

电子商务动态

● 行业资讯

- 国家邮政局:推动行业由“互联网+”向“智能+”蜕变跃升.....2
- 上海市场监管部门向电商企业提出八方面合规要求 规范“双十一”促销行为.....2
- 上海推进邮政快递国际枢纽中心建设 将落地电商物流中心.....3
- 探索以虚强实新玩法,沪上老字号抢搭数字经济快车.....4
- 消费需求回暖 电商物流市场回升明显.....6
- 德国消费者跨境购物最喜欢中国商品.....11

● 政策法规

- 《智慧物流服务指南》国家标准发布.....12
- 《上海市制造业数字化转型实施方案》正式印发.....12

● 数据观察

- 国家邮政局:9 月中国快递发展指数为 353.1 环比提升 13.5%.....13
- 上海 2021 年电商交易额达 3.24 万亿元 网络购物交易额 1.32 万亿元.....14
- 今年上半年上海跨境电商进出口 779.7 亿元,增长超 4 成.....14
- eBay 全球 Top100 卖家中 11 位来自中国.....16
- 欧洲跨境电商市场去年营业额超 1400 亿欧元.....16
- 2022 年印度网购人群将跃居全球第二.....18

● 专家视点

- 跨境电商培育外贸新增长点.....19
- 多国媒体刊文:中国数字经济发展造福全球.....21

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】

国家邮政局：推动行业由“互联网+”向“智能+”蜕变跃升

10月9日是第53届世界邮政日，国家邮政局局长赵冲久在世界邮政日的致辞中介绍，我国将大力发展智慧邮政和智慧快递，加快推动行业由“互联网+”向“智能+”蜕变跃升。

赵冲久表示，当前，我国邮政业进入了年快递件量过千亿件、年快递收入上万亿元的新阶段。下一阶段，国家邮政局将推动“绿色邮政”融入美丽中国建设中，积极构建与绿色理念相适应的法律、标准、政策体系，持续优化运输结构，加快推进快递包装减量化、标准化、循环化。

来源：“新华网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年10月09日

上海市场监管部门向电商企业提出八方面合规要求 规范“双十一”促销行为

10月11日，上海市市场监管局提前开展行政指导，召集本市重点电子商务企业，就“双十一”网络集中促销活动进行合规指导。

上海市市场监管局通过梳理近年来在网络集中促销监测监管中发现的虚假促销诱导消费者、夸大商品功能、普通美妆个护产品宣传医疗功效等多发、易发问题，制定发布了《“双十一”网络集中促销合规指导书（2022）》，向电子商务企业提出八方面合规要求：

1.促销规则要更加透明、简单易懂：加强促销方案的事前审查，不玩“促销套路”，促销规则简单明了。禁止采取“虚假打折”“虚假标价”、不履行价格承诺等违法方式开展促销。

2.做好“亮照、亮证、亮规则”工作：加强对平台内经营者的管理和服務，落实各项审查核验义务，引导其依法履行主体资质、交易规则等信息公示义务，规范有序开展促销活动。

3.禁止虚假宣传和发布违法广告：加大平台内部广告审核力度，不借重大活动进行商业营销炒作，杜绝虚假宣传、低俗广告。加强对直播促销行为的管理力度，重点规制假人气、假优惠、假商品等直播乱象。

4.严格禁止不正当竞争行为：不得强制入驻商户“二选一”。不得存在“虚拟中奖”“内定中奖”等虚假促销行为。不得通过虚假交易、刷单炒信、虚假评价等不正当竞争违法行为

提高虚假销量。

5.加强食品安全监管：强化食品安全责任，建立健全食品安全管理制度，杜绝销售过期食品、含金银箔粉食品、非法添加食品等违法行为。

6.不得销售假冒伪劣商品：加强知识产权保护，严格执行问题商品处置规则。对销售的假冒伪劣商品及时采取禁限措施。加强对第五届进博会期间相关商品的质量管控力度。

7.禁止销售禁限售商品：加强信息发布审核和实时巡查，及时下架涉军、“专供”“特供”商品、窃听窃照设备、非法手机信号放大器、非法定位器以及各类重大活动相关的“纪念币”“纪念章”等违法违规产品。

8.做好网络交易纠纷的化解工作：建立便捷、高效的投诉受理、处理和反馈机制，对消费者的合理诉求不得推诿拖延。针对疫情期间的特殊情况，做好物流保障应急预案，完善内部审查机制，妥善处理好因疫情造成的物流纠纷。

来源：“彭拜新闻” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 12 日

上海推进邮政快递国际枢纽中心建设 将落地电商物流中心

日前，在上海市邮政管理局推动下，浦东局、祝桥镇联合组织召开了上海邮政快递国际枢纽中心建设项目洽谈会，推动上海邮政快递国际枢纽中心建设。会上，邮政、顺丰、韵达等 3 家品牌企业投资规划负责人介绍了打造智慧航空物流中心项目方案，就如何实现相关核心业务落地祝桥进行了汇报。

项目建成后，将围绕项目定位，落地航空物流分拨中心、冷链及物流中心、电商物流中心、现代供应链中心和供应链金融中心“五位一体”的业务板块。此外，随着浦东综合交通枢纽项目发布，浦东将完善国际多式联运集疏运体系，成为紧密联接长三角的世界级交通枢纽。

据悉，下一步，浦东局将密切与祝桥镇联系，督促企业跟踪项目落实，不断推进上海邮政快递国际枢纽中心建设。

除推进邮政快递国际枢纽中心建设外，上海还加快推进农村寄递物流体系建设。中国邮政集团有限公司上海市分公司与顺丰、圆通、申通、中通、韵达、德邦、极兔等 7 家民营品牌快递企业签订了框架协议，推动“邮快合作”。

来源：“上海市邮政管理局” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 06 日

探索以虚强实新玩法，沪上老字号抢搭数字经济快车

今年8月以来，沪上老字号频频抢搭数字经济快车，探索全新社交玩法。继回力鞋在B站首发“回力 DESIGN-元年”数字资产后，华山路263弄上海老字号品牌馆也在近日开幕并发布其数字资产，在9月30日开馆当日10时，免费发行263份数字资产——“华山263老字号品牌馆开馆珍藏”，抢到数字资产的用户可获得线下参观权益，其中编号前50位还可领取老字号品牌线下权益包。

事实上，还有更多老字号蠢蠢欲动。为此，上海数据交易所提前铺路，专门设立数字资产交易板块。对于数字资产的发行，上海数据交易所是关键角色，并立下诸多规矩。比如，为避免数字资产违背承诺虚发或增发，上海数交所首创“发行与备案登记相分离”原则。在上海数交所官网“数字资产”板块，可查询到回力数字资产的区块链信息，资产一旦上链便无法篡改，也保证其不可复制性和稀缺性。

上海数交所还明确，四类数字资产不得上市，即底层商品为金融资产的不上市、无明确经济价值的不上市、数字资产产权不清晰的不上市、不符合国家法律法规的不上市。

上海数交所总经理汤奇峰介绍，现阶段，可交易的数字资产分为六类，包括文博衍生、数字文创、消费场景、品牌营销、产业应用、数据知识产权。“回力 DESIGN-元年”就属“品牌营销”类，老字号品牌馆的数字资产则为“消费场景”类。

据了解，今年7月，上海制定并发布元宇宙产业发展行动方案，要以虚强实，推动元宇宙更好赋能经济、生活、治理数字化转型，力争到2025年产业规模达3500亿元。方案还提及“在上海数据交易所试点开设数字资产交易板块”。方案出台不足三月，回力、老字号品牌馆、上海信投、观澜论坛等4项数字资产就已登记在上海数交所。

上海市经信委相关负责人表示，数字资产板块的设立，有望激发市场主体在新经济领域的创新活力——传统老字号转眼有了数字资产创作者、发行方的新身份，他们手握IP，就能与泡泡玛特、茶颜悦色、永璞咖啡等新国潮品牌一起，在数字经济新赛道同步起跑。

来源：《解放日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年10月15日

2022 上海“产业 Web3.0”应用创新大赛正式启动

我国《“十四五”数字经济发展规划》明确指出要打造数字经济的新优势，催生新产业

新业态新模式，壮大经济发展新引擎，并赋能传统产业转型升级。Web3.0 是依托区块链技术打造全链路可信的价值互联网，实现身份、数据、资产以及规则全链路可信，有望成为数字经济发展的新型基础设施，目前已在金融、文创、社交等领域受到了诸多创新企业的追捧。上海市将 Web3.0 视为“第三代万维网”，《上海市数字经济发展“十四五”规划》明确指出要加强 Web3.0 网络新型基础设施部署、技术研发和应用创新，打造面向未来的网络生态。

10 月 8 日，上海市经济和信息化委员会、上海虹桥国际中央商务区管理委员会指导，上海市科创教育指导委员会、上海市教育学会、上海虹字数智技术有限公司联合主办的 2022 上海“产业 Web3.0”应用创新大赛正式拉开帷幕。

据介绍，大赛以“链接价值、数赋产业”为主题，结合数字经济产业需求，设立金融科技、航运科技、数字 IP、数字文旅、通用赛道等五大赛道，面向所有高校学生及企业人士征集作品。大赛旨在深化科教结合、产教融合，坚持以人促产、以产促学，赋能传统产业转型升级，同时为产业侧选拔优秀的科技创新人才。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 08 日

耐克全球数字化潮店 NIKE STYLE 落地上海

日前，中国首家 Nike Style 零售概念店——NIKE 淮海潮流体验店在上海亮相。记者获悉，这家新店是耐克今年 7 月启动在华加速数字化转型之后的首家全新零售概念店，店内提供全面数字化连接的服务和体验，将对运动零售概念进行再定义，打造贴合中国潮流消费者需求的“数字化潮店”。

数字零售体验则是店内一大特色，消费者可以通过小程序预约特色服务和体验，如申请“一对一”耐克专家营服务、参与拼配实验室手工坊活动等。通过微信号的直播则能令消费者获取店铺最新潮流单品，获取线上购物体验。

来源：《新民晚报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 06 日

京东商城上线“爱购上海”专区

京东商城近日上线“爱购上海”专区，上海消费者可通过点击京东 App 首页右上角或搜索“爱购上海”进入活动页面，在购买指定商品时选择云闪付或微信支付结算，即可使用“爱

购上海”消费券，享受满减抵扣。

据悉，此前，上海市民已迎来第二轮“爱购上海”电子消费券发放，并在国庆假期享受到诸多优惠。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 09 日

盒马邻里业务收缩 全国仅保留上海

日前，盒马邻里业务关闭了杭州、南京两城，全国仅保留上海大本营。此前，盒马邻里已相继关闭了广州、深圳、苏州、北京、西安、成都、武汉等城市的所有门店。

据了解，盒马邻里与社区团购业务有几分相似，模式都是当日下单，次日自提。作为盒马核心战略业务之一，盒马邻里更重要的作用是作为盒马鲜生大店在城郊的补充，主攻下沉市场的需求和拓展。

2021 年 7 月，盒马推出盒马邻里，当时阿里巴巴副总裁、盒马鲜生创始人兼 CEO 侯毅曾向媒体表示：“盒马邻里将是未来十年，盒马最重要的业务！”

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

消费需求回暖 电商物流市场回升明显

10 月 8 日，中国物流与采购联合会公布的数据显示，在传统消费旺季加持下，与线上消费密切相关的电商物流市场回升明显，数据显示，9 月份中国电商物流指数为 108.1 点，比上月提高 3.9 个点，指数水平接近今年 2 月 108.9 点的高位。其中，电商物流总业务量，同比增速重回 20% 以上。全国所有地区电商业务量均有所增长，其中，东部地区回升幅度最大。

从就业来看，9 月份电商物流人员指数创全年新高，显示市场对电商从业人员需求强劲。另外，农村电商物流业务量回升明显，并实现两位数增长。

中国物流信息中心主任刘宇航表示，电商物流表现得比较活跃，恢复的速度比较快，实体（物）商品的网络零售额和快递快运企业的业务量均有一个新的增长。

来源：《北京日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 08 日

全国首个跨境电商海外仓离境退税试点落地天津

日前，位于天津市武清区的天津金轮自行车集团收到了首票以跨境电商出口海外仓（以下简称“9810”）模式报关出口货物退税款 6.87 万元。该笔业务顺利完成出口报关、货物离境、出口退税流程的同时，也标志着全国首个跨境电商海外仓离境退税试点在武清正式落地。

金轮集团跨境电商负责人表示，比起之前，我们至少提前 4 个月拿到出口退税，收到退税款后可以马上投入再生产，缓解了流动资金压力，我们的自主品牌在海外仓批量备货，每台自行车的物流成本节约近 50%，利润提高至以前的 3 倍，今后拓展海外市场也更有优势了。

据了解，“9810”模式是指境内企业将出口货物通过跨境物流送达海外仓，并通过跨境电商平台实现销售后，即可按文件规定申报出口退税。

来源：“央广网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 10 日

字节跳动和北大合作推出古籍数字化平台

10 月 11 日，由“北京大学—字节跳动数字人文开放实验室”研发的古籍数字化平台“识典古籍”测试版正式上线。目前，该平台涵盖 390 部经典古籍，主要来自《四部丛刊》，共计 3000 多万字，即日起向公众免费开放。

未来，“识典古籍”将向全社会开放古籍阅读检索研究能力，还将实现全自动整理校对，更高效地实现存量古籍全部数字化。同时，平台也鼓励拥有文献的学者自行上传文献，用户甚至可参与再创作和再阐释，助力古籍文化传承和研究。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 12 日

京东科技协助太一集团创建中国首个文旅电商元宇宙

近日，京东科技与太一集团正式达成战略合作伙伴关系，双方将携手围绕元宇宙+产业全场景共同打造全产业链生态合作平台。10 月 18 日，太一集团与大唐不夜城联手打造的中国首个文旅电商元宇宙“大唐灵境”将正式开放“东市”商业街。数百个品牌，数千家商户已经预约入驻。

“大唐灵境”是广受瞩目的中国原生元宇宙项目，由太一集团与西安最大的文化国企曲

江文投共同投资打造，运用全球领先的虚幻引擎技术，基于十三朝古都长安进行三维重建。用户可以在大唐长安城中实现虚拟逛街、购物，也可以与小伙伴们一起社交，游乐、看直播和各种现场表演。京东科技将为整个大唐灵境提供元宇宙电商底座，为大唐用户保障购物体验 and 提供物流便利。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 19 日

叮咚买菜首批“清洁标签”商品上线 为国内首家推行“清洁标签”食品电商

近日，叮咚买菜宣布正式启动清洁标签计划，率先制定清洁标签企业标准，倡导食品行业“拒绝多余添加、非必要不添加”的清洁理念。

清洁标签，最早起源于欧盟，即在商品配料表中尽可能减少人工添加剂，保留食品的天然属性。此次叮咚买菜将清洁标签引入食品电商领域，制定了烘焙、预制菜、米面制品、饮料、乳品等不同品类的细分准入标准，对在架商品开展清洁认证。此外，未来在自有商品开发和外部商品的筛选中，叮咚也将倾斜资源，重点优先选择配料表更简洁、成分更天然的商品。

目前，首批获清洁认证的自有品牌商品已在叮咚买菜 APP 对外展示，涵盖烘焙、预制菜、米面制品多个品类数十个 SKU，其他商品的认证工作也正同步进行。

叮咚买菜相关负责人表示，通过推行清洁标签，一方面希望能够将健康天然的饮食理念普及到更多消费群体，帮助有需求的用户快速甄别，提升决策效率；同时也希望将清洁理念传递至食品生产加工上游，倡导上游从商品的研发生产端开始，非必要不添加，在必需情况下，尽量选择天然成分原料。

来源：《消费日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 18 日

拼多多跨境电商平台 TEMU 上线卖家移动端管理工具

近日，拼多多已推出 TEMU 卖家中心 APP，据悉，该产品是给 TEMU 平台的卖家提供的移动端管理工具。此次上线的 TEMU 卖家中心，目的是为了更方便在 TEMU 上卖货的国内商家用来管理商品的产品。

据了解，通过该工具，商家可随时了解平台通知，跟进备货进度。另外，还可以获取账

户资金、送货提醒、上新任务等实时消息。对于国内的跨境电商用户而言，已可满足其基本的经营管理。但是，如果要进行商品上架等操作，商家仍需要通过 TEMU 商家后台网页版进行操作。

目前，拼多多的跨境电商平台“TEMU”，已经在美国的苹果商店购物类 APP 中排名非常靠前，其排名仅次于 Amazon Shopping、SHEIN、Walmart 和 Shop 等购物产品。可见拼多多的这款产品在美国市场有着较大的需求，这也对商家的后台管理提出了更高的要求，所以上线这款新产品，也是为了满足商家端的需求，保证平台的后端平稳运营。移动

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 15 日

京东云推出数字人虚拟主播服务

日前，京东云推出了灵小播虚拟数字人直播产品，该产品以 AI 为驱动，拥有多变形象以及近乎真人声音、多种直播间场景，给进入直播间的观众提供丰富多彩的视觉和交互体验。

据介绍，灵小播虚拟数字人可以实现 7×24 小时无人直播、直播话术智能撰写、自动营销抽奖活动等，提高无人值守时的店铺销售 GMV 成交转化率，1 个虚拟主播相对于 1 个直播团队，1 万直播投入可以带来数十万 GMV 转化。

目前，企业自播已经成为众多品牌的主要销售场景之一，但对于目前大多数电商店铺来说，他们往往面临好主播难找，好直播团队更难找的难题。很多商家都表示，自己很清楚直播是获取流量和成交的新赛道，但高昂的投入成本并不是自家店铺能够承担。

基于此，灵小播通过虚拟直播新赛道，提供代播服务与产品技术支持，为商家打造低成本、高效率、高体验的直播间。

来源：“中国经济新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 14 日

今年双 11 前淘宝将上线老年人专属人工客服

为解决老年人网购难题，今年双 11 前淘宝将上线老年人专属人工客服，可帮用户维权、代客退款等。另外，在买药服务中，还提供免费的药师问诊。

据了解，去年双 11 开始前，淘宝 APP 便已上线了“长辈模式”，协助长者扫除网购障碍。该模式由三部分组成：简化资讯、放大字体、推出语音助手。长辈模式包括了首页和“我的

淘宝”等页面，也将搜索、商品详情页、订单确认页等内容引入适老化概念。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 12 日

拉卡拉推出商户数字钱包 app 商户数字化经营服务再升级

国内领先的第三方支付公司拉卡拉公司近日上线了一款全新的“商户数字钱包”App。该 App 在商户收单服务基础上，通过融入钱包和账户能力，聚合银行补贴等优惠活动，集成采购、营销、资金及店铺管理等功能，为商户提供包括数字人民币在内的多形式收单、一键采购、获取银行补贴及在线营销等覆盖经营全链条的数字化综合服务。

支付是商户经营的重要基础设施和关键环节，包括扫码、刷卡、NFC 等主流支付方式的受理。对于拥有多家店铺、多款机具的店主，管店、管账难是其经营一大痛点，拉卡拉钱包集成了拉卡拉的各项收款功能，可绑定多家店铺及收单硬件，所有收款明细、经营数据一目了然。拉卡拉钱包还为商户提供一键开通数字人民币收款通道，满足商户各类支付方式的受理需求。

拉卡拉钱包相关负责人介绍，拉卡拉钱包是拉卡拉在“帮助商户实现数字化转型升级”的大方向下，全面整合优化现有产品矩阵、自主研发设计的一款产品，通过结合支付收单管理和储值账户运营，叠加采购、营销等服务，助力商户在经营各环节数字化升级。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 20 日

京东入选《财富》“2022 年改变世界的公司”

10 月 10 日，《财富》杂志发布了“2022 年改变世界的公司”榜单，京东集团凭借全力支持抗疫保供荣膺该榜单，位列第二。

《财富》杂志指出，支援上海期间，京东从全国各地增派 5000 多名快递员、分拣员，能够满足 150 万单的单日妥投量。

据了解，“改变世界的公司”榜单自 2015 年推出，通过可衡量的社会影响、经营业绩和创新水平对全球范围内的企业进行评估，致力于表彰通过执行核心战略业务，对社会产生积极影响的公司，每年仅在全球评选约 50 家对世界改变最大的企业。本次上榜的 50 多家公司重点集中于对社会公共利益产生重大影响的企业，覆盖零售、金融、能源、农业、制造、医

药等多个行业。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 11 日

达达快送试水送货上门无人配送服务

近日，达达快送与自动驾驶公司推行科技达成正式合作，推行科技“独角兽”人行道物流机器人将接入达达无人配送开放平台，提供商超门店直达居民家门口的无人配送服务。据了解，双方将在江苏苏州率先试点该服务。

值得一提的是，该配送机器人可在各种步道上安全行驶，核载 115 公斤，车重 50 公斤，采取与人类骑手相同的时效考核与补偿标准，并在小批量试运行阶段实现了单车盈亏平衡。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 10 日

中东和北非电商进入高增长时代

全球知名支付服务商 Checkout 近日出具了最新版报告《2022 年中东和北非地区的数字化转型》（以下简称报告），《报告》指出，因为疫情而加速发展的电子商务趋势将持续存在，中东和北非地区的电子商务已进入稳定、高增长的时代，为电子商务参与者提供了更多机会。

《报告》数据显示，在过去 3 年中，中东和北非地区的电子商务增长速度比世界其他任何地方都快，估计有 2.09 亿消费者在疫情高峰期间转向线上购物。如今，随着疫情的封锁已经成为过去，中东和北非地区的电子商务购物者数量会继续增长。

此外，消费者对数字支付的需求持续上升，保持了 2021 年的趋势。中东和北非地区 70% 的消费者更喜欢使用数字支付方式（这高于 2021 年的 60% 和 2020 年的 40%）。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 08 日

德国消费者跨境购物最喜欢中国商品

作为欧洲最大的电子商务市场之一，越来越多的德国在线购物者选择进行跨境购物。尽管消费者信心下降，德国消费者对跨境购物的兴趣仍在上升。

调查显示，最受德国购物者喜欢的分别是服装（38%）、电子产品（15%）和玩具爱好（15%）

产品。最受欢迎的国家是中国（30%）、美国（22%）和英国（14%）。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 08 日

【政策法规】

《智慧物流服务指南》国家标准发布

日前，国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会发布公告（2022 年第 13 号），其中批准发布了由全国物流标准化技术委员会提出并归口的《智慧物流服务指南》（GB/T 41834-2022）国家标准。该标准于 2022 年 10 月 14 日正式实施。

该标准提供了智慧物流服务的特征和关键要素、服务能力保障、服务提供、服务评价与改进方面的指南。适用于智慧物流服务活动的开展。标准的实施将有利于提升物流服务的运作效率，改进服务管理，提高智慧物流服务水平，对促进我国现代物流业高质量发展具有重要意义。

据了解，该标准聚焦行业盲点，对智慧物流服务过程中的能力保障，运输、仓储、配送、数据等服务提供以及服务评价与改进内容进行了规范，不仅是首个反映智慧物流行业整体规范的标准，而且明确了物流企业在智慧化转型过程中应遵守的服务要求，通过标准的制定与引领，为大量物流企业的智慧化转型提供有力借鉴。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 14 日

《上海市制造业数字化转型实施方案》正式印发

10 月 8 日，市数字化办正式印发《上海市制造业数字化转型实施方案》。《实施方案》紧扣“整体性转变、全方位赋能、革命性重塑”内涵要求，通过数据要素、数字技术加快企业组织模式创新、产业链延伸链接、大中小融通发展和生态圈供需适配，重点实施八大专项工程和五项保障措施，通过项目化、工程化方式，加快推动“3+6”重点产业、重点集团、重点园区等新旧动能接续转换，全力打响“上海制造”品牌。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 08 日

【数据观察】

国家邮政局：9月中国快递发展指数为353.1 环比提升13.5%

10月8日，国家邮政局发布2022年9月中国快递发展指数报告。经测算，2022年9月中国快递发展指数为353.1，环比提升13.5%。其中，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385.5、561.7、207.2和68.3，环比分别增长6.3%、24.6%、3.2%和1%。

《报告》显示，前三季度，行业发展持续向好，增长日趋平稳。一是行业规模在波动中提升。上半年，行业规模总体呈现“W”型。2月与4月，行业分别受春节与疫情影响，业务量有所下降，自5月起，市场不断回暖，量收规模超去年同期水平，6月单月业务量突破百亿件。进入三季度，行业规模稳中有升，运行态势持续向好。二是区域结构有所优化。从区域结构看，前三季度，中西部地区发展良好，规模稳步增长，超过三分之二的中西部省（区、市）增速高于全国平均水平，在全国占比提升1.5个百分点左右，区域均衡性有所提升。三是电商促销与农货上行成为主要增量来源。前三季度，电商促销与农产品寄递有效带动业务量增长，行业在促进产业融合、加速城乡互联互通方面发挥重要作用。9月，行业积极助力中秋促销、“919电商节”与直播电商促销等活动，带动线上消费繁荣发展，支撑实物商品网上零售额预计将突破8万亿元。

来源：“国家邮政局” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年10月08日

国家邮政局：国庆假期全国共揽投快递包裹超41亿件

今年国庆假期，邮政快递业按照“疫情要防住、经济要稳住、发展要安全”的要求，扎实做好服务经济和民生等各项保障工作，确保寄递渠道安全畅通和行业平稳运行，为人民群众度过安乐祥和的节日营造了良好寄递服务环境。

国家邮政局监测数据显示，10月1日至7日，全国邮政快递业运行安全平稳，共揽收快递包裹21.35亿件，与2021年同比增长7.23%；投递快递包裹19.67亿件，与2021年同比增长2.61%。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022年10月08日

交通运输部：9月网约车订单5.54亿单 环比下降21.2%

10月13日，网约车监管信息交互系统发布9月份网约车行业运行基本情况。据统计，截至2022年9月30日，全国共有286家网约车平台公司取得网约车平台经营许可，环比增加4家；各地共发放网约车驾驶员证481.6万本、车辆运输证198.7万本，环比分别增长2.2%、2.5%。网约车监管信息交互系统9月份共收到订单信息5.54亿单，环比下降21.2%。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022年10月13日

上海2021年电商交易额达3.24万亿元 网络购物交易额1.32万亿元

10月9日，上海举行“奋进新征程建功新时代”党委专题系列第七场新闻发布会。会上，上海市商务委党组书记、主任顾军透露，2021年，上海全市电子商务交易额3.24万亿元，是2012年的4倍之多，其中，网络购物交易额1.32万亿元，居全国前列。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022年10月09日

今年上半年上海跨境电商进出口779.7亿元，增长超4成

10月9日，上海市委外宣办举行“奋进新征程 建功新时代”党委专题系列新闻发布会第七场。数据显示，今年上半年，上海跨境电商进出口达779.7亿元，增长41.7%；上海浦东跨境电商进出口同比增长9.7%，全市占比近40%，接下来将争取向千亿级规模迈进。

同时，上海深化国家级跨境电商综合试验区建设，已认定示范园区16家，引进和培育了一批跨境电商头部平台企业、物流企业和金融服务企业。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022年10月09日

智联招聘：今年1-7月全平台元宇宙相关招聘岗位同比增长16.6%

智联招聘近日发布《2022元宇宙行业人才发展报告》。报告显示，今年1-7月，元宇宙

领域研发人才稀缺，全平台元宇宙相关招聘职位数同比增长 16.6%。

除了信息技术产业，元宇宙应用也逐渐向教培、传媒、制造业、房地产等领域渗透。分行业看，招聘元宇宙人才的 TOP5 行业为互联网/IT/电子/通信（职位数占比 73.3%）、教育培训/科研（4.9%）、广告/传媒/文化/体育（4.8%）、制造业（4.3%）、房地产/建筑（2.5%）。

报告显示，2022 年 1-7 月招聘元宇宙岗位，北京、上海、深圳、成都、广州、杭州、武汉、南京、西安、郑州位列全国前十位。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 08 日

TikTok Shop 东南亚地区高速发展 店铺数量突破 13 万

2021 以来 TikTok 不断尝试社交电商模式，希望能将电子商务打造成为平台的另一大收入来源，但在英国地区的尝试未能获得成功，反而在东南亚地区有良好的发展，吸引了众多跨境电商卖家入驻。

据第三方数据显示，截至 2022 年第三季度，TikTok Shop 的店铺数量已经突破 13 万。其中印尼市场占比为 54%，越南为 12%、泰国为 10%、马来西亚为 9%、菲律宾为 8%，相较之下，英国市场只占 7%。

目前，东南亚 TikTok Shop 还处在一个刚开始的阶段，店铺营业额在 1 万美金以下的居多，占比为 86.72%，营业额超过 10 万美金的卖家较少，仅占 2.45%。这可能与大部分卖家的态度有关，目前多数卖家都是抱着尝试的心态进入 TikTok Shop，并未将其作为主营业务，如后续平台发展稳定，或许将吸引更多卖家投入经营。

TikTok Shop 当前的热销类目，集中在美妆个护、服装、儿童时尚和居家日用品类，总销量占整体的 56%，销售额占整体 66%。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 14 日

福布斯 2022 年全球最佳雇主榜单公布：华为与京东位列中国企业第一与第二

《福布斯》日前发布了“2022 年全球最佳雇主榜单”，京东连续五年上榜，排名较去年大幅上升 52 位，跃升至第三十位，华为与京东位列中国企业第一与第二。

据了解，雇主品牌是一个企业内外兼修的综合素质展现，榜单调查了来自 57 个国家的

15 万名在跨国公司和机构工作的员工，上榜的中国企业展现了全球对中国企业雇主品牌建设、人才发展路径、社会责任等方面的高度认可。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 14 日

eBay 全球 Top100 卖家中 11 位来自中国

近日，电子商务数据公司 Marketplace Pulse 公布了 eBay 全球 Top100 卖家榜单，其中有 11 位卖家来自中国。前 14 名卖家在 eBay 上销售了超过 1000 万件商品，因此多年来在该平台上创造了数亿美元的销售额，甚至一些卖家卖出商品价值有数十亿美元。

数据显示，jewelryfindingshop、mhestore2009、d-light-factory 在榜单上位列中国卖家的前三，分别销售首饰、汽车装饰、照明取暖设备等，曾经卖出过 1100 万、660 万、550 万商品，且店铺好评率非常高。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 11 日

欧洲跨境电商市场去年营业额超 1400 亿欧元

据欧洲跨境商务（Cross-Border Commerce Europe）最新报告显示，欧洲跨境电商市场的营业额在 2021 年增长 18%，达到 1410 亿欧元，高于 2020 年的 1150 亿欧元和 2019 年的 840 亿欧元。该报告研究了全球表现最佳的 100 个跨境市场，尤其关注其在欧洲市场的表现。

上述报告显示，包括英国、瑞士和挪威在内的欧洲跨境电子商务是市场的总营业额在 2021 年达到 2370 亿欧元（不包括旅游），其中 59%是由电商平台贡献的。

亚马逊和 eBay 在 2021 年占据了最大份额，营业额分别为 510 亿欧元和 250 亿欧元，占据了一半以上的市场份额。在新冠肺炎疫情期间，在 C2C 市场的支持下，欧洲电商平台实现 22% 的增长，预计增长将在今年延续。

在欧洲运营的前十大全球跨境电商平台包括亚马逊、全球速卖通、eBay、Etsy、OLX、Discogs、Vinted、Bandcamp、UberEats 和 Zalando。Wish 在 2021 年脱离前十名，取而代之的是 Bandcamp。另一个进入今年前十的平台是 UberEats。由于新冠肺炎疫情，食品尤其是食品外卖配送需求达到了历史最高水平。该领域另一个跨境市场平台荷兰的 Takeaway.com，今年也被挤出了前十名。

在欧洲市场经营销售的 438 个电商平台（在 1000 个域名）中，约 150 个被认定为跨境电商。到 2025 年，在欧洲销售的全球电商平台中，预计将有超过一半的主要是跨境平台，达到 200 到 250 个。此外，上述电商平台 34% 的市场在欧洲以外的国家和地区，主要是美国，10% 在英国市场，这意味着 56% 是在欧洲范围内的跨境平台。

上述报告发现，消费者对 DIY 定制物品的需求增加，在排名前 100 名的电商平台中有 15 家提供定制化产品。预计未来几年 C2C 端的定制产品需求会持续增加，提供类似产品的平台将增加到 20 家。与此同时，售卖二手产品的平台也受到欢迎。其中，eBay、Etsy 和 Vinted 等是二手商品市场的领头羊。

来源：“国家邮政局网站” 2022 年 10 月 14 日

2022 年亚太地区电商收入达 2.09 万亿美元

联邦快递新近发布《电子商务未来趋势》。该调查在 2022 年 7 月以亚太、中东及非洲地区（AMEA）11 个市场的中小企业和消费者为对象展开。调查数据显示，亚太地区网络购物用户规模已达到该地区总人口的 57%，预计 2022 年该地区电子商务销售收入将高达 2.09 万亿美元。特别在中国市场，电子商务的增长更是领先于亚洲其它地区，2021 年其网上零售额达到 13.09 万亿元人民币，预计到 2025 年将达到 17 万亿元人民币。

《报告》认为，AMEA 地区的中小企业和消费者对电子商务的运用正趋于成熟，双方均认为，疫情所推动的电子商务使用热潮仍将持续。80% 的中小企业认为，未来三年内电子商务将在他们的业务中扮演更加重要的角色；90% 的中小企业则表示，他们已为此做好充分准备。另外，80% 的消费者表明，过去三年内，电子商务在他们的消费总额中的占比有所增加；71% 的消费者还认为，这一占比在未来将继续增大。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 13 日

东南亚直播电商市场规模明年将达 190 亿美元

泰国在线支付网关 Omise 的最新调研数据显示，东南亚直播电商行业的商品交易总额 (GMV) 年增长率达 306%，订单量一年增长了 115%。Omise 预测，到 2023 年，东南亚直播

电商的市场规模将达到 190 亿美元。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 08 日

预计到 2023 年，美国将有 3 亿在线购物者

越来越多的美国消费者对在本地线购物表现出极大的兴趣。预计到 2023 年，美国将有 3 亿在线购物者，

据调查发现，美国消费者对国际购物的需求也越来越大。25%的调查者在过去 12 月内进行国际购物，在所有进行国际购物的美国消费者中，有 48%的人每月至少进行一次购物，其中，53%的消费者从中国购买产品。

来源：“亿恩网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 08 日

2022 年美国订阅电商销售额将提升 15%

日前，全球市场研究机构 eMarketer 发布了 2022 美国订阅电商报告：预计 2022 年美国订阅电商销售额将增长 15%；食品、美容个护等生活必需品类是订阅电商增长的最强驱动力；订单履约能力是商家保持订阅服务稳定增长的关键。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 11 日

2022 年印度网购人群将跃居全球第二

近日，全球领先的战略咨询公司贝恩公司和印度最大电子商务零售商 Flipkart 联合编写并发布《2022 年印度如何在线购物》报告，该报告称，印度电子商务市场的规模预计到 2022 年将增至 500 亿美元，比 2021 年增长 25%。到 2027 年，印度的电子商务市场预计将增至 1500-1700 亿美元。这意味着未来五年的年增长率为 25%-30%，市场渗透率将翻一番，达到 9%-10%。

报告称，2021 年印度有 1.8-1.9 亿在线购物者，仅在 2021 年就增加了 4000-5000 万购物者，印度目前拥有全球第三大网购用户群，仅次于中国和美国。到 2027 年，印度的在线购物者群体将增加到 4.0-4.5 亿。印度有望在未来一到两年内超过美国成为全球第二大网购用户

群。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 12 日

【专家视点】

跨境电商培育外贸新增长点

党的十八大以来，我国跨境电商发展势头强劲，不仅激发了外贸主体活力，拓展了外贸发展空间，同时也提升了外贸运行效率，稳定外贸产业链供应链，实现产业数字化和贸易数字化融合。

从无到有规模扩大

近年来，随着互联网技术的进步和数字经济的发展，国际贸易发生了重大变革，跨境电商从无到有快速发展。新冠肺炎疫情暴发后，为应对疫情冲击，数字经济发展出现新的应用场景，各国和各地区消费者线上需求不断增长，这也为跨境电商发展提供了机会。数据显示，今年前 8 个月，我国跨境电商表现出非常好的增长势头。

跨境电商这一外贸新业态的发展，大幅降低了国际贸易专业化门槛，使一大批“不会做、做不起、不能做”的小微主体成为新型贸易经营者，为更多中小企业提供了新发展机遇。目前，在我国跨境电商综合试验区线上综合服务平台备案的企业已经超过 3 万家。

同时，跨境电商让“买全球卖全球”的范围扩大。通过政策创新，更多国外的优质产品通过网购等方式进入国内市场。同时，跨境电商企业通过打造要素集聚、反应快速的柔性供应链，更好满足了海外消费者个性化、定制化需求。

10 年来，跨境电商的蓬勃发展，不仅丰富了国内市场供给、更好满足了人民对美好生活的需要，也为全球贸易投资注入了新动能。

跨境电商自身发展也呈现出新特点。**从渠道看**，跨境电商从依托第三方平台为主，逐步开发出独立网站、社交网站、搜索引擎营销等多种新渠道。**从主体看**，民营企业占比高达 97.5%，主力军作用突出。由早期的个人和贸易型企业为主转变为贸易型企业与生产型企业融合发展，许多生产型企业由线下转到线上，数字化水平明显提升。**从产品看**，由单纯注重性价比逐步向注重品牌、质量、标准、服务等转变，培育了一大批跨境电商品牌，拓展了营销渠道，也增强了我国产品的定价主动权。

作为跨境电商重要的境外节点，海外仓是新型外贸基础设施，也是带动外贸增长实现高质量发展的重要平台。这些年来，我国出台了一系列措施，既聚焦推动更多市场主体参与到海外仓建设中，又强调新技术的应用，这都为海外仓的发展提供了更有力的支撑。

助力国内消费升级

近年来，我国居民收入水平逐步提高，消费升级现象凸显，进口特色产品、高端产品成为满足国内消费升级的重要手段。在传统进口方式基础上，积极发展跨境电商零售进口，有助于带动扩大优质商品进口规模，提高人民生活水平。

同时，逐步扩大跨境电商零售进口试点城市范围，2018年起先在北京等37个城市试点运行，2020年进一步扩大至86个城市及海南全岛。2021年3月，试点范围扩大至所有自贸试验区、跨境电商综合试验区、综合保税区、进口贸易促进创新示范区、保税物流中心(B型)所在城市及区域。

伴随着2021年跨境电商零售进口试点范围的进一步扩大，“网购保税进口”试点范围也随之扩大，更加有利于跨境电商企业发展，同时缩短了消费者购买进口商品的收货时间。

试验田持续扩容

跨境电商是近10年来发展最快的行业之一，也是支撑外贸提质增效的新引擎。2015年以来，我国先后分六批设立了132个跨境电子商务综合试验区，覆盖了30个省份，跨境电子商务先行先试的试验田规模不断扩大，形成了陆海内外联动、东西双向互济的发展格局。

商务部国际贸易谈判代表兼副部长王受文表示，跨境电商综合试验区的效果还是很不错的。从评估结果看，105个跨境电商综合试验区已逐步形成东部引领、协调发展格局。东部地区综合试验区建设总体成效明显，中部地区异军突起，西部和东北地区亮点纷呈。

商务部研究院国际市场研究所副所长白明表示，我国跨境电商综合试验区已实现由点到面、由沿海到内陆渐次展开，空间分布上更为均衡，充分体现出国家希望利用跨境电商等外贸新业态进一步扩大开放，促进国内国际双循环，全力稳住外贸外资基本盘，推进贸易高质量发展。

来源：《经济日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年10月13日

李鸣涛：跨境电商十年发展所取得的四方面成就

党的十八大以来，中国外贸创新发展成效显著，跨境电商、海外仓、市场采购贸易方式、外贸综合服务贸易新业态新模式不断涌现。成为稳住外贸基本盘、推动外贸转型升级和高

质量发展的重要抓手和重要动能。

中国国际电子商务中心电子商务首席专家李鸣涛从四个方面总结跨境电商十年发展所取得的成就：

一是跨境电商产业已经成为中国重要的贸易新业态新模式，包括跨境零售及 B2B 平台、跨境物流、第三方跨境支付、海外仓等在内的跨境电商产业链快速完善，产业生态活力持续增强。

二是跨境电商成为带动中国传统贸易数字化转型升级的重要引擎，线上推广成为传统贸易企业的“标配”渠道，线上开店也成为众多贸易企业的新选择。

三是跨境电商成为中国企业品牌建设的战略新通道，“新国潮”品牌加速涌现，以 SHEIN（希音）、ANKER（安克）等为代表的来自中国的全球性品牌企业示范效应逐步显现。

四是跨境电商已经成为中国扩大开放和政策创新的重要领域，132 个跨境电商综试区持续强化政策创新，成为建设中国跨境电商规范化发展、便利化服务的主通道。

李鸣涛表示，正处于由高速发展迈入高质量发展转型期的跨境电商产业，将继续以创新、绿色、协同、规范为新发展阶段写下生动注脚。

（李鸣涛：商务部中国国际电子商务中心电子商务首席专家， CIECC 研究院院长）

来源：《国际商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 14 日

多国媒体刊文：中国数字经济发展造福全球

十年来，中国高度重视发展数字经济，将其上升为国家战略，越来越多海外媒体将目光投向中国在该领域的发展成就。多国媒体近日刊文表示，中国正与世界各国在数字经济领域加强合作，共享机遇，造福全球。

“近年来，中国数字经济发展非常迅猛，到 2021 年底占 GDP 比重达到 39.8%。”菲律宾《马尼拉时报》报道说，数字化转型及技术创新在中国各行各业创造了新型职业，如密码工程、碳管理工程技术人员、金融科技师等。根据中国人力资源和社会保障部发布的数据，修订后的中国国家职业分类大典与 2015 年版相比，净增了 158 个新职业，总职业数达到 1639 个。其中，有 97 个职业被标注为数字职业，反映出数字经济为劳动力市场带来的变化，而新增就业岗位有望促进产业继续发展。

泰国《清莱时报》刊文表示，作为推动数字经济更好发展的重要载体之一，数字人民币引发国际社会密切关注。中国数字货币市场的发展潜力巨大，数字人民币可用于线上线下购

物、支付账单等，应用场景比 PayPal 等支付工具更多样化，为民众生活带来极大便捷。若数字人民币未来成为主流，也将在世界经济中发挥重要作用，助力境外旅游、跨境支付、商业交易的便捷化。

新加坡亚洲新闻台报道，中国正在数字经济与绿色经济等新兴领域与各国合作。中国与新加坡持续巩固相关领域的合作基础，将为两国数字贸易、数字化服务、可再生能源，以及绿色金融等领域的企业创造新机遇。

美国《华尔街日报》网站报道了中国在量子计算这一未来科技前沿领域的新布局。文章说，量子计算技术未来可能改变金融、制药、物流和绿色能源等行业的面貌。从中国科学界越来越多的相关研究项目及成果中，足以看出对量子技术的重视程度。百度公司 8 月发布了量子计算机“乾始”，这种计算机的计算速度远远超过传统计算机。中国在量子计算方面取得的进展已经使全球受益，根据美智库数据，所有已发表的量子研究论文中有一半来自国际合作，其中中国与美国科学家共同撰写的论文比其它任何国家都多。

澳大利亚东亚论坛网站表示，海湾国家正与中国一起走向数字化。数字经济成为中国与巴林、阿曼、卡塔尔、沙特和阿联酋等海湾国家关系的重要组成部分。过去十年，海湾地区的电信设施、智慧城市、人工智能和科技企业的发展得益于与中国的携手合作。例如，华为与沙特合作开发数字基础设施，帮助迪拜机场进行技术升级，还获准在科威特提供云计算服务。此外，中国科技公司还参与了海湾国家的 5G 网络建设。中国建设的“数字丝绸之路”有可能在 2030 年之前使海湾地区 GDP 增加 2550 亿美元，并在海湾合作委员会国家创造 60 万个技术相关就业岗位。

来源：“央视网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 12 日

自律与监管并重直播电商助力新消费

近年来，直播电商作为网络零售的新模式、新业态，在助农兴农、扩大就业、助力中国品牌发展、提升消费新增长点、稳定经济增长等方面发挥了重要作用。

国家统计局数据显示，2021 年社会消费品零售总额接近 45 万亿元，其中，直播电商市场份额占比约 5%。据艾瑞咨询测算，2023 年直播电商市场规模将超过 4.9 万亿元。

日前，中国计量科学研究院发布的《直播电商行业高质量发展报告（2021-2022）》蓝皮书显示，直播电商的发展推动了一系列新职业的产生，创设、带动了大量的新增就业岗位。截至 2020 年底，中国直播电商相关企业累计注册 8862 家。据人社部公开数据显示，截至 2021

年底，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，覆盖用户规模达到 8 亿以上。

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《中国经济时报》记者采访时表示，直播电商在促进新消费、推动新国货方面起到了积极作用。比如，各大电商平台京东、拼多多，包括抖音电商、快手电商等都出台扶持国货政策，助力国货取得新增量。近年来，与日俱增的国货走进直播电商，通过直播的方式增效、增收。

中国商业联合会副秘书长孙之升认为，直播电商迅猛发展，呈现出交互性强、转化率高、消费去中心化等优势，让更多中小国货品牌被看见、被发现、被体验、穿戴上身，助力中国原创设计普及、中高端供应链国产化。

美腕合伙人蔚英辉认为，一方面，直播电商可以帮助品牌快速获客、促进转化，推动品效合一和信任传递，从而实现多方红利供给；另一方面，直播电商降低了流通费用和信息沟通成本，对于生产端有实时反馈，可以最大限度降低库存风险，贡献产业链群新增量，并有效推动供应链国产化。

知名互联网专家朱平豆认为，直播电商的发展，将有利于推动更多优质国货成为国潮，让更多的优质农产品走出大山，让更多需要被帮助的人被看见，为助农等乡村振兴行动赋予温度。

与此同时，直播电商的规范化是一项长期工作，行业的稳健发展离不开各方监管的支持和直播平台的自律。目前，已经形成了监管部门、行业协会、直播平台、头部机构的规范共进模式。

蓝皮书提出，提升直播产品品控的专业性，持续地为用户提供高品质服务，已成为直播电商质量提升的重要考量因素。

莫岱青强调，直播电商都经历了从野蛮生长到政策收紧的过程。如今严格的政策监管，也让直播电商规范化发展。直播电商走过之前的快速生长期后，主播、产业链上下游的资源有待进一步整合，需要有相对统一的标准，协调产业角色之间的分工、衔接，从而来规范行业以及提高整体效率和品质。并且，我国直播电商行业多层次竞争格局正在形成，未来各大商家想要在直播电商赛道运营长久，必须遵纪守法，遵守规则。

来源：《中国经济时报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 06 日

【悦读电商】



跨境电子商务服务管理实施指南

内容简介

本书瞄准跨境电子商务产业，论述跨境电子商务服务质量管理规范，为用户提供通用的服务质量模型方法；针对国内外市场对跨境电子商务服务管理的迫切需求，给出跨境电子商务服务管理最佳实践指南；阐述跨境电子商务服务质量管理的实施方法和流程，帮助跨境在线销售商开展跨境电子商务服务管理和服务质量成熟度持续改进；进行跨境电子商务服务管理示例分析，对跨境电子商务服务质量成熟度应用和评估方法予以说明，并给出实施方法和应用步骤。



物联网与智慧消费经济

内容简介

本书以消费经济学、科学经济学为基础，从梳理和剖析消费环境的变化入手，以互联网与物联网时代“云、物、大、智、链、通”等科技创新对消费领域的影响为切入点，从基本理论、创新模式和案例等层面进行解读，以此架构物联网时代智慧消费领域的整体视野和格局，分析智慧消费的生态体系和发展趋势。

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