

电子商务动态

● 行业资讯

- 商务部:2022 年网络零售市场呈现五大特点.....2
- 龚正市长调研美团、蚂蚁科技、小红书.....3
- 上海数字文旅中心启用.....4
- 2022 年全国网上零售增速趋缓,电商寻求新发力点.....6
- 平台企业引领下一代互联网技术.....6
- 春节电商消费迎来开门红.....6

● 政策法规

- 财政部等三部门出台跨境电商出口退运商品税收政策.....12
- 上海发布促发展行动方案 加快发展跨境电商等新型国际贸易.....12

● 数据观察

- 商务部: 2023 全国网上年货节等带动实物商品网上零售额同比增长 14.5%.....14
- 工信部: 我国移动物联网连接数占全球 70%.....15
- 春节期间上海线上消费支付金额为 198 亿元 同比增长 9.4%.....16
- 上海口岸跨境电商总量跃居全国第三.....16
- 2022 年有 89 家电商平台关停.....19
- 数字人民币已在 17 个省份的部分地区开展试点.....20

● 专家视点

- 数字经济已成为中国稳增长重要引擎.....24
- “最后一公里”考验即时零售全流程调度能力.....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】

商务部：2022 年网络零售市场呈现五大特点

2022 年，我国网络零售市场总体稳步增长。据国家统计局数据显示，2022 年全国网上零售额 13.79 万亿元，同比增长 4%。其中，实物商品网上零售额 11.96 万亿元，同比增长 6.2%，占社会消费品零售总额的比重为 27.2%。商务大数据对重点电商平台监测显示，2022 年全国网络零售市场主要呈现以下特点：

一是部分商品品类销售实现两位数增长。在 18 类监测商品中，8 类商品销售额增速超过两位数。其中，金银珠宝、烟酒同比分别增长 27.3% 和 19.1%。

二是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 13.2% 和 8.7%，比全国增速分别高出 9.2 和 4.7 个百分点。东部和西部地区网络零售额同比分别增长 3.8% 和 3%。

三是农产品网络零售增势较好。全国农村网络零售额达 2.17 万亿元，同比增长 3.6%。其中，农村实物商品网络零售额 1.99 万亿元，同比增长 4.9%。全国农产品网络零售额 5313.8 亿元，同比增长 9.2%，增速较 2021 年提升 6.4 个百分点。

四是跨境电商发展迅速。海关数据显示，2022 年我国跨境电商进出口（含 B2B）2.11 万亿元，同比增长 9.8%。其中，出口 1.55 万亿元，同比增长 11.7%，进口 0.56 万亿元，同比增长 4.9%。

五是电商新业态新模式彰显活力。重点监测电商平台累计直播场次超 1.2 亿场，累计观看超 1.1 亿人次，直播商品超 9500 万个，活跃主播近 110 万人。即时零售渗透的行业和品类持续扩大，覆盖更多应用场景，加速万物到家。

来源：“商务部新闻办公室”2023 年 01 月 30 日

商务部：促进跨境电商、海外仓等新业态持续、快速、健康发展

国务院新闻办公室于 2023 年 2 月 2 日举行新闻发布会，商务部对外贸易司司长李兴乾表示，过去一年，我国跨境电商、市场采购贸易方式等外贸新业态也在蓬勃发展，进出口规

模超过3万亿元人民币，占外贸的比重超过7%。2023年，商务部将进一步促进跨境电商、海外仓等新业态发展。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023年02月03日

龚正市长调研美团、蚂蚁科技、小红书

2月2日，上海市委副书记、市长龚正调研美团、蚂蚁科技、小红书。汉海信息技术有限公司（美团）近年来扎根上海，各项业务取得长足发展，持续推动商品零售和服务零售在供需两端的数字化升级。龚正对企业为保障就业、服务民生、助力疫情防控等方面所做的贡献表示感谢。龚正指出，上海要始终把保市场主体、促企业发展摆在特殊重要位置，不断优化审批流程，提升管理服务水平，希望企业坚持做好主业、持续创新，在上海国际消费中心建设上有更大作为。

蚂蚁科技集团已成为世界领先的互联网开放平台，通过科技创新为消费者和小微企业提供便捷的数字生活及数字金融服务。龚正指出，当前上海正持续推动“五个中心”功能升级，希望企业继续加快全面转型和可持续发展，发挥创新优势，支持“五个中心”建设，引育高层次人才，提升全球化能力，为国家和上海发展做出更大贡献。

创立于上海的行吟信息科技有限公司（小红书），目前已有超2亿月度活跃用户、6900万内容分享者，被用户称为“生活百科全书”。龚正指出，数字经济的快速发展创造了新的经济增长点，发展数字经济意义重大。希望企业发挥好线上“种草”特色，助力市场长出更多“新草”，激发消费需求，推动消费升级，同时用好平台优势，增强社会责任，持续传播正能量，倡导向上向善的价值理念。

来源：“东方网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年02月03日

以信息化数字化驱动上海现代化建设

2月1日，上海市委网络安全和信息化委员会举行会议。市委书记、市委网络安全和信息化委员会主任陈吉宁主持会议并强调，要深入学习贯彻党的二十大精神和习近平总书记关于网络强国的重要思想，以塑造主流舆论新格局加强网络内容建设管理，以完善网络综合治理体系营造清朗网络空间，以筑牢网络安全屏障维护国家安全，以信息化数字化驱动上海现

代化建设，为上海当好改革开放排头兵、创新发展先行者提供强有力支撑、服务和保障。

会议指出，要强化数字变革、创新驱动，深化推进城市数字化转型，打造具有世界影响力的国际数字之都。加快技术突破，聚焦先导产业提升全链条自主可控能力，把准前沿趋势提前布局。深化场景驱动，聚焦重点领域谋划建设超级场景，释放更大集成效应。强化产业赋能，坚持数字产业化和产业数字化同步推进，打造更具竞争力的生产服务平台，支持新生代互联网企业做大做强。

来源：《文汇报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 02 月 02 日

上海数字文旅中心启用

1 月 28 日，上海数字文旅中心（文旅“两网”大厅）正式启用。该中心由上海市文化和旅游局设计打造，位于中山南二路 2419 号。

上海数字文旅中心投入使用后，将以“一网通办”“一网统管”为核心平台，以文旅大数据为技术支撑，以市场主体获得感为评价标准，以“全域感知、全数汇融、全程协同、全景赋能”为功能特色，整合全市文旅政务服务资源，导入中外文旅优质市场主体，将上海数字文旅中心打造成为上海文旅公共服务的新窗口、上海文旅智慧治理的新平台，上海城市形象推广的新载体，上海都市旅游集散的新地标，助力上海建设成为国内营商环境标杆城市，进一步提升上海营商环境国际影响力。

来源：“澎湃新闻” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 28 日

数字艺术品交易平台“自贸数艺”全新上线

2023 年新春之际，“自贸数艺”数字艺术品交易平台正式上线。平台将由上海自贸文投旗下上海自贸区拍卖有限公司组织开展线上交易活动，国家文物局文物信息咨询中心官方合作单位——观悟泊（上海）化发展有限公司负责平台运营与维护，全国性公信联盟区块链“信证链”提供技术支持。

随着《上海市浦东新区文物艺术品交易若干规定》等政策的陆续出台，文物艺术品在线展示、交易等活动的开展得到了进一步鼓励与扶持，“自贸数艺”将依托目前国内唯一由部市共建的国际性文物艺术品交易中心——上海国际文物艺术品交易中心，充分利用上海自贸

区的政策优势、资源优势和服务优势，通过探索创新交易模式，积极打造具备市场影响力的国际化数字文物艺术品综合性交易平台，实现“人人都是收藏家”的平台愿景。

据介绍，全新上线的“自贸数艺”致力于探索以线上竞价拍卖形式为国内外各类数字文物艺术品提供创制交易。在“自贸数艺”平台上线的“数字艺术品”不仅真实可查，且均具有数字版权的唯一性。

依托完备的区块链技术和上海自贸区版权服务的有力支撑，成功完成竞拍的藏家将享有该件数字艺术品的全版权流通资质与权利，可将数字版权用于商用，更可享受有作品权益的持续升级。“自贸数艺”的数字文物艺术品版权线上拍卖模式有望进一步提升“拍品”的收藏价值。

来源：《解放日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 24 日

上海快递业结束“春节模式”，日均件量快速恢复

上海市邮政管理局获悉，上海快递业结束“春节模式”，日均件量快速恢复。同时，澎湃新闻记者采访上海各大快递企业了解到，春节后，随着业务员和快递员陆续返岗，目前日派件量逐日递增。

随着春节假期的结束，快递小哥们已陆续返岗开工，中通、圆通、顺丰等各大快递公司营业网点也从“春节模式”恢复到“日常模式”。

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

上海地铁首发“数字文创纪念品”

日前，上海地铁首次推出的“数字文创纪念品”，有别于普通的数字藏品，还叠加了乘车功能。不同的“数字文创纪念品”可以叠加不同次数的乘车权益，让用户以不同的价格来购买，同时还可以享受到纪念品更加丰富的实用功能。

“数字文创纪念品”是一个数字化的藏品，是在数字世界里独一无二的、属于你个人的纪念品。区别于普通的二维码乘车，用户使用“数字文创纪念品”来乘车，还能体现他对于文创的理解和个人喜好。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 02 月 03 日

2022 年全国网上零售增速趋缓，电商寻求新发力点

1月30日，商务部电子商务司负责人介绍2022年网络零售市场发展情况。2022年，全国网上零售额增速有所趋缓，但实物商品网上零售额在社会消费品零售总额中的占比呈现新高。

业内人士认为，增速趋缓的情况仍在预期中，而且综合来看，我国网络零售市场总体稳步增长。接下来，电子商务将会在促消费方面寻求更大更多的发力空间。

来源：《中国商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年02月01日

平台企业引领下一代互联网技术

“支持平台企业在引领发展、创造就业、国际竞争中尽显身手。”此前召开的中央经济工作会议为平台企业发展注入“强心剂”。作为数字经济发展的领头羊和数字时代科技创新的主力，平台企业如何抓住全球产业结构和布局调整中孕育的新机遇，引领下一代互联网技术，推动科技创新和产业革命，并进一步引领发展，值得期待。

我们有理由相信，平台企业必将在新的技术变革周期勇立潮头，抢占国际科技竞争制高点。我们更期待，平台企业进一步抓住发展机遇，勇于开辟新领域，在现代化产业体系进程中尽显身手，守正创新，引领未来。

来源：《科技日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年01月30日

春节电商消费迎来开门红

春节假期历来是观察国内年度消费市场走向的重要窗口。近期，多家电商平台发布了春节消费数据。数据显示，今年春节电商、快递、外卖等生活服务业迎来“开门红”。

从快递端的反馈看，今年春节“不打烊”取得了效果。菜鸟数据显示，从年二十八到大年初三，上海、杭州、广州、深圳、苏州等五城迎来发货和收货两旺。

除了春节期间不打烊服务消费者，电商数据折射了今年春节消费的新趋势。数据显示，春节期间酒类消费出现了新变化。京东数据显示，今年春节南方人买酒热情超过北方人。

此外，年夜饭外卖成新趋势。除了采购食材自己做饭，年夜饭的外卖订单也在增加。美

团外卖数据显示，今年春节假期期间，提供春节相关菜品的商家同比去年增长了 37%，春节相关菜品销量同比去年增长了 71.23%。

来源：“第一财经” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 31 日

数字人民币红包成今年春节新时尚

春节是传统消费旺季。今年春节，数字人民币试点地区地方政府和商业机构开展了丰富多彩的数字人民币促消费活动，活跃消费市场，提振消费需求。在各类红包促消费活动的带动下，用数字人民币办年货、购买民生日用品，成为今年新春的消费新趋势，数字人民币也成为促进消费回暖复苏的一股新力量。

值得一提的是，2023 年数字人民币新春红包在支付方面有了新元素，今年春节“福兔迎春”“五福临门”“恭贺新禧”等多款春节特色红包封面上线，消费者可以通过微信、QQ、支付宝等平台分享给指定好友或者群发一起抢红包。

京东公布的数据显示，春节期间京东用户使用数字人民币交易金额较上年同期增长 12 倍。美团数据显示，1 月 21 日至 1 月 27 日，平台上数字人民币交易金额较上年春节期间增长超过 6 倍。数字人民币正成为多地市民购物支付的“新风尚”。

来源：《消费日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 02 月 02 日

第三届中国外卖节将于 5 月 19 日举办

“第三届中国外卖节暨 2023 第九届中国外卖产业发展大会”将于 5 月 19 日举办。第三届中国外卖节由中国饭店协会、美团外卖和阿里本地生活（饿了么）联合主办，以线上线下的形式展开，线上将在美团外卖和饿了么上开展促消费活动，线下召开 2023 第九届中国外卖产业发展大会、举办外卖优质供应链展览等系列活动。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 02 月 03 日

福布斯中国新晋独角兽榜单发布

1 月 30 日，福布斯中国发布 2022 年新晋独角兽榜单。福布斯中国研究团队追踪了 2000

余家在过去一年中，单笔融资超过 2 亿元人民币或 3,000 万美元并且可能跨入独角兽行列的创业公司，通过桌面研究与问卷调研，最终筛选出 74 家中国的新晋独角兽企业。在全球范围内，2022 年独角兽公司新增总量则达到了 330 家。

据了解，2022 年，全球主要创新领域中只有新能源与清洁技术相关公司维持了独角兽数量上的增长，中国公司的占比超过了全球相关公司增量总和的一半。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 31 日

阿里巴巴杭州西溪全球总部 2023 年底前全面建成

经过十年持续建设，位于杭州市余杭区未来科技城的阿里巴巴西溪园区全球总部建设目前已进入收官阶段，将于 2023 年底前全面建成投入使用。

据了解，2013 年阿里将全球总部落户到杭州余杭区未来科技城，并逐步启动西溪园区的扩建。经过十年建设，今年底之前将按照规划全面建成，可容纳 6 万名员工。园区设计和建设围绕“ESG、科技、人本”理念，融入海绵城市、雨水回收、碳中和、机器人无人车应用、生物多样性养护等环保生态技术，打造绿色科技、智慧健康、洁净能源的园区。

阿里巴巴集团相关负责人表示，阿里巴巴出生在杭州，生长在杭州，发展在杭州，阿里全球总部始终在杭州，是自然也是必然。同时，阿里希望扎根中国放眼世界，积极推动自身全球化建设，成为由中国人创办的、具备全球竞争力的中国企业。

来源：“央广网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 27 日

申通快递未来 3 年致力于打造中国质效领先的经济型快递

申通快递日前召开以“新春启动 万物申长”为主题的 2023 年第一季度管理者大会，申通快递总裁王文彬表示，未来 3 年，申通致力于打造中国质效领先的经济型快递”，王文彬指出，稳定的经济型快递网络、市场溢价能力及差异化服务能力是申通在市场中长久保持核心竞争力的关键。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 29 日

抖音 APP 上线超市业务

日前，抖音超市业务现已在抖音 APP 内正式开门迎客，全国各地用户可以在抖音内进行线上超市的购物体验。用户在搜索栏或购物入口内搜索“抖音电商”，即可进入到抖音超市内进行购物。

据悉，抖音超市的商品都为官方直发，享受正品保障。抖音超市的商品涵盖：乳饮冲调、纸品洗衣、酒水保健、家庭清洁，以及个护美妆、零食糖巧、母婴宠物、粮油速食、电器百货等品类。用户购买后可以享受“当日发”的配送服务。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 28 日

美团携手晨光打造国内首款碳中和文具

2 月 2 日，美团联合晨光打造的国内首款碳中和文具正式上市。美团联合当地回收企业收集餐盒，将餐盒集中打包后运往塑料再生处理工厂，经过破碎清洗、熔融造粒等过程后，再由晨光根据回料特性对产品设计、模具结构及生产工艺等重新调整，耗时 50 天成功推出了国内首款碳中和文具。

美团项目负责人田瑾表示，美团始终致力于推动外卖行业环保化进程，一方面关注前端的绿色包装创新和供应链建设，一方面着手后端的塑料餐盒规模化回收和高值化利用。未来，美团也将持续推进塑料餐盒回收再生项目在更多领域落地。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 02 月 03 日

沃尔玛推出针对中小企业的电商网站“沃尔玛商业”

沃尔玛 1 月 20 日宣布推出针对中小企业和非营利组织的“沃尔玛商业”（Walmart Business）电商网站，提供包括办公用品、家具、食品饮料、电子产品等在内的超过 10 万种商品，帮助它们简化采购和控制库存。

该网站的一个机构账户最多可添加五名个人用户，支持跨团队共享付款信息、订单历史和购买力。符合条件的组织可以加入沃尔玛免税计划（WTEP），允许在结账时自动免除符合条件的税收。

升级为沃尔玛商业+会员的机构可享受无门槛的免运费，250 美元或以上的订单可获得 2% 的返还。这项会员的价格为 98 美元/年。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 21 日

中国马来西亚数字经济合作成果丰硕

日前，由北京外国语大学区域与全球治理高等研究院、北京外国语大学亚洲学院、北京外国语大学中国马来研究中心、北京大学东盟国家研究中心、社会科学文献出版社联合发布的马来西亚蓝皮书《马来西亚发展报告（2022）》指出，在新一轮工业革命的浪潮中，数字经济已然成为拉动全球经济增长的重要引擎。中马数字经济合作可谓正当其时。

近年来，在两国政府的努力下，中马在电子商务、数字基建、数字研发等领域的数字经济合作取得了丰硕的成果，彰显出双方强劲的合作动力。中马两国的合作动力主要源于中方推广“数字丝绸之路”与马方实现数字化转型的需求。虽然双方数字经济合作的势头强劲，但马来西亚国内数字平台的不健全、数据本土化政策的阻碍、中小企业参与度仍有待提升、数字人力资源的“半成熟”状态以及来自其他合作伙伴的竞争等因素，都在不同程度上影响着双方数字经济合作的纵深推进。

虽然两国的合作面临诸多挑战，但如果妥善处理相关问题，中马数字经济合作的前景依然广阔。未来，中马在促进数字经济发展绿色化、数字抗疫、网络安全等领域的合作将大有作为。

来源：《国际商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 31 日

欧盟着力促进电子商务发展

为进一步提升欧盟数字化水平、改善区域内发展不平衡现状，促进包括 B2B 电子商务在内的新业态发展，欧盟不久前发布《2030 数字指南针：欧洲数字 10 年之路》文件，描绘了到 2030 年欧盟实现数字化转型的蓝图和目标，并提出具体实施路径。

文件提出，到 2030 年，75% 的欧盟企业将运用云计算、大数据或人工智能等先进技术；超过九成的中小企业数字化程度将达到基本水平；80% 的欧盟成年公民应具备基本数字技能。欧盟复苏资金也对支持中小企业发展 B2B 电子商务、提升数字化能力进行一定程度的倾斜。

作为欧盟数字战略的重要立法动作，欧盟《数字市场法》《数字服务法》不久前先后生效，共同构成了一套适用于欧盟成员国的新规则。欧盟委员会对在线交易设定多项规则，让消费者能够充分享受欧盟企业在线提供的所有商品和服务，并确保在线环境安全，更好地保护用户及其基本权利。

此外，为进一步规范电子商务环境，一些成员国在欧盟法制框架内就 B2B 交易中强制使用电子发票采取了相应措施。未来加大电子商务平台的维护，包括优化算法、拓展跨境支付模式、保障数据安全等，仍是欧洲加快电商发展的重要任务。

来源：《人民日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 02 月 01 日

欧盟《2030 年数字十年政策方案》生效

近日，欧盟委员会宣布，欧盟《2030 年数字十年政策方案》（Digital Decade policy programme 2030）正式生效，该方案建立了欧盟体系内的监督合作机制，旨在 2030 年实现欧盟数字化转型的共同目标。

欧洲议会、欧盟成员国和欧盟委员会根据《数字权利和原则宣言》，在四个关键领域联合制定了具体目标和关键指标，具体为：提高公民的基本和高级数字化技能；提高欧盟企业（包括小企业）人工智能、数据和云计算技术的使用率；加强欧盟范围内传输、计算和数据基础设施建设；提供在线的数字化公共服务和行政管理。

为实现以上目标，《2030 年数字十年政策方案》建立了具体的监督合作机制，其具体措施包括：建立数字十年委员会，加强欧盟委员会与成员国关于数字化转型目标的合作与沟通；创建数字十年政策新论坛，提供利益相关者参与及讨论的平台；通过数字十年状况报告和关键绩效指标，监测目标进展情况；建立多国项目，拟启动 5G、量子计算机和互联公共管理等领域的多国合作。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 21 日

柬埔寨修订跨境电商增值税征管法规

近日，柬埔寨政府已修订电子商务增值税征管法规，豁免非长驻柬埔寨的外国电子商务平台营运商进行税务注册。

据了解，2021年4月，柬埔寨生效实行关于向跨境电子商务征收10%增值税的法令，柬埔寨国家税务局称，修订后的法规将进一步完善和提高相关税收征管工作效率。经过此次调整，不属于柬埔寨税务居民，或在柬埔寨未设立常设机构的外国电子商务平台运营商，将不在电子商务增值税法令管辖范围，但必须遵守其他税务法规。有关电商平台运营商为向非税务居民提供服务的供应平台、支付平台、货品或服务交易平台。

根据新法规，在柬埔寨拥有已进行税务注册代表或分公司的外国电商，也无须另外进行税务注册。

目前已有超过40家外国电商向柬埔寨国家税务局进行注册。自征收跨境电子商务增值税以来，国税局增加了上千万美元税收。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年01月30日

【政策法规】

财政部等三部门出台跨境电商出口退运商品税收政策

为贯彻党中央、国务院关于推动跨境电商等新业态新模式加快发展的决策部署，近日，财政部、海关总署、税务总局联合发布《关于跨境电子商务出口退运商品税收政策的公告》（以下简称《公告》），降低跨境电商企业出口退运成本，积极支持外贸新业态发展。

《公告》规定，对自本公告印发之日起1年内，在跨境电子商务海关监管代码（1210、9610、9710、9810）项下申报出口，且自出口之日起6个月内因滞销、退货原因原状退运进境的商品（不含食品），免征进口关税和进口环节增值税、消费税；出口时已征收的出口关税准予退还；出口时已征收的增值税、消费税，参照内销货物发生退货有关税收规定执行。已办理的出口退税按现行规定补缴。

《公告》要求，严格按照政策规定享受税收优惠，企业申请办理进口免税等手续时，需按要求提供有关证明材料，不得出现偷税、骗税等违法违规行为。

来源：“财政部关税司”2023年02月01日

上海发布《提信心扩需求稳增长促发展行动方案》 加快发展跨境电商等新型国际贸易

上海市人民政府于2023年1月20日印发《上海市提信心扩需求稳增长促发展行动方案》。《行动方案》自2023年2月1日起施行，有效期至2023年12月31日。

《行动方案》中提到，加快发展新型国际贸易。大力发展跨境电商、离岸贸易、数字贸易、保税维修等新型国际贸易，争创首批“丝路电商”合作先行区和国家服务贸易创新发展示范区，支持临港新片区、虹桥国际中央商务区等数字贸易国际枢纽港重要承载区建设。

《行动方案》中提到，加快培育壮大新兴产业集群。加快发展集成电路、生物医药、人工智能三大产业，制订新一轮三大产业上海方案。实施数字经济、绿色低碳、元宇宙、智能终端等新赛道和未来健康、未来智能、未来能源、未来空间、未来材料等五大未来产业集群行动方案，支持智能网联汽车创新发展和示范应用。

《行动方案》中提到，支持平台企业发展。支持平台经济规范健康发展，引导平台企业进一步提升科技创新能力，开展包容性的业态模式创新，在引领发展、创造就业、国际竞争中尽显身手。

《行动方案》中提到，促进中小微企业调结构强能力。实施数字化赋能中小企业专项行动，支持数字化转型试点工作。来源：《电子商务动态》编辑部2023年01月30日

《助力中小微企业稳增长调结构强能力若干措施》出台 助力中小企业融资 保障支付及数字化转型

近日，国务院促进中小企业发展工作领导小组办公室印发《助力中小微企业稳增长调结构强能力若干措施》。

针对中小微企业当前面临的生产经营困难，国家将从政策支持、融资促进、扩大需求等方面，全面激发市场主体活力和信心。其中，政府采购工程面向中小企业的预留份额阶段性提高至40%以上的政策延续到2023年底。推动扩大汽车、绿色智能家电消费以及绿色建材、新能源汽车下乡，开展跨境撮合活动，解决中小企业订单问题。

针对提升中小微企业核心竞争力，明确提出到2023年底，累计培育创新型中小企业15万家以上、省级专精特新中小企业8万家以上、专精特新“小巨人”企业1万家以上。加大对优质中小企业直接融资支持，支持专精特新中小企业上市融资，北京证券交易所实行“专人对接、即报即审”机制，加快专精特新中小企业上市进程。

来源：“工信部” 编选：《电子商务动态》编辑部2023年01月21日

深圳出台现代时尚产业集群数字化转型实施方案

日前，深圳市工信局印发《深圳市现代时尚产业集群数字化转型实施方案（2023-2025年）》，为加快推进现代时尚产业集群数字化转型，促进时尚产业高端化、数字化、品牌化发展制定“任务书”和“路线图”。

《实施方案》提出，到2025年，推动现代时尚产业集群高端化、数字化、品牌化水平显著提升，新模式、新业态层出不穷，产业综合实力显著增强。推动超过480家、覆盖50%以上经济规模的集群企业实施数字化转型，培育一批现代时尚产业数字化转型标杆企业，带动2000家以上企业“上云用数赋智”，培训数字时尚复合型人才3000人，形成大中小企业融通发展的产业生态，实现从“深圳制造”向“深圳品牌”转变。

《实施方案》从建设现代时尚产业集群数字化转型赋能中心、树立时尚产业数字化转型标杆、推动中小型企业数字化普及应用等8个方面提出具体工作任务。

其中提到，要通过公开方式遴选若干数字化转型技术服务商，运用云计算、物联网等核心技术能力，为企业提供有针对性的数字化转型诊断和解决方案，实施全链条、全生命周期数字化转型。

支持加快直播电商转型、私域流量运营、跨境电商独立站建设。鼓励企业联合数字化转型服务商，针对研发设计、终端销售等流程痛点，提出解决方案，补齐企业短板，实现提质降本增效，形成一批典型应用场景。

来源：《深圳商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年01月29日

【数据观察】

商务部：2023全国网上年货节等带动实物商品网上零售额同比增长14.5%

据商务部商务大数据监测，春节期间，全国重点零售和餐饮企业销售额比去年农历同期增长6.8%。各地结合春节消费特点，开展丰富多彩的促消费活动。北京开展冰雪节、“年味食足年夜饭”等活动，上海打造“海派年味”跨年迎新主题活动。黑龙江、浙江、四川等地

发放春节消费券，促进节庆消费。湖南、宁夏重点监测零售企业销售额同比分别增长 13.8%、9.4%。果品礼盒、品质生鲜、有机食品、生肖饰品等年货商品销售火热，应季服饰、美妆个护、汽车家电等升级商品销售持续增长。

商务部重点监测零售企业粮油食品、服装、金银珠宝、汽车销售额同比分别增长 9.0%、6.0%、4.4%和 3.6%。

在“2023 全国网上年货节”等带动下，实物商品网上零售额同比增长 14.5%。全国示范步行街客流量同比增长 62.2%。

来源：“央视新闻” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 29 日

工信部：我国移动物联网连接数占全球 70%

我国移动物联网用户规模快速扩大，截至 2022 年底，连接数达 18.45 亿户，比 2021 年底净增 4.47 亿户，占全球总数的 70%。

移动物联网连接数快速增长，“物”连接快速超过“人”连接。统计显示，截至 2022 年底，我国移动网络的终端连接总数已达 35.28 亿户，其中代表“物”连接数的移动物联网终端用户数较移动电话用户数高 1.61 亿户，占移动网终端连接数的比重达 52.3%。

应用场景不断丰富，产业链持续完善。我国已形成涵盖芯片、模组、终端、软件、平台和服务等环节的较为完整的移动物联网产业链。窄带物联网已形成水表、气表、烟感、追踪类 4 个千万级应用，白电、路灯、停车、农业等 7 个百万级应用。移动物联网终端应用于公共服务、车联网、智慧零售、智慧家居等领域的规模分别达 4.96 亿、3.75 亿、2.5 亿和 1.92 亿户，行业应用正不断向智能制造、智慧农业、智能交通、智能物流以及消费者物联网等领域拓展。

工信部有关负责人表示，“十四五”时期，将面向重点场景实现移动物联网网络深度覆盖，形成固移融合、宽窄结合的基础网络，加快移动物联网技术与千行百业的协同融合，推动经济发展提质增效、社会服务智能高效、百姓生活方便快捷。

来源：《人民日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 30 日

国家邮政局：春节假期全国揽投快递包裹量 7.4 亿件

国家邮政局监测数据显示，今年春节长假期间（1月21日至27日），全国邮政快递业运行情况总体安全平稳，揽收快递包裹约4.1亿件，与去年春节假期相比增长5.1%，较2019年同期增长192.9%；投递快递包裹3.3亿件，与去年春节假期相比增长10.0%，较2019年同期增长254.8%。

此外，数据还显示，自春运开始以来（1月7日至27日），全国邮政快递业揽收快递包裹39.4亿件，较去年农历同期增长12.5%，投递快递包裹49亿件，较去年农历同期增长21.7%。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023年01月28日

春节期间上海线上消费支付金额为 198 亿元 同比去年增长 9.4%

据消费市场大数据实验室（上海）监测显示，节日期间（2023年1月20日至26日）7天，上海全市线下消费支付金额323亿元（数据来源：线下支付端消费金额，含零售、餐饮和住宿业消费额），环比节前增速明显提升11.8个百分点（环比节前周期为2023年1月13日至19日7天）。

其中，餐饮业消费金额41亿元，同比去年农历同期增长4.9%。线上消费支付金额198亿元，同比去年农历同期增长9.4%。

节日期间，监测上海全市36个商圈的线下客流总量达到2914万人次，消费金额排名前三商圈分别为南京西路、南京东路和陆家嘴。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023年01月28日

上海口岸跨境电商总量跃居全国第三

上海海关2月2日发布的统计数据显示，2022年，上海口岸出口跨境电商出口申报达1.52亿票，同比增长58%，申报总量居中国口岸第三位；出口总金额达389.10亿元人民币，同比激增2.8倍。

自2020年获批跨境电商B2B(商家对商家)出口试点海关以来，上海海关持续优化口岸营

商环境，促进口岸跨境电商出口蓬勃发展。以服装、小饰品和各种生活日用品为代表的品类商品，比较契合跨境电商 B2B 出口的业务特点，出口势头良好，近年来上海口岸此类商品的出口量和金额持续呈现较快增长态势。

依托上海空港丰富的航线资源，上海海关不断推进出口跨境电商监管业务改革，以“出口电子放行”等一系列创新举措，让数据多跑路，让企业少跑腿，显著提升物流效率。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 02 月 03 日

今年春节网约车订单需求量同比涨近 100%

1 月 29 日，享道出行数据研究院发布今年春节出行相关数据：同比去年春节，市民出行意愿旺盛，享道网约车订单需求同比大涨近 100%，其中跨城需求提升 88%，旅游度假、购物消费、文化娱乐等场景成为春节出行主流，乘客出行平均距离及订单金额显著提升。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 30 日

春节长假长三角消费投诉举报近 3.6 万件，线上消费占 76%

1 月 28 日，上海市市场监管局发布《2023 年春节长假期间长三角地区及上海市市场监管投诉举报情况分析》。2023 年春节长假期间，三省一市市场监管投诉举报接收总量 35884 件。

从涉及消费方式看，线上消费诉求占 76%，线下消费诉求占 24%；从涉及行业领域看，主要集中于服装鞋帽、食品、家居用品、餐饮住宿、文体体育、互联网服务、销售服务等领域；从反映问题看，主要涉及经营者售后服务、产品质量、合同履行、广告宣传、价格收费等方面问题。

其中，线上消费增势不减，网购商品和线上服务等诉求相对集中。长假期间，涉及线上消费诉求占投诉举报总量比重超 8 成，因网购商品和线上交易服务引发的消费纠纷和维权诉求相对集中，主要反映网购商品配送延迟、质量瑕疵、宣传失实以及线上服务失信爽约等方面问题。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 29 日

2023年1月份电商物流指数为104.6点

中国物流与采购联合会和京东集团联合调查的2023年1月中国电商物流指数为104.6点，比上月提高1.8个点。从9个分项指数看，总业务量指数、农村业务量指数、实载率指数、履约率指数、人员指数、成本指数有、库存周转指数、物流时效指数有所上升，满意率指数有所回落。

在防疫政策优化和春节假期的双重刺激下，1月电商物流指数结束连续3个月回落，较上月提高1.8个点

电商物流总业务量小幅回升。1月份，电商物流总业务量指数为112.3点，比上月提高2.1个点。分地区来看，东部和西部地区有所回升，西部地区回升幅度最大且高于全国平均水平，中部和东北部地区有所回落。

农村电商物流业务量有所提高。1月份，农村电商物流业务量指数为112.5点，比上月回升2.6个点。分地区来看，东部和西部地区有所回升，东部地区高于全国平均水平，中部和东北部地区有所回落。

来源：“中国物流与采购联合会” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年02月02日

浙江网上年货节网络零售额1581亿元

近期，“2023浙江网上年货节”活动，在全力保障春节期间百姓消费需求的同时，再度掀起电子商务促消费热潮。

据统计，网上年货节期间（2022年12月30日-2023年1月28日），浙江实现网络零售额1585.1亿元，同比增长11.3%。

来源：“央广网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年02月03日

厦门将发放电商发展专项资金 最高2000万元

近日，厦门市商务局发布《2023年电子商务发展专项资金申报指南》，明确电子商务平台、网络销售等六方面的奖励补助对象与标准，单项奖补最高可达2000万元。

来源：“央广网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年02月02日

2022 年有 89 家电商平台关停

据不完全统计，2022 年至少有 89 家电商平台关停，涉及综合电商、社交电商、导购电商、社区团购/生鲜电商、跨境电商等多个细分领域。

其中，也不乏一些曾被资本热捧、背靠巨头的企业，比如易趣网、丰趣海淘、十荟团、小鹅拼拼等。

从细分领域来看，89 家电商平台中，导购型电商平台关停数达到 32 家，占比达到 36%；综合电商平台关停 20 家，占比 22.5%；社交电商与生鲜电商/社区团购在平台关停数量均为 11 家，并列第三。

此外，跨境电商平台关停 9 家，母婴电商与二手电商平台各停运 3 家。

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

2022 年深圳跨境电商进出口额预计超 1800 亿元 跨境电商规模质量“双一流”

作为首个国家电子商务示范城市，深圳立足于挖掘进出口新潜力，积极推动货物贸易优化升级，培育产业链生态链优势，促进跨境电商高质量发展。跨境电商已成为深圳外贸新业态一块“金字招牌”。数据显示，2022 年深圳跨境电商进出口额预计超 1800 亿元，同比增长超 2.3 倍，比 2021 年新增约 1300 亿元，成为外贸稳增长的重要推动力量。

目前，深圳跨境电商呈现蓬勃发展之势，实现规模质量“双一流”。据产业统计数据，深圳跨境电商产业年产值规模已超 5000 亿元。

深圳市商务局有关负责人表示，将积极引导企业借助跨境电商增强品牌培育能力，进一步推进数字化赋能、品牌出海，以更优政策、更有力举措、更好服务，进一步优化提升营商环境，将深圳打造成全球跨境电商之都。

来源：《深圳特区报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 28 日

2022 年福建跨境电商增速超 20%

根据海关统计数据，2022 年 1—12 月，福建省经海关监管的跨境电商出口、进口、进出

口规模均实现同比 20% 以上增长，均高于全国增速。

其中，出口 1286.4 亿元，同比增长 21.1%，高于全国 9.4 个百分点，对福建外贸出口贡献度达 10.6%。进口 72.1 亿元，同比增长 43.3%，高于全国 38.4 个百分点。进出口 1358.5 亿元，同比增长 22.1%，高于全国 12.3 个百分点。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 31 日

2022 年四川跨境电商交易规模 950.3 亿元，同比增长 35.6%

四川省商务厅数据显示，2022 年，四川省在外贸领域取得了新成效，全省跨境电商交易规模为 950.3 亿元，同比增长 35.6%。在跨境电商综试区交易规模中，相比上年，绵阳增幅最大，达 133.1%。

2022 年，四川通过公服平台和单一窗口申报的跨境电商进出口 263.4 亿元。2022 年全省实现市场采购贸易方式出口 49196 单，货值 44.8 亿美元，折合人民币 318.7 亿元，单数同比增加 7.5%，货值同比增加 18.4%。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 02 月 02 日

春节假期微信线下商业支付交易量增长 23%

1 月 30 日，微信发布的数据显示，春节假期，商户完成的线下商业支付交易量较去年上涨 23%。其中，超市便利店商户交易量靠前；酒旅、餐饮类等行业收获的线上订单量涨幅都在 40% 以上。

线下消费复苏的同时，线上订单也迎来“开门红”。以线上小程序为例，餐饮、酒旅等行业订单量和交易额均呈现出不同程度的上涨。节日期间，酒旅订单量较去年增长 76%，餐饮订单量增长 40%，零售渠道订单量上涨 32%，电影演出订单量增长 27%。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 30 日

数字人民币已在 17 个省份的部分地区开展试点

2022 年以来，数字人民币试点在多个方面都有所突破。截至目前，中国人民银行已在

17 个省份的部分地区开展数字人民币试点。2022 年，各试点地区围绕“促进消费”“低碳出行”等主题累计开展了近 30 次数字人民币消费红包活动。

值得注意的是，今年春节数字人民币应用场景更加多元，覆盖百货商超、交通出行、文化旅游等多个领域。

中国人民银行表示，未来将继续开展数字人民币的创新应用，实现数字人民币体系与传统电子支付工具的互联互通，让消费者可以“一码通扫”，商户也尽量不用增加成本即可支持各类支付工具。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 02 月 01 日

数字人民币新春促消费活动合计超 1.8 亿元

今年春节期间，试点地区地方政府和商业机构开展了丰富多彩的数字人民币促消费活动。在广东、浙江、江苏、山东等地的试点城市中，不少地方政府向民众发放了数字人民币消费券，拉动居民消费。据不完全统计，前述活动金额总计超过 1.8 亿元。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 02 月 05 日

全球品牌价值 500 强美团、京东、淘宝入选

日前，国际权威品牌价值评估机构品牌金融（Brand Finance）发布了《2023 年度全球最具价值品牌 500 强排行榜》（Global 500 2023），亚马逊、苹果、谷歌位居前三名。来自中国的 79 个品牌上榜，美团、京东、淘宝等 6 个中国零售品牌入选。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 21 日

亚马逊 2022 年净销售额 5140 亿美元

2 月 3 日，亚马逊公布的财务数据显示，该公司净销售额从 2021 年的 4698 亿美元增长到 2022 年的 5140 亿美元，增长了 9%。扣除全年汇率同比变化带来的 155 亿美元不利影响，净销售额较 2021 年增长 13%。

其中，北美市场销售额同比增长 13%，达到 3159 亿美元。国际部门销售额同比下降 8%

至 1180 亿美元，扣除汇率变化后增长 4%。

亚马逊首席执行官安迪·贾西（Andy Jassy）表示：“从短期来看，我们面临着一个不确定的经济，但我们对亚马逊的长期机遇仍然相当乐观。全球零售和 IT 的绝大部分市场份额仍然位于实体店和内部数据中心。”

展望 2023 年第一季度，亚马逊预计净销售额在 1210 亿美元至 1260 亿美元之间，与 2022 年第一季度相比增长 4%至 8%。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 02 月 04 日

2022 年韩国网上零售额同比增长 9.5%

2 月 2 日，韩国产业通商资源部发布的数据显示，2022 年韩国线上线下零售商销售总额同比增长 9.2%。时装、杂货零售额占比提高 0.4 个百分点，电子消费券、演出门票热销带动服务和其他类零售额占比提高 0.8 个百分点。

因居家隔离、远程办公减少，家电和文娱、生活和家庭类消费品零售额占比分别下滑 1.2、0.8 个百分点。线下零售额同比增长 8.9%。因化妆品热销、票务市场增长，网上零售额同比增长 9.5%。化妆品和服务类商品销售额各月保持两位数增长，全年分别增长 18%、22.7%，物价上涨倒逼方便速食需求使食品零售额增长 17%。去年 12 月份零售总额增长 6.7%，线下和线上零售额分别增长 9%、4.3%。

来源：“韩联社” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 02 月 03 日

2022 年英国网购支出达 1106 亿英镑

根据 Adobe 数字经济指数发布的一份最新报告显示，英国购物者 2022 年的在线支出比 2021 年减少了 8.6%。但是，由于零售商的大量折扣，他们购买了更多的商品。

报告还显示，英国购物者 2021 年的在线支出比 2019 年多出了 42.3%。英国购物者在 2022 年的网购支出达 1106 亿英镑。移动端是最主要的购物渠道，56.8%的订单是通过智能手机下达的，这一比例比 2021 年同期增长了 10.9%。

值得注意的是，2022 年，英国人通过智能手机下达的订单价值高达 628 亿英镑，其中，有 132 亿英镑是在 10 月和 11 月消费的。受生活成本危机的影响，英国人在 2022 年倾向于

购买便宜货。平均而言，每笔订单的商品数量为 3.4 件。根据 Adobe 的分析，这比 2021 年的 3.3 件有所增加。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 02 月 01 日

德国数字经济产业保持快速增长数字经济行业营收首次突破 2000 亿欧元

德国信息、通讯和新媒体协会（Bitkom）年度行业报告指出，2022 年德国数字经济行业营收将首次突破 2000 亿欧元大关，预计 2023 年将再度增长 3.8%，营收达到 2034 亿欧元。

Bitkom 会长贝尔格（Achim Berg）表示，数字化是当前时代多重危机的解决方案，数字化使经济更具弹性，有助于应对气候保护等全球挑战，并使人们的生活更加轻松。数字经济产业的增长还体现在就业上，根据预测，到 2023 年底将有 135 万人从业，同比增长 3.4%。

来源：“法兰克福总领事馆经济商务处” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 02 月 01 日

2025 年欧盟 B2B 电子商务总销售额将达到 1.8 万亿美元

波兰数字经济商会日前发布的一项研究结果显示，欧洲 B2B（企业对企业）电子商务销售额正以 12% 的复合年均增长率稳步增长，预计 2022 年销售额将达 1.33 万亿美元；到 2025 年，B2B 电子商务总销售额将达到 1.8 万亿美元。

数据显示，过去几年，所有欧洲国家的 B2B 电子商务收入均有显著增长。目前 41% 的欧洲企业活跃在 B2B 电子商务领域，25% 的企业通过电子商务获得 80% 以上的收入，高达 95% 的企业认可在线销售的积极作用。

研究显示，虽然欧洲 B2B 电子商务整体呈现快速发展态势，但不同国家发展水平还存在较为明显的差异。

来源：《人民日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 02 月 01 日

美国电子商务零售额首次突破 1 万亿美元

根据全球性互联网信息服务提供商，美国知名互联网统计公司 Comscore 的数据显示，

2022年美国的电子商务达到了1.09万亿美元，这是该国数字商务有史以来第一次在一年内突破了1万亿美元的大关，其中最后一个季度占了3322亿美元，这还不包括旅游业。

收益最高的前五个类别是：杂货店/婴儿/宠物2190亿美元；服装和配件1750亿美元；计算机和外围设备1170亿美元；消费电子产品850亿美元；家具和家用电器760亿美元。

与此同时，美国的社交商务市场也在不断扩大，Facebook上零售商和品牌赞助内容的参与度提高了153%，Instagram上的这一数据也提高了175%。社媒新兴强者TikTok也获得了一定增长：消费品类相关活动增加了33%，直接零售参与度增加了150%。

来源：“亿恩网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年01月31日

【专家视点】

数字经济已成为中国稳增长重要引擎

当前，我国数字经济规模不断扩张、贡献不断增强，中国数字经济规模已居世界第二位，数字经济已成为中国经济稳定增长的重要引擎。随着创新投入高速增长，5G、工业互联网等新一代信息基础设施建设加快，制造业企业数字化水平持续提升。“十四五”期间，我国数字经济将实现由量变到质变。

网经社电子商务研究中心主任曹磊在接受中国经济时报记者采访时表示，数字经济是我国未来长效发展的重点。2022年全国一体化大数据中心体系完成总体布局设计，“东数西算”工程正式全面启动，将为我国数字经济高质量发展奠定重要基础。从总体来看，中国数字经济发展水平与质量整体向好，2023年我国数字经济发展战略将日益深化。

数字经济相关政策持续发力，在不断深化和落地中持续激发市场主体活力，传递出稳增长信号。网经社电子商务研究中心B2B与跨境电商部高级分析师张周平对中国经济时报记者表示，国家推进数字经济发展和数字化转型的政策近年来不断深化，2022年与数字经济相关的政策频频出台，对数字经济发展起到助推作用。

网经社电子商务研究中心特约研究员、西安邮电大学西部数字经济研究院院长张鸿表示，我国已经形成了横向联动、纵向贯通的数字经济战略体系。综合来看，广东、北京、上海等东部地区，依托自身经济、人才、产业基础等优势，全面布局数字经济各领域，打造具有全球影响力的数字经济高地，中西部地区数字经济政策以区域资源及产业特色为重点，重

点打造某一领域数字经济发展优势。行业与地方形成落实相关战略部署的系统合力，我国数字经济发展已具备较强的政策制度优势。

据网经社电子商务研究中心发布的《2022 中国数字经济政策及发展研究报告》显示，2022 年我国数字经济规模将达 50.2 万亿元，同比增长 10.32%。

“过去一年，中国数字经济核心产业均不同程度实现了稳健发展，产业融合进程提速，‘中国制造’向‘中国智造’加速升级。大数据、人工智能等数字技术加快向生活消费领域融合应用，物流配送体系不断完善，助力网络购物、无人零售、移动支付等新型消费异军突起，居民生活方式深刻变革。”张周平表示，数字化转型是未来企业、产业和经济转型升级的重要动力，接下来要推动实体经济与数字经济的有效融合，赋能线下消费模式的创新，加快线下消费复苏乃至消费升级。现在数字经济已经融入经济社会生活的方方面面，未来数字经济将作为推动经济高质量发展的重要抓手继续发挥重要作用。

电子商务作为数字经济的重要组成部分，2022 年各细分领域如产业电商、数字零售、数字生活、跨境电商等都实现了稳健发展。

“2022 年产业电商市场规模扩大，预估市场规模达 31.4 万亿元。产业电商逐步向产业链数字化转型，行业受资本市场青睐。”张周平表示，产业电商数字化转型正在成为提振行业信心的“强心剂”和经济下行周期的“压舱石”。

来源：《中国经济时报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 02 月 01 日

加快发展数字经济

党的二十大报告提出：“加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合”。这是抓住世界科技革命和产业变革机遇、抢占未来发展制高点的客观要求和有力举措。数字经济通过新技术、新要素、新业态等有效促进实体经济增长，以制造业为核心的实体经济则为数字技术应用和数字产业发展创造巨大外部需求、提供重要产业基础，数字经济和实体经济深度融合，将释放巨大的生产力和经济增长空间。

发挥好创新主体的作用。企业是市场主体和经济社会发展的重要力量，企业创新已经成为我国科技创新事业的重要策源地。发挥好企业的创新主体作用，一方面，要引导企业利用数字技术对传统产业进行全方位、全链条改造，提高全要素生产率，发挥数字技术对经济发展的放大、叠加、倍增作用；另一方面，加快培育一批“专精特新”企业和制造业单项冠军企业，推动互联网、大数据、人工智能同各产业深度融合。高校和科研院所是实施创新驱动

发展战略、建设创新型国家的重要力量。要持续推动产学研用深度融合，利用数字技术优化成果转化流程，为数字经济和实体经济深度融合提供技术支持；完善数字化人才培育体系，将数字战略需求融入高校人才培养方案，补齐数字化人才短板，为加快发展数字经济提供人才支撑。

挖掘数据要素的潜在价值。数据要素具有非竞争性、非排他性、低成本复制和即时性等特征，是数字经济发展的基础性、战略性资源。挖掘数据要素潜在价值、发挥数据生产要素作用，要健全数据要素权益保护制度，逐步形成具有中国特色的数据产权制度体系，破解数据产权确立、保护和交易难题；切实打通数据链，在依法加强安全保障和隐私保护的前提下，促进数据要素自由流动，以数据要素流动带动经济循环畅通，更好服务构建新发展格局；充分利用人工智能、大数据和区块链等数字技术对数据信息进行高效处理和加工，提高数据的可用性和预测的精准性，充分释放数据要素潜力。

加快新型数字基础设施建设。持续推进新型数字基础设施建设，加快实体经济数字化、网络化、智能化升级，是加快发展数字经济、促进数字经济和实体经济深度融合的前提。要加快推进新型数字基础设施建设，包括5G网络、工业互联网、云计算平台、大数据中心以及基础软件等方面的建设，夯实数字经济和实体经济深度融合的基础。下大力气破解关键核心技术“卡脖子”问题，加快布局量子计算、量子通信、先进计算等前沿领域，充分发挥我国制造业规模大、门类齐、应用场景丰富的优势，加速传统企业数字化转型，推动制造业向价值链中高端攀升，助力制造业高质量发展。

营造良好数字生态。良好的数字生态有利于促进各类要素在生产、分配、流通、消费各环节有机衔接，产业链、供应链、价值链优化升级和融合融通，加快数字经济发展，加速数字经济和实体经济深度融合进程。要加强数字知识产权保护，优化创新数字产业监管模式，以公平的市场竞争秩序打造和优化数字生态系统；完善数字产业法律法规体系，落实数据安全法等相关法律法规，维护数字经济健康有序发展，持续营造良好的数字创新创业环境。

（作者：王永贵-首都经济贸易大学副校长、史梦婷-特大城市经济社会发展研究院研究员）

来源：《人民日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年01月30日

“最后一公里” 考验即时零售全流程调度能力

商务部发布的《中国电子商务报告 2021》显示，直播电商、即时零售等模式业态创新不断激发消费活力，带动网络零售提质升级，助力构建全国统一大市场。

随着消费场景不断向线上转移，即时零售迎来新机遇，逐渐成为驱动消费增长的新引擎。不同于传统电商，即时零售主要依托实体门店，结合 30 分钟即时配送的能力，不仅为消费者提供了“万物皆可到家”的消费体验，而且推动了线上线下深度融合。

从相争到相融，即时零售让实体商超成为网络消费版图里的重要组成部分。从 2020 年至今，实体商家对即时零售的态度经历了从摇摆不定到全面拥抱的明显转变。京东到家超市业务相关负责人表示，越来越多实体商家看到了即时零售在激发消费活力、促进内需释放方面发挥的巨大作用。据了解，以沃尔玛、永辉为代表的头部企业线上销售占比已达 30% 至 40%。

即时零售风口已至，消费者对“最后一公里”的要求也愈加“苛刻”。艾瑞咨询发布的《同城即配平台 C 端用户洞察研究报告》显示，62.8% 的用户可接受的配送时间集中在 30 分钟至 50 分钟内，超过 18% 的用户希望下单后 30 分钟内就能收到货。

一边是丰富的本地供给，一边是海量消费需求，即时配送担负着连接供需、融通线上线下的重要使命，俨然成为同城零售的“新基建”。数据显示，截至 2021 年底，我国网约配送员约有 1300 万人，每天“跑在路上”的网约配送员已达百万人级别。即便如此，面对恶劣天气、平台大促、节假日、热点事件等因素带来的订单量激增，无人接单、订单超时、运力约满等现象依然掣肘即时零售。

值得关注的是，“运力不足”并不仅限于“骑手紧缺”，冲刺“最后一公里”也并不只是把货物从 A 地送到 B 地那样简单，其背后考验着即时零售全流程整体调度能力。

北京电子商务协会秘书长马小森表示，完善的履约配送服务体系是即时零售的支撑基础，也是竞争的关键。一方面，即时零售平台要建立科学的预测预警机制，削峰填谷、动态调整运力需求，精准应对不同地区、不同时间订单量不平衡等问题。另一方面，通过数字化赋能，对线下门店、仓储、拣货、配货的全链路进行优化，在提升履约交付效率的同时，为商家、骑手、消费者等各方参与者带来更好体验，实现行业多赢。

来源：《消费日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 01 月 30 日

张鸿：我国已形成横向联动 纵向贯通的数字经济战略体系

2022 年我国深入实施数字经济发展战略，新技术创新突破，有力支撑了现代化经济体系的构建和经济社会的高质量发展。

1、我国已经形成了横向联动、纵向贯通的数字经济战略体系，党中央国务院对发展数

数字经济形成系统部署，数字经济顶层战略规划体系渐趋完备。同时，各省市在十四五规划等引领下，已陆续出台数字经济相关规划、行动计划、指导意见等，持续加大数字经济布局力度，推动数字经济战略政策落地实施。

2、综合来看，广东、北京、上海等东部地区，依托自身经济、人才、产业基础等优势，全面布局数字经济各领域，打造具有全球影响力的数字经济高地，中西部地区数字经济政策以区域资源及产业特色为重点，重点打造某一领域数字经济发展优势。行业与地方形成落实相关战略部署的系统合力，我国数字经济发展已具备较强的政策制度优势。

3、以 5G、大数据、云计算、人工智能为代表的数字技术加速渗透政府治理，重塑治理流程，实现治理精准化、高效化。我国数字政府一体化政务服务建设初见成效，掌上办、最多跑一次、不见面审批等发展模式，有效解决了群众和企业办事难、办事慢、办事烦等问题，为经济稳定增长提供了重要保障。

4、各省市因地制宜，结合城市特色推进个性化智慧城市建设，全国近 30 个省市在“十四五”规划中均指出，要加快智慧城市建设，提高社会治理智能化水平。至此，我国智慧城市建设从少数城市拥有转向大众参与，逐步进入新型智慧城市发展阶段。

5、未来的数字基础设施是高速、一体、智能、低碳、安全的综合性信息基础设施，骨干网、千兆光纤网络、5G 网络建设加速推进，6G、卫星互联网建设加快布局。是算力、算法、数据一体化的新型基础设施，结合政务服务、智慧城市、产业发展、区域协同等需求优化布局；是智能、高效的融合基础设施，能源、交通、物流、环保等传统基础设施实现数字化改造升级。算力是数字经济的核心生产力，是经济发展的重要基础设施，2023 年将会有越来越多的省市融入“东数西算”工程，形成区域协同发展格局。

6、数字技术在政府治理、城市治理中的应用将不断强化，互联网、大数据、云计算等数字技术应用不断深化，跨部门、跨层级、跨区域形成分工协作、协同监管的治理模式，治理成本不断降低，治理效能不断提高。我国数字经济发展迅速，诸多企业抓住机遇寻求扩张，但发展和监管同样重要。“2 选 1”、大数据杀熟、屏蔽封杀等行为将逐步纳入常态化监管，数字化治理规则将持续完善，推动数字经济规范健康发展。

（作者为网经社电子商务研究中心特约研究员、西安邮电大学西部数字经济研究院院长）

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

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