

电子商务动态

● 行业资讯

- 国家发改委：电商企业要避免销售过度包装商品，推广电商快件原装直发.....2
- 首届上海数字贸易论坛成功举办.....3
- 直播“沪”上好物 第三届11直播月拉开帷幕.....4
- 上海跨境电商9610进口业务首单退货合单申报顺利完成.....4
- 电商成为进博会溢出效应“放大器”.....5
- 中小企业加快数字化转型.....6

● 政策法规

- 工信部印发《中小企业数字化转型指南》14条举措助力中小企业数字化转型.....15
- 工信部印发《中小企业数字化水平评测指标(2022年版)》.....15

● 数据观察

- 国家统计局：1—10月份全国网上零售额109542亿元，同比增长4.9%.....17
- 2022数字城市百强出炉 上海位列第二.....18
- “双11”上海人均消费全国排第二.....18
- 北上深杭广稳居数字经济一线.....19
- 2022年双十一累积销售额11154亿元，天猫、京东、拼多多位列前三.....19
- 即时零售相关市场规模预计2026年将超1万亿元.....20

● 专家视点

- 《中小企业数字化转型指南》政策解读.....23
- 数字经济快速发展 数字人才如何培养?.....26

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】

国家发改委：电商企业要避免销售过度包装商品，推广电商快件原装直发

近日，国家发展改革委环资司、商务部电子商务司、国家邮政局市场监管司召开电商快递企业加强塑料污染、过度包装治理工作座谈会。会议指出，近年来，各电商快递企业高度重视塑料污染和过度包装治理，采取了大量切实管用的举措，取得了积极进展。“双十一”是重要网络零售节点，要紧紧抓好塑料污染、过度包装治理工作不放松。

会议强调，电商企业要认真履行企业责任，加强入驻商户管理，避免销售过度包装商品，推广电商快件原装直发。寄递企业要细化限制快递过度包装要求，通过规范作业减少前端收寄环节的过度包装。相关企业要积极创新治理模式，加强与上下游企业协作，积极打造企业绿色治理的社会品牌；加大宣传力度，引导商户减少使用一次性塑料制品，引导消费者绿色消费，营造良好社会氛围。

来源：“中国发展网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年11月10日

国家邮政局就《快递服务》国家标准（征求意见稿）公开征求意见

为提升《快递服务》标准的科学性和执行力，进一步补充完善标准的有关内容，国家标准化管理委员会向国家邮政局下达了《快递服务》国家标准制定任务，主要包括基本术语、组织要求和服务环节三部分内容，并委托中国标准化研究院负责起草。

日前，国家邮政局就《快递服务》国家标准（征求意见稿）公开征求意见。该《征求意见稿》主要涉及四大方面：

一是完善服务分层。将用户下单细分为通过快递服务主体下单和电子商务平台下单两种方式，将投递分为上门投递、箱递、站递以及其他方式四种类型。

二是提出成本分区。要求快递服务主体根据产品种类、服务距离等因素，科学测算成本，以快件收寄地所在县到寄达地所在县为基本单元，向用户公布服务时限和服务价格。

三是增加农村快递新要求。要求综合利用农村客运班线等交通运输资源；收件人地址为行政村及行政村以下自然村的，将快件投递至行政村，或村内约定地址。

四是增加智能化服务要求。对快递全程信息化运营与追溯、采用智能安检系统等进行规定，并增加智能信包箱、智能快件箱、寄递无人车、无人机等智能收投服务终端收寄和投递要求。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 16 日

国家邮政局：深入研究国际经贸新规则 积极协同支撑跨境电商发展

11 月 7 日，国家邮政局党组书记、局长赵冲久主持召开党组（扩大）会议。会议指出，全系统全行业要积极服务国家开放大局，用好国内国际两个市场、两种资源，加强与“一带一路”沿线国家、RCEP 成员国家邮政领域高级别对话和务实合作，促进邮政政策、规则、制度、技术、标准“引进来”和“走出去”。

会议指出，要努力拓展全球服务网络，深入研究国际经贸新规则，顺应数字化智能化、绿色低碳等新趋势，积极协同支撑跨境电商发展，支持加强海外分拨中心、海外仓以及地面配送网络建设，更好贯通对外贸易生产端、贸易端、消费端，有效稳固产业链供应链。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 08 日

首届上海数字贸易论坛成功举办

“数字贸易枢纽港 开放合作新启航”，11 月 8 日，首届上海数字贸易论坛开幕论坛在长宁区成功举办。开幕论坛上发布了 100 家上海数字贸易创新企业，囊括了云服务、数字服务、数字内容、跨境电商等领域的数字跨国公司和本土独角兽企业，集中体现上海数字贸易的发展能级和国际竞争力。旨在进一步发挥创新企业的引领带动作用，推动数字技术、数字产品和应用场景的创新发展。

近年来，上海数字贸易蓬勃发展。数字贸易进出口增长跑出“加速度”。上海数字贸易进出口额从 2017 年的 318.3 亿美元、3.9% 的增长率，提升至 2021 年的 568.8 亿美元、31.2% 的增长率，规模和增速均创出近年来的新高。今年上半年，全市服务贸易和数字贸易克服疫情不利影响，分别实现进出口额 1239.6 亿美元和 289.9 亿美元，同比增长 24.2% 和 9.7%，展现了上海服务贸易和数字贸易逆势增长的发展韧性。首届上海数字贸易论坛的成功举办，标志着上海数字贸易发展进入新阶段。

来源：《解放日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 11 月 09 日

直播 “沪” 上好物 第三届 11 直播月拉开帷幕

11月9日，上海下半年促消费重点活动——第三届11直播月正式启动。根据商务部监测数据，今年1至9月，上海实现网络零售额1.08万亿元，同比增长3.9%，占全国11.27%；其中，实物商品网络零售额9113亿元，占全国11.06%。

上海市商务委副主任周岚在致辞中指出，今年以来，为更好地发挥消费对上海构建国内大循环中心节点和国内国际双循环战略链接的基础性作用，上海出台了《激发新动能 引领时尚潮流 加快国际消费中心城市建设的若干措施》，举办了五五购物节、数字生活节等消费节庆活动，并首次安排财政资金发放10亿元“爱购上海”电子消费券。包括直播电商在内的电商平台在申城消费稳增长中发挥了重要作用、作出了重要贡献。

直播电商作为网络零售的新模式、新业态，在上海市扩大就业、助力品牌发展、提升消费新增长点、稳定经济增长等方面发挥了重要作用。

第三届11直播月于11月10日至11月25日举办，聚焦进博好物、国货品牌、数商兴农等品牌品质消费的同时，也关注餐饮、文化娱乐、旅游等服务消费，积极培育发展在线新经济，加快新型消费提质扩容，重点推出“进博全球好物”“国潮新品时尚直播”“乡村振兴助农”“夜宵美食嗨吃”“直播电商基地专场”“直播电商与消费场景发展论坛”等主题活动。届时各大电商平台、直播电商基地、商圈商场、品牌企业将以多种方式推出促销活动，通过直播互动激发消费潜力，深化企业间合作，帮助商品优进优供、热卖热销，更好地满足市民消费需求。

来源：“央广网”2022年11月10日

上海跨境电商 9610 进口业务首单退货合单申报顺利完成

日前，在上海市商务委员会的指导以及浦东机场海关与上海跨境公服平台的积极配合下，9610进口首单进口退货合单申报顺利走通，上海口岸首次实现将进口退货包裹与出口包裹合并至一个总单内申报的流程。该模式的走通使得跨境电商进口退货流程更为便利化，也为推进上海跨境电商行业向前向好发展提供了更有力的支持。

自2020年进口退货单首单成功申报后，多家物流企业参与并实操了整个退货流程，也在此业务流程中发现，因进口退货包裹在进行申报时，物流企业需要单开一张总单进行操作，

这会为物流企业带来额外的报关及人力资源方面的成本。因此物流企业向浦东机场海关及上海跨境公服等多方反馈，期望能制定相应举措，支持企业降低进口退货方面的成本。

浦东机场海关在收到物流企业反馈的需求后，立即与上海跨境公服进行积极的沟通，专项推进，制定了进口退货合单申报流程。上海跨境公服也在上海市商务委的建议和大力支持下，将进口退货单纳入载货清单申报的数据来源，以支持物流企业将进口退货的单证补充配载到出口总单下，顺利完成进口退货合单申报。

据物流企业反馈，进口退货合单申报流程顺利走通后，预计每月将为物流企业省下近千元的报关成本。此外，也可帮助物流企业节省相关的人力资源投入，降低企业操作及运营成本，切实解决企业开展进口退货的业务痛点，也为推进上海跨境电商行业向前向好发展提供了有力的支持。

来源：“上海跨境公服”2022年11月10日

电商成为进博会溢出效应“放大器”

日前，第五届中国国际进口博览会在上海开幕。得益于进博会溢出效应，电商平台成为全球品牌、中小企业进入中国市场、服务中国消费者的“快车道”。

作为众多外国品牌进入中国市场的第一站，一大批“进博新品”通过天猫国际同步发售，加速“展品变商品”。阿里巴巴数据显示，目前有来自90多个国家和地区的近4万个海外品牌，通过天猫国际平台服务中国消费者。

进博会期间，京东国际正式发布“FIRST计划”，引入更多海外小众品牌、商家，为其开拓中国市场提供帮助，进行有针对性的孵化和培育，为中国消费者带来更新潮的海外商品。数据显示，近三年来，京东的进口品牌商品采购总额已达5000亿元人民币，超额完成2019年第二届进博会上宣布的4000亿元人民币目标。这一数据也从侧面印证中国消费者对优质进口商品的需求在持续增长，中国的跨境进口消费有着极为广阔的市场前景。

来源：“中国经济新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部2022年11月09日

《长三角跨境电商联盟共同发展倡议》发布

跨境电子商务作为推动经济一体化、贸易全球化的技术基础，是目前发展速度较快、潜

力巨大、带动作用很强的外贸新业态。当前，面对复杂多变的外部环境，跨境电商释放出巨大潜力，也成为贸易数字化关键动力和外贸创新发展的新引擎。

11月11日，上海跨境电子商务行业协会、江苏省电子商务协会、浙江省电子商务促进会、安徽省电子商务协会携手在江苏无锡发布《长三角跨境电商联盟共同发展倡议》(以下简称《倡议》)。

作为数字经济和创新创业高地，长三角制造业发达、产业链配套完善，大力发展跨境电商对“再造产业新优势、培育发展新动能、引领消费新趋势、积极应对新挑战”具有重要意义。《倡议》提出，各方要坚持“包容、创新、协同”理念，推动长三角跨境电商高质量发展。

《倡议》提出，长三角三省一市要深化移动互联网、大数据、云计算、物联网、区块链、人工智能、虚拟现实等新技术与实体经济的融合共生，提升产业产品创新迭代路径和效率，积极探索工业品跨境电商发展。

在强化区域合作方面，《倡议》提出，各方要秉承合作、开放、包容、互利、共赢的原则，加强区域间、企业间良性互动和业务合作、资本合作，完善优化产业链布局，不断培育新的市场增长点，畅通产业链堵点卡点。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年11月11日

中小企业加快数字化转型

日前，在2022全国中小企业数字化转型大会发布会上，工业和信息化部副部长徐晓兰介绍，目前全面推进中小企业数字化发展取得积极进展，数字化转型能够助力中小企业提质增效、降本减存，实现绿色安全发展，实现中小企业数字化转型已不再是‘选择题’，而是‘必修课’。

政策支持体系更完善。前不久，工信部会同财政部印发《关于开展财政支持中小企业数字化转型试点工作的通知》，计划在“十四五”期间围绕100个细分行业支持300个左右中小企业数字化转型公共服务平台，培育4000至6000家试点数字化转型样板企业，通过聚焦细分行业打造一系列中小企业数字化转型案例和模式，实现“试成一批，带起一片”的目标。

转型路径引导更清晰。据介绍，工信部已开展中小企业数字化指数研究工作，通过制定《中小企业数字化水平评测指标》，为中小企业开展自我诊断、找准问题不足提供工具参考，并将评测指标作为“专精特新”企业认定标准中的数字化水平评价依据，以此激励各地区各

行业持续深入推进中小企业数字化工作。

服务支撑模式更贴心。今年8月底，工信部启动为期1个月的中小企业数字化服务节活动，从技术、经验、渠道、资本等维度为中小企业数字化转型赋能。据悉，今年参加的服务机构超过6000家，受益中小企业超过60万家。

数字化水平关系到中小企业的高质量发展。日前工信部已发布《中小企业数字化转型指南》等内容，进一步完善中小企业数字化支持体系。同时，还将启动全国中小企业数字化服务行，推广一批小型化、快速化、轻量化、精准化的数字化系统解决方案和产品，进一步加快中小企业数字化转型步伐。

“通过宣传推广‘指标’‘指南’等工具书，树立一批数字化转型典型标杆案例，推动广大中小企业‘看样学样’，有利于破解中小企业‘不愿转、不能转、不会转’等共性问题，实现以数字化转型引领中小企业‘专精特新’发展。”徐晓兰说，下一步工信部将围绕中小企业全方位需求，梳理推广一批中小企业数字化典型模式，以点带面引领广大中小企业数字化转型发展。

来源：《人民日报》2022年11月16日

数字经济已成为推动中国经济增长主引擎之一

国务院新闻办公室11月7日发布的《携手构建网络空间命运共同体》白皮书指出，截至2021年，中国数字经济规模达到45.5万亿元，占国内生产总值比重为39.8%，数字经济已成为推动经济增长的主要引擎之一。数字经济规模连续多年位居全球第二。

白皮书介绍，截至2022年6月，中国网民规模达10.51亿，互联网普及率提升到74.4%。累计建成开通5G基站185.4万个，5G移动电话用户数达4.55亿，建成全球规模最大5G网络，成为5G标准和技术的全球引领者之一。

白皮书指出，2020年7月，北斗三号全球卫星导航系统正式开通，向全球提供服务。2021年，中国卫星导航与位置服务总体产业规模达到4690亿元。北斗产业体系基本形成，经济和社会效益显著。

白皮书说，中国大力培育人工智能、物联网、下一代通信网络等新技术新应用，推动经济社会各领域从数字化、网络化向智能化加速跃升，进入创新型国家行列。

白皮书介绍，中国工业互联网发展进入快车道，制造业数字化转型持续深化。截至2022年2月，规模以上工业企业关键工序数控化率达55.3%，数字化研发工具的普及率达74.7%。

白皮书说，中国农业数字化转型稳步推进。5G、物联网、大数据、人工智能等数字技术在农业生产经营中融合应用，智慧农业、智慧农机关键技术攻关和创新应用研究不断加强。

白皮书指出，中国数字化水平和能力不断提升，电子商务持续繁荣。2021年中国实物商品网上零售额10.8万亿元，同比增长12%，中国跨境电商进出口规模达到1.92万亿元，同比增长18.6%。第三方支付交易规模持续扩大，服务业商业模式不断创新，互联网医疗、在线教育、远程办公等为服务业数字化按下了快进键。

来源：“新华社”2022年11月07日

2022 中国数字经济发展研究报告发布

11月16日，在2022中国国际数字经济博览会上，中国电子信息产业发展研究院发布《2022中国数字经济发展研究报告》。

报告指出，我国网络基础设施从跟跑到领跑，5G网络规模全球居首，行业专网加快落地；IPv6“高速公路”全面建成，步入流量提升阶段；工业互联网标识解析体系持续完善，赋能千行百业数智升级。算力基础设施从分散到统筹，全国一体化大数据中心体系初步建立，“东数西算”工程全面启动

。目前，中国算力规模约占全球27%，排名全球第二，有望在“十四五”末实现全球算力规模第一。

来源：《人民日报》2022年11月17日

贸促会：2022年中国电子商务行业呈现两大新趋势

11月11日，中国贸促会研究院发布了《2022年中国电子商务发展趋势报告：电子商务在经济高质量发展中的重要作用》。《报告》认为，2022年中国电子商务行业呈现两大新趋势：

一是以直播电商为代表的新模式迭代加速。二是数字技术成为消费升级的全新驱动力。一方面，数字技术催生了消费新业态新模式。新一代信息技术的升级发展，催生新消费场景，带来新消费体验。另一方面，数字技术推动消费结构优化升级。数字技术赋能工业生产环节，更好地满足了消费者多元化、个性化、定制化的消费需求。

《报告》认为，在复杂严峻的国内外形势和多重超预期因素冲击背景下，我国科学统筹

疫情防控和经济社会发展，国民经济顶住压力持续恢复，三季度经济恢复向好，经济韧性持续显现。电子商务在其中发挥重要作用，具体表现在三个方面。一是电子商务成为拉动消费和防疫保供的重要力量。消费场景创新助推服务业转型是电子商务的第二个重要作用。电子商务的重要作用还体现在跨境电商在政策支持下成为稳外贸、促消费重要抓手。

来源：《北京日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 11 月 13 日

即时零售改变电商购物格局 “外卖送万物”成现实

在刚刚过去的“双 11”中，一种新的消费方式焕发出了旺盛的生机。即时零售，作为零售的新形式，通过即时配送连接起消费者与本地实体商户，将“线上下单、线下收货”的时长，从两三天缩短到 30 分钟，大大提升了消费者的购物体验。

11 月 11 日，央视财经频道在节目《2022 中国电商年度发展报告》中，对这一新现象进行了长达 8 分钟的特别报道。

央视指出，即时零售正在改变着电商购物的市场格局，“外卖送万物”逐渐成为现实，消费者不要预售，想要“所见即所得”的需求也正不断地被满足，像点外卖一样来购物，正在从难以想象变成现实。

来源：“联商网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 11 月 14 日

“双十一”海外溢出效应持续释放

新华社 2022-11-12

随着国际物流快速发展，跨境购物越来越便利，“双十一”购物节日益成为中国电商与海外消费者、中国消费者与海外商家互联互通的桥梁。从东南亚到中东北非再到拉美，“双十一”的海外溢出效应持续释放，为提振全球消费信心贡献力量。

近几年，随着中国电商企业加速拓展海外市场，中国市场的物流经验也开始为海外“双十一”网购提速，提升海外消费者购物体验。

除了将优质商品和服务带到海外，“双十一”也是海外品牌拓展中国市场的重要节点。天猫国际市场负责人表示，中国消费者对跨境进口商品需求旺盛，海外品牌越来越重视“双十一”活动和中国市场。今年有 1600 多个海外品牌首次参加天猫“双十一”活动，带来上千款产品。

来源：“新华社” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 11 月 12 日

中国跨境电商潜力依旧

日前，亚马逊中国副总裁、亚马逊海外购中国区负责人李岩川在接受中新网等媒体采访时表示，十年来，中国海淘消费者登上世界的舞台，影响着、改变着世界消费的脉动。

李岩川表示，中国现在的人口已经超过 14 亿，其中，中高收入群体已经超过 4 亿。根据商务部的数据，中国跨境电商进出口 5 年增长了近 10 倍，预计未来 10 年累计商品进口额有望超过 22 万亿美元。此外，跨境电子商务零售进口商品清单自初次发布起历经多次优化调整，2022 年又新增多项近年来消费需求旺盛的商品，这样的趋势下，我认为跨境电商潜力依然。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 11 月 20 日

深圳数据交易所揭牌

11 月 15 日，深圳数据交易所揭牌成立，同时启动首批线上数据交易。至此，北上广深均开启了新的数据交易探索。目前，深圳数据交易所累计交易额已突破 11 亿元。

截至今年 10 月，深圳已引入全国 348 家交易主体参与市场，其中数据商 74 家、数据提供方 85 家、数据需求方 189 家。据了解，深圳数据交易所将重点培育市场生态。

来源：“新华社” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 11 月 16 日

全国首笔工业互联网领域数字人民币支付交易完成

日前，中国建设银行联合海尔集团，在卡奥斯工业互联网平台率先完成全国首笔工业互联网领域数字人民币支付交易，同期在赛轮橡链云平台上完成数币工具部署，成为全国首批进行数币交易的工业互联网平台。

工业互联网是新一代信息技术与制造业深度融合的新型基础设施、应用模式和工业生态，具有数字化、网络化、智能化的典型特点，与数字人民币具有融合应用的广阔发展潜力。此次平台交易的完成，是数字人民币在工业互联网领域应用的有益探索和成功尝试。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 10 日

RCEP 成员国国际贸易数字展线上开幕

2022《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)成员国国际贸易数字展览会 11 月 14 日在线开幕，超过 15000 家采购商在线参观对接。

本次展会以日本、韩国、澳大利亚、新西兰及东盟十国等地买家需求为核心，助力中国外贸企业开拓、维持 RCEP 地区市场。展会为期 10 天，利用数字展览平台为企业提供在线洽谈机会和精准配对服务，帮助企业足不出户抓订单、拓市场。

此次展会设 13 个展区，展品涵盖纺织服装及智能制造、新能源及设备、汽车及零配件、机电设备、建筑建材、高新技术、服务贸易、电子商务等领域。展会期间还将举办六场行业对接会，涉及纺织服装、智能制造、新能源及设备、汽摩配件、建筑建材、机电设备等，帮助中国企业与 RCEP 其他成员国政商界人士在线交流。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 11 月 14 日

2022 中国国际数字经济博览会线上举行

2022 中国国际数字经济博览会于 11 月 16 日至 18 日线上举行。本届博览会将紧扣“融合创新 数字赋能”主题，举办开幕式暨主题峰会、30 场平行论坛、4 场大赛、3 场产业对接、1 场创新成果发布，各界人士齐聚“云端”，聚焦高端化、国际化、专业化、产业化四大方向，探讨全球数字经济发展新动向、新趋势，共襄数字盛宴、共话数字未来。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 17 日

首届全球数字贸易博览会将于 12 月在杭州举办

首届全球数字贸易博览会（下称“数贸会”），将于 12 月 11 日至 14 日在杭州举办。首届“数贸会”由浙江省政府和商务部联合主办，杭州市政府、浙江省商务厅和商务部外贸发展事务局共同承办，主题为“数字贸易 商通全球”，北京、上海、四川担任主宾省（市），旨在搭建展示数字经济、数字贸易发展成果的高水平盛会和互利共赢合作的重大国际性平台。

据介绍，首届“数贸会”广泛邀约国际组织、国际政要、国际企业，有“欧洲硅谷”之

称的爱尔兰将担任主宾国，联合国工发组织总干事和部分国家政要将在线上参会，多个国家使领馆代表线下出席。参展企业包括了全球 800 余家数贸领域头部企业，其中世界 500 强企业 14 家。

首届“数贸会”展会将举办之江数字贸易论坛主论坛、世界直播电商大会等一系列高层次论坛会议。还将展示前沿技术产品，其中不少是全球数字贸易领域的首发、首秀、首展。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 08 日

天猫国际全球直播联盟正式启动

11 月 16 日，天猫国际全球直播联盟宣布正式启动，首站落地日本东京。天猫国际方面表示，此次全球直播联盟启动后，作为海外品牌进入中国市场的首站，天猫国际将联合全球红人直播机构、海外达人博主、商家等生态力量，创新全球直播方式，不仅加速引入和孵化更多海外中小品牌，还能通过海外红人的直播镜头，带国内的消费者在海外的专柜和那些知名又熟悉的商业街逛起来。

来源：“环球网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 11 月 16 日

京东搭建“云品乐购”专区助力云品出滇

11 月 20 日，记者从云南省商务厅获悉，云南省商务厅与京东集团合作在京东平台上线运行“云品乐购”专区，实现“云企卖云品，全国买云品”。目前，该专区已上线运行。

云南省商务厅相关负责人表示，“云品乐购”专区结合云南省绿色食品、大健康等产业特点、优势，搭建了主会场、地标寻味、直播种草等栏目，专区涵盖了云茶、云咖、云果、云花等众多品类，结合云南省内各具特色的产业带，打造地标寻味专区。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 20 日

微盟发布“视频号营销助手”解决方案

微盟于近日正式上线微信“视频号营销助手”解决方案，针对商家在引流、转化、复购等视频号直播前中后期的运营痛点，提供包括“流量承接、私域运营、转化复购、营销裂变”

在内的一站式解决方案，助力商家联通公私域，深度布局视频号渠道，共享视频号商业前景。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 19 日

阿里巴巴将推出跨境出海平台 Miravia 主打中高端市场

据报道，阿里巴巴将在年底在西班牙推出新的出海平台 Miravia，这个新项目由 Arise 运营电子商务私人有限公司运营，将在 11 月 30 日的 Mira Premiere VIP 活动中展示，该展览将在雷纳博物馆 sofia（马德里）举行。

据介绍，Miravia 的目标受众将是寻求购买优质产品的高购买力消费者，该网站现已开放。Miravia 对超过 10 欧元的订单提供免费送货服务，并在 30 天内免费退货。另外，Miravia 现在已推出 iOS 应用程序，新用户首次订购时可享受 20% 的折扣，有效期为一个月，每日 flash 优惠，独家访问优惠券，首次评价产品时可享受 3 欧元的折扣。

Miravia 平台类目包括：女装、美容和健康、家居和园艺、男装等。此前，有媒体报道，阿里巴巴旗下电商平台 Lazada 正准备首次进军欧洲市场，与亚马逊和德国电商 Zalando 等对手展开竞争。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 11 月 17 日

爱彼迎中国推出全新旅行搜索方式布局中国出境游市场

基于对中国旅行者出境需求的洞察，11 月 17 日，爱彼迎中国在举办的“来爱彼迎，见所未见”出境游产品发布会上，对平台上的中国出境游产品再度升级，从房源风格、地理位置及周边特色活动三个维度，推出 60 多种特色分类，覆盖全球 400 万房源。

据了解，这是爱彼迎中国自今年 5 月 24 日宣布关闭境内游业务、聚焦出境游业务以来，又一次对出境游产品的升级。上一次爱彼迎中国从“中长住体验升级、全面保障升级、无障碍沟通升级”三方面入手，进行了“端到端”的产品创新。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 18 日

亚马逊海外购首个前置保税仓将落户宁波

在第五届中国国际进口博览会上，亚马逊宣布亚马逊海外购首个前置保税仓将于 2023 年落户宁波，以便更好地服务中国消费者对于进口产品的消费需求。

随着前置保税仓的推出，中国消费者将可享受到更优质的海淘体验：前置保税仓物流对比海外直邮时效将平均节省约 4 至 5 天；同时，亚马逊海外购将通过前置保税仓引入更多全新海外品类，如宠物食品等。

据介绍，宁波前置保税仓将首先服务于亚马逊英国及德国站点，未来将拓展至覆盖亚马逊美、英、日、德四大站点。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 07 日

亚马逊海外购正式开启 2022 年黑五全球购物季

亚马逊海外购日前举行以“Amazon Holiday Season”为主题的黑色星期五全球购物季线上媒体发布会。11 月 18 日起，亚马逊海外购正式开启 2022 年黑五全球购物季。中国消费者可以通过亚马逊网站，亚马逊购物 APP 以及亚马逊海外购微信小程序，一键参与黑五节日季。

据悉，目前，亚马逊海外购拥有来自美英日德亚马逊的 3200 万选品，其中包含 55 万个国际品牌，横跨 35 大品类。此次亚马逊海外购黑五全球购物季中，将有来自全世界近 2 万个品牌，近 200 万全球人气商品参与打折，节日优惠价低至三折起。其中，专为中国消费者定制的折扣同比增长 300%。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 20 日

欧洲议会通过首项电子游戏产业发展决议

日前，欧洲议会全会 10 日高票通过一份决议，呼吁欧洲重视当前“进口依赖”现象，制订长期发展战略，支持欧盟电子游戏领域的初创企业发展。

欧洲议会指出，欧洲游戏产业总年产值高达 233 亿欧元，欧盟境内拥有近 5000 家游戏工作室，创造了至少 98000 个工作岗位。欧洲议会呼吁各成员国加大对研发的支持和投资，鼓励发展和留住欧洲人才，同时为游戏行业从业人员简化签证手续，吸引产业人才到欧盟工

作，以应对这一领域的国际竞争。

该决议由欧盟文化和教育委员会发起，是欧盟议会通过的首项涉电子游戏产业发展的决议。

来源：“人民网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 11 月 14 日

【政策法规】

工信部印发《中小企业数字化转型指南》 14 条举措助力中小企业数字化转型

工业和信息化部近日印发《中小企业数字化转型指南》，面向中小企业、数字化转型服务供给方和地方各级主管部门，从增强企业转型能力、提升转型供给水平、加大转型政策支持等三方面提出了 14 条具体举措，助力中小企业数字化转型，提升为中小企业提供数字化产品和服务的能力。

在增强企业转型能力方面，指南提出开展数字化评估、推进管理数字化、开展业务数字化、融入数字化生态等举措。在提升转型供给水平方面，明确互联网平台企业和数字化转型服务商等供给方主体。数字化转型服务商聚焦中小企业转型痛点难点，提供“小快轻准”的产品和解决方案。

在加大转型政策支持方面，指南提出加强转型引导、加大资金支持、推广试点应用、完善配套服务等举措。其中，明确实施中小企业数字化转型促进工程，降低中小企业数字化转型门槛。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 09 日

工信部印发《中小企业数字化水平评测指标（2022 年版）》

工业和信息化部近日发布《中小企业数字化水平评测指标（2022 年版）》。《评测指标》根据行业特点，分为制造业数字化水平评测表、生产性服务业数字化水平评测表和其他行业数字化水平评测表三个类别，从数字化基础、经营、管理、成效四个维度综合评估中小企业数字化发展水平，依据企业评测得分，将数字化水平划分为四个等级。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 09 日

三部门印发《“十四五”全民健康信息化规划》深化“互联网+医疗健康”服务体系

国家卫健委、国家中医药管理局、国家疾病预防控制局等中国三部门近日印发了《“十四五”全民健康信息化规划》。

关于发展目标，《规划》明确，到 2025 年，初步建设形成统一权威、互联互通的全民健康信息平台支撑保障体系，基本实现公立医疗卫生机构与全民健康信息平台联通全覆盖。

此外，《规划》还提出，深化“互联网+医疗健康”服务体系，拓展“互联网+医疗健康”服务，加强“互联网+政务服务”，规范服务保障与监管体系；完善健康医疗大数据资源要素体系，加强健康医疗大数据创新应用与行业治理，强化数据全流程质控和数据治理，推进健康医疗大数据中心建设；推进数字健康融合创新发展体系，构建数字健康战略发展新格局，重塑数字健康管理服务新模式，培育数字健康经济产业新业态，提升数字健康行业治理新水平。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 10 日

江苏发布电商高质量发展十大重点行动

11 月 16 日，江苏省商务厅发布了《江苏电商高质量发展十大重点行动》，聚焦电子商务市场主体培育、示范基地升级、电商直播应用深化、“数商兴农”等重点领域，立足电子商务连接线上线下、衔接供需两端、对接国内国外市场的重要定位，进一步做大、做强、做优江苏电子商务产业，加快赋能经济社会数字化转型。

1.电子商务市场主体培育行动。推进全省商贸流通企业加快数字赋能，做优做强国家级、省级数字商务企业、电子商务示范企业队伍，支持骨干企业扩大市场份额、提升盈利能力，打造一批智能化、引领性电商平台。

2.电子商务示范基地升级行动。高标准建设国家级、省级电商示范基地，指导成立江苏电商示范基地协作联盟，建立示范基地合作共建机制，推动资源、要素和产业的跨区域流动，实现优势互补。

3.垂直电商发展行动。培育发展涵盖工业、农业、物流、贸易等各个领域的特色化电商

平台，遴选 20 个左右予以重点培育，发掘一批在细分行业、专业领域的单项冠军、隐形冠军。

4.电商直播深化应用推进行动。办好江苏电商直播节等直播促消费活动，深入推进“江苏优品”直播计划，打造具有全国影响力的直播品牌。鼓励传统产业带应用电商直播加快数字化转型，加强电商直播培训。

5.“数商兴农”推进行动。支持供销、邮政、快递和农村商贸流通企业运用 5G、大数据、人工智能等技术，以农村电商示范体系为抓手，引导各地发展农村电商新基建，完善县镇村三级物流配送体系。

6.县域电商产业集聚建设行动。深入推进县域电商产业集聚区建设，促进特色产业集群与电商深度融合发展，打造 40 个左右特色鲜明、示范效应强的县域电商产业集聚区。

7.跨境电商创新发展行动。全面推进 13 个跨境电商综合试验区建设，推动跨境电商与市场采购贸易、外贸综合服务新业态新模式融合发展。

8.丝路电商拓展行动。推动与丝路沿线国家电商交流与合作，推动电商平台与外贸企业合作，积极应用直播新业态拓展网销渠道。

9.电子商务绿色发展行动。引导平台内经营者减少、替代一次性塑料制品使用，推广绿色包装。鼓励电子商务示范基地绿色转型，引导电商企业加强绿色数据中心、绿色仓储建设。鼓励电商平台加大快递包装、外卖餐盒等塑料废弃物规范回收力度。

10.电商公共服务体系提升行动。开展“电商公共服务全省行”系列活动，引导和支持电子商务园区加强电子商务公共服务体系建设，从线上线下双渠道推动优质服务资源与电子商务产业深度对接。

来源：“央广网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 11 月 17 日

【数据观察】

国家统计局：1—10 月份全国网上零售额 109542 亿元，同比增长 4.9%

国家统计局 11 月 15 日公布的数据显示，1—10 月份，全国网上零售额 109542 亿元，同比增长 4.9%。其中，实物商品网上零售额 94506 亿元，增长 7.2%，占社会消费品零售总额的比重为 26.2%；在实物商品网上零售额中，吃类、穿类、用类商品分别增长 16.7%、5.3%、

6.5%。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 15 日

国家邮政局：1-10 月全国快递业务量共 898.7 亿件

11 月 18 日，国家邮政局公布的数据显示，1-10 月，全国快递业务量累计完成 898.7 亿件，同比增长 3.6%。1-10 月，同城快递业务量累计完成 105.4 亿件，同比下降 7.0%；异地业务量累计完成 777.6 亿件，同比增长 5.6%；国际/港澳台业务量累计完成 15.6 亿件，同比下降 10.1%。1-10 月，快递业务收入累计完成 8591.3 亿元，同比增长 3.0%。

数据显示，10 月份，快递业务量完成 98.6 亿件，同比下降 0.9%；快递业务收入完成 902.4 亿元，同比下降 0.7%。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 18 日

2022 数字城市百强出炉 上海位列第二

11 月 8 日，工信部中国电子信息产业发展研究院直属机构赛迪顾问发布《2022 中国数字城市竞争力研究报告》，对全国城市数字化竞争力能力进行了全面评估，剖析了数字城市建设路径和方法，为深化我国数字城市高质量发展奠定基础。

赛迪顾问围绕城市数字化转型发展的建设内容，从信息基础、城市治理、民生服务、产业经济、技术创新、低碳发展六个维度进行量化评估，形成了 2022 数字城市百强榜。

北京市、上海市、深圳市、广州市、重庆市、杭州市、青岛市、成都市、天津市、苏州市位列百强榜前十位。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 09 日

“双 11” 上海人均消费全国排第二

数据显示，上海“双 11”成交额全国位列第四，人均消费金额全国排名第二。另外，上海用户更倾向于为服务付费，偏向购买 30 天价保、以旧换新、延保、碎屏险、180 天只换不修等服务。

来源：《解放日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 11 月 12 日

到 2025 年，上海智能网联汽车产值将超 5000 亿元

11 月 8 日至 11 月 10 日，由工业和信息化部、中国科学技术协会、中国机械工业联合会作为指导单位，中国汽车工业协会主办的 2022 中国汽车论坛在上海市嘉定区召开。上海正全力打造产业规模大、生态环境优、整体竞争力强的汽车产业集群，到 2025 年，上海智能网联汽车年产量将达 200 万辆，产值将超 5000 亿元。

上海市经信委副主任汤文侃在论坛上介绍，今年前 10 个月，上海实现汽车产量 240 万辆，同比增长 11%，其中新能源汽车产量 77 万辆，同比增长 66%。上海目前已累计推广新能源汽车 90 万辆，规模位居全球城市第一。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 10 日

北上深杭广稳居数字经济一线

11 月 16 日发布的《2022 中国数字经济发展研究报告》及“2022 数字经济城市发展百强榜”显示，北上深杭广连续多年稳居数字经济一线，综合经济实力与数字经济水平均领跑全国。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 16 日

2022 年双十一累积销售额 11154 亿元，天猫、京东、拼多多位列前三

根据第三方监测平台星图数据发布的今年双十一销售数据显示，10 月 31 日 20:00-11 月 11 日 23:59，综合电商平台、直播平台累积销售额为 11154 亿元。

分平台来看，综合电商平台销售总额达 9340 亿元，天猫以 58.03% 的份额占据综合电商平台榜首位置，京东紧随其后，拼多多排名第三。

直播电商平台累积销售额达 1814 亿元，同比增速破百。抖音以微弱优势排名直播电商平台榜首，点淘屈居第二，快手排名第三。

来源：“知消公众号” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 11 月 15 日

2022年我国工业互联网产业增加值规模预计将达到4.45万亿元

中国工业互联网研究院6日发布的《中国工业互联网产业经济发展白皮书》预计，2022年我国工业互联网产业增加值规模将达到4.45万亿元，占GDP比重3.64%。

目前，我国工业互联网加速向实体经济渗透，已覆盖国民经济45个大类。2021年，工业互联网渗透产业增加值规模为2.93万亿元；预计2022年工业互联网渗透产业增加值规模将达到3.16万亿元。工业互联网融合带动第二产业的经济增加值规模最高、增速最快，对第三产业影响带动作用不断增强。预计2022年，工业互联网带动一、二、三产的增加值规模将分别达到0.062万亿元、2.19万亿元、2.20万亿元。此外，工业互联网正在推动我国就业结构升级，稳定就业增长。预计2022年将带动新增就业105.02万人。

来源：“光明网”2022年11月08日

即时零售相关市场规模预计2026年将超1万亿元

近日，中国连锁经营协会发布《2022年中国即时零售发展报告》。报告显示，近年来，即时零售在我国快速发展，尤其是近两年疫情反复，极大的培养了用户的到家需求，遭受疫情冲击较大的城市，即时零售业务在急速攀升，业内人士普遍认为未来几年即时零售复合增长率将会保持高位，预计到2026年，即时零售相关市场规模将超过1万亿元。

来源：《电子商务动态》编辑部整理2022年11月11日

上半年我国新增直播相关企业超18万家 同比增长195.4%

企查查数据显示，我国现存直播相关企业58.9万家。2022年上半年，我国新增直播相关企业18.1万家，同比大幅增加195.4%。

近十年，我国直播相关企业注册量规模整体逐年扩大，其中2012年至2019年，直播相关企业注册量规模增速相对保守，集中31%至52%之间；2020年，直播带货快速发展，带动全年新注册5.56万家直播相关企业，同比大幅增加198.6%，在此基础上，2021年相关企业注册量进一步同比大增234.4%至18.59万家。

根据企查查数据，从区域分布来看，广东省以现存 7.01 万家直播相关企业，排名第一；其次是浙江、山东两省，分别有直播相关企业 5.44 万家、5.19 万家，位列前三。此后依次为福建、江苏、河南等地。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 09 日

90%以上服务贸易企业正开展数字化转型

当前，以数字经济为代表的新一轮科技革命和产业变革风起云涌，数字技术与经济社会各领域加快融合。信息化、数字化、智能化成为全球经济重要发展趋势。数字技术正在重塑全球贸易格局，数字技术打破了时间与空间的限制，使更多的服务贸易可通过数字化手段直接交付，提升了传统服务的可贸易性，拓宽了服务贸易的发展空间。

日前，全球服务联盟发布的《全球服务贸易创新趋势报告 2022》指出，90%以上的服务贸易企业正在开展数字化转型，使原来不可贸易的服务成为服务贸易的现实内容，大大增强了全球服务贸易的活力与韧性。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 07 日

95.7%移动支付用户最常用扫码买单

扫健康码、扫码点餐、扫码支付、扫码骑车……广泛普及的手机扫码方式，为人们生活、工作带来了极大便利。中国支付清算协会近日发布的针对移动支付用户的问卷调查报告显示，95.7%的移动支付用户最常使用扫描或出示条码完成支付，52.6%的移动支付用户乘坐公交地铁出行时最常使用条码支付，携带公交卡或现金支付的用户比例有所下降。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 11 日

第三季度快递服务满意度 京东快递居首

日前，国家邮政局发布关于 2022 年第三季度快递服务满意度调查和时限准时率测试结果的通告，调查显示，2022 年第三季度，用户快递服务公众满意度得分为 82.2 分，同比上升 2.4 分。京东快递位居九大快递品牌首位，以高质量服务持续引领行业向高质量发展。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 17 日

亚马逊中国卖家在美国市场销售额份额创新高

过去两年，受封号潮及成本压力的影响，国内亚马逊卖家曾在一段时间纷纷退出亚马逊，中国卖家在亚马逊美国站的份额一度被美国卖家超越。

根据 Marketplace Pulse 最新研究显示，中国卖家在亚马逊上的份额正在上升，中国卖家在亚马逊美国站的销售份额正处于历史高位。根据最新数据，中国卖家在总销售量中的比例，以及在顶级卖家中的比例，已经回到了 2020 年 11 月的水平。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 16 日

《RCEP 与东盟国家跨境电商发展机遇研究报告》发布：3 年内跨境电商年平均增长达 34.4%

日前，由国际贸易中心、浙江大学国际联合商学院、阿里研究院联合研究的《RCEP 与东盟国家跨境电商发展机遇研究报告》正式发布。从阿里研究院 RCEP 国家跨境 B2B 总指数看，2019-2021 年呈现稳步上升的发展趋势，3 年内实现翻倍增长，年平均增长达 34.4%。

从分项指标看，RCEP 跨境电商企业产品多样化指数增长最快，3 年内实现 3.2 倍增长；贸易规模指数 3 年内增长 2.9 倍；市场多元化指数 3 年内增长 1.8 倍。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 07 日

全球电子商务交易预计将在 2022 年假日季增长 15%

据《(美国商业资讯)》报道，-全球领先的实时数字支付软件提供商 ACI Worldwide 对数百万笔电商交易进行的数据分析显示，2022 年 10 月至 12 月将是一个繁忙的假日购物季，电商交易预计将增长 15%。

这一消费支出预测反映出，尽管面临通胀压力和库存有限等不利因素，消费者的情绪依然非常乐观，也使今年的数据超过了对去年同期的预测(14%)。

来源：《电子商务动态》编辑部整理 2022 年 11 月 12 日

阿联酋购物者是世界上以最以移动为中心的购物者

研究发现，阿联酋高度数字化的购物者是世界上以最以移动设备为中心和全渠道的消费者。阿联酋超过 70% 的店内购物者表示，他们比其他人更有可能使用智能手机来增强购物体验，尤其是在使用他们的设备查找产品信息和比较其他商家的价格时。

来源：“亿恩网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 11 月 11 日

【专家视点】

《中小企业数字化转型指南》政策解读

工业和信息化部办公厅近日印发了《中小企业数字化转型指南》（以下简称《指南》）。为了便于理解《指南》内容，做好贯彻实施工作，现将有关内容解读如下。

一、编制出台《指南》的背景及主要考虑是什么？

《指南》旨在贯彻落实党中央国务院决策部署，加强政策协同、强化科学指引、深化转型认知、凝聚工作合力，以中小企业数字化转型促进实体经济高质量发展。

二、《指南》的适用范围及对象是什么？

《指南》的适用范围及对象包括三个方面：一是需求方，即中小企业，尤其是制造业中小企业，旨在引导中小企业明晰转型思路、优化转型实践、提升转型效能；二是供给方，即互联网平台企业、工业互联网平台企业、数字化转型服务商等中小企业数字化转型服务供给方，旨在促进中小企业数字化转型产品服务供给水平提升；三是地方各级主管部门，旨在加强中小企业数字化转型政策支持，推动中小企业加快数字化转型进程。

三、中小企业数字化转型的工作思路是什么？

主要有四个方面：

一是从易到难。中小企业需充分运用小型化、快速化、轻量化、精准化（“小快轻准”）的应用和订阅式服务，降低数字化转型门槛。优先推动数据资源采集和汇聚，再逐步挖掘数据价值。优先应用成熟的数字化产品服务满足基础共性需求和行业特性需求，同时逐步提升自身数字化能力，满足企业个性需求。

二是由点到面。中小企业数字化转型投入资源有限，需明确数字化转型优先级，合理规

划转型路径。可以优先从基础扎实、潜在价值高的环节切入，再逐步扩大数字化在业务环节和管理环节的覆盖范围，实现数据贯通和业务协同。

三是长期迭代。数字化转型是渐进发展、螺旋上升的长期过程。中小企业应适时对转型进展和成效进行评估，因时因势优化转型策略，按照“评估-规划-实施-优化”的逻辑闭环，量力而行、尽力而为、久久为功。

四是多方协同。中小企业数字化转型不能“单枪匹马”，需多方协同发力。中小企业需增强数字化转型意识和自身能力。数字化转型服务供给方应立足自身优势，提升产品服务质量。地方各级主管部门要做好政策引导和公共服务建设，营造良好发展环境。

四、《指南》在指导中小企业推进数字化转型方面提出了哪些路径方法？

《指南》的第二部分“增强企业转型能力”主要面向中小企业，从开展数字化评估、推进管理数字化、开展业务数字化、融入数字化生态、优化数字化实践等五个方面提出了转型路径，旨在充分激发中小企业自身转型动能，按照“评估-规划-实施-优化”的逻辑闭环，科学高效开展数字化转型。

一是开展数字化评估。中小企业需从数字化基础水平、企业经营管理现状、内外部转型资源等方面进行数字化评估，结合业务环节和管理环节的潜在转型价值，明确数字化转型优先级，切实提高转型效率。

二是推进管理数字化。中小企业数字化转型需构建与转型适配的组织架构和管理制度，加强数字化人才培养，深化跨部门沟通协作，提升企业管理精细化水平，优化企业经营管理决策。

三是开展业务数字化。中小企业在开展数字化转型的过程中，应充分应用订阅式服务、轻量化产品等降低转型成本。开展研发设计、生产制造、仓储物流等业务环节转型，实施产品全生命周期管理，发展基于数字化产品的增值服务。

四是融入数字化生态。中小企业应积极对接产业链供应链核心企业、行业龙头企业、园区/产业集群等生态资源，基于工业互联网平台深化协作配套，利用共性技术平台开展协同创新。

五是优化数字化实践。中小企业应从数字化水平和企业经营管理水平等方面评估数字化转型成效，根据现阶段资源禀赋和转型现状调整数字化转型策略，选用相应的数字化产品和服务，提升转型策略的适配性。

五、《指南》对提升中小企业数字化转型供给有何考虑？

一是增强供需匹配度。中小企业数字化转型基础参差不齐、需求千差万别。互联网平台

企业、工业互联网平台企业、大型企业、数字化转型服务商等供给方需发挥各自在基础设施、数字技术、行业积累等方面的优势，面向中小企业差异化需求，持续丰富转型“工具箱”，提升产品服务的针对性。

二是开展全流程服务。中小企业数字化转型通常面临人才匮乏、能力薄弱等挑战，单纯依靠自身力量推进数字化转型难度大。转型供给方需从评估规划、设备改造、系统上云、人才培养等环节提供全方位陪伴式服务，在不同转型阶段帮助中小企业对接产品服务生态资源，推动转型逐步深化。

三是研制轻量化应用。中小企业利润相对微薄，数字化转型资源投入受限。数字化转型服务供给方应加大产品、技术和模式创新力度，发展订阅式服务，帮助中小企业实现低成本、高效率的数字化转型。

四是深化生态级协作。供给方主体需深化产业链供应链上下游企业协同，助力中小企业实现“链式”转型。大型企业可通过应用或搭建工业互联网平台带动中小企业数字化转型。发展基于工业互联网的产融新模式，提升中小企业融资能力。

来源：“工业和信息化部网站” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年11月09日

李三希：把握好数字经济发展时代机遇

数字经济是重组全球要素资源、重塑全球经济结构，乃至改变全球竞争格局的关键力量。发展数字经济，是我国把握新一轮科技革命和产业变革新机遇的战略选择，是助力实现中华民族伟大复兴、推进和拓展中国式现代化的重要篇章。

党的二十大报告指出，加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群。这一系列内容明确了中国未来经济发展的重点和实现路径。

党的十八大以来，党中央高度重视发展数字经济，将其上升为国家战略。在一系列政策支持下，我国在数字技术上不断突破，在新型基础设施、数字产业化与产业数字化、数据要素市场与数字生态建设各方向全面发力，诞生了一批世界知名数字企业，培养了一批高端数字人才，已跻身全球第一梯队。

在数字经济这一新兴赛道上，中国第一次与世界发达国家站在同一起跑线上。大力发展数字经济，是抢占全球经济发展制高地的重要机会，是时代赋予中华民族伟大复兴的重要机遇，必须牢牢抓住。

发展数字经济是加快建设社会主义现代化强国的重要支撑。数字经济的底层核心技术包

括半导体、信息技术、通信技术和智能硬件，代表着科学技术的前沿。以人工智能、区块链、云计算、大数据为代表的前沿数字技术，正通过工程化和产业化的方式，全面融合渗透到传统产业中去，帮助传统产业进行全方位全链条改造，推动传统农业、工业和服务业的转型升级，重构市场结构和生态，催生新产业、新业态和新模式，显著提高全要素生产率，降低市场摩擦，提升市场效率，为经济增长提供新动能。

发展数字经济是助力打通生产、分配、流通、消费各个环节的重要手段。当前，我国面临的外部环境严峻复杂，必须加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。数字技术可以推动产业链上下游企业的整合，有利于生产要素和资源的快速流动和高水平融合，帮助市场主体重构组织模式，突破地理空间限制，从而畅通国内外经济循环。此外，数字经济有助于拉动国内消费，形成国内大循环。在需求端降低消费者的购物成本，提高匹配效率；在生产端助力企业采取个性化定制和柔性化生产，提高供给侧质量；其催生的直播经济、线上办公、互联网医疗等新业态又培养了消费者的新消费习惯，围绕互联网实现的生产和生活需求将逐渐增加，数字经济的巨大发展潜力还将进一步释放。

发展数字经济是扎实推进共同富裕，走好中国式现代化道路的重要举措。具体来看，数字技术具有促进协调发展和共享发展的潜能。在促进协调发展方面，数字经济打破了地理区域空间的限制，更有利于区域的协调发展。例如，农村电商的发展缓解了高质量农产品供需双方的信息不对称，助力乡村振兴，更好实现了城乡的协调发展。在促进共享发展方面，数字技术可以帮助线上线下产业打通，让传统行业、中小企业等发展弱势经济主体在发展的过程中不掉队。

但也应看到，数字经济的发展还有加大不平等的可能，甚至带来垄断、数字鸿沟、数字技术替代劳动者导致的就业等问题。这些无一不需要在未来引起足够重视，合理加以引导，采取相应措施予以预防或应对。

（李三希中国人民大学经济学院教授、中国人民大学数字经济研究中心主任）

来源：《光明日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 11 月 08 日

数字经济快速发展 数字人才如何培养？

11 月 6 日，第五届进博会的虹桥国际经济论坛——“数字人才培养国际交流”会员论坛在上海国家会展中心召开。本次论坛聚焦数字化人才培养的话题，共同探讨了数字化人才培养的重要性、迫切性以及数字化人才培养的方法等话题。

数字人才的培养是一个全球都面临的重大课题，需要国际国内携手共进。针对加快促进数字技术发展、数字人才培育，中国国际进口博览局副局长马凤民提出三点建议，一是**释放创新潜力**，以产业聚人才，二是**提升人才素养**，以人才兴产业，三是**强化国际交流**，以开放促发展。

联合国教科文组织驻华代表夏泽翰指出，联合国教科文组织支持利用数字创新扩大教育机会和促进包容，提高学习的相关性和质量，开辟信息通信技术和人工智能增强的终身学习途径，加强教育和管理系统并监测学习过程。为实现这一目标，教科文组织致力于重点培养教师和学生的数字素养和数字能力。

教育部高校学生司副司长吴爱华透露，教育部积极引导高校加快培养社会急需人才，加大数字经济领域相关专业设置，新设数字经济、人工智能、数据科学与大数据技术等专业，大力发展新工科，依托新一代信息技术支撑数字经济全链条发展。

人社部职业能力建设司二级巡视员田丰则表示，数字技术技能深刻改变着人类的思维、生活、生产、学习方式，催生新职业出现和就业形态变革，数字技能与职业素养日益成为促进新业态就业的关键。人社部将从推进实施提升全民数字素养与技能行动，加强技工院校数字技能类人才培养，加强数字技能职业技能培训，推进数字技能类人才评价工作等四个方面推动数字技能人才的培养。

上海市教委副主任倪闽景在发言中说：“我们鼓励高校通过深化产教融合协同来培养数字化人才，建立健全信息技术产业与高等教育协同育人机制，通过学校与企业共建现代产业学院、技术研发合作、委托订单培养、技术技能培训等多种形式开展数字化人才培养。”

华东师范大学副校长周傲英称，数据带来科学方法的革命，新一轮人工智能是这场革命的先锋。新一代人工智能不仅仅是新的技术起点，更是一场启蒙运动和思想革命。计算机科学教育对于新时代创新人才培养至关重要，编程思维训练是核心所在。智慧教育是数字人才培养的有效途径，也是教育变革的正确方向。

英特尔中国区董事长王锐表示：“数字经济飞速发展，对人才的数字化素养、技能和知识结构提出了全新要求。英特尔一直致力于助力培养未来人才，从最初的产学协同培养工程人才，到创新人才，再到现在的数字化人才，我们的人才培养计划结合中国教育发展的需求不断升级。”

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 11 月 07 日

【悦读电商】



数字政府

内容简介

随着数字中国的加速推进，各行各业数字化转型不断加快，如何发挥数字政府的引领性、全局性、支撑性作用，提升政府行政履职能力，推动数字经济、数字社会、数字生态全面协调发展，推动国家治理走向现代化，成为数字政府建设的重大使命和核心议题。

本书从数字政府的概念开始，梳理了我国数字政府的发展脉络，介绍了新时期发展数字政府的新形势、新要求，从统筹规划、考核评估、互促发展等角度剖析了数字政府

顶层设计思路，从政府职能入手展望了数字政府的丰富场景，从数据治理、开放、共享、运营等方面描述了政府数据价值释放之路，从技术产业、基础设施和网络载体等方面介绍了技术对数字政府建设强有力支撑。



生鲜电商发展模式与运营研究

内容简介

本书主要对生鲜电商发展模式与运营进行探讨，对生鲜电商行业的发展环境与现状及商业模式作了概论性的介绍，包括现阶段电商发展沿革、主要瓶颈、发展指导理论、电商模式和选择电商平台分析等，在对生鲜电商发展环境的了解基础上，更加深入地探讨不同电商选择平台、各大生鲜电商运营分析，以及在未来会面临的机遇和挑战，尽可能地让读者感受到信息化时代为人类提供的便利。

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