

# 电子商务动态

## ● 行业资讯

- 上海世界移动通信大会开幕 首设“数字上海”展区.....2
- 上海：数字化发展拓宽人力资源服务行业界限.....2
- 《中国电子商务绿色发展报告》发布.....5
- 移动终端+社交媒体+视频已成为消费主场景.....6
- 中国电商平台助多国好物进入中国大市场.....6
- ITC与阿里国际站签署合作意向书,加速中小微企业参与全球数字贸易.....10

## ● 政策法规

- 《质量强国建设纲要上海实施方案》发布.....11
- 上海发布文旅元宇宙新赛道行动方案.....12

## ● 数据观察

- 商务部公示“电子商务示范企业”名单 上海13家企业入选.....15
- 国家邮政局：今年我国快递业务量已达600亿件.....15
- 央行：一季度我国网上支付金额同比增长13.84%.....16
- 2022年上海网络游戏收入达1280亿元 同比增长2.40%.....16
- 数字人才缺口至少2500万 上海财大成立数字经济系.....17
- 多家电商平台发布“618”活动成交数据.....17

## ● 专家视点

- 以数字经济驱动消费升级.....21
- 跨境电商进出口首破2万亿元意味着什么.....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】

### 上海世界移动通信大会开幕 首设“数字上海”展区

6月28日，上海世界移动通信大会（MWC 上海）在上海新国际博览中心开幕，将持续至6月30日。据介绍，今年的MWC 上海议程包括主题演讲和五个展馆的不同主题。

其中，首次设立以“数字上海”为主题的展区在N5展馆首次亮相，围绕上海城市数字化转型，体现5G、人工智能、云计算等技术在城市治理方面的应用。展示中国产业的创新成果，并彰显上海的国际化科技视野。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023年06月29日

### 上海：数字化发展拓宽人力资源服务行业界限

当前，数字化转型发展正在重塑行业界限，传统人力资源服务产业边界正不断被更新，多元与开放已经成为常态，人力资源服务行业发展正面临新趋势与环境。

上海静安区人力资源和社会保障局办公室主任潘红云介绍，当下，人力资源企业提供服务的内容已远不止招聘等，通过算法筛选简历，匹配用人需求，精准推送岗位；为人才开展心理服务；以国际视野设计人力资源服务产品；开发多语种平台；在薪酬计算方面与国际接轨等正成为行业企业拓展的内容。潘红云表示，在人力资源服务领域，随着人工智能和数字化的应用，企业不断提升服务效率和质量。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年06月29日

### 上海：提升冷链物流服务质量

日前，上海市人民政府印发《质量强国建设纲要上海实施方案》。其中提出，提升冷链物流服务质量，积极发展多式联运、智慧物流、绿色物流、供应链物流，优化国际物流通道，提高口岸通关便利化程度。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023年06月21日

## 上海市粮食和物资储备局与菜鸟集团建立应急保供战略合作关系

6月28日，2023年全球智慧物流峰会上，上海市粮食和物资储备局与菜鸟集团签署战略合作协议，双方将围绕粮食和物资储备应急保供展开合作，共同探索更为高效的物资筹措和应急物流体系，提升应急状态下的保供能力和救灾效率。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023年07月03日

## 抖音生活服务“心动街区”首站落地上海大学路

6月22日，正值六月毕业季，抖音生活服务“心动街区”活动首站落地上海杨浦区大学路，结合毕业季节点和大学路餐饮、休娱等商业业态，重点面向复旦、同济、财大等高校人群，开展一系列线上线下活动，助力大学路在抖音平台出圈，促进杨浦区消费提振。

在线下，抖音生活服务“超级毕业帽”亮相上海大学路，为全城高校毕业生打造了一场街头毕业典礼。毕业生可以在“超级毕业帽”前一起拍张毕业照，也可以完成任务打卡，收获时光盲盒。

据介绍，6月22日-7月8日期间，大学路步行街还将限时变身“我的大学时光路”。在线上，抖音生活服务为商家提供超百万商品补贴、亿级流量曝光资源，并推出“毕业季专享套餐”和“毕业季满减福利”，为全国用户送出毕业季福利。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023年06月23日

## 携程联合建设银行推出外币与数字人民币互兑服务

在人民银行及外汇管理局的指导支持下，携程集团近日联手建设银行上海市分行，成功实现外币与数字人民币互兑功能，打造数字人民币应用新模式。

据了解，该服务主要针对境外人士短期入境后数字化支付的场景：境外人士入境后，可下载中国人民银行数字人民币APP，使用境外手机号码注册并开通数币个人钱包。在携程外币兑换网点将外币现钞兑换成数字人民币并存入本人的数字人民币钱包。

在境内期间，境外人士可使用数字人民币APP在国内受理数字人民币的商户进行支付，

享受移动支付带来的安全和便利。离境前，境外人士可到携程外币兑换网点将数币钱包内剩余的数字人民币兑换回外币。

携程集团方面介绍，此前在数字人民币 APP 中已支持携程子钱包推送功能，消费者在携程预订旅游产品时，可选择使用数字人民币进行支付。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 07 月 04 日

## 世界人工智能大会将于 7 月 6 日在上海举办

2023 世界人工智能大会将于 7 月 6 日至 8 日在上海世博中心及世博展览馆举办，并在浦东张江、徐汇西岸设分会场，同步在闵行等产业集聚区开展活动。今年是上海连续第六年举办世界人工智能大会。

据介绍，本届大会主题是“智联世界，生成未来”，会议活动总体架构按照“1+1+2+10+N”设置，即 1 场开幕式、1 场闭幕式、科技创新和产业发展 2 场全体会议、10 场主题论坛及 N 场生态论坛。大会将充分发挥“科技风向标、应用展示台、产业加速器、治理议事厅”作用，汇聚融通全球人工智能领域思想智慧、前沿技术、产业动向和人文生态，助推人工智能健康创新发展。

本届大会的参展企业数量、展览面积均创历届之最，其中 5 万平方米的世博主展览，设立核心技术、智能终端、应用赋能、前沿技术等四大板块，涵盖大模型、芯片、机器人、智能驾驶等领域，参展企业超过 400 家，优秀初创企业超过 50 家。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 30 日

## 2023 年中国网络文明大会将在厦门举办

“2023 年中国网络文明大会”将于 7 月 18 日至 19 日在福建省厦门市举办，将发布《中国网络文明发展报告 2023》、2022 年中国网络诚信十件大事、《中国网络诚信发展报告 2023》和《互联网平台企业履行社会责任评估报告 2023》等报告及内容。

据介绍，2023 年中国网络文明大会以“网聚文明力量 奋进伟大征程”为主题，将举办开幕式及主论坛、网络诚信建设高峰论坛、12 场分论坛和网络文明主题活动。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 30 日

## 《中国电子商务绿色发展报告》发布

当前，绿色发展已经成为电子商务高质量发展的重要方向，绿色发展、绿色供应链建设日益成为电商企业关注重点。

日前，中国国际电子商务中心首次发布《中国电子商务绿色发展报告》。《报告》对中国电子商务绿色发展现状特点、主要趋势及面临的挑战进行了深入剖析，从政府、企业、消费者等角度提出了促进中国电子商务绿色发展的相关建议。

《报告》称，中国政府积极推进电子商务绿色发展，制定相应的战略规划和产业政策，从未来电商行业绿色发展方向、工作要点等方面给予战略指导和资源支持，明确指出推动电商企业绿色发展，从生产、包装、物流等多维度加强企业环境保护能力，要求相关企业积极履行环境保护的社会责任。

《报告》显示，中国企业不断探索实践电商绿色发展路径，电商引领消费者绿色消费意识逐步觉醒，年轻人对于绿色消费的意识觉醒程度明显提高。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 21 日

## 《中国预制菜数字消费报告 2023》发布

日前，饿了么新服务研究中心联合天猫生鲜预制菜行业发布了《中国预制菜数字消费报告 2023》。

从数字消费平台（饿了么、天猫等）的数据来看，预制菜已逐渐成为用户的消费习惯，数字化正助力行业提速发展。

从地域上看，江苏、浙江、上海预制菜数字消费指数遥遥领先，广东、山东、北京处于第二阵营。

从消费者角度看，预制菜数字餐饮消费市场中，女性用户订单占比相对更多，同时年龄越大，越偏爱预制菜，其中 50 岁以上年龄 TGI 指数高达 182，可能和中国的老龄化趋势有关。

从品类上看，全部品类预制菜订单均显著增加，其中冷冻火锅食材、方便速食增幅最为显著。肉类预制菜受欢迎程度很高。从天猫消费趋势来看，大菜及家宴套餐礼盒产品供不应求，川湘风味等地方特色风味和炸物小食也深受年轻人群喜爱。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 07 月 05 日

## 首部省会城市快递行业地方性法规于 7 月 1 日起施行

《广州市快递条例》将于 7 月 1 日起正式实施。这是全国首部省会城市快递行业的地方性法规。《条例》共八章五十一条，对保障促进快递业健康发展、经营主体和快递服务、快递安全、数字快递和绿色发展、从业人员权益保障等方面作了全面规范，凸显出六方面特点：

在建立健全快递运输保障机制，加强快递服务车辆规范管理方面，《条例》规定要提供通行便利、实行统一管理、完善管理措施。

在进一步规范快递服务行为，提高快递服务水平方面，《条例》要求规范经营主体、规范作业流程，并要求企业提供服务选择。

在保障快递从业人员合法权益，促进快递业健康发展方面，《条例》则规定要规范用工形式、科学建立薪酬考核制度、针对快递工作环境强化劳动保护。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 21 日

## 移动终端+社交媒体+视频已成为消费主场景

6 月 28 日，华为轮值董事长孟晚舟在世界移动通信大会 2023（上海）表示，移动终端+社交媒体+视频已成为消费主场景，2023 年全球社交媒体的商品和服务消费预计规模 1 万亿美元，5G、云、AI 引发链式反应，让每个“买家”都可以成为“卖家”，新业态层出不穷，消费市场乘数倍增。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 28 日

## 中国电商平台助多国好物进入中国大市场

在日前举行的京东 20 周年“老友汇”暨“6·18”使节分享会上，来自塞浦路斯、捷克、丹麦、匈牙利、印尼、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、南非、新西兰、巴基斯坦、斯里兰卡等十余个国家的驻华使节齐聚京东总部，通过线上线下相结合的方式为各自国家的优质好物站台的同时，纷纷为中国电商促进双边商贸合作点赞。

随着共建“一带一路”的深入推进，“丝路电商”活力十足，京东平台上不仅已经汇集了欧美、日韩等热门地区的进口商品，还有越来越多来自东盟、中亚、中东欧、拉美、非洲等地

区的高品质商品以“多快好省”的方式进入中国，受到广大消费者关注。

最新数据显示，今年“618”期间，斯里兰卡的锡兰红茶、塞浦路斯的蓝色葡萄酒、哈萨克斯坦的骆驼奶、塞尔维亚的乌拉纳茨果酒等新颖的异域特产在京东国家馆销量可观。截至目前，京东平台上已有全球 50 个国家（地区）开设了以国别为主题的旗舰店，共计超过 100 个国家馆，在“618”期间总销量同比增长超四倍。

京东集团相关负责人表示，2014 年京东上线首个国家馆，在 10 年发展过程中获得了各国驻华使馆等权威机构官方授权和大力支持，通过聚合品类、聚集品牌、聚焦资源，不断提升海外优质特色产品拓展中国市场。目前，京东国家馆在售特色商品超过 5100 款，每年获得超过 15 亿人次曝光，沉淀超过 1000 万活跃用户。同时，国家馆以商品为媒介发挥独特价值，持续打造成为各国文化展示的窗口，以及人民交流的桥梁。

来源：《国际商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 25 日

## 国内首个机器人配送社区服务平台“小力到家”在重庆上线

不想出门拿快递怎么办？用户可以在“小力到家”平台下单，让机器人去楼栋门口“取”快递后，通过电梯送到家门口。近日，吉林大学重庆研究院面向社会推出“小力到家”平台，这也是国内首个机器人配送社区零售平台。

据悉，该平台依托人工智能、大数据等技术，首创“前置仓+机器人配送”新零售模式，让零售配送的“最后 100 米”更为通畅、高效。用户可以在“小力到家”平台下单，让机器人去楼栋门口“取”快递后，通过电梯送到家门口。

据介绍，每台机器人后台都录入了楼栋地图，依托大数据和人工智能技术，机器人会“认路”。项目研发团队研发了军工级底盘和“多梯多机”的电梯交互控制技术，使机器人“行进”更加稳定，配送更迅速。

来源：《重庆日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 07 月 02 日

## 盒马联合新西兰乳业龙头西部乳业产品群等签署战略合作备忘录

近日，新西兰总理希普金斯（Chris Hipkins）在上海出席了新西兰合作伙伴关系和产品发布会。在希普金斯总理的见证下，盒马和纽仕兰（The Land）联合新西兰乳业龙头西部乳

业产品群等，共同签署了新品首发跨洋农超对接战略合作备忘录，将在市场中打造新西兰进口鲜奶的新标杆-新西兰牧场 72 小时空运直达，第一批纽仕兰 4.0 娟姗鲜奶预计将于 7 月下旬在盒马首发。

此前，盒马于 5 月中旬公布了全球供应链战略，宣布今年已与全球 33 家零售商达成合作伙伴，包括澳大利亚连锁超市 Coles、牛肉供应商 NHFoods Australia 等。Coles 冰淇淋产品系列通过盒马首次进入中国市场。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 07 月 04 日

## 百度“文心一言”APP 上架苹果应用商店

日前，百度大语言模型文心一言 App 现已上架苹果 App Store，用户可免费下载安装，App 体积为 46.1MB。

产品介绍显示，“文心一言”作为百度全新一代知识增强大语言模型，采用一对一的对话式聊天场景，能够与人对话互动，回答问题，协助创作，同时在文学创作、商业文案创作、数理逻辑推算、中文理解、多模态生成等多个应用场景中“高效便捷地帮助人们获取信息、知识和灵感”。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 07 月 04 日

## 山姆跨境电商新零售业务正式启动

近日，苏州工业园区山姆会员商店跨境电商新零售项目正式启动。在全国 45 家山姆中，园区山姆率先试水，通过“现场体验、线上下单、极速配送”，让消费者拥有更加优质快捷的购物体验，消除消费者网购“看不见，摸不着”的顾虑，为传统跨境电商发展带来新的活力。

据悉，该新服务中约有 150 种单品，涵盖美妆、保健、母婴等几大重要品类，这些单品是在山姆现有 APP 全球购 1000 多种商品中精心挑选，会员购买频次极高的优选品。会员消费者可在门店入口处全球购展示区挑选心仪的商品，通过山姆 APP 线上下单、实名认证、线上支付后，在较短时间内即可收到商品。

山姆相关负责人表示，国内跨境电商进口需求不断增大，山姆依托沃尔玛强大的全球供

供应链优势，能够提供品类丰富、价格优势大、国外原装进口的高品质商品。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 07 月 01 日

## 菜鸟推出自营快递“菜鸟速递”

6 月 28 日，在 2023 全球智慧物流峰会上，菜鸟集团宣布推出自营的品质快递业务：菜鸟速递。菜鸟速递由服务天猫超市的配送业务升级为全国快递网络，主打好用不贵的半日达、当日达和送货上门等品质快递服务。

据了解，菜鸟速递是适应市场上对高质量快递需要而生，主要聚焦“菜鸟自营、品质快递、好用不贵”，服务上对标行业最优，价格上兼具性价比，并按照时效和重量提供丰富的产品矩阵，覆盖大件、中小件和微小件等全重量级包裹。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 28 日

## 盒马计划今年开放生鲜供应链

据盒马官微消息，盒马计划今年开放生鲜供应链。目前，盒马在上海已经与两家企业达成合作，开始从肉、蛋等食堂刚需食材入手，进行业务测试。将从以下三点入手，把盒马的生鲜商品送进大家的食堂：优化食堂订货、配送链路；开放共享盒马生鲜供应链；提升食堂精细化管理水平。盒马表示希望，让大家在食堂也能吃到“盒马同款”品质的美食。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 29 日

## 苏宁易购零售云首家 Super 店开业

苏宁易购零售云首家 Super 店日前在深圳市龙岗区开业，首家 Super 店位于核心商圈，营业面积超 1000 平。

苏宁易购零售云相关负责人表示，全新升级的 Super 店营业面积超 800 平方，销售规模超 1000 万，采用 N+X 品牌布局模式，坪效较传统店有望提升 2-3 倍，同时，在店面形象、场景、产品、服务四个方面全新升级，为消费者带来一站式家场景购物新体验。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 07 月 01 日

## 京东首次上榜《时代周刊》“2023 年全球 100 大最具影响力企业”

6 月 21 日,《时代周刊》发布“2023 年全球 100 大最具影响力企业”,京东集团首次入选该榜单,成为行业内唯一入选的中国企业。

榜单分为领导者(Leaders)、颠覆者(Disrupters)、创新者(Innovators)、巨头(Titans)和先锋(Pioneers)共五个部分,“领导者”榜单中京东是仅有的一家中国企业。

今年榜单上涌现了大量人工智能和可持续发展领域的公司,超过 12% 的公司属于 AI 行业,包括:OpenAI、Nvidia、Google DeepMind、Hugging Face、Metaphysic、Runway 等。

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

## 联合国国际贸易中心与阿里国际站签署合作意向书,加速中小微企业参与全球数字贸易

6 月 30 日,在第三届中非经贸博览会上,联合国国际贸易中心(ITC)与阿里巴巴国际站签署合作意向书,双方将共同采取更多行动,进一步帮助中小微企业更好地利用全球数字贸易新机遇,加速数字化转型,提高国际竞争力;同时促进各地就业,实现可持续快速发展。

据悉,早在 2021 年阿里国际站就与国际贸易中心(ITC)共同启动了“全球发展中国家中小企业数字化贸易加速器”计划。像在非洲地区,已有南非、埃及、肯尼亚、摩洛哥等 22 个国家和地区的中小微企业,正在通过阿里国际站一键卖全球,便捷地参与全球贸易。目前阿里国际站服务了全球 4000 多万活跃的买家和卖家,其中绝大多数都是中小微企业。

来源:《杭州日报》 编选:《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 30 日

## 《非洲数字经济发展指数与中非数字经济合作报告(2023)》发布

在日前举行的“第三届中国—非洲经贸博览会”上发布了《非洲数字经济发展指数与中非数字经济合作报告(2023)》称,非洲数字消费市场潜力大。

就非洲数字经济的总体情况而言,《报告》认为,非洲存在“数字鸿沟”,且表现为多层次结构。非洲数字经济发展存在“木桶效应”,系统性发展失衡问题应引起关注。非洲数字

基础层面发展动能不足，但数字应用市场潜力巨大。

在数字金融发展方面，《报告》指出，非洲数字金融发展水平阶梯性特征明显，南非与肯尼亚具备绝对领先优势。部分国家金融发展与金融科技应用水平不匹配，巨大潜力未被释放。非洲数字金融发展与传统金融创新共融、互促发展。

在数字消费发展方面，《报告》认为，非洲消费整体发展水平较低，但居民收入对数字消费影响相对较小，数字消费市场潜力大。移动游戏、社交媒体和线上体育成为非洲数字消费的热门应用。

就中非数字经济合作的方向，《报告》提出了六点建议：一是加强顶层设计，优化合作环境。二是推进硬件配套，加强基础设施合作。三是注重软件支持，重视数字技能培训。四是优化数字服务，拓展数字经济合作内容和形式。五是强化数字治理，保障中非数字经济合作良好运行。六是增强宣传引导，树立与优化国家形象，积极应对国际竞争。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 07 月 03 日

## 【政策法规】

### 《质量强国建设纲要上海实施方案》发布

日前，上海市委市政府印发《质量强国建设纲要上海实施方案》（以下简称《实施方案》），这是上海站在新的历史起点谋划质量工作，推动上海经济社会高质量发展的重要举措。

《实施方案》明确了推动经济质量效益型发展、增强重点产业和区域质量竞争力、加快产品质量提档升级、提升建设工程品质、增加优质服务供给、增强企业质量和品牌发展能力、构建高水平质量基础设施和推进质量治理现代化等 8 个重点任务，针对经济社会发展的重点、百姓关注的热点，聚焦产品、工程和服务质量，细化了 138 项措施。

《实施方案》提出，提高生产服务专业化水平。构建国际化高端专业服务体系，不断扩大“上海服务”品牌全球影响力。大力提升工业设计、广告创意、检验检测、知识产权、质量咨询等服务水平。推进普惠金融、绿色金融、科创金融、供应链金融发展，提高金融服务实体经济质量升级的可获得性。**提升冷链物流服务质量，积极发展多式联运、智慧物流、绿色物流、供应链物流，优化国际物流通道，提高口岸通关便利化程度。加快发展海外仓等外贸新业态。**加强重大装备、特种设备、耐用消费品的售后服务能力建设。

《实施方案》提出，促进生活服务品质升级。大力发展大众餐饮服务，创新丰富家政服务，促进物业管理、房屋租赁服务专业化、规范化发展。打造乡村旅游、康养旅游、红色旅游等精品项目，全面提高旅游服务质量。提升面向居家生活、户外旅游等的应急救援服务能力。大力发展公共交通，引导网约车、定制公交等个性化出行服务行业规范发展，推进轨道交通标准化建设。积极培育体育赛事活动、社区健身等体育服务项目，提升公共体育场馆开放服务品质。**规范发展网上销售、直播电商等新业态新模式。促进网络购物、移动支付等新模式规范有序发展，鼓励超市、电商平台等零售业态多元化融合发展。**

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 21 日

## 上海发布文旅元宇宙新赛道行动方案

日前，上海市文化和旅游局发布了《上海市打造文旅元宇宙新赛道行动方案（2023-2025 年）》。《方案》提出力争到 2025 年，上海“文旅元宇宙”品牌初步打响，产业规模突破 500 亿元，形成 2-3 个新内容创制产业集聚发展区。

《方案》明确未来三年上海文旅要集中发力五个领域，即打造文旅元宇宙新赛道的五大专项行动。

**数字文旅新基建专项行动。**加快重点区域基础网络建设，布局面向文旅业务的新型云平台，推动行业边缘计算能力建设，统筹布局文化资源接入网。在标准环境层面，将以更大力度支持多元主体牵头或参与国际、行业和地方标准编制。

**技术工具新突破专项行动。**聚焦数字文化权益保护、实时音视频、沉浸交互、智慧媒体等重点研究方向联合在沪重点实验室、科研院所、企业开展创新研究。同时，加快数字人、aigc 工具平台、渲染引擎等研发应用，推广虚拟实景摄制等技术应用。

**文旅元宇宙新场景专项行动。**持续在供给侧发力，为市民游客提供“身边的元宇宙”体验。打造数字文化场景，加快珍贵文物数字化采集与展现，鼓励文博场馆、商业街区打造沉浸式文旅体验空间。创新智慧旅游场景，面向一江一河、中心城区历史风貌区等打造虚实融合游览线路，鼓励景区景点搭建高体验度的特色旅游项目。建设虚拟演艺场景，推动虚拟演艺制播平台搭建和内容产品创作，支持剧场升级改造，鼓励研发兼具文化性、艺术性、创新性的演艺产品。

**数字艺术品新赛道专项行动。**依托上海城市区块链基础设施，建立数字创意联盟链和数字艺术品存储体系，鼓励文博单位、专业机构、艺术家加大创作力度，推动数字艺术品在文

博物馆、景区、游戏等场景的跨链应用。

**沉浸互动新内容专项行动。**努力建设数字内容创作高地，推动人工智能赋能 pgc、ugc 共同成长，推出新一代高新视听内容产品。推动创新要素聚集发展，从特色园区孵化升级、数字 ip 链条构建、开放共享环境营造、数字版权保护等方面，培育内容生态、呵护企业成长。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 21 日

## 冲刺“人工智能高地” 多地支持政策密集出台

随着各行业、各领域对人工智能需求的日益增长，与实体经济深度融合的新模式不断涌现，形成了具有中国特色的研发体系和应用生态，引领着经济社会各领域从数字化、网络化向智能化跃升。以“大模型”为代表的技术爆发，加速了人工智能产业的发展。

相关专家指出，大模型相关新研究、新产品竞相涌现，通用人工智能正成为各国重点布局的关键赛道。

近期，北京、上海、深圳等地纷纷出台相关政策举措，发挥自身特色优势创新“助跑”。力促人工智能发展。

《深圳市加快推动人工智能高质量发展水平应用行动方案(2023~2024 年)》于近日出炉，该方案明确提出：“加大财政资金投入力度，重点支持人工智能创新和应用。发挥政府投资引导基金作用，统筹整合基金资源，形成规模 1000 亿元的人工智能基金群。”

除深圳之外，成都市经济和信息化局于 6 月 1 日就《成都市进一步促进人工智能产业高质量发展的若干政策措施(征求意见稿)》公开征集社会意见。

而近日公布的《上海市加大力度支持民间投资发展若干政策措施》提出，充分发挥人工智能创新发展专项等引导作用，支持民营企业广泛参与数据、算力等人工智能基础设施建设。目前，上海徐汇区正积极引进和培育一批大模型研发团队，将加快研究打造大模型生态集聚和创新应用高地。

在日前举行的 2023 中关村论坛闭幕式重大成果发布会上，《北京市加快建设具有全球影响力的人工智能创新策源地实施方案(2023—2025 年)》，《北京市促进通用人工智能创新发展的若干措施》重磅发布。北京将通过这两项政策，从鼓励与引导行业发展角度，围绕创新发展共性需求，进一步统筹资源，全面推动人工智能自主技术体系建设及产业生态发展，到 2025 年基本建成具有全球影响力的人工智能创新策源地。

首先，《方案》围绕着突破关键技术、夯实底层基础、构建产业方阵、推动场景建设、

构建创新生态五大方向，提出 16 项重点任务；《措施》则从提升算力资源统筹供给能力、提升高质量数据要素供给能力、系统构建大模型等通用人工智能技术体系、推动通用人工智能技术创新场景应用、探索营造包容审慎的监管环境五个方面退出的具体措施。

来源：《工人日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 27 日

## 重庆推出五大行动助力数字经贸高质量发展

6 月 27 日，重庆市商务委发布了《重庆数字经贸高质量发展行动》（下称“行动”）。该行动包括五大部分，即消费数字化升级行动、数商兴农行动、跨境电商提质行动、数字化转型赋能行动、数字经贸生态体系建设行动。

其中，消费数字化升级行动包括：鼓励电商企业做大做强，开展电商促销，提升电商品牌影响力，释放消费潜力；依托特色产业，培育产业互联网平台；培育“小而美”网络品牌；建设线上线下融合创新、互动引流的西部地区数字化消费中心等。

**数商兴农行动包括：**推动电子商务进农村综合示范与县域商业体系建设有效衔接，促进农村电商与乡村特色产业深度融合；打造县域电商直播基地，培育旅游+电商+农副产品等数字消费平台；推动县域商贸流通企业数字化转型升级、推动农村电商与一二三产业融合发展等。

**跨境电商提质行动包括：**支持建设出口商品“海外仓”、海外运营中心等；探索组建中欧班列跨境电商进口组货联盟，提升跨境电商出口铁路舱单供应能力；加强跨境电商企业招商，支持外贸龙头企业开展跨境电商业务等。

**数字化转型赋能行动包括：**持续开展数字商务企业培育和管理；提升无接触服务、云展会等新兴商业模式和场景应用水平；推动大型商超、市场等开展跨界融合、提档升级，推进传统商贸流通企业数字化、网络化、智能化改造；打造一批直播电商基地、打造网销产品“爆款”等。

**数字经贸生态体系建设行动包括：**通过平台建设为行业发展提供数据支撑和决策参考，提升商务领域数据汇聚治理能力、数据安全管控能力、大数据融合应用能力；加强实用型数字经贸人才培养，建成西部数字经贸人才培养与孵化中心；围绕建立协同发展机制、打造成渝协同发展示范区、建设营商环境高地、培育新业态新模式等构建数字经贸互利共赢合作生态圈等。

来源：《重庆日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 28 日

## 【数据观察】

### 商务部公示“电子商务示范企业”名单 上海 13 家企业入选

近日，商务部公示了电子商务示范企业名单，全国共确定示范企业 132 家。其中，上海共有拉扎斯网络科技（上海）有限公司、欧冶云商股份有限公司、上海百秋尚美科技服务集团股份有限公司、上海宝尊电子商务有限公司、上海盒马网络科技有限公司、上海识装信息科技有限公司、上海寻梦信息技术有限公司、上海壹佰米网络科技有限公司、上海众旦信息科技有限公司、西域智慧供应链（上海）股份公司、携程计算机技术（上海）有限公司、行吟信息科技（上海）有限公司、壹药网科技（上海）股份有限公司等 13 家企业上榜。

据了解，商务部开展电子商务示范企业的创建工作，主要目的是为深入开展电子商务示范创建工作，引导电商企业合法合规经营，更好发挥电子商务在转方式、调结构、稳增长、促就业、惠民生等方面的重要作用，推动中国电子商务高质量发展，服务构建新发展格局。入选企业需在促融合、促民生、促发展、促环境、促开放等方面取得突出成效。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 29 日

### 工信部：1-5 月 5G 电话用户达 6.51 亿户

工信部近日公布了 2023 年 1-5 月通信业经济运行情况，1—5 月份，电信业务收入累计完成 7125 亿元，同比增长 6.8%，按照上年不变价计算的电信业务总量同比增长 17.2%。

值得关注的是，截至 5 月末，三家基础电信企业的移动电话用户总数达 17.08 亿户，比上年末净增 2445 万户。其中，5G 移动电话用户达 6.51 亿户，比上年末净增 9073 万户，占移动电话用户的 38.1%，占比较上年末提高 4.8 个百分点。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 30 日

### 国家邮政局：今年我国快递业务量已达 600 亿件

国家邮政局监测数据显示，截至 6 月 24 日，今年我国快递业务量已达 600 亿件，比 2019

年达到 600 亿件提前了 172 天，比 2022 年提前了 34 天。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 25 日

## 央行：一季度我国网上支付金额同比增长 13.84%

近日，中国人民银行发布 2023 年第一季度支付业务统计数据显示，一季度，中国支付体系运行平稳，银行账户数量、非现金支付业务量、支付系统业务量等总体保持增长。

一季度，全国银行共办理非现金支付业务 1145.87 亿笔，金额 1277.53 万亿元，同比分别增长 18.46% 和 11.1%。其中，银行卡交易业务量明显增长。一季度，全国共发生银行卡交易 1118.39 亿笔，金额 292.9 万亿元，同比分别增长 18.75% 和 10.57%。同时，银行卡信贷规模保持平稳。截至一季度末，全国共开立银行卡 95.73 亿张，环比增长 1.01%，人均持有银行卡 6.78 张。

电子支付方面，一季度，银行共处理电子支付业务 675.84 亿笔，金额 831.82 万亿元，同比分别增长 6.83% 和 12.44%。其中，网上支付业务 220.89 亿笔，同比下降 6.28%，金额 666.15 万亿元，同比增长 13.84%；移动支付业务 412.84 亿笔，金额 144.6 万亿元，同比分别增长 19.14% 和 9.9%。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 21 日

## 2022 年上海网络游戏收入达 1280 亿元 同比增长 2.40%

日前发布的《上海游戏产业报告》各项数据显示，2022 年上海网络游戏总销售收入达 1280.3 亿元，同比增长 2.40%，2023 年上半年预计超 630 亿元；其中国内销售收入达 1036.9 亿元，同比增长 3.66%，2023 年上半年预计超 500 亿元；海外销售收入达 36.2 亿美元，2023 年上半年预计超 19 亿美元。

《报告》显示，2022 年上海网络游戏销售收入中，移动游戏占 75.5%，客户端游戏占 19.7%，网页游戏占 4.1%。其中，移动游戏销售收入达 782.5 亿元，同比增长 4.69%，上海整体游戏收入的增量也主要由移动游戏贡献。在 2022 年流水达千万元级、亿元级、十亿元级的移动端游戏中，上海相关产品分别占 26.2%、24.2%、14.3%。

2022 年中国游戏收入 TOP50 企业上海占 24%。此外，上海科技型游戏企业数量占全国

13.3%，资质认定的数量占 13.0%，均位于国内 TOP3。米哈游、莉莉丝、波克城市等企业均于近年达到过百亿元级别的游戏收入。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 21 日

## 数字人才缺口至少 2500 万 上海财大成立数字经济系

目前，我国数字人才缺口在 2500 万到 3000 万左右，且缺口仍在加大，人才短缺已经成为我国数字经济发展亟需解决的问题。

近日，上海财经大学数字经济系揭牌成立，据了解，今年 9 月，学校将从入学的本科生中选拔有志于从事数字经济领域研究，并有攻读博士意愿的优秀学子组建“数字经济实验班”，通过本博贯通模式，培养既懂硬核技术，又了解现代商业场景的“数字财经人才”。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 07 月 01 日

## 中物联：5 月份电商物流总业务量指数为 120.4 点，比上月提高 1.5 个点

日前，中国物流与采购联合会发布今年 1—5 月份物流运行数据。数据显示，5 月份国民经济运行总体延续恢复态势，物流需求持续释放，物流市场规模仍保持较快增长。1—5 月份，全国社会物流总额为 129.9 万亿元，同比增长 4.5%，比 1—4 月份小幅提高 0.1 个百分点。

从电商物流指数来看，5 月份电商物流总业务量指数为 120.4 点，比上月提高 1.5 个点，年内多月连续回升。在月初假期、月末电商促销等因素带动下，电商物流与快递联动发展，快递行业景气升至 69% 高位水平，日均快递业务量升至 3.5 亿件左右，5 月份快递业务量完成 109.9 亿件，同比增长 18.9%。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 30 日

## 多家电商平台发布“618”活动成交数据

近日，淘宝天猫、京东、抖音电商、快手电商等多家电商平台发布“618”促销活动交易数据。

淘宝天猫数据显示，“618”活动期间，每天在淘宝平台发布短视频的商家数同比增长 55%，视频达人同比增长 200%；淘宝上短视频的日均观看用户数同比增长 113%，浏览量和观看时长也相应实现翻倍增长。平台上有 305 个品牌成交额破亿，老庙黄金等国货新品牌、老字号表现优异，256 万中小商家成交额超越去年。

京东数据显示，今年参与“618”的线上品牌商家和线下实体门店数量创新高，增速超预期。京东到家联动超 38 万家线下门店，通过线上下单、门店发货、商品小时达的方式，提供便捷即时零售服务，合作门店数同比增长 80%。新增趋势品类 1200 多个，3C 数码、家电家居产品以旧换新成交额同比增长超 150%。

抖音电商数据显示，活动期间，抖音电商直播累计时长达 4202 万小时，挂购物车链接的短视频播放 1309 亿次，整体销量同比增长 66%。其中，货架场景销量同比增长达 177%。90 后成为消费主力军，购买实力最为强劲，18 岁以上的 00 后消费者数量是去年同期的 2.1 倍，成为消费市场的新生力量。从品类看，“焕新非遗”专区的商品销量同比增长 164%；购买图书的消费者人数同比增长 51.4%，“全民好书计划”助力图书整体销量达到去年同期的 1.53 倍。

快手电商数据显示，活动期间，快手电商订单量同比增长近四成，买家数同比增长近三成，品牌商品交易总额同比增长超 200%，短视频挂车下单订单量同比增长近 210%，搜索支付类交易总额同比增长近 130%。其中，生鲜类交易总额同比增长 70%，服饰鞋靴类交易总额同比增长 268%，家用电器类交易总额同比增长 245%。

唯品会数据显示，“618”年中特卖节期间，平台女装、男装、箱包等核心品类相比去年销量整体涨幅达 20% 以上，部分细分品类出现倍数级增长，升级类消费如黄金珠宝、宠物生活、营养健康等销量同比增长 30% 以上。洗地机、清洁机、扫地机器人销量同比增长 80% 以上，空调销量同比增长 36%，智能手表销量同比增长 73%，平板电脑销量同比增长 27%。

来源：“中国国际电子商务网” 2023 年 06 月 25 日

## 我国网络视听用户规模达 10.4 亿

上海电视节和国家广播电视总局发展研究中心联合发布的《2023 中国视听新媒体发展报告》显示，截至去年底我国网络视听用户规模达 10.4 亿，网民使用率为 97.4%，网络视听用户数量是十年前的近 3 倍，网络视听产业规模是十年前的 20 多倍，网络视听成为第一大互联网应用类别。

《报告》指出，我国网络视听节目内容日益丰富多彩，短视频、互动视频等内容形态加速创新，网络视听机构成为集纳视听节目万众创意的平台，也成为中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的重要平台，视听新媒体正加速转型升级，进入大视听领跑新阶段。

据统计，2022 年我国网络视听用户规模超过即时通讯成为第一大互联网应用。其中，短视频用户规模达 10.12 亿，同比增长 7770 万；网络直播用户规模达 7.51 亿，同比增长 4728 万，短视频和网络直播正成为拉动视听新媒体行业增长的重要赛道和强劲引擎。

来源：《文汇报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 23 日

## 中国移动元宇宙产业联盟成立 首批成员含华为、科大讯飞、小米等 24 家

6 月 28 日，中国移动元宇宙产业联盟正式成立，首批共 24 家成员，包括中国移动咪咕、科大讯飞、华为、小米、芒果 TV 等，涵盖内容制作、XR 终端、关键技术、算力网络等领域。

中国移动咪咕公司总经理刘昕表示，对于联盟成员，未来中国移动将聚焦版权投入、营销扶持、研发经费、能力容量进行专项扶持，资源投入 3 年翻一番。

来源：《深圳商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 29 日

## 携程助力上海“五五购物节” 旅游下单用户同比增超 13 倍

第四届上海“五五购物节”近日圆满落幕，携程集团今年联合旅游伙伴发放 10 亿元旅游补贴，共建长三角旅游消费大平台，同时推出一带一路国家旅游产品，打造丝路电商直播。最新数据显示，购物节期间活动累计曝光热度超 10 亿，推动上海旅游订单下单用户同比增长超 13 倍。

根据携程数据，五一假期，上海酒店订单量同比增长超十倍；端午假期，上海旅游订单量同比增长超七倍；高考结束后，上海更成为高中毕业生最爱去的国内目的地城市。在推动共建“一带一路”高质量发展政策的指引下，结合市场需求的变化，携程从直播角度切入，助力上海创建全国首个“丝路电商”合作先行区。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 07 月 03 日

## 618 期间深圳网络零售额同比增长 16.5% 总量达 1089.0 亿元

618 期间，深圳市商务局发动各大电商平台与品牌企业举办各类促销活动，全力营造全城联动的消费热潮。据浪潮第三方大数据统计，活动期间深圳网络零售额同比增长 16.5%，总量达 1089.0 亿元。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 26 日

## 未来在线购物或将继续占据主导地位 64%的购物将在网上进行

近日，研究机构 Wunderman Thompson Commerce and Technology 对全球 31000 多名消费者当前和未来的购物习惯进行了调查。结果显示，消费者预计在未来十年内大约有三分之二（64%）的购物将在网上进行。这也意味着，未来在线购物会继续占据主导地位。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 07 月 03 日

## 沙特网络能力全球排名第二

沙特阿拉伯王国在国际管理发展研究所（IMD）发布的《2023 年世界竞争力年鉴》的全球网络安全指数中排名第二。根据国际管理发展研究所的说法，国家网络安全管理局（NCA）的发展和该国全球网络安全论坛研究所的计划发展都肯定了沙特阿拉伯在网络安全领域的作用。

国际电信联盟（ITU）也将沙特阿拉伯列为网络安全领域的全球领导者，在其全球网络安全指数中，沙特阿拉伯也排名第二。

来源：“亿恩网” 2023 年 07 月 03 日

## 今年美国三方市场平台电商销售额将达近 3850 亿美元

近日，市场研究公司 eMarketer 发布了 2023 年美国三大电商平台增长预测报告。报告指出，2023 年美国第三方市场平台电商销售额将达近 3850 亿美元，同比增长 10.2%，占美国

零售电商总额的三分之一以上。

报告预测，未来五年美国电商销售额将增长 5880 亿美元，其中第三方平台销售额将增长近 40%。到 2027 年，美国第三方市场平台销售额增速将超过整体电商市场，届时销售额将超过 6000 亿美元，占零售电子商务销售额的 34.8%。

在销售额上，亚马逊将继续保持断层领先地位，其次是 eBay（354.1 亿美元）、沃尔玛（85.7 亿美元）、Etsy（78.7 亿美元）和 Poshmark（19.1 亿美元）。

与此同时，越来越多零售商开启线上第三方市场业务，零售媒体收入也将进一步增长。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 07 月 03 日

## 【专家视点】

### 以数字经济驱动消费升级

我国有 14 亿多人口，中等收入群体规模超过 4 亿人，是全球最具潜力的大市场。居民消费优化升级，同现代科技和生产方式相结合，蕴含着巨大增长空间。

当前，以数字化、网络化、智能化为主要方向的新一轮科技革命和产业变革持续推进，数字经济凭借其独有的高创新性、强渗透性、广覆盖性等特点，正以前所未有的速度和影响力，推动生产方式和生活方式发生深刻变革，日益成为促进消费扩容提质的重要力量。我们要顺应数字经济发展趋势，积极推动数字经济赋能消费升级，为扩大国内需求、促进经济高质量发展注入活力。

#### 为消费升级注入新动力

**数字经济通过提升居民收入水平推动消费升级。**理论上，收入是消费的前提和基础，居民收入水平的提升是消费升级的重要动力和基础条件。数字经济可以从多个方面推动居民收入水平提升。

首先，数字技术的广泛应用可以全面提升社会生产力水平和生产经营效率，提高人力资本投资回报率，降低生产经营成本。

其次，不断涌现的数字经济新业态新模式突破了时间和空间的限制，创造出许多新职业和新就业岗位，带来更多增加居民收入的机会。

再次，借助算法等数字技术的强大资源整合和匹配能力，数字化就业服务平台可以大幅

提升劳动力市场的供需匹配效率，有效降低供需双方的交易成本。

最后，各类职业技能培训平台的发展极大推动了劳动者技能提升和数字技能积累，增强了劳动者对快速变化的新技术的适应力，由此带来人力资本的提升，从而促进其收入水平持续提升。

**数字经济通过优化产业结构推动消费升级。**生产决定消费。生产创造消费品，为消费活动提供对象，同时还决定着消费活动的方式，并不断激发消费者新的需求。数字经济发展可以推动供给端的产业结构优化，进而推动消费升级。

首先，作为新型生产要素，数据要素日益广泛而深刻地融入经济社会各领域，通过加速推进产业融合、重塑产业链价值链等方式大幅提升要素配置效率，并不断催生新业态新模式，创造新需求。

其次，强大的数字基础设施为各类生产要素的快速聚集、流动和高效匹配创造了有利条件，助力提高供给体系的质量和效率，引导产业结构实现优化升级。

再次，数字技术通过重塑企业内部流程、改造传统产业生产方式、优化产业组织结构等，推动传统产业高端化、智能化、绿色化升级改造，推动构建现代化产业体系。

**数字经济通过更好地适应和满足新需求推动消费升级。**作为经济发展最重要的内生动力，消费反映了人民对美好生活的向往和追求。随着我国发展阶段变化和居民收入水平持续提高，居民消费需求逐渐转向以服务性消费为主，更加注重非物质层面的体验、享受和情感等精神需求的满足。

此外，在物质生活更加宽裕和互联网快速普及的环境中成长起来的新生代群体，其消费习惯和消费方式日益呈现出数字化、个性化、社交化等新特点。数字经济在顺应这些新趋势、满足新需求方面有着独特优势。

一方面，数字技术应用有助于更加精准地捕捉消费端需求及其变化趋势，通过按需定制、以销定产推动生产方式变革，创新供应链，重塑价值链，从而创造出更多的新产品新服务。

另一方面，数字经济能够创造丰富的消费应用场景，技术创新应用能够为人们提供更智能、更高效和更安全的消费环境和消费体验，从而更好满足生存型、发展型和享受型等多类型多层次的消费需求。

### **抓好关键着力点**

以数字经济推动消费升级，对于更好保障民生、培育完整内需体系和构建新发展格局具有重要意义。为此，需要综合施策，充分发挥数字经济推动消费升级的潜在动能。

**推进产业数字化转型。**引导和鼓励企业利用数字技术发展柔性化制造和智能化生产，全

面提升企业对市场需求的快速响应能力和产能灵活转换能力，推动形成供给与需求、生产与消费互促互动的良性循环。鼓励大型平台企业加强对中小商户数字化运营的技术支持和技能培训，加快传统线下业态数字化改造和转型升级。加大对消费品制造业和消费性服务业中小企业数字化转型的支持力度，以高质量供给创造引领新需求。

**充分释放数据要素价值。**在加强数据安全保障的前提下，加大数据资源开放、共享和整合开发力度。结合公共数据、企业数据、消费者个人数据等不同数据主体特点，探索建立数据要素流通规则，破除政府、公共机构、企业等不同主体内部及主体之间的数据壁垒。鼓励平台企业通过深入挖掘数据要素、合理应用算法技术进行产品和服务创新，为企业提供算力资源支持。

**加快完善新型基础设施。**围绕满足消费升级需求，适度超前布局建设 5G 网络、工业互联网、物联网、数据中心等新型基础设施。坚持市场主导与政府引导相结合，创新投融资模式，鼓励和引导社会力量参与文化、教育、旅游、健康、养老等领域基础设施建设。全面推进传统商业、交通、市政等基础设施数字化智能化改造，加快推进快递服务站、无人售货机等智能终端设施建设和资源共享，以更好地适应数字化消费新业态新模式。

**不断优化数字消费环境。**顺应数字经济和数字消费发展规律，及时制定完善相关法律法规与政策规定，促进平台经济在规范中创新发展。加快消费信用体系建设，构建以信用为基础的长效监管机制。积极运用大数据、人工智能、云计算、区块链等技术加强数字监管能力建设，完善跨部门综合监管、线上线下一体化监管机制，加大对网络交易中各种违法违规行为的打击力度，全力营造安全放心的消费环境。

（作者：国家信息中心信息化和产业发展部 于凤霞）

来源：《经济日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 30 日

## 中国直播电商“火出圈”

据英国《金融时报》网站报道，直播电商在中国很受欢迎，观众喜欢看直播产品讲解。中国直播电商的娱乐性和沉浸式体验吸引了相当一部分消费者，尤其是年轻一代。

新加坡《联合早报》网站报道称，“出圈”的直播电商用优质内容将商品和消费者连接起来，中国直播电商行业已经进入拼内容、拼玩法的阶段。

当前，中国直播电商行业发展整体处于上升阶段。相关机构统计数据显示，2022 年中国直播电商市场规模超过 3.4 万亿元人民币，预计 2023 年规模将超过 4.9 万亿元人民币。

相较于传统货架式电商，直播电商市场规模庞大，发展迅速，迸发蓬勃活力，展现多方面比较优势：

**一是门槛较低。**直播电商不需要开设网店，主播只要拥有一部智能手机，开通卖货功能，就能实现“人人可播、处处可播”。

**二是互动性强。**主播在直播间内和消费者建立很强的即时性关联，既可以多维度展现商品特性，介绍更加丰富的商品信息，又能实时了解消费者问题，做出相应解答，方便消费者更好地了解商品。

**三是转化率高。**直播电商能给消费者带来更加直观、生动的购物体验，进而增强消费者购买意愿，更易产生应激性消费。有统计显示，直播电商转化率比传统电商高出 30% 以上。

中国直播电商行业渗透率日益提高，发展如火如荼，离不开一个重要背景——中国网络基础设施不断完善。近年来，在中国，智能手机快速普及，5G 网络覆盖全国所有地级市、县城城区，流量资费大幅下调。这都有助于在技术层面推动直播电商的发展和普及。此外，过去 20 多年间，传统电商行业已经形成包括物流、配送、支付等各环节较为完善的电商运营基础设施。在此基础上，直播电商行业得以进一步发挥优势，深入发展。

**目前，中国直播电商行业呈现发展新势头：一是从过去单纯追求全网最低价向更注重产品可靠及服务品质转型。**如今，许多直播间的主播不再只强调低价，而是侧重介绍商品的特性和优势，更好满足消费者需求。**二是步入合规化发展阶段。前两年，直播电商行业在爆发式增长的过程中暴露出一系列问题。**当下，无论是国家法律法规、政府管理规范还是行业标准，都不断完善，推动整个直播电商行业进一步合规化发展。越来越多企业或个人主动响应行业规范发展号召，为构建健康有序行业生态提供动力。

未来，中国直播电商行业将进一步回归商业本质，形成从需求到供给再到消费的商业闭环。直播电商一端连着消费者、粉丝群，一端连着供应商、品牌商。在逐步走向规范化的过程中，直播电商的底层能力可以更好支撑产品研发和品牌建设，并以更低的成本、更多元的手段触达消费者，带动供给侧聚焦细分市场。近几年，越来越多的新国潮品牌涌现，体现出直播电商从单纯的流通渠道向新商业基础设施演化的趋势，这对赋能实体经济具有重要意义。

全球经济正面临诸多挑战，消费趋于谨慎、理性。在此背景下，直播电商在提振消费、带动新产业群体等方面能够发挥积极作用。例如，在东南亚地区，直播电商行业已经发挥了一定的引领作用，带动当地仓储、物流、大数据、人工智能等领域发展，催生新产业生态，这也有助于拉动当地整体经济复苏发展。在来赞达、虾皮等东南亚几大直播带货的主阵地上，

似乎都能找到中国电商平台发展模式的影子。

从全球来看，中国直播电商行业快速发展，不仅可以起到示范效应，为其他国家和地区直播电商行业发展提供值得借鉴的路径和经验，还可以产生模式外溢效应，即其他国家和地区可以引入中国相对成熟、完善的直播电商平台，更好地服务当地消费者。

此外，从商品供应来看，大部分适合直播电商模式的商品产自中国。直播电商模式可以让当地消费需求与中国商品供应更加紧密地联系在一起，进一步丰富其他国家和地区的消费生态。（受访专家：商务部中国国际电子商务中心首席专家 李鸣涛）

来源：《人民日报海外版》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 07 月 03 日

## 跨境电商进出口首破 2 万亿元意味着什么

海关总署日前发布的《中国跨境电商贸易年度报告》显示，2022 年，我国跨境电商进出口规模首次突破 2 万亿元，比 2021 年增长 7.1%。目前，我国跨境电商主体超过 10 万家，跨境电商货物进出口规模的外贸占比由 5 年前的不足 1% 上升到如今的 5% 左右，贸易伙伴几乎遍布全球。

作为当前发展速度最快、潜力最大、带动作用最强的外贸新业态，跨境电商已成为推动我国外贸高质量发展的新生力量和重要抓手。特别是在复杂多变的国际贸易环境中，跨境电商更是以高成长的确定性积极应对外部市场的不确定性，彰显出巨大的市场活力和增长韧性，也为全球经贸发展注入了新动能。

当前，我国跨境电商发展整体呈现出“出口规模再创新高、贸易伙伴更趋多元、消费品占比进一步提升、业态发展头部效应明显”等新特征。具体来看，有两大特点值得关注：一是**跨境电商货物九成以上为消费品**，美妆洗护用品、医药保健、母婴产品、生鲜食品是进口商品的主流，而出口商品的种类更加丰富多元，涵盖了从服饰鞋包、家居家纺到电子数码、智能家居等大部分“中国制造”的优势产品。二是**跨境电商大幅降低国际贸易的专业门槛**，一大批以往“不会做、做不起、不能做”的小微主体，在数字浪潮中成长为新型贸易经营者。

**跨境电商规模之所以能屡屡突破，离不开市场与政策的双轮驱动。**从市场层面看，越来越多的消费者已习惯在线上购物，借助跨境电商平台可便捷地买遍全球。与此同时，全球经济的疲弱也让海外消费者更倾向于通过线上购物获得性价比更高的商品；从政策层面看，近年来，国家大力支持跨境电商发展，跨境电商综试区不断扩容，相关部门有针对性地打造“网购保税进口”“直购进口”“跨境电商出口海外仓”等个性化监管模式，累计出台 200 多项创

新举措，已构建起适应跨境电商健康发展的政策框架。世贸组织的研究报告显示，到 2026 年之前，全球 B2C 跨境电商将保持 27% 的增速。

跨境电商的外溢效应还在持续显现。相较传统外贸，跨境电商的主体大多为中小企业，它们通过跨境电商平台，可以迅速地对外贸市场变化和消费者需求偏好作出响应，有助于提升中国产品在海外市场的竞争力。跨境电商不仅给中小外贸企业创造了一个参与国际市场的赛道，也给外贸服务业态的转型升级和创新发展带来了新机遇。特别是经过近些年的高压力测试，我国跨境电商已经初步形成了可自我调节、自我完善的发展生态体系，不仅赋能“中国制造”，还有力推动了外贸高质量发展。

**跨境电商在快速发展的同时，也面临一些亟需解决的瓶颈与难题。**例如，在传统以“量”“价”取胜的经营思路下，跨境电商产品的品牌意识仍有待加强；再如，跨境物流成本高、运力保障不稳定、配送时效慢等问题依然突出。此外，跨境支付结算兼容性差、货款回流周期长、资金占用多等问题，也存在较大的不确定性。

需要指出的是，**跨境电商未来发展可能会遇到国际贸易环境与规则变化带来的双重挑战。**当前，跨境电商商品覆盖面虽在持续扩大，但很多国家和地区对于跨境电商的政策规则尚未完全定型，广大外贸企业在经营过程中可能会遭遇政策法规不确定、不统一的问题。对此，一方面，需要外贸经营主体能迅速反应、及时作出调整，不断强化合规意识；另一方面，政府等相关机构在进行贸易协定谈判时，也要将跨境电商的相关议题纳入议事日程，切实维护广大跨境电商从业者的权益。

来源：《经济日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 06 月 30 日

## 数字经济将成为未来国际合作新领域和新竞争赛道

近日，中国社会科学院金融研究所、国家金融与发展实验室、中国社会科学出版社联合发布《全球数字经济发展指数报告（TIMG2023）》，《报告》显示，2013 年以来，全球数字经济发展整体呈现上升趋势，TIMG 指数的平均得分从 2013 年的 45.33 上升至 2021 年的 57.01，增长幅度为 26%。特别是在 2018 年之后，全球主要国家在数字经济方面的追赶态势越发明显，TIMG 指数的全球中位数开始超过全球平均水平，并呈加速上升趋势。

总体来看，数字经济的快速发展主要由数字市场发展和数字基础设施建设所推动，数字技术和数字治理的提升相对缓慢。从国别差距来看，全球数字经济发展在不同国别之间发展水平的差异呈现收敛趋势。

北美、亚太和西欧是数字经济发展水平较高的三大地区，东盟、西亚等亚洲其他地区和中东欧、独联体国家的数字经济发展处于中等水平，非洲地区的数字经济发展较为落后。数字经济的发展往往与一国的经济与金融发展水平密切关联。数字经济指数的平均水平从高收入国家向中高收入国家、中低收入国家和低收入国家依次递减。在高收入国家组中，美国、新加坡等是发达国家中数字经济发展较快的国家；中国和印度则分别是中高收入和中低收入国家中的领先国家。

从总指数来看，2021 年美国、新加坡、英国等是 TIMG 指数排名靠前的国家，中国排名第 8 位。从细分指数来看，2021 年，数字技术指数中，美国、芬兰、瑞士是全球排名前 3 位的国家；数字基础设施指数中，美国、新加坡、中国是全球排名前 3 位的国家；数字市场指数中，美国、中国、英国在全球排名前 3 位；数字治理指数中，新加坡、芬兰、丹麦在全球排名前 3 位。中国在数字市场和数字基础设施领域优势较大，排名分别为第 2 位和第 3 位。但是，在数字技术和数字治理方面，与美国、新加坡等国家相比还存在一定差距，排名为第 15 位和第 41 位。

数字丝绸之路建设已成为共建“一带一路”的重要组成部分和未来国际合作的突破口。“一带一路”沿线国家的 TIMG 指数在 2017 年之后开始超过样本内的非“一带一路”沿线国家。从区域来看，东亚和太平洋、东盟、中东欧是区域内数字经济最为领先的地区，西亚和独联体地区的数字经济表现相当，中亚和南亚国家整体水平偏低。从国别情况来看，2021 年新加坡、中国、阿联酋是排名前 3 位的国家。其中，中国的数字市场优势突出，新加坡在数字技术、数字基础设施、数字治理等分项指数排名方面处于领先地位。阿联酋、爱沙尼亚则在数字治理指数中列区域内第 2 位和第 3 位。

数字经济将成为未来国际合作的新领域和新竞争赛道。目前，欧盟、美国、英国等发达国家是数字经济国际合作的主要参与国和规则制定者。一国数字经济国际合作参与程度与数字经济发展水平整体呈现正相关，但仍存在数字经济发展与国际合作不匹配的情况。数字经济发展靠后的国家正在努力通过国际合作来提升本国数字经济发展水平。当前，中国与经贸往来密切的国家在数字经济领域正开展更为深入的合作，加快推进与“一带一路”沿线国家建立数字经济合作，并且与数字经济发展领先国家陆续在细分领域开展数字经济合作。从国际合作实践与 TIMG 指数评级结果来看，与中国建立数字经济合作的“一带一路”国家多为后发国家。从细分指标来看，合作国家在数字技术、数字基础设施、数字市场和数字治理等方面都有非常大的提升空间。

来源：《人民邮电报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 07 月 05 日

## 【悦读电商】



### 电子商务创业与运营

#### 内容简介

本书以培养读者创新创业思维与能力为主线，引入大量电商创业真实案例，介绍了电商创业过程中应具备的知识与技能，包括了解产业链与电商平台、店铺品牌定位、产品的选择、最小可行化产品、店铺的设计与装修、设计产品详情页和海报、电商平台流量营销、用户裂变营销和电商运营数据管理等内容，使读者对电商创业有一个系统的认识，并能根据所学内容完成店铺的运用与营销工作。



### “互联网+”时代的电子商务模式

#### 内容简介

电子商务的精髓是商务模式的创新。历经 20 多年发展的电子商务，其商务模式历经多次浪潮的历练和完善。随着电子商务应用的不断深入，电子商务模式的教材也需要有新的体现。

本书继承了经典电子商务模式，并进一步从“互联网+”视角出发，对多年来 Internet 的创新发展进行了提炼，从更新、更广的角度展现新的电子商务模式，揭示了电子商务发展的路径，对未来发展趋势提供了启迪。

与此同时，本书还提供了数字化的计算机电子商务建模和模拟运算方法，进一步提供了基于“互联网+”时代的电子商务模式新视角的介绍。

---

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