

电子商务动态

● 行业资讯

- 商务部：把握跨境电商发展机遇 推进贸易数字化应用.....2
- 上海城市数字化转型优秀应用案例集发布.....3
- 全国唯一一站式提供全程电子化企业登记服务平台在上海上线.....3
- 数字化重构就业新形态.....6
- 虚拟数字人“现身”各行各业.....6
- 中非一站式跨境服务平台上线.....11

● 政策法规

- 工信部正式发布首个区块链技术领域国家标准.....12
- 刷脸支付新规将发布.....12

● 数据观察

- 商务部：中国跨境电商主体已超 10 万家.....14
- 国家邮政局：今年全国快递业务量已达 500 亿件.....14
- 国家网信办：我国数字经济规模达 50.2 万亿元.....14
- 中国大模型数量居全球第二.....16
- 2023 中国网络零售百强京东、阿里巴巴、唯品会位居前三.....16
- 2022 年欧盟电子商务市场实现快速增长.....21

● 专家视点

- 中国数字经济呈六大发展趋势.....23
- 跨境电商六大发展趋势.....25

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：把握跨境电商发展机遇 推进贸易数字化应用

5月30—31日，全国跨境电商综试区现场会在浙江省杭州市召开。会议发布2022年跨境电商综试区（以下简称综试区）考核评估结果，总结交流各综试区工作成效和经验做法，分析当前跨境电商发展面临形势，研究部署2023年重点工作。

会议指出，近年来，跨境电商发展取得可喜进展。商务部会同有关部门，在制度、管理和服务方面持续创新，发布出台一系列政策措施，为跨境电商发展营造良好环境。各综试区持续推进“六体系两平台”建设，大力培育市场主体，逐步完善跨境电商生态，带动当地产业优化升级，取得积极成效。

会议要求，各地要把握跨境电商发展机遇，扎实推进综试区建设，打造外贸创新发展新高地。要推进贸易数字化应用，提升通关便利化水平；梳理成熟经验做法，举办专题培训；加快外贸新型基础设施建设，构建跨境物流网络；优化线上服务平台功能，探索金融服务新模式；积极开拓新兴市场，加强国际交流合作。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023年05月31日

商务部：鼓励企业在中亚建设海外仓 支持中亚国家企业入驻中国电商平台

5月25日，商务部新闻发言人束珏婷在商务部例行新闻发布会上表示，日前召开的中国—中亚峰会是今年中国首场重大主场外交活动，具有重大现实意义和深远历史意义。在推进与中亚国家经贸合作方面，商务部将继续用好中国—中亚经贸部长会议机制等多双边合作机制，推动中国同中亚国家务实合作量质齐升。鼓励企业在中亚建设海外仓，支持中亚国家企业入驻中国电商平台，推动中亚优质商品进入中国市场。

此外，商务部将与中亚国家开展数字贸易，推动规则对接、标准互认和数字基础设施联通，分享人工智能、大数据、5G等领域发展经验，加快数字化发展进程，共同开辟数字贸易合作的新局面。

来源：“央广网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年05月29日

上海城市数字化转型优秀应用案例集发布

全球科技革命浪潮奔涌，数字化成为推进城市高质量发展的必由之路。近年来，上海迈入全面推进城市数字化转型的历史进程之中，鼓励创新研发、促进生态集聚，涌现出一大批具有标杆示范意义的优秀行业应用落地案例。

5月31日，上海智慧城市发展研究院发布“2022上海城市数字化转型优秀应用案例集”。包括亮风台“以虚促实”利用元宇宙技术赋能工业、上海移动探索5G无人农场、复旦大学附属耳鼻喉科医院构建云上智能便捷就医新体验、上海市绿色出行一体化平台“随申行”等入选。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023年06月01日

全国唯一一站式提供全程电子化企业登记服务平台在上海上线

5月29日，目前全国唯一集各类内外资企业设立、变更、注销全周期登记业务于一体的在线登记平台“上海企业登记在线”正式上线。平台可一站式提供申请、审核、发照、公示等全程电子化企业登记服务，电子营业执照和“企业码”的新功能同步启用。

据了解，与原先“上海市开办企业一窗通”网上服务平台相比，“上海企业登记在线”新增外资企业变更和各类企业注销的全程网办功能，将代替“一窗通”成为海内外投资者在上海投资兴业的首要平台。现在，只需要登录一次，就能同时查询企业名下的所有登记业务，一次签署需要电子签名的所有文件，使用起来更加便捷。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023年05月30日

上海咖啡文化周开启 达达快送公布咖啡即时配送解决方案

5月20日，2023上海咖啡文化周正式拉开帷幕，咖啡香飘满申城。达达快送也同步发布咖啡即时配送解决方案，并提前协同咖啡商家，做好单量预估和运力储备，为广大商家和消费者提供更加高效、实惠、更具性价比的配送服务，携手各方打造新型消费节庆和优质咖啡文化。

针对早高峰和下午茶咖啡配送订单高峰，达达快送发挥多网弹性运力网络优势，调配运力实现削峰稳定配送；而对于咖啡饮品配送时效要求高、存在撒泼风险等实际，达达快送制定完善咖啡配送服务标准，持续对骑士进行培训，严格落实饮品轻拿轻放、配送匀速行驶等要求。

此外，达达快送还将进一步发挥定制化配送服务能力和自身“数智化”能力，让配送服务更精准、更有温度地满足商家和用户需求。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 21 日

上海首个“有机盒马村”正式挂牌

日前，上海首个“有机盒马村”在嘉定区安亭镇联群村正式挂牌。嘉定“有机盒马村”将挖掘黄渡西红柿、嘉定白蒜、嘉定白蚕豆等历史悠久的地方特色老品种。让老字号优良品种重回消费者餐桌，找回几近消失的老味道。

据介绍，上海嘉定拥有丰富的农作物良种资源，诸如黄渡西红柿、嘉定白蒜、白蚕豆、南翔罗汉菜等。但近几十年，由于外来高产品种引入、种植成本上升等因素，这些本地优良蔬菜品种正逐步减产甚至消失。而嘉定有机“盒马村”的落地，为传承焕新老品种、升级特色新农业带来了新解法。

盒马上海区域商品总监黄一凡介绍，盒马村都是根据定植种植来确定产能，提前锁品锁量锁价，这种订单式农业合作模式，将大大降低种植损耗，让基地没有了后顾之忧，安心搞好种植就能持续增收。

来源：《新民晚报》编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 21 日

全球第一艘 5G 大型邮轮年底交付

日前，首艘国产大型邮轮“爱达·魔都”号官宣今年年底将正式交付，届时，游客将能体验用 5G 网络在海上“冲浪”，“爱达·魔都”号也有望成为全球第一艘“5G 大型邮轮”，彰显中国 5G 应用创新的全球领先地位。

据上海电信，“爱达·魔都”号的通信组网由 5G、WiFi 和通信卫星形成天地一体组网，在 5G 信号能够覆盖到的近海海域，邮轮上的乘客能享受到 5G 和 WiFi6 的自由切换，峰值

速率可达千兆以上。而当邮轮行驶到 5G 信号无法覆盖的远海区域，由于邮轮上建立了船载 5G 基站，加上轻量级核心网的本地化算力部署，能大大节省卫星回传带宽，近海海域能够实现的各种全方位多媒体实时交互场景，在远海区域同样能够满足，乘客对外沟通联络也无后顾之忧。

来源：《解放日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 24 日

长三角数字干线元宇宙创新发展论坛暨首届长三角元宇宙日在沪举办

5 月 30 日下午，长三角数字干线元宇宙创新发展论坛暨首届长三角元宇宙日在长三角绿洲智谷·赵巷会议中心成功举办。

本届论坛以“‘元’启长三角 共享新未来”为主题，聚焦长三角数字干线建设背景下元宇宙创新发展的相关话题，邀请行业专家、科研院校、技术企业代表们共聚一堂，汇集智慧，共同探讨。

“元”启长三角 共享新未来！作为长三角数字干线建设的重要抓手，元宇宙为助力数字经济高质量发展提供强劲动力。多领域推动，多应用场景落地，跨区域融合，本次论坛的成功举办，为元宇宙企业提供了一个表达观点、对话行业、洞察未来的交流平台。在未来，期待业界同道继续立足实践，不断创新，加速推动长三角地区元宇宙产业快速、健康发展。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 31 日

2023 数字经济论坛举行

由人民日报文化传媒有限公司主办的“2023 数字经济论坛”5 月 31 日在北京举行，本次论坛主题为“发展数字经济，共建数字中国”。

与会嘉宾认为，数字经济是世界科技革命和产业变革的前沿领域，是新一轮高质量发展和国际竞争的关键内容。我国数字经济发展动能充足、前景广阔，对经济社会发展和民生改善的支撑作用明显。

来源：《人民日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 01 日

2023 全球数字经济大会将于 7 月在北京举办

2023 全球数字经济大会将于 7 月 4 日到 7 日在北京举办。本届大会将打造“1+6+6+N”活动框架，即一场开幕式及主论坛、六大高峰论坛、六大特色活动、N 场专题论坛和多项系列主题活动，将设立数字基础设施、数据要素、产业数字化、数字产业化、数字安全五大展区。

为进一步展现数字经济发展成果，强化引领带动效应，大会期间将举办全球数字经济新品成果发布活动。新品成果重点面向人工智能、云计算、大数据、物联网、工业互联网、区块链、互联网 3.0 等领域新技术、新产品，以及智能交通、智慧能源、智能制造、智慧文旅、智慧医疗、智慧政务、智慧农业及水利等领域，征集新技术、新产品及数字应用场景解决方案。

来源：《北京日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 23 日

数字化重构就业新形态

日前，中国社科院财经战略研究院发布《平台社会经济价值研究报告》，公布对互联网平台促就业情况最新调研。《报告》认为，近年来，淘宝、美团等互联网平台衍生出了主播、骑手等大量新职业形态的发展。除本身吸纳就业外，平台催生就业、背后生态带动就业一直是市场关注焦点。

除催生新职业以外，数字化技术也让互联网平台成为提升就业和求职效率的有效助力。通过聚合频道、数字工作证、直播等技术和产品提升就业招聘效率。

来源：《劳动报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 21 日

虚拟数字人“现身”各行各业

作为与虚拟世界交互的重要载体，越来越多的虚拟数字人形象“现身”金融、文娱、互联网等各个行业。近期，多个品牌启用虚拟形象作为代言人、虚拟直播主持新闻节目、社交平台 AI 博主大受欢迎。

这些虚拟数字人不仅在技术加持下如同真人明星一样，能唱歌跳舞，演绎节目、与品牌

合作、直播带货，甚至还被赋予了独特的个性和人生经历，并从最初的二维平面逐渐走向三维空间，以更逼真的人类外形摆脱二次元文化圈的束缚，获得更广泛的受众和更强的变现能力。

据艾媒咨询相关调查报告显示，2022 年，中国虚拟人带动产业市场规模和核心市场规模分别为 1866.1 亿元和 120.8 亿元，预计 2025 年将分别达到 6402.7 亿元和 480.6 亿元，呈现强劲的增长态势。今年，虚拟偶像市场规模预计将达到 3334.7 亿元。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 21 日

中关村论坛演绎元宇宙场景融合

随着元宇宙技术的进一步发展，不少人将目光看向了这一新领域。5 月 25 日开幕的“2023 中关村论坛”在元宇宙空间搭建了一座壮观的“外太空基地”，可让无法到达现场的参会者实现云端参加会议，还可以生成自己的元宇宙虚拟分身，体验元宇宙会场内的各类交互功能。

本次搭建的元宇宙会场基于网易瑶台的云游戏、人工智能等技术，创新线上+线下场景融合新模式，将中关村论坛“开放合作·共享未来”的理念呈现在虚拟会场中，为参会者提供高沉浸式、强交互性的远程论坛体验，实现线下与线上的无缝衔接。中关村论坛首席沟通官小关本次也以“宇航员”和“头号玩家”两个专属虚拟形象活跃在元宇宙会场，担当参会者的向导，带领参会者在场地内自由游览，并与参会者的虚拟形象合影留念。

此外，本届中关村论坛还升级了 MR 全景会场和 XR 新闻直播间，丰富了云上论坛的形式与内容，让全球各地的嘉宾和观众都可以在其中体验虚拟与现实交互并存、线上与线下同步互动的精彩场景，以第一视角进入虚拟会场参会。

来源：《解放日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 26 日

消费市场持续回暖 “618”购物节电商平台迎开门红

一年一度的“618”电商购物节来了。从首轮战报看，各大电商平台、品牌都取得了不俗的成绩，消费潜力加速释放。

艾媒咨询 CEO 张毅表示，从‘618’首轮战报来看，消费者表现出来的购买热情还是让市场比较振奋的。今年的‘618’呈现出几个特点：一个是促销时间相较以往更长；二是跨

界合作和营销手法比较丰富，直播带货成为各大电商平台的重要手段；三是电商平台和品牌厂商在拼团以及与社交有关的电商模式上的力度有所加强，尤其是在和消费者互动方面，表现出前所未有的积极性。此外，从消费者角度来看，对‘618’产品品质要求更高，高价位产品总体的增长幅度大。

来源：《证券日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 02 日

跨境电商零售进口缴税有了新方式 税款电子支付功能在宁波试运行

6 月 1 日，宁波海关一份跨境电商零售进口商品税款完成电子支付。这是浙江首笔，也是全国首批跨境电商零售进口电子支付税款，标志着跨境电商零售进口税款电子支付功能成功上线。

据悉，进出口货物早已实现进出口税款支付电子化，截至 2022 年底，全国海关税款电子支付率达到 96.4%。但跨境电商作为新兴业态发展方向，亟需引入电子化支付方式。跨境电商零售进口税款电子支付功能应运而生。

该功能由海关总署税收征管局（上海）牵头开展，是基于现有海关新一代税费电子支付系统新增加的功能。不同于传统的银行柜台缴税模式，企业仅需在海关“单一窗口”轻点鼠标，即可在线查询，并完成跨境电商零售进口税款的缴纳。

该功能上线后拓展了企业经济地域，打破跨境电子商务企业原有缴税模式在时间和空间上的限制，让信息“跑网路”代替企业“跑马路”，真正用科技实现了零距离通关。

此外，企业用户还能通过税费电子支付功能支付保证金、滞报金、滞纳金等。

下一步，宁波海关将继续聚焦重点领域、重点项目加快推进智慧海关探索，加快海关通关一体化改革、税款自报自缴改革，持续助力服务企业发展，为跨境电商企业赢得商贸先机，为外向型经济蓬勃发展贡献海关智慧。

来源：《宁波日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 02 日

百度公布电商新品牌“百度优选”

在 5 月 25 日于广州召开的“百度 2023 万象大会”上，百度副总裁、百度电商总经理平晓黎正式推出百度电商新品牌“百度优选”。

据介绍，百度电商的定位是搜逛推一体的智能电商平台，在电商大脑的依托下，在搜索、直播、视频、商城四个场域，将用户与场景进行链接和交互，深度融合人找货、货找人，促成交易。

据悉，百度正式推出了电商数字人直播平台，依托数字人技术、语音生成技术、剧情脚本等技术，帮助商家进行数字人直播带货。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 26 日

阿里国际站物流跟踪平台上线 面向所有外贸企业开放

阿里国际站物流跟踪平台于日前上线，支持便捷轨迹查询、一键分享买家、发货异常主动预警等，将为中小外贸企业提供多维度、高效、便捷的轨迹跟踪查询，做到物流全程智能可视。

目前，该平台覆盖全球 220 多个国家和地区、超 1500 家全球主流物流承运商，同时支持 20 多种语言。用户登录物流跟踪平台，只需要选择物流承运商，再输入物流单号即可便捷查询最新物流轨迹信息，还支持批量导入查询，一站式跟踪所有在途包裹。同时，考虑到外贸商家的需求，轨迹信息支持一键生成详情页链接分享给买家，或通过自主关联邮箱主动推送轨迹详情，实时通知买家物流进度。

此外，物流跟踪平台支持关键节点物流异常识别，会主动预警用户。目前，该服务面向所有外贸企业开放，快递件查询已经上线，海运、空运等相关查询将陆续上线。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 29 日

淘宝天猫发布商家 AI 生态伙伴计划

日前，淘宝天猫发布“AI 生态伙伴计划”，面向生态伙伴全面开放“店铺开店装修、商品图像创意、营销策划推广、内容组织创作、客服接待服务、财务管理、订单管理”等 7 大商家核心经营场景，与生态伙伴一起共同推进人工智能技术在电商领域的应用和发展，帮助商家更好地应用新的 AI 技术，提高商业效率和用户体验。

据了解，淘宝天猫为此次参与计划的生态伙伴提供了多种商业收费模式、首年研发费用和交易佣金减免、专项云产品优惠、一站式研发平台等资源支持，帮助生态伙伴获得更广泛

的商业机会和技术服务。

目前，淘宝开放平台已经对外开放申请入口，首批数十家生态伙伴已经完成入驻，淘宝天猫多项商家服务正在快速接入 AI，预计将在内容、数据和客服领域率先为商家提供智能生成式服务。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 23 日

微信新的支付方式刷掌支付正式发布

科技的发展日新月异，在继刷二维码和刷脸支付后，微信正式推出新的支付方式：刷掌支付。目前，刷掌支付已在北京大兴机场正式施行，用户在注册开通刷掌乘车服务后，即可在该条地铁线路刷掌过闸乘车，这意味着该支付功能在现实中是真正可用且实用的。据了解，除交通场景外，“微信刷掌”还在逐步应用于办公、校园、健身、零售、餐饮等领域。

根据微信官方的介绍，消费时，将手掌对准支付设备的扫描区，确认后即可完成支付。相比刷脸支付，刷掌支付无论是安全或精准度上都更高一些。区别于指纹识别读取指腹的表皮纹路，掌纹读取的则是掌心血管纹路，能够避免暴露在外以及复制伪造。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 22 日

亚马逊中文官网 7 月 17 日起停运

日前，美国电商巨头亚马逊宣布，自 7 月 17 日起，停运亚马逊中文官方网站（Amazon.cn），与此同时，亚马逊中国将不再提供应用商店服务。亚马逊发言人表示，亚马逊中文官方网站停运前，公司会与卖家密切合作，确保顺利过渡并继续为客户提供最佳的服务。另外，有意在中国以外的 Amazon 平台上进行销售的卖家，可以继续通过亚马逊的全球销售网站出售产品。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 24 日

ChatGPT 正式发布手机版

日前，人工智能研究公司 OpenAI 在官网宣布，其在美国推出了聊天机器人 ChatGPT 的

iPhone 应用，并承诺未来也将为安卓手机提供相同的服务。这是该软件首次发布手机版本的应用。

据了解，该应用仅支持英语，年龄分级为“12 岁以上”。下载应用是免费的，但会提供 App 内购买项目——目前仅有售价 19.99 美元的“ChatGPT Plus”。OpenAI ChatGPT 的界面非常整洁，只有“黑底白字”或“白底黑字”，用户可以通过键入文字，或语音输入，询问 GPT 日常生活、语句解释、个性化学习等领域的问题。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 21 日

中非数字经济合作成果丰硕

近年来，中国积极帮助非洲国家消弭“数字鸿沟”，推动中非数字经济合作取得丰硕成果。从促进非洲国家智慧农业、电商贸易发展，到参与非洲数字人才培养，中非数字经济合作内涵不断充实，惠及广大非洲人民。

来源：《人民日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 31 日

中非一站式跨境服务平台上线

中非合作源远流长，多年来，随着双方经贸的往来，中国在非洲的贸易投资额增长迅速，已经从最初的 100 亿美元增加至 2022 年 2800 多亿美元。愈来愈多的中国公司在非洲展开投资，投资领域遍及电子、采矿、农业、信息和通信技术、电信、基础设施、传媒、金融与交通。

为促进双方更好的经贸往来，日前，“中非一站式跨境服务平台”上线。该平台其服务内容包括手工艺品、日用百货、美妆日化、石油及天然气、通信信息设备、基础原材料、汽车、医疗设备、服装鞋帽、五金建材、食品、智能设备、机械、母婴用品、家用电器、农产品等项目。

该平台的设立将是目前我国唯一一家非洲国家驻华大使馆、非洲国家贸工部和中非贸易协会支持的中非一站式跨境服务平台，旨在促进中国和非洲国家之间，乃至全球的贸易、投资与合作。

中非跨境电商 B2B 平台的上线将为中国和非洲的广大企业提供一个安全、便捷、经济、

高效的经济贸易合作平台，利用互联网的快捷优势，把国际贸易单证从线下走向全线上来完成，从而有效突破传统贸易周期长和手续繁琐的发展瓶颈，实现国际贸易的便利化，更好地服务于中国与非洲国家间的经贸往来。

中非跨境电商 B2B 平台的建立，通过互联网将中国和非洲各国企业联系在一起，为中国与非洲国家间的经贸往来搭起一座联系的桥梁，必将对非洲发展互联网电子商务起到很好的示范作用，将对全面推动和实现国家“中非合作战略”和国家“一带一路”战略目标起到强劲的推动作用。

来源：“亚非商务中心” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 26 日

【政策法规】

工信部正式发布首个区块链技术领域国家标准

日前，《区块链和分布式记账技术 参考架构》国家标准正式发布，这是我国首个获批发布的区块链技术领域国家标准。进一步加快了我国区块链标准化进程，为区块链产业高质量发展奠定了基础。

区块链是分布式网络、加密技术、智能合约等多种技术集成的新型数据库软件，是新一代信息技术的重要组成部分，是发展数字经济的重要技术支撑。

据介绍，该标准是指导我国区块链技术应用和产业发展的基础性、通用性标准，规范了区块链系统的功能架构、核心要素等，为产业界统一对区块链概念的认识、建设完善区块链系统、选择使用区块链服务提供参考指引，目前已在上百家区块链企业中得到应用。

工信部相关负责人表示，该标准进一步加快了我国区块链标准化进程，为区块链产业高质量发展奠定了基础。下一步，工信部将加大区块链和分布式记账技术领域国家标准研制力度，在全国范围内开展标准宣贯行动，强化标准应用深度，不断提升区块链产业服务水平。

来源：“人民网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 02 日

刷脸支付新规将发布

日前，全国信息安全标准化技术委员会秘书处发布《网络安全标准实践指南——人脸识

别支付场景个人信息保护安全要求（征求意见稿）》（以下简称“《人脸支付安全要求》”），正式对外公开征求意见。

《人脸支付安全要求》所针对的是室内外区域中的人脸识别支付场景，提出个人信息保护要求。不适用于用户在其自有手机或其他自有智能移动终端上进行的人脸识别支付。

《人脸支付安全要求》显示，人脸识别支付过程中，出于维护公共安全、金融安全等目的，按照有关管理部门明确要求处理的数据，应仅用于其所规定的目的，不应自行用于与其无关的活动。

在服务提供方的安全要求方面，《人脸支付安全要求》提出，不应收集人脸识别期间之外的数据：应仅在人工做出点击等明确交互动作后开始收集数据；人脸识别完成后或开始收集数据一分钟后，应停止收集数据。

《人脸支付安全要求》提出，人脸识别支付服务获得的人脸相关数据不应用于与本次支付过程无关的目的。

《人脸支付安全要求》提出，不应支持导出人脸相关数据的功能。

《人脸支付安全要求》提出，人脸识别支付服务应具备检测运行环境安全状态的能力，发现不安全时，应采取充分的安全保护措施或停止运行。不安全的环境如已经获取了 root 权限的安卓系统。

除比对结果、不包含未授权个人信息的调试数据、相关标准的要求数据外，《人脸支付安全要求》提出，人脸识别全部过程数据应在本次人脸识别结果产生后全部删除。

《人脸支付安全要求》还对场所管理方有要求。《人脸支付安全要求》提出，为单一组织内部提供服务的人脸识别支付宜通过在该单位内部搭建局域网、不接入互联网的形式实现。

《人脸支付安全要求》提出，人脸识别支付所使用的摄像头固定朝向某一区域时：一是应通过在该区域入口设置显著标识等方式，使不愿意被收集人脸识别数据的个人可以提前避开；二是不应朝向重要敏感区域收集人脸数据，包括政府办公区出入口、军事管理区、人流或车流密集区域等。

来源：“移动支付网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 30 日

【数据观察】

商务部：中国跨境电商主体已超 10 万家

5 月 30-31 日，全国跨境电商综试区现场会在浙江省杭州市召开。会议指出，近年来，跨境电商发展取得可喜进展。跨境电商货物进出口规模占外贸比重由 5 年前的不足 1% 上升到目前的 5% 左右。我国跨境电商主体已超 10 万家，建设独立站超 20 万个，综试区内跨境电商产业园约 690 个。我跨境电商贸易伙伴遍布全球，与 29 个国家签署双边电子商务合作备忘录。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 31 日

国家邮政局：今年全国快递业务量已达 500 亿件

国家邮政局监测数据显示，截至 5 月 31 日，今年我国快递业务量已达 500 亿件，比 2019 年达到 500 亿件提前了 155 天，比 2022 年提前了 27 天。破 500 亿件仅用 5 个月，不仅展现邮政快递业的强劲增长和发展韧性，更体现了今年以来我国消费需求加快释放、经济发展充满活力的态势。

从 39 天破 100 亿件，到 5 个月破 500 亿件，快递业务量月均“百亿级”增长的背后，是中国经济活力的缩影与写照。当前，邮政快递业正在全力迎战“618”年中业务旺季。主要品牌寄递企业大力提升数字化运营水平，优化中转和派送流程，积极调配人力、车辆及航空运力等资源，加快运用全自动分拣、无人仓、无人车、无人机等设备和技术，以提升整体生产服务保障能力。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 01 日

国家网信办：我国数字经济规模达 50.2 万亿元

5 月 23 日，国家互联网信息办公室发布《数字中国发展报告(2022 年)》(以下简称《报告》)显示，2022 年数字中国建设取得显著成效，其中，数字经济成为稳增长促转型的重要引擎。

《报告》指出，2022 年，我国数字经济规模达 50.2 万亿元，总量稳居世界第二，同比名义增长 10.3%，占国内生产总值比重提升至 41.5%。

数字产业规模稳步增长，电子信息制造业实现营业收入 15.4 万亿元，同比增长 5.5%；软件业务收入达 10.81 万亿元，同比增长 11.2%；工业互联网核心产业规模超 1.2 万亿元，同比增长 15.5%。

数字技术和实体经济融合深入推进。农业数字化加快向全产业链延伸，农业生产信息化率超过 25%。全国工业企业关键工序数控化率、数字化研发设计工具普及率分别增长至 58.6% 和 77.0%。

全国网上零售额达 13.79 万亿元，其中实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重达 27.2%，创历史新高。

数字企业创新发展动能不断增强。我国市值排名前 100 的互联网企业总研发投入达 3384 亿元，同比增长 9.1%。科创板、创业板已上市战略性新兴产业企业中，数字领域相关企业占比分别接近 40%和 35%。

来源：“人民网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 24 日

2022 年上海市快递业务量完成 28.6 亿件

5 月 31 日，上海市邮政管理局发布《2022 年上海市邮政行业发展统计公报》，数据显示，2022 年邮政行业寄递业务量完成 38.2 亿件，同比下降 20.8%。其中，快递业务量完成 28.6 亿件，同比下降 23.6%。

数据显示，2022 年同城快递业务量完成 6.0 亿件，同比下降 27.5%；异地快递业务量完成 20.9 亿件，同比下降 24.2%；国际/港澳台快递业务量完成 1.7 亿件，同比增长 8.5%。同城、异地、国际/港澳台快递业务量占全部比例分别为 21.0%、73.3%和 5.8%。

来源：“上海市邮政管理局” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 31 日

2022 年共享出行服务超 300 亿人次

当前，基于以技术驱动为核心的产业重塑和以“新生代”为代表的消费趋势嬗变，新的出行方式催生新的商业模式。

日前发布的《共享经济蓝皮书——中国共享出行发展报告（2022—2023）》显示，共享出行不仅对城市居民出行、交通结构优化产生了重要影响，而且推动了社会经济发展，扩大

了就业。

数据显示，2022 年全国网约车日均订单 1900 万单，互联网租赁自行车日均订单约 3000 万单，互联网租赁电动自行车日均订单约 2000 万单。据估算，2022 年网约车、互联网租赁（电动）自行车等共享出行新业态服务超过 300 亿人次。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 05 日

中国大模型数量居全球第二

日前举行的 2023 中关村论坛·人工智能大模型发展论坛上，科技部新一代人工智能发展研究中心发布《中国人工智能大模型地图研究报告》，《报告》显示，中国研发的大模型数量排名全球第二，仅次于美国；从国内大模型区域分布来看，北京、广东、浙江、上海处于第一梯队。

中国科学技术信息研究所所长、科技部新一代人工智能发展研究中心主任赵志耘表示，从全球已发布的大模型分布来看，中国和美国大幅领先，超过全球总数的 80%。美国近年来一直排名第一，中国从 2020 年起进入快速发展期，目前与美国保持同步增长态势。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 29 日

2023 中国网络零售百强京东、阿里巴巴、唯品会位居前三

近日，中国连锁经营协会联合德勤共同发布 2023 中国网络零售 TOP100 榜单，京东、阿里巴巴、唯品会位居前三。本次网络零售 TOP100 企业总销售额超 2 万亿元，同比增长 13.19%；前 20 强企业的网络销售额占比超过九成，TOP100 企业的网络销售额门槛上涨到了 5 亿。

从企业类型来看，消费品企业达 50 家，占 TOP100 网络销售比重为 18.6%；非电商零售企业 43 家，销售占比 15%。从地域来看，华东地区以 47 家企业数量领先全国，网络销售额占比达 33.6%；华北地区企业占网络销售额的比重最高，达 52.8%。

值得一提的是，2023 年新进入榜单的企业大部分为零售新业态新模式类型的企业。

来源：“央广网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 26 日

2023 数博会闭幕 项目签约投资金额 613 亿元

5 月 28 日，在贵州省贵阳市举行的 2023 中国国际大数据产业博览会落下帷幕。本届数博会围绕东数西算、人工智能大模型等前沿热点议题举办论坛，吸引了 328 家企业线下参展，共发布国际国内领先科技成果 20 项，促成项目签约 71 个，投资金额 613 亿元。

来源：“新华网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 28 日

浙江计划今年新增跨境电商出口网店超 1 万家

浙江省政府办公厅近日印发《全力拓市场增订单稳外贸若干措施》，围绕全力挖增量、稳存量、强保障提出了 33 条举措，推动外贸稳中提质，加快贸易强省建设。

《措施》提到，开展跨境电商“店开全球”“品牌出海”“独立站领航”行动，2023 年新增跨境电商出口网店 1 万家以上。

此外，《措施》提到，开展“百场万企”电商拓市场行动，新评定一批跨境电商出口知名品牌，累计达到 200 个以上。支持跨境电商企业国外品牌注册国内不同品类商标。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 23 日

广州网络市场经济创造多项全国第一

从广州市市场监管局获悉，作为广东省目前唯一获批创建“全国网络市场监管与服务示范区”的城市，广州的网络市场经济创造多项全国第一。目前，广州市网络经营者数量增至 90 多万户，为全国各大城市之首；网络零售活跃商铺排名全国第一。电商平台数量达 95 家，约占全省的二分之一；全国直播电商百强，广州占 9 席，排名全国第一。

据统计，广州市跨境电商卖家达到 11000 多家，在全国跨境电商综试区城市中，位列先导城市首位，发展总指数、发展规模指数全国第一。2022 年 1-12 月，广州实物商品网上零售额 2517.62 亿元，同比增长 13.4%，增速是全国的 2.2 倍。

来源：《广州日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 24 日

中铁快运已在北京等 88 个城市开通高铁急送服务

5 月 24 日，中铁快运宣布推出高铁急送服务，并同步上线官方微信小程序。高铁急送在国内主要城市间，以高铁载客动车组列车为干线运力，衔接同城取送货骑手，提供门到门当日达服务。该服务主要适用于商务函件、标书合同、生鲜礼品、贵重物品、急用药品和个人物品等紧急运输需求。据介绍，城市群内，平均 4 小时当日送达；跨城市群，平均 8 小时当日送达。

目前，高铁急送服务已在北京市、上海市、天津市、重庆市、太原市、沈阳市、大连市等 88 个城市开通。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 25 日

拼多多一季度营收为 376.4 亿元 净利润同比增长 212%

5 月 26 日，拼多多发布截至 3 月 31 日的 2023 年第一季度财报。财报显示，拼多多第一季度总营收为 376.371 亿元，与 2022 年同期的 237.937 亿元相比增长 58%。

其中，来自交易服务的营收为 103.926 亿元，与 2022 年同期的 55.914 亿元相比增长 86%。来自在线营销服务及其他服务的营收为 272.444 亿元，与 2022 年同期的 182.023 亿元相比增长 50%。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 26 日

上海“五五购物节”期间美团投入 18 亿元助力促消费

作为上海首创的大规模综合性消费节庆活动，“五五购物节”成功打造了国内促消费、扩内需的标杆，有力激发了市民消费热情，带动市场回暖。

本届购物节期间，美团联手平台众多商户，开展线上线下双主场的促消费活动，平台推出 18 亿元消费补贴，全面助力上海促消费。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 26 日

京东：今年 618 为线上线下商家最多的一次

日前，京东宣布，京东 618 将于 5 月 23 日晚 8 点正式开启预售，并将于 5 月 31 日晚 8 点正式开售，活动将持续到 6 月 20 日 23:59:59 点，满减力度为满 299 减 50。

京东零售 CEO 辛利军表示，京东希望为用户提供更丰富多元的自营或第三方商家的商品，为消费者提供更多的选择。今年是线上线下商家最多的一次 618，让消费者有了更多的选择。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 23 日

拼多多“618 开门红”将发放 50 亿优惠券 覆盖全品类商品

5 月 30 日，拼多多“618 开门红”活动全面启动。5 月 30 日起至 6 月 3 日 24 点，拼多多百亿补贴将发放 50 亿优惠券。活动期间，每人最高可领取 500 元优惠券，均可在百亿补贴的基础上叠加使用。活动期间，消费者打开拼多多 APP，进入百亿补贴频道，就可以看到百亿补贴大额券领取入口，点击“开心收下”即可领券。

据悉，拼多多百亿补贴“618 开门红”将覆盖手机、数码、家电、美妆、生鲜、食品、母婴、服饰等全品类商品。活动还特别推出全品类专场。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 31 日

618 期间淘宝直播将为全国 11 个产业带中小商家开设专场

5 月 26 日，淘宝直播宣布，在今年 618 期间，将为昆明、建阳、郑州、苏州、广州、成都、深圳、佛山、南通、镇平、杭州等 11 个产业带的中小企商家开设专场，灌注专属流量，支持产业带发展。

此前，淘宝已经与知名主播及直播机构李佳琦、罗永浩、烈儿宝贝、蜜蜂惊喜社、TVB 等联合，在 618 期间，为中小商家提供专属的流量扶持、佣金减免和专场直播等支持措施。

来源：《经济观察报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 26 日

支付宝小程序数量超 400 万

近日，中国社会科学院财经战略研究院对外发布了《平台社会经济价值研究报告》，《报告》披露了支付宝小程序最新数据。截至目前，支付宝小程序数量已经超过了 400 万，2022 年在平台产生交易的商家小程序成交 GMV 较此前一年增长 49.2%。

此外，《报告》指出，支付宝小程序作为商家数字化经营载体有显著的成本优势。数据显示，对于大企业来说，小程序可降低 20%-60% 的开发成本，对于有一定数字化营销需求的中小商家，以小程序为核心的基础套装可节约至少 3 万元的前期投入成本。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 21 日

互联网二手闲置交易平台闲鱼用户数突破 5 亿

5 月 23 日，互联网二手闲置交易平台闲鱼召开产品升级发布会，会上，闲鱼总经理季山介绍，截至目前，闲鱼用户数超 5 亿，其中“95 后”用户占比 43%，“00 后”占比 22%。大量年轻用户带来了多元的交易形态，加速了闲鱼在产品和服务上的更新迭代，更为闲鱼注入了新的生机和活力。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 23 日

苏宁易购与饿了么达成战略合作，首批全国 600 家门店入驻

5 月 23 日，苏宁易购宣布与饿了么达成战略合作，成为正式入驻饿了么平台的首家家电 3C 品类大型连锁品牌。双方明确将加深数字技术互联互通，以商品供给资源优势和数字化服务能力，共同提升用户即时消费体验和效率。

目前，苏宁易购首批全国 600 家门店已完成饿了么入驻，覆盖 150 多个城市。消费者可登陆“饿了么”APP 搜索“苏宁易购”，下单购买手机通讯、数码电脑、生活家电类等 3000 余种商品，全城最快 30 分钟送货到家。这意味着，家电 3C 产品也可以通过外卖快速送达，满足消费者的即时需求。

通过此次合作，苏宁易购 30 多年的家电 3C 供应链资源沉淀，可以进一步补强饿了么平台商品丰富度，遍布全国的优质门店网络，也可以成为饿了么近场服务的重要支点，有助于

提升即时零售的仓储与配送效率。

未来，双方计划实现门店入驻超过 1000 家。双方还将一同探索空调、冰洗等大家电即时配送服务新模式。业内专家表示，此次苏宁易购与饿了么牵手，是实体零售与即时电商的一次“互相成就”，双方将一同为消费者的即时电商体验创造出新的可能。

来源：《上海证券报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 23 日

2022 年欧盟电子商务市场实现快速增长

据欧盟统计局开展的家庭及个人信息通信年度使用情况调查显示，欧盟电子商务市场持续繁荣，呈现出以下特点：

一是电商网购人数快速增长。2022 年，欧盟 16 岁至 74 岁人口中，互联网用户数占比高达 91%，其中 75% 的欧盟民众曾使用电商渠道购买商品或服务。欧盟网购人数占比自 2012 年的 55% 增长至 2022 年的 75%。2022 年，欧盟互联网用户数中的网购人数占比最高的国家是荷兰(92%)、丹麦(90%)和爱尔兰(89%)，占比最低的国家是保加利亚（49%）。2012-2022 年，欧盟网购人数增速最快的国家是爱沙尼亚（增长 47%）、匈牙利（增长 43%）、捷克和罗马尼亚（两国均增长 41%）。

二是鞋帽服饰类商品备受欢迎。2022 年，欧盟网购商品主要种类是服装、鞋类或配饰。除鞋帽服饰类，其余五种销量排名靠前实物商品种类是餐饮类、美容保健类、家居园艺类、报纸杂志等印刷品类，体育用品类。

三是实物类商品网购需求高于服务类商品。共享经济开辟了实物商品和服务的数字化交易新渠道。2022 年，欧盟有 21% 的互联网用户通过共享经济平台订购实物商品，6% 的互联网用户通过共享经济平台购买租房服务。在线发展租房服务的重要意义已受到欧盟统计局的关注，据欧盟统计局数据显示，2022 年线上租房服务的购买水平已超过新冠肺炎疫情暴发前，而线下传统旅游业住宿水平仍未恢复至疫情前。

来源：“商务部网站” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 22 日

美国 2023 年跨境网购买家数量或将达到 6980 万

根据数字化转型领域全球领先的研究公司 Inside intelligence 的最新预测，2023 年美国跨

境网购买家数量将达到 6980 万，全球排名第二。

Inside intelligence 预测，2023 年美国将增加 230 万跨境买家，同比增长 3.4%。另外，Inside intelligence 预计，明年将有 7180 万 14 岁及以上的美国消费者成为跨境买家；2024 年将有近 7200 万美国消费者（以及约三分之一的美国数字买家）进行海外购物。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 30 日

德国电商规模超 845 亿欧元

数据显示，德国在线销售额在 2022 年下降了 2.5%，达 845 亿欧元。虽然出现下降，但仍比疫情爆发的前一年（2019 年）高出 43%。

根据德国零售协会（HDE）的最新研究，2022 年亚马逊占据德国电商市场 56% 的份额，同比增长了 2%。在 2020 年，亚马逊在德国市场的份额增长了 5%；而在 2020 年，只增加了 1%。

此外，其他市场平台（eBay、Zalando、About You 和 Otto 等）的在线市场份额在 2022 年也有所增加，但只增加了一个百分点，至 11%。2022 年，所有市场平台占在线贸易的 50%（2021 年：46%），所有市场平台的收入比前一年增长 2.9%。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 26 日

2023 年意大利线上购物额预计达 540 亿欧元

据米兰理工大学管理学院电子商务市场调查研究显示，预计意大利 2023 年线上购物总额达 540 亿欧元，同比增长 13%，其中，服务类产品销售额预计达 188 亿欧元，同比增长 22%，商品类达 352 亿欧元，同比增长 8%。商品销售中，服装、美容产品等增幅较大，约为 10%，食品和日常用品增长放缓至 1%；服务业中，旅游、运输预计增长 27%。

目前，意网上购物人数已稳定在 3300 万左右，预计在 2023 年不会大幅增长。此外，在过去三年中，平均每月至少购物一次的用户人数已达 2440 万，该用户群 90% 的购物额都通过线上购物完成，该数据证明电子商务已成为意大利消费者主要购物方式之一。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 29 日

西班牙电商用户渗透率接近 30%

来自 Aecoc Shopperview 与 Nétrica 合作发布的一份报告显示，西班牙网购用户规模已经趋于稳定。Aecoc Shopperview 的商业战略和营销经理 Rosario Pedrosa 指出：“在疫情流行期间，西班牙电商市场出现爆发增长，电商用户渗透率达到了接近 30%。现在，西班牙电商用户数量几乎是疫情流之前的两倍。”

研究还指出，西班牙电商平台在 2022 年下半年的销售额增长了 21%，与上半年的增长 17%相比，有所提升。

此外，报告显示，由于高通胀，快速消费者继续受到西班牙在线消费者的关注。去年下半年，快速消费品的销售额占超市和大卖场线上销售额的 65%，占电商平台销售额的 11%。

来源：“亿恩网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 02 日

【专家视点】

中国数字经济呈六大发展趋势

在国内经济恢复的基础尚不牢固，需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力仍然较大的背景下，中国数字经济逆势而上，战略地位不断提高，未来发展趋势成为行业关注重点。据工信部发布的《2023 中国数字经济发展指数（德阳指数）》，中国数字经济未来将呈现六大发展趋势。

第一，数字基建成效显著，向应用更广、结构更优方向迈进。当前，中国数字基础设施建设成效显著，正向纵深建设、广泛应用、结构优化方向迈进。5G 网络方面，中国已建成世界最大 5G 网络，5G 虚拟专网数突破 1 万张，提前超额完成“十四五”规划目标。未来，5G 网络将持续扩容，行业专网加快向各行业普及，从而更好服务千行百业数字化发展。物联网方面，蜂窝物联网用户将持续快速增长，物联网终端节点规模优势将愈加明显，更好支撑智能制造、智能交通、智慧医疗等重点应用领域的数据需求，万物互联态势将进一步深化。

第二，数字产业集群蓄力待发，推动数字经济做大做优做强。当前众多领先地区正依托优势产业基础，加快数字产业集群培育，形成参与国际竞争的关键力量。面向未来，高标准培育数字产业集群将成为中国数字经济发展的主要着力点。一方面，各地区将结合自身数

数字经济核心产业基础，培育打造相适应的数字产业集群，做大区域数字经济规模；另一方面，通过产业集群化发展，数字经济核心产业人才、资金、技术等资源要素将加快汇聚，将有效促进中国数字经济核心产业做大做强、高质量发展。

第三，数实融合加码，工业互联网、数字贸易赋能作用进一步凸显。在数字化生产领域，目前中国工业互联网标识解析体系顶层架构已全面建成，5个国家顶级节点和2个灾备节点先后上线，二级标识解析节点达247个，实现了全国31个省（区、市）全面覆盖。下一步工业互联网推广应用将成为制造业数字化的重要抓手，广泛赋能全行业数字化转型升级。在贸易领域，数字贸易将成为建设贸易强国的新动能，国内大型互联网平台企业海外拓展步伐将持续加快，建立健全中国产品的数字化出海渠道，以数字技术和数字服务推动中国企业高水平“走出去”。

第四，数字政务服务跨区域协同，政务数据建设有望提速。当前，以全国一体化政务服务平台为核心，全国线上政务服务体系基本建成，线上渠道更加多元、各类应用深入普及。下一步，数字政务服务将加速向跨区域协同方向发展，“跨省通办”事项范围将进一步扩大，电子证照互通互认加快推进，尤其伴随区域协调发展不断深化，京津冀、长三角、粤港澳大湾区等城市群，跨行政单位政务服务一体化将率先落地，通过标准对接、数据开放，逐步实现跨省（市）监管协同、高效治理，切实为城市群内要素资源流动共享、经济协同发展提供支撑。此外，全国各级政务数据平台建设正有序推进，政务数据目录体系已初步形成。

第五，数据制度从宏观政策主张走向实践，交易生态体系加快构建。中共中央、国务院2022年12月印发的《关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》创造性地提出建立数据资源持有权、数据加工使用权、数据产品经营权“三权分置”的数据产权制度框架，推动构建中国特色数据产权制度体系。《意见》的出台拉开了中国数据基础制度从宏观政策主张走向具体实践的序幕，同时也标志着中国“1+N”数据基础制度体系开始建立，未来围绕《意见》将形成更加完善的数据要素制度体系和配套政策。下一阶段中国数据要素市场建设将进一步提速，其核心由交易场所建设，转向全生态体系构建，形成由数据提供方、购买方、数据商、中介机构、监管部门等多主体参与的完整生态体系。

第六，数字化服务挺进“深水区”，数字普惠纵深发展。近年来，中国消费端数字经济取得了长足发展，网络购物、线上社交、手机游戏等各领域应用深入人心，直播、短视频等新模式新业态不断涌现，民众数字参与度持续提升，更多人民群众享受到数字技术带来的便利。未来，数字经济将更进一步深入民众生活的方方面面，满足人民日益增长的美好生活需要。一方面，数字化服务继续向“深水区”挺进，疫情推动互联网医疗大范围普及应用，房

产、汽车等大型消费品线上挑选与购买有望成为主流；另一方面，数字化服务向基层加快渗透，智慧社区建设将提速，通过提供相融合的社区生活服务，集约建设便民惠民智慧服务圈，形成新型数字社区，不断增强群众获得感、幸福感、安全感。

来源：《国际商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 30 日

跨境电商六大发展趋势

日前，“跨境电子商务产教融合论坛”在河南郑州举办。论坛上，发布了《跨境电商蓝皮书：中国跨境电商发展报告（2023）》，《蓝皮书》基于对全球和全国跨境电商发展情况的观察，指出未来我国跨境电商的六大行业发展趋势，为行业指明发展方向。

趋势一：跨境电商步入品牌出海黄金时代。2022 年是中国品牌出海的爆发年，大量中国品牌依托跨境电商走向国际市场。中国跨境电商正步入品牌出海黄金时代，未来将会有更多的中国产品以“品牌”的姿态进入全球市场。

趋势二：数字化精细化转型成为必然趋势。跨境电商行业从野蛮生长阶段进入稳定增长阶段，规模性的外部红利（流量红利、政策红利）难以再现，回归企业“内功”的数字化升级、精细化运营从可选项变为必选项，搭建私域流量池也成为企业关注的焦点。

趋势三：跨境电商加速构建生态化服务体系。精细化运营、多渠道布局和品牌化发展成为跨境电商卖家共同选择，对 SaaS 建站、跨境支付、海外营销、数据分析等各类服务需求日渐增长，催生了一大批专业跨境电商服务商，跨境电商服务行业生态化特征日益显著。

趋势四：跨境电商与贸易新业态加速融合。“跨境电商+海外仓”联动发展，优化并稳定全球供应链。“跨境电商+市场采购”有机融合，拓展新业态出口渠道。“跨境电商+服务贸易”加速融合，激发数字贸易新活力。

趋势五：跨境电商迎来“供应链为王”阶段。跨境电商已从前端的销售竞争转向了后端的供应链较量，供应链成为出海企业核心竞争力。跨境电商与产业带的链接更加紧密，具有扎实产业基础、供应链优势和成本优势的跨境电商特色产业带迎来发展机遇。

趋势六：出海企业加快推进“本土化”进程。现在很多出海企业正从“空军”的轻模式向“海军陆战队”的重模式转变，通过产品、营销、团队、品牌、物流、服务等一系列本土化运营，建立对目标市场用户和需求的深度认知，打造全球化品牌。

来源：《大河报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 05 月 21 日

传统电商平台仍是网络直播消费的主要渠道

近期，北京市消费者协会通过问卷调查和专题研讨等方式开展了网络直播业态消费调研活动。结果显示，网络直播消费已经成为非常普遍的互联网消费模式，但网络直播消费模式中的商品质量、主播宣传和售后服务等方面仍然有待提升。

调研显示，**超九成受访者有过网络直播消费经历，通过网络直播购买最多的是化妆洗护用品**。六成（60.55%）受访者表示经常通过网络直播方式消费，三成（30.28%）受访者表示偶尔通过网络直播方式消费，不足一成（9.17%）受访者表示从来没有网络直播消费经历。通过网络直播方式购买最多的是化妆洗护用品（50.78%），其次是食品饮料（40.71%）、服饰鞋帽（35.24%）、家居日用（25.41%）、数码电器（20.65%）和珠宝文玩（16.25%）。结果表明，网络直播消费已经成为非常普遍的互联网消费模式，基本覆盖了化妆品、食品、服饰和家居用品等日常消费。

传统电商平台仍是网络直播消费的主要渠道，但短视频平台及社交平台发展潜力较大。六成（60.94%）受访者选择传统电商平台直播消费；三成多（35.85%）受访者选择短视频平台直播消费；两成（20.31%）受访者选择社交平台直播消费。结果表明，尽管短视频平台拥有流量大、互动性强等特点，但传统电商平台目前仍然是网络直播消费方式的主要渠道。从长远看，短视频平台和社交平台有广泛的用户基础，直播带货等新模式发展迅猛，潜力较大。

选择网络直播消费的原因主要是出于对主播的喜爱和信任。近半（48.54%）受访者表示选择网络直播消费是出于对主播的喜爱，四成（41.68%）受访者表示是出于对主播的信任，近三成（28.04%）受访者表示是直播方式激发了购物欲望，近两成（18.14%）受访者表示是由于价格便宜。结果表明，对主播的喜爱和信任是多数消费者选择网络直播消费方式的主要原因，其次才是直播方式激发购物欲望、价格便宜等原因。

销售商家是网络直播消费问题的责任主体，超七成受访者表示遇到问题会找销售商家或主播解决。七成多（74.59%）受访者认为销售商家是网络直播消费问题的责任主体，其次是主播（60.09%）和电商平台（59.80%）。如果遇到直播消费问题，七成（71.45%）受访者选择找销售商家或主播解决，六成多（65.64%）受访者选择找平台解决，同时有两成多（25.02%）受访者表示不再追究。结果表明，多数受访者认为销售商家作为实际经营和发货方，应该为直播消费问题承担主要责任。遇到直播消费问题后，大多数受访者选择找销售商家、主播以及直播平台等相关主体维权。

对网络直播消费表示总体满意或非常满意，大多数受访者建议平台加强管理。五成多

（53.99%）受访者对网络直播消费表示总体满意或非常满意，不太满意或非常不满意的受访者超过两成（21.91%），两成多（24.10%）受访者表示感觉一般。关于对网络直播消费的改进建议，近八成（77.04%）受访者认为平台应加强管理，六成（62.35%）受访者认为应加强行业自律，五成（52.16%）受访者认为应提高主播个人素质与职业素养，四成（40.30%）受访者认为应明确和细化相关法律责任。结果表明，网络直播消费总体满意率尚需提升，受访者期待在加强平台管理、推动行业自律、提高主播素养、细化法律责任等方面持续改进。

选择网络直播消费时最看重商品质量。选择网络直播消费时，看重商品质量的受访者最多（76.87%），其次是看重商品价格（64.11%）和品牌（59.27%），此外是平台形象（42.46%）和主播信用（39.25%）等方面；出现商品质量（79.21%）、虚假宣传（69.29%）、售后保证（62.35%）、价格欺诈（48.98%）和发货（45.36%）等问题或纠纷是消费者最为担心和关注的因素。结果表明，多数受访者在选择网络直播消费时，最看重的是质量、价格、品牌这些“硬指标”。

网络种草内容隐蔽性强、辨识度低，易获消费者信任。网络种草一般指通过网络宣传某种商品或服务的优点以诱人购买的行为，其隐蔽性较强，消费者对其辨识度较低。发布者通常在种草视频或文章中加入主观感受和相关推荐，内容难辨真假。观看种草内容时，消费者存在追寻别人足迹或者借鉴别人经验的心态，如果在客观内容中掺入夸大商品或服务效果的内容，且不明示具体利益关系，消费者很难辨别商品或服务的真实情况。

达人探店观点存在主观随意性，客观真实性难判断。达人探店一般指主播或视频拍摄者通过直播、视频等方式，把在经营场所的消费体验进行分享的行为。从消费者的角度来看，探店内容是对体验分享和评价的信息传播。探店内容可能是商业的，也可能是非商业的，主播一般不会主动披露其中的利益关系，并添加广告标识，部分评价具有个性化、专业化特点，观点本身也具有一定的自由空间，消费者很难判断信息的真实客观性。

来源：“北京市消协” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 01 日

直播带货要创新更要规范

日前，经济日报携手京东发布数据显示，2023 年一季度对比 2021 年一季度，医药产品、珠宝首饰、宠物产品、营养保健品、摩托车/电动车的直播带货订单量增长分别超 500%、超 80%、超 80%、超 80%和超 100%。直播带货已成为我国消费的新增量，是时下关注的经济热点之一。

直播带货作为流通与消费的新业态新模式，对助力我国经济高质量发展具有重要的意义。当前，面对严峻复杂的国际环境，要把恢复和扩大消费摆在优先位置，直播带货能够帮助消费品牌的培育和宣传，通过趣味互动形式优化消费者购物体验，丰富消费品供给，更好满足居民日益增长的多样化、个性化、细分化的消费需求。

直播带货还可以帮助灵活就业群体寻求新发展机遇，已成为吸纳就业的重要载体。其创新发展能提供主播及其背后运营团队的新就业岗位，而且有助于带动上下游的生产、物流配送等行业，产生更多就业机会。

直播带货的创新发展，也有利于推动优质农产品在全国范围内的推广，促进农民增收，巩固脱贫攻坚成果，为国家乡村振兴战略落地实施提供支持。

总体来看，我国直播带货行业呈现良好的发展态势，已经形成由直播平台、主播团队、MCN 机构、品牌商、供应链管理团队等各主体组成的完备产业链，各环节紧密配合，对上游生产商和下游消费者的联动效应正在不断增强。不过，这一行业也存在着主播规范管理力度不够、消费者维权渠道不畅等问题。

未来，要加快数字技术的创新应用、有序提升行业管理水平、健全行业政策支持体系，更好推动直播带货创新发展。**要加快数字技术的创新应用。**加强新一代数字技术在直播带货及其上下游产业链的深度应用，深化客户识别、市场营销、运营管理、仓储物流、产品服务等环节的数字化应用。支持建立全渠道用户数据库，运用大数据技术预测消费行为和消费潜力，实现精准化营销和个性化服务。依托大数据、区块链、人工智能等新兴技术，推动直播带货和线下实体零售的融合发展，满足新消费需求。**要有序提升行业管理水平。**充分运用大数据手段，通过有效的规则制定，明确管理部门、主播、MCN 机构等职责，实现全过程信用监管。健全信用联合惩戒机制，完善主播诚信黑名单制度，提高违法失信成本。加强多部门联合执法，加大对销售假冒伪劣商品、虚假宣传、价格欺诈、用户信息泄露和滥用等行为的打击力度。**要健全行业政策支持体系。**构建适应直播带货行业发展的财政政策体系，综合运用奖励、股权投资、租金减免等方式，对直播带货基地、直播带货产业园等项目建设适当给予资金支持。鼓励金融机构研发针对直播带货平台企业、MCN 机构等融资特点的数字供应链金融产品，满足相关企业及主播团队的小额、高频融资需求，降低资金使用成本。

来源：《经济日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 03 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