时期。未来，社区电商的社会价值将优于行业规模，社区电商在中国电商生态中大概率将发展成为补充型电商业态，与现有电商体系的融合协同或将成为大趋势。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 06 日

数字藏品交易平台“淘派”正式上线

1月11日，由国产公链 Conflux 孵化的数字藏品交易平台“淘派”正式上线。用户可通过微信支付、支付宝、银行卡等支付形式，在该平台内购买入驻艺术家、品牌方或影视、动漫、游戏等 IP 发行的数字藏品 NFT。

来源：“界面新闻”2022年01月11日

跨境电商出海合规报告首度发布

1月12日，广东省贸促会首次发布了《跨境电商出海合规，促进外贸新业态发展》调研报告。这份报告经过近4个月的跟踪调研、企业访谈、问卷调查、专家咨询，采访了平台、卖家、第三方服务商、行业协会、律师、学者，触达100个跨境电商企业。

报告显示，疫情之下，跨境电商新业态已成为中国稳外贸的一大亮点和重要支撑，其中出口增速明显高于进口增速。从跨境电商依赖的平台来看，报告的问卷调查结果显示，亚马逊是最主流的跨境电商平台，有83%的卖家选择使用，远高于其他平台；独立站排名第二，有近四分之一（24%）的卖家选择使用。

报告显示，广东作为外贸大省，在跨境电商领域独领风骚，跨境电商创业氛围、政策支持力度引领全国。

报告提出，跨境电商企业未来在开拓海外市场上方面可重点关注“丝路电商”和 RCEP 实施打开的国际经贸新通道，带来跨境电商出口新兴市场机遇；同时，培育一批优秀海外仓企业，完善中国品牌全球服务网络；更鼓励跨境电商开展独立站业务，支持企业建立自主品牌，提升品牌国际影响力和竞争力。

来源：《羊城晚报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年01月13日

国内首个互联网货运平台安全运营规范团体标准正式发布

近日，中国交通运输协会发布了《互联网货运平台安全运营规范》（下称《规范》）团体标准，这是我国首个互联网货运安全团体标准，该团标将于2022年3月1日起正式实施。对于提高平台货运企业安全运营水平有着重要促进作用。

该《规范》规定了互联网货运平台安全运营的总体要求、平台安全功能、驾驶员与车辆审核、驾驶员安全管理、安全运营、风险管理与隐患排查、应急与处置、网络与信息安全管理、安全事故事件投诉处理、绩效评定与改进等共计 10 个方面 58 项条款，明确了互联网货运平台企业的安全运营管理标准。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 06 日

微信支持数字人民币支付

近日，数字人民币 APP 升级更新，微众银行（微信支付）数字人民币钱包上线，经前期多阶段可控试点后，腾讯开始为用户提供数字人民币服务。

用户实名开通微众银行（微信支付）数字人民币钱包后，可以使用数字人民币 APP 或微信进行支付。实名开通过户的微信支付“钱包”页面新增“数字人民币”入口，微信“收付款”页面新增“使用数字人民币付款”选项。通过微信扫一扫数字人民币收款码，或向商家出示微信的数字人民币付款码，用户就能便捷地支付数字人民币。

据了解，北京冬奥村计划于 1 月 27 日开村，数字人民币将在北京冬奥会的相关场景开展试点。腾讯为此将进一步探索数字人民币创新支付体验，助力智慧冬奥会顺利举办。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 06 日

京东成全国首批支持自营及第三方商家使用数字人民币企业

使用数字人民币网上购物虽然已经不是什么新鲜事，但此前基本都用于自营系列产品，第三方商家的产品鲜有支持。随着数字人民币试点场景的加速拓展，2022 年 1 月 7 日，京东创新实现了第三方商家接入数字人民币系统，成为全国首批支持自营+第三方商家使用数字人民币的企业，进一步丰富了京东生态内的数字人民币试点应用场景。

据了解，目前京东 App、京东金融 App、京喜 App、七鲜超市等线上线下场景均已接入数字人民币受理功能，京东聚合支付数万家线下商户也已具备数字人民币受理能力。京东收银硬件产品，如自助收银机、柜台收银设备、智能 POS 机、一体机、京东收银 SDK 等，均全线支持数字人民币支付。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 08 日

阿里明确中国数字商业板块组织架构，天猫淘宝大融合

1月6日，阿里巴巴集团中国数字商业板块分管总裁戴珊发布内部信，宣布原淘宝天猫业务的新组织架构。新架构将“全面聚焦用户体验、客户价值，消除惯性思维、鼓励机制创新”。其中，最受关注的调整是，在坚持淘宝、天猫双品牌运营的基础上，新设立产业运营及发展中心、平台策略中心、用户运营及发展中心。分别对应商家服务和商品运营、平台规则和治理、消费者体验这三个维度。

新设三大中心，意味着阿里电商最核心的淘宝和天猫两大业务在后台实现全面融合。此轮调整后，大淘宝将形成统一的平台机制，确保消费者的购物体验更简单顺畅，中小商家的发展和成长更具确定性。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022年01月07日

盒马 2022 年目标从单店盈利到全面盈利

日前，盒马 CEO 侯毅发布内部邮件表示，盒马已明确“多业态线上线下协同发展之路”，盒马鲜生从“线上发展为主，线下发展为辅”，升级为“线上线下共同发展”的双轮战略。目标是从现在的单店盈利，提升为全面盈利。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022年01月06日

美团外卖开通数字人民币支付通道

继数字人民币 APP 试点版正式上架各大应用市场之后，全国数字人民币试点城市居民在美团订外卖时已可通过数字人民币支付餐费。这是数字人民币在“衣食住行”民生场景上的再度拓展。

据美团相关人士介绍，当前已开通美团外卖场景的试点地区包括：北京市、上海市、深圳市、成都市、西安市、苏州市、长沙市、大连市、青岛市、雄安新区、张家口、海南省（海口市、三亚市、三沙市、儋州市、五指山市、文昌市、琼海市、万宁市、东方市）。

已开通美团买菜场景的试点地区包括北京市、上海市和深圳市。用户在添加数字人民币子钱包至美团后，即可用数字人民币支付日常的美团外卖订单，感受支付新体验同时，也能

享受数字人民币的全场景红包优惠。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 06 日

菜鸟首个保税直播间落户义乌综合保税区

1 月 6 日，菜鸟保税仓跨境直播联盟揭牌仪式在菜鸟义乌保税仓举行，标志着菜鸟全国首个保税仓直播“样板间”落户义乌综合保税区。据了解，菜鸟保税仓跨境直播联盟是通过联合菜鸟遍及全国各口岸、海关监管下保税仓、直播机构、跨境商家等三大群体，共同打造“物流保障、价格保障、进口保障”的跨境电商销售新模式。

目前该联盟覆盖义乌、杭州、武汉、广州、和郑州的五大菜鸟保税仓，可以向全国消费者提供覆盖上百个进口品牌的数万种进口好物。通过保税仓联盟构筑的销售新模式，消费者从保税仓直播下单的商品，平均 2-3 天即可收到货。

来源：《电商报》2022 年 01 月 06 日

拼多多启动“2022 多多新国潮”行动

日前，拼多多宣布正式启动“2022 多多新国潮”行动，同时联合美的、上海家化、立白、君乐宝、格兰仕、顾家家居、鸿星尔克、谭木匠、艾莱依、薇诺娜等百余家国产品牌共同上线首季“新国潮消费季”。用户打开拼多多 app，搜索“新国潮”“新国货”“多多新国潮”即可进入相关页面，一键下单新国货、新国潮产品。

“多多新国潮”的项目负责人表示，“多多新国潮”是平台的年度重点项目之一，首季消费季将从 1 月 15 日持续至 2 月底。在首季消费季期间，拼多多将至少投入 10 亿级别的流量资源对新国潮品牌进行专项扶持，百亿补贴也将对入围的品牌、商品进行全覆盖。

来源：《电商报》2022 年 01 月 16 日

小红书申请老红书商标获批

近日，小红书科技有限公司申请注册的“老红书”商标成功注册，商标国际分类涉通讯服务，注册公告日期为 2022 年 1 月 7 日。

来源：“中国网”2022 年 01 月 16 日

京东在荷兰开设两家机器人零售店 在欧洲市场挑战亚马逊

京东已在荷兰开设了两家实体零售店，并利用机器人来准备和递送包裹。这两家机器人零售店分别位于莱顿（Leiden）和鹿特丹（Rotterdam）两座城市，这也是京东首次在欧洲市场推出实体零售店，突显了该公司拓展国际市场的雄心。

据了解，购物者可以使用“Ochama”应用程序，订购从食品到美容和家居的各种产品，然后可以去零售店取货。在那里，自动设备和机械臂将完成接单和分类任务。

当购物者到达零售店后，只要扫描应用程序上的条形码，其订单商品就会通过传送带送到他们手中。当然，购物者也可以在家里等待送货。

分析人士称，京东此次进军欧洲市场，意味着将对美国电商巨头亚马逊构成挑战。亚马逊已经在美国和英国推出了自己的无收银员杂货店“Amazon Go”。

京东方面表示还计划在荷兰的阿姆斯特丹和乌得勒支（Utrecht）再开设两家门店。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 10 日

亚马逊全球开店中国发布 2022 年战略重点

1 月 11 日，亚马逊全球开店线上跨境峰会在上海举行，峰会上，亚马逊全球开店中国宣布进行品牌升级，提出助力出口跨境电商企业打造全球品牌的新主张--“共创全球品牌新格局”，并分享 2022 年战略重点，包括：支持卖家布局全球业务，实现多元化拓展；完善本地化服务，赋能卖家数字化转型；推动卖家打造全球品牌，创造长期价值。

据了解，亚马逊全球开店致力于帮助中国卖家发展出口业务、拓展全球市场、打造国际品牌。自 2015 年进入中国以来，数十万的中国卖家加入了该项目，包括亚马逊美国、加拿大、德国、英国、法国、意大利、西班牙、日本、墨西哥、澳大利亚、印度、阿联酋、沙特、新加坡、荷兰、瑞典、波兰在内的 17 大海外站点已向中国卖家全面开放。通过全球开店，中国卖家可将商品销售给亚马逊全球超过 3 亿的活跃用户，其中包括超过 2 亿的 Prime 会员用户，以及逾 500 万的亚马逊美国、欧洲和日本的商业采购客户。亚马逊遍布全球的 185 个运营中心可帮助中国卖家将产品销往世界 200 多个国家和地区。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 12 日

DHL 在华首个自建物流基地落户天津

日前，由德国邮政集团投资的 DHL 北方运营中心项目开工建设。据了解，该项目是 DHL 在中国首个直接投资、自主经营的实体项目，也是国际三大邮政快运公司在天津港保税区的首个自建物流基地。

据介绍，项目总投资 5.5 亿元，占地 11.7 万平方米，规划建设面积 14.4 万平方米，包括 4 座双层高标物流仓库、1 座单层高标物流仓库和 1 座综合办公楼，预计 2023 年 6 月投入运营。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 16 日

【政策法规】

国务院印发《“十四五”数字经济发展规划》

国务院日前印发《“十四五”数字经济发展规划》（以下简称《规划》），明确了“十四五”时期推动数字经济健康发展的指导思想、基本原则、发展目标、重点任务和保障措施。

《规划》明确坚持“创新引领、融合发展，应用牵引、数据赋能，公平竞争、安全有序，系统推进、协同高效”的原则。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。展望 2035 年，力争形成统一公平、竞争有序、成熟完备的数字经济现代市场体系，数字经济发展水平位居世界前列。

《规划》部署了八方面重点任务。一是优化升级数字基础设施。加快建设信息网络基础设施，推进云网协同和算网融合发展，有序推进基础设施智能升级。二是充分发挥数据要素作用。强化高质量数据要素供给，加快数据要素市场化流通，创新数据要素开发利用机制。三是大力推进产业数字化转型。加快企业数字化转型升级，全面深化重点行业、产业园区和集群数字化转型，培育转型支撑服务生态。四是加快推动数字产业化。增强关键技术创新能力，加快培育新业态新模式，营造繁荣有序的创新生态。五是持续提升公共服务数字化水平。提高“互联网+政务服务”效能，提升社会服务数字化普惠水平，推动数字城乡融合发展。六是健全完善数字经济治理体系。强化协同治理和监管机制，增强政府数字化治理能力，完

善多元共治新格局。七是着力强化数字经济安全体系。增强网络安全防护能力，提升数据安全保障水平，有效防范各类风险。八是有效拓展数字经济国际合作。加快贸易数字化发展，推动“数字丝绸之路”深入发展，构建良好国际合作环境。围绕八大任务，《规划》明确了信息网络基础设施优化升级等十一个专项工程。

《规划》从加强统筹协调和组织实施、加大资金支持力度、提升全民数字素养和技能、实施试点示范、强化监测评估等方面保障实施，确保目标任务落到实处。

来源：“新华社” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 13 日

上海市发布电子信息产业发展“十四五”规划

日前，上海市经济和信息化委员会发布《上海市电子信息产业发展“十四五”规划》（以下简称《规划》），《规划》提出上海与长三角各地产业协同发展，到 2025 年，初步建成具有全球影响力和竞争力的世界级电子信息产业集群。上海电子信息产业规模超过 2.2 万亿元，产业基本具备自主发展能力，技术创新策源能力和话语权明显提升。

在电子信息制造业方面，《规划》提出，要以集成电路为核心先导。着力推动集成电路自主创新与规模发展，形成国际一流、技术先进、产业链完整、配套完备的集成电路产业体系，为电子信息产业的持续创新发展夯实基础。优先发展基础支撑领域。聚焦下一代通信设备、新型显示、汽车电子等基础支撑领域，着力推动关键技术创新突破和产业链协同发展。大力推动终端创新。聚焦物联网、智能终端、智能传感、超高清视频、智慧健康养老等领域，不断完善行业发展生态。

在软件和服务业方面，《规划》提出，提升软件产业核心竞争力。继续巩固软件产业的优势地位，突破一批核心关键技术，填补一批国内空白，推出一批打破国际垄断的高端产品，全面促进软件产业高质量发展。推进信息服务模式创新。激发在线新经济赋能带动活力，加快发展新技术、新业态、新模式。壮大网络安全产业。推进技术攻关和制度创新双突破，聚焦技术创新、服务创新和应用创新，提升网络安全产业发展能级水平。

在前沿新兴领域方面，《规划》提出，要前瞻布局关键技术研发，夯实共性基础技术发展能力。提前布局 6G 网络体系架构创新与前瞻共性关键技术研究，重点开发面向卫星互联网、全面体验、无人驾驶、智慧工厂等应用场景的前沿产品。加强元宇宙底层核心技术基础能力的前瞻研发，推进深化感知交互的新型终端研制和系统化虚拟内容建设，探索行业应用。

来源：“人民网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 10 日

《移动互联网应用程序信息服务管理规定》公开征求意见

为了进一步规范移动互联网应用程序信息服务管理，国家网信办1月5日公布《移动互联网应用程序信息服务管理规定（征求意见稿）》，向社会公开征求意见。

征求意见稿提出，应用程序提供者不得通过虚假宣传、捆绑下载等行为，或者利用违法和不良信息诱导用户下载。

征求意见稿指出，应用程序为用户提供信息发布、即时通讯等服务的，应当对申请注册的用户进行基于手机号码、身份证件号码或者统一社会信用代码等方式的真实身份信息认证。用户不提供真实身份信息，或者冒用组织机构、他人身份信息进行虚假注册的，不得为其提供相关服务。

个人信息保护方面，征求意见稿要求从事应用程序个人信息处理活动应当遵循合法、正当、必要和诚信原则，采取必要措施保障个人信息安全，不得以任何理由强制要求用户同意非必要的个人信息处理行为，不得因用户不同意提供非必要个人信息，而拒绝用户使用其基本功能服务。

此外，根据征求意见稿，应用程序提供者应当坚持最有利于未成年人的原则，关注未成年人健康成长，履行未成年人网络保护各项义务，严格落实未成年用户账号实名注册和登录要求，不得以任何形式向未成年用户提供诱导其沉迷的相关产品和服务。

来源：“新华社”2022年01月06日

江苏省出台数字经济加速行动实施方案

日前，江苏省发布《江苏省数字经济加速行动实施方案》。《方案》明确，江苏将聚力打造形成数字基础设施一流，技术创新能力突出，产业生态体系完善，融合应用成效显著，新技术、新业态、新模式蓬勃发展的数字经济发展新格局。

根据《方案》，江苏省将实施新型数字基础设施加速升级、数字产业化加速领跑、产业数字化加速转型、产业生态加速优化、数据价值化加速探索、新业态新模式加速培育六大行动。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022年01月06日

【数据观察】

国家统计局：2021年全国网上零售额130884亿元

1月17日，国家统计局公布的数据显示，2021年，全国网上零售额130884亿元，比上年增长14.1%。其中，实物商品网上零售额108042亿元，增长12.0%，占社会消费品零售总额的比重为24.5%；在实物商品网上零售额中，吃类、穿类和用类商品分别增长17.8%、8.3%和12.5%。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022年01月18日

“十四五”国内贸易发展规划发布：2025年网上零售额达17万亿元左右

近日，商务部、国家发展改革委等22部门印发《“十四五”国内贸易发展规划》指出，“十四五”时期，要努力实现新技术新业态新模式蓬勃发展，流通数字化、网络化、智能化水平大幅提升，现代流通体系更加完善，实体商业加速转型，电子商务继续快速发展，到2025年，网上零售额达到17万亿元左右。

《规划》明确，开展电子商务创建示范和国家“网络市场监管与服务示范区”创建活动，推进电子商务创新发展，促进线上线下协调发展，培育一批创新引领、协调发展的电子商务主体，培育更多“小而美”网络品牌。加快推广无接触式交易、店仓一体、中央厨房+食材冷链配送等新模式，推动社交电商、直播电商等新业态健康发展。要规范发展平台经济，创新平台监管模式，督促平台企业承担商品质量责任，完善市场准入制度，强化反垄断和防止资本无序扩张，营造竞争有序、开放包容的发展环境。

商务部表示，近几年来，我国消费结构不断优化，流通现代化加快推进。从国内看，我国已进入新发展阶段，国内贸易高质量发展成为构建新发展格局的重要支撑。从行业发展看，数字经济引领技术变革和产业升级，将使国内贸易发展迎来新机遇。

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07日

商务部：跨境电商 5 年增长近 10 倍，2021 年继续保持两位数增长

1 月 13 日，商务部召开的例行新闻发布会，商务部新闻发言人束珏婷表示，近年来，我国外贸新业态蓬勃发展，持续创新。跨境电商 5 年增长近 10 倍，2021 年继续保持两位数增长。

束珏婷表示，下一步，商务部将扎实推进跨境电商综合试验区建设，会同有关部门做好新一批综试区扩围工作；培育一批优秀海外仓企业，完善便利服务各贸易市场的海外仓网络。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 14 日

海关总署：2021 年我国跨境电商进出口规模达 1.98 万亿元

1 月 14 日，国新办就 2021 年全年进出口情况举行发布会。海关总署新闻发言人、统计分析司司长李魁文表示，在新兴贸易业态方面，我国跨境电商规模迅速扩大，海关统计数据显示，2021 年我国跨境电商进出口规模达到 1.98 万亿元，增长 15%；其中出口 1.44 万亿元，增长 24.5%。

李魁文表示，我国跨境电商发挥在线营销、在线交易、无接触交付等特点优势，积极参与国际合作和竞争的新优势，进出口规模持续快速增长。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 14 日

工信部：2021 年智能语音市场规模增长 44%

在日前举行的中国智能语音产业发展高峰论坛上，工信部信息技术发展司副司长王建伟介绍，作为软件产业的重要组成部分，智能语音产业已步入快速发展的新阶段。近年来我国智能语音产业蓬勃发展，核心技术有所突破，目前语音识别准确率已达到 98%。

最新发布的《2020—2021 中国语音产业发展白皮书》显示，2020 年我国智能语音市场规模达到 217 亿元，同比增长 31%，2021 年可达到 285 亿元，同比增长 44%，有力带动产业数字化发展。

王建伟介绍，推动智能语音产业高质量发展，下一步工信部将开展三方面工作。一是鼓

励地方加快制定有利于促进智能语音技术与实体经济融合发展的产业政策。二是鼓励龙头企业、科研机构联合开展技术攻关，进一步提升语音识别、合成、交互和语音芯片等技术水平，并建设国家级检验检测等公共服务平台，为产业发展提供有力支撑。三是不断拓展应用场景，加速语音技术在智能制造、智能家居、智慧医疗、教育养老等领域的融合应用。

来源：《人民日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 06 日

国家邮政局：2021 年全国快递服务企业业务量累计完成 1083.0 亿件

1 月 14 日，国家邮政局公布 2021 年邮政行业运行情况。数据显示，2021 年，全国快递服务企业业务量累计完成 1083.0 亿件，同比增长 29.9%；业务收入累计完成 10332.3 亿元，同比增长 17.5%。其中，同城业务量累计完成 141.1 亿件，同比增长 16.0%；异地业务量累计完成 920.8 亿件，同比增长 32.8%；国际/港澳台业务量累计完成 21.0 亿件，同比增长 14.6%。

来源：“国家邮政局官网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 15 日

交通运输部：全国共有 258 家网约车平台取得经营许可

1 月 11 日，交通运输部官微发布消息，根据全国网约车监管信息交互平台统计，截至 2021 年 12 月 31 日，全国共有 258 家网约车平台公司取得网约车平台经营许可，环比增加 3 家；各地共发放网约车驾驶员证 394.8 万本、车辆运输证 155.8 万本，环比分别增长 2.2%、3.9%。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 11 日

国家广电总局：已清理 38.39 万个违规短视频账号

1 月 11 日，国家广播电视总局网站刊发消息称，国家广播电视总局开展短视频专项治理取得实效。持续清理违规账号 38.39 万个，违规短视频节目 102.40 万条，一大批“伪正能量”节目等内容得到清理。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 11 日

上海市首批 21 家数字景区出炉

日前，中共一大纪念馆、上海科技馆、东方明珠广播电视塔等 21 家单位经评定成为首批上海市数字景区。上海市正以推动数字景区建设为抓手之一，全面推进文旅数字化转型。

据上海市文化旅游局介绍，数字景区是综合运用物联网、大数据、云计算、人工智能等信息技术，建立有效统一的管理、服务、营销等信息系统，实现旅游要素数字化、运营管理智慧化、旅游服务个性化，以提升景区游客体验度和满意度，实现可持续发展的一类景区。

据了解，首批入选上海市数字景区的 21 家单位分别是：上海科技馆、东方明珠广播电视塔、上海野生动物园、中国共产党第一次全国代表大会纪念馆、中共二大会址纪念馆、中共四大纪念馆、上海海昌海洋公园、上海长风海洋世界、上海之巅观光厅、上海玻璃博物馆、上海古猗园、上海世茂精灵之城主题乐园、上海田子坊景区、上海顾村公园景区、上海龙华烈士陵园、上海金山嘴渔村、上海广富林文化遗址、上海金山城市沙滩景区、上海青少年校外活动营地——东方绿洲、上海七宝古镇和上海共青森林公园。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 06 日

2021 年上海市快递业务量累计完成 37.4 亿件 同比增长 11.2%

1 月 17 日，上海市邮政管理局发布的数据显示，2021 年上海全市快递服务企业业务量累计完成 37.4 亿件，同比增长 11.2%。收入方面，2021 年全市快递服务企业业务收入累计完成 1715.8 亿元，同比增长 20.1%。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 18 日

上海数据核心企业逾千家，核心产业规模 2300 亿元

《上海市数据条例》已于今年 1 月 1 日生效。《上海市数据条例》的生效和落实，一方面将为上海全面激发数据要素活力按下“加速键”，另一方面也将给全面推进城市数字化转型系好“安全带”。

从 1 月 12 日举行的市政府新闻发布会获悉，上海数据要素市场一直处于全国第一梯队，

全市数据核心企业突破 1000 家，核心产业规模达 2300 亿元，复合增长率、数据流通活跃度、流通交易规模全国领先。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 13 日

上海 14 个案例入选 2021 年工业互联网平台创新领航应用案例

近日，工业和信息化部公布了 2021 年工业互联网平台创新领航应用案例名单，全国共有 140 个应用案例入选。上海此次有 14 个案例入选，占全国总数十分之一，居全国前列。

其中，上海宝信软件股份有限公司、上海致景信息科技有限公司、海尔数字科技（上海）有限公司、安托集团有限公司、同济大学等上海工业互联网优秀服务商积极“走出去”，对外赋能打造了 6 个典型应用案例。

上海航空工业（集团）有限公司、上海华谊信息技术有限公司、上海电气集团数字科技有限公司、上海程析智能科技有限公司、欧冶工业品股份有限公司、上海微创数微医疗科技有限公司等优秀服务商则深耕本地市场，联合上海企业共同打造了 8 个典型应用案例。

来源：“上海经信委微信公众号” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 11 日

数字人民币 app 下载量超 2000 万

华为、小米、OPPO、VIVO 等多个主流手机 app 商城数据显示，数字人民币(试点版)app 下载量已超过 2000 万次。据悉，冬奥会期间，境内外消费者可根据自身习惯及使用偏好自主选择数字人民币 App 或数字人民币硬件钱包。而在数字人民币 App 中，“贴一贴”功能能让软硬钱包“互联”，在手机上管理硬件钱包，数字人民币 app 不仅可读取加载了数字人民币硬件钱包的设备，还可对硬件钱包进行支付密码设置、充值、余额与交易明细查询、兑出等。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 18 日

2021 年，我国共注册 506 万家电商相关企业，创历史新高

网上零售额增长的背后是电商企业的蓬勃发展。根据天眼查数据显示，我国目前有超 900

万家状态为存续、在业、迁入、迁出的电商相关企业，其中超半数企业成立在 1 年以内，2021 年，我国共注册 506 万家电商相关企业，创下历史新高。

从地区分布来看，福建省电商相关企业数量排名第一，拥有超 159 万家；广东省、浙江省分别位居二、三位，企业数量分别为 136 万余家、92 万余家。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 18 日

短视频审核出新规 列出 21 类 100 条具体“红线”

目前，短视频已融入人们日常生活的方方面面，如何对其有效监管、避免“野蛮生长”成为一道必答题。中国网络视听节目服务协会日前发布《网络短视频内容审核标准细则》（2021）（以下简称 2021 版《细则》），列出 21 类 100 条具体“红线”。

业内人士分析，针对备受公众关注的短视频泛娱乐化、低俗庸俗媚俗，以及泛娱乐化恶化舆论生态、利用未成年人制作不良节目、违规传播广播电视和网络视听节目片段、未经批准擅自引进播出境外节目等典型突出问题，2021 版《细则》为各短视频平台一线审核人员提供了更为具体和明确的工作指引。

来源：《人民日报海外版》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 06 日

天猫国际预测 2022 年跨境电商六大进口消费趋势

1 月 6 日，今日，天猫国际联合第一财经商业数据中心（CBNData）发布趋势前瞻报告，精准护肤、以油护体、情绪香氛、零食化养生、轻运动穿搭、低敏育儿成 2022 年六大进口消费新趋势。

数据显示，中国跨境消费用户已达近 3 亿，疫情中快速恢复的国内市场展现出强大的内需潜力，跨境电商新业态持续吸引海外新品牌、新品入华。过去三年来，天猫国际海外品牌数增长翻倍，消费人群上 95 后、00 后增速最快。

截至目前共有全球 87 个国家和地区的 29000 多个海外品牌入驻天猫国际，覆盖了 5800 多个品类，其中 8 成以上品牌首次入华。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 07 日

跨境网购 Z 世代和千禧一代退货率最低

根据直营电商公司 eShopWorld 的调查，在跨境网购退货热潮中，Z 世代和千禧一代最不可能退回不满意的产品。在跨境网购中，60% 的 Z 世代和千禧一代用户即使购买到不满意的商品，也不会选择退货。

根据该公司对全球 5000 名消费者的调查显示，导致 Z 世代和千禧一代不退货的原因：一、退货不方便；二、运费过高；三、对环境不友好。

据了解，“Z 世代”是指 1995—2009 年间出生的一代人，他们受数字信息技术、即时通信设备、智能手机产品等影响比较大，

来源：“亿恩网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 13 日

2021 中国互联网广告收入 阿里、字节、腾讯居前三

1 月 13 日，《2021 中国互联网广告数据报告》发布。《报告》显示，2021 年是我国互联网行业受益于内生需求的增长，实现了广告收入 5,435 亿人民币（不含港澳台地区），同比增长 9.32%，增幅较上年减缓了 4.53 个百分点；互联网营销市场规模约为 6,173 亿人民币，较上年增长 12.36%，广告与营销市场规模合计约为 11,608 亿元，较上年增长 11.01%。

《报告》显示，2021 年中国互联网广告市场集中度较去年不降反升，前十企业的市场份额占比反弹至 94.85%，而前四企业的市场份额占比则进一步提升至 78.2%。阿里巴巴、字节跳动、腾讯的广告收入在前三的位置，百度广告收入在经历上年下滑后，2021 年恢复增长，保持了第四的位置；第五至第十位依次是京东、美团点评、快手、小米、微博、拼多多。

来源：《中国经济周刊》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 14 日

胡润中国民营企业可持续发展百强榜：阿里腾讯进前十

1 月 10 日，胡润研究院发布《2021 胡润中国民营企业可持续发展百强榜》，列出了 100 家最符合联合国 17 个可持续发展目标的中国民营企业。其中，以阿里巴巴、腾讯为代表的大众网络服务行业共有 10 家企业入榜，阿里巴巴、腾讯分别位列《2021 胡润中国民营企业可持续发展百强榜》第七、第八。来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 10 日

2021 年中国民营物流企业 50 强顺丰位居榜首

日前，中国物流与采购联合会发布“2021 年度中国物流企业 50 强”、“民营物流企业 50 强”其中，顺丰控股股份有限公司以约 1517 亿元的物流业务收入在 50 强物流企业榜单中排名第三，在民营 50 强物流企业榜单中排名第一。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 08 日

2021 年微信小程序日均用户 4.5 亿

1 月 6 日，微信小程序相关负责人曾鸣表示，2021 年每天有 4.5 亿人使用小程序，同比增长 32%，小程序支付用户增长 80%，客单价同比大幅提升。变现规模增长 90%，其中，90% 的增长来自中小商家。去年累计超过 7 亿用户使用小程序用于医疗服务，每天有超过 1 亿用户用小程序享受政务服务，微信小程序生态趋于健康，

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 06 日

饿了么计划 2022 年发放 100000 顶智能头盔

近日，饿了么在上海等城市试点智能头盔，计划今年在全国发放超 100000 顶。据介绍，这款头盔的设计采纳了众多骑士的建议，最受欢迎的功能是通过语音指令进行接单操作。为了提升语音识别的准确度，智能头盔搭载了独立降噪控制芯片，降低环境噪音后可以使语音识别更为精准。除了普通话外，智能头盔还能够识别如东北话、广东话等多种方言。

目前，饿了么正在测试将智能头盔与骑士接单软件互联互通，扩展出更多功能。饿了么骑士运营部负责人陈艳霞表示，提升安全是我们打造这款头盔的核心目的。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 12 日

2021 年全球应用下载量达 2300 亿次

根据 App Annie 发布的《State of Mobile 2022》报告，2021 年的全球应用总下载量达到

2300 亿次，刷新历史纪录。此外，消费者在移动应用上的支出达到 1700 亿美元，同比增长了 19%。

报告指出，此次增长主要由印度、及巴基斯坦、秘鲁、菲律宾、越南、印度尼西亚和埃及等新兴市场推动。下载量排名前三的是中国、印度和美国。

2021 年，消费者在应用程序中花费的平均时间超过了 4 小时 48 分钟，比 2019 年增长了 30%。在全球下载量方面，TikTok 在 2021 年位居榜首，其次是 Instagram 和 Facebook。

来源：“亿恩网” 2022 年 01 月 13 日

2021 年美国有 75% 的人在网上购物

近日，全球综合数据资料库 Statista 发布了《2021 年美国消费者报告》，《报告》中对美国电商市场的成熟度、交付偏好和不断变化的购物习惯进行了探讨。

《报告》显示，美国网购渗透率超 7 成，大多数美国人乐于在线购物，2021 年美国有 75% 的人在网上购物，高于全球平均水平，并且领先于整个北美国家的网购用户百分比。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 13 日

意大利 45% 的人最喜欢在电商平台购物

根据在线购物平台 Mirakl 对 1000 名意大利消费者的最新调查显示，在意大利，电商平台是 45% 的人最喜欢的网购目的地，47% 的受访者表示，在过去 12 个月里，电商平台的使用有所增加。

值得注意的是，自疫情初期以来，意大利的电商平台采用情况一直保持稳定。2019 年，52% 的人说他们“经常”或“完全”在电商平台上网购，而 2020 年这一比例上升到 67%，2021 年稳定在 66%，是欧洲国家中最高的比例，仅次于西班牙（61%）、德国（56%）、英国（52%）、法国（43%），并远远高于全球平均水平的 57%。

对意大利人来说，拥有第三方卖家的电商平台比传统电商更能满足他们的需求，因为传统电商通常提供单一零售商的产品。在未来，几乎所有的意大利消费者（97%）都希望更多地使用电商平台。

来源：“互联网经济观察” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 01 月 15 日

韩国食品馆 2021 年“双 11”销售额创天猫国家旗舰店之最

据韩联社报道，韩国农水产食品流通公社 1 月 10 日表示，入驻中国电商平台天猫的韩国食品官方旗舰店在 2021 年双十一购物狂欢节期间（11 月 1 日至 11 日）销售额和增长率创下该平台国家官方旗舰店之最。

韩国农水产食品流通公社方面表示，80 后、90 后、00 后等中国消费主力人群在韩国食品官方旗舰店的顾客中占比 87%。

据介绍，韩国食品官方旗舰店是由韩国农水食品流通公社和农林畜产食品部于 2020 年 11 月在天猫开设的直营网店。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 01 月 11 日

【专家视点】

展望 2022 平台经济将与实体经济深度融合

“十四五”规划和 2035 年远景目标纲要的“加快数字化发展 建设数字中国”篇提出，“促进共享经济、平台经济健康发展”。展望 2022 年，高质量发展、互联互通、社会责任，将成平台经济发展关键词。

业界普遍认为，平台经济未来的成长空间转向更扎实的价值创造，与实体经济深度融合，发挥数字化优势赋能传统产业，提高生产效率，降低全社会流通成本，是平台经济在规范发展中二次腾飞，构筑全新国家竞争优势的必由之路。

推进高质量发展

2021 年以来，有关部门密集出台一系列新监管措施，尤其是在互联网、校外培训整顿方面下了“猛药”。在防范资本无序扩张、反垄断、数据安全、隐私保护等监管要求下，互联网行业告别野蛮生长阶段。

强监管下，“阵痛”不可避免，但更多的是机遇。展望 2022 年，平台企业更强调发展质量。中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林认为，平台经济未来的发展趋势将有所不同，行业内部分化将会明显。面对未来，互联网企业必须跳出流量红海之争，积极寻求新的发展方式，不断提升创新研发能力，打开“第二增长曲线”。平台经济前期依靠平台流

量带动增长量，后期则靠提效率带动增长量，未来是平台发展的崭新时期，将给经济提供新的增长动能。

互联互通添活力

寻求高质量发展，“网络孤岛”必须打破。此前，互联网两大国民级应用长期处于隔离状态，淘宝购物不能使用微信支付，微信中也不能分享淘宝链接，而只能分享淘口令。2021年下半年以来，打破互联网上彼此隔绝的呼声越来越高。

在国家政策扶持及转型发展的背景下，互联互通已经成为新基础设施实现公平、便捷、普惠的重要抓手。中国财政学会副会长兼秘书长贾康表示，找到可行方式拆除壁垒，受益的将是广大用户：消费者可以最小限度地上传各种个人信息，便利地在不同平台之间切换使用不同的服务；小微企业可以整合自身在不同平台的资源，全面统筹生意，降本增效。

百度集团执行副总裁沈抖表示，互联互通不应只是平台信息和内容之间的互联，更要让技术与生态互通。这样才能真正提升互联网创新活力，进而助推整个产业和大众生活的升级。互联互通将是整个移动互联网面向未来十年的重大机会，互联让互联网重回早期开放状态，互通则让互联网企业之间、互联网企业与传统企业之间真正协同起来，互通有无，技术赋能，生态扶持，共同分享数字化、智能化的科技红利，带来更多乘数效应，做大整体蛋糕。

履行好社会责任

快手创始人、董事长宿华表示，互联网发展至今，短视频直播平台正在与实体经济、各行各业深度融合，一方面提高了网络公共文化服务供给的普惠性和便捷性；另一方面催生出新业态、新模式，促进传统行业转型升级，迸发出更大的经济潜能与社会价值。快手发起的“幸福乡村带头人计划”是国内首个关注乡村创业者的互联网企业社会责任项目，现已发展成为国内首个乡村创业者成长孵化器和乡村产业加速器。

阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官张勇表示，平台经济最大的价值，在于成就他人的同时自身也获得健康成长。只有更普惠、更公平、更规范、更包容，让更多人和更多中小企业参与其中，平台经济才会真正和持续地发展好。

腾讯董事会主席兼首席执行官马化腾认为，推进高质量发展，平台企业须履行好社会责任。传统产业在数字化升级过程中，会带来价值链重组，一旦失控，可能导致资本与新商业模式对原有业态的从业者造成冲击。互联网企业尤其是平台企业，应该秉持科技向善的理念，践行技术伦理规则，将发展置于安全底线之上。

来源：《经济日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年01月11日

社交电商：“创”出高质量

互联网快速发展下，传统电商红利渐薄，社交电商反而成为新的行业风口。2021年以来，社交电商行业发展呈现出新走向，创新驱动成为社交电商进一步发展的新路径。

加速进入调整期

受新冠肺炎疫情冲击，线下零售受到压制，社交电商所呈现的优势正得到彰显，在全球范围内兴起并呈迅速发展之势。

业内专家表示，中国拥有巨大的消费市场、先进的供应链优势和持续创新的技术能力，中国社交电商、直播电商增长飞快，有机会在全球占据引领地位。

不过，分析人士指出，中国的社交电商不仅在发展时间和规模等方面领先国外，而且调整也在加快。总体来说，2021年社交电商发展呈现三大特点：一是苏宁等零售企业和传统电商平台加速进入社交电商；二是部分社交电商平台获得融资，快速成长；三是行业内的洗牌加快，一些未能适应市场变化，甚至利用平台从事传销等非法活动的社交电商平台被淘汰。

网经社电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师莫岱青在接受国际商报记者采访时直言，社交电商行业已经进入洗牌调整期。从增速来看，2016年增长率高达98.19%，2019年同比增长71.71%，2020年仅增长11.62%，呈极速下滑态势，2021年预计略有回升，但社交电商总体增速趋于平缓。社交电商已经走过高峰，将通过行业调整进入平稳发展阶段。

创新驱动是必经之路

莫岱青认为，在这种激烈竞争的局面下，中小社交电商自然无以为继，“丛林法则”导致优胜劣汰，社交电商更需要找到适合的发展模式来提升‘造血能力’，模式转变与创新驱动会是主导社交电商发展的新命题。中国社交电商经过多年积累加快进入下半场。各个社交电商平台将面临洗牌，只有通过模式转变与创新驱动，才能实现更有质量的发展，进而在全球发挥更加明显的引领作用。

商务部2021年9月份印发的《关于进一步做好当前商务领域促消费重点工作的通知》强调，要促进线上消费健康发展。其中明确提到要推动社交电商等新业态新模式规范健康持续发展，引导企业运用大数据等技术开展个性化定制、柔性化生产，培育更多“小而美”的网络品牌。开展生活服务数字化赋能行动，加快促进生活服务业上云上云。

来源：“中国商务新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年01月11日

【悦读电商】



跨境电商业务一本通

内容简介

随着跨境电子商务的崛起，企业应转变理念、创新业务模式、保持竞争优势、破解发展困局，真正实现外贸转型升级。虽然以淘宝为代表的国内电子商务已相对普及，可跨境电商到底还算新事物，它要求商家熟悉海外市场、用外语进行商品介绍、掌控跨境物流、精通跨境结算等。以上这些要求，不但会使原有商家面临新问题，而且会使新商家无从下手。

为了帮助企业及个人创业者做好跨境电商业务，本书以实操指导的方式，以适合新手入门的速卖通为主要讲解平台，由浅入深地介绍了从事跨境电商的知识和速卖通平台运营技巧，并结合 eBay、Wish 平台各自在市场状况、客户来源、业务模式、运营规则与要求等特点进行了深入分析。



电子商务客户关系管理

内容简介

本书系统阐述了电子商务客户关系管理的基本概念和基本理论，从核心内容角度分析了电子商务客户信息管理、电子商务客户满意度管理、电子商务客户忠诚度管理、电子商务客户服务管理的内容和实施方法；从实践角度分析了电子商务客户关系管理系统的构建和电子商务客户呼叫中心的建设；从企业应用角度分析了 CRM、ERP、SCM 三者的集成技术。

本书内容翔实、结构合理，注重理论与实践相结合，并配有生动的案例，有助于读者对知识的理解。

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