

# 电子商务动态

## ● 行业资讯

- 国务院:要出台支持平台经济规范健康发展的具体措施.....2
- 商务部:“2023 全国网上年货节”有三个特点.....3
- 2023 上海网上年货节正式启动.....3
- 上海快递外卖运力恢复到正常水平.....4
- 各大电商平台纷纷启动年货节.....4
- 中东和北非电子商务预计未来几年将出现显著增长.....5

## ● 政策法规

- “数据二十条”新政出台 促进数据赋能实体经济.....13
- 《酒类电子商务平台销售及配送规范》团体标准发布.....13

## ● 数据观察

- 国家发改委:2022 年我国即时配送市场规模约 2000 亿元.....16
- “全球著名电竞城市产业发展指数”上海蝉联第三.....17
- 我国电子政务排名第 43 位.....16
- 报告:企业数字化转型成本下降 80%.....17
- 快手已有近 400 种类型直播.....17
- 拼多多 Temu 成美国市场下载量最大 App.....17

## ● 专家视点

- 平台经济大显身手正当时.....20
- 丝路电商:与伙伴国共享发展红利.....20

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：要出台支持平台经济规范健康发展的具体措施

12月21日，国务院总理李克强主持召开国务院常务会议，会议指出，要出台支持平台经济规范健康发展的具体措施，发挥好平台经济创造就业、促进消费作用。

来源：“央视新闻” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年12月21日

### 商务部：“2023全国网上年货节”有三个特点

12月29日，商务部新闻发言人束珏婷在例行新闻发布会上介绍，“2023全国网上年货节”将于2022年12月30日至2023年1月28日举办，这也是商务部连续第三年会同相关单位共同指导举办该活动，目的就是聚焦人民美好生活需要和年货采购需求，努力保障人民群众度过一个欢乐祥和的新春佳节。目前，各地正在积极组织电商平台、生产制造、快递物流企业，紧锣密鼓地策划配套活动。“2023全国网上年货节”有以下三个特点：

**一是横跨双节的巧合让节庆氛围更浓。**本次年货节恰好横跨元旦、春节两大佳节。这样的时间巧合，无论对于广大消费者还是企业来说，都是非常有益的：消费者可以有更多的闲暇时间横向比较、精心挑选，从而获得更多实惠；企业也可以对促销时点、重点品类等进行统筹安排，更好激发线上消费活力。

**二是主分会场的设置充分体现协同联动。**我们选定广东作为本次年货节的主会场，届时，各大电商平台将开展集中展示发布。各地分会场也将举办各具特色的配套活动。如广西将举办“新丝路跨年电商节晚会”，为消费者呈现具有少数民族特色的消费新场景；北京将推出“京京有味”、“京年有戏”等多个板块，打出线上线下融合促销组合拳；辽宁设计了以“辽播四海商、广带天下货”为主题的一系列电商促消费活动。各地将共同行动，为消费者带来丰富多彩的网络促销活动。

**三是市场主体的踊跃参与让新春促销更具新意。**在商务部等部门的指导和各地积极动员下，相关企业聚焦提升消费者线上采购年货体验，推出了实折实扣、满减满赠等让利活动以及各具特色的促销方案，如有的推出“跨年狂欢夜”主题，有的主打“可信赖”特质，有的探索建设“半小时线上便民生活圈”，有的举办“数商兴农”专场和线上大集等，相信会更

好满足大家的新春期待。

来源：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 30 日

## 三部门：推动老字号企业数字化转型 营造消费新场景

近日，商务部、文化和旅游部、国家文物局联合印发《关于加强老字号与历史文化资源联动促进品牌消费的通知》。

《通知》围绕加强老字号历史文化资源挖掘、促进老字号历史文化资源利用以及激发品牌消费潜力 3 个方面提出系列政策举措和具体任务，明确相关工作要求，着力提升老字号与非物质文化遗产、文物、博物馆等历史文化资源联动、融合、发展水平，积极推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。

《通知》坚持以人民为中心的发展思想，聚焦更好满足人民群众品质化、多样化消费需求的目标，积极推动老字号依托历史底蕴和文化精髓开发创意产品、营造消费场景、提升消费者体验，进一步顺应国潮消费趋势，释放品牌消费潜力，丰富品牌消费供给，不断满足人民对美好生活的向往。

《通知》提出，创新营销推广手段。支持新媒体平台举办“直播探店”等专题活动，运用短视频推介、视频直播等创新手段，发挥引流作用，扩大宣传范围。支持老字号传承人、相关企业负责人参与电商直播，讲述历史文化，展示传统工艺，推广创新产品。推动老字号企业数字化转型，运用大数据、云计算等现代信息技术升级营销模式，营造消费新场景。支持各类媒体开设老字号专题专栏，充分运用人民群众喜闻乐见的方式扩大宣传，持续营造良好的舆论环境。

来源：“中国新闻网” 2023 年 01 月 04 日

## 工信部： 夯实数字经济发展基础

随着数字经济和新一代信息技术快速发展，无线电频谱已成为构建新一代信息基础设施的重要资源，成为推动传统产业转型升级、战略性新兴产业发展壮大的重要生产要素。

近日，工信部总工程师田玉龙在 2022 中国无线电大会表示，将加强频谱资源统筹优化、合理布局，超前谋划和布局工业互联网、广域物联网、车联网等行业和领域频率规划，不断

扩大频谱资源供给，夯实数字经济发展基础。

来源：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 26 日

## 工信部：拟出台措施规范 APP 安装卸载行为

日前，工信部在官方网站公开征求对《工业和信息化部关于进一步提升移动互联网应用服务能力的通知（征求意见稿）》的意见。《征求意见稿》对安装卸载行为、优化服务体验、加强个人信息保护以及响应用户诉求等方面做出了相关规范。

《征求意见稿》提出，APP 应确保知情同意安装。向用户推荐下载 APP 应真实、准确、完整地明示开发者信息、产品功能、隐私政策、权限列表等必要信息，并同步提供明显的“取消”选项，经用户确认同意后方可下载安装。不得通过“偷梁换柱”“强制捆绑”“静默下载”等方式欺骗误导用户下载安装。用户浏览页面内容时，不得自动或强制下载 APP，或以折叠显示、主动弹窗、频繁提示等方式强迫用户下载、打开 APP，影响用户正常浏览信息。无合理正当理由，不得要求用户不下载 APP 就不给看，或者不让看全文。除基本功能软件外，APP 应可便捷卸载，不得以空白名称、透明图标、后台隐藏等方式恶意阻挠用户卸载。

来源：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 27 日

## 最高法：快递外卖员工作量明显不合理导致超时不能扣减应得报酬

12 月 27 日，最高人民法院发布《关于为稳定就业提供司法服务和保障的意见》，文件要求，加强新就业形态劳动者合法权益保障。

文件明确，劳动者因不可抗力、见义勇为、紧急救助以及工作量或者劳动强度明显不合理等非主观因素，超时完成工作任务或者受到消费者差评，主张不能因此扣减应得报酬的，人民法院应当依法支持。

文件还提到，依法认定与用工管理相关的算法规则效力，保护劳动者取得劳动报酬、休息休假等基本合法权益。

来源：“中国新闻网” 2022 年 12 月 27 日

## 2023 上海网上年货节正式启动

根据商务部关于开展“2023 全国网上年货节”的有关要求，2023 上海网上年货节于 12 月 30 日正式启动。

2023 上海网上年货节于 2022 年 12 月 30 日（农历腊月初八）至 2023 年 1 月 28 日（正月初七）举办，上海市各线上线下平台及企业推出多项新年促销活动，聚焦“网上买年货 玉兔送祝福”，推出尽享生活过大年、直播带货送好礼、新年潮搭焕新衣、休闲娱乐享时光、丝路优品促销、上海品牌促销和数商兴农专场等七大主题 150 余项活动。

年货节期间，各电商企业推出优惠券、满减、秒杀、直降、买一送一等大力度促销，线下商家也将开展线上营销活动，实现线上线下融合发展，让人民群众度过一个平安健康、欢乐祥和的新春佳节。

特别是，本次网上年货节将重点推出“丝路优品年货节”，浦东新区外高桥进口商品直销中心以“丝路为纽带，一网汇全球”为主题，在全球汇国家馆开展进口商品和国际葡萄酒促销，一网汇聚全球好物，让广大消费者足不出户，享受来自全球汇的丝路盛宴。虹桥国际中央商务区的虹桥品汇，将举办巴基斯坦文化周、巴西美食品鉴会，并推出“丝路电商”成员国商品专场直播活动，来自巴基斯坦、越南、阿联酋、巴西、新西兰、意大利、俄罗斯等国家的洋主播和品牌代表将走进直播间，与广大消费者交流各国新年民俗和特色年货。

来源：“上海商务”2023 年 01 月 01 日

## 上海鼓励电商平台和邮政快递企业增加佣金比例 设置跑单奖励

针对当前上海部分行业和企业阶段性用工紧缺问题，上海市人民政府办公厅日前印发关于支持本市相关行业和企业稳岗留工有序运行若干政策措施的通知，鼓励引导外来务工人员留沪过年，支持外来务工人员节后加快返岗复工。

通知提出，鼓励企业制定实施员工关心关爱激励措施。支持企业根据实际情况，制定实施有针对性的员工激励和服务保障措施，把关心关爱送达一线人员。鼓励电商平台和邮政快递企业增加佣金比例、设置跑单奖励，为快递员和外卖骑手提供必要的餐饮保障，发放防寒保暖工装及用品等。

来源：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 28 日

## 上海快递外卖运力恢复到正常水平

经历了前一阶段运力紧张的艰难局面，上海快递、外卖运力已基本恢复到正常水平。据上海市发改委统计：邮政快递行业各大分拨中心运转平稳，没有明显快件积压，日均投递量达 1000 万件左右；外卖骑手每日出勤人数逐步回升，1 月 1 日出勤人数达 15.1 万人，日订单量达 800 万单。

目前，电商平台、邮政快递企业已逐步稳岗稳产。上海市快递、外卖等领域运力正持续恢复，较快扭转了此前运力紧张的局面。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 04 日

## 上海数据交易所于 2023 年 1 月 3 日转入正式运营

经过不断探索与实践创新，上海数据交易所在制度体系、系统支持、交易服务等方面均已取得阶段性成果，具备良好运营条件，于 2023 年 1 月 3 日转入正式运营。上海数据交易所将根据《关于上海数据交易所收费标准施行的通知》收取数商服务费及数据产品交易服务费。

上海数据交易所是由上海市人民政府指导下组建的准公共服务机构。2021 年 11 月 25 日，上海数据交易所揭牌运营，积极构建交易体系、细化交易流程，力图打造引领全国数据要素市场发展的“上海模式”。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 04 日

## 上海移动打造国内首个 5G+数字养老健康融合平台

数字化浪潮奔涌向前，数字经济与实体经济深度融合有力促进经济高质量发展，也让人民城市变得更有温度。日前，在黄浦区卫健委的指导下，上海移动联合打浦桥街道社区卫生服务中心精准回应辖区内居民的健康养老需求，打造全国首个“5G + 数字养老健康融合平台”，运用 5G、大数据、云网融合等信息技术，助力提升卫生服务中心管理能级，进一步将优质的医疗服务延伸至患者端、家庭端，给社区老年人送上更温馨、更省心、更放心的医疗服务。

“5G + 数字养老健康融合平台”包括数字化养老健康、社区化医疗服务、居家化康复管理、无触化动态监测四大功能，实现长者居家康复管理常态化，心率、呼吸、血氧等体征数据监测无触化，将康复医疗过程从院内延伸到院外。

来源：《文汇报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 22 日

## 阿里本地生活与普陀区市场监管局签署政企合作备忘录

阿里巴巴本地生活近日与普陀区市场监管局共同签署了《线上线下一体化协同治理政企合作备忘录》。根据协议，今后双方将本着“信息互通、资源共享、政企联动、协作共治”的原则，发挥监管部门案件查办和企业大数据分析能力的各自优势，不断探索创新、深化合作，形成共管共治、线上线下一体化的互联网监管局面，促进网络市场规范、健康、有序发展。

据介绍，去年，普陀区市场监管局与阿里巴巴本地生活共同开发建设了“消保快通”线上处置工作通道和“数据 E 通”数据互联通道，进一步优化了消费投诉处理流程，完善消费者权益保护机制。今年，双方进一步加强协作，积极探索线上线下一体化监管，完成协同治理处置规范，实现了信息数据共享、技术资源共用、监管执法互助，推动建立政企协同数字化监管新格局。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 21 日

## 美团设上海骑手抗疫补给巡回驿站，保障运力稳定

近期，美团与社会各界携手，持续在全市多地巡回设立“同舟守护 1m2”骑手抗疫补给驿站，向骑手发放防疫防寒及生活物资，多措并举保障上海保供配送运力稳定。

来源：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 29 日

## “2023 全国网上年货节”全国统一启动仪式在广州举行

12 月 30 日上午，商务部与广东省人民政府在广州举行“2023 全国网上年货节”全国统一启动仪式。本次网上年货节自 2022 年 12 月 30 日（腊月初八）起，持续至 2023 年 1 月 28

日（正月初七）。

本次全国网上年货节是由商务部、中央网信办、工业和信息化部、市场监管总局、国家邮政局和中国消费者协会共同指导的全国性网络平台购物活动，也是新形势下释放消费活力、增添消费动力的利民惠民行动。

启动仪式上，商务部副部长盛秋平表示，近年来商务部依托“全国网上年货节”“双品网购节”“国际消费季”等创新平台，汇聚电商平台合力，联动线下商贸资源，推出了一系列丰富多彩、年味十足、实惠满满的线上线下活动，释放了居民节日消费的潜力和活力

来源：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 31 日

## 全国首个国家级数字资产交易平台启动

为践行国家文化数字化战略，以科技支撑，创新驱动发展文化事业和文化产业，推动中国文化数字化成果全民共享，全国首个国家级数字资产交易平台——“中国数字资产交易平台”于 2023 年 1 月 1 日在北京启动。

据介绍，平台高度关注元宇宙、Web3 等新技术、新场景，并致力于挖掘中国的世界级数字资产及 IP；并在监管单位、市场机构、地方政府等多方力量共同指导下，平台将建立合规监管、数字资产创新、元宇宙产业场景三大委员会。

来源：“中国网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 02 日

## 首个旅行类空中直播开播

12 月 28 日，由三亚市旅游推广局联合携程、原神共同打造，吉祥航空执飞的原神 IP 主题航班从上海飞赴三亚，将携程旅游直播间搬到空中，为用户介绍三亚当季玩乐资讯、以及机上 wifi 等新潮产品。希望联合更多的年轻力量，在当下瞬息万变的旅游市场，主动把握 Z 世代的青睐。

来源：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 28 日

## 我国物流运行保持恢复势头 保障能力持续提升

12月28日，中国物流与采购联合会公布：今年1—11月份，全国社会物流总额为301.9万亿元，同比增长3.4%。随着稳定产业链供应链政策继续显效，新动能行业物流需求持续展现出新活力。1—11月份，高技术制造业、装备制造业物流总额分别同比增长8.0%、6.2%。电商快递物流需求实现较快增长，1—11月份实物商品网上零售额同比增长6.4%，占社会消费品零售总额的比重提高0.9个百分点。

另外，铁路、公路、水运、航空等运输网络总体畅通，国际货运、多式联运等领域均实现较快增长。

来源：“央视网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年12月29日

## 广西与东盟探索丝路电商合作新模式

2022年12月31日—2023年1月1日，广西新丝路跨年电商节在南宁市举行。期间，来自中国和东盟的相关商协会、院校、企业代表进行云签约，决定共建中国—东盟跨境电子商务产教融合创新中心。

中共广西壮族自治区委员会常委、自治区常务副主席蔡丽新在活动致辞中介绍，广西高度重视电子商务在经济发展中的地位和作用，近年来，大力支持跨境电商等外贸新业态新模式发展，打造了“广西33消费节”等促消费活动品牌，有效激发了市场活力，提振了市场信心。广西将以举办此次活动为契机，打造更多沉浸式、体验式、互动式消费新场景，深化与东盟在内的《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)成员国合作，共同探索互利共赢的丝路电商交流合作新模式，促进消费新升级，推动贸易往来迈上新台阶。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年01月01日

## 中国城市数字经济发展报告发布

2022年12月30日，《中国城市数字经济发展报告2022》发布，《报告》立足于更为完善的“城市数字经济竞争力”指数评价系统，在收集测算相关数据的基础上，从数字创新要

素、数字基础设施、核心数字产业、数字融合应用、数字经济需求、数字政策环境六个维度，剖析数字经济发展格局，以权威视角解读数字经济城市建设新图景。

报告对全国 52 个重点城市数字经济竞争力水平进行量化分析的结果显示，东部城市数字经济竞争力整体水平较高。数字经济竞争力指数排名前十五的城市中，东部地区占 12 席，中部地区占 1 席，西部地区占 2 席。其中，北京、上海、深圳位列前三名，并分别稳居 6 个分指数首位。

同时，各城市数字经济发展道路各具特色。北京、上海、深圳等综合引领型城市，数字技术、人才等创新能力强，正打造具有全球影响力的数字经济发展高地。

广州、杭州、南京等特色开拓型城市，在细分领域具有较强的竞争优势，成为我国数字经济发展的中坚力量。

来源：《解放日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 01 日

## 《2022 中国数字经济主题报告》发布

近年来，互联网、大数据、云计算、人工智能、区块链等技术加速创新，日益融入经济社会发展各领域全过程。数字经济发展速度之快、辐射范围之广、影响程度之深前所未有。

近日，天眼查发布《2022 中国数字经济主题报告》。《报告》系统梳理了我国数字经济的现状和推动因素，展现了数字经济对个人职业发展带来的影响，聚焦数字经济下的农业、制造业、服务业变化，洞察北京、上海、深圳、杭州、苏州五城的“数实发展”，立体化展示了数字经济对于我国经济发展、社会发展的重要引领作用。

《报告》显示，电商是我国数字经济的重要组成部分。除了电子商务领域，诸如网约车、外卖、本地生活、数字文创、智慧旅游等产业也在数字经济的助力下不断开拓新圈层用户，市场规模不断扩大。在服务业领域，数字经济为我国的服务业转型提供新机遇，与人民对美好生活的追求同向而行。

来源：“中国新闻网”编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 27 日

## 本来生活与意大利对外贸易委员会达成战略合作

日前，本来生活与意大利对外贸易委员会（Italian Trade Agency-ITA）正式签署为期一年

的战略合作协议，双方将通过为中国消费者甄选更多优质美味的意大利食品饮料、推广别具风情的“热情意大利”美好生活方式。

据了解，随着该项目的全面启动，本来生活将充分整合线上线下营销资源，进一步扩大意大利进口商品的丰富度，并专设“意大利国家馆”，为中国消费者推介上百款有颜有料、味美价优的意大利美食，涵盖休闲零食、奶制品、酒水饮料、粮油、肉类、水果等多个品类。

截至目前，已有来自 29 个意大利品牌的 107 个产品 SKU 在本来生活平台上线；此次合作目标将相关意大利品牌增加至 60 个、产品 SKU 增加至 218 个。合作期间，本来生活还将结合时令、节日及意大利特色文化等丰富专题，通过打造创新的丰富营销场景为意大利美食量身定制全方位的推广模式。

来源：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 21 日

## 各大电商平台纷纷启动年货节

农历新年即将到来，年货置办已被提上日程，各大电商平台也迎来了年前最后一个关键的促销节点——年货节。当前，各大电商平台已先后启动年货节促销。今年的电商年货节将从 12 月 26 日、27 日、28 日、29 日开始，各个平台根据自己的节奏开始时间有所不同。

据了解，天猫年货节从 12 月 27 日开启预热，活动延续至 1 月 4 日。京东则把“战线”拉长，将年货节划分为预热期、腊八跨年期、场景期、小年期、春节也送货期五个时期，从 2022 年 12 月 26 日一直持续到 2023 年 1 月 28 日。唯品会年货节在 12 月 29 日早 10 点正式开启，延续至 1 月 21 日（除夕）早 10 点。12 月 28 日，抖音电商正式开启“抖音好物年货节”至来年 1 月 7 日结束。

近两年来，为了持续吸引消费者，平台也更加注重消费者的购物体验。今年年货节期间，平台也将服务重点放在物流上。

来源：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 29 日

## 国家语言资源服务平台正式上线

12 月 27 日，“国家语言资源服务平台”正式上线。“国家语言资源服务平台”由教育部语言文字信息管理司指导建设，广州大学“国家语言服务与粤港澳大湾区语言研究中心”负

责资源服务建设，华中师范大学“国家语言资源监测与研究网络媒体中心”提供技术支持，国家开放大学负责网站运维，国家语委研究型基地、高校科研院所和企业参与平台共建，构建安全、稳定、可持续的运维模式。

据介绍，平台采用“服务大型平台、联合同类平台”模式，汇聚近 50 家单位提供的近百项高质量语言资源和优质语言服务。平台收录资源涵盖语言教育、语言文化、语言翻译、语言技术等公共语言资源，聚焦社会需要和实际应用建设近 20 项语言服务。其中，语言规范服务汇集 60 余种规范标准，为教师、学生以及新闻媒体等公共服务行业的语言文字工作者掌握应用语言文字规范提供便捷服务，应急语言服务针对各类突发公共事件，提供涵盖国家通用语言文字、手语、盲文、外语等语言服务，包括多语种疫情防控外语通、疫情防控应急手语一百句、多语多言宣讲消防安全知识等。

来源：“中国教育新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 28 日

## 宁波保税区“退货中心仓”助力跨境电商二次上架

随着“双 12”落幕，今年电商大促的重头戏基本结束。而随着在电商平台下单进口商品的增加，消费者对退货业务的需求也在不断增长。

从宁波海关了解到，为了提供一个更加安全、便捷、快速的退货渠道，宁波海关所属宁波保税区海关在区内全面推广跨境电商零售进口退货中心仓模式。该模式在最近的两次电商大促中，为宁波保税区跨境电商企业及时处理退换件，提高商品二次上架销售效率带来了成效明显的助攻。

据介绍，跨境电商零售进口退货中心仓模式是指在跨境电商零售进口模式下，退货中心仓企业可在海关特殊监管区域内的专用存储仓库，将消费者的退货商品进行接收、分拣，对于符合退货监管要求的商品，按现行规定向海关申报退货，申报完成后可重新上架销售。消费者的个人年度交易累计金额也会自动恢复。

据统计，今年 1 至 11 月宁波保税区海关累计接受申报“退货中心仓”模式包裹 43.4 万个，退货处理时间相比之前提升 30%，更快速地帮助被退回的跨境商品重新上架出售。

来源：《宁波晚报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 21 日

## 京东开放个人商家入驻

为促进经济社会恢复与加快发展，稳就业、促创业。1月4日京东面向各类商家发布“春晓计划”，包括为自然人提供快速入驻通道、“0元试运营”、2100元“新店大礼包”等12项扶持政策，加大对商家的扶持力度，为商家减负增收。

据了解，2023年1月1日起，自然人可以在京东注册“京东小店”（京东小店是针对个体工商户和自然人商家入驻的POP店铺模式），针对开设京东小店的新商家，大部分类目支持“0元试运营”，试运营最长达90个自然日，期间无需缴纳保证金；4月1日起，大部分类目的企业店铺新商家也可享“0元试运营”。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023年01月04日

## 淘宝将推出首个元宇宙直播间

近日，淘宝正在测试国内首场元宇宙直播，预计将在春节前推出项目。据介绍，进入元宇宙后，用户可以通过城市大屏观看直播间，并且可以直接点击商品进行购买，下单后将和正常直播间购物一样收到快递包裹。

值得注意的是，这并非是淘宝关于元宇宙的首次尝试，在双11期间，淘宝就已经推出多个元宇宙相关的虚拟体验。双11预售开启后，淘宝就上线了“未来城”虚拟空间，打造了一条元宇宙商业街。

来源：《电子商务动态》编辑部 2022年12月26日

## 数字人民币 App 更新 上线发红包等新功能

数字人民币 App 近日迎来版本更新，专属头像、个人红包等新功能上线。业内人士表示，此举将进一步增加数字人民币的流通场景，便于用户之间用数字人民币进行红包互动，有利于进一步扩大用户量。

来源：《电子商务动态》编辑部 2022年12月26日

## 盒马鲜生实现盈利，新零售已进入成熟期

盒马 CEO 侯毅日前发布全员内部信，2022 年是盒马新零售的成熟期，实现了运营效率的提升，并形成了以自有品牌体系和全球化直采体系的盒马商品力，保持了业绩的高速增长，也实现了主力业态盒马鲜生的盈利。

侯毅表示，“商品力是盒马唯一的核心竞争力”，2023 年将持续打造好商品，并加大 App 的经营职能，实现更加全面的互联网化。

来源：“联商网”编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 03 日

## 知乎上线职业教育平台

2022 年 12 月 30 日，知乎正式上线在线职业教育平台“知学堂”，包含应用程序、网页端、“知学堂”企业版等在内的多个产品同步上线。“知学堂”在已上线的数万节高质量、系统的课程基础上，整合更多优质教育资源，覆盖职场、考研、教资、CFA 等热门应试赛道，以及全媒体运营、零基础写作等时下热门的自我提升领域，为用户打通从“想学”到“立刻学”的通路。“知学堂”企业版则上线了线上课程、讲师课程、训练营三大类内容，通过常规和定制化模式提供体系化的课程内容服务。

据介绍，“知学堂”是知乎的职业教育品牌，承担着知乎教育业务的平台及入口功能，为个人用户和企业提供科技、丰富的职业教育和培训服务。

知乎创始人、董事长兼 CEO 周源曾表示，知乎能够带给教育行业的，不止于一个平台。知乎要做的是用技术推动教育数字化转型，并联合教育行业，为用户解决职业发展和自我成长的关键问题。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 01 日

## 淘宝发布 2022 百强产业带，直播成主要关键词

12 月 28 日，淘宝公布 2022 年度产业带百强榜。百强榜是基于淘宝上优质源头产业带的产业聚集度、总体规模、销量增速、数字化水平、消费者满意度等多个维度，一定程度代表地方特色产业带的线上竞争力，对全国产业带数字化转型具有示范参考价值。

榜单显示，头部产业带正加速数字化转型，“直播”成为年度趋势关键词。值得注意的是，电商直播正成为这些产业带的重要驱动力。多数百强产业带具有产业基础扎实、直播生态完善、MCN/达人资源丰富等特征。

业内专家表示，产业带是我国区域经济的重要组成部分，直播为传统产业带注入新动能。积极拥抱电商直播新业态，有助于增强传统产业带竞争力，也为电子商务的发展打开了新增长空间。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 28 日

## 京东发布 2023 满天星计划 为中小企业高质量发展保驾护航

日前，京东集团联合工信部中小企业发展促进中心发布了“2023 满天星计划”，旨在持续构建中小企业融通发展生态，助力中小企业焕发新生机，实现可持续发展。

据悉，“2023 满天星计划”将进一步整合京东集团优势能力与资源，聚焦供应链融通、金融服务融通、人才服务融通、数字服务融通、创业创新融通、园区服务融通六大维度打造大中小企业融通发展平台，全方位助力行业产业与经济社会高质量发展。

**在供应链融通方面**，京东依托“快采购、轻管理、一站式”的数字化采购管理平台，围绕企业采购链条上的八大触点，从选品、议价、签约直至报销、采购决策等流程，可提供“商品+服务”、“采购+管理”的一站式、全场景、全生命周期数字化采购服务解决方案，同时结合企业在生产、运营、服务场景下的核心需求，能够有效衔接供需两端赋能企业强链、补链，实现高质量发展。

**在金融服务融通方面**，京东整合零售、科技、物流、工业等多平台运营数据，沉淀基础类、经营类、运营类多维度数据标签，通过打造中小企业经营监测数据仪表盘，可助力企业精准高效评估金融需求，同时京东还会继续联动上下游机构，为企业提供金融账期、融资、票据等多元化、定制化金融产品及服务。

**在人才服务融通方面**，京东将联合科研机构、高校/职业院校、培训机构、生态伙伴等资源，通过学生实习、高管研学、专业技能提升、精准人才匹配实现四层人才生态互通链，为中小企业搭建立体化、自运营的人才生态提升机制，赋能企业人才经营管理能力升级。

**在数字服务融通方面**，京东通过搭建综合服务平台，整合海量政策信息，为企业提供政策、财务、管理等必备的 10 多个类别、500 多门课程，打造企业数字化服务“百宝箱”，从而满足企业“看政策、提能力、促发展、享服务”等多方面需求。

**在创业创新融通方面**，京东通过创新“创客合伙人”模式，已为近千家企业提供产业协同、融合共创、助力经营、加速赋能等创客权益。同时还通过京东知产维权平台、专利申请及保护等服务提高创业质量，夯实各类型企业高质量发展根基。

**在园区服务融通方面**，京东将以园区联盟为载体，不断丰富线下服务场景，带动各类优质资源进企业、进园区、进集群，形成集管理、采购、服务为一体的园区企业服务创新体系，助力园区及园区企业实现品牌与经济双收益。

来源：“京东企业会员公众号” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 29 日

## 亚马逊全球开店中国发布 2023 年战略重点

日前，在 2022 年亚马逊全球开店跨境峰会上，亚马逊全球开店发布了 2023 年中国业务四大战略重点：

**一是做“宽”供应链解决方案。**2023 年在物流方面，进一步优化亚马逊全球物流（AGL），并拓展跨境承运人伙伴方案（SEND），集合多方优势，为卖家提供具有高性价比、服务稳定、追踪透明的跨境和头程物流解决方案。在仓储管理方面，亚马逊将继续拓展在亚马逊入仓分销网络（AWD）等服务上的创新，重点解决卖家入仓和清除冗余库存两大痛点，帮助卖家通过促销、库存转移至第三方等方式，便捷管理库存，提供集成运输、仓储和智能补货功能于一体的柔性供应链解决方案。

**二是做“深”新选品全过程解决方案。**2023 年亚马逊将进一步优化新选品解决方案，帮助卖家提高新选品的成功率和选品全过程的效率。在新选品上线前阶段，为卖家继续升级商机探测器、选品指南针等大数据工具，提供更多维度的数据和分析；上线时，为卖家升级亚马逊物流新品入仓优惠计划等福利政策，降低新品测试的风险和成本；上线后，提供多样化的品牌分析和打造工具，包括品牌分析工具的搜索洞察功能等，帮助卖家提高产品曝光和复购率，并将与全球团队协作，探索优化新产品搜索结果展示和提升客户评论获取的效率。

**三是做“轻”品牌全球化的出海路径。**2023 年在品牌打造方面，亚马逊将继续优化品牌分析工具、管理实验、买家互动等重点工具的创新，为卖家提供更多维度的洞察、更优的测试体验、更高效的消费者触达渠道，进而更高效地呈现品牌故事，提高销量和复购。在全球布局方面，亚马逊也将继续探索全球各站点的增长潜力，推出各站点上线激励计划和优惠政策，并不断优化全球运营和管理工具，在注册、验证、Listing 等运营方面，化繁为简，提升卖家全球运营效率。

**四是做“厚”本地化服务。**亚马逊全球开店始终秉承对中国卖家的承诺，根据不同区域卖家的细分行业、发展阶段的不同需求，夯实亚马逊在中国的本地化服务。2023 年，亚马逊全球开店中国将聚焦三大重点，一是正式启用亚马逊全球开店亚太区卖家培训中心，满足不同发展阶段、不同地区卖家的差异化培训需求，帮助卖家提升跨境电商运营的全方位技能；二是继续深化和提高在全国不同城市的服务能力，建立一支更懂中国卖家的团队；三是继续深入中国各大优势产业带，挖掘优质工厂和品牌，帮助地方企业转型跨境电商，抓住出海浪潮。

来源：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 26 日

## 亚马逊在美国加州、得州开始使用无人机运货

日前，亚马逊开始在加利福尼亚州洛克菲德（Lockeford）和得克萨斯州大学城（College Station）使用 Amazon Prime Air 送货服务运输少量包裹，产品通过无人机交付。

据介绍，亚马逊希望利用这项服务的反馈来改善运营，最终将这项服务推广到全国。

来源：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 30 日

## 中东和北非电子商务预计未来几年将出现显著增长

中东和北非的电子商务市场预计在未来几年将出现显著增长，预计 2021 年至 2023 年的复合年增长率为 15%。这一增长受到许多关键因素的推动，包括互联网普及率和手机普及率的提高；越来越多地使用数字支付方式；以及对在线购物的需求不断增加。

来源：“亿恩网”2022 年 12 月 29 日

## 印尼计划限制外国电商平台进入

日前，印度尼西亚合作社和中小企业部长德登·玛斯杜基（Teten Masduki）表示，该国政府计划限制外国在线零售商、特别是电子商务进入印尼。

德登表示，现在有很多外国电子商务可以在印尼直接销售，但产品不符合印尼国家标准（SNI）或没有印尼的食品药品监督管理局审核发放的 BPOM 许可。想要在印尼开展业务活

动的电子商务必须首先在该国设立公司。

德登指出，希望限制政策落地后，该国中小型企业生产的产品不会被边缘化或失去与进口产品的竞争力。

来源：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 30 日

## 【政策法规】

### “数据二十条”新政出台 促进数据赋能实体经济

近日，中共中央、国务院对外发布了《关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》，又称“数据二十条”。“数据二十条”提出构建数据产权、流通交易、收益分配、安全治理等制度，初步形成我国数据基础制度的“四梁八柱”。“数据二十条”的出台，有利于充分激活数据要素价值，赋能实体经济，推动高质量发展。

本次出台的“数据二十条”，构建了数据产权、流通交易、收益分配、安全治理等 4 项制度，共计 20 条政策措施。

**在数据产权方面**，提出推进公共数据、企业数据、个人数据分类分级确权授权，建立数据资源持有权、数据加工使用权、数据产品经营权等分置的产权运行机制。

**在流通交易方面**，提出完善数据全流程合规和监管规则体系，统筹构建规范高效的数据交易场所，培育数据要素流通和交易服务生态，构建数据安全合规有序跨境流通机制。

**在收益分配方面**，提出健全数据要素由市场评价贡献、按贡献决定报酬机制，更好发挥政府在数据要素收益分配中的引导调节作用。

**在安全治理方面**，提出创新政府数据治理机制，压实企业的数据治理责任，充分发挥社会力量多方参与的协同治理作用。

来源：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 21 日

### 《酒类电子商务平台销售及配送规范》团体标准发布

日前，《酒类电子商务平台销售及配送规范》团体标准正式发布，标准将于今年 3 月 1 日正式实施，该团体标准中国酒业协会提出，中国酒业协会市场专业委员会、国际洋酒生产

商协会负责起草，京东、歌德盈香、酒仙网、壹玖壹玖等多家酒类电商公司共同参与制定。

据了解，《规范》从企业社会责任的共性要求及酒类行业的特性要求等方面，对电子商务平台、服务商、酒类零售商等利益相关单位提出了指导意见，包含未成年人保护、理性饮酒宣传、教育与培训等相关内容。

中国酒业协会表示，在综合电商平台与垂直电商平台迅猛发展的今天，酒类电商零售规模呈现持续增长态势。然而，在电商平台酒类销量激增的大环境下，相应的销售监督与规范要求却并不完善。此次《规范》的制定，既符合我国现行法规，又借鉴了国外同行业的成功经验，《规范》以团体标准的形式，完善了酒类电商销售和配送的构架，有助于强化我国酒行业的自律能力，促进行业整体实现长期、稳定的发展。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 03 日

## 【数据观察】

### 国家发改委：2022 年我国即时配送市场规模约 2000 亿元

12 月 29 日，国家发改委就《“十四五”现代物流发展规划》有关情况举行专题新闻发布会。国家发展和改革委员会经济贸易司副司长张江波介绍，在餐饮外卖特别是疫情催生的“宅经济”带动下，即时配送实现高速发展，在保障生活物资供应、改善居民消费体验、促进扩大消费等方面发挥了积极作用。据有关行业协会反映，2022 年我国即时配送订单预计超过 400 亿单，同比增长 30%左右，市场规模达到约 2000 亿元。

张江波指出，作为跨界融合的新兴现代物流业态，即时配送与现行政策体系、管理机制不完全适应，行业发展面临一系列突出问题，包括适应即时配送特点的政策框架体系不完善、传统劳动保障制度不适应新就业形态劳动者权益保障需要、平台企业协同管理作用发挥不足以及标准规范、配套设施设备不健全等。对此，国家发改委正在牵头研究制定综合性政策文件，加强系统谋划和总体部署，进一步促进即时配送健康有序发展。

来源：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 29 日

## “全球著名电竞城市产业发展指数”上海蝉联第三

12月28日，“2022年全球著名电竞城市产业发展指数”。在综合排名中，上海蝉联第三；在产业、城市、人群三个单向维度的评比中，上海分列第三、第一和第八。

上海电竞产业发展国内领先，据统计，2021年上海电竞市场规模达283亿元，同比增长19.4%；其中与赛事直接相关的收入达55.2亿元，占据全国一半，并保持持续增长的良好态势。而综合比较全球各大电竞城市发展情况，上海拥有一定的领先优势，但同样面临着内部和外部的挑战。

来源：《文汇报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年12月29日

## 我国电子政务排名第43位

《2022联合国电子政务调查报告（中文版）》28日在中央党校（国家行政学院）发布。报告显示，我国电子政务排名在193个联合国会员国中从2012年的第78位上升到了2022年的第43位，成为全球增幅最高的国家之一。

报告介绍了193个联合国会员国的电子政务排名情况以及这些国家在电子政务发展指数（EDGI）水平的四个级别分组（非常高、高、中等和低）。2022年全球EDGI平均值为0.6102。中国的EDGI值为0.8119，属于“非常高水平”。

来源：“新华社”2022年12月29日

## 报告：企业数字化转型成本下降80%

12月27日，钉钉联合中国信息通信研究院发布《“小快轻准”持续降低数字化转型门槛》研究报告（以下简称“报告”）。报告指出，中国企业数字化门槛正持续降低，数字化转型成本已降低80%。

报告认为，中国企业数字化转型正式进入“链”时代。“链”时代是指产业链上下游各主体企业借助数字化平台及技术，打破空间和时间限制深度融合，进行高效的资源配置，通过构建、丰富和完善产业生态，实现大中小企业融通发展；通过对上下游企业有效协同及智能技术对产业链深化赋能，最终形成以客户为中心、以价值创造为主线，以数据驱动生产的

数字化、智能化、柔性化的产业链新业态。

工业和信息化部日前发布的《中小企业数字化转型指南》提出，数字化转型服务商应聚焦中小企业转型的痛点难点，为中小企业提供小型化、快速化、轻量化、精准化的产品和解决方案，带动产业链供应链上下游中小企业协同开展数字化转型。

来源：“中国经济网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 28 日

## 2022 年互联网岗位量减少 50.4%，

2022 年，就业市场达到 U 型周期底部，但同时也迎来回升曲线。在市场回暖之际，脉脉人才智库发布《抢滩数字时代·人才迁徙报告 2023》，通过平台大数据分析，盘点 2022 年人才流动趋势。

《报告》针对 2022 年重点行业的招聘职位趋势变动进行统计。数据显示，2022 年企业招聘总职位量同比减少 21.67%。互联网行业招聘收缩，2022 年纯互联网职位量同比减少 50.4%。

来源：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 29 日

## 创业邦 2022 中国未来独角兽 100 强揭晓：估值平均 30 亿元

根据创业邦睿兽分析数据显示，截止到 2022 年 12 月 27 日，中国的独角兽现存数量是 497 家。2022 年中国新晋独角兽的数量是 69 家，2022 年中国新晋独角兽的平均估值约为 122 亿元，有 59.7% 的新晋独角兽企业正处于融资阶段的 B 轮之前，未来独角兽成为独角兽的节奏正在加速提前。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 01 日

## 2022 跨境支付蚂蚁国际、腾讯跨境金融、连连国际排前三

日前，《2022 跨境支付机构榜 TOP20》公布，该榜单由中国指数研究院联合 Top 100、支付百科和消费金融频道推出，测评维度包括公司体量、创新能力、潜力与品牌影响力，聚焦于中国支付产业的创新应用和服务行业创新场景的综合实力。

具体排名如下：蚂蚁国际、腾讯跨境金融、连连国际、银联电子支付、PingPong、派安盈、富友支付、贝宝、拉卡拉、空中云汇、京东支付、通联支付、易宝支付、钱宝科技、快钱支付、苏宁易付宝、爱农驿站、寻汇、钱海、珊瑚跨境。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 27 日

## 中国银联：累计在 280 余个城市通过云闪付 App 发放消费券

1 月 1 日，中国银联发布的数据显示，中国银联累计在 280 余个城市通过云闪付 App 发放消费券，覆盖超 900 万家商户。

数据显示，支付宝、微信超 2500 万家商户向银联开放；推动银联网络延伸至 181 个国家和地区，银联卡境外发行量突破 2 亿张。

中国银联称，2023 年将加快云闪付 App 转型，继续大力推广云闪付网络支付平台；将自立自强持续打造全球支付品牌，全方位做好跨境人员流动恢复关键节点服务，加快跨境清算体系和技术保障体系建设，加快提升全球市场份额；将进一步夯实能力建设，全方位升级转接清算、科技、数据、风控等数字支付能力。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 02 日

## 钉钉用户数破 6 亿 付费用户超 1500 万

12 月 28 日，智能移动办公平台钉钉宣布，截至 2022 年三季度，钉钉用户数已破 6 亿，企业组织数超过 2300 万。钉钉上付费的日活跃用户数（DAU）超过 1500 万。

来源：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 29 日

## 快手已有近 400 种类型直播

1 月 4 日，快手发布《2022 快手直播生态报告》。报告显示，截至 2022 年 12 月，快手已有近 400 种类型直播，其中最受用户欢迎的五大直播类型分别为：才艺技能展示、日常生活记录、助农扶农、科普教学与运动户外。2022 年共计超 7000 万场用户喜闻乐见的舞蹈类

与歌唱类直播在快手上演。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 05 日

## 拼多多 Temu 成美国市场下载量最大 App

根据移动应用数据分析公司 Sensor Tower 数据显示，自 2022 年 9 月上线以来，拼多多旗下跨境电商平台 Temu 在美国市场的安装量已达到 1080 万次，成为 11 月 1 日至 12 月 14 日期间美国市场全类别下载量最高的 App。

在数据机构 Analytics 发布的榜单中，Temu 在苹果 App Store 和 Google Play 两大应用商店均位列下载榜第一名。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 03 日

## TikTok Shop 跨境电商 2022 年累计直播超过 286 万场

近日，TikTok Shop 跨境电商官方账号发布 2022 年度数据。2022 年 1 月 2 日-2022 年 12 月 13 日，平台累计开展超过 286 万场直播，累计直播总时长超过 1.6 亿小时，消费者与商家累计互动超过 80 亿次。2022 年 1 月 2 日-2022 年 12 月 13 日，66%的用户觉得 TikTok 帮助其做出购买决策。67%的用户觉得 TikTok 促使其产生了新的购买决策。

据了解，2022 年，TikTok Shop 跨境电商业务覆盖六大市场，包括英国、马来西亚、菲律宾、新加坡、泰国、越南，为商家提供了全球生意机会。2022 年，TikTok Shop 迈入了六大行业赛道，分别是服饰鞋包、快消美妆、3C 数码、家居生活、珠宝水晶、运动户外。

来源：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 30 日

## Meta2022 年全球 VR/AR 头显出货量仅 960 万部 同比下降 12%

分析公司 CCS Insight 数据显示，2022 年至今，Meta 公司的 VR 和 AR 设备全球出货量仅 960 万部，同比下降逾 12%。在将公司更名为“Meta”，并承诺将投资数十亿美元发展“元宇宙”一年多之后，马克·扎克伯格对虚拟现实（VR）世界的押注远未获得回报。这些数据

为 Meta 的未来前景蒙上了一层阴影。今年，Meta 股价已经下跌约 2/3。

此外，研究公司 NPD Group 最新数据显示，截至 12 月初，VR 头显设备今年在美国的销售额为 11 亿美元，同比下降 2%。来源：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 29 日

## 美国假日在线销售额比去年增长 10.6%

日前，万事达卡发布数据显示，2022 年美国假日在线销售额增长 10.6%。在 11 月 1 日至 12 月 24 日期间，电子商务占零售总额的 21.6%。这比 2021 年的 20.9% 和 2020 年的 20.6% 有所上升。

万事达卡发布的该份报告称，随着消费者优先考虑便利性和折扣的可用性，该渠道继续经历更高的增长。来源：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 29 日

## 【专家视点】

## 平台经济大显身手正当时

近期，平台经济被中央频频“点名”。继日前召开的中央经济工作会议提出“要大力发展数字经济，提升常态化监管水平，支持平台企业在引领发展、创造就业、国际竞争中大显身手”后，12 月 20 日召开的国务院常务会议再次提出“支持平台经济健康持续发展”。这无疑释放了鼓励平台经济发展的明确信号，同时也提出了平台企业未来监管的总原则。可以预计，更多有利于平台企业长期可持续健康发展的具体政策将逐步落地。

### 积极作用被充分肯定

平台经济作为数字经济的重要组成部分，对中国国民经济的重要性持续提升。浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林认为，近期召开的会议体现了中央认可平台企业在经济资源配置、供需配置方面的积极作用，平台经济无疑是未来中国经济高质量发展，以及建设中国式现代化的一支非常重要的力量。

增量研究院院长张奥平在接受《国际商报》采访时表示，在中国进入互联网时代的 20 多年间，头部平台企业靠自身的不懈努力，使得中国在工业时代较落后的商业地位逐步实现了赶超，同时培养了 10 亿网民，提升了整体的商业效率，提供了大量的就业机会，扩大了

中国经济规模，数字经济相关产业的发展更是离不开平台经济的带动。

如今，人们的衣食住行早已离不开平台经济，网购、外卖、直播、共享出行、民宿等都是平台经济的典型表现形式。平台经济不断涌现的新业态和新服务不仅满足了消费者个性化、多样化和品质化的消费需求，更推动了消费扩容提质，打开了增长新空间。

数据显示，2015年至2021年，中国社会消费品零售总额从30.1万亿元上升到44.1万亿元，增加了14万亿元，其中7.6万亿元的增量就是由电商平台贡献的。电商已成为推动零售业增长的重要力量。

平台经济创造的就业机会亦颇为可观。随着数字经济和数字社会快速发展，外卖骑手、快递员、网约车司机、网约家政服务员和网络主播等平台用工已成为当前重要的新就业形态，规模快速增长。

盘和林表示，“支持平台企业在引领发展、创造就业、国际竞争中大显身手”是此次中央经济工作会议的新内容。这将优化平台企业的政策环境，加大平台企业发展的支持力度，平台企业将迎来新的发展机遇。

### **迎来规范发展新机遇**

值得关注的是，平台经济在高速发展的同时也出现了不正当竞争、损害消费者权益和社会公共利益等问题。

张奥平表示，自去年以来中央多次强调要促进平台经济规范健康发展，针对平台经济的反垄断与防止资本无序扩张，此次中央经济工作会议提出“提升常态化监管水平”。可以预计，更多有利于平台企业长期可持续健康发展的具体政策将逐步落地。

盘和林表示，从加强平台经济领域反垄断治理转变为支持平台企业引领发展，说明反垄断已经取得成效，资本无序扩张已被有效遏制。对于平台经济来说，过去的规范为未来的健康发展铺平了道路，常态化监管后，平台企业的外部发展环境将更加友善。

来源：《国际商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022年12月23日

## **丝路电商：与伙伴国共享发展红利**

### **朋友圈不断扩大**

自2016年中国与智利签署首个双边电子商务合作的谅解备忘录以来，截至目前中国已与26个国家签署了电子商务合作备忘录并建立双边电子商务合作机制，共同开展政策沟通、规划对接、产业促进、地方合作、能力建设等多层次多领域的合作，在守望相助中不断丰富

“丝路电商”合作内涵，共同拓展经贸合作新领域。“丝路电商”持续展现出强劲活力和强大韧劲，合作的“朋友圈”不断扩大。同时，中国积极推动构建互利共赢、公开透明的电子商务规则体系，为“一带一路”电子商务共同繁荣创造有利环境。

日前，中国宏观经济研究院对外经济研究所研究员杨长湧在接受《国际商报》采访时表示，“丝路电商”合作伙伴遍及五大洲，“朋友圈”越来越大。这说明共建“一带一路”成为受欢迎的国际公共产品和国际合作平台，其影响力、凝聚力以及对国际经贸合作的塑造能力日益增强。特别是“丝路电商”作为“一带一路”贸易畅通的新领域，表明共建“一带一路”在新兴领域可挖掘的潜力和空间巨大。“朋友圈”的扩大顺应了新一轮科技革命和产业变革深入发展的客观大势，跨境电商是在新一轮科技革命和产业变革进程中兴起的贸易新业态新模式，众多国际机构预测显示未来增长空间非常大。跨境电商是新兴事物，现在全球尚没有统一的多边规则，很大程度上有赖于各国的合作探索，“朋友圈”越来越大也说明中国在推动形成有关电子商务的全球治理和经贸规则方面不断作出贡献。

### **软硬件仍需提升**

近年来，中国持续推进“丝路电商”合作机制建设，发挥中国技术应用、模式创新、市场规模等方面的优势，积极拓展经贸合作领域，取得不少成果。

值得一提的是，面对新冠肺炎疫情的冲击，中国与伙伴国共同应对挑战，创办“丝路电商”云上大讲堂，组织国内专家为伙伴国政府官员和电子商务从业者直播授课，内容涵盖政策法规、发展趋势、创新实践和实操技能等内容。针对伙伴国特色产品，特别邀请农特产社群电商、直播电商等领域专家，围绕拓展中国和国际市场进行研讨和交流，受到各方广泛好评。

“丝路电商”已成为拓展经贸合作的新亮点，成为助力“一带一路”合作的新引擎。下一步，如何继续推动“丝路电商”继续走深走实，与伙伴国共享电子商务发展红利？

杨长湧表示，一方面要与伙伴国加大力度共同推进数字基础设施建设。“丝路电商”依赖数字基础设施的良好运营，良好的数字基础设施对“丝路电商”扩大规模、提升质量发挥坚强的保障作用。另一方面要不断推进对电子商务规则的探索 and 对接，在数据确权、流动、安全性以及隐私保护等各个领域，逐步与相关伙伴国形成双边、区域规则。

此外，杨长湧强调，要推动“丝路电商”高质量发展，除电商运营模式外，最重要的还是它所交易的商品和服务的质量，无论是出口还是进口，商品服务质量都要严格把控，确保能够走优质优价的道路。

来源：《国际商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 22 日

# 电商“造船”出海助中国制造走向海外

据知名调研平台 Sensor Tower 数据显示，拼多多海外版 TemuApp 上线不到 4 个月，在美国市场的安装量已达 1080 万次，成为 11 月 1 日至 12 月 14 日期间全美下载量最大的一款 App，收获了一大批海外用户。

9 月 1 日海外上线，9 月 15 日起全面开放，12 月就“登顶”世界舞台，这样的成绩对于一个初出茅庐的跨境电商平台而言，着实亮眼。而撇开数据，Temu 更大的价值在于，它为跨境电商的发展提供了一条全新的路径——来自上海的平台经济企业“造船”，带动制造业中小企业轻量化“出海”。在这一过程中，中国平台经济企业长期积累的优势被释放出来，有能力通过更完善的跨境电商基础服务设施，更好帮助国内制造业企业参与国际市场竞争。

## 社交裂变在海外成功复制

Temu 在海外低调启动，却在刚刚过去的“黑色星期五”购物季中展现出巨大能量。数据显示，今年“黑五”期间，Temu 销售额达到峰值，7 天里单日销售额都达到 700 万美元。

Temu 为何能快速抢占海外电商市场呢？在不少专家看来，在中国已经较为成熟的社交裂变模式帮助巨大。从 Temu 的战术看，拼多多在国内市场已证明成功的“砍一刀”，在海外市场同样受到一定认可。

## 为制造业“出海”打开一道口子

拼多多在国内市场的拳头业务是农产品，而转向海外市场之后，出海业务的基础转向了制造业。选择制造业为突破口，得益于过去 7 年拼多多在国内积累的丰富产业带资源。Temu 上线 3 个多月，3 万多家制造业领域的商户——工厂、贸易商、工贸一体户和个体户，纷纷加入这个新生跨境平台，实现“出海”。

拼多多董事长兼 CEO 陈磊表示，在国内消费市场，拼多多已经成为中国制造业转型升级的新引擎，我们将借鉴国内的成功经验，更好地服务于中国制造的出海事业，拼多多跨境电商业务会努力创造自己独特的价值。

## “造船”直连国内供给侧和国外需求侧

近几年来，电商平台集体出海的势头已显露端倪。分析人士认为，与 Shein 的直接面对消费者独立站模式、阿里巴巴全球速卖通的平台型模式、TikTok 的海外直播带货模式均不同，目前 Temu 采取‘类自营’模式，Temu 卖家负责供货，而平台掌握商品定价权。Temu 上线的更大价值在于自己“造船”定规则，为中国企业轻量化出海开辟了一条新路。

来源：《文汇报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2022 年 12 月 30 日

## 【悦读电商】



### 电子商务案例分析

#### 内容简介

本书是一本电子商务案例分析教材，所选案例覆盖了电子商务的多个领域。全书共 10 章，具体包括电子商务概述，以及有关传统电商平台、内容电商、社交电商、生活服务电商、新零售、电子商务物流、网络营销、跨境电商、农村电商等领域的案例分析内容，这些案例既涉及创办已久、实力雄厚的电子商务龙头企业，也有模式新颖的新兴企业。

通过分析这些具有代表性的真实案例，读者可以了解电子商务企业的发展现状、创新应用和取得的成果，从而探索和学习这些企业的成功经验。



### 直播电商：理论、运营与实操

#### 内容简介

近年来，直播凭借娱乐化的内容、多途径的传播方式、场景化的营销、及时的互动等特点和优势，已经成为一种炙手可热的营销渠道。

本书从直播电商行业现状及发展趋势、直播策划与前期准备，到直播团队搭建、直播货品管理、直播引流、直播语言，再到数据复盘，全方位、多角度地介绍了直播营销与运营人员必须掌握的各种知识和实战技能。此外，还分别从抖音、快手两大主流直播平台入手，介绍了主流直播平台的特点和运营规则，详细地讲解了各大平台的实操过程，

---

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