

# 电子商务动态

## ● 行业资讯

- 国务院：促进数字技术与实体经济深度融合.....2
- 商务部：将从五方面推动电子商务创新发展.....2
- 三部门：延续实施跨境电子商务出口退运商品税收政策.....4
- 上海全国首发两项 5G 标准 支持高级别自动驾驶.....5
- 盒马新业态「黑标店」Premier 首店落地上海.....5
- 2023 中国电子商务大会在北京开幕.....6

## ● 政策法规

- 北京出台政策规范扫码消费服务.....13
- 天津：推动平台经济健康发展 壮大直播电商产业.....13

## ● 数据观察

- 国家统计局：我国网络经济指数达 2739.0，比上年增长 39.6%.....14
- 商务部：全国新增 16 家国家电子商务示范基地 总数达到 170 家.....14
- 今年前 7 个月上海浦东机场口岸跨境电商出口货值增长 2.7 倍.....15
- CNNIC：我国互联网普及率达 76.4%.....15
- 2023 上半年直播电商交易规模约为 19916 亿元.....15
- 拼多多出海一周年，海外用户已经破亿.....19

## ● 专家视点

- 中国跨境电商企业已经进入“布局全球”的关键时期.....20
- 专家解读第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》.....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】

### 国务院：促进数字技术与实体经济深度融合

8月21日下午，国务院以“加快发展数字经济，促进数字技术与实体经济深度融合”为主题，进行第三次专题学习。国务院总理李强主持专题学习。

李强在听取讲座和交流发言后指出，我国具有超大规模市场、海量数据资源、丰富应用场景等多重优势，数字经济发展具有广阔空间，要统筹发展和安全，发挥优势、乘势而上，协同推进数字产业化和产业数字化，推动数字经济发展不断取得新突破。要坚定不移立足自主创新，发挥新型举国体制等优势，强化基础研究攻关，加强前沿技术研发，打好关键核心技术攻坚战。要聚焦数字产业化战略前沿，大力发展数字经济核心产业，推动数字产业集群发展，发挥领军企业龙头带动作用，促进大中小企业协作。要立足不同产业特点和差异化需求，把握数字化、网络化、智能化方向，利用数字技术对传统产业进行全方位、全链条改造，推动制造业、服务业、农业等产业数字化，降低中小企业数字化转型成本。要继续适度超前推进数字基础设施建设，创新数据要素开发利用机制，加强人才培养引进和干部专业素质提升，夯实数字经济发展的基础支撑能力。

李强指出，数字经济发展离不开良好的环境。要强化系统观念，加强跨部门协同和上下联动，汇聚各方合力，加快推动重大任务和重大工程落地。要坚持促进发展和监管规范两手抓，秉持包容审慎监管态度，提高常态化监管水平特别是增强监管的可预期性，健全法律法规和政策制度，不断完善数字经济治理体系。要积极探索跨境数据管理新模式，主动参与数字经济国际合作。

来源：《文汇报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年08月22日

### 商务部：将从五方面推动电子商务创新发展

商务部部长助理陈春江9月2日在2023年服贸会期间举办的2023中国电子商务大会上表示，电子商务在发展全局中的地位和作用日益凸显。商务部将围绕促进数字经济和实体经济深度融合，积极营造良好政策环境，支持各类电商主体在创新发展、创造就业、国际合作中大显身手。

陈春江表示，商务部将从以下五个方面推动电子商务发展。**一是发展数字贸易，加快贸易强国建设。**积极推动出台促进贸易改革、创新发展的政策性文件，加强数字贸易平台建设，积极筹办全球数字贸易博览会，稳步推进数字贸易示范区建设，支持“跨境电商+产业带”模式的发展，助推外贸企业数字化转型升级。

**二是把恢复和扩大消费摆在优先配置。**组织开展“消费提振年”促销费活动，积极筹划促进电商发展的政策举措，持续创新消费场景，加大对各地各平台网络促销活动的指导支持力度，努力打造贯穿全年的网络促销矩阵。

**三是引导电商平台与实体经济深度融合。**推动实施《“十四五”电子商务发展规划》，充分发挥国家电子商务示范基地、示范企业的引领作用，努力培育具有国际竞争力的电商产业集群和领军企业，促进实体经济发展。

**四是全面实施乡村振兴战略。**积极引导电商企业下沉农村，支持完善“县乡村”三级物流配送体系，提升物流效率，降低物流服务成本，深入实施“数商兴农”，扎实做好“土特产”文章。

**五是拓展深化丝路电商工作。**加快创建丝路电商合作的新领域，务实推进与“一带一路”共建国家双边电子商务合作，加强政策沟通、产业对接、能力建设，提升双方企业和民众的获得感。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 09 月 03 日

## 商务部：高标准建设国家数字服务出口基地

8 月 21 日，商务部服务贸易和商贸服务业司司长王东堂表示，下一步，商务部将继续着力优化数字营商环境，提升贸易数字化水平，加快培育服务贸易数字化发展的新动能。高标准建设国家数字服务出口基地，进一步落实支持基地发展的各项政策措施，推动扩大可数字化的服务出口；加快服务贸易数字化进程，支持旅游、运输、建筑等传统服务贸易数字化改造，同时大力推动智慧物流、远程医疗、线上办展等新兴领域的发展，不断提高服务的可贸易性。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 21 日

## 三部门：延续实施跨境电子商务出口退运商品税收政策

为贯彻党中央、国务院关于支持跨境电商等新业态新模式加快发展的决策部署，近日，财政部、海关总署、税务总局联合发布《关于延续实施跨境电子商务出口退运商品税收政策的公告》。

公告规定，对 2023 年 1 月 30 日至 2025 年 12 月 31 日期间在跨境电子商务海关监管代码（1210、9610、9710、9810）项下申报出口，且自出口之日起 6 个月内因滞销、退货原因原状退运进境的商品（不含食品），免征进口关税和进口环节增值税、消费税；出口时已征收的出口关税准予退还；出口时已征收的增值税、消费税，参照内销货物发生退货有关税收规定执行；其他规定仍按照《财政部海关总署税务总局关于跨境电子商务出口退运商品税收政策的公告》（财政部海关总署税务总局公告 2023 年第 4 号）相关规定执行。

与 2023 年 1 月 30 日印发的财政部、海关总署、税务总局公告 2023 年第 4 号相比，公告将企业在跨境电子商务海关监管代码项下申报出口的期限，由原来的 2024 年 1 月 29 日延长至 2025 年 12 月 31 日。三部门表示，期限的延长，有利于充分发挥政策效应，进一步稳定企业预期，推动外贸新业态加快发展。

来源：“财政部官网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 31 日

## 国家版权局等四部门启动专项行动 深入开展电商平台版权专项整治

近日，国家版权局、工业和信息化部、公安部、国家互联网信息办公室四部门联合启动打击网络侵权盗版“剑网 2023”专项行动，本次专项行动将聚焦 3 个主要方面开展重点整治：

一是以体育赛事、点播影院、文博文创为重点，强化专业领域版权专项整治，规范网络传播版权秩序。二是以网络视频、网络新闻、有声读物为重点，强化作品全链条版权保护，推动建立良好网络生态。三是以电商平台、浏览器、搜索引擎为重点，强化网站平台版权监管，压实网站平台主体责任。深入开展电商平台版权专项整治，重点规范浏览器、搜索引擎未经授权传播网络文学、网络视频等行为，推动重点网站平台企业开展版权问题自查自纠。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 30 日

## 上海全国首发两项 5G 标准 支持高级别自动驾驶

日前，在上海市通信管理局的指导下，由上海移动和中国信息通信研究院牵头组织 20 余家标准起草单位共同参与编写的《支持高级别自动驾驶的 5G 网络规划建设和验收要求》和《支持高级别自动驾驶的 5G 网络性能要求》两项团体标准正式发布施行。这是国内首部支持高级别自动驾驶的 5G 网络性能和建设验收标准，填补了国内外相应标准的空白，为上海市智能网联汽车创新应用和产业发展打下了坚实的标准基础。

上海市通信管理局表示，本次团标的发布，不仅是两项标准编制的终点，更是 5G 车联网标准化的起点。目前临港新片区智能网联汽车创新引领区已明确根据两项 5G 车联网标准高质量建设支持高级别自动驾驶的 5G 车联专网。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 27 日

## 盒马新业态「黑标店」Premier 首店落地上海

盒马近日再孵化出新业态一盒马“黑标店”Premier，据悉，盒马全国首家黑标店落地上海龙之梦城市生活中心，预计将于今年 9 月 28 日开业。盒马 Premier 集合了多个国内首发新品牌，引入大量全球优质商品，主打“高贵不贵”。盒马方面表示，希望盒马“黑标店”Premier 成为兼具高服务水平、高品质商品的中国新零售商超代表。

据了解，自成立以来，盒马先后共尝试了 10 个业态，包括盒马鲜生、盒马 MINI、盒马小站、盒马邻里、盒马 X 会员店等，在社区、菜市场等不同场景中探寻业务增长点。

截至 2023 年 6 月，盒马在全国开设超过 300 家盒马鲜生门店，68 家盒马奥莱店，及 9 家盒马 X 会员店。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 24 日

## 数字社工在浦东新区塘桥街道启用

日前，科大讯飞·星火数字社工系统正式发布，率先在塘桥街道启用，助力社区数字化转型，为社区干部工作赋能。

数字社工，即借助大模型的 1+N 人机交互，帮助街道城运中心、事务受理中心、居委会

的基层社工简化工作流程。数字社工介入后，简单高频的问题可以由 AI 语音机器人解答。复杂问题则由 AI 判断后，根据问题类别转接至相应的人工服务组。接线员也能通过 AI 助手、知识库系统协助，更精准高效地完成服务。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 21 日

## 盒马于上海新设互联网信息科技公司

近日，盒马（中国）有限公司（以下简称“盒马”）新增投资企业上海盒马互联网信息科技有限公司（以下简称“上海盒马互联网信息”）。

据了解，上海盒马互联网信息成立于 2023 年 8 月 31 日，注册资本 100 万元，经营范围包括：家用电器销售；户外用品销售；家具销售等。目前，其由盒马 100% 持股。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 09 月 04 日

## 2023 中国电子商务大会在北京开幕

作为今年服贸会高峰论坛之一，由商务部、北京市人民政府共同主办，商务部电子商务和信息化司、北京市商务局承办的“2023 中国电子商务大会”9 月 2 日下午在北京国家会议中心开幕。大会以“数实融合 数智创新”为主题，分设“新型数字消费、数商兴农、跨境电商、国企电商采购”四个专场会议。中外各方就全球电商趋势、高质量国际合作、可持续发展等话题进行交流。

大会特别设立了“高峰对话”环节，邀请电商行业专家、知名电商智库机构代表等参加，从专家视角呈现中国电商的年度观察，为行业发展提出战略性指导。

大会首次搭建电商案例互动展示区，邀请零售创新品牌、国货出海品牌、数字人、AR 技术等案例企业现场呈现互动体验。集中展现电商新场景、新业态、新模式创新成果。

中国商务部部长助理陈春江在大会上表示，商务部将围绕促进数字经济和实体经济深度融合，积极营造良好的政策环境，支持各类电商主体在创新发展、创造就业、国际合作中大显身手。

来源：“中国新闻网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 09 月 03 日

## 《中国数字经济发展指数报告（2023）》发布

日前，工业和信息化部电子第五研究所在会上发布了《中国数字经济发展指数报告（2023）》，《报告》显示，数字经济具有高度发展驱动性，各地区数字经济发展指数与地区综合经济实力具有高度正相关性，数字经济对于促进地区经济发展的驱动能力强劲。《报告》全面覆盖全国 31 个省区市和 20 余万个数字经济企业的数据。指标体系基于发展基础、发展要素、发展能力、发展动力、发展应用五大核心维度，涵盖 13 项二级指标和 40 余项三级指标。

**从总指数结果来看**，我国数字经济呈现梯次发展格局，各省、自治区、直辖市数字经济发展指数分值集中在 40—100 之间，呈现 3 个梯队。第一梯队包括北京、上海、广东、江苏、浙江等 10 个地区，第二梯队包括河南、重庆、河北、贵州等 12 个地区，其余地区处于第三梯队。其中，全国数字经济发展指数分值最高的 3 个地区分别是：北京（95.6）、广东（94.8）和上海（85.8）。

**从区域间的总指数和分指数来看**，东部地区大多处于第一梯队，无论是总指数还是分指数均高于全国平均值，数字经济整体发展较为全面。中部地区大多处于第二梯队，总指数、分指数处于全国平均值附近，内部发展较为均衡。西部地区在三个梯队中均有分布，川渝地区总指数相对领先。东北地区整体较其他地区有一定的差距。

《报告》显示，数字应用渗透生产生活全领域。我国数字化转型、5G 应用、智慧交通、智慧医疗、数字政府等顶层设计不断完善，数字经济不断渗透到生产和生活中。上海、广东、北京和江苏数字经济应用水平位于全国前列。

**从数字生产和数字生活来看**，江苏、山东、浙江、福建等地的数字生产指数显著高于数字生活指数，本地产业数字化基础较为雄厚；贵州、内蒙古、吉林、云南、广西等地的数字生活指数明显高于数字生产指数，本地互联网生活服务便捷、服务经济活跃。

来源：《人民邮电报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 31 日

## 我国算力产业发展提速

算力是数字经济时代的新型生产力，已成为赋能科技创新、助推产业升级的新动能。近年来，多地聚焦算力基础设施建设、产业集群打造、应用场景培育推广等，加快推动算力产

业高质量发展。

据了解，我国算力产业规模快速增长，近5年平均增速超过30%，算力规模排名全球第二。各地根据自身资源禀赋特点和产业优势，纷纷制定规划，加快布局发展算力产业。

来源：《经济日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年08月31日

## 政策加码促“数商兴农” 电商平台积极为农产品提供线上“货架”新基建

今年以来，农村电商迎来政策密集支持。2023年中央一号文件提出，深入实施“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城工程，鼓励发展农产品电商直采、定制生产等模式，建设农副产品直播电商基地。8月14日，商务部等9部门发布《县域商业三年行动计划（2023-2025年）》，提出推动农村电商高质量发展，主要包括大力发展农村直播电商、培育“土特产”电商品牌、鼓励农村电商创业就业等3项重点任务。此外，多地政府也陆续发布文件对“数商兴农”作出部署。

除政策层面的支持，淘宝、抖音、快手等电商平台积极入局，为农产品上行提供线上“货架”新基建。以淘宝、抖音、快手为主的农村直播电商发展较为迅猛。从各平台的主要举措来看，重点集中在培育扶持农村商家与主播、挖掘优质产业带农产品、助力农产品标准化及售卖等方面。

专家表示，农村电商的发展必须形成一个利益共同体，这牵涉农户、物流快递、平台商家、直播运营方、主播等多个方面，各方在其中能够扮演自己的角色，做到价值共创、利益共享。平台通过大数据对特定人群形成精准推荐，当地政府打造好的营商环境，保护外来商家，让其与本地商家实现公平竞争。

来源：“全国电子商务公共服务网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023年08月26日

## 中国邮政上线乡村振兴综合生态互联网——邮乐平台

日前，中国邮政集团旗下乡村振兴综合生态互联网平台完成功能升级改版，正式推出全新的邮乐平台官网。

据了解，邮乐平台借助中国邮政的资源和网络优势，采用“邮政+邮乐”模式进行全域运营，推动构建“线上+线下”、服务“工业品下乡+农产品进城”的双向流通体系。



为了区别于纯线上电商平台，此次改版将邮乐平台打造成为协同场景丰富、服务模式领先、数智能力突出的新零售平台，突出邮乐是中国邮政旗下的乡村振兴综合生态互联网平台板块。

值得一提的是，邮乐平台还将接入全新智能客服机器人、数字人直播、数字人客服，全场景精准服务。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 28 日

## 我国地理空间数据与智能汽车业加快融合

随着移动互联网、大数据、人工智能发展，我国地理空间数据与智能网联汽车产业加快融合。

自然资源部地理信息管理司司长李永春 8 月 23 日在例行新闻发布会上说，目前导航电子地图深度融入百姓生活。随着移动互联网、大数据、人工智能发展，导航电子地图产品模式、内容也在发生着诸多变化。自动驾驶地图、智能汽车基础地图是一种新型导航电子地图，在位置精度、要素内容、更新频率、应用场景等方面有新要求。作为数实融合的重要内容，基于时空大数据，我国地理空间数据与智能网联汽车产业加快融合。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 24 日

## 天猫发布四大服务商合作举措 开放特许权益、升级数字化产品、开放 AIGC 能力和促进人才培养

8 月 22 日，淘宝天猫品牌生态大会在上海举办，启动面向服务商的“群星计划”，发布四大合作举措——开通不同赛道服务商的特许权益、升级数字化产品、开放 AIGC 能力和促进人才培养，与服务商做共赢的伙伴，共同服务好品牌。

具体举措如下：**开通不同赛道服务商的特许权益：**向服务新商家的战略合作服务商，协同“蓝星计划”开放新商家专属入驻通道，享受快速入驻审核权益；向服务成长型品牌的合作服务商，协同“千星计划”，招募“千星计划生态合伙人”打造专属陪练和培训生态，提供专属补贴权益；向服务成熟品牌的合作服务商，提供他们实施创新解决方案时所需的个性化策略支持。

**升级数字化产品：**升级面向服务商输出的数字化开放能力“生态实验室”，帮助服务商

为品牌提供标准化和定制化的消费洞察，制定品牌策略；同时，在全新的商家成长数据产品“观星仪”中上线“品牌人气指数”，呈现品牌的消费者资产指数、心智份额指数、钱包份额指数，向服务商开通定制版，助力品牌的消费者运营和品牌经营。

**开放 AIGC 能力：**招募 AI 驱动辅助电商经营新赛道的服务商，并与通义万相合作图文能力、小模型能力，旨在帮助品牌优化商品介绍、文本表达、构建小模型等，提升品牌运营的效率。

**促进人才培养：**以服务商人才培养的视角，帮助生态及各类企业、社会职业提升岗位能力，涵盖数字经营师、品牌操盘手、数字店长、直播运营师等多种职业类型。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 23 日

## 支付宝上线带货直播

近日，支付宝宣布，为满足平台上商家从服务到内容的多样化营销需求，支付宝直播将从内容直播进阶为带货直播，并发布“爆品计划”。同时，达人代播选品中心“带货宝”同步上线，既支持商家品牌自播卖货，也支持达人分销带货。这意味着，支付宝直播带货产品框架已逐步完善。

支付宝表示，支付宝直播呈现高客单价的特点，这符合支付宝的用户特征，为鼓励优质直播，支付宝将启动直播商家支持计划，提供具备市场竞争力的优惠政策。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 21 日

## 抖音电商打造全链路购物好体验 持续满足消费者真实需求

8 月 24 日，抖音电商举办“抖音电商开放日-消费者体验专场”活动，抖音电商消费者体验负责人文蔚表示，平台始终将消费者体验放在最重要位置，“好体验能创造核心竞争力”。“全域兴趣电商”新阶段，也对消费者体验工作提出更高要求和更多挑战。

文蔚表示，过去半年，针对商品内容、发货物流、售后保障和商家服务等消费者核心诉求，平台在规则、产品和权益等方面进行了重点升级，覆盖从购前到售后全购物链路，消费者体验得到有效改善。

**商品和内容方面，**今年以来平台已拓展了超 2000 个新商品品类，为消费者提供更丰富

的购物选择。商品管理也更为精细化，通过升级识别策略，拦截了超 300 万件劣质商品。同时，通过明确全体优质内容标准和推流机制，平台加强对劣质虚假内容识别打击，达人带货订单负反馈量减少 52%。

**发货物流方面**，平台持续完善预售管理，仅允许履约和服务等体验好的商家使用预售功能，多措并举鼓励商家售卖现货和缩短预售周期。同时，平台对恶意不发货、虚设库存、虚假承诺发货时效等违规行为，进行从严从重处罚。

**售后保障方面**，平台对产品进行升级，上线“服务保障大厅”功能，让消费者在购物的每一个节点和场景都能清晰感知享有的服务和权益保障。平台还全量推行“极速退”能力，提升消费者退货退款的体验，目前已整体覆盖近 80% 的订单。

平台还持续为商家和达人开发标准化、智能化的客服工具，帮助他们为消费者提供更高质量的服务。商家服务意识也大幅提升，平均响应时长缩短 16.8%。

来源：“光明网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 25 日

## 百度电商发起“百城万品”计划，并加码数字人直播

近日，百度发起电商“百城万品”计划，将在全国各地上百个直播电商重点城市开展招商会，涵盖服饰鞋包、食品生鲜、数码家电、珠宝等重点直播电商垂直品类和产业带。

据悉，此次“百城万品”计划将举办近百场中型招商会将覆盖华东、华南、华中、华北地区，持续至 2024 年第一季度。此外，“百城万品”计划也将在各地落地智能电商，比如“慧播星”数字人主播。

业内人士认为，这是继发布智能电商战略，上线百度优选后，百度完善电商生态版图的重要举措，快速在全国开展商家建设。

来源：“联商网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 22 日

## 得物上线免费 AI 鉴别

日前，得物宣布免费 AI 鉴别功能正式上线，打开得物 App，进入【探索】页并打开鉴别服务，就能找到得物免费 AI 鉴别的入口。目前，支持球鞋鉴定，按照提示拍摄球鞋各个部分的图片，就可以坐等 AI 给出鉴别结果。

得物官方表示，AI 鉴别已经在后台经过了千万级鉴别数据的训练，并且反复测试、迭代，目前已经能在 10 秒内给出较为准确的鉴别结果，除了球鞋，后续也将带来更多品类的 AI 鉴别服务。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 25 日

## Temu 正式进入东南亚 上线菲律宾站

拼多多跨境平台 Temu 于日前正式推出了其在东南亚地区的第一个站点——菲律宾站，迈出了进军东南亚市场的第一步。

另据报道，继 8 月 27 日上线菲律宾站后，Temu 将在 9 月陆续登陆马来西亚、泰国、越南、新加坡。随着 Temu 正式下场，东南亚电商市场将呈现 Shopee、TikTok Shop、Lazada 和 Temu 四角并立的局面。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 30 日

## 二十国集团数字经济部长会议在印度举行

日前，二十国集团数字经济部长会议在印度班加罗尔举行。中方代表团强调，将加强与相关国际组织合作，依托金砖国家未来网络研究院、中国—上合组织大数据合作中心等机制，助力全球发展伙伴共同提升数字技能和数字素养。

中方代表团指出，各国在数字化进程中所处的发展阶段不尽相同，弥合数字鸿沟、促进数字互联互通是国际社会面临的紧迫任务。

中方代表团表示，鼓励二十国集团成员进一步加强交流沟通，加快推动数字化转型，为构建普惠平衡、协调包容、合作共赢、共同繁荣的全球数字经济格局作出积极贡献。

会议发表了《成果文件和主席声明》，申明将深化二十国集团共同努力，营造开放、包容、公平、非歧视、安全的数字经济。

来源：“工信部国际合作司” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 21 日

## 【政策法规】

### 北京出台政策规范扫码消费服务

为进一步规范北京扫码消费服务经营行为，切实保护消费者个人信息合法权益，北京市网信办联合国家互联网应急中心北京分中心制定的《北京市扫码消费服务违规收集使用消费者个人信息案例解析及合规指引》正式发布。

根据合规指引，主要的六类违规问题包括强制或诱导消费者关注公众号，未通过弹窗等显著方式告知消费者隐私政策，频繁提示注册登录、干扰消费者使用，强制消费者提供与功能无关的个人信息，违规向第三方提供消费者个人信息，以及未向消费者提供删除个人信息的功能选项。

合规指引规定，提供扫码消费服务的二维码应当与提供会员服务的二维码予以区分，不得强迫或诱导消费者关注经营者公众号；提供扫码消费服务的小程序，在收集消费者个人信息前应当以弹窗或其他显著方式向消费者提示隐私政策；不得频繁弹窗，干扰消费者正常使用；不得为账号注销功能设置捆绑注销、要求消费者提供各种不合理证明等不必要条件；提供扫码消费服务的经营者将消费者个人信息共享至第三方使用前，应当告知消费者并征得消费者同意等。

来源：“新华网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 09 月 01 日

### 天津：推动平台经济健康发展 壮大直播电商产业

日前，天津市发展和改革委员会印发《天津市贯彻落实具体举措分工方案》。其中提到，推动平台经济健康发展，开展生活性服务业数字化升级行动，加强同互联网头部企业合作，促进在线医疗、在线文娱、线上旅游、线上交通、无接触配送、即时零售等消费新业态新模式有机融合、良性互动。引进头部主播、内容生产商、文化影视等直播电商企业和机构，引育 MCN，建设直播电商基地，壮大直播电商产业。引导各类商业综合体引进更多 AR/VR、全息投影的体验店、展示店。加快发展智慧商圈（街区）、智慧商店、智慧社区，建设一批智能消费体验馆，提升沉浸式、互动式消费体验。拓展数字人民币应用场景，扩大数字人民币应用规模。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 09 月 05 日

## 【数据观察】

### 国家统计局：我国网络经济指数达 2739.0，比上年增长 39.6%

8 月 22 日，国家统计局公布 2022 年我国经济发展新动能指数。其中，网络经济指数增长最快，对总指数增长的贡献最大。据测算，2022 年，我国网络经济指数达 2739.0，比上年增长 39.6%。对总指数增长的贡献率为 91.6%。从主要构成指标看，截至 2022 年底，移动互联网用户数、固定互联网宽带接入用户数分别达 14.6 亿户、5.9 亿户，分别比上年增长 3.0%、10.1%；当年移动互联网接入流量达 2617.6 亿 GB，比上年增长 18.1%。

数据显示，2022 年，我国电子商务市场规模再创新高，全国电子商务平台交易额 43.8 万亿元，按可比口径计算，比上年增长 3.5%；全国网上零售额 13.8 万亿元，比上年增长 4.0%，其中，实物商品网上零售额增长 6.2%，占社会消费品零售总额的比重为 27.2%，比上年提高 2.7 个百分点；全国网购替代率（线上消费对线下消费的替代比例）为 80.7%。

来源：“每日经济新闻” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 22 日

### 商务部：全国新增 16 家国家电子商务示范基地 总数达到 170 家

9 月 2 日，在 2023 中国电子商务大会上，商务部宣布新增湖北省华维电商物流园、重庆公路物流基地等 16 家国家电子商务示范基地。截至目前，总数达到 170 家。

商务部部长助理陈春江说，2022 年，中国数字经济规模首次突破 50 万亿元，占 GDP 比重达到 41.5%，为加快推进中国式现代化提供了强劲动力。电子商务是数字经济中规模最大、覆盖范围最广的组成部分。近年来，中国电子商务创新发展，规模和质量持续提升，融合创新态势不断深化，相关产业吸纳就业近 7000 万人，全国网上零售连续 10 年保持全球最大规模，在发展全局中的地位和作用日益凸显。

陈春江表示，引导电商平台与实体经济深度融合，推动实施“十四五”电子商务发展规划，充分发挥国家电子商务示范基地示范企业的引领作用，努力培育具有国际竞争力的电商产业集群和领军企业，赋能实体经济发展。

来源：“新华网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 09 月 03 日

## 今年前 7 个月上海浦东机场口岸跨境电商出口货值增长 2.7 倍

据上海浦东国际机场海关统计，今年 1 月至 7 月，上海空港口岸跨境电商商品出口增长迅速，共申报出口跨境电商 2.2 亿票，累计 473 亿元人民币，同比分别增长 2.3 倍和 2.7 倍。

其中，美国、荷兰、英国为前三大出口市场，出口额分别为 232 亿元、42 亿元、30 亿元，同比分别增长 3.4 倍、3.6 倍、2.4 倍。出口跨境电商主要商品种类为服装、玩具、装饰品等日用消费品。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 21 日

## CNNIC：我国互联网普及率达 76.4%

8 月 28 日，中国互联网络信息中心（CNNIC）在北京发布第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》。《报告》显示，截至 2023 年 6 月，我国网民规模达 10.79 亿人，较 2022 年 12 月增长 1109 万人，互联网普及率达 76.4%。即时通信、网络视频、短视频用户规模稳居前三，分别达 10.47 亿人、10.44 亿人和 10.26 亿人，用户使用率分别为 97.1%、96.8%和 95.2%。

《报告》指出，当前，我国互联网发展呈现：数字基础设施建设进一步加快，资源应用不断丰富；工业互联网基础设施持续完善，“5G+工业互联网”快速发展；各类互联网应用持续发展，网约车、在线旅行预订、网络文学等实现较快增长等特点。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 29 日

## 2023 上半年直播电商交易规模约为 19916 亿元

8 月 24 日，网经社电子商务研究中心联合中国商业联合会直播电商工作委员会发布《2023 年（上）中国直播电商市场数据报告》。数据显示，上半年直播电商交易规模约为 19916 亿元，预计全年交易规模达到 45657 亿元，同比增长 30.44%。

数据显示，上半年直播电商交易额渗透率（直播电商渗透率=直播电商 GMV/网络零售 GMV/）约为 27.8%，全年预计达 31.9%，增长率为 26.08%，增速趋缓。上半年直播电商用户规模约为 5.2 亿人。全年用户规模预计达 5.4 亿人，同比增长 14.16%，增速上涨。上半年

直播电商用户人均年消费额约为 3830 元。2023 年直播电商行业人均年消费额预计为 8660 元，同比增长 17.03%，增速明显下降。上半年直播电商企业约为 2.3 万家。预计全年企业规模约 2.4 万家，同比增长 28.34%，增速回升。

来源：“网经社” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 24 日

## 中国快递发货量在全球居首

根据运输和数据服务公司必能宝发布的包裹运输指数，2022 年，中国快递发货量位居全球第一。电子商务的发展成为中国快递行业增长的主要因素之一。

2022 年，中国共完成 1100 亿件快递业务量，业务收入 1610 亿美元。美国以 213 亿件发货量位居第二，业务收入 1980 亿美元。日本位居第三，发货量 91 亿件，业务收入 266 亿美元。英国、德国、印度、法国和巴西的快递数量也位居世界前列。

2022 年，快递业务量排名前 13 位的国家共发送了 1610 亿件快递，比 2021 年增长 1%。

来源：《人民日报海外版》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 21 日

## 中国电商物流指数连续八个月回升

中国物流与采购联合会 9 月 5 日公布 8 月份中国电商物流指数。电商物流指数连续八个月回升，今年以来持续保持稳步增长态势。8 月份中国电商物流指数为 111.1 点，比上月小幅提高 0.2 点。分项指数中，库存周转指数、实载率指数、履约率指数、满意率指数、人员指数继续保持回升。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 09 月 05 日

## 我国产业数字化占数字经济比重提升至 81.7%

日前，中国信息通信研究院在会上发布《中国数字经济产业发展研究报告（2023）》。《报告》显示：数字经济产业成为支撑我国经济复苏的重要动力，产业数字化产业成为我国数字经济产业的主导产业。

在产业结构方面，产业数字化产业占数字经济产业比重由 2007 年的 52.9%提升至 2022



年的 81.7%。软件和信息技术服务业成为数字产业化产业的主导产业，软件和信息技术服务业占数字产业化产业的比重由 2017 年的 53.3%逐年递增至 2022 年的 64.8%。三产数字化产业在产业数字化产业中始终占据主导地位，占比由 2002 年的 58.5%波动上升至 2022 年的 69.4%。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 21 日

## 全球人工智能投资规模 2025 年或接近 2000 亿美元

高盛集团最新研究报告显示，生成式 AI 具有巨大的经济潜力，在广泛使用后的十年内，每年都可提高超过 1 个百分点以上的全球劳动生产率。

该机构经济学家表示，要实现大规模转型，企业需要对实体、数字和人力资本进行大量前期投资，以获取和实施新技术，并重塑业务流程。高盛预计，全球生成式 AI 投资规模到 2025 年或达到 2000 亿美元左右。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 23 日

## 预计 2023 年中国大模型云服务市场规模超 260 亿元

赛迪顾问日前发布的数据显示，模型即服务(MaaS)将成为云服务市场新的增长点，预计 2023 年中国大模型云服务市场规模为 261.5 亿元。

研究显示，2022 年中国公有云服务市场规模为 1997.4 亿元，同比增长 35.4%。从细分领域来看，近年来 PaaS（平台即服务）市场呈现高增长态势，增长速度相对较高，2022 年同比增长 54.4%，具有巨大的发展空间和潜力；IaaS（基础设施即服务）增速相对较低且增速进一步放缓。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 23 日

## “2023 全球独角兽企业 500 强排行榜”发布 字节跳动以 1.48 万亿元估值位居榜首

8 月 31 日至 9 月 1 日，全球独角兽企业 500 强大会在青岛举办。大会发布了《2023 全

球独角兽企业 500 强发展报告》。《报告》显示，2023 全球独角兽企业 500 强总估值为 28.22 万亿元，平均估值为 564.38 亿元。2023 与 2022 年相比，全球独角兽企业 500 强总估值从 25.11 万亿元上涨到 28.22 万亿元，增长了 3.11 万亿元，涨幅为 12.38%，总估值呈现出上升趋势，与全球第四大经济体德国 GDP 相当；平均估值从 502.21 亿元上涨到 564.38 亿元，增长了 62.17 亿元，涨幅为 12.38%，平均估值呈现出上升趋势。

《报告》显示，2023 全球独角兽企业 500 强 Top10 估值合计为 5.36 万亿元，占总估值的 18.98%。其中，字节跳动以 1.48 万亿元估值位居榜首；SpaceX 估值以 1.02 万亿元居榜单第二位；蚂蚁集团估值以 5670.00 亿元居榜单第三位；Shein 估值以 4620.00 亿元居榜单第四位。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 09 月 04 日

## 盒马未来 10 年建立 1000 个盒马村 赋能农村经济

在日前举行的“2023 中国电子商务大会”上，北京盒马副总经理张欣宇发表了题为《“数商合力”赋能农村经济》的演讲。张欣宇表示，近几年盒马探索出一种推动农业高质量发展的订单农业新模式——“盒马村”。

张欣宇介绍，截止至今年 5 月，盒马已在全国建立 185 个盒马村，其中 41 个是有机盒马村，有效促进了当地农民增收，带动了相关就业指导。未来 10 年，盒马计划建立 1000 个盒马村。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 09 月 04 日

## 京东数字人民币用户数近 1500 万人 交易金额累计超 30 亿元

自 2020 年 12 月全国首单电商平台数字人民币消费在京东诞生，至今不到三年时间里，在京东使用数字人民币的用户数近 1500 万人，开设钱包数近 2000 万个，交易金额累计超 30 亿元，年复合增长超 100%。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 28 日

## 拼多多出海一周年，海外用户已经破亿

据 Statista 发布的数据显示，当前 Temu 的美国用户数量已超过了 1 亿。另据高盛分析师 Eric Sheridan，截至今年二季度末，Temu 全球下载量超 1.2 亿次，跻身全球应用下载榜前十。

据了解，一年用户破亿，为了达到这个数字，京东用了 9 年，淘宝用了 5 年，就连拼多多在国内都用了 1 年零三个月。从跨境电商平台的领域看，这个速度可谓前所未有。

此外，覆盖范围方面，Temu 的开站速度也是相当惊人的。这一年的时间里，Temu 已在 36 个国家或地区开设站点，覆盖北美、南美、大洋洲、西洲、东亚等地。

来源：《电商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 24 日

## 小红书与丰巢达成合作上线 24 小时退换货服务

近日，丰巢寄件与小红书达成战略合作。在小红书上购物的用户，退换货时可以直接选择丰巢 24 小时寄件。据悉，丰巢与小红书达成战略合作后，双方将进一步整合资源优势，进而满足用户对使用时间、寄件场景、操作方式等多元化需求。

数据显示，小红书月活用户数量已达到 2.5 亿，其中 72% 的用户为“90 后”，一二线城市用户达 50%。这些用户中，70% 以上有过线上购物经历，且平均每月在线购物支出超过 1000 元。目前，丰巢全国柜机已超过 30 万。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 21 日

## 埃及电商渗透率达 55.37% 居非洲之首

根据全球领先的市场和消费者数据平台 Statista 的研究，2023 年至 2027 年期间，非洲所有地区的电商渗透率都将出现大幅增长。其中埃及的增长幅度最大，到 2027 年将达到 70.13%。

Statista 预计，2023 年，埃及将以 55.37% 的渗透率遥遥领先，其次是南非，为 49.36%。肯尼亚以 46.66% 紧随其后，尼日利亚以 45.27% 的市场渗透率/增长率位居第四。摩洛哥以 40.66% 紧随其后，成为非洲电商市场渗透率最高的第五个国家。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 23 日

## 阿联酋电商销售额将达到 290 亿美元

根据 GlobalData 最新发布的 2023 年金融服务消费者调查，今年阿联酋网购销售额预计将突破 1000 亿迪拉姆大关（272 亿美元），达到 1076 亿迪拉姆（293 亿美元）。

进入后疫情时期，阿联酋等地区的消费者逐渐接受电商购物模式。调查显示，88%的阿联酋消费者表示在过去六个月里曾参与网购，而仅有 5%的人表示他们从未在线购物过；而信用卡是该地最受欢迎的支付方式，将占 2023 年电商销售额的 40.8%。

分析还指出，2023 年至 2027 年之间，阿联酋电商将以每年 12%的复合年增长率增长，在 2027 年达到 1695 亿迪拉姆。

来源：《电子商务动态》编辑部 2023 年 09 月 04 日

### 【专家视点】

## 中国跨境电商企业已经进入“布局全球”的关键时期

日前，亚马逊全球开店对外发布了《布局全球，共创长赢——2023 亚马逊全球开店中国出口跨境电商白皮书》（以下简称《白皮书》）。《白皮书》认为，中国跨境电商企业已经进入“布局全球”的关键时期。

据海关数据显示，2023 上半年，中国出口跨境电商总额达 8210 亿元，同比增长 19.9%，出口跨境电商的优势和潜力持续释放。同时，据 eMarketer 预测，2027 年，中国以外全球零售电商总量将达到全年 4 万亿美元的规模，为中国出口跨境电商企业带来了广阔的增长机遇。

《白皮书》显示，中国企业对全球电商发展新机遇保持敏锐洞察，在亚马逊上的多站点布局进程持续提速。截至 2023 年 6 月，亚马逊上近半数的中国卖家已经在 2 个及以上国际站点开展业务；其中，上线美国站以外其他站点的中国卖家数量，在过去 12 个月里增长了 45%，今年中东和拉美尤其受到中国卖家青睐。

首先，以北美、欧洲和日本为代表的发达电商地区继续保持稳健增长，是跨境电商企业全球布局时的重要考量。其次，以中东、拉美为代表的新兴电商区域强势崛起，代表着跨境电商的新增量。再次，全球商业采购的线上化为中国企业出海开辟了另一条高速增长的道路。

道。

亚马逊中国副总裁、亚马逊全球开店亚太区市场及合作拓展负责人邱胜表示，中国出口跨境电商产业凭借无与伦比的供应链优势和产业配套，连续多年长足发展，已经为跨境电商企业走向更广阔的全球站点提供了强劲的支撑。与此同时，全球电商稳健增长，新兴区域的电商机遇不断涌现，为中国跨境电商企业带来了持续的新商机。因此，通过跨境电商布局全球，已成为中国企业开拓新业务增量、优化全球业务部署和构建国际品牌的关键战略。

中国跨境电商交易会方面表示，当前全球电商的增量和新机遇还在不断释放，积极拥抱全球消费需求是中国出海企业面向未来不可或缺的战略选择，也是打造世界品牌的必由之路。希望更多出海企业能抓住全球化机遇，通过亚马逊等优质跨境电商渠道，积极拓展全球业务，提升企业的综合竞争力，实现更大发展。跨交会将一如既往地为中国跨境电商企业搭建一个展示自身实力、拓展全球市场的舞台，通过链接中国与世界，帮助中国企业进行国际拓展，实现共赢共享的目标。

来源：“环球网” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 21 日

## 专家解读第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》

中国互联网络信息中心 28 日在京发布第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》。业内专家对《报告》做了解读。

### 数字化助力经济社会发展恢复向好

北京大学经济学院副院长张辉教授表示，2023 年上半年数字基础设施建设持续推进，数字化转型为经济社会发展加速赋能。在数字化发展有力支撑下，我国经济运行整体回升向好，高质量发展稳步推进。通过本次《报告》可以发现以下特点：

**一是数字基础设施建设持续推进，为经济社会发展筑牢根基。**上半年，我国 IPv6 地址数量为 68055 块/32，较 2022 年 12 月增长 1.0%。全国光缆线路总长度达到 6196 万公里，比上年末净增 238.1 万公里。累计建成开通 5G 基站 293.7 万个，5G 移动电话用户达 6.76 亿户，蜂窝物联网终端用户超过 21.2 亿户。5G 应用已经融入 60 个国民经济大类，加速向工业、医疗、教育、交通等重点领域拓展深化，应用案例数累计超 5 万个。

**二是数字优惠政策资源加速供给，为中小企业赋能提质。**上半年，工业和信息化部开展第五批专精特新“小巨人”企业培育，深入实施“科技成果赋智、质量标准品牌赋值、数字化赋能”中小企业专项行动。深化产融合作，帮助中小企业通过国家产融合作平台融资 5100

亿元。开展“一起益企”中小企业服务行动和中小企业服务月活动，前6个月全国各类服务机构服务企业共计700多万家。

**三是数字经济稳中有增，为经济回升向好提供重要支撑。**上半年，全国网上零售额7.16万亿元，同比增长13.1%，其中，农村网络零售额达1.12万亿元，同比增长12.5%。信息传输、软件和信息技术服务业增加值增长12.9%。电信业务收入累计完成8688亿元，同比增长6.2%。数字经济不但为稳定市场信心、促进经济回升向好提供了重要支撑，而且也有力助推经济效率提升和高质量发展。

### **互联网相关领域高质量发展，有力助推经济回升向好**

中国互联网协会副理事长毛伟认为，在上半年我国市场需求逐步恢复的大背景下，数字经济成为稳增长重要引擎，有力助推了经济回升向好。本次《报告》中的三个“度”体现了上半年我国互联网发展的主要特点：

**一是温度，互联网服务体验与用户获得感进一步提升。**一季度，我国移动和固定宽带的下载速率同比分别提升了59.9%和15.1%，移动数据流量资费持续下降。与此同时，信息无障碍能力持续增强，互联网应用适老化改造深入推进。在工业和信息化部指导下，1735家主流常用网站和手机APP完成适老化改造。一批优秀改造案例在全国推广应用，持续温暖“快时代”中的“慢人群”。

**二是程度，工业互联网体系建设水平上新台阶。**工业互联网行业持续提升端、网、边、云、用的产业供给水平，促进共性技术与个性技术整合创新，呈现出较快发展态势。截至6月，我国5G行业虚拟专网建设超过1.6万个；工业互联网标识解析体系覆盖31个省（区、市）；具有一定影响力的工业互联网平台超过240家；国家工业互联网大数据中心体系基本建成。

**三是速度，与实体经济相关的各项互联网业务快速发展。**上半年，我国互联网企业紧紧抓住疫情后市场需求逐步恢复的良好机遇，积极推动线下各场景业务复苏，助力实体经济高质量发展。其中，网络购物、网约车、在线旅行预订等领域均呈现良好发展势头，为广大网民的衣食住行提供全方位数字生活体验。截至6月，我国网络购物、网约车、在线旅行预订的用户规模半年增长均超过3000万人。

### **网购占消费比重稳步提升，跨境电商等业态模式保持较快增长**

中国国际电子商务中心主任王开前表示，作为数字经济的重要业态，网购消费在助力消费增长中持续发挥积极作用。2023年上半年，全国网上零售额达7.16万亿元，同比增长13.1%。其中，实物商品网上零售额6.06万亿元，增长10.8%，占社会消费品零售总额的比

重为 26.6%，在消费中占比稳步提升。截至 6 月，我国网络购物用户规模达 8.84 亿人，较 2022 年 12 月增加 3880 万人，占网民整体的 82.0%。

**从业态发展来看，一是跨境电商保持快速增长。**上半年，我国跨境电商进出口额达 1.1 万亿元，同比增长 16%；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 5% 左右，跨境电商成为外贸重要新生力量。**二是农村电商取得积极进展。**上半年，全国农村网络零售额达 1.12 万亿元，同比增长 12.5%。农村物流体系不断完善，为畅通城乡商贸循环，带动工业品下乡和农产品上行提供了有力支撑。同时直播带货、产地直采、“电商+旅游+采摘”等各类新模式也为农村电商发展提供源源动能。

**从市场竞争来看，网络购物市场竞争逐步从粗放发展转向深耕细作，电商平台积极通过多种方式寻求新增长。一是推进组织改革以适应市场变化。**上半年，多家电商平台陆续在组织和人事等方面进行深化改革，力图加快组织更新速度、提升敏捷程度。**二是采用低价策略吸引用户。**电商平台重新聚焦低价策略以提升用户活跃度和下单转化，同时进一步触达广大下沉市场潜在用户。**三是积极拓展海外电商业务。**拼多多跨境电商平台 Temu 和快时尚服装跨境电商平台 SHEIN 保持较快增长，在一季度分别位列美国各类应用下载量第一和第五。电商平台积极探索业务出海，有助于进一步形成中国制造和中国电商的发展势能。

### **网民数字技能稳步提升，共享数字时代美好未来**

国家信息中心首席信息师张新红表示，作为建设网络强国、数字中国的一项基础性、战略性、先导性工作，提升全民数字素养与技能有助于弥合数字鸿沟，推动数字经济与数字社会高质量发展，增进人民群众的数字化体验感和获得感。CNNIC 第 52 次《报告》以专栏形式重点关注了网民数字技能发展概况，呈现以下两方面特点：

**一是网民数字技能水平总体向好。**2023 年上半年，各类数字化产品及服务加速渗透，促使网民数字技能水平稳步提升。截至 6 月，至少掌握一种初级数字技能[1]的网民占网民整体的比例为 86.6%；至少掌握一种中级数字技能[2]的网民占网民整体的比例为 60.4%，较 2022 年 12 月增长 2.1 个百分点。此外，在掌握初级技能的网民中，至少熟练掌握其中一种的网民占比为 21.6%，与 2022 年 12 月相比实现小幅增长。

**二是重点群体逐步掌握数字技能。**各地政府多措并举，从环境侧加强政策指导，从需求侧加强宣传教育，从供给侧降低使用门槛，促使重点人群认识、了解、学习并掌握数字技能。截至 6 月，学生网民中至少掌握一种初级数字技能的比例达 98.5%，至少掌握一种中级数字技能的比例达 81.0%，较 2022 年 12 月分别提升 0.6 和 4.5 个百分点；50-59 岁网民中至少掌握一种初级数字技能的比例为 72.8%，60 岁及以上网民中至少掌握一种初级数字技能的比

例为 54.6%；农村网民中至少掌握一种初级数字技能的比例为 75.0%。

### **网络视频几近成全民化应用，行业发展态势向好**

中国网络视听节目服务协会副秘书长周结表示，2023 年上半年各大网络视频平台继续坚持高品质内容创作，探索影视工业化道路，长、短视频平台之间的竞争关系逐渐转化为合作共赢，行业发展态势向好。截至 2023 年 6 月，我国网络视频（含短视频）用户规模为 10.44 亿人，较 2022 年 12 月增长 1380 万人，网民使用率达到 96.8%，继续保持在高位的增长态势，几近成为全民化应用。

**一是持续加强优质内容供给，构建良好内容生态。**多元化的节目类型和高品质的节目内容一直都是视频平台的核心竞争力。近年来，各平台持续加强优质内容创作，不断提高节目品质，打造了一批有思想、有内涵、正能量、高质量的节目，带动用户黏性提升。

**二是持续探索影视工业化，推动行业降本增效。**基于人工智能、大数据和云计算等技术，各平台不断深化科技创新，搭建起影视工业化系统，推动影视行业实现了从决策、管理到制作、分发的全流程升级。例如，在流程上，平台将数字化工具应用于审批、进度管理等多环节，提升了整体制作效率；在资产上，平台通过建立影视资产共享平台，将道具、服装等实物资产和场景等虚拟资产进行系统管理，降低制作成本。

**三是长、短视频平台之间由竞争转向合作，逐步实现产业共荣。**2022 年以来，抖音集团相继与搜狐视频、爱奇艺、腾讯视频达成合作，围绕长视频内容的二次创作、长短视频联合推广等展开探索。长视频平台丰富的内容储备为短视频的衍生创作提供了源头活水，短视频也已成为影视作品重要的宣传推广形式，通过两者之间的合作能推动平台、用户、创作者多方共赢。

来源：“中国互联网络信息中心” 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 29 日

## **数字经济成为外贸新引擎**

数字经济正成为重塑全球经济结构的关键力量。在 9 月 2 日召开的“2023 服贸会数字贸易发展趋势和前沿高峰论坛”上，国内外数字贸易领域的权威学者、专家、企业家等围绕全球数字贸易领域前沿趋势、最新成果和解决方案，探讨数字贸易在产业、平台、生态等方面的实践探索，论道“创新引领数字贸易高质量发展”。

专家认为，中国数字产业参与数字全球化有较强的竞争力，应抓住全球产业升级和布局调整中的新机遇，打造引领全球数字贸易发展的国际合作交流平台，在这个新赛道上获得强



大的竞争优势。

### **数字全球化带来新的增长动力**

中国工业经济学会会长、中国社科院大学教授江小涓带来了一组数据，由于数字化加入，全球化仍然是拉动经济发展力量最强的一驾马车。无论中国还是美国，疫情期间国际贸易增长速度远高于本土 GDP 增长速度，全球由数据驱动的服务贸易所占比重已经过半，数字化成为全球化发展的重要驱动力量。

江小涓称，“数字全球化创造了贸易发展的新形态，能大幅降低跨国交易成本，提升国际贸易效益。2023 年上半年，我国跨境电商进出口额同比增长 16%，主要就是数字形态的交易发挥了非常重要的作用。”

我国正积极推进数字贸易政府间的谈判，积极申请加入《数字经济伙伴关系协定》（DEPA）。同时，一个新趋势是，大型数字企业塑造的商业秩序，已成为全球数字时代跨境交易秩序的重要部分。

在江小涓看来，中国数字产业参与数字全球化有较强的竞争力，要提高贸易投资和创新合作的效率，并创造新的模式。

### **中国正加强数字贸易平台建设**

数字贸易不仅成为国际竞争新赛道，亦成为当前促进对外贸易创新发展的一股重要力量。

第十三届全国政协参政议政人才库特聘专家贾康表示，我国需要以数字贸易平台为支撑来积极拓展国际贸易。所谓数字贸易平台，是指以数字信息、数字技术创新支撑的连接供需的平台。我国的数字经济平台头部企业，正带动上下游为数众多的中小微企业，形成产业集群和供应链对接市场和社会需求，加速全球贸易行业数字化转型升级。

浙江大学副校长黄先海表示，数字贸易平台不仅是一种商业模式的创新，本身也有着强大的创新效应。平台与平台上数以万计的企业已构成创新共同体，应更好发挥平台的要素配置和创新功能。

商务部部长助理陈春江表示，相关部门和地方政府也正在采取多项举措，推动数字贸易平台建设和创新生态。商务部将推动出台数字贸易改革创新发展的顶层设计和政策举措，加强数字贸易标准化建设和平台建设，做强做优做大国家数字服务出口基地，培育数字贸易发展的良好生态。

### **数字技术构建服务贸易新生态**

论坛上，一些来自企业的嘉宾则将探讨聚焦到了数字技术如何赋能贸易发展，构建开放

合作生态。

“新的技术不断推动消费互联网和产业互联网的打通，产业数据的跨界流动带来了很多新的机遇。”京东集团技术委员会主席，京东云事业部总裁曹鹏举例称，小到螺丝钉，大到核心引擎，一架普通客机需要 600 多万个零件，但建成航空装备供应链数字化平台后，上千家供应商、客户、生态伙伴都实现了信息的共享、数据的交互、业务的协同，大幅度提升了整个航空供应链的效率。

“以 5G 人工智能为代表的数字技术正以前所未有的方式拓展服务的内涵和外延。”高通公司中国区董事长孟樸说，借助数字技术的力量，企业可以推出更加个性化、智能化的定制服务，新技术、新业态和新场景的发展也进一步增强了服务的可贸易性，为服务贸易创新发展增添了新的机遇和活力。在这一过程中，构建数字技术创新的开放合作生态至关重要。

来源：《北京商报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 09 月 03 日

## 杨长湧：充分释放跨境电商发展潜力

近年来，我国跨境电商呈现快速发展态势，成为对外贸易的重要亮色。过去 5 年，跨境电商进出口额增长了将近 10 倍，2022 年首次突破 2 万亿元关口、达 2.1 万亿元，占我国货物贸易进出口总值的比重达 4.9%。

在这个过程中，跨境电商“四多元一集中”的特征显现。一是市场更趋多元。一些发达经济体仍是我国跨境电商主要出口目的地和进口来源地，东盟等新兴市场与我跨境电商合作也日益活跃，“丝路电商”成为新蓝海。二是商品更趋多元。2022 年，消费品占我国跨境电商出口和进口的比重分别为 92.8%、98.3%。出口商品从服装、饰品等劳动密集型产品向 3C 数码、智能家居等技术密集型产品拓展。2022 年手机等电子产品占跨境电商出口的比重达 17.1%。进口商品包含了美妆及洗护用品、食品生鲜、医药及医疗器械、奶粉等多个品类。三是渠道更趋多元。大型跨境电商平台仍是主渠道，社交媒体、短视频平台、直播平台、云展会等创新型平台蓬勃兴起，跨境电商企业自行建设的独立站也日益受到青睐，目前在海外建设的独立站约 20 万个。四是业态更趋多元。“海外仓+跨境电商”“市场采购+海外仓”“直播+跨境电商”等新业态不断涌现，DTC(直接触达消费者)模式兴起并成为跨境电商品牌出海的重要方式。五是发展区域集中。2022 年，广东、浙江、福建、江苏四省跨境电商贸易额占全国比重达 68.7%，其中广东占比 43.4%。

我国跨境电商快速发展，是国内国际多重因素综合作用的结果。首先，市场是基础。从

出口看，美欧发达经济体电商用户渗透率（线上购物人数与总人口之比）普遍在 70%以上，东盟等新兴市场经济活力持续释放，对我国优质优价商品的需求旺盛。从进口看，我国人均 GDP 接近 1.3 万美元，常住人口城镇化率逾 65%，中等收入群体超过 4 亿人，对跨境电商进口境外消费品的需求持续增长。其次，技术是支撑。跨境电商是顺应新一轮科技革命和产业变革而生的一种贸易新业态，数字技术发展成为关键。WTO 曾预计，由于数字技术带来国际贸易成本降低，到 2030 年全球贸易年均增速有望提高 1.8 至 2 个百分点。我国在数字经济发展方面居全球第一梯队，培育了超过 10 万家跨境电商主体，涌现出一批头部企业，为跨境电商蓬勃发展提供了坚实支撑。此外，政策是保障。国家高度重视推动跨境电商等贸易新业态新模式发展。目前，我国已设立 165 个跨境电商综试区，覆盖全国 31 个省区市，实施了“六体系两平台”等制度创新，推出了跨境电商进口零售试点等多项支持政策，“量体裁衣”打造了适合跨境电商特点的海关监管模式，持续推动跨境电商进出口便利化规范化，为跨境电商发展创造了不断优化的政策环境。

同时应看到，我国跨境电商在蓬勃发展的同时，也面临一些需要重视和解决的问题，比如自主品牌有待进一步提升、知识产权风险有待加强防范、跨境电商综试区功能有待继续深化等。下一步，应按照国家部署多措并举着力推动跨境电商高质量发展：**一是积极发展“跨境电商+产业带”模式。**立足各地产业特色和区位优势，依托跨境电商综试区培育线下跨境电商产业园，大力支持传统外贸企业通过跨境电商拓展销售渠道、提升自主品牌、壮大贸易规模，带动跨境电商企业对企业出口。**二是推进跨境电商综试区建设。**特别是加强线上综合服务平台建设并发挥好其作用，引导海外仓企业对接线上综合服务平台，力争将通关、税收、金融、海外仓储等功能一体集成。**三是积极推进跨境电商国际合作。**包括大力发展“丝路电商”，加强与共建“一带一路”国家跨境电商合作；深入实施 RCEP 跨境电商规则；结合推进加入 CPTPP、DEPA，加强与相关国家跨境电商政策协调等。**四是引导企业合规经营和加强风险防控。**应加快出台跨境电商知识产权保护指南，帮助跨境电商企业了解目标市场知识产权情况。同时，加大对假冒伪劣产品的打击力度，提升我国跨境电商平台和企业的品牌影响力。

（杨长湧：中国宏观经济研究院对外经济研究所研究员）

来源：《光明日报》 编选：《电子商务动态》编辑部 2023 年 08 月 31 日

## 【悦读电商】



### 新电商精英系列教程：电商直播

#### 内容简介

本书由阿里巴巴商学院召集多位优秀电商讲师和电商领域的专家学者编写，内容涵盖电商直播初启蒙、为直播搭建一个好场景、直播间工作人员培养、直播间高效货品管理、直播的营销策划、店铺直播运营的阶段性目标全览、学会达人直播、直播间流量推广方法、直播间数据优化策略和店铺直播的未来趋势观。

本书的特色是从人、货、场全方位阐述电商直播的相关内容，具有丰富的实用案例，可以让读者迅速掌握电商直播相关知识，入门电商直播。本书可作为各类院校电子商务及相关专业的教材，也可作为网络创业者和电子商务从业人员的参考用书。



### 新电商精英系列教程：电商运营

#### 内容简介

本书由阿里巴巴商学院召集多位优秀电商讲师和电商领域的专家学者编写，全面且深入地介绍了电商运营的知识 and 技能，从电商概述的基础知识开始介绍，进而深度阐述了店铺运营、商品运营、视觉运营、内容运营、客户运营和关系管理、数据运营和团队运营等电商运营相关工作内容。

本书通过丰富的实战案例，让读者迅速掌握电商运营的相关知识和核心工具的使用，具有很强的可操作性。

---

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