

电子商务动态

● 行业资讯

- 国家邮政局：推荐对快递个人信息全加密处理，规范读取权限.....2
- 上海：牢牢掌握数字化发展主动权.....3
- 上海：着力实体经济 推进全产业链数字化升级.....4
- 上海今年将着力打造一批元宇宙超级场景.....4
- 上海城市数字化转型体验馆开馆.....5
- 上海“法国电商周”、“巴西电商周”活动启动.....7

● 政策法规

- 中央网信办等五部门印发《2023 年数字乡村发展工作要点》.....14
- 《快递电子运单》和《通用寄递地址编码规则》两项国家标准正式实施.....15

● 数据观察

- 国家统计局：1-3 月全国网上零售额 32863 亿元 同比增长 8.6%.....16
- 工信部：年增长率近 30% 我国算力总规模全球第二.....16
- 我国已制定出台网络领域立法 140 余部.....17
- 2023 全球独角兽榜 316 家中国企业上榜 5 家进入前十.....17
- 电竞品类成天猫新百亿市场.....18
- 字节跳动 2022 年利润首超阿里和腾讯.....19

● 专家视点

- 刘涛：数字经济赋能消费扩容提质.....20
- 百货零售业数字化进深水区，用户运营为关键.....21

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】

工信部、文旅部：到 2025 年我国旅游场所 5G 网络建设基本完善

为深入推进 5G 在旅游业的创新应用，赋能旅游业数字化、网络化、智能化转型升级，培育发展智慧旅游新业态、新模式，推动 5G 智慧旅游协同创新发展。日前，工业和信息化部联合文化和旅游部印发《关于加强 5G+智慧旅游协同创新发展的通知》。

《通知》围绕 5G+智慧旅游基础设施建设、融合创新应用和产业生态构建三大领域提出总体发展目标和九大工作任务，力争到 2025 年，我国旅游场所 5G 网络建设基本完善，5G 融合应用发展水平显著提升，产业创新能力不断增强，5G+智慧旅游繁荣、规模发展。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 12 日

国家邮政局：推荐对快递个人信息全加密处理，规范读取权限

4 月 7 日，国家市场监督管理总局今日召开专题新闻发布会，就《快递电子运单》和《通用寄递地址编码规则》两项国家标准进行解读。

国家邮政局发展研究中心副主任涂刚表示，《快递电子运单》国家标准设立专门章节，强化个人信息保护内容。具体包括：一是禁止显示完整的个人信息。二是推荐对个人信息进行全加密处理。三是规范个人信息相关内容的读取权限。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 07 日

市场监管总局：严查刷单炒信、网络直播虚假宣传等网络不正当竞争行为

市场监管总局近日组织开展 2023 年反不正当竞争“守护”专项执法行动，从创新发展、高质量发展的大局出发，坚持规范监管和促进发展并重，不断拓展反不正当竞争执法深度和广度，提升市场竞争整体质量和水平。

专项行动重点之一是以查处互联网不正当竞争行为为重点，严厉查处刷单炒信、网络直播虚假宣传等网络不正当竞争行为，为数字经济发展保驾护航。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 18 日

国家网信办：就生成式人工智能服务管理办法公开征求意见

4 月 11 日，国家互联网信息办公室就《生成式人工智能服务管理办法（征求意见稿）》公开征求意见。

《意见》提到，提供者应当对生成式人工智能产品的预训练数据、优化训练数据来源的合法性负责。其中提到，用于生成式人工智能产品的预训练、优化训练数据，应满足以下要求：符合《中华人民共和国网络安全法》等法律法规的要求；不含有侵犯知识产权的内容；数据包含个人信息的，应当征得个人信息主体同意或者符合法律、行政法规规定的其他情形；能够保证数据的真实性、准确性、客观性、多样性；国家网信部门关于生成式人工智能服务的其他监管要求。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 12 日

上海：牢牢掌握数字化发展主动权

4 月 10 日，上海市城市数字化转型工作领导小组会议举行。会议指出，要把握和引领发展趋势，坚持问题导向，加强城市数字化转型整体布局，以技术整体性提升工作整体性，强化重点应用和关键场景牵引。根据不同领域数字化转型特点需要，科学制定有针对性和操作性的数字化实施方案和工作举措，推动经济数字化、生活数字化、治理数字化深入发展，更好为经济社会发展赋能，提高城市治理体系和治理能力的现代化水平。

会议指出，要强化城市数字化转型的基础支撑。夯实城市数字底座，统筹推进网络、算力、感知、应用等基础设施建设和布局，加快构建一张基准统一的“时空底图”、打造一个边界一致的“数字网格”、编制一个标识统一的“城市码”。畅通数据流动循环，加快公共数据等上云上链，完善数据开放共享法规体系，确保数据的安全性、可溯性和系统的敏捷性、可拓展性。

会议指出，要强化技术创新与场景开放双轮驱动。更加精准把握数字技术的前沿动态、

趋势方向和发展重点，把技术逻辑和现实需要有机结合起来，加快底层技术、安全技术突破。坚持聚焦重点、贴近需要推进应用场景开发，深化建设政务服务“一网通办”、城市运行“一网统管”。

会议强调，要推动数字经济和智慧城市相互促进。梳理智慧城市建设需求，形成面向市场的机会清单，集聚和推动一批掌握数字关键技术、占据数字经济前沿的优秀企业加快发展壮大。加速数字技术产业化进程，用好数据交易所、国际数据港等平台。要以一流数字治理营造一流数字生态，加强数字规则建构和制度供给，提升基层治理数字化水平，助力中小企业数字化转型，补齐城市数字化转型短板。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 10 日

上海：着力实体经济 推进全产业链数字化升级

上海坚持把发展经济的着力点放在实体经济上，加快制造业数字化转型，培育发展工业互联网，深入推进新型工业化。今年上海要为 1000 家规模以上制造业企业开展数字化诊断，加快转型进程。

上海市经信委副主任汤文侃表示，提高我们这些制造业的数字化转型的速度，来提高我们的全要素的生产力。我们现在上海的规上工业的企业 9400 多家，后续整个的一个数字工厂的建设还是有相当大的空间。

目前，上海已培育出 30 个有影响力的工业互联网平台，链接各类工业设备 800 多万台。同时，今年上海还将开展工业互联网一体化进园区专题活动，在上海化工区、大飞机产业园等园区试点“平台+园区”发展新模式，赋能产业集群能级跃升，推进新型工业化。

来源：“央视新闻客户端” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 17 日

上海今年将着力打造一批元宇宙超级场景

4 月 12 日，上海市经信委主任吴金城做客“2023 民生访谈”，从智能网联车聊到创新药的“最后一公里”，从 ChatGPT 谈到元宇宙。

吴金城表示，这些高端产业其实藏着大民生。ChatGPT 已来，但不会影响上海在元宇宙赛道的持续布局。上海既有元宇宙产业化，也可带动产业元宇宙化。比如“元”上苏河是上

海已推出的元宇宙场景，围绕苏州河水岸景观构建数字孪生场景，将苏州河沿岸 21 公里 20 余个优秀历史建筑搬到“云”上，基于沿岸各类传感器，同步呈现真实世界信息，实现元宇宙空间的实时渲染和虚实联动，游客、居民、商户、城市管理者等不同数字身份的用户可进行虚拟现实交互，从而实现三个“一”，即一网感知苏河全域、一站处置苏河事件、一屏呈现苏河风貌。

此外，上海还将建设元宇宙智慧医院、前滩东体元宇宙、张江数字孪生未来之城等元宇宙超级场景。

来源：《解放日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 13 日

上海智能网联出租示范运营启动

4 月 17 日，上海市首批智能网联出租示范运营在嘉定正式启动，上海市首批智能网联出租示范运营通知书和示范运营证正式颁发，百度智行、裹动科技、赛可智能、赛可出行、大众出租、锦江出租等企业获得相关证照。自动驾驶技术将进一步融入生产、走入生活，引领人们出行方式乃至生活方式的全面变革。

目前上海智能网联汽车测试企业数、牌照发放量、开放道路里程、道路测试里程、场景丰富度等均位居全国第一。上海已向 28 家企业 624 辆车颁发道路测试和示范应用牌照，测试里程超过 1422 万公里。

上海市首批智能网联出租示范运营的正式启动，将加速智能网联汽车商业化路径的探索形成。企业将可以在嘉定区 1076 公里以及临港新片区 498.7 公里开放测试道路范围内开展示范运营。

未来，上海还将分场景、分阶段、分批次推动更多企业走向示范运营，着力形成规模化商业运营，加快打造智能出行服务生态。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 18 日

上海城市数字化转型体验馆开馆

4 月 7 日，上海城市数字化转型体验馆在杨浦区景星路 465 号揭牌开馆，推出探馆、企业首发首秀路演宣讲等活动，展示城市数字化转型成果。

据介绍，上海城市数字化转型体验馆秉承“搭建转型实践展示新窗口，打造数字场馆新地标”的宗旨，展现经济数字化转型的“创新之力”、生活数字化转型的“惠民之策”、治理数字化转型的“智慧之治”。体验馆总面积 7100 平方米，分为序厅、经济、生活、治理展区及尾厅等 5 个部分，目前共遴选 390 家单位的 610 项展品，涉及 35 个主题 116 个综合展示场景。

这 610 个展项均求精求新求特，从中又好中选优，最终 16 个“明星”展项胜出，包括上汽临港无人车间、上汽零束“银河”智能车全栈解决方案、傅利叶智能下肢康复机器人、蚂蚁集团蚂蚁链、米哈游数字人 yoyo 鹿鸣、上海电信公共服务算力平台、申通地铁无人驾驶等。

体验馆还发布了 6 个超级应用，分别是中国商飞的元宇宙时代下的 5G 智慧工厂、上海数据交易所的国家数据交易所建设、森亿智能的 AI 辅助诊疗、科大讯飞的基于硬核技术下的教育数字基座领先应用、上海城建数字产业集团的杨浦大桥数字孪生管理，以及上海通办信息的随申码“一码通行”。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 10 日

上海中心城区首个数字广告园区在普陀区开园

4 月 12 日，上海市数字广告园区在普陀区真如城市副中心鸿企中心正式开园，据介绍，园区以打造“产业要素集聚地、龙头企业入驻地、知名奖项举办地、专业人才涵养地”为目标，借力“海纳小镇”数字化转型示范区的创新引擎作用，为数字广告企业提供广阔的发展空间、活跃的交流平台、有力的技术支撑。普陀区将以数字广告园区为抓手，不断引进优质企业，加快构建人才体系，积极筹划品牌活动，持续优化营商环境，打造具有核心竞争力、示范引领力的数字广告产业生态。

近年来，普陀区紧紧抓住上海建设“国际数字广告之都”的重大机遇，聚力推动数字广告产业发展，构建起较为完整的数字广告产业链和生态系统。园区的建立标志着普陀区数字经济发展再上新阶。

来源：“普陀区人民政府” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 13 日

上海“法国电商周”活动启动

4月6日-13日，由上海市商务委员会、市网购商会、市直播电商联盟组织的“上海法国电商周”举办。本次活动旨在通过促消费和文化周让消费者深入体验了解法国文化和商品，上海电商平台、国别中心“法国馆”等通过线上线下联动的方式开展品牌促销，汇集来自法国的多种商品，范围涵盖了美妆、酒水饮料、调味品、烘焙、家具用品、饰品、陶瓷制品等多领域，带领消费者云品法国好物。

来源：“上海市网购商会” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年04月06日

上海“巴西电商周”活动启动

4月11日-4月15日，上海市商务委员会、市网购商会、市直播电商联盟组织举办“上海巴西电商节”活动。此次活动电商平台、国家馆、直播基地进行线上线下联动，旨在带领消费者感受巴西文化、领略巴西风情。

来源：“上海市网购商会” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年04月12日

携程集团与沙特旅游局签署战略合作备忘录

近日，携程集团与沙特阿拉伯旅游局签署了战略合作备忘录，将共同开展沙特旅游资源宣传，并通过定制化全球营销方案，为中国游客提供高品质的旅行服务。双方将通过携程、Trip.com、Travix等渠道，借助携程全球布局，推出一系列深度的联合营销活动，从而提升沙特旅游知名度、吸引包括中国在内的全球游客前往沙特阿拉伯观光旅行。

此外，双方还将在全球数字支付解决方案、可持续旅行、机票票务、服务人员培训等多个方面开展深度合作，助力提升沙特旅游服务人员、中文指引等基础设施的布局，加强对中国游客的旅行基建建设。

据悉，本次合作备忘录的签署是中沙共建“一带一路”倡议与沙特“2030愿景”的联合，这是沙特旅游局自2020年6月成立以来，首次与中国合作伙伴签署合作备忘录。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023年04月07日

PingPong 联合上海外综服推出“支付+退税”一站式综合解决方案

随着市场竞争日趋激烈，运营成本上升，卖家的利润空间不断被挤压，越来越多卖家将目光投向了出口退税，以求能降低成本。日前，中国跨境卖家专业服务平台 PingPong 联合上海外综服国际贸易有限公司（以下简称上海外综服），为跨境企业共同推出“支付+退税”一站式跨境供应链综合解决方案，为跨境电商卖家提供综合服务。

据了解，通过 PingPong “退税服务付款”产品，PingPong 的电商客户和外贸客户，均可以在 PingPong 用户后台，一键报名退税，快捷付款至退税服务商，即可享受 PingPong 提供的专属退税服务。

在跨境电商、外贸发展的关键时期，PingPong 与上海外综服的合作，无疑将为传统外贸企业、跨境电商卖家提供更多帮助，助其在激烈的竞争中独占鳌头。

隶属于东浩兰生集团的上海外综服是全国知名的外贸综合服务平台，是一家专注于为贸易中间商、生产工厂、国外采办、跨境卖家等外贸相关企业提供专业收付汇、报关、退税、物流、信保等一站式外贸综合服务的国有企业。

PingPong 成立于 2015 年，截至目前，PingPong 在全球设有超 30 个分支机构，是全球最大的跨境贸易数字化服务商之一。

来源：《电商报》编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 10 日

“2023 中国国际电子商务博览会”将于 6 月在义乌举办

“2023 中国国际电子商务博览会”将于 6 月 15—17 日在浙江省义乌国际博览中心举办。本届博览会以“构建新发展格局 发展高质量电商”为主题，由商务部、工业和信息化部指导，中国国际电子商务中心、中国电子商会、浙江省商务厅和义乌市人民政府共同主办。

据介绍，本届博览会聚焦电商数字化趋势，设国际标准展位 2300 个，展览面积 5 万平方米，包括数字商务展区、知名电商平台展区、跨境电商展区、电子商务示范城市（基地）/跨境电商综试区展区、电商服务企业展区、农村电商展区、直播电商展区、品牌供应链展区等 8 大展区。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 06 日

《2022 长三角数字经济发展报告》发布

近日，国家工业信息安全发展研究中心正式发布《2022 长三角数字经济发展报告》（以下简称《报告》）。《报告》基于“数字经济测度工具箱”，利用两化融合服务平台以及官方数据，对长三角地区上海、南京、苏州、杭州、合肥等 27 个城市的数字经济发展水平开展测评，并针对长三角地区数字经济发展特点，为长三角数字经济高质量健康发展提出对策建议。

《报告》显示，长三角一市三省以数字经济带动整体经济社会快速发展的态势已经形成，经过多年发展，以上海为区域中心城市，以南京、杭州、合肥等省会城市，以及苏州、无锡、常州、宁波等经济强市作为副中心的“一主多副”结构逐渐发挥辐射带动作用，引领长三角城市群数字经济发展水平逐年稳步提升。数字基础设施方面，沪杭宁适度超前建设数字基础设施，为数字经济发展夯实底座；数字产业化方面，上海、杭州、南京、苏州等城市数字产业走在全国前列，为本地高质量发展提供重要牵引；产业数字化方面，苏州、宁波、无锡等城市产业数字化转型需求迫切，数字技术先发优势助力产业转型升级；数字化公共服务方面，数字经济深度融入长三角百姓生活，城市群全员落地“城市大脑”；数字经济生态环境方面，长三角数字经济创新环境良好，数字产业集聚发展吸引高端人才不断汇入。

《报告》建议，长三角城市可以从建设泛在互联的数字基础设施、推动产业数字化转型、加大数字产业化扶持力度、持续完善公共服务数字化水平、优化提升数字营商环境等方面继续发力，深挖数字经济发展潜能。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 07 日

“数字化转型”成百货零售行业破局共识

数据显示，截至 4 月 18 日，已有 28 家百货零售业相关上市公司披露了 2022 年年报。据梳理，28 家公司中仅有 4 家去年实现营收正增长；9 家公司去年实现净利润正增长。根据相关年报，谋求数字化转型，已成为百货零售业的发展共识。

各家百货零售公司发力数字化转型的主要方式包括：通过提升数字化服务经营管理能力、发展多业态数字化融合运营、以数字化为引领；加快线上线下渠道融合，以及通过数字化工具及精准营销，拓展私域流量池等。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 18 日

搭乘数字化快车，老字号加速“出海”

家喻户晓的新中国自行车第一品牌凤凰自行车、中国制表行业的开创者和领先者海鸥手表、占领了几代人家居清洁记忆的白猫洗洁精等历史悠久、带着“国民光环”的中华老字号企业，近年来纷纷加快走出国门的步伐，拓展海外市场，向世界讲述中国的品牌故事。在这背后，数字化平台是他们扬帆出海的强劲助力。

上海凤凰自行车品牌中心总监徐力表示，借力数字化平台和视频化方式，不仅能直观地给海外客户演示企业的生产工艺、使用体验，提升获客效率，并获得信任和订单成交，更对传统制造业留住人才有非常大的作用。

为让更多海外消费者了解中国表品牌，2019年下半年，海鸥表入驻全球速卖通平台，拓展海外市场，仅半年时间就有不俗的表现及成绩，成为速卖通2019—2020年度新锐之星。

作为占领了几代人家居清洁记忆的中华老字号品牌，白猫近年来也走出了品牌出海的新征途，在此期间，借助数字化平台和跨境直播的模式，这个国货标杆也收获了无限惊喜。

来源：《国际商报》编选：《电子商务动态》编辑部 2023年04月17日

《移动终端适老化评测标准》发布

日前，软件绿色联盟发布《移动终端适老化评测标准》，规定了适用于老年人使用的手机产品适老化方面功能和性能测试方法，包括屏幕显示、音频控制、屏幕触控交互、语音交互、远程辅助、应急应用、健康监控和休闲娱乐等八大方面的测试方法。

据了解，该标准由中国信息通信研究院、中国电子技术标准化研究院、华为、阿里巴巴、字节跳动、京东等机构和企业共同起草。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023年04月17日

GPT 产业联盟正式成立

4月18日，“2023全球元宇宙大会”在北京举行。大会上，GPT产业联盟正式成立。

自ChatGPT发布以来，AI领域的技术、产品和创业生态几乎在以周为单位迭代，对行业生态产生了广泛和深远的影响，是当下与未来重要的科创竞争新高地。为了更好地探索AI技

术交流与合作，应对 AI 带来的挑战，中国移动通信联合会、中国电信、中国移动、中国联通、中国广电等单位共同发起成立了 GPT 产业联盟。

据介绍，GPT 产业联盟将探索智能涌现产生的机制和工程路径；发现智能时代开启原始创新机会；发明支撑智能商业价值涌现与流转的技术架构，致力于将人工智能力量打造成为造福人类、影响世界、影响未来的强大数字力量。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 19 日

北京将探索轨道交通非高峰时段物流配送

4 月 19 日，据北京市交通委介绍，北京将从构建快速轨道网、构建轨道上的都市生活、强化网络整体运输效能、突破技术标准障碍、完善轨道网网络功能 5 方面，持续优化提升既有有线网。

其中提到，探索利用轨道交通非高峰时段开展物流配送。北京市将推进轨道微中心建设，拓展便利店、生活服务等便民设施，提升高品质、个性化服务水平，探索利用轨道交通非高峰时段开展物流配送，打造轨道上的都市生活。

来源：《电商报》编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 19 日

京东布局元宇宙 新增“京造元宇宙”虚拟世界

日前，京东自有品牌“京东京造”正式对外公布了“京造元宇宙”虚拟世界。据介绍，在“京造元宇宙”的广场主场景中，用户可以解锁不一样的家场景，足不出户就能线上全方位漫游、欣赏产品，在感受科技之美的同时，带给用户更新鲜、便捷的元宇宙逛买体验。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 07 日

腾讯云推出业内首个“全真互联博物馆”

4 月 11 日，首座“全真互联博物馆”在江苏南京大报恩寺遗址博物馆上线，该博物馆由南京文投集团大明文化文都云与腾讯云联合打造，这也是业内首个“全真互联博物馆”。致力于通过 VR/AR、AI、数字孪生等技术，为游客带来沉浸式的参观体验。

“全真互联”的概念由腾讯首提，指通过多种终端和形式，实现对真实世界全面感知、连接、交互的一系列技术集合与数实融合创新模式。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 12 日

京东收银发布全新商户数字化解决方案

4 月 18 日，京东收银在“第二十三届中国零售业博览会(CHINASHOP2023)”上发布了全新商户数字化解决方案。首次提出“商户数字化三段论”，从群体特性、数字化需求层级、解决方案三个角度，为商户提供长期价值，助力其利润持续增长。

此外，京东收银还发布了“鱼跃生态共创计划”，将在 3 年内投入 2 个亿资金，提供 6 大支持措施，与合作伙伴一道，助力零售产业数字化升级。

据了解，京东收银隶属于京东科技集团。专注于打造安全、高效、稳定的以收银为核心的一站式门店数字化产品和服务，

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 19 日

盒马正筹备上市事宜 计划明年上市

4 月 19 日，彭博社消息称，盒马正在为赴港 IPO（首次公开募股）做准备，它将选择中金和摩根士丹利安排上市事宜，并有考虑将上市时间安排在明年。对于报道中的上市一事，盒马方面回复称，“我们对市场传言暂时没有更多评价。”

盒马是阿里巴巴新零售的探路者。有数据显示，目前全国已有 300 余家盒马鲜生门店（含盒马 mini）、9 家盒马 X 会员店、153 个盒马村。在业务方面，盒马 CEO 侯毅在今年年初曾经透露，盒马主力业态盒马鲜生已实现盈利。

今年 3 月，阿里启动“1+6+N”组织结构变革：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、菜鸟、国际数字商业、大文娱等六大业务集团和多家业务公司。根据规划，具备条件的业务集团和公司，都将有独立融资和上市的可能性。这引发了外界的猜想。

来源：“观察者网”编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 19 日

支付宝上线“付款码隐私保护功能”

为了保护用户资金安全，近日，支付宝的付款码增加了“付款码隐私保护功能”。用户打开“付款码隐私保护功能”，付款码呈现隐藏状态，点击“展示付款码”可正常展示。

此外，支付宝表示，为了保护用户的支付安全，支付宝还为付款码配备了四重保护，包括：付款码页面禁止手机截屏或出现截屏安全提醒；付款码每分钟会自动更新且一次有效；隐藏“付款码数字”，进入数字码页面强制观看防骗提醒；付款码安全锁功能，开启后需要验证才能进入收付款码页面。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 13 日

京东到家发布即时消费场景五大趋势

日前，京东到家在 8 周年之际发布趋势洞察，揭示当下即时消费场景的五大趋势——现在就要、宅出精致、硬核养生、潮向户外、活出仪式。京东到家方面表示，其中“现在就要”的消费心态更普适化和常态化，从而带动即时消费走向全客群、全地域、全品类、全诉求、全场景和全天候。

“宅出精致”是不少年轻人推崇的生活方式。不同于好吃懒做，在快生活节奏的当下，他们通过京东到家等即时零售平台，以更高效的方式解决衣食住行，将有限的时间用在更有价值的地方。

健康生活成为消费刚需。随着年轻人加入养生队列中，便捷式养生、碎片化养生、即食养生，不断拓展着健康消费的边界。

户外潮流运动蔚然成风，成为社交新风尚。越来越多消费者追求活力美。即时消费也让户外生活方式变得更加简单、便捷。

生活有仪式感，一件普通的小事也能散发出别样的光芒。越来越多消费者愿意为商品附加的体验感和仪式感买单。

来源：《电商报》编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 11 日

支付宝搜索新增“生活号动态”，可展示图文、短视频、直播

近日，支付宝搜索结果页新增“生活号动态”展示，用户搜索关键词时，相关图文、短视频和直播会根据关联度被推荐，包括商家、机构、达人发布的近期活动、服务攻略、生活经验等。

用户在支付宝首页搜索服务时，可以通过“生活号动态”获取最新消息，如近期优惠、服务变更和优质内容等，帮助其快速获得精准服务。同时，生活号创作者也可以通过运营生活号，匹配关键词，获得更多曝光和粉丝关注。

据了解，2022年7月支付宝生活号宣布升级以来，已经逐步打通首页搜索、首页卡片、生活频道、支付成功页等多个公域位置，和小程序一起成为商家在支付宝经营最重要的两个自运营阵地。

“生活号动态”进入搜索展示，意味着支付宝生活号内容生态到达一定规模。目前，支付宝 App 搜索结果包括小程序、生活号、理财、市民服务 4 个内容服务板块。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 07 日

【政策法规】

中央网信办等五部门印发《2023 年数字乡村发展工作要点》

近日，中央网信办、农业农村部、国家发展改革委、工业和信息化部、国家乡村振兴局联合印发《2023 年数字乡村发展工作要点》。

《工作要点》明确了工作目标：到 2023 年底，数字乡村发展取得阶段性进展。数字技术为保障国家粮食安全和巩固拓展脱贫攻坚成果提供更加有力支撑。农村宽带接入用户数超过 1.9 亿，5G 网络基本实现乡镇级以上区域和有条件的行政村覆盖，农业生产信息化率达到 26.5%，农产品电商网络零售额突破 5800 亿元，全国具备条件的新型农业经营主体建档评级基本全覆盖。乡村治理数字化水平稳步提高，乡村数字普惠服务不断深化，农民数字素养与技能持续提升，数字乡村试点成效更加凸显。

《工作要点》部署了 10 个方面 26 项重点任务。一是**夯实乡村数字化发展基础**，包括加快补齐乡村网络基础设施短板、持续推动农村基础设施优化升级、稳步推进涉农数据资源共

享共用。二是**强化粮食安全数字化保障**，包括推动粮食全产业链数字化转型、运用数字技术保障国家粮食安全。三是**提升网络帮扶成色成效**，包括持续做好防止返贫动态监测和帮扶、不断增强脱贫地区内生发展动力。四是**因地制宜发展智慧农业**，包括加快农业全产业链数字化转型、强化农业科技和智能装备支撑。五是**多措并举发展县域数字经济**，包括推进农村电子商务提档升级、培育壮大乡村新业态新模式、深化农村数字金融普惠服务。六是**创新发展乡村数字文化**，包括营造乡村网络文化繁荣发展环境、推动乡村文化文物资源数字化。七是**提升乡村治理数字化水平**，包括加强农村党务政务村务信息化建设、增强农村社会综合治理数字化能力、完善农村智慧应急管理体系。八是**深化乡村数字普惠服务**，包括持续推进“互联网+教育”、持续推进“互联网+医疗健康”、深化农村就业和社会保障信息服务。九是**加快建设智慧绿色乡村**，包括推动农村人居环境数字化监管、提高乡村生态保护信息化水平。十是**保障数字乡村高质量发展**，包括加强政策支持、加强人才支撑、加强标准化建设、加强统筹协调。

来源：“中国新闻网”2023年04月13日

《快递电子运单》和《通用寄递地址编码规则》两项国家标准正式实施

近日，国家市场监督管理总局（国家标准委）批准发布的《快递电子运单》（GB/T 41833-2022）和《通用寄递地址编码规则》（GB/T 41832-2022）两项国家标准正式实施。

《快递电子运单》国家标准强化个人信息保护，禁止显示完整的个人信息，推荐对个人信息进行全加密处理，规范个人信息相关内容的读取权限。

在强化个人信息保护方面，《快递电子运单》国家标准要求快递企业、电商经营主体等采取措施，避免在电子运单上显示完整的收寄件人个人信息。收寄件人姓名应隐藏1个汉字以上，联系电话应隐藏6位以上，地址应隐藏单元户室号。

推荐对个人信息进行全加密处理，规范个人信息相关内容的读取权限，仅限于快递企业及其授权的第三方、相关管理部门，使用相关设备合法读取。

标准还明确了纸张、背胶、油墨，以及字体字号、隐藏及加密处理、胶粘物理性能等一系列技术指标。

《通用寄递地址编码规则》国家标准实现全行业地址信息及编码体系的统一，将寄递地址代码化、替代文本地址，无需再记录和书写传统的文本地址，避免了地址不清、书写错误

等问题，方便寄递企业和广大用户。

通用寄递地址编码的应用场景十分广泛，如应用于无人机、无人车，实现自动导航和智能无接触服务；连通不同企业的数据信息，实现共同分拣、共同投递等。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 10 日

【数据观察】

国家统计局：1-3 月全国网上零售额 32863 亿元 同比增长 8.6%

4 月 18 日，国家统计局发布的数据显示，1-3 月份，全国网上零售额 32863 亿元，同比增长 8.6%。其中，实物商品网上零售额 27835 亿元，增长 7.3%，占社会消费品零售总额的比重为 24.2%；在实物商品网上零售额中，吃类、穿类、用类商品分别增长 7.3%、8.6%、6.9%。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 18 日

国家邮政局：3 月中国快递发展指数为 307.7 同比提升 22.5%

国家邮政局数据显示，2023 年 3 月中国快递发展指数为 307.7，同比提升 22.5%。其中发展规模指数、服务质量指数和发展能力指数分别为 408.9、363.8 和 222.9，同比分别提升 25.9%、19.9%和 18.8%；发展趋势指数为 89.8，同比提升 43.9%。

快递市场呈现快速恢复势头，服务质量巩固提升，服务能力进一步增强。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 13 日

工信部：年增长率近 30% 我国算力总规模全球第二

近年来，我国算力产业年增长率近 30%，算力总规模位居全球第二。

工业和信息化部数据显示，截至 2022 年底，我国算力总规模达到 180EFLOPS（每秒 18000 京次浮点运算），存力总规模超过 1000EB，国家枢纽节点间的网络单向时延降低到 20 毫秒以内，算力核心产业规模达到 1.8 万亿元。

工业和信息化部相关负责人表示，近年来，我国算力基础设施发展成效显著，梯次优化的算力供给体系初步构建，算力基础设施的综合能力显著提升。当前，产业正朝智能敏捷、绿色低碳、安全可靠方向发展。

来源：“新华社” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 12 日

我国已制定出台网络领域立法 140 余部

国务院新闻办公室近日发布《新时代的中国网络法治建设》白皮书。白皮书显示，中国网络立法伴随互联网发展历经从无到有、从少到多、由点到面、由面到体的发展过程，现已制定出台网络领域立法 140 余部，基本形成以宪法为根本，以法律、行政法规、部门规章和地方性法规、地方政府规章为依托，以传统立法为基础，以网络内容建设与管理、网络安全和信息化等网络专门立法为主干的网络法律体系，为网络强国建设提供坚实制度保障。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 06 日

深圳共有 2 万家电子商务企业，数量占全国一半

数据显示，截至 2022 年，深圳共拥有 2 万家电子商务企业，占据全国数量一半；深圳带货主播数总计达 7583 个。

2022 年，深圳直播带货 296.5 万场，同比增长 28.8%；吸引消费者观看 302.62 亿人次，同比增长 49.7%；参与直播的商品网络零售量 8.8 亿件，形成网络零售额 1649.2 亿元，广东省排名第一。2022 年，深圳全年直播网络零售额全国排名第三，仅次于上海、北京。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 09 日

2023 全球独角兽榜 316 家中国企业上榜 5 家进入前十

4 月 18 日，胡润研究院于广州发布《2023 全球独角兽榜》（Global Unicorn Index 2023），今年发布的榜单中，全球前 5 名独角兽企业的排名变动不大，分别是字节跳动（北京）、SpaceX（美国洛杉矶）、蚂蚁集团（杭州）、希音（Shein，广州）、Stripe（美国旧金山）。

此外，全球前 10 名独角兽企业中，有 5 家是中国企业，除上述 3 家外，微众银行排名

第六，菜鸟网络排名第九，美国则有 3 家企业入榜前十，此外还有 1 家来自英国，1 家来自阿联酋。

整体而言，全球独角兽总榜中，美国以 666 家独角兽企业领先，比一年前增加 179 家，占全球独角兽总数的 49%；中国以 316 家位居第二，比一年前增加 15 家，中国独角兽数量比后面 15 个国家加在一起还要多；印度保持第三位，有 68 家独角兽企业，比一年前增加 14 家；此外，英国第四，有 49 家独角兽企业，德国排名第五，有 36 家独角兽。以色列上升一位，和法国并列第六。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 19 日

电竞品类成天猫新百亿市场

电竞是一个新兴产业，电竞消费如火如荼。为了帮助消费者建立认知，天猫在过去几年专门为电竞建立了独立的品类标准，并在搜索、推荐等场域做了垂直化改造，用户搜索“电竞”，即可查看电竞房指南、电竞攻略、经验分享等内容，以找到最合适自己的商品。

数据显示，去年电竞品类在天猫的成交规模已经超过 100 亿元，消费用户规模已达 1 亿，主要品牌的 GMV 总增速超 50%。

“国货崛起”与“新品逆袭”成为天猫平台电竞产业的关键词，目前天猫平台上 50 个主要电竞品牌，中国产品牌占 70%。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 19 日

京东物流等 11 家企业发起“供应链脱碳倡议”

面对全球气候变化不确定性增加，通过企业间的合作加速供应链环节的绿色低碳转型，助力“双碳”目标达成已成为发展共识。日前，在 2023 绿色供应链创新发展论坛中，京东物流、中国港湾、中铁物资集团等 11 家企业共同发起“供应链脱碳倡议”呼吁企业、行业就绿色供应链管理方式和进展与利益方开展全方位沟通，积极主动的披露环境表现，接受公众监督。

在“倡议”中，京东物流等企业呼吁各方积极推动供应链领域的绿色可持续发展，力求实现端到端的低碳化、绿色化、可循环化，将生态文明建设和绿色低碳理念融入企业的核心

价值体系，在供应链企业范围一、范围二和范围三排放数据精准识别和量化的基础上，积极探索制定供应链脱碳目标和技术实施路径，发挥以点带面作用，联合上下游企业，协同打造绿色供应链，探索应用绿色化包装，推动产业链相关企业共同践行绿色发展理念。

同时，“倡议”呼吁企业加强绿色供应链信息披露，提升企业环境信息透明度。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 13 日

美团夜间到店餐饮订单量同比增长 66%

随着我国消费市场的加快回暖，以及入春后天气逐渐转暖，各地“夜间经济”持续升温。美团数据显示，今年 3 月以来，平台上夜间（18 时至次日 6 时）到店餐饮订单量同比增长 66%，休闲娱乐订单量同比增长 89%，体验式消费等新鲜业态持续走热。

在即时零售、社区电商等新业态助力下，线上夜间消费同样火热，数据显示，相比去年同期，平台上夜间超市外卖订单量增长 48%，商场外卖订单量增长 51%，鲜花和水果外卖订单量增速也在 25% 以上。

来源：《电商报》编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 10 日

字节跳动 2022 年利润首超阿里和腾讯

4 月 10 日，据英国金融时报报道，字节跳动去年的利润首次超过腾讯公司和阿里巴巴公司。报告援引两位了解相关数据的投资者称，尽管快速增长的 TikTok 业务部门亏损不断，字节跳动 2022 年息税折旧及摊销前利润(EBITDA)约为 250 亿美元(1718 亿元)，同比增长 79%。腾讯在其初步收益报表中报告 2022 年的 EBITDA 为 1640 亿元(239 亿美元)，而阿里巴巴同期的数字约为 227 亿美元。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 11 日

天猫超市年内将布局 20 个半日达城市 构建一线城市经济圈

日前，天猫超市和菜鸟举办的服务品质升级发布会上，天猫超市宣布在杭州率先启动快递包裹“半日达”服务，即上午买下午到，晚上买早上到的极速送达和送货上门服务。

据了解，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%。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 10 日

美团外卖首次直播订单量年同比增长近 50%

近日，美团外卖锚定部分优质商家，邀请美食 KOL 入局首次推出外卖直播带货，全程直播 11 小时。

截至 2023 年 4 月 18 日 23:59:59，美团外卖订单量年同比增长近 50%，DAU 年同比增长达 75%，参与活动的百大餐饮品牌交易额周增速均值超 30%。为保证商家更好服务客户，美团外卖还为商家提供了专属运力支持。

来源：《电商报》编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 20 日

【专家视点】

刘涛：数字经济赋能消费扩容提质

我国数字经济不断向纵深发展，深刻改变了人们的生活方式、消费习惯和信息获取渠道，对促进消费扩容提质产生一系列重要且深远的影响。

随着数字技术广泛应用于生产生活，数字技术应用从需求端贯通到供给端，从围绕海量个性化消费需求的精准洞察、捕捉和场景营造，向上游的物流配送、生产制造、研发设计等环节渗透延伸，促进了商品品种增加、品质提升以及品牌打造，能够实现对需求的快速响应和更好满足。与此同时，线上消费对总消费产生的净增效应凸显。数字经济发展不是简单地将消费从线下转移到线上，而是通过各类生活服务电商平台的发展，大大拓宽了商户提供服务的半径，满足消费者各个时段和特定场景的需求，促进消费潜力的释放，有效拓展了消费特别是服务消费的增量空间。把握数字经济发展与消费升级交汇的重要趋势，有助于更好推动形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。

顺应数字经济发展趋势，积极推动数字经济赋能消费扩容提质，应是着力扩大国内需求的一个重要抓手。

一是提升多元化供给体系的适应性和创新力。要加快推进数字化从单点突破向全链条扩

散覆盖，鼓励互联网平台通过深入挖掘数据要素潜力，帮助企业及时捕捉不同年龄、不同类型的消费群体新需求；大力推广应用柔性化、智能化生产模式，提升产能灵活转换和快速响应能力；积极搭建多样化对接机制，支持互联网平台加强对中小商户线上运营、融资等方面的服务。总之，就是要以高质量供给满足和创造新需求，推动形成供需互促、产销并进的良性循环。

二是加强消费相关基础设施智能化建设。需以满足消费升级需求为导向，建立健全政府引导与市场主导相结合的投资模式，加快布局和建设 5G、物联网、人工智能等新型基础设施，带动下游应用市场，融合部署交通、能源、市政等设施建设。加强交通场站与商业街区、旅游景点、文体场馆等消费空间的连通性，改造提升适应消费新业态新模式的基础设施。支持社会力量参与文化、旅游、体育、健康、养老、教育等领域基础设施建设。

三是增强政策措施的系统性和协同性。要促进平台企业健康、创新发展，进一步放宽文化、体育、健康、养老等领域准入限制，建立健全简约高效、公正透明、宽进严管的行业准营规则；提升政务数据资源开放共享水平，搭建技术数据资源平台和面向更多行业的数据资源共享平台，形成多元化创新应用场景；加大对消费品制造和消费性服务行业中小企业数字化改造的政策支持，形成可复制推广的经验。

此外，还需完善线上线下融合互动的消费环境。支持开展各类特色消费节庆活动，打造多元化消费场景，探索推行场景内跨业态消费的联通，促进商品消费与服务消费相互转化和带动。

（刘涛：国务院发展研究中心市场经济研究所副所长、研究员）

来源：《经济日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 20 日

百货零售业数字化进深水区，用户运营为关键

日前，“二十届中国百货零售业年会暨商业创新峰会”在上海举行，会上，中国百货商业协会与冯氏集团利丰研究中心联合发布了《2022-2023 中国百货零售业发展报告》。《报告》显示，随着疫情防控政策优化调整，2023 年消费信心将大大回升。据最新预测，2023 年国内生产总值及社会消费品零售总额增长将进一步加速，分别达 5.5%及 8%。

《报告》指出，零售业的恢复在不同业态、不同品类会有较大的差异。从业态上看，百货、购物中心、奥莱等提供高品质和个性化非必需品的业态，将迎来较强的反弹。2023 年，品质消费将持续增长，企业持续不断的调改升级，以及对商品和服务价值的提升，都将助力消费体验的优化，不断满足消费者追求美好生活的品质需求。

另外，随着各行业的数字化应用持续向纵深发展，百货零售业数字化进入深水区。调查显示，74%的受访企业认为，互联网和电商平台正加速重塑百货零售行业业态，协调线上与线下资源形成互促发展，将成为企业未来业务发展的主要趋势。《报告》指出，当前百货零售企业正积极开展线上业务，线上运营能力持续加强，特别是小程序及直播平台的应用率显著提升——高达 96.7%的受访企业通过小程序和公众号商城开展线上业务，另有 73%开展直播业务。

冯氏集团利丰研究中心副总裁钱慧敏女士表示，疫情防控措施优化放宽后，线下回归是大趋势，商业已从产品和渠道为王的时代进化到用户运营时代。企业利用小程序，相对低成本创建符合自身需求的线上业务平台，建立商场与顾客、商品与顾客的连接。一方面实现引流到店，另一方面促进线上线下服务一体化的融合，流量运营和线上业务能力对推动新零售能力建设显得尤为重要。

同时，《报告》指出，百货零售业在数字化转型进程中同样面临诸多挑战。62.5%的受访企业认为，数字化过程中的核心障碍是难以评估投入产出。由于数字化升级涉及全方位的改造，实施数字化改进举措后的效果与销售业务增长的关系并不直接，难以对效益提升做出评估，从而影响数字化投入的决策，导致多数企业多年来迟迟不敢加大投入。另外，随着数字经济加速发展和数据安全相关法规出台，数据安全也成为企业新的挑战。

《报告》认为，数字化是零售发展的大方向，百货企业未来应持续提升数字化水平。通过数字化提升运营效率，加强流量精细化运营，提升企业核心竞争力。数字化也是适应消费模式变化的重要手段，是提升体验增加复购的有效途径。

《报告》建议政府监管部门在以下几方面给予相应支持，包括改善企业营商环境、降低企业运营成本、恢复消费市场信心、以及推动企业股权改革。

来源：《国际商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 11 日

互联网企业克难前行 开拓发展新机遇

近期，阿里巴巴、腾讯、百度、京东、拼多多、美团等大型互联网企业陆续公布 2022 年财报，业绩表现备受关注。在面临多重超预期因素冲击下，互联网企业承压而上、克难前行，走出一条逆势增长、复苏企稳的曲线。

降本增效显成效

2022 年是充满挑战的一年，互联网企业能保持逆势增长殊为不易，宏观经济企稳复苏是

最大推动力。历经一年的筑底和蓄力，互联网企业总体呈现出韧性增长的特点，尤其是 2022 年第四季度，触底回升势头明显。各大互联网企业的营收都有较大幅度的增长。聚焦主业、降本增效是互联网企业逆境突围的一大抓手。

中国社会科学院财经战略研究院研究员李勇坚表示，在传统消费互联网业务增长乏力的背景下，互联网企业从多向扩张、倍速增长转向聚焦主线，进一步挖掘现有用户价值、提高技术含量，同时压缩营销开支、减少经营成本，提升了企业效益和持续增长能力。

培育增长新引擎

大型互联网企业一边积极降本增效，提升经营效率；另一边加大研发投入，增强自主创新底层能力，重视与实体经济的深度融合。

拼多多继续从“重营销”转向“重研发”，持续加码技术创新投入，2022 年研发费用同比增长 15%，金额超百亿元，创历史新高。

百度近 10 年累计研发投入超 1000 亿元，并一直保持高研发投入比例，2022 年核心研发投入占收入比例达 22.4%。

在持续的研发投入和创新下，数实经济已成为互联网企业增长新引擎。利用既有技术能力与优势，着力于产业数字化的同时，互联网企业积极赋能传统产业，推动实体经济发展。

中国数实融合 50 人论坛副秘书长胡麒牧表示，未来通过联合研发、技术赋能、综合解决方案等方式，互联网企业将加速向生产环节、第二产业领域拓展，在传统产业数字化转型过程中创造出更大价值。

开拓发展新机遇

当前，外部环境不确定性加大，国内经济增长企稳向上基础尚需巩固，互联网企业如何保持恢复性增长势头？

胡麒牧认为，扩大内需是今年推动经济复苏的一条主线，互联网企业要抓住扩大内需和产业转型机遇，深挖国内市场潜力。

专家表示，数实融合是未来最大的市场增量，互联网企业要扎根实体经济，坚持创新驱动，注意合规经营，统筹发展与安全。政策层面应给予更多支持：一是进一步完善新基建，为数字经济领域企业提供更好的基础设施环境。二是鼓励创新，从财税、人才、投融资政策上给予扶持，推动互联网企业不断在科技创新上实现突破。三是推动产业生态的互联互通，相互开放更多应用场景，以充分竞争推动充分创新。

来源：《经济日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 04 月 10 日

【悦读电商】

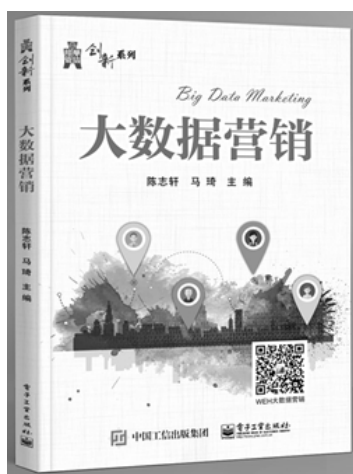


互联网文创电商

内容简介

在“互联网”和“文化”的背景下，本书分析了内容产业与电商的融合发展态势，在此基础上厘清互联网文创电商的核心要素及运营逻辑。根据互联网文创电商发展脉络，本书对新媒体电商模式、影视电商模式、“电视+社交+电商”模式、博物馆文创电商模式、体育文化电商模式、艺术品电商模式以及“微电影+电商”模式等分别加以分析和探讨。

此外，本书还分析互联网文创电商与文化企业商业模式创新的深层互动，并对互联网文创电商的未来进行展望。



大数据营销

内容简介

近年来，在移动互联网、云计算、大数据等新兴技术的助推下，新的产业模式不断涌现，企业急需与之相适应的新型人才，“新商科”时代已然到来。聚焦营销，大数据技术正在渗透、革新甚至颠覆传统的领域和工具。

本书以培养大数据时代商科应用型人才为导向，解读大数据营销的工作领域、职能，并据此构建知识版图，讨论了传统营销中的大数据变革，展现了大数据工具创造的营销新领域。

本教材既有深入浅出的创新理论，又有结合商业应用的动手练习，是一本不可多得的实用教材。

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