

电子商务动态

● 行业资讯

- 中办、国办：发展“互联网+医疗健康”2
- 国家发改委：六方面发力做强做优做大我国数字经济.....3
- 上海：围绕跨境电商平台、物流、支付等环节培育一批标杆企业.....3
- 上海首个“国际消费中心城市数字化示范区”正式揭牌.....4
- 2023 年中国跨境电商交易会在全国首创推出“跨境门诊”.....4
- 北京、上海、广州、深圳、杭州为跨境电商主要集中地.....9

● 政策法规

- 文化和旅游部发布推动在线旅游市场高质量发展意见.....14
- 上海发布促消费措施 鼓励电商平台在新技术、新业态、新模式等领域先行先试...14

● 数据观察

- 商务部：2022 年消费品进口，跨境电商进口额达 5600 亿元.....14
- 公共服务便利共享，长三角居民可享 148 项“一网通办”服务.....15
- 2023 中国跨境电商交易会闭幕 意向成交金额超 40 亿美元.....15
- 网络视听超即时通讯成第一大网络应用 用户规模达 10.40 亿.....15
- 我国数字人才缺口超过 2500 万.....16
- 2022 中国新经济企业 500 强发布 腾讯、阿里、抖音列前三.....18

● 专家视点

- 新形势下，中国跨境电商如何更好地“出海”“闯关”？18
- 社科院报告：京沪等地 CBD 已形成数字产业发展制高点.....22

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】

中办、国办：发展“互联网+医疗健康”

日前，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步完善医疗卫生服务体系的意见》，提出发挥信息技术支撑作用。发展“互联网+医疗健康”，建设面向医疗领域的工业互联网平台，加快推进互联网、区块链、物联网、人工智能、云计算、大数据等在医疗卫生领域中的应用，加强健康医疗大数据共享交换与保障体系建设。建立跨部门、跨机构公共卫生数据共享调度机制和智慧化预警多点触发机制。推进医疗联合体内信息系统统一运营和互联互通，加强数字化管理。加快健康医疗数据安全体系建设，强化数据安全监测和预警，提高医疗卫生机构数据安全防护能力，加强对重要信息的保护。

来源：“新华社” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年03月21日

国家发改委：六方面发力做强做优做大我国数字经济

4月3日，国务院新闻办公室就第六届数字中国建设峰会有关情况举行发布会。国家发展改革委创新和高技术发展司负责人孙伟在会上介绍，今年将从六方面发力，不断做强做优做大我国的数字经济。

一是加强政策制度建设。加快构建“1+N”的数据要素基础制度体系，推动有条件的地方和行业开展数据要素流通使用先行先试，统筹构建多层次、多元化和场内场外相结合的数据要素市场体系。

二是适度超前部署数字基础设施建设。加快光纤网络扩容提速，5G的商用部署和规模应用，深入实施“东数西算”工程，加快基础设施数字化、智能化的改造。

三是大力推动数字产业创新发展。培育一批具有核心竞争力的生态主导型企业，加快打造具有国际竞争力的数字产业集群，支持平台企业在引领发展、创造就业、国际竞争中大显身手。

四是加快深化产业数字化转型。强化各领域、各行业全方位、全链条数字化政策改造引领，提升“上云用数赋智”水平，提升新一代的信息技术与一二三产业融合发展，支持龙头企业、第三方服务企业带动中小企业加快转型的步伐。

五是持续提升数字公共服务水平。提高公共服务资源的数字化供给和网络化服务水平，持续加大适老化的智能化产品供给，运用数字技术为落实群体增加便利，持续推进智慧城市和数字乡村融合发展。

六是不断深化数字经济国际合作。积极提出“中国倡议”，落实全球发展高层对话会数字经济领域成果。积极提供“中国方案”，推进加入《数字经济伙伴关系协定》，开展双多边数字经济治理合作，构建良好的国际环境。

来源：“人民网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 04 日

海关总署：“量体裁衣”打造适合跨境电商特点的海关监管模式

3 月 20 日，国务院新闻办公室举行“权威部门话开局”系列主题新闻发布会。海关总署副署长孙玉宁表示，过去五年，我国跨境电商进出口额从 2018 年的 1 万亿元，增长到 2022 年的 2.11 万亿元，在“量”大幅增长的同时，也实现了“质”的有效提升，越来越多中国制造的商品通过跨境电商进入国际消费品市场。

孙玉宁表示，针对跨境电商发展趋势和特点，我们出台了不同于传统贸易的通关管理制度，通过分类管理，‘量体裁衣’打造了适合跨境电商特点的海关监管模式。下一阶段，海关将继续坚持“创新、包容、审慎、协同”的监管理念，坚持在发展中规范、在规范中发展，主要做好以下两个方面工作：

一方面要在强监管上“下功夫”。一是运用智能化的验核手段，通过对报关单证的真实性验核，防范跨境电商走私行为；二是加强与跨境电商平台企业的协作，把风险防范关口前移，进一步降低企业经营风险和海关监管风险；三是广泛开展商品条码应用，加强对商品溯源管理，让消费者安心放心；四是持续关注境外食品安全问题，及时发布预警信息。

另一方面要在优服务上“出实招”。一是支持跨境电商企业电子缴税，便利企业线上办理；二是推广出口拼箱货物“先查验后装用”，进一步提升物流效率，降低企业成本；三是强化数据分析服务，为新业态高质量发展提供强有力的预期引导；四是优化海外仓申报流程，服务企业进一步扩大出口；五是持续完善进出口退货措施，解决企业和消费者的“后顾之忧”。

来源：“人民网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 21 日

国家邮政局：加强农村快递物流体系建设

近日，国家邮政局召开局长办公会，会议指出，全系统全行业要切实巩固拓展快递进村成果，持续在加快建设县乡村三级快递基础设施上下功夫，坚定不移推进革命老区、民族地区农村快递发展。要引导共同配送发展，因地制宜推动县级寄递公共配送中心建设，提高农村网络资源利用效率。

会议指出，加强与交通运输部门的协作，进一步深化农村客货邮融合发展。要更好服务现代农业，进一步畅通工业品进村和农产品出村双向渠道，打造更多快递服务现代农业金牌项目。要提升农村快递服务监督实效，通过集中整治和常态化监管，着力规范农村快递市场秩序。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 31 日

网信办：严厉打击网上恶意损害企业和企业家形象声誉的违法违规行

国新办 3 月 28 日就 2023 年“清朗”系列专项行动有关情况举行发布会，国家互联网信息办公室违法和不良信息举报中心主任申月在会上介绍，今年，国家网信办准备开展“清朗·优化营商环境 保护企业合法权益”专项行动。

具体开展三方面治理工作：一是依法依规及时处置网上涉企业的六大类虚假不实信息，具体包括捏造事实、主观臆断、歪曲解读、恶意关联、蓄意炒作和翻炒旧闻等。二是依法依规处置网上涉企业家的六大类侵权信息，具体包括泄露个人隐私、诋毁侮辱谩骂、虚构私生活话题、关联炒作负面新闻、捏造违法犯罪事实、违规使用姓名肖像等。三是严厉打击网上恶意损害企业和企业家形象声誉，甚至从中牟取非法利益的违法违规行为。

来源：“央视网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 28 日

上海：围绕跨境电商平台、物流、支付等环节培育一批标杆企业

4 月 4 日，上海市人民政府新闻办举办新闻发布会，介绍《上海市促进外贸稳规模提质量的若干政策措施》和《上海市加大吸引和利用外资若干措施》有关内容。

上海市商务委主任朱民介绍，下一步，将落实好本次稳外贸政策措施，加快释放外贸新业态新模式发展动能。一是持续推动跨境电商发展。以跨境电商综合试验区建设为抓手，围绕跨境电商平台、物流、支付等环节加快培育一批标杆企业。推动跨境电商出口规模化发展，拓展跨境电商 B2B 出口海运渠道。便利跨境电商进口退货，落实跨境电商出口退运商品税收政策。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 04 日

上海首个“国际消费中心城市数字化示范区”正式揭牌

在 3 月 22 日举行的第 15 届福布斯·静安南京西路论坛上，静安区“国际消费中心城市数字化示范区”正式揭牌，成为上海首个“国际消费中心城市数字化示范区”。

近年来，静安区积极创建“国际消费中心城市数字化示范区”，大力推进商业数字化转型。聚焦数字商贸、数字商圈、数字平台、数字服务及数字生态等五大领域，静安形成了一批有示范性的数字化重点项目和应用场景，电商标杆企业集聚，数字生活服务体系日益完善，数字消费规模不断壮大，目前全区商品网上零售已占社会消费品零售总额的半壁江山。

依托商贸服务业集聚优势，静安推动奢侈品、化妆品、直销、新能源汽车、快时尚等重点行业开展数字化转型，引导企业在静安设立数字经济功能型总部、研发中心和开放式创新平台等，形成具有静安特色的“总部+平台”“仓店一体化”的模式。

与此同时，静安鼓励企业打造“仓店一体化”模式，通过打通线上线下零售价值链，开展网订店取、网订店送，提升消费便利度，优化消费体验。

此外，静安区聚焦“南京西路新业态新模式示范应用走廊”以及“试点南京西路商圈数字人民币先行区”等重大项目，实现点上突破。深化南京西路数字商圈建设，推动大数据、人工智能、虚拟现实等新技术的应用。支持商场打造沉浸式体验、AR 购物、跨界融合服务等情景式、场景化的数字消费场景。

下一步，静安区将继续推进商业数字化转型工作，依托大数据产业和商贸服务业优势，加快培育数字消费市场主体，优化提升消费平台能级，积极打造数字消费应用场景，促进数据资源整合互通、线上线下深度融合、服务技术相互链接，推动发展新流通、新零售和新服务。

来源：“上海静安” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 24 日

上海启动两大人工智能平台

为助力上海科技创新发展，上海两大人工智能平台于4月2日启动。其中，依托上海交通大学和上海白玉兰开源开放研究院布局建设的AI for Science科学数据开源开放平台，将致力于打通学科壁垒，加速科学发现，推动人工智能技术成为解决基础学科重大科学问题的新范式。

而由张江集团联合上海交通大学建设的张江·交大人工智能研究平台，则面向智能化科学大设施、生成式人工智能等最新研究方向，赋能张江科学城大设施建设，共同推动人工智能赋能基础科学研究。

来源：《文汇报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年04月03日

国内首个数据交易链在沪上线

日前，大数据流通与交易技术国家工程实验室与上海数据交易所完成了数据交易链的一期建设工作并正式上线。数据交易链的一期建设完成实现了数据产品挂牌目录上链功能，实现了“一地挂牌、全链流通”。

目前，上海数据交易所挂牌数据产品已全量上链，相关数据交易参与方只要加入交易链联盟节点，便可查看上海数据交易所的全量挂牌数据产品。不仅如此，各数据交易场所也可通过加入数据交易链联盟共享数据交易链上的数据产品目录。

数据交易链一期的建设完成，对于数据供方来说，可有效避免同一产品需要在多个交易场所进行挂牌，简化了交易过程，促进交易数量的递增。对数据需方来说，对选择具体的数据交易场所进行交易提供了更大的灵活性，不必为某数据产品而必须到其指定的数据交易场所进行交易。

数据交易链建设利用区块链共识共信共享的特点，让各数据交易场所轻量化地进行产品共享，并以合约形式对数据产品相关标准进行明确实践。未来，随着交易链业务场景的不断扩展和数据交易联盟链成员的不断加入，数据交易链将成为数据流通交易领域的重要基础设施。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年03月31日

上海首个数字化沉浸式图书馆亮相

3月21日，上海首个数字化沉浸式图书馆——临港科技智慧图书馆迎来第一批读者。在这里，可以让人工智能的“数字人”帮你推荐、寻找、借阅好书；可以在24小时开放的元宇宙图书馆里畅游书海，寻找书友；还可以沉浸在书的世界，VR体验《火星救援》等。整个图书馆场馆都是沉浸式体验区，背后支撑的是“数字融合云平台”。

目前馆内汇聚了全球西文学术电子专著20余万册，中文科技类电子图30余万册，包括来自157家国际知名大学出版社的7万余册电子图书，还能够运用人工智能技术对约20亿条学术数据进行学科谱系化链接。该平台将面向普通用户、专业人士以及小朋友提供不同服务。

来源：“东方网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年03月22日

上海嘉定“世界级”标准建设智能网联汽车生态

日前，上海市嘉定区聚焦汽车发展“新赛道”，按照世界级汽车产业中心核心承载区的目标定位，并对标“世界级”标准，发布了建设世界智能网联汽车创新高地的新一轮行动方案。

行动方案提出，到2025年，上海嘉定智能网联汽车相关产业规模力争达到3000亿元，将打造一批具有国际竞争力的智能网联汽车头部企业，建成在产业制造、科技研发、数据应用、行业交流、文化融合、人才引育等方面全球领先的智能网联汽车创新高地。其产业发展目标是：创新应用全球引领、核心技术国际领先、产业规模全球领跑、数据赋能精准发力。

行动方案制定了5大行动21项举措，以推动上海嘉定汽车特强产业发展新动能的持续壮大，始终保持智能网联汽车领跑领先优势，打造世界级智能网联汽车完整生态圈。

在产业制造方面，行动方案提出到2025年，研发20款具备全球竞争力的智能网联汽车整车产品；打造10款具有全球影响力的知名量产产品；自主研发20款核心汽车芯片；实现20款自动驾驶领域软件量产。

在产业培育方面，支持汽车底盘、转向系统、制动系统、汽车电子等传统汽车零部件企业向汽车“新四化”转型；实现优质项目“三个月拿地、三个月开工”。

在产业载体方面，进一步扩大“三港两园”（氢能港、新能港、创新港、智能汽车软件

园、汽车芯谷)的产业规模,树立园区行业地位。

据了解,汽车是上海嘉定产业发展的重要标志。上海嘉定集聚了上汽大众、沃尔沃、上汽乘用车、蔚来、飞凡等传统汽车厂商以及造车新势力整车企业;禾赛科技、舍弗勒、大陆泰密克等全球顶尖的汽车“新四化”产业核心零部件企业;小马智行等智能网联示范运营企业;地平线、水木蓝鲸等汽车芯片企业;以及零束、中科创达等智能汽车软件企业。

来源:“中国经济新闻网” 编选:《电子商务动态》编辑部 2023年03月24日

“一码通行”再升级,使用微信“上海公共交通乘车码”可乘地铁

自上海市公共交通于2022年12月完成“三码整合”以来,久事集团旗下上海公共交通卡股份有限公司在市交通委的指导下,立足数字技术发挥自身优势,与各大互联网公司积极对接,将“一码通行”项目做精做细做实,为市民提供更多便捷服务。

目前,交通卡公司携手申通集团和腾讯公司在“一码通行”项目上取得了阶段性突破。自3月21日起,用户只需在微信App内搜索打开“乘车码”微信小程序(定位“上海市”),生成乘车二维码界面后,将“乘车码”对准地铁闸机扫码口,即可乘坐本市全线地铁轨道交通。

截至目前,“上海交通卡”App、“云闪付”App以及新上线的微信App端内的“上海公共交通乘车码”均可在本市地面公交、地铁、轮渡、金山铁路等场景“一码通行”,并享受2小时内换乘地铁与公交、或公交与公交立减1元的票价优惠。

据介绍下一步,交通卡公司将继续秉承“以用户为中心”的服务理念,从为用户解决实际出行痛点的角度出发,进一步发挥自身技术优势和服务能效,加大与各大互联网企业的对接力度,在上海MaaS平台建设中发挥积极作用,为市民在公共交通领域出行支付提供更多便捷选择。

来源:《文汇报》 编选:《电子商务动态》编辑部 2023年03月21日

盒马今年将扩大在沪投资 新开20家盒马鲜生门店

3月23日,上海市府新闻办举行新闻通气会。从会上获悉,盒马今年将继续扩大在上海的投资,助力上海深化国际消费中心城市建,实施向上走,向下走,向外走策略。

一是“向上走”,主要由盒马鲜生+盒马云超、盒马X会员店实现,主要是以品质升级、

差异化为导向，基于消费者洞察将所有商品重做一遍。门店建设方面，今年计划在已有 91 家门店基础上，再新开 20 家盒马鲜生门店，在普陀新开盒马 X 会员店 1 家。在营销主题方面，盒马正积极配合上海五五购物节、进博会溢出效应等相关活动。在促消费升级方面，盒马全年将推出“四季轮回，盒你相伴”贯穿全年的促消费活动。

二是“向下走”：盒马奥莱和盒马邻里主要承担“向下走”的任务，旨在通过供应链重构，把高品质商品价格打下来，今年计划在全市各镇都进行布点盒马奥莱店。

三是“向外走”：推动国际化，采购全球好货，盒马先后与多个国家驻沪领馆及贸易发展机构推进主题国家节活动，将进口商品在国内进行首发首秀，并推动国际盒马村建设。

据介绍，目前盒马在大力推动盒马丝路电商全球化项目。提高海外有机商品的贸易采购额，丰富上海消费市场升级的产品线，将更多优质、丰富的全球要素和市场资源对接中国市场，高效实现内外市场来联通。加大海外预制菜产品的进口份额，丰富国内内需市场对品质、便捷、健康的消费升级需求。

来源：《上海证券报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 24 日

京东到家即时零售全国巡回活动首站落地上海

为助力更多零售商、品牌商把握即时零售增长机遇，2023 年京东到家开启“百万门店上京东”即时零售全国巡回活动，以即时零售数字化解决方案，助力品牌商家尤其中小商家拓销路、降成本，在存量市场里找到新增量。活动首站于 3 月 31 日落地上海，后续将在广州、成都、深圳等全国百余个城市逐步开展。

上海首场活动以“助老字号焕发‘新’活力”为主题，汇集行业专家、京东到家相关团队负责人，带来即时零售行业发展新动态和京东到家新业务、新营销方案，帮助品牌商家高效搭上即时零售快车，增强线上业务的营销力、商品力、数字化能力，加速门店转型升级；并通过线上线下深度链接，携手品牌商家为消费者提供丰富的商品和“小时内到家”的即时购物体验，一起打造“线上线下融合版”便民生活圈。

同时，京东到家将助力合作伙伴开拓线上经营渠道，通过京东 App 和京东到家 App 双端运营，基于 LBS 定位，将双渠道的优质流量精准引流，以“线上下单、门店发货、商品小时达”的即时零售模式，扩大本地实体门店服务范围、提升门店坪效和人效，并通过数字化解决方案、百万级营销资源支持，助力实体门店提升效率，实现销售及用户的双向提升。

来源：《新民晚报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 01 日

当时尚遇见元宇宙 华师大设计学院“次元镜像”时装秀闪亮登场

4月2日晚，在K11艺术中心一场名为“次元镜像”的元宇宙时装秀震撼登场。来自华东师范大学设计学院未来设计师们，尝试了将他们设计创作的时装作品进行数字化表现的再创作，打破现实与虚拟的次元壁，实现现实与虚拟界的对话，42组真人模特绚丽的服饰与数字虚拟人模特参差登台走秀，形成奇特的“次元镜像”效果，这场“当时尚遇见元宇宙”时装秀通过网络直播吸引了近十万人次的观赏。

据介绍，华东师大设计学院学生们尝试了将他们设计创作的时装作品进行数字化表现的再创作，打破现实与虚拟的次元壁，实现现实与虚拟世界的对话，并确保每一个终端系统的正常运作。时装秀现场展示的服饰用户可以自主创作和生成内容，让虚拟世界的消费者可以创建属于自己的数字化身，逐步完善时尚设计元宇宙世界的框架结构。

本次大胆的实验性创新行动引起了社会各界的强烈关注，阿里手机天猫作为此场时装秀的元宇宙合伙人，将以手机天猫作为展出平台，在五月份上线数字孪生版的元宇宙时装秀，并同时为学生设计的3D服装提供线上交易平台，搭建教育与市场的桥梁。

这场时装秀开幕前设计学院还举办了以“当时尚遇见元宇宙”为主题的圆桌会议论坛，来自时装界、元宇宙科技界和学院教师与学生围绕着元宇宙时尚设计的主题展开了热烈的讨论。

来源：“东方网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年04月03日

2023年中国跨境电商交易会在全国首创推出“跨境门诊”

3月18日-20日，“2023中国跨境电商交易会”在福州举行，本次大会在全国首创推出“跨境门诊”，组委会设立资深大卖问诊室、跨境平台问诊室、跨境服务问诊室三大门诊室，广邀50多位资深大卖、服务商、平台等56位专家到展会现场，涉及亚马逊、阿里巴巴国际站、TEMU、SHEIN等平台，支付、物流、仓储、财税、合规、独立站等跨境服务以及选品、订单、流量、品类、品牌和运营等众多领域。现场采取闭门问诊的形式，为基层跨境电商企业提供如何提升运营能力的个性化答疑解惑服务，预约问诊人数超2000人。

主办方介绍，我们仿照医院的分级门诊，设立‘全科+专科’分级诊疗模式，为基层商家提供精准、定向的服务，助力项目成功落地。跨境门诊专家顾问团为基层跨境电商企业依

次解决不同环境影响下跨境电商发展的难点、痛点问题，得到了业内广泛好评。未来将会打造更精细、更专业化的“跨境门诊”平台，持续做好困难帮扶工作，深入解决企业急难愁盼问题。

来源：“中国跨境电商交易会” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 21 日

首个即时配送领域国家标准发布

近日，国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会发布公告，批准发布由全国物流标准化技术委员会提出并归口的《即时配送服务规范》国家标准，这也是国内首个即时配送领域的国家标准。

伴随即时零售迈入全品类时代，即时配送行业持续快速发展，但即时配送领域相关的国家标准还一直处于空白。为更好推动即时配送企业规范化发展，规范服务流程，保障消费者权益，达达快送和中国物流与采购联合会等在 2019 年联合发起《即时配送服务规范》国家标准制定项目，历经 4 年调研完成起草发布。

这项国家标准涵盖即时配送领域从揽收、配送直至服务评价全流程，对即时配送的基本定义及服务范围要求、操作流程规范、服务质量要求及评价处理机制、企业及人员从业资质等均做了详细明确的规定，适用于提供两轮车即时配送服务的运作和管理，对推动即时配送行业健康可持续发展具有重要意义。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 31 日

网络表演领域首个基础性团体标准发布

日前，中国演出行业协会官网发布《网络表演直播与短视频术语》团体标准（以下简称《术语》）。《术语》首次定义了网络表演领域中直播与短视频平台、经纪机构、主播三方面的相关概念，旨在通过对概念的严格定义，确立恰当的术语，减少多义和同义现象，避免信息交流过程中的歧义和误解。

据了解，《术语》是网络表演领域的首个基础性团体标准。在《术语》起草过程中，标准编制组遵循三个原则，即统一性、适用性、规范性。下一步，中国演出行业协会团体标准化技术委员会将在主管部门的指导下进一步对相关领域团体标准开展研究，逐步打造行业共

建共治共享的新局面。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 23 日

北京、上海、广州、深圳、杭州为跨境电商主要集中地

3 月 30 日，网经社电子商务研究中心发布《2022 年度中国跨境电商市场数据报告》，《报告》显示，当前，北京、上海、广州、深圳、杭州为跨境电商主要集中地。

北京地区主要跨境电商有：亚马逊全球开店、敦煌网、京东国际、宝贝格子等；**上海地区**有：eBay、Wish、Temu、55 海淘、豆沙包等；**广州地区**有：卓志集团、洋葱集团、Payoneer、Skyee；**深圳地区**有：至美通、递四方、Shopee、有棵树、通拓科技、兰亭集势、patpat、行云集团、赛维时代等；**杭州地区**有：阿里巴巴、连连国际、全球速卖通、联络互动、子不语、PingPong 等。

来源：“网经社” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 04 日

杭州成为全国首个实现快递包裹半日达的城市

3 月 31 日，天猫超市在杭州正式启动半日达服务，覆盖全市 8 大城区，这也是全国首个实现快递包裹半日达的城市。

对于消费者来说，可以率先享受“上午买下午到”“晚上买早上到”的极速送达和送货上门服务。可以预见的是，在履约时效不断提速之下，零售“近场化”已经成为不可逆的大趋势，而线上商超还将面临着多重纬度的竞合。

据了解，从杭州开始，到今年年底，天猫超市半日达将覆盖全国 20 个城市，其中人口数量千万级别以上的城市覆盖率达到 100%。半日达订单将满足 80% 以上的本地订单，准点率超过 96%。届时，更多的消费者在天猫超市能够享受一站式买齐，半日送货上门的全新体验。

来源：《杭州日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 31 日

共探数字化转型之道“老字号嘉年华”启动

3月31日，由商务部流通业发展司、北京市商务局指导，抖音生活服务主办的心动老字号——2023年“老字号嘉年华”启动大会（以下简称“启动大会”）在北京举办。活动现场，商务部以及地方商务主管部门领导、各地老字号协会负责人、全国重点餐饮老字号代表，与抖音生活服务相关业务负责人、抖音知名创作达人齐聚一堂，共探“老字号”的数字化转型之道。

大会正式启动了心动老字号项目。项目预计于2023年发起3期活动，全年合作百个老字号商家、千位达人，通过亿级平台流量打响心动老字号。项目主要内容包括在全国多地举办老字号论坛，发布区域老字号“活力指数”、“打卡地图”，并推出能力培育、流量激励、联合曝光等激励政策，助力老字号品牌运营。未来平台将结合“城市峰会”“心动之城”等大型消费促进活动，在推动老字号创新发展的同时，助力生活服务消费复苏回暖。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023年04月02日

“全国产业会展服务平台”正式启动

3月22日，在北京召开的“第10届全球互联网经济大会（GIEC2023）”上，“全国产业会展服务平台”正式启动。作为全国首个服务“产业+会展”的载体，“全国产业会展服务平台”将有助于进一步推动会展经济高质量发展。

据了解，“全国产业会展服务平台”核心业务主要包括会展城市产业赋能、会展载体全产业链运营。整合产业资源、主流媒体等高端产业等资源，定制城市产业赋能运营模式，通过专业化、标准化流程及强大的执行团队，以会展载体为资源整合平台，既促进当地主导产业与会展的有机融合，又凭借平台丰富的产业资源、优势媒体资源及综合运营能力，策动当地会展经济，为城市带来产业招商的无限商机和活力。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023年03月24日

国家智慧教育读书平台正式上线

3月28日，国家智慧教育读书平台正式上线。该平台依托数字技术，通过汇聚优质资源、

营造互动场景、展示阅读成果，为不同学段学生、社会公众提供丰富多彩的读书空间。

据了解平台一期重点围绕青少年读书空间、老年读书社区组织建设，同时向用户推荐中国语言文字博物馆、中国数字科技馆等优质资源平台。

其中，青少年读书空间设“人文社科”“自然科学”“文学”“艺术”四个栏目，提供电子书、导读、书评、读书心得等相关内容。既引导青少年学生阅读经典，又注重分享前沿科技，提升学生独立思考和分析能力，为养成终身阅读习惯打好根基。

老年读书社区提供贴近老年人精神文化需求的优秀读书资源，努力为实现老有所学、老有所乐、老有所为创造更好条件。

来源：“新华网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 29 日

数字人民币 APP 上线钱包快付搜索功能

数字人民币 APP（试点版）近日更新至 1.0.19 版本，上线钱包快付搜索功能，可直接搜索支持钱包快付的商户和平台，也能搜索商户平台、支付平台的服务详情。同时，商户分类筛选也已移至搜索功能之下。

目前，数字人民币 APP 上支持单独开通钱包快付的商户已达 115 家，涵盖电商购物、生活服务、交通出行、旅游、校园、医疗、电影购票、在线视频等多个场景。

来源：《电商报》2023 年 03 月 21 日

阿里巴巴宣布 24 年来最重要一次组织变革

3 月 28 日，阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官张勇发布全员信，宣布启动新一轮公司治理变革：在阿里巴巴集团之下，将设立阿里云智能、淘宝天猫商业、本地生活、国际数字商业、菜鸟、大文娱等六大业务集团和多家业务公司。

本次组织治理变革由张勇发起，已分别经集团合伙人与董事会一致通过。这轮变革从集团顶层入手，重新定义和构造阿里巴巴集团与各业务的治理关系，被认为是“阿里巴巴 24 年来最重要的一次组织变革”。

来源：《每日商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 29 日

盒马联合日本贸易振兴机构举办“盒马樱花美食节”

自3月21日起至3月27日，日本贸易振兴机构（JETRO）携手盒马，共同举办“盒马樱花美食节”，在春日里，为消费者奉上一场独具特色的风味美食文化体验。

据悉，本次“盒马樱花美食节”是在日本国驻上海总领事馆的支持下，由JETRO携手盒马鲜生共同主办。活动将采用“线上线下相结合”的方式，面向所有消费者，全方位覆盖上海及周边城市的盒马门店。在活动持续的一周内，消费者们可以前往相关线下门店参与现场互动，也可以在线上参与选购，还可以参与互动直播，沉浸式感受美食节寻味的乐趣。

作为JAPAN MALL事业项目的一环，JETRO希望通过此次展销活动，将日本特色食品、酒类推介给更多中国消费者，拓宽各方在经贸、文化等领域的持续合作。而作为中国零售巨头的盒马鲜生也期待着更多的消费者能够在活动中领略到异国风情，从而不断挖掘消费市场潜力，打造餐饮文化与消费结合的新动能。

来源：“东方网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年03月22日

亚马逊全球开店亚太区卖家培训中心在杭州正式启用

3月28日，亚马逊全球开店亚太区卖家培训中心举行开幕仪式，这是亚马逊全球开店在全球的首个综合性卖家培训中心，也是启动官方卖家教育项目五年以来的又一重要里程碑。该培训中心落户杭州，将立足中国、辐射亚太众多国家和地区，是打造专业化、国际化、复合型跨境电商人才培育和储备的重要基地。

以培训中心为依托，亚马逊全球开店将从培训项目、课程内容、人才社区和创新孵化四大维度全面升级现有卖家培训体系和机制。2023年，预计将总计培训近500万人次，即每6秒就有1个人次参与亚马逊全球开店相关课程的学习。

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妃表示，将把亚马逊全球开店亚太区卖家培训中心打造为全球跨境电商综合性培训的旗舰。

来源：《杭州日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年03月29日

高德地图联合星巴克中国上线“沿街取”服务

3月21日，星巴克中国携手高德地图宣布，双方共同打造的全新零售渠道——“沿街取”服务已正式上线。

据了解，顾客在高德地图 App 上设置目的地与导航路线后，便可在“顺路搜”页面上找到“沿街取”服务图标，选择沿途合适的星巴克门店下单。取餐点也将被增设为路线中的途经点。根据顾客的地理位置与预估抵达时间，门店内的星巴克伙伴会收到三次系统通知，分别是顾客下单、开始制作、开始送餐。

目前，“沿街取”服务已率先在北京 100 家星巴克门店上线，覆盖了北京主要出行范围。上海也已有近 50 家门店加入“沿街取”服务。

预计未来一年内，全国将有超过 1000 家星巴克门店提供“沿街取”服务。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 21 日

天猫拟与 50 家头部快消品牌建立“新品”战略合作

天猫计划与宝洁、雅诗兰黛、润百颜等 50 家头部快消品牌建立“新品”战略合作，覆盖从研发到上市全流程。淘宝天猫大快消策略中心负责人岑然表示，此前天猫和商家的新品合作主要在新品上市和打爆品这两个环节。而此次 50 计划则是天猫推出的一种新模式，即天猫和品牌一起，从零开始打造一个新品，协助品牌实现从产品定位、概念产出、测试筛选、产品上市直至营销推广的全流程创新。天猫会对入选品牌开放大数据能力和产品能力，为品牌新品产出进行一对一的定制化服务。

据介绍，首款战略合作新品润百颜修光棒次抛精华已在近日预售上市。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 28 日

吉利推出全球首个共享出行定制车品牌“曹操汽车”

3月22日，全球首个共享出行定制车品牌命名公布，定名曹操汽车。官方介绍，曹操汽车充分整合了吉利积累的深厚产业基础和智造优势，及曹操出行服务 1.5 亿用户的共享出行实践优势，是专为共享出行市场推出的造车品牌。

作为全球首个共享出行定制车品牌，曹操汽车计划为共享出行市场带来深度定制化产品，全面升级乘客、司机和出行平台体验，引领共享出行行业全面升级。

来源：“中国新闻网” 2023 年 03 月 22 日

支付宝和微信上线韩国火车购票服务

韩国铁道公社（Korail）宣布，4 月 3 日起可通过支付宝和微信支付预订韩国火车票。用户只需在支付宝和微信进入“韩国 Korail 火车票”小程序，便可预订韩国各地列车票，可选择日期、座位并进行支付。

韩国铁道公社表示，今后还将定期举行各种促销活动，并扩大面向外国人的自由行套票“Korail Pass”销售，和各地旅游商品联动，为外国游客出行提供便利。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 04 日

领跑东南亚 Lazada 获越南年度最佳电商平台大奖

近日，越南 2022 年年度科技大奖（TechAwards2022）奖项揭晓，东南亚地区最大的在线购物网站之一 Lazada（来赞达），凭借技术改进和卓越的用户服务，被评为“年度最佳电子商务平台”。这已经是 Lazada 第二年获得该奖项。

Lazada 目前在印度尼西亚、马来西亚、菲律宾、新加坡、泰国和越南六国发展，已成功实现每月将 1.6 亿活跃消费者与超过 100 万活跃商家联系起来。

据了解，Lazada 凭借差异化优势明显的技术和用户体验，深受越南当地用户和消费者喜爱。Lazada 在越南已经运营了十年，围绕技术、物流和员工三大支柱，Lazada 不断完善可持续电子商务生态系统，在 2022 年越南电子商务行业中平均增长率达到 20%。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 21 日

亚马逊等多家零售商调整免费送货服务

随着成本不断攀升以及电商利润逐渐下降，为了将更多的成本转移给消费者，减少利润损失，亚马逊等其他零售商纷纷对免费送货服务进行了调整。例如，增加快速配送的服务费

用、提高免费送货门槛等。

目前，从亚马逊到宠物食品零售商 Einstein Pets 以及 Zara、Abercrombie & Fitch 和 Foot Locker 等服装连锁店均将部分送货成本转移到消费者身上。对此，咨询公司 AFS Logistics 的首席分析官 Mingshu Bates 表示，这将帮助零售商降低运输成本，最高可达 25%。

在过去，零售商们普遍通过提高产品价格来补贴免费送货的成本。作为免费送货的排头军，亚马逊通过收取 Prime 会员费和其他业务的丰厚利润来支持其配送成本，许多零售商开始效仿，都推出了各种免费送货服务。

根据行业研究公司 Digital Commerce 此前的调查显示，在美国前 1000 名零售商中，将近四分之三的零售商都对部分订单提供免费送货服务，其中有 45% 的零售商设有最低购买金额才能享受这一服务的政策。但近一年来消费者需求暴跌、产品价格上涨和运输成本飙升，这使免费送货服务难以再维持下去。调整免费送货政策，意味着商品价格或将再次上涨，消费者需要承担更高的费用。

值得一提的是，尽管亚马逊等零售商提高了免费送货门槛，但有些零售商则完全取消了免费送货服务。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 29 日

【政策法规】

市场监管总局公布《互联网广告管理办法》

为切实维护广告市场秩序，保护消费者合法权益，推动互联网广告业持续健康发展，近日，市场监管总局修订发布了《互联网广告管理办法》（以下简称《办法》），《办法》将于 2023 年 5 月 1 日起施行。

《办法》适应我国互联网广告业发展新特点、新趋势、新要求，对原《互联网广告管理暂行办法》进行修改完善，创新监管规则，进一步细化互联网广告相关经营主体责任，明确行为规范，强化监管措施，对新形势下维护互联网广告市场秩序，助力数字经济规范健康发展具有重要意义。

《办法》进一步明确了广告主、互联网广告经营者和发布者、互联网信息服务提供者的责任；积极回应社会关切，对群众反映集中的弹出广告、开屏广告、利用智能设备发布

广告等行为作出规范；细化了“软文广告”、含有链接的互联网广告、竞价排名广告、算法推荐方式发布广告、利用互联网直播发布广告、变相发布须经审查的广告等重点领域的广告监管规则；新增了广告代言人的管辖规定，为加强互联网广告监管执法提供了重要制度保障，也为互联网广告业规范有序发展赋予了新动能。

市场监管总局将加强对各地市场监管部门的业务培训，做好对互联网平台企业及相关广告经营主体的行政指导，有效提升互联网广告监管能力和行业发展水平，增强各类广告经营主体依法合规经营意识，以高效能监管促进互联网广告业高质量发展。

来源：“市场监管总局网站”2023年03月24日

文化和旅游部发布推动在线旅游市场高质量发展意见

为进一步加强在线旅游市场管理，保障旅游者合法权益，发挥在线旅游平台经营者整合交通、住宿、餐饮、游览、娱乐等旅游要素资源的积极作用，促进各类旅游经营者共享发展红利，推动旅游业高质量发展，文化和旅游部日前发布《文化和旅游部关于推动在线旅游市场高质量发展的意见》(以下简称《意见》)。

《意见》强调，加强旅游者个人敏感信息保护，防止超出合理经营需要收集旅游者个人信息，采取切实措施避免大数据杀熟、虚假宣传、虚假预订等侵害旅游者权益行为。

《意见》指出，各地要坚守安全底线，加强行业自律，推动在线旅游市场高质量发展。要以旅游者需求为导向，不断丰富服务种类、拓展服务内容，打造精准化、专业化、特色化服务产品，努力满足人民群众多样化个性化的旅游服务需求。要保障旅游者合法权益，构筑在线旅游平台经营者、平台内经营者与旅游者之间的良性产业生态，引导在线旅游平台经营者与旅行社、交通、住宿、餐饮、游览、娱乐等相关经营者协同发展，促进资源高效配置，推动旅游业繁荣发展。深化在线旅游行业数字化、网络化、智能化发展，推动新技术应用，鼓励行业创新，充分发挥在线旅游经营者数据和信息能力优势，提升行业数字化水平，为旅游者提供智慧化的服务。

来源：《电子商务动态》编辑部2023年03月27日

上海发布促消费措施 鼓励电商平台在新技术、新业态、新模式等领域先行先试

日前，上海市建设国际消费中心城市领导小组办公室印发《关于我市进一步促进和扩大消费的若干措施》（以下简称《若干措施》）

《若干措施》提出，支持直播经济创新发展。鼓励电商平台在新技术、新业态、新模式等领域先行先试，提供更丰富的消费内容与场景。支持电商平台建设具有特色和影响力的网络首发平台。认定一批直播电商基地，鼓励电商平台、直播基地等推出直播促销活动。深化包容审慎监管，加强网络直播营销活动合规管理。

《若干措施》提出，提升新型消费。支持商业企业结合 5G、云计算、区块链、人工智能等重点领域，加快产品研发创新，丰富应用场景。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 27 日

上海浦东出台细则 保障智能网联汽车产业发展

3 月 22 日，《上海市浦东新区促进无驾驶人智能网联汽车创新应用规定实施细则》发布，这标志着上海浦东新区智能网联汽车创新应用迈入无人驾驶新时代。

浦东新区《实施细则》为企业开展无驾驶人智能网联汽车创新应用活动提供了操作指引，一是明确政府如何管理创新应用活动，由区科经委、区建交委、浦东公安分局共同成立浦东新区智能网联汽车创新应用推进工作小组，推动创新应用有序开展；二是明确企业如何申请开展创新应用活动，阐明了智能网联汽车企业在申请开展创新应用活动中需要完成的关键步骤，操作流程等；三是明确如何对创新应用能力进行评估，细化了各个阶段完成的能力评估标准；四是明确如何保障创新应用活动安全开展，提出了交通保险、事故处理、数据监管等管理要求；五是明确如何创新设置道路运输经营条件，为科技企业在创新应用过程中开展收费的商业试运营活动打开了通道。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 23 日

北京市发布实施 2023 年度“培育壮大网络消费市场”支持政策

为培育壮大全市网络消费市场规模，优化网络消费市场结构，3 月 22 日，本市发布实施《关于鼓励开展网络促销、直播电商活动培育壮大网络消费市场的通知》，鼓励企业积极发展网络促销、直播电商等线上消费，进一步拓宽线上销售渠道，提升销售规模，加快数字化

转型。

该政策一是围绕“奖增量”“奖纳统”“奖新建”等方面优化支持方式，进一步巩固重点企业网络交易规模，并激励新触网、新成立、新纳统、高增速的新成长企业做大做强。二是围绕直播电商等领域新增支持方向，增加针对直播平台、直播（电商）服务机构、特色直播电商基地等开展直播促销活动、扶持本地商家拓展直播业务等支持内容，进一步发挥直播电商对本市企业的消费拉动作用。三是按照“达标即享”原则缩短资金兑现周期，自4月份起即可分批申报并获支持，进一步提升政策激励时效性。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023年03月27日

深圳出台行动方案 助推直播电商发展

3月24日，深圳出台《深圳市推进直播电商高质量发展行动方案（2023-2025年）》，提出依托综合授权改革试点，借助深圳跨境电商产业优势，加快深圳直播电商高质量发展，推动深圳成为具有国际影响力的直播电商之都。

《方案》提出到2025年，与多个头部直播电商平台深度合作，培育和引进100个以上直播电商头部服务机构，建设50个以上具有产业带动效应的直播电商基地和园区，带动100家以上深圳品牌企业开展自播业务。

同时，一方面依托深圳打造“20+8”产业集群的优势，推动直播+产业集群模式应用，引领深圳直播电商企业高质量发展。另一方面推动50名以上具有影响力、带动性强的知名主播在深圳发展，培育3000名以上直播带货达人和10000名以上直播电商专业服务人才。预计到2025年，直播电商销售额超3000亿元，带动深圳网络零售经济实现质的飞跃。

《方案》提出，**加快直播电商基地建设**。鼓励特色产业带、产业园区、专业市场运营方与知名电商平台、专业服务机构合作，建设具有场景布景、内容制作、直播设备、选品展示等多功能、“一站式”的直播电商基地。

《方案》提出，**鼓励电商平台创新发展**。充分利用深圳先行示范区建设契机和制度优势，推动直播电商平台在深设立功能性总部或区域总部，将跨境电商+国际化网络直播平台落地深圳。同时，依托深圳产业优势，培育电子商务平台做大做强直播业务，打造具有影响力的电子产品、服装鞋帽、生活用品等直播专区。

《方案》提出，**打造直播专业服务生态**。加速培育引进优质运营服务商、数字技术服务商、供应链服务商等专业服务机构，提升营销策划、技术应用、模式创新、产品供应、仓储

物流等全产业链服务水平。鼓励金融机构针对直播业态创新金融服务产品，吸引知名创投风投机构设立直播经济专项基金。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 26 日

【数据观察】

商务部：2022 年消费品进口，跨境电商进口额达 5600 亿元

中国进口市场规模持续扩大，进口消费已经成为消费升级的重要驱动力量。在 4 月 3 日举行的国新办新闻发布会上，商务部副部长盛秋平介绍 2022 年我国消费品进口情况。

盛秋平表示，近年来，商务部与相关部门一道，发挥进博会、消博会等重点展会平台作用，加快培育进口贸易促进创新示范区，发展跨境电商等新业态新模式，扩大优质消费品进口，既满足了人民群众消费升级需求，也为各国企业发展提供商机，为世界经济复苏提供动力。

2022 年，消费品进口额达 1.93 万亿元，比 2012 年增长 1 倍多，占进口总额比重达 11%；跨境电商进口 5600 亿元，比上年增长 4.9%。

来源：“央广网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 03 日

工信部：我国 5G 基站达 238.4 万个

截至 2 月末，我国 5G 基站总数达 238.4 万个，占移动基站总数的 21.9%，5G 网络建设稳步推进。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 24 日

国家网信办：2022 年处置账号 680 余万个

3 月 28 日，国务院新闻办公室举行新闻发布会，国家互联网信息办公室有关负责人介绍，2022 年，国家网信办组织开展 13 项“清朗”专项行动，累计清理违法和不良信息 5430 余万

条，处置账号 680 余万个，下架 APP、小程序 2890 余款，解散关闭群组、贴吧等 26 万个，关闭网站超过 7300 家，有力维护网民合法权益。

来源：“中国新闻网” 2023 年 03 月 28 日

公共服务便利共享，长三角居民可享 148 项“一网通办”服务

数据多跑路，人民少跑路，这样的场景在长三角地区逐渐成为百姓生活中的日常。近 4 年来，上海市、江苏省、浙江省、安徽省紧密合作，依托全国一体化政务服务平台公共支撑能力，推进跨省业务协同，深化数据共享应用，不断提升长三角跨省服务速度、深度、广度和温度，助力长三角区域公共服务便利共享，让区域内企业和群众享受更多“同城服务”。

截至目前，长三角“一网通办”上线 148 项服务，累计全程网办超过 642.63 万件，实现 37 类高频电子证照共享互认，电子亮证超过 1430.19 万次，长三角数据共享交换累计达 8.02 亿条。

来源：“东方网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 05 日

2023 中国跨境电商交易会闭幕 意向成交金额超 40 亿美元

为期三天的“2023 中国跨境电商交易会”3 月 20 日在福州闭幕。据组委会当天晚间披露，本届跨交会达成意向成交金额超 40 亿美元。本届跨交会由商务部外贸发展事务局、福建省进出口商会等共同主办。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 21 日

网络视听超即时通讯成第一大网络应用 用户规模达 10.40 亿

中国网络视听节目服务协会 3 月 29 日在成都发布《中国网络视听发展研究报告(2023)》。报告显示，截至 2022 年 12 月，我国网络视听用户规模达 10.40 亿，超过即时通讯成为第一大互联网应用。

报告称，2022 年泛网络视听产业的市场规模超过 7000 亿元，短视频和网络直播领域贡

献了主要增量。其中，2022 年网络直播用户规模达 7.51 亿，超过综合视频成为仅次于短视频的网络视听第二大应用。

报告中多个数据显示，网络视听已经不再只是娱乐的手段，开始成为获取信息、学习知识的渠道，具有看新闻、学知识需求的短视频用户占比超过了 30%。

此外，与 2021 年相比，各类用户群体对短视频使用率均有所上升，其中 50 岁及以上、小学及以下学历的用户使用率均增长了 5 个百分点以上，意味着短视频进一步向各类网民群体“渗透”，成为互联网的基础设施。

来源：“新华社” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 30 日

我国数字人才缺口超过 2500 万

随着各产业的数字化转型进入更深的阶段，大量数字化、智能化的岗位相继涌现，相关行业对数字人才的需求与日俱增，而人才短缺已成为制约数字经济发展的的重要因素。

日前发布的《产业数字人才研究与发展报告（2023）》显示，当前我国数字人才缺口约在 2500 万至 3000 万左右，且缺口仍在持续放大。

《报告》显示，数字人才的分布和数字经济发展水平高度一致，数字人才大量聚集在一线城市和新一线城市。2022 年下半年，数字人才需求最大的前十城市中，除北上广深四个一线城市外，其余均为武汉、成都、西安等新一线城市，前十大城市数字人才数量合计占全国总数的 75%。从岗位来看，一线城市需求量最大的前五类岗位是 C++ 人才、半导体技术、产品经理、Java 人才、嵌入式软件开发；新一线城市则表现为 Java 人才、电气工程师、电商运营、通信技术工程师和嵌入式软件开发。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 21 日

2022 中国新经济企业 500 强发布 腾讯、阿里、抖音列前三

3 月 30 日，中国企业评价协会在北京发布了“2022 中国新经济企业 500 强榜单”。其中，腾讯、阿里、抖音列前三。从行业来看，先进制造业占比创新高，新型能源活动企业增量最快。从企业类型来看，民营企业占比超八成，仍为新经济绝对高地。

从城市分布上看，北上深三城企业数量稳居第一梯队，总数超四成。新经济 500 强企业

分布呈现三大梯队：北京、上海、深圳为第一梯队，聚集新经济 500 强企业最多，合计数量达到 216 家，比例高达 43.2%；杭州、苏州为第二梯队，数量分别为 26 家、17 家，占比分别为 5.2%和 3.4%；广州、南京、无锡、宁波等城市为第三梯队，数量均超过 10 家。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 30 日

2022 胡润品牌榜 抖音、微信、京东排名前十

4 月 3 日，胡润研究院发布《2022 胡润品牌榜》，这是胡润研究院连续第十七年发布胡润品牌榜。榜单显示，抖音和微信并列第四，京东排名上升两位至第七。从百分比来看，小红书是价值涨幅最大的品牌，增长至去年的 3 倍，达 210 亿元，进入百强。

此外，拼多多、天猫和淘宝跌出十强，拼多多从第 10 跌至第 14，天猫从第 7 跌至第 15，淘宝从第 8 跌至第 28。阿里巴巴仍然是上榜品牌最多的母公司，共 8 个品牌上榜，具体包括天猫、淘宝、菜鸟、饿了么、优酷、盒马鲜生、高德地图、飞猪。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 04 日

2022 生鲜电商“十五强榜”发布 叮咚买菜 美团优选上榜

3 月 28 日，“一带一路”TOP10 影响力社会智库——网经社电子商务研究中心发布了《2022 年度中国生鲜电商市场数据报告》。本报告根据网经社“电数宝”电商大数据库编制而成。

报告发布了《2022 年度中国生鲜电商“十五强榜”》，具体包括叮咚买菜、美团优选、京东到家、多多买菜、本来生活、盒马、多点 Dmall、朴朴超市、谊品生鲜、食行生鲜、奇麟鲜品、天天果园、宋小菜、飞熊领鲜、一亩田。（排名不分先后）。

报告显示，2022 年生鲜电商“独角兽”约 6 家，分别是百果园、美菜网、多点 Dmall、谊品生鲜、永辉彩食鲜、本来集团，估值分别为 150 亿美元、39 亿美元、25 亿美元、16 亿美元、13 亿美元、11 亿美元，总估值达 254 亿美元

2022 年生鲜电商“千里马”6 家，分别是朴朴超市、生鲜传奇、每日一淘、天天果园、食行生鲜、永辉云创，估值分别为 61.75 亿元、40 亿元、33.8 亿元、32 亿元、25 亿元、12.5 亿元，总估值达 205.05 亿元。

来源：“东方网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 22 日

浙江数字人民币交易规模达 1548 亿元

数据显示，截至 3 月 30 日，浙江全省数字人民币钱包开立数量达到 2650 万，支持受理数字人民币商户数量 157 万个，交易笔数 7542 万笔，交易金额 1548 亿元，核心指标在全国试点地区处在前列。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 03 日

2022 年微信小程序交易规模达数万亿元

数据显示，微信小程序的生态在 2022 年保持了持续向上的态势，取得了稳定的增长：用户月均使用天数增长 24%，使用时长同比增长 2 倍；交易规模达数万亿元，同比提升 40%，单用户年交易金额增长 34%，用户在小程序交易的意愿愈发强烈；小程序逐步成为商家经营和投放广告的主要载体，来自广告的打开次数增长 53%；帮助更多开发者获得收益，非游戏小程序流量主增长 23%；开发者规模增长 23%，云开发帐户数超 300 万。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 29 日

拼多多 2022 年净利润 315.381 亿元 同比大增 306%

3 月 20 日，拼多多集团发布截至 12 月 31 日的 2022 年第四季度及全年财报。财报显示，拼多多集团去年营收为 1305.58 亿元，同比增长 39%；净利润为 315.38 亿元，同比增长 306%。

据了解，作为国内最大农产品上行平台，拼多多去年底在全国 20 多个省份发起“暖冬行动”，帮助解决各地农产品面临的存储、流通等问题，累计收购农产品近 3000 万斤，推动应季农货线上加速销售，助力农户增产增收。

2022 年是拼多多从“重营销”向“重研发”战略转型的第二年。拼多多去年全年研发费用同比增长 15%，金额超百亿元，创历史新高。

除了持续加大研发投入，在制造端，去年以来，拼多多先后推出“多多新国潮”“多多新匠造”“多多出海扶持计划”等多个专项活动，深入百余个制造产业带，助力国货品牌、乡村好物直连国内外市场，并从产品结构、设计研发、生产制造、品牌打造等方面，为制造业品牌提供全链路的数字化服务，助力传统企业和制造工厂转型升级。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 21 日

美团 2022 年数字人民币活动累计发放消费红包超 8000 万元

日前，美团数字人民币业务用户端负责人介绍，2022 年以来，深圳、成都、广州、厦门、杭州等多地政府联合美团开展多次数字人民币促消费活动，累计发放红包和消费券超 8000 万元。180 多万家美团商户从中受益，由美团主导的城市活动带来的长期数字人民币活跃用户，可占当地人口 13%。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 31 日

苏宁易购 2023 将新开 2000 家零售云门店

3 月 28 日，苏宁易购零售云召开合作伙伴春季交流会，公布 2023 年新开 2000 家门店的增长目标，正式发布零售云 4.0 店面模型，并将聚焦打造更具品牌优势和渠道竞争力的“Super 店”，首批开设 500 家。围绕“定制家庭场景到苏宁易购”定位，零售云将“供应链升级、场景运营优化、Super 店建设与家居赛道扩容”三大策略作为新时期的业务进阶方向。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 29 日

微信及 WeChat 月活跃账户数超 13 亿

3 月 22 日，腾讯控股发布的数据显示，截至 2022 年 12 月底，微信及 WeChat 的合并月活跃账户数 13.132 亿；QQ 的移动终端月活跃账户数 5.721 亿；收费增值服务注册付费会员数 2.338 亿。

数据显示，小程序已经成为中国领先的交易平台之一，2022 年交易额达数万亿元人民币并为实体经济发展作出贡献。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 23 日

微信跨境支付已覆盖 69 个国家地区 400 多万海外商家

3 月 28 日，2023 微信公开课 PRO·微信之约直播开讲，微信支付相关负责人称，微信

的跨境支付业务快速增长，截至目前已经覆盖 69 个国家和地区、1000 多家海外合作机构、400 多万海外商家。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 29 日

TikTok 在美国的月活跃用户超 1.5 亿

当地时间 3 月 20 日，TikTok 首席执行官周受资在出席美国众议院能源与商务委员会听证会前表示，这款应用在美国的月活跃用户达到 1.5 亿，高于 2020 年公布的 1 亿。

TikTok 在 2021 年 9 月表示，它在全球范围内的月活跃用户超过 10 亿。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 21 日

速卖通占据智利跨境电商平台交易 42% 的份额

据智利媒体报道，阿里巴巴集团旗下的跨境电商平台速卖通在智利跨境电子商务中的市场份额持续上升。统计显示，速卖通占据智利跨境电商平台交易 42% 的份额，远超过其竞争对手亚马逊和希音（Shein）。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 03 日

预计今年泰国电商市场规模将达到 209 亿美元

近年来，凭借着较高的手机普及率、手机银行和社交媒体的使用，泰国电商市场获得了良好的发展条件。

Statista 最近发布的数据显示，预计今年该市场将达到 209 亿美元，2023 年至 2027 年还会实现 11.93% 的增长，到 2027 年，市场规模将达到 328.1 亿美元。这样迅猛的增长得益于庞大的网购消费者群体，目前泰国电子商务的用户渗透率已经达到 57.4%，超过总人口半数，而预计到 2027 年这一比例还将继续提高到 63.5%，用户数量将达到惊人的 4577 万。

来源：“亿恩网” 2023 年 03 月 29 日

欧洲电商市场日趋饱和，去年渗透率仅增长 1%

根据欧盟统计局（Eurostat）的最新结果，2022 年欧盟电商渗透率仅增长 1%，达 68%，而在 2021 年这一增长率为 1.4%，2020 年是 7.3%。这一指标表明，欧盟电商市场已经进入成熟阶段，未来增长的空间正在缩小。

在疫情封锁结束后，欧盟消费者正在回到实体店购物，导致电商销售进一步放缓。在不同的国家市场渗透率增长有所不同，电商消费在代际之间也表现出明显的差异。

来源：“亿恩网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 29 日

【专家视点】

新形势下，中国跨境电商如何更好地“出海”“闯关”？

作为国际贸易发展的新业态，中国跨境电商近年来蓬勃发展。据中国海关最近披露的数据显示，过去五年，中国跨境电商进出口额从 2018 年的 1 万亿元增长到 2022 年的 2.11 万亿元，越来越多“中国制造”通过跨境电商进入国际消费品市场。

随着多国陆续放宽国际旅行限制，今年中国跨境电商“出海”发展将迎来新的调整期，如何在新形势下更好地“出海”“闯关”成为时下业界的普遍关切。

跨境电商迎来哪些发展趋势？

自疫情防控政策优化调整以来，中国与全球的贸易与人员往来驶入“快车道”。谈及今年中国跨境电商面临的新形势时，“全球化”是一个重要的关键词。疫情发生以来，跨境电商是中国外贸增长的新亮点，其重要性进一步提升。随着中国疫情防控步入新阶段，未来将会有越来越多的中国跨境电商通过展会走出国门，到海外市场选品、采购，实现“买全球，卖全球”的目标。

“数字化”是另一个值得关注的变化趋势。近年来，传统外贸在转型，跨境电商在升级，数字化不仅仅是当下企业要顺应趋势，更是接下来发展的必备“武器”。不仅政府在力推数字化场景，平台在强化数字化赋能，服务商在试水应用数字化技术，一线企业更是对数字化发展展现出浓厚的兴趣。从趋势上看，数字化技术驱动将是未来跨境电商发展的有力抓手。

如何更好地“出海”“闯关”？

新形势下，中国跨境电商发展迎来新的机遇期，但下一步“出海”“闯关”也面临新的挑战。

其一，抗风险能力需要提升。在业内人士看来，后疫情时代，跨境电商企业已从以获客效率为主的竞争，进入到“获客+转化+交付+经营”一体化效率最优解的竞争阶段。对此，跨境电商需要进一步“强筋骨”，增强对抗不确定风险的能力，提升全链路的外贸经营能力，争取实现接得到单、发得出货、收得到款。

其二，产品质量要求提高。经过多年的草莽红利期，中国跨境电商正逐步迈向规范化发展。过去，跨境电商更多依靠制造业产品低价和互联网流量带动销量，但如今跨境电商互联网流量红利逐渐退去，市场对中国跨境电商商品的研发和科技含量也有了更高的期待。

其三，新经贸规则掌握度要求高。《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)的生效，为中国跨境电商带来了投资和贸易自由化和便利化，但同时也伴随着新挑战。中国跨境电商需要进一步树立合规意识，提高合规利用、高水平利用 RCEP 的能力，将挑战更好地转化为机遇。

当前，部分跨境电商面临物流成本增高的压力，以及由此产生的国际货运合同合规等相关问题。未来，中国跨境电商“出海”前还应多方位做好前期调研工作，熟悉当地相关经贸新规定，以减少相应的法律纠纷。才能赢得更多海外采购商的信任，增加海外采购商对中国商品的采购量。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 22 日

社科院报告：京沪等地 CBD 已形成数字产业发展制高点

近日，中国社会科学院生态文明研究所、中国商务区联盟和社会科学文献出版社共同发布《商务中心区蓝皮书：中国商务中心区发展报告 No.8（2022）》指出，我国 CBD 在数字产业化和产业数字化发展方面取得了积极进展和成效，成为所在城市和区域数字经济发展的核心支撑，比如北京 CBD、上海虹桥国际 CBD 等。

北京 CBD：数字经济新标杆

蓝皮书表示，北京 CBD 充分发挥“两区”政策叠加优势，紧抓数字经济发展的黄金窗口期，以数字经济引领产业变革为主线，推动数字产业化与产业数字化联动发展，数字经济已成为北京 CBD 的亮点之一。

目前，北京 CBD 已建成国内首个 L4 级别高精度城市级数字孪生平台，不仅为智慧城市管理建设了坚实的城市底座，也为互联网 3.0 时代发展打造了公共数字城市平台，形成了北

京 CBD 版的“数字新基建”，打造了全国智慧城市平台建设的新标杆。

北京 CBD 发布了全球数字会客厅，开启互联网 3.0 新体验，从数字化招商、办公服务及商务拓展与推广等三方面，帮助企业实现线上办公和真实场景的商务洽谈，同时导入更多媒体资源，帮助区域企业通过数字会客厅进行宣传。

蓝皮书指出，北京 CBD 创造了集创新交流、资本孵化与企业服务于一体的时空融合数字空间，具备创业辅导培训、创业路演、产品发布、投融资对接、孵化加速、政务服务、人才服务、党员报到等功能，助力创新创业团队发展，是北京 CBD 数字经济发展的重要布局。还与北京国际大数据交易所联合发布“北京 CBD 跨国企业数据流通服务中心”，为企业数据跨境业务提供咨询、合作对接等专业服务，构建数据安全产业体系和数据跨境生态体系。

北京 CBD 还搭建了国际贸易单一窗口平台，建立集行业组织、外贸企业、货代物流、机场港口、金融机构为一体的贸易数据共享链，通过数字化手段打通所有的贸易环节，以贸易数据确权为牵引，以贸易发展促进、贸易信用评价、贸易通关协同等典型场景为驱动，逐步实现跨境贸易全链条的数字化、交互化和场景化，让跨境贸易更可信、更高效、高安全。

上海虹桥国际 CBD：数字贸易国际枢纽港

上海虹桥国际 CBD 是虹桥国际开放枢纽区域功能布局的核心，肩负着推动长三角一体化发展、服务构建新发展格局、增创国际合作竞争新优势等一系列战略使命。

近年来，上海虹桥国际 CBD 不断强化核心功能，突出总部经济的能级提升、贸易功能的内涵拓展、流量价值的挖掘和创造，积极布局和发展新型国际贸易，着力打造全球数字贸易港和国家数字服务出口基地。

蓝皮书指出，上海虹桥国际 CBD 依托虹桥保税物流中心，重点引进了阿里巴巴、京东、谷歌等跨境电商龙头平台型企业，支持会展、医疗、教育、旅游、城市管理、金融等垂直细分行业的数字贸易设立企业总部基地、研发中心、运营中心、应用中心、数据中心和培训中心等机构。同时，结合智慧虹桥建设，率先创新应用 5G、北斗导航、物域网、AR/VR 等新技术，打造跨境数字贸易路演、线下活动、购物体验、娱乐参与的标志性场景体验区。

上海虹桥国际 CBD 还通过加强 5G 基础设施建设、推动国际互联网数据专用通道建设、打造 5G 应用场景、推进 5G 产业创新中心建设等，多措并举建成国际领先的 5G 示范商务区。通过推动 AI 技术与 5G 网络技术深度融合、赋能城市管理和行业应用等方式推进 AI 赋能的信息化应用布局。

来源：“上观新闻” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 03 月 28 日

【悦读电商】



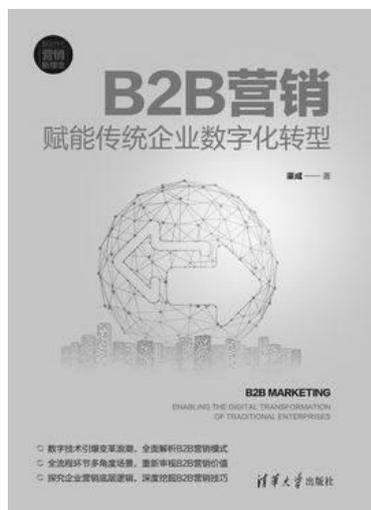
店播——助力中小微实体门店电商转型

内容简介

店播，是以门店为直播场景进行线上和线下的销售，通过门店直播，实现一对多的销售模式。

本书用通俗易懂的文字描述什么是店播、如何运营店播、怎样做店播、如何以最小的投入获得最好的收益。让读者快速对店播及其相关内容有个清晰的认知。做好店播，关键要把握好三要素：人、货、场。人，指直播间里的人和人设，一个既懂产品而又有趣的主播是店播的关键；货，指产品和供应链。店播所销售的产品是在自己店里卖过的，经得

起考究；场，指店播的场景搭建和场观，店播场景能为消费者营造舒适的消费环境。



B2B 营销：赋能传统企业数字化转型

内容简介

对很多营销人来说，做好 B 端营销一直存在许多难题。企业预算不足、渠道单一、不能像 C 端一样大面积推广、符合品牌基调的渠道难找等问题，都给 B 端营销带来重重挑战。针对 B 端营销存在的诸多难点与挑战。

本书从战略规划、内容设计、客户获取、私域流量、客户关系管理、团队管理、赋能销售、品牌管理、持续发展等方面进行实战性分析，并提供了 B2B 营销的实战解决方案。通过阅读本书，传统 To B 企业可以结合现代化工具，调整营

销思路，实现数字化转型和销售额增长。

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