内部资料 免费赠阅　　2022 年第 21 期（总 274 期 ）

2022 年 11 月 5 日

# 电子商务动态

## ● 行业资讯


- 国务院关于数字经济发展情况的报告提请审议……2
- 商务部：前三季度我国网络零售市场总体呈增长态势……3
- 进博会线上国家展启动运行，数字进博 2022 首次亮相……3
- 上海市消保委：经营者“双 11”优惠让利要“明价明折”……4
- “跨境电商特殊区域出口海外仓”模式落地上海青浦……5
- 2022 中韩电子商务合作论坛举行……8


## ● 政策法规


- 工信部等五部门联合发文推进虚拟现实产业布局……18
- 上海市商务委等九部门印发《关于全面推进口岸数字化转型实施意见》……20


## ● 数据观察


- 国家统计局：1-9 月全国网上零售额 95884 亿元，同比增长 4.0%……21
- 工信部：我国工业互联网产业规模破万亿元……21
- 央行：数字人民币累计交易金额超千亿元……22
- 我国电商市场规模十年增长超四倍……23
- 12306 平台成为世界上规模最大的铁路互联网售票系统……24
- 中东北非地区消费者对"双十一"搜索兴趣同比增长 35%……27


## ● 专家视点


- 直播电商迎来持续稳健发展时期……27
- 释放线上消费潜能 为扩内需注入强劲动能……30


**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】

# 国务院关于数字经济发展情况的报告提请审议

在近日举行的十三届全国人大常委会第三十七次会议上，《国务院关于数字经济发展情况的报告》（下称《报告》）提请审议。《报告》明确，牢牢抓住数字技术发展主动权，把握新一轮科技革命和产业变革发展先机，大力发展数字经济。

《报告》显示，十年来，我国数字经济取得了举世瞩目的发展成就，总体规模连续多年位居世界第二，对经济社会发展的引领支撑作用日益凸显。

《报告》还显示，全国网络零售市场规模连续 9 年居于世界首位。同时，电子商务交易额保持快速增长，由 2012 年的 8 万亿元增长至 2021 年的 42.3 万亿元，年均增长 20.3%。电子商务、移动支付规模全球领先，网约车、网上外卖、数字文化、智慧旅游等市场规模不断扩大。与此同时，我国数字经济还存在大而不强、快而不优等问题。

《报告》提出，以数据为关键要素，以推动数字技术与实体经济深度融合为主线，以协同推进数字产业化和产业数字化、赋能传统产业转型升级为重点，以加强数字基础设施建设为基础，以完善数字经济治理体系为保障，不断做强做优做大我国数字经济。

《报告》指出，到 2025 年，数字经济迈向全面扩展期，数字化创新引领发展能力大幅提升，智能化水平明显增强，数字技术与实体经济深度融合取得显著成效，具有国际竞争力的数字产业集群初步形成，数字经济治理体系更加完善，我国数字经济竞争和影响力稳步提升。

展望 2035 年，数字经济迈向繁荣成熟期，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，数字经济发展基础、产业体系发展水平位居世界前列。

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

# 国务院：2022 年底前再增设一批跨境电商综试区

10 月 26 日，国务院办公厅印发《第十次全国深化“放管服”改革电视电话会议重点任务分工方案》。其中提到，加大对跨境电商、海外仓等外贸新业态支持力度，线上线下相结合搭建境内外展会平台，支持企业稳订单拓市场。

具体措施包括：2022 年底前再增设一批跨境电子商务综合试验区，加快出台更多支持海外仓发展的政策措施。鼓励贸促机构、会展企业以“境内线上对口谈、境外线下商品展”方式举办境外自办展会，帮助外贸企业拓市场、拿订单。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 27 日

# 商务部：前三季度我国网络零售市场总体呈增长态势

商务部电子商务司负责人 10 月 26 日介绍，前三季度，我国网络零售市场总体呈增长态势。商务大数据对重点电商平台监测显示，前三季度，18 类监测商品中有 7 类商品销售额增速超两位数。

根据商务大数据监测，前三季度全国网络零售市场主要呈现以下特点：

**部分商品品类销售实现两位数增长。**其中，中西药品、金银珠宝、建筑及装潢材料、粮油食品网络零售同比分别增长 31.3%、29.7%、21.2%和 18.6%。

**东北和中部地区增速较快。**东北和中部地区网络零售额同比分别增长 13%和 8.9%，比全国增速分别高出 9 个和 4.9 个百分点；西部和东部地区网络零售额同比分别增长 4%和 3.5%。

**在线服务消费逐步恢复。**在线餐饮销售额同比增长 1.8%；在线旅游产品和景点门票销售额同比降幅比 1 月至 8 月收窄 2.2 个百分点。

**农产品网络零售增长显著。**全国农村网络零售额同比增长 3.6%；其中，农村实物商品网络零售额同比增长 4.8%，全国农产品网络零售额同比增长 8.8%，增速比去年同期提升 7.3 个百分点。

来源：“新华网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 27 日

# 进博会线上国家展启动运行，数字进博 2022 首次亮相

10 月 24 日，第五届进博会线上国家展启动试运行，首批 30 个国家的展示内容已先期上线，“元宇宙”技术制作的国家展邀请函将于启动仪式后向社会发出。据悉，今年共有 66 个国家、3 个国际组织参展线上国家展。

据介绍，今年各国的展示主题更加丰富，拓展到 10 多个主题，包括科技创新、贸易投资、特色产业、自然人文风情、异国美食等等。此外，今年还引入了元宇宙等更酷炫的线上

展示技术，将为全球参观者带来沉浸式观展体验。

值得一提的是，作为进博会的“新生儿”，“数字进博 2022”全新上线。这是进博会运用数字化手段搭建企业商业展的首次尝试，今年将重点聚焦技术装备展区，目前已经有 300 多家参展商上线展示，这其中，有 100 多家参展商是同时参与线上线下的展览，还有 200 多家企业将通过线上方式参展，与线下展会同频同质。

据介绍，今年“数字进博”平台一共设置了四大板块，分别是云展示、云发布、云直播和云洽谈。在云展示方面，将依托线下展会拍摄展台照片、VR 视频等，观众可以通过数字进博看到现场实景；在云发布板块，参展商和采购商能在线上发布新品信息或采购需求，通过大数据提前帮展商和采购商进行进准对接，提高参展的成效。云直播板块设置了两个频道，包括展商展台现场活动和直播配套活动，目前已经有 40 多场直播活动在准备中。

来源：《文汇报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 24 日

# 上海市消保委：经营者 “双 11”优惠让利要“明价明折”

“双 11”大促活动陆续拉开帷幕。日前，上海市消费者权益保护委员会发文提醒经营者，切实承担经营主体责任，重视消费者权益保护，做到促销规则简化明示，优惠让利“明价明折”，从严把关保障品质，如实宣传诚信经营，做好预案优化服务，保护个人信息安全。

上海市消保委指出，经营者应事先向消费者清晰告知促销规则、活动内容，尤其要显著提示涉及消费者权益重大事项的条款。电商平台和入驻商家要做好促销规则之间的衔接，对于促销规则的设计应简明易懂，不玩“文字游戏”“促销套路”，保障消费者的选择权和知情权。建议经营者显著标注商品折扣力度及实际到手价格，以便消费者明白消费、实享让利。

当下直播带货备受追捧，网络直播营销平台也要落实主体责任，严格审核认证直播间运营者及直播营销人员的身份信息，强化对其的规范约束，并加强对直播间内链接、二维码等跳转服务的信息安全管理，加大消费者权益保护力度。

经营者应向消费者提供真实、全面、准确的商品和服务信息，不作虚假或引人误解的宣传。对于承诺的“发货时间”“保价机制”“赠品福利”等，经营者要诚信履约、有诺必践，不搞“刷单炒信”“内定中奖”等行为。

结合经营情况、促销目标，电商平台要提前制定预案、强化技术支撑，协调入驻商家调配人力、备足商品应对双 11 购物高峰期，共同确保咨询、销售、支付、配送、售后服务各环节有序进行，一起妥善做好消费者咨询与投诉处理，提高消费者购物满意度。

经营者要高度重视消费者个人信息保护，处理个人信息应遵循合法、正当、必要和诚信的原则，并采取技术措施确保信息安全，严防消费者个人信息被泄露和滥用。经营者向消费者推送商业信息的，应征得消费者的同意，不得利用所掌握的个人信息对消费者在交易价格等交易条件上实行不合理的差别对待。

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

## 上海市医保局发布最新规范明确互联网复诊、远程医疗收费标准

近日，上海市医疗保障局就“互联网+”医疗服务价格管理有关事项发布最新通知。通知指出，公立医疗机构开设的互联网医院，由不同级别医务人员提供的互联网复诊服务，均按照实体医疗机构“普通门诊诊查费”项目的价格标准执行。

在前期试点的基础上，试行“互联网远程特约高级专家诊察费”“互联网远程会诊费”等互联网特需医疗服务价格项目，实行市场调节价管理。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 21 日

## “跨境电商特殊区域出口海外仓”模式落地上海青浦

日前，上海义达国际物流有限公司一批价值 477 万日元的乳胶枕在青浦综合保税区顺利申报，经青浦海关监管放行，发往位于日本千叶的海外仓。由此，“跨境电商特殊区域出口海外仓”模式正式落地青浦。

近年来，青浦区西片区已吸引韵达、申通、圆通等 14 家全国或区域快递企业总部入驻，初步形成快递产业集群区。与此同时，义达、捷利货运等新兴跨境电商出口快递企业也在此迅猛发展。这些企业最关心的是如何降低物流仓储成本、提升境外客户消费体验度。“跨境电商特殊区域出口海外仓”这一新模式应运而生。

青浦海关相关负责人介绍，按照新模式，商品按出口货物模式先行发往海外仓，海外客户下单后，包裹从海外仓直接出货，缩短配送时间。同时，青浦综保区作为海关特殊监管区域，具备入区即退税的政策优势，企业进区即视同“出口”，进区报关后即可办理退税手续，大大缩短企业资金运转周期。另外，对于境外未完成销售的海外仓货物，可以由境外退运至原特殊区域，也便于出口商品退货。 来源：《解放日报》2022 年 11 月 02 日

# 智能网联汽车上高速 年底在嘉定开放测试

智能网联汽车测试道路正在上海市嘉定区实现除特殊区域外的全域开放，今年年底还将率先开展高快速路的开放测试，包括 G1503 上海绕城高速、G2 京沪高速路段。这是昨天举行的 2022 全球城市论坛上传出的消息。

据悉，嘉定区正在构筑智慧交通高地，全区计划总共完成 230.6 公里开放道路车路协同环境建设，以及全息道路感知系统、路侧智能终端等一批智能交通基础设施建设。

据了解，今年底前，嘉定区共将完成 170 多公里开放测试道路的车路协同环境建设，涉及 208 个路口智能感知系统及配套基础设施建设；基于前期嘉定汽车城区域已完成的 50 多公里道路基础环境建设，还将新建 50 个全息路口，构建交通数据智能处理系统，为传统交通参与者、网联车和自动驾驶车提供应用场景支撑，同时运用全息感知技术对自动驾驶车辆和车路协同智能应用进行评测，打造双智协同发展的“中国样板”。

到 2025 年，嘉定新城智慧交通覆盖率将达到 100%，实现 30 分钟可达本市中心城，40 分钟可达相邻新城，45 分钟可达近沪城市。

来源：《解放日报》2022 年 11 月 03 日

# 京东科技与上海移动签署战略合作协议

日前，京东科技与中国移动通信集团上海有限公司签署战略合作协议。双方充分发挥各自优势，开展平台型智慧城市、数字政府、数据中心/云计算/大数据、通信及国际化业务、智慧家庭等领域的创新合作。 来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 02 日

# 申通快递与浦发银行签订战略合作协议

日前，申通快递股份有限公司（简称申通快递）与上海浦东发展银行股份有限公司在上海正式签订战略合作。根据协议，双方将充分发挥各自产业优势，整合资源实现优势互补、合作共赢，在企业融资、供应链金融、资产证券化、跨境贸易、绿色金融等领域展开长期合作。其中在企业融资方面，浦发银行为申通快递提供 100 亿元融资支持。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 02 日

# 京东超市联合上海交大安泰经管学院成立“京超增长实验室”

日前，由京东超市与上海交大共同打造的“京东零售大商超增长实验室”（以下简称“京超增长实验室”）正式成立，该项目是京东超市首个共建研究型实验室项目，也是以产学研一体化赋能品牌长效增长的举措。

据介绍，该项目由京东零售大商超全渠道事业群团队、上海交通大学安泰经济与管理学院行业研究院零售团队合力完成。依托京东超市的供应链优势、丰富的快消经验，以及科研院校的学术优势，“京超增长实验室”将与更多品牌共同探寻新的增长路径，进一步聚拢品类价值、赋能品牌成长、促进业绩增速和营销势能，共创全场域、全链路、数智化营销的长效能增量场。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 25 日

# 哈啰电动车首家全生态体系店落地上海静安

经过 3 个月的试运营，哈啰电动车首家全生态体系店将于 11 月初在静安区共和新路正式营业。该门店内划分品牌周边、Led 智能导购大屏、换电、洗车等功能区域。用户可在 App 上选好车型、颜色，再到线下门店进行试骑，门店将提供相关的线下购车服务，并确保线上、线下价格一致。线上下单、线下提车，用户最快当天可拿到车。

此外，该门店现已接入“小哈修车”的系统能力，将为购车用户提供“5 分钟响应、30 分钟到场、24 小时道路救援”的服务。同时，接入“小哈换电”服务，30 秒内就可以为电动车更换满电电池。

作为上海本土企业，哈啰电动车预计在 2023 年年底前，在上海布局 30 家以上两轮电动车全生态体系店，覆盖上海全域。

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

# 得物与中检上海宣布成立国内首个消费品鉴别联合研究团队

日前，中检集团上海有限公司与得物 APP 宣布成立消费品鉴别联合研究团队。此次联合研究团队不仅是国内首创，也是中检首次对外联合成立的鉴别研究专业团队。

本次中检上海和得物 APP 将在五大维度深入鉴别合作，包括鉴别研究、鉴别培训认证、鉴别行业标准、鉴别实验室技术创新、消费品鉴别等。

得物 APP 创始人兼 CEO 杨冰表示，鉴别是得物 APP 与年轻人建立信任、喜爱的衔接点，也是得物最独具特色的地方。在服务好用户基础上，得物 APP 希望继续和权威合作伙伴开放合作，让更多人买得安心、放心，不断促进产品和服务升级。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 03 日

## 2022 中韩电子商务合作论坛举行

10 月 24 日，由韩国贸易协会和上海市电子商务和消费促进中心主办，韩国产业通商资源部、中国驻韩大使馆、中国商务部投资促进事务局和上海跨境电子商务行业协会协办的“2022 中韩电子商务合作论坛”在首尔和上海两地连线举行。

论坛以“跨境电商时代，企业的新机遇与挑战”为主题，通过线上线下相结合的模式聚集中韩两国专家学者及企业代表，共同探讨新冠疫情影响下中韩电子商务合作的新业态、新模式。

本次论坛及线上洽谈会共有来自中韩两国电商领域专家学者，百余家平台、物流、生产等电商产业链、供应链企业代表约 200 名参与。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 24 日

## 2022 上海跨境电商发展高峰论坛将于 11 月 6 日举行

2022 上海跨境电商发展高峰论坛暨 2022 上海跨境电商云大会将于 2022 年 11 月 6 日～8 日在上海跨国采购会展中心举行。本次论坛被列为第五届中国国际进口博览会上海交易团配套活动。整个活动将分为高峰论坛、云对接、云招聘和云讲座四个系列，以线上直播为主，结合部分线下活动同步展开。

论坛由上海市人民政府商务委员会、上海市普陀区人民政府、上海现代服务业联合会担任指导单位，《理财周刊》、上海市网购商会联合主办。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）、上海跨境电子商务公共服务有限公司等担任支持单位。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 01 日

# 2022 年世界互联网大会乌镇峰会将于 11 月 9 日开幕

由世界互联网大会主办、浙江省人民政府承办的 2022 年世界互联网大会乌镇峰会，将于 11 月 9 日至 11 日在浙江乌镇召开。

本次大会的主题是“共建网络世界 共创数字未来——携手构建网络空间命运共同体”。据介绍，今年大会将继续采用“线上+线下”相结合的方式举行，报名参会已有 100 多个国家和地区。围绕大会主题，近 2000 名来自各国政府、国际组织、行业机构等的代表将展开交流，共同畅想数字文明。

据介绍，这次全球互联网盛会，将围绕全球网络空间焦点热点，设置“合作与发展”“技术与产业”“人文与社会”“治理与安全”4 个板块、共 20 个分论坛。在保留企业家高峰论坛、“一带一路”互联网国际合作论坛等传统特色论坛基础上，还将聚焦数字基础设施、全球发展倡议、弥合数字鸿沟、疫情下的数字社会、互联网关键资源、人工智能与数字伦理等新趋势、新热点议题设置，充分探讨境内外各方普遍关注的话题。

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

# 十年间我国数字经济实现跨越式发展

从 11 万亿增长到超过 45 万亿，十年间，我国数字经济规模跃上新台阶，为经济社会发展提供了强大动力。

今天的中国，移动支付的触角遍及神州大地的每个角落，年交易规模达 527 万亿，领先全球的移动支付正深刻改变着每个人的生活。

十年间，我国构建起先进完备的数字产业体系，算力核心产业规模超过 1.5 万亿元，近 5 年平均增速超过 30%，云计算市场规模超过 3000 亿。10.5 亿用户接入互联网，形成全球最为庞大、生机勃勃的数字社会。

十年间，我国产业数字化迅猛发展，工业互联网应用覆盖 45 个国民经济大类，产业规模过万亿，连接工业设备近 8000 万台。

来源：“中国政府网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 21 日

## 跨境电商成中国汽车品牌出海新赛道

10 月 24 日，阿里国际站发布 10 月跨境指数，报告显示，中国汽车产业近年来产品力大增，带来了巨大出口增量，与汽车相关的四大行业出现激增：新能源汽车快速发展，带动充电桩需求猛增；跨境电商正在成为中国汽车品牌出海新赛道，帮助中国厂商抓住更多海外机会。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 25 日

## 全球零售电商化是大势所趋

在 11 月 3 日召开的“2022《财富》中国 500 强峰会”上，亚马逊中国副总裁、亚马逊全球开店亚太区产品及市场负责人彭嘉屹表示，近年来，全球电商占全球零售的比重越来越大，而跨境电商的增速比全球电商的增速还要更快。从需求侧来看，年轻消费群体逐渐成为全球网购的新主力，让个性、潮流、智能的产品更容易脱颖而出。全球零售业持续向线上转型是大势所趋，无论是成熟市场，还是新兴市场，都大有潜力可挖。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 04 日

## 中国首个共享经济国际标准发布

10 月 27 日，中国贸促会召开例行新闻发布会，中国贸促会新闻发言人、中国国际商会秘书长孙晓在发布会上表示，10 月 5 日，国际标准化组织（ISO）已正式发布由中国贸促会商业行业委员会牵头制定的 ISO/TS 42502《共享经济—数字平台资源供给者审核指南》国际标准。这是全球第 2 个、中国第 1 个正式发布的共享经济国际标准。中国已进入共享经济国际标准化第一梯队，对于我国参与国际规则标准制定具有标志性意义。

据介绍，该项国际标准对数字平台资源供给者入驻、维护和退出环节所应遵循的准则进行明确，内容涵盖审核过程中的知识产权保护、安全和隐私保护等。该项标准的发布实施有助于共享经济平台更好地履行平台审核义务，为平台创造健康的、可持续发展的环境。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 28 日

# 首个数字化转型国家标准正式发布

近日，国家市场监督管理总局（国家标准化管理委员会）发布 2022 年第 13 号中国国家标准公告，批准国家标准 GB/T 23011-2022《信息化和工业化融合 数字化转型 价值效益参考模型》（简称《数字化转型 价值效益参考模型》）正式发布。

《数字化转型价值效益参考模型》国家标准主要针对数字化转型价值效益的定义、创造、传递、获取等问题，给出对应的参考模型，阐释将价值效益贯穿于两化融合全过程的方法机制，引导企业科学开展数字化转型活动。

该标准是我国发布的首个数字化转型国家标准，对数字化转型领域标准化建设具有重大里程碑意义。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 27 日

# 我国首个头盔智能技术应用标准发布

日前，我国首个智能头盔团体标准《网约配送员头盔智能技术应用要求》（T/CFLP 0046-2022）正式发布。该标准由中物联同城即时物流分会联合美团配送、蜂鸟即配等即时物流企业共同起草，对网约配送员头盔智能技术应用的基本要求、功能要求、性能要求和测试方法作出了具体的规定。

该标准还明确了网约配送员佩戴的智能头盔应具备蓝牙通话、佩戴检测、碰撞检测、自感应尾灯等核心安全功能，提高头盔的主动安全防护能力，进一步保障配送员的配送安全。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 21 日

# 全国首单电商申诉保险落地广州

近日，电商申诉保险正式出台并在广州落地全国首单。据介绍，电商申诉保险是为跨境电商卖家提供的专属保障。当跨境电商卖家被平台封号或下架商品，跨境电商卖家就可以委托法律顾问协助申诉答辩，由此产生的申诉答辩费用也由保险公司承担。

本次推出的平安产险电商申诉保险为亚马逊版，在企业出险后，可提供由持证资深律师团队支持的五方面服务：协助卖家审阅并回复亚马逊关于合规问题的通知函（notice letter）；

协助卖家与亚马逊交涉以重新复活已关闭、被禁止或被封锁的卖家账户；协助卖家与亚马逊交涉以重新激活被暂停的商品（AMZ 编码为 ASIN 等）；协助卖家针对亚马逊关闭、禁止或封锁卖家账户的决定对亚马逊上诉，使卖家账户恢复原状；协助卖家针对亚马逊暂停的商品的决定对亚马逊上诉，使商品重新激活。

来源：《电商报》编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 11 月 01 日

## 多个电商平台启动“双十一”预售

10 月 24 日 20 时，天猫 2022 年“双十一”预售正式开启。此前，京东、唯品会、拼多多等平台已经开启“双十一”预售。

值得注意的是，今年各平台的促销力度有所加大，并更加注重产品品质以及派送、售后服务等环节。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 25 日

## 《中国农村电子商务发展报告（2021-2022）》 发布

日前，中国国际电子商务中心在第六届中国（丽水）农村电子商务大会上发布《中国农村电子商务发展报告（2021-2022）》，从核心数据、发展环境、发展特点、问题挑战以及发展趋势等五个方面对农村电商进行了系统性阐述。

报告显示，农村电商市场进入平稳增长期，2021 年全国农村网络零售额 2.05 万亿元，占全国网络零售额的 15.66%，同比增长 11.3%。直播电商在农村加速普及应用，新业态新模式助力农产品进城，农村生活服务电商快速发展，“新农人”电商创业就业持续升温，农村电商助力乡村振兴的作用越发强劲。

报告认为，当前，直播带货等新业态规范发展颇具潜力，农村电商 B2B 将成为农村电商转型升级的重要方向，产地仓等基础设施建设将迎来新发展。与此同时，新发展格局下的乡村振兴将为农村电商提供更大的发展空间。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 25 日

# 埃森哲发布报告显示中中国企业数字化稳步推进

埃森哲近日发布的《2022 中国企业数字化转型指数研究》指出，中国企业的数字化进程稳步推进，在“质”和“量”上均有大幅提升和增长。同时，领军企业因坚定推进数字化转型，创新优势明显提升。

基于当前的外部环境，报告建议，企业应在六个方面开展切实行动，加速转型。

一是坚持长期主义，开展生态创新，充分培育创新能力和内外部资源，从改进技术、产品和服务，到服务产业升级和社会可持续发展，全面重塑竞争优势；二是聚焦核心客户群体，围绕其本质需求进行产品与服务的开发与交付；三是善用新兴技术和员工团队，打造柔性的人才供应链；四是以业务为导向，用精益思想指导数据管理。加速内外部数据聚合，利用多元化数据，不断提高数据质量以及云端数据的可用性；五是结合分析技术和人工智能，针对关键产品线、客户、供应商，以及关键时刻和环节，打造可视化能力，为预判潜在风险并最终采取自主行动打下基础；六是坚持探索新兴数字技术，合理运用各种技术组合，丰富应用场景，逐步实现产品和服务创新、业务运营和生态价值链的协同。

埃森哲大中华区战略与咨询董事总经理张逊表示，数字化转型不仅仅是技术应用，更需要组织架构和管理体系的保障，对此，越来越多的中国企业已经有了清晰的认识。企业要进一步强调组织、人才、模式、机制等方面的创新机制建设，这才是数字化转型的本质。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 05 日

# 《十大前沿数字技术人才发展报告》发布

智联招聘近日发布《十大前沿数字技术人才发展报告》。，伴随着数字技术的应用落地，相应人才招聘需求也随之涌现。其中，人工智能、区块链、物联网、云原生、隐私计算、量子计算、边缘计算、数字孪生、AR/VR、云网融合等十大数字技术呈现出快速演进趋势。

数据显示，今年 1-8 月，十大前沿数字技术中，数字孪生领域技术岗位招聘规模同比增速最高，达 252.5%。其次是区块链，以 131.3%的招聘需求增速紧随其后。量子计算、物联网、云网融合、隐私计算，分别以 97.6%、90.5%、79.7%、78.8%的同比增速排名 TOP3-TOP6。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 26 日

# 中国饭店协会将联合美团、饿了么举办第三届中国外卖节

为了帮扶饭店餐饮企业更好地推动外卖到家消费增长，提升外卖盈利能力，促进饭店餐饮企业、产业链、外卖平台共同发展。中国饭店协会、美团外卖和阿里本地生活（饿了么）定于 2022 年 12 月初在福州市联合举办第三届中国外卖节。

据介绍，本届外卖节围绕“会议、展览、促消费”三大核心主体板块，线上线下同步联动开展。本次外卖节将联合美团外卖、饿了么，在全国选定十个外卖热门城市，优选 10000 家餐饮线下门店，打造线上线下联动的数城万店“外卖优品”消费节，美团外卖、饿了么在外卖流量、满减、红包等一系列促进餐饮消费优惠政策，联合商户推出高折扣套餐、让利消费等，共同推动线上外卖消费。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 28 日

# 亚马逊发布《2022 中国出口跨境电商产业集群发展白皮书》

10 月 25 日，亚马逊全球开店在 2022 中国跨境电商交易会（秋季）媒体交流会上发布《2022 中国出口跨境电商产业集群发展白皮书》，从产业基础、贸易生态、发展潜力和跨境进展四大纬度，分享了当前发展较为活跃、相对成熟的 17 个出口跨境电商产业集群特点，覆盖珠三角、长三角、海西、华北以及中西部等多个区域。

白皮书显示，中国出口跨境电商产业集群正在加速转型、升级，呈现出从沿海到内陆，从东部到西部的多点开花的趋势，越来越多具备传统外贸优势的产业集群通过出口跨境电商实现了全球业务拓展和品牌打造。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 25 日

# 阿里巴巴将与俄罗斯出口中心联合推出俄产品对华出口项目

日前，俄罗斯出口中心电子商务发展部门经理穆尔泽诺克在出席“俄罗斯制造”国际出口论坛时表示，俄罗斯出口中心将于今年年底与阿里巴巴集团联合推出俄产品对华出口项目。

穆尔泽诺克指出，计划在该项目框架下进行俄罗斯产品对华的批发和零售出口，通过阿

里巴巴集团的线上和线下渠道进行销售。俄罗斯出口中心将帮助俄罗斯出口商寻找合作伙伴，重建全球平台工作模式，调整贸易方向，开拓新市场，并在传统销售渠道缩减的情况下创建新的销售渠道。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 22 日

## 京东上线塞浦路斯国家馆

京东近日在塞浦路斯国家馆的开幕仪式上，为中国消费者提供了一系列优质的塞浦路斯产品。据介绍，京东塞浦路斯国家馆已经推出了多款塞浦路斯产品。除了 Cyprina 果汁和 Commandaria 葡萄酒，展馆还提供了几种在欧盟市场上均被保护为地理标志产品的传统产品，如哈罗米奶酪和 Zivana 果渣白兰地。

截至目前，京东开设的国际展馆约有 80 个。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 31 日

## PingPong 携手联邦快递推出跨境电商物流解决方案

近日，联邦快递和全球最大的数字化贸易服务商之一 PingPong 携手为跨境电商用户量身打造了一套“更低价格、更高效率”的跨境电商物流解决方案，并提供了更安全合规、高效便捷的跨境支付服务。

具体来看，PingPong 平台内的跨境电商用户，可获得联邦快递专属账号，并享有全功能一站式解决方案—联邦快递电商兼容方案（FedEx Compatible Solution），可一键集成联邦快递运单生成和运输服务资源信息，减少因订单信息错误造成的损失和风险，同时可轻松将联邦快递托运服务信息兼容到跨境电商用户所使用的电商平台中，大幅提升订单的物流处理效率。开通 PingPong 账号的跨境电商用户，可实现在欧美、日韩、东南亚等全球主流电商平台（Amazon、Walmart、Shopee、Lazada 等）、独立站（Shopify 等）的收款、收单等敏捷支付服务。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 25 日

# 宝尊电商区域总部落户新加坡 聚焦东南亚市场

宝尊近日宣布在新加坡设立新区域总部，这意味着加码该地区的品牌可以以更直接有效的方式获得包括 IT 解决方案、店站运营、数字营销、客户服务及仓储物流等在内的一站式、端到端的全渠道电商服务，以满足品牌快速适应该区域市场转型的需求，以服务聚焦东南亚市场发展的品牌并推动该地区的数字商业创新发展。

据了解，宝尊电商是一家第三方电子商务服务商，致力于帮助品牌和零售商提供电商代运营服务，目前提供从前端到后端的全套电商服务，包括网站搭建、更新及托管，IT 设施搭建，客户服务，仓储物流服务以及数字营销等。宝尊现已覆盖 8 个垂直行业，服务超过 355 个全球品牌，2021 年度总商品交易额（GMV）超过 711 亿元，其全渠道品牌零售数字商业服务现已覆盖天猫、京东、微信小程序、拼多多等 30 多个国内主流电商平台。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 22 日

# 阿里 eWTP 数字清关跨境进口 9610 模式上线

阿里巴巴 eWTP 数字清关平台日前在深圳口岸试行首单 9610（跨境电商直邮）模式进口的业务，标志着该模式在深圳口岸全面上线，电商平台、进口商家未来可使用数字清关 9610 通关渠道。

据阿里巴巴方面介绍，“9610”为海关监管代码，是国家为方便中小企业跨境电商交易推出的跨境电商直邮模式，eWTP 数字清关跨境进口 9610 模式上线之后，可为以香港为物流集散中心的跨境电商企业带来更优化的物流线路，降低 30%物流成本。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 03 日

# 天猫国际发布全新品牌“全球探物”升级海外直购业务

天猫国际海外直购业务日前正式升级，发布全新品牌“全球探物”。位于日本、韩国、欧洲等六大采购中心的官方采购团队，全球直采威士忌、小众香水、潮玩、数码科技等进口尖货，专机直邮到消费者手中。

同时，赶在天猫双 11 前，“全球探物”迎来美国最大的奥莱购物集团 SPO（Shop Premium

Outlets）官方入驻，超 1500 个大牌带来当地奥莱折扣价，超 10 万款奥莱商品全球同步上新。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 27 日

## 亚马逊将在本届进博会首发一个符合“气候友好承诺”的全新品牌

第五届中国国际进口博览会将于 11 月 4 日在上海拉开帷幕。继去年进博会首秀之后，亚马逊今年将以“共襄新程，同享未来”为主题，向参会者展现亚马逊海外购、亚马逊智能硬件与服务和亚马逊全球物流三大业务的创新实践。

据了解，亚马逊还将在本届进博会上首次在中国发布可持续发展沟通文件——《亚马逊中国可持续发展概览 2021-2022》，和一个全线产品均符合亚马逊“气候友好承诺（Climate Pledge Friendly）”的全新生活方式品牌。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 02 日

## 亚马逊推出新支付方式 Venmo

亚马逊日前宣布将开始提供 Venmo 作为客户在亚马逊网页及应用程序的支付方式，这将为客户提供更多的支付选择。

亚马逊还将为 Venmo 社区提供另一家商店，让客户可以使用其 Venmo 账户购买节日礼物。Venmo 日前已向部分亚马逊客户推出，并将在黑色星期五之前提供给所有美国客户。

亚马逊全球支付副总裁 Max Bardon 表示，我们希望尽快为客户提供方便、易于使用和安全的支付选项，没有比繁忙的假日季节更好的时间了。无论是现金支付、先买后付，还是现在通过 Venmo 支付，我们的目标都是满足每位亚马逊客户的需求和偏好。

据介绍，在使用方法上，首先客户将他们的 Venmo 账户作为一种付款方式添加到他们的亚马逊账户。添加帐户后，客户可以在结帐时选择 Venmo 作为付款选项。添加 Venmo 帐户后，客户还可以选择选择 Venmo 作为默认付款选项。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 26 日

## 东南亚数字经济增速放缓

互联网巨头谷歌、投资公司淡马锡控股和咨询公司贝恩日前联合发布《2022 年东南亚数字经济报告》。《报告》显示，今年东南亚数字经济总交易额有望达到 2000 亿美元，同比增长 20%，增幅低于去年的 38%。《报告》同时预测，到 2025 年，东南亚数字经济规模可达 3300 亿美元，低于此前预测的 3600 亿美元。

这是该报告自 2016 年发布以来，首次下调增长预期。在经历了多年的爆发式增长后，东南亚数字经济规模增速正在放缓。

来源：《经济日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 11 月 03 日

## 中国与新加坡、巴基斯坦签署电子商务合作谅解备忘录

10 月 27 日，中国商务部部长王文涛与新加坡贸易及工业部部长颜金勇以视频方式共同签署《中华人民共和国商务部和新加坡共和国贸易及工业部关于电子商务合作的谅解备忘录》。根据《备忘录》，双方将建立电子商务合作机制，加强政策沟通，促进企业合作和地方合作，提升物流、移动支付等领域合作水平，开展能力建设和联合研究，在双方共同参与的区域及多双边经贸框架下加强合作。

11 月 2 日，在国务院总理李克强和巴基斯坦总理夏巴兹•谢里夫见证下，商务部部长王文涛与巴基斯坦外交部部长比拉瓦尔共同签署了《中华人民共和国商务部和巴基斯坦伊斯兰共和国商务部关于电子商务合作的谅解备忘录》。根据《备忘录》，双方将建立电子商务合作机制，定期开展政策沟通，分享最佳实践，促进优质产品贸易，加强物流、电子支付等领域合作，共同为双边经贸关系注入新动力。

来源：“商务部新闻办公室”2022 年 11 月 02 日

# 【政策法规】

## 工信部等五部门联合发文推进虚拟现实产业布局

工业和信息化部、教育部、文化和旅游部、国家广播电视总局、国家体育总局近日联合

印发《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划（2022—2026 年）》，提出到 2026 年，我国三维化、虚实融合沉浸影音关键技术重点突破，新一代适人化虚拟现实终端产品不断丰富，产业生态进一步完善，虚拟现实在经济社会重要行业领域实现规模化应用，形成若干具有较强国际竞争力的骨干企业和产业集群，打造技术、产品、服务和应用共同繁荣的产业发展格局。

**创新能力显著增强。**多技术融合、产学研用高效协同的系统化创新体系基本形成，近眼显示、渲染处理、感知交互、网络传输、内容生产、压缩编码、安全可信等核心关键技术取得重要突破，研究制定虚拟现实标准体系，建设制造业创新中心，建设广播电视和网络视听虚拟现实制作实验区、虚拟现实赋能舞台艺术数字化制作实验区。

**产业生态持续完善。**我国虚拟现实产业总体规模（含相关硬件、软件、应用等）超过 3500 亿元，虚拟现实终端销量超过 2500 万台，培育 100 家具有较强创新能力和行业影响力的骨干企业，打造 10 个具有区域影响力、引领虚拟现实生态发展的集聚区，建成 10 个产业公共服务平台。

**融合应用成效凸显。**在工业生产、文化旅游、融合媒体、教育培训、体育健康、商贸创意、智慧城市等虚拟现实重点应用领域实现突破。开展 10 类虚拟视听制作应用示范，打造 10 个“虚拟现实+”融合应用领航城市及园区，形成至少 20 个特色应用场景、100 个融合应用先锋案例。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 01 日

# 文旅部发布《文化和旅游部关于推动在线旅游市场高质量发展的意见（征求意见稿）》

近日，为进一步加强在线旅游市场管理，发挥在线旅游企业整合旅游要素资源的积极作用，带动交通、住宿、餐饮、游览、娱乐等相关旅游企业协同发展，促进平台经济持续健康发展，保障旅游者合法权益，推动旅游业高质量发展，文化和旅游部起草了《文化和旅游部关于推动在线旅游市场高质量发展的意见(征求意见稿)》。

《征求意见稿》提出加强游客“行踪轨迹”等个人敏感信息保护，防止超出合理经营需要收集游客个人信息，采取切实措施避免大数据杀熟、虚假宣传、虚假预定等侵害游客权益行为。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 01 日

# 上海市商务委等九部门印发《关于全面推进口岸数字化转型实施意见》

近日，市商务委、市发展改革委、市经济信息化委、市交通委、市科委、市生态环境局、上海海关、上海海事局、上海出入境边防检查总站等部门发布《关于全面推进口岸数字化转型实施意见》。《意见》提出以服务企业为目标，推进智慧口岸服务体系建设，打造口岸服务治理生态圈，为平安、效能、智慧、法治、绿色“五型”口岸建设提供有力支撑，助力提升国际贸易中心和国际航运中心能级，到 2025 年初步建成具有国际影响力的智慧口岸。

《意见》提出了加强口岸数字化基础设施建设；优化口岸数字化服务能力；提升口岸数字化监管水平；增强口岸区域辐射能级；打造国际互联互通合作新载体等 5 大任务 13 项举措。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 31 日

# 深圳发布《深圳市推动跨境电子商务高质量发展行动方案（2022-2025）》

深圳市商务局日前发布《深圳市推动跨境电子商务高质量发展行动方案（2022-2025）》，共包括 23 条措施，将从市场主体、产业发展、监管服务、金融创新、人才驱动、通关物流、优化环境和保障措施等八大方面深化跨境电子商务综合试验区建设。

方案提出，到 2025 年，深圳将初步建成跨境电商国际枢纽城市，力争到 2025 年跨境电商进出口额超千亿元，跨境电商市场主体数量、营收规模、税收贡献等规模国内领先，新增跨境电商上市企业 5-10 家，年出口额超亿元跨境电商品牌不少于 50 个，企业建设运营海外仓面积超 350 万平方米。

**产业发展方面**，支持企业树立响亮“深圳品牌”、“独立站+平台”双轨并行发展 DTC 模式、推动中小企业借助专业 SaaS 服务等；在监管服务方面，注重实行在线办理、一站式通关办理，积极探索优化跨境电商出口海外仓退税流程、市场采购贸易方式的配套税收政策，不断优化“银行+外综服企业”模式，拓展银行跨境电商结算渠道，支持外综服企业代办跨境电商出口收汇。

**金融创新方面，**《行动方案》提出将加强信贷融资支持、优化保险服务供给和支持企业直接融资，鼓励符合条件的跨境电商企业上市挂牌融资；支持有条件的区设立跨境电商发展

基金。通关物流方面，优化通关服务能力，构建便捷高效物流网络和提升海外仓发展水平，到 2025 年实现新增 10 个以上省级公共海外仓。优化产业环境方面，强化企业合规引导，鼓励企业购买知识产权海外侵权责任险，探索建立跨境电商企业信用评价体系；加强国际交流合作，积极发展丝路电商，深化“一带一路”贸易畅通合作，注重发挥深圳 RCEP 服务中心作用。

来源：《深圳特区报》2022 年 10 月 30 日

## 【数据观察】

## 国家统计局：1-9 月全国网上零售额 95884 亿元，同比增长 4.0%

10 月 24 日，国家统计局发布的数据显示，1—9 月份，全国网上零售额 95884 亿元，同比增长 4.0%。其中，实物商品网上零售额 82374 亿元，增长 6.1%，占社会消费品零售总额的比重为 25.7%；在实物商品网上零售额中，吃类、穿类、用类商品分别增长 15.6%、4.7%、5.2%。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 24 日

## 工信部：我国工业互联网产业规模破万亿元

日前，工信部信息技术发展司相关负责人介绍，我国工业互联网产业规模突破万亿元，工业互联网正成为我国制造业从“中国制造”向“中国智造”转型的关键支撑。数据显示，我国累计建成开通 5G 基站 196.8 万个，工业互联网高质量外网覆盖全国 300 多个城市，国家工业互联网大数据中心体系建设稳步推进。

工业互联网将工业生产与计算机技术、通信技术相融合，最终促成原材料、设备、生产线以及工人、供应商、用户的紧密连接，优化效率、降低成本。

目前，我国已建成具有一定区域和行业影响力的工业互联网平台超过 150 家，工业设备连接数量超过 7900 万台套，服务工业企业超过 160 万家。

工信部信息通信管理局专门就当前工业互联网的概念作出权威解释：即利用以 5G 为代

表的新一代信息通信技术，构建与工业经济深度融合的新型基础设施、应用模式和工业生态。通过 5G 技术对人、机、物、系统等的全面连接，构建起覆盖全产业链、全价值链的全新制造和服务体系。

来源：“新华网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 25 日

## 市场监管总局：网络直播、电商等新个体经济占全国个体工商户总量近三成

11 月 1 日，国务院新闻办公室举行国务院政策例行吹风会，介绍《促进个体工商户发展条例》有关情况。市场监管总局副局长蒲淳表示，近年来，网络直播、微商电商、新媒体等新个体经济也发展迅速，已占到个体工商户总量的近三成，降低了创业就业成本，进一步促进了个体工商户的发展壮大。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 01 日

## 国家邮政局：1-9 月全国快递业务量累计完成 800.1 亿件

10 月 27 日，国家邮政局发布的数据显示，1-9 月，全国快递服务企业业务量累计完成 800.1 亿件，同比增长 4.2%；业务收入累计完成 7688.9 亿元，同比增长 3.5%。

其中，9 月份，全国快递服务企业业务量完成 97.1 亿件，同比增长 2.8%；业务收入完成 924.6 亿元，同比增长 0.3%。

细分业务类别来看，1-9 月，全国同城业务量累计完成 94.9 亿件，同比下降 6.0%；异地业务量累计完成 691.4 亿件，同比增长 6.2%；国际/港澳台业务量累计完成 13.8 亿件，同比下降 12.6%。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 28 日

## 央行：数字人民币累计交易金额超千亿元

近日，中国人民银行发布的数据显示，截至今年 8 月底，数字人民币试点地区累计交易笔数 3.6 亿笔、金额 1000.4 亿元，支持数字人民币的商户门店数量超过 560 万个。数

字人民币在批发零售、餐饮文旅、教育医疗、公共服务等领域已形成一大批涵盖线上线下、可复制可推广的应用模式。

近年来，人民银行扎实开展数字人民币研发试点各项工作，已先后选择 15 个省份的部分地区开展数字人民币试点，并综合评估确定了 10 家指定运营机构。

今年以来，各试点地区累计开展了近 30 次数字人民币消费红包活动，各商业机构还开展了多次市场化推广活动，有力促进社会消费回补与潜力释放。多地电子政务服务平台开通数字人民币支付服务，支持线上线下渠道办理各类公共事业缴费，利用数字人民币发放退税资金、医保月结款专项资金、困难群众帮扶资金、“专精特新”企业扶持资金等。

此外，数字人民币服务下沉到县域农村，基于农产品销售、惠农补贴发放等特色场景拓展农村金融服务覆盖面，助力乡村振兴和数字乡村建设。

人民银行表示，将继续推动数字人民币业务持续健康发展，支持在财政、税收、政务等对公领域发挥数字人民币优势，为政府数字化和智能化治理提供先进的支付服务。

来源：《人民日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 25 日

# 我国电商市场规模十年增长超四倍

10 月 27 日，网经社电子商务研究中心发布《这十年：2012-2022 中国电子商务发展数据报告》。《报告》显示，十年间，我国电子商务市场规模从 2012 年的 7.85 万亿元增长到 2021 年超 42 万亿元，十年市场规模增长了 4.36 倍，增加 34.28 万亿元，预计 2022 年将超 43 万亿元。

《报告》显示，2012 年至 2021 年，国内数字零售交易规模持续增长，2012 年交易规模为 13100 亿元，2021 年达到 131419 亿元，十年来增长达到 9 倍。

《报告》显示，2012 年我国跨境电商市场规模 2.1 万亿元，而 2021 年市场规模达 14.2 万亿元，十年间我国跨境电商市场规模增长了 5.7 倍，增加了 12.1 万亿元，预计 2022 年规模将达 15.7 万亿元。

《报告》显示，2015 年中国生活服务电商市场规模 3410 亿元，而 2021 年市场规模达 37980 亿元，七年间我国生活服务电商市场规模增长了 10.13 倍。预计 2022 年规模将达 42670 亿元。

《报告》显示，2012 年至 2021 年的十年间我国产业电商市场规模从 6.25 万亿增长到超 25 万亿。 来源：“网经社” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 28 日

# 中国在 2022 年 IMD 世界数字竞争力排名中升至第 17 名

瑞士洛桑国际管理发展学院（IMD）近日发布的 2022 年 IMD 世界数字竞争力排名显示，中国从 2017 年的第 31 名上升至 2022 年的第 17 名，5 年间上升 14 名，见证中国数字竞争力奇迹。

今年排名前五的经济体分别为：丹麦，美国，瑞典，新加坡，瑞士。这是丹麦第一次拔得头筹，也是美国在连续五年位居榜首后，首次跌落到第二。

据了解，IMD 全球数字竞争力排名已进入第六个年头，它衡量了 63 个经济体采用和探索数字技术的能力和准备程度，将其作为商业、政府和更广泛社会经济转型的关键驱动力。通过收集“硬数据”与针对全球数千名企业高管进行调研，基于知识、科技、对未来的准备程度三个维度，进行全球数字竞争力排名。

其中，“政府网络安全能力”和“依法保护隐私”是 IMD 世界竞争力中心今年新增的两项标准。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 28 日

# 互联网企业综合实力百强名单公布　美团、抖音、京东等企业上榜

日前，中国互联网协会发布《中国互联网企业综合实力指数报告（2022）》。《报告》公布 2022 年中国互联网企业综合实力前百强，榜单前十名依次为：腾讯、阿里巴巴、三快（美团）、蚂蚁、抖音、京东、百度、寻梦（拼多多）、快手、携程。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 02 日

# 12306 平台成为世界上规模最大的铁路互联网售票系统

2012 年底，我国全部旅客列车实现互联网购票。截至目前，12306 平台注册用户已达到 6.8 亿，成为世界上规模最大的铁路互联网售票系统，单日售票能力达 2000 万张以上，常态化互联网售票比例达 85% 左右，单日最高达 90%。

目前，我国已全面推行电子客票，旅客持身份证可在全国 2800 余个高铁和普铁车站“一证通行”，惠及 99% 以上铁路出行人群。

铁路 12306 App 于 2013 年 12 月推出。数据显示，铁路 12306 App 下载安装累计已达 17 亿多次，12306 网站（含手机 App）最高日访问量高达 2000 亿次，单日最高售票量 1541.3 万张，年度最高售票量达 35.7 亿张。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 25 日

## 出台 10 大扶持举措 京东发布“百大产业带扶持计划”

10 月 24 日，京东正式发布“百大产业带扶持计划”，该计划覆盖全国 267 个产业带，涉及约 40 个一级品类，是史上规模最大、覆盖类目最全的产业带招商扶持计划。京东为产业带商家放宽准入门槛、降低资费标准，建立更多开店模式，为产业带商家提供覆盖入驻、孵化、供应链等产业带商家发展的全链条服务。

同时，京东出台了 10 大扶持举措，包括免费代入驻、“三费”减免、商家培训、数字化转型服务、供应链支持等，助力产业带商家在京东实现实实在在的增长。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 25 日

## 盒马未来 10 年打造可服务 10 亿消费者的商品体系

日前，盒马 CEO 侯毅在一场面向供应商的大会上表示，将全面走向商品力建设。“不仅要向上走、向下走，还要向外走，未来 10 年打造可服务 10 亿消费者的商品体系。”会上，首批 10 家与盒马共同成长 5 年、规模上亿的合作企业，被授予“盒品牌”称号。

数据显示，2022 年，盒马鲜生销售额同比增长超 25%，盒马 X 会员店增长超 247%，奥莱和邻里的增长则高达 555%。

此外，“盒马村”的数量已经增至 140 家，成为盒马从源头基地打造商品力的重要力量，同样也为带动乡村振兴增砖添瓦。

来源：“中国网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 31 日

## 菜鸟推出六大出口物流保障措施 助力双 11 及跨境旺季及时收货

10 月 24 日菜鸟公布优选仓、揽收及智能合单、秒极清关、国际干线、海外分拨、末端配送等六大出口物流保障措施，具体包括启用全球 5 大分拨中心、超 3000 架次航班运力保障、覆盖 30 多国的海外仓备货等，保障全球消费者在双 11 及跨境旺季能够及时收货。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 25 日

## 上半年全球跨境电商奢侈品销售增长 17%

近日，跨境电商技术公司 ESW 公布最新研究报告《全球之声：消费者脉搏 2022》指出，今年上半年，全球跨境电商奢侈品销售额增长达 17%，中国消费者占据主导地位，其次是韩国和阿联酋。

报告显示，尽管存在宏观经济不确定性、地缘政治不稳定、以及由此带来的家庭消费下行压力等多重不利因素，但世界各地的许多奢侈品消费者仍像往常一样在购物。有五分之一的受访者（21%）表示近期曾在跨境电商平台购买奢侈品，其中，中国（46%）、韩国（36%）和阿联酋（34%）的消费者居首。在购物榜单中，箱包配饰以 44%占比位居第一，服装（42%）和珠宝（39%）紧追其后。在奢侈品跨境销售方面，美国（56%）位居第一，其次是英国（32%），然后是法国（29%）和意大利（25%）。

报告指出，消费体验满意度（31%）和国内市场缺乏供应（27%）是消费者决定跨境网购奢侈品牌的主要驱动因素。

此外，报告显示，有 70%的消费者愿意放弃实体店体验，以便在网上快速获得所需的产品。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 10 月 21 日

## Meesho 上半年下载量破亿，超越亚马逊和 Flipkart

据应用分析公司 Apptopia 数据显示，印度社交电商平台 Meesho 是今年上半年全球下载量最大的购物应用，大约 1.27 亿人下载了该应用程序，该应用程序仅在印度可用，而同期亚马逊和 flipkart 的下载量分别为 8100 万和 5000 万。上个月，Meesho 应用程序在印度的访问量超过 14 亿次，Flipkart 为 8.75 亿次，而亚马逊为 5.7 亿次。

购物者表示 Meesho 平台易于使用、产品选择范围广且价格低廉。同时，Meesho 支持用

户在商品到达家门口时用现金支付，并且订单运输免费，不设最低限额。此外，该平台还允许卖家根据自己需求设定商品的利润率。目前，Meesho 的收入主要来自广告，卖家需要为在应用中更突出地展示商品而付费。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 24 日

## 54.2%美国人将在黑五网购，亚马逊是首选零售商

今年黑五，计划在线购物的美国消费者多于店内购物。具体而言，39.7% 的美国人计划在店内购物，而 54.2%的人计划进行在线购物。

调查显示，亚马逊是美国消费者在今年假日季的首选零售商。64.3%的消费者将在亚马逊购物，47.9%的消费者将在沃尔玛，38.8%的消费者将在 Target。其他受欢迎的零售商是 Kohl's（9.5%）和 Best Buy（8.2%）以及梅西百货（7.5%）。

来源：“亿恩网”2022 年 10 月 25 日

## 中东北非地区消费者对"双十一"搜索兴趣同比增长 35%

日前，谷歌搜索（google search）数据显示，中东北非地区对"双十一"的搜索兴趣同比增长 35%。其中，70%的阿联酋和沙特阿拉伯购物者表示会在"双十一"活动期间购买产品，这一数据高于年末销售旺季时期 65%的统计数据。

在"双十一"前两周，消费者对于新折扣季的兴趣更大。对关键词"折扣"的搜索兴趣增加 40%，这表明购物者希望找到最优惠的价格。手机端购物应用程序下载量增长 32%，这表明消费者不仅关注好价格，还想要更便捷的购物方式。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 27 日

# 【专家视点】

## 直播电商迎来持续稳健发展时期

近年来，直播电商作为一种新型商业模式，在增加就业、扩大内需、促进数字经济发展等方面发挥了积极作用。国家统计局数据显示，2021 年社会消费品零售总额超过 44 万亿元，其中，直播电商市场份额占比约 5%。

中国计量科学研究院日前发布的《直播电商行业高质量发展报告（2021-2022）》蓝皮书（以下简称“蓝皮书”）指出，随着政策、监管的日趋完善，直播电商行业将迎来持续、稳健的发展时期。

**覆盖人群更广**

当前，直播电商行业正在重塑格局。商务部电子商务和信息化司发布的《2022 年上半年中国网络零售市场发展报告》显示，直播电商行业从流量驱动转为产品驱动，进入以品牌自播、知识主播、技术赋能和定制直播等为特点的发展新阶段。

蓝皮书显示，直播电商的发展正推动一系列新职业的产生，带动了大量新增就业岗位。根据人力资源和社会保障部数据，至 2021 年底，全国直播行业从业者人数已超 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%的速度增长，覆盖用户规模达到 8 亿以上。

**国货销量跃升**

百雀羚、白象、李宁、安踏……记者在各大直播电商平台的销量榜单中看到，如今有越来越多的国货品牌赢得消费者青睐。

蓝皮书指出，直播电商行业在助力国产品牌发展方面发挥了重要作用。在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域，一大批“国潮”品牌，借由直播电商的东风，实现了销量跃升。

《2021 抖音电商国货发展年度报告》显示，国货品牌受到年轻消费者青睐，2021 年抖音电商国货品牌销量同比增长 667%，其中美妆品类国货销量上涨 696%。

业内专家认为，直播电商一方面可以帮助国产品牌快速获客、促进转化，让更多品牌被看见、被发现、被体验；另一方面，也降低了流通费用和信息沟通成本，对生产端来说，可以最大限度降低库存风险，有效推动供应链的国产化。

**迎来规范发展**

直播电商不仅要蓬勃发展，更要有序、健康发展。在监管部门、行业协会、直播平台等多方面共同努力下，直播电商行业迎来规范化发展新阶段。

此前，中国广告协会发布的《网络直播营销选品规范》，国家互联网信息办公室等七部门联合印发的《网络直播营销管理办法（试行）》等相关监管政策和规范措施陆续出台。

2021 年，多个直播电商平台积极更新完善平台规则，推出管理规范、负面清单、处罚规则等细则促进各方合规经营。部分平台在 2021 年针对性地开展了虚假宣传、恶俗炒作等违规行为的专项治理活动，对违规商家与主播进行处罚，加速直播电商行业生态的规范化进程。

今年以来，各地的整治行动也在持续进行。近期江西省市场监管局开展“2022 网络市场监管专项行动”。针对直播电商领域，严厉打击假人气、假优惠、假商品等“三假”直播乱象，进一步营造网络直播公平竞争环境，推动网络直播行业规范发展。

“针对直播电商存在的一些问题，要建立内驱与外管相协同的消费者权益保护机制。”中国社会科学院财经战略研究院研究员李勇坚认为，规范直播电商应进一步完善消费者权益保护机制。一方面，要鼓励平台建立快速高效的在线消费权益保护机制，鼓励主播团队建立消费者权益保护的专门团队和消费者权益保护基金。另一方面，要进一步落实相关政策，加快出台直播团队在选品、质量、检测、检验、测试等方面的规范。

来源：《人民日报海外版》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 27 日

# 数字技术推动中国人美好生活

显示实时交通信息以及预计旅行时间的导航应用程序、帮助顾客在网上购买到最合身衣服的虚拟试衣室，以及可以在家里与珍贵文物“近距离接触”的虚拟博物馆……上述十年前无法想象的情景已经成为中国人日常生活的一部分。

亚洲数字 CFO 网站在近日的报道中指出，随着中国加快建设数字国家的步伐，数字技术正广泛应用于诸多领域，为越来越多中国人带来了数字红利。

报道称，过去十年，中国进一步巩固了数字工业化的基础，加快了数字工业化发展的进程。中国数字经济的市场总额从 2012 年的 11 万亿元增长到去年的 45.5 万亿元。今天，数字技术正渗透到中国的每一个角落，并正在给中国人民的生活带来深刻的变化。

**让生活更便捷**

过去十年，不断发展的数字技术使人们的生活更加轻松便捷。从 2012 年到 2021 年，中国的互联网普及率从 42.1%增长到 73%，光纤网络覆盖所有地级城市。而且，全国所有行政村和脱贫村都接入了宽带。截至今年 7 月底，中国 5G 手机用户多达 4.75 亿，中国拥有世界上最大的 5G 网络。

得益于数字基础设施的跨越式发展，共享经济、在线零售和移动支付等新技术和新型商业模式接踵而至。

中国数字化建设的成果惠及社会的方方面面。今天，人们通过扫描二维码订购食物，并通过面部识别支付账单，停车服务和垃圾分类也通过数字技术实现了智能化。

在农村地区，农民在直播平台上销售农产品，数字技术正在使传统农业变得更加智能，越来越多农民增加了收入。

**提升服务能力**

过去十年，数字技术使服务能力得到更大提升。

今天，在线和远程服务在中国非常流行。中国建立了世界上最大的在线教育平台和全国医疗保险信息平台。中国 90%以上的县和区可以使用远程医疗。在这十年中，数字技术为缩小城乡以及地区间社会服务资源的差距作出了重要贡献。

在过去十年中，中国在数字政府服务方面取得了巨大进步。数字政府是中国数字建设的重要组成部分。在政府服务中应用数字技术有助于提升政府的治理能力，也有助于满足中国公众日益增长的政府服务需求。

目前，移动政府服务平台在全国几乎随处可见，人们可通过一个网站办理诸多与自身衣食住行相关的事情。近 90%的省级行政许可证可以在网上申请，申请人最多只需前往办事处一次即可获得许可证，处理时间减少了一半以上。联合国的一项调查显示，中国的电子政务发展指数在全球排名第九。

来源：《科技日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 10 月 28 日

# 释放线上消费潜能 为扩内需注入强劲动能

近年来，我国线上消费快速发展，成为全球规模最大的网络零售市场，迸发出极大的创新活力，释放了强大的消费引领和促进动力，为广大消费者提供了层次丰富、品种多样的消费选择。线上消费具有促进总消费规模增长的新增效应，是扩大内需的重要引擎。未来应进一步鼓励和促进线上消费创新发展，持续放大线上消费的新增效应，为扩大内需和促进消费注入更强劲和更持久动能。

**我国已成为线上消费最活跃市场**

新一轮信息技术革命催生的线上消费创新发展，是过去十年支撑和推动我国消费市场成长壮大的重要动力，也是未来一段时期扩大消费和抢占全球消费市场前沿的重要抓手。2021 年，我国实物商品网上零售额达到 10.8 万亿元，是 2015 年的 3.3 倍，年均增速达到 22.4%，占社会消费品零售总额的比重从 2015 年的 11.3%快速上升到 2020 年的 24.9%，规模和渗透

率均已达到全球领先水平，创新发展动能强劲。

线上消费既对传统线下消费产生一定替代（替代效应），也在不断创造和满足全新的消费需求（新增效应），激发线上消费创新动能的关键是要放大新增效应。有研究认为，电子商务市场零售额与总消费水平之间存在“U 型”关系，在早期主要表现为抑制总消费的效果，进入成熟期后抑制作用将转变为促进作用。2011 年，麦肯锡咨询公司利用电商平台数据测算网络零售对中国居民消费的新增效应，发现居民的线上消费每增加 1 元，将拉动总消费净增加 0.39 元。2020 年以来，随着我国网民规模趋于饱和，叠加疫情扰动和消费预期不稳等因素影响，线上消费的发展势头有所放缓。准确测算新增效应水平，总结发展经验，对下一步更好释放线上消费潜能，实施扩大内需战略具有现实意义。

**线上消费是扩内需和促消费的重要引擎**

通过对 2015 年至 2019 年我国 31 个省（自治区、直辖市）官方统计数据和代表性大型电商平台大数据测算后发现，我国线上消费的新增效应较强，并处于趋势性回升阶段，在内陆地区特别是中西部地区，以及中低收入水平群体更为明显，持续完善基础设施将有助于进一步放大新增效应、促进居民生活消费水平实现更加均衡发展。

**持续放大线上消费引擎作用**

下一步，应顺势而为、坚定鼓励、精准引导，持续放大线上消费引擎作用，为扩大内需和促进消费注入更强劲和更持久动能。

**一是持续激发线上消费创新活力，抢占全球消费创新前沿。**支持平台经济持续健康发展，引导和鼓励平台培育消费品牌、提升流通效率、优化消费体验、拓展海外市场。=

**二是营造市场主体公平竞争、消费者保护有力的线上消费环境。**放宽线上线下融合、商品服务融合等新领域市场准入和经营限制，完善监管制度规则，促进消费产品和服务提质扩容。

**三是提升中西部地区和下沉市场消费设施水平。**围绕提升生活品质，加快完善适应中西部地区小城镇和乡村地区消费需要的多元化、融合化的商业设施和消费场景。

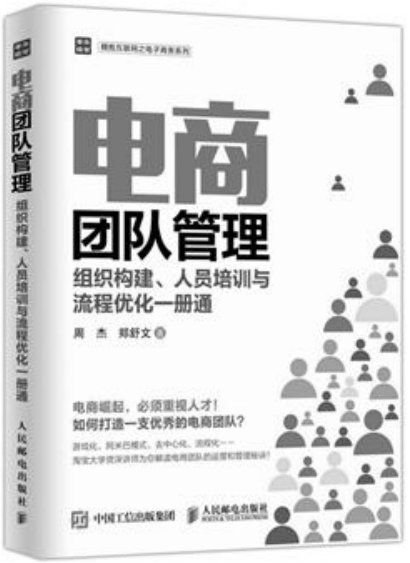
**四是以提高消费能力为重点促进中低收入群体收入提升。**把扩大就业作为扩大内需的优先政策，实现扩大消费与增加就业的良性循环。=

**五是加快建设适应线上消费创新发展要求的新型基础设施。**加快多式联运、冷链、城乡智能物流配送体系、智慧零售、社区商业、跨境电商海外仓等新型流通设施建设。=

（作者单位：国务院发展研究中心，北京工商大学）

来源：《经济参考报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 11 月 02 日

# 【悦读电商】

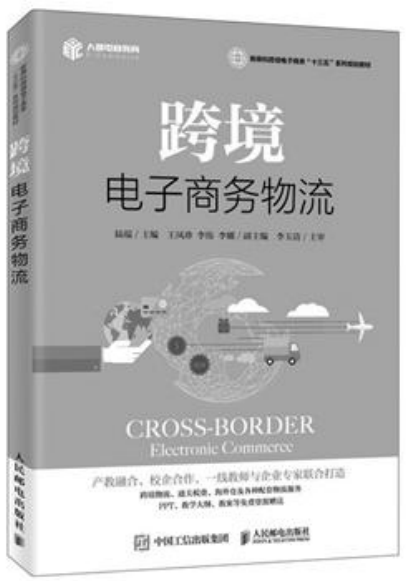



**电商团队管理**

内容简介

在“互联网 ”时代，企业应该怎样做电商？如何组建一支优良的电商团队？电商企业如何才能更好地管理员工？本书是一本全面解读电商团队管理的工具书。

全书共分为九章，分别介绍了团队管理、人才笼络、团队建设、培训体系、游戏化、阿米巴模式、去中心化、激励体系和流程化等内容，具体内容包括电商团队的组织架构、电商团队组织的特点、什么是阿米巴模式、电商工作中各个环节的流程设计、游戏化管理要素有哪些等。书中提供了大量的经典案例，内容通俗易懂，旨在帮助广大电商企业打造一支优良的电商团队。




**跨境电子商务物流**

内容简介

本书对跨境电商物流的概念范畴及国际政策利好从不同角度进行了分析，并从跨境出口、跨境进口及国内物流、海外仓等不同章节介绍了当前行业的热点，解析了跨境进出口物流的机遇及业务模式，让读者更为全面和深入的了解跨境物流、通关税费、海外仓及各种配套物流服务领域的具体操作。

本书着重阐述了跨境物流如何助力跨境电商的发展。

---

编辑部地址：中山南路 1088 号南浦大厦四楼　　上海市电子商务和消费促进中心内

邮政编码：200011　　电话：021-63685517