



法律资讯

电子商务法律专业委员会编制

2024年1月第十六期

目 录

1、九部门印发指导意见加快推进农村客货邮融合发展（交通运输部）	1
2、浦东新区将实行分类分层的新型数据交易机制（证券时报）	1
3、大力发展银发经济 增进老年人福祉（证券时报）	2
4、工信部：推动人工智能产业标准体系加快形成（中新社）	4
5、数字技术为乡村产业发展提供新增量（新华网）	4
6、民营快递是电商新业态基础设施（中国新闻网）	5
7、阿里国际站发布数字外贸年报 预测 2024 年数字外贸八大蓝海赛道（环球网）	6
8、电商年货节：国潮礼盒销量剧增 90 后成消费主力（新民晚报）	7
9、消费电商平台进入 AI 时代（亿邦动力）	7
10、调查报告显示超七成企业正在进行数字化转型（托比网）	9
11、江小涓：数据要素发挥作用的十个关键因素（新经济学家）	10
12、2023 年社会消费品零售总额增长 7.2%（国家统计局）	13
13、2023 年我国跨境电商进出口额增长 15.6%（光明网）	14
14、2023 年全国居民人均消费支出增长 9.2%（国家统计局）	15
15、2023 年中国互联网广告市场规模增长 12.7%（中国经济网）	15
16、12 月份快递市场继续保持中高速发展态势（国家邮政局）	16
17、电商直播赋能产业带提升需要更多新思路（北京青年报）	17
18、强化数字经济赋能 畅通城乡要素流动（南方日报）	18
19、数实融合推进新型工业化（经济日报）	20
20、美团：2023 年休闲玩乐消费规模同比增长 110%（中国青年网）	21
21、2023 年抖音无限期回收直播权限账号 29 万个（亿邦动力）	22

22、国能 e 购上线基于商品条码的智慧超市（经济日报）	22
23、四川发布数据要素市场化配置综合改革“路径图”（四川日报）	23
24、全国首单工业互联网数据资产化案例落地浙江（新京报）	24
25、上海跨境电商特殊区域包裹零售出口规模化运作（解放日报）	25
26、推动 5G 深度融合经济社会（中国经济网）	26
27、中国科学家成功实现“量子电子商务”（新华社）	27
第十一届深圳律协电子商务法律专业委员会编委会成员	28

【政策文件】

1、九部门印发指导意见加快推进农村客货邮融合发展（交通运输部）

日前，商务部、交通运输部等九部门联合印发《关于加快推进农村客货邮融合发展的指导意见》（以下简称《意见》）。

《意见》提出，要拓展“农村客货邮+”。结合本地产业优势，引导企业积极发展“农村客货邮+”电商、旅游、农业等模式。积极搭建平台，引导农村客货邮经营主体与电商企业合作，提供日用消费品、农资下乡和农产品进城“网上下单、一键送达”服务；与景区景点合作，为特色景区产品、传统手工艺品、乡村民宿伴手礼等提供高效的运输寄递服务；与农副产品生产经销企业合作，开通农副产品定制化运输专线、季节性运输专线等特色客货邮线路。

《意见》指出，要拓展县级客运站客货邮功能。支持县级客运站在保留客运基本服务功能的基础上，拓展货运物流、邮政快递、电商、旅游等综合服务功能，推进统一仓储、统一分拣、统一配送。在保障客运安全和客运服务功能的前提下，鼓励设置独立的操作区，集中开展邮件快件装卸、安检、分拣、交接等作业流程，提升分拣装运效率。

《意见》明确，要整合市场主体。积极推动农村客运市场主体整合，提升农村客运集约化发展水平，为农村客货邮融合发展提供集中运力保障。积极引导县域内农村客运、货运物流、邮政、快递、电子商务等市场主体按照市场化原则加强合作，选择或组建具有较强协调整合和持续运营能力的龙头企业作为运营主体，合理设置收益分配机制，让各方在农村客货邮融合发展中实现合作共赢，提升农村客货邮融合发展自身“造血”能力。

来源：<https://dzswgf.mofcom.gov.cn/news/phone/44/2024/1/m-1704762607211.html>

2、浦东新区将实行分类分层的新型数据交易机制（证券时报）

近日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《浦东新区综合改革试点实施方案（2023—2027年）》（以下简称《实施方案》）明确，扎实推进浦东新区

综合改革试点，要求到“十四五”期末，制度创新取得重要阶段性成效，高水平制度型开放取得突破，科技创新体系竞争力明显提升，全球资源配置能力明显增强，城市治理水平明显提高，一批标志性改革成果在面上推广。到2027年，基本完成试点任务，制度创新取得突破性进展，高标准市场体系和高水平开放型经济新体制建设取得显著成效，城市治理体系更加健全，为全面建设社会主义现代化国家作出重要示范引领。

《实施方案》提到，探索构建数字经济规则体系，实行分类分层的新型数据交易机制，依托数据交易所提升数据可信流通能力。探索数据资源持有权、数据加工使用权、数据产品经营权等分置的产权运行机制。推动公共数据向经营主体有序开放。推动中国（上海）自由贸易试验区及临港新片区在前沿产业发展、跨境和离岸金融、新型国际贸易等领域进一步深化改革、扩大开放，支持对接国际高标准经贸规则推进制度型开放，在若干重点领域率先实现突破。

《实施方案》提出，在贸易结算、电商支付、碳交易、绿色电力交易等领域试点使用数字人民币，规范拓展数字人民币在财政资金使用中的应用场景。做好本外币一体化资金池试点相关工作，提高跨国企业集团跨境收付便利度。稳妥有序发展期货市场，适时推出航运指数等期货品种。支持资产管理行业依法合规畅通境内外资金投资渠道，在资金来源、投资方式、资金运营等方面优化业务模式。实施全球资产管理伙伴计划。

来源：<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1788829884170291608&wfr=spider&for=pc>

3、大力发展银发经济 增进老年人福祉（证券时报）

近日，国务院办公厅印发《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》（以下简称《意见》）。

银发经济是向老年人提供产品或服务，以及为老龄阶段做准备等一系列经济活动的总和，涉及面广、产业链长、业态多元、潜力巨大。为积极应对人口老龄化，促进事业产业协同，加快银发经济规模化、标准化、集群化、品牌化发展，培育高精尖产品和高品质服务模式，让老年人共享发展成果、安享幸福晚年，《意见》提出了4个方面26项举措。

一是发展民生事业，解决急难愁盼。引导餐饮企业、养老机构等开展老年助餐服务。拓展居家养老服务，发展社区便民服务，引导老年日用产品实体店合理布局，发展社区嵌入式服务设施。优化老年健康服务，加强综合医院、中医医院老年医学科建设，推进医养结合。加大养老机构建设和改造力度，提升失能老年人照护服务能力。丰富老年文体服务，组织开展各类适合老年人的体育赛事活动。提升农村养老服务。

二是扩大产品供给，提升质量水平。发挥国有企业引领示范作用和民营经济生力军作用。推进产业集群发展，规划布局 10 个左右高水平银发经济产业园区。提升行业组织效能，支持组建产业合作平台或联合体。推动品牌化发展，培育银发经济领域龙头企业。开展高标准领航行动，在养老服务、适老化改造等领域开展标准化试点。拓宽消费供给渠道，引导电商平台、大型商超举办主题购物节，支持设立银发消费专区。

三是聚焦多样化需求，培育潜力产业。强化老年用品创新，打造智慧健康养老新业态，推广应用智能护理机器人、家庭服务机器人，大力发展康复辅助器具产业。发展抗衰老产业，推动生物技术与延缓老年病深度融合，开发老年病早期筛查产品和服务。丰富发展养老金融产品，加强养老金融产品研发与健康、养老照护等服务衔接。组建覆盖全国的旅居养老产业合作平台，培育旅居养老目的地。推进无障碍环境建设，开展居家适老化改造，开展数字适老化能力提升工程。

四是强化要素保障，优化发展环境。围绕康复辅助器具、智慧健康养老等重点领域，谋划一批前瞻性、战略性科技攻关项目。保障养老服务设施和银发经济产业用地需求，支持利用存量场所改建养老服务设施。鼓励各类金融机构加大对养老服务设施、银发经济产业项目建设的支持力度。推进人才队伍建设，健全数据要素支撑，依法严厉打击涉老诈骗行为。

《意见》强调，发展银发经济，事关国家发展全局，事关人民福祉。各地区、各部门要在党中央集中统一领导下，完善工作机制，加强统筹协调，推动各项任务落实落细。

来源：<https://www.stcn.com/article/detail/1094378.html>

4、工信部：推动人工智能产业标准体系加快形成（中新社）

近日，工信部对外发布《国家人工智能产业综合标准化体系建设指南》（征求意见稿），提出推动人工智能产业高质量发展的标准体系加快形成。

征求意见稿提出，到2026年，共性关键技术和应用开发类计划项目形成标准成果的比例达到60%以上，标准与产业科技创新的联动水平持续提升。新制定国家标准和行业标准50项以上，推动人工智能产业高质量发展的标准体系加快形成。

建设目标还包括，开展标准宣贯和实施推广的企业超过1000家，标准服务企业创新发展的成效更加凸显。参与制定国际标准20项以上，促进人工智能产业全球化发展。

人工智能标准体系结构包括基础共性、基础支撑、关键技术、智能产品与服务、行业应用、安全/治理等6个部分。其中，关键技术标准主要包括机器学习、知识图谱、大模型、自然语言处理、智能语音、计算机视觉、生物特征识别、人机混合增强智能、智能体、群体智能、跨媒体智能、具身智能等部分。

来源：<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1788347173351436377&wfr=spider&for=pc>

【行业观察】

5、数字技术为乡村产业发展提供新增量（新华网）

近日，农业农村部农村经济研究中心联合抖音公益发布《激发乡村新可能·美好乡村案例集》，从电商、文旅、组织、文化、人才五个维度，对数字平台助推乡村发展的十四种实践经验和模式进行总结和提炼。

其中，“电商篇”以福建食用菌产业带、杨博士“皖南土鸡”品牌、阴山燕麦传统农企为例，探讨在全域兴趣电商的助力下，乡村特色产业市场化转型、农产品品种、品质与品牌发展及传统龙头企业的数字化升级等模式。数据显示，过

去一年，抖音电商助销农特产 47.3 亿单，平均每天有 1300 万个包裹销往各地，农货商家数量同比增长 83%，越来越多农产品品牌正在获得市场认可。

“文旅篇”分析传统古村落如何转型为网红文旅村、导游如何以“云”为介提升旅游服务效率、优质企业如何引领乡村民宿品质提升、民宿集群如何推动村庄用“活”生态旅游资源等。过去一年，抖音网友打卡全国 15 万余个乡村文旅景点，创作超 6000 万条打卡短视频，抖音“山里 DOU 是好风光”项目累计带动乡村文旅支付成交额超 40 亿元。

专家表示，数字时代下，网络直播成了新农活，智能手机成了新农具，网络平台成了“新农田”，乡村振兴和数字技术的深度融合为乡村发展赋予新的生机与活力。

来源：<https://www.mca.gov.cn/n2623/n2684/n2703/c1662004999979997317/content.html>

6、民营快递是电商新业态基础设施（中国新闻网）

近日，上海社会科学院发布《中国民营快递 30 年发展总结与未来趋势展望》（以下简称《报告》）指出，中国民营快递是电商新业态的基础设施，民营快递的普惠价格促进中国地区经济发展缩小差距。

《报告》提出，加盟制网络是中国民营快递的主流模式之一，与直营化网络相比，加盟公司可以与总部共同投资，加快投资效率和网络延展速度，让民营快递能够迅速拥有服务全国的能力。另一方面，因为末端网络以加盟模式组织，更加灵活高效，更适应中国“618”“双十一”等电商大促的销售节奏。可以说，没有超强弹性的民营快递，就不会有中国独有的各类“网购节”。

《报告》认为，电商平台本身“低客单、多爆品”的结构，一方面加速电商行业整体客单价下降，从而促进电商件单量增长；另一方面则造成消费者付款后形成“一单多件”，高拆单率促使电商订单快递化率提升，快递行业承担这部分最繁琐最低利润空间的基础性保障。

《报告》表示，普惠价格是中国民营快递区别于海外快递公司的又一主要特征。目前，超 80%的快递单价不超过 3 元。正是因为民营快递的服务具备普惠性，才使得中西部的经济落后地区依然可以享受与经济发达的东部地区一样的高效快递服务。中西部地区的优质农产品、工业品能够高效便捷地运到东部消费者手中；同时，中西部的消费者也能够以极低的物流成本享受到东部产业带产出的商品。

来源：<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1786531528029794361&wfr=spider&for=pc>

7、阿里国际站发布数字外贸年报 预测 2024 年数字外贸八大蓝海赛道(环球网)

近日，阿里国际站发布数字外贸年报，预测 2024 年数字外贸八大蓝海赛道。新能源车、小众运动、智能硬件、“懒人”智能家居、绿色环保产品、绿色能源设备、五金工具、柔性生产小型机械等上榜。

在“个性化”领域，无论是户外运动、五金工具，还是小型机械，满足海外消费者个性化、DIY 需求的商品，具备较大潜力。以户外运动为例，小众运动增长显著，匹克球、棒球、羽毛球成国际站“三大球”。其中，受 2024 年巴黎奥运会将匹克球列为表演项目影响，匹克球拍销量同比增长达 209%。而过去两年新兴的露营、登山等野外休闲相关产品，依旧保持热销。“定制”已成海外趋势热词，海外 Z 世代的个性化需求带旺柔性生产机械，满足海外买家一站式采购需求的五金工具销量同比增长均超 30%。

在“智能”领域，AI 加速硬件智能化趋势，并让“懒人”智能家居得以普及。智能穿戴设备、智能影音产品以及智能小家电让海外消费者追求“智”系养生的同时，也能宅家轻松“躺平”。阿里国际站数据显示，可穿戴设备、VR 眼镜、智能音箱等销量同比增长均在 30%以上；智能养宠的猫砂盆及喂食器，销量同比增长分别为 102%、128%。

来源：<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1786429330501573593&wfr=spider&for=pc>

8、电商年货节：国潮礼盒销量剧增 90 后成消费主力（新民晚报）

进入 2024 年 1 月中旬，农历龙年的年货节在多个电商平台开启。在促进消费的大趋势之下，淘天、京东、唯品会、抖音等平台相继推出多种促销措施，2024 年的消费市场也迎来新的高潮期。

作为传统电商平台的代表，今年年货节，淘天与京东仍以跨店满减的优惠方式为主，与此同时，直播也将成为两家电商平台的另一个战场。直播电商同样聚焦于年货节，抖音、快手等直播电商平台也相继开启年货节，除线上直播外，直播电商在线下也汇聚多种活动。

今年年货节氛围相比以往更浓，“龙”是中国传统文化最具东方特色的因素，龙年的年货消费也更聚焦于国潮商品。唯品会相关负责人介绍，其联合欧莱雅、潮宏基、良品铺子、广州酒家、徐福记等知名品牌推出 8 款以龙为核心因素的新年限定联名礼盒，以“祥龙献瑞，执笔纳福”为主题，将著名书法家的“龙”字融入礼盒包装，凸显国潮美学，1 月中旬上线以来，多款礼盒迎来销量爆发。

越来越多的年轻人成为年货消费的主力军，这也是国潮消费在春节前呈现爆发增长的一个原因，阿里巴巴数据显示，从人群数量和 GMV 两方面来看，在年货节的购物大潮中，25-34 岁的年轻群体已全面“接管”家庭主导权，成为最核心的购买力量，这一年龄段的成交人数占比达到 42%。

业内人士介绍，今年年货节期间，龙年拜年服、国潮风格零食礼盒、新中式风格服饰等预计将会快速增长，同时，今年春节假期与情人节叠加，预计消费热潮将持续至春节假期后。

来源：<http://www.sxds0759.com/index.php?a=show&catid=6&id=579>

9、消费电商平台进入 AI 时代（亿邦动力）

作为互联网时代下的产物，电商在上一轮技术变革中，将用户、商家和货品间的连接效率推至顶峰。如今，在“旧的”技术环境中，电商领域无论效率和用

用户体验的提升，还是 GMV 的增长，都已经到达增长曲线顶端最平缓的地带，难再有质的提升。平台坚信 AI 所代表的新一轮的技术变革将会改变这一切。

电商平台之中，阿里迎接“AI 电商”时代的态度似乎最为坚决。据了解，阿里巴巴各子集团、各业务单元都在尝试 AI 与电商的融合。例如，淘宝推出 AI 助手“淘宝问问”，为用户提供全新的交互体验和更精准的商品推荐，目前已超过 1000 万人次体验。面向服饰商家推出“AI 搭配”和“AI 试衣间”两款 AI 产品；为所有商家提供包括“模特图智能生成”“智能数据周报”“官方客服机器人”等 10 款免费 AI 工具，在大促期间被商家累计调用 15 亿次。去年双 11 期间，阿里妈妈上线万相台无界版和阿里妈妈百灵两大 AI 产品，其中 0 成本 30 秒生成创意素材能力吸引超过 10 万商家使用，生产效率提升 5 倍。

京东在 AI 领域的探索则更深入产业。今年 7 月，京东推出京东言犀大模型，并随后发布了 AIGC 内容营销平台，帮助商家自动化生成商品图片、卖点等营销素材。此外，京东还推出多模态数字人，可覆盖全域全场景。同时，基于大模型和数字人，京东上线了言犀数字人短视频生成平台，利用 5 分钟和两位数制作成本，便可用数字分身来完成短视频创作。据了解，京东已经在大规模利用数字人直播带货，入驻 4000+商家，带动 6 亿 GMV，成本不足真人主播 1/10。从商品文案自动生成，数字人形象、音色自动生成，客服系统自动接单、提供智能导购咨询，支付系统可以做到营销的全自动、流水线化。

值得一提的是，在过去一年实现全面电商闭环的小红书，也积极推出了 AI 工具——智能笔记助手，帮助商家实现商品笔记的一件生成和发布。而抖音和拼多多两位新贵则开始潜心研发新的 AI 技术应用，持续保持在电商行业的技术领先性。

在电商领域，AI 最初更多被应用在供给端，作为商家降本增效的工具。从平台公布的应用和数据可以看出，AI 在电商领域的应用可深入商家在平台经营以及整个电商产业链的细枝末节，同时，已有越来越多商家拥抱新技术，开始投入使用 AI 工具进行辅助经营，甚至有商家将“用好 AI”作为新一年的经营目标之一。除大厂外，中小企业同样积极拥抱 AI。

另一项值得注意的突破是，2023 年，AI 开始改变企业使用 SaaS 软件的方式，以及 SaaS 服务商的价值。过去一年，有赞推出 AI 营销工具“加我智能”，可实现经营分析、活动策划、创建库存监控任务、生成推广文案和自动对账等自动化功能，“总结来说就是 AI 理解你想要什么，直接告诉你可以怎么做。根据你的具体情况和行业最佳实践，像咨询顾问一样给你策划和建议。”

除有赞外，另一家微信 SaaS 服务商微盟也推出自己 AI 产品——WAI，支持商城搭建、图文创作、营销推广、智慧洞察等功能。数据显示，2023 年 618 期间，微盟 WAI 单周内容生成增幅达到 63%，其中公众号推文增幅 400%，种草笔记标题增幅达 257%，轮播图增幅达到了 243%。

来源：<http://www.sxds0759.com/index.php?a=show&catid=6&id=579>

10、调查报告显示超七成企业正在进行数字化转型（托比网）

托比网 1 月 10 日发布《2024 企业数字化转型趋势调查报告》，报告 2023 年 12 月底对国央企和民营企业数字化转型的调查结果，72%的受访企业表示正在进行数字化转型建设。57%的受访企业表示做数字化转型的目的是为了提高工作效率，有 21%的企业表示是为了降低成本。仅有 10%的企业做数字化是为了开拓新市场及提升客户满意度。

高层的认知直接决定着企业数字化转型建设的深度，从国央企与民企数据对比情况来看，民企领导对于数字化的了解低于国央企领导，直接影响着企业数字化建设的进程，由于企业领导对于数字化了解不够深入，导致 50%的领导认为数字化在工作中可有可无。虽然国央企的领导在数字化的了解程度上高于民企，但在具体的行动上有近 60%的国央企领导在消极应付，高于民企；而在数字化转型建设这件事的态度上近 46%的民企领导认为转型非常迫切，而国央企却低了近 8 个百分点。

在数字化建设共识方面，有近 62%的受访企业表示信息部门仍未与领导及业务部门达成共识，还在沟通中；有近 40%的受访企业表示 2024 年的数字化建设目标仍是模棱两可的状态；而对于 2024 年的数字化建设路径 47%的企业表示还在制定中，有近 27%的企业表示未制定，非常模糊。

在数字化投入方面，有近 32%的传统企业表示无明确预算，需要就做；但有近 47%的企业表示 2024 年的数字化预算有所增加，而这部分企业数据显示主要集中在国央企，相比之下大部分民企 2024 年的数字化预算是毫无悬念降低的。

在人员变动方面，近 23%的受访企业表示数字化团队被优化，而在优化的数据中显示民企要高于国央企，值得注意的是在数据中显示国央企的数字化团队在 2024 年会持续增加，要高于民企，这与企业领导对数字化的认知不无关系，同时更与预算有更加直接的关系。所以在此模式下有近 49%的企业对于 2024 年的数字化建设充满信心，但同时数据显示有近 42%的受访企业表示对 2024 年的数字化建设持悲观态度。

数据显示，有近 69%的企业认为数字化组织能力的缺乏是首要原因，其次是企业缺乏专业的数字化人才、缺乏高层领导的支持、缺乏资金、缺乏相关技术支持等问题，如果这些问题不改变，将直接影响企业数字化转型的效果。

来源：<https://dzswgf.mofcom.gov.cn/news/44/2024/1/1706493427523.html>

11、江小涓：数据要素发挥作用的十个关键因素（新经济学家）

近日，中国工业经济学会会长，中国社会科学院大学教授、博导，国务院原副秘书长江小涓在关于数据要素市场建设的系列研讨中，提出十个数据要素更好发挥作用的着眼点和着力点的关键因素。

一、党和政府高度重视发挥数据要素重要作用的根本指引。早在 2004 年，中共中央办公厅发布《关于加强信息资源开发利用工作的若干意见》，提出信息资源作为生产要素、无形资产和社会财富，在经济社会资源结构中具有不可替代的地位。2019 年中央十九届四中全会提出“数据可作为生产要素按贡献参与分配”，明确数据要素市场概念。2022 年 6 月中央全面深化改革委员会审议通过《关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》，部署数据要素基础制度的“四梁八柱”，开启数据要素市场建设发展的新征程。2024 年 1 月，国家数据局等 17 部门联合印发《“数据要素×”三年行动计划（2024—2026 年）》，推动数据要素高水平应用，推进数据要素协同优化、复用增效、融合创新，数据要素的市场化建设从理念形成深入到实践探索阶段。

二、发挥海量数据优势是数据要素市场建设的坚实依托。从消费者数据端看，我国上网人数最多、人均上网时长最高，全网用户约 12 亿人，每天约 7 小时的移动端上网时长，提供着全球最多的消费者实时海量数据。我国制造业占全球比重大，制造业的数字化程度在全球也是中上水平，提供着全球最多的制造业实时海量数据。我国有全世界最多数量的城市和最普及的智慧城市建设，提供着全球最多的城市运转实时海量数据。

三、理解数据要素特点是判断数据乘数效应的最大底气。数据到底能不能产生乘数效应，为什么互联网是“+”，数据要素是“×”呢？这要理解数据要素从经济学角度看的特点，比如多主体生产、多场景使用、敏感信息多、减损贬值快、交易与交互，但最重要的还是它的多场景复用的能力。一组数据可以多次复用，所以才不断挖掘出新的价值，这是为什么数据要素可以用“×”来表达的一个最基本的特点。

四、推动实践创新是数据要素市场建设发展的主要牵引。数据要素市场是一种新类型的要素市场，需要实践不断创新，引导市场制度的建设和完善。改革开放以来学习借鉴市场经济先行国家的经验，构建社会主义市场经济体系。现在我国在全球首先提出数据是生产要素，要建设数据要素市场。这是对数字时代要素市场体系迭代发展的自主创新，必须继续坚持不断地在实践中推动创新。

五、立足问题导向是数据要素市场理论构建的基本遵循。将数据作为生产要素看待，数据产权、数据市场、流通交易、数据收益等经济学相关的概念和内涵等就成为理论研究和实践工作的重要遵循。同时要认识到数据有许多独特性质，在理论构建时，不应当直接拿学术界根深蒂固的已有框架，去“套”新型的数据要素，而要从现实出发，建立能容纳现实问题基本面、能有效解释各种数据关系、有内在合理逻辑、有预测和前瞻能力的理论体系。这种构建过程应当随着实践进展，在不断深化认识的基础上加以推进，同时也需要用理论进展为实践活动提供指引，加深对数据市场规律性的认识。

六、公共数据有效释放价值是发挥乘数效应的重要源泉。政府数据公开推进多年有很大进展，目前有两种主要开放共享的方式：公共数据专区和政府服务平台，但开放共享的工作还有很大空间，目前看公共数据利用程度还不够高。因此，

要大力推动公共数据的开放共享。这里讲的开放共享，就是要以免费、有条件免费或以数据处理的成本价格向社会开放经过处理、个人隐私商业秘密和国家安全得到保障的公共数据，为经济社会全面发展赋能。

七、开放共享和开发利用相结合是公共数据合理高效应用的有效方式。开发利用是指对有些公共数据的提供可以合理收费。一是有些公共数据的原始形态不能直接开放共享，需要进行处理或者做成数据产品，有开发成本，商业化开发利用有利于调动积极性；二是有些公共数据并不被广大公民和市场主体普遍需要，而是某类企业运营需要，“用者付费”在这类政府服务中是合理选项；三是有些公共部门是企业性质，例如供电供水供气的企业，还有各类国有企业，有偿提供数据产品也是合理行为。要强调的是，要坚持公共数据的开放共享是普遍原则，因为其本质是公共产品。现实中对持有方来讲，开发利用比开放共享是更有诱惑力的选项，但开放共享原则不能缺失，因此公众监督很重要。

八、数据赋能传统产业与数据原生产业蓬勃发展是数据应用的双驱动力。数据原生产业的发展是非常重要的，数据原生产业指那些直接将数据转化为产出的新型产业，而不是原本就存在同时依靠数据赋能的传统产业。这些原生产业在数据开发利用技术、数据开发利用场景和数据开发利用商业模式等方面提供“原生动能”并赋能千行百业。数据原生产业至少包括四类，一是数据和智能软件及应用模型生产企业，如微软、金山以及目前火爆的人工智能大模型。二是数据计算和传输相关基础设施企业以及数字技术相关设备和产品制造，包括 5G 基站、数据中心、云计算等设施 and ICT 其他产业的软件和硬件建设及生产体系。三是专业数据生产商和服务商，包括数据采集整理、数据标注和数据分析领域的生产者 and 交易者，以及数据分析咨询、数据库管理等。四是依托数据的新创企业，如金融科技、软件服务、电子商务、人工智能等领域的新创企业。这些数据原生产业是向其他行业赋能的主体，它们良好发展，数据要素市场才有完备的内生动力和持续发展能力。

九、场内交易制度创新与场外数据交互流通是数据全量有效使用的双轨路径。目前数据要素市场建设中，数据场内交易引起较多关注，各地发展热情高，数据交易所快速增加，但总体上看目前还主要处于制度规则建设阶段，数据交易量相对有限。当下，数据的交互流通是更为广泛使用的商业模式。数据或数据产

品并非用来直接“交易”获利，而是为了业务发展。也就是企业和组织通过与内部各方以及与业务相关外部各方共享数据来支撑业务打通和创造新价值，各方共享业务发展带来的利益。数据交互的主流模式是 API 模式，即通过应用程序接口拉通数据，这种模式允许不同的应用程序或系统之间进行数据交换和集成，实现数据流通和共享。在交互模式下，相比于确权估值，怎么保护隐私和数据安全是更重要的问题。

十、数据跨境流动是数字时代高水平开放的紧迫诉求。当下，数据跨境流动问题是国外跨国公司和国内国际化经营企业反映强烈的突出问题。数字时代，全球业务运行必然要求数据实时跨境流动。从数据安全角度考虑，对数据跨境流动有管控是各国的共同做法。中国目前主要采用发布规则并逐单核准模式，这种方式有利于数据跨境流动安全，但对政府和企业来说都负担较重效率较低。例如，国内专业数据服务商承接海外客户的“数据定制”和“来数加工”很有竞争力，这种业务本身就是大量数据的跨境流动和加工应用。当数据跨境流动管理趋紧时，就只能到海外投资建厂，用离岸接包方式从事业务，使国内失去相应就业岗位。从我国数据要素市场发展刚刚起步、企业对个人数据保护宽严程度差别大、监管机构经验相对有限的现实出发，可以采取统筹加强企业数据跨境流动合规能力建设、制定数据跨境流动标准合同、制定重要领域特别规则和制定负面清单等多种管理方式，尽快完善我国数据跨境流动方面的制度体系，做到高效便捷和安全可控的统一。

来源：<https://dzswgf.mofcom.gov.cn/news/44/2024/1/1706493427523.html>

【数据发布】

12、2023 年社会消费品零售总额增长 7.2%（国家统计局）

2023 年，社会消费品零售总额 47.1 万亿元，比上年增长 7.2%。其中，除汽车以外的消费品零售额 42.3 万亿元，增长 7.3%。

按经营单位所在地分，12月份，城镇消费品零售额3.7万亿元，增长7.2%；乡村消费品零售额6479亿元，增长8.9%。2023年，城镇消费品零售额40.7万亿元，比上年增长7.1%；乡村消费品零售额6.4万亿元，增长8.0%。

按消费类型分，12月份，商品零售3.8万亿元，增长4.8%；餐饮收入5405亿元，增长30.0%。2023年，商品零售41.9万亿元，比上年增长5.8%；餐饮收入5.3万亿元，增长20.4%。

按零售业态分，2023年，限额以上零售业单位中百货店、便利店、专业店、品牌专卖店零售额比上年分别增长8.8%、7.5%、4.9%、4.5%，超市零售额比上年下降0.4%。

来源：<http://www.sxds0759.com/index.php?a=show&catid=6&id=579>

13、2023年我国跨境电商进出口额增长15.6%（光明网）

近日，国务院新闻办公室就2023年全年进出口情况举行发布会，海关总署相关负责人表示，根据初步测算，2023年，我国跨境电商进出口2.38万亿元，增长15.6%。其中，出口1.83万亿元，增长19.6%；进口5483亿元，增长3.9%。参与跨境电商进口的消费者人数逐年增加，2023年达到1.63亿。跨境电商快速发展，每个人都能“买全球、卖全球”，既满足国内消费者多样化个性化需求，又助力我国产品通达全世界，成为外贸发展重要动能。

2023年，海关针对跨境电商的发展趋势和特点量体裁衣，推进海关跨境电商监管综合改革，创新开展多项改革试点，不断提升监管和服务效能，有力支持跨境电商持续健康发展。一是响应电商企业诉求，开通线上缴税功能，便利通关，进一步帮助企业降低运营成本；二是开展跨境电商零售进出口商品跨关区退货试点，持续完善退货措施，有效解决企业和消费者的“后顾之忧”；三是持续关注境外食品安全问题，及时发布预警信息，确保人民群众“舌尖上的安全”；四是加强与跨境电商平台企业协作，强化企业信用培育，引导企业合规经营，促进跨境电商高质量健康发展。

来源：<http://www.sxds0759.com/index.php?a=show&catid=6&id=579>

14、2023 年全国居民人均消费支出增长 9.2%（国家统计局）

2023 年，全国居民人均消费支出 26796 元，比上年名义增长 9.2%，扣除价格因素影响，实际增长 9.0%。分城乡看，城镇居民人均消费支出 32994 元，增长 8.6%，扣除价格因素，实际增长 8.3%；农村居民人均消费支出 18175 元，增长 9.3%，扣除价格因素，实际增长 9.2%。

从构成看，全国居民人均食品烟酒消费支出 7983 元，增长 6.7%，占人均消费支出的比重为 29.8%；人均衣着消费支出 1479 元，增长 8.4%，占人均消费支出的比重为 5.5%；人均居住消费支出 6095 元，增长 3.6%，占人均消费支出的比重为 22.7%；人均生活用品及服务消费支出 1526 元，增长 6.6%，占人均消费支出的比重为 5.7%；人均交通通信消费支出 3652 元，增长 14.3%，占人均消费支出的比重为 13.6%；人均教育文化娱乐消费支出 2904 元，增长 17.6%，占人均消费支出的比重为 10.8%；人均医疗保健消费支出 2460 元，增长 16.0%，占人均消费支出的比重为 9.2%；人均其他用品及服务消费支出 697 元，增长 17.1%，占人均消费支出的比重为 2.6%。

来源：<http://www.sxds0759.com/index.php?a=show&catid=6&id=579>

15、2023 年中国互联网广告市场规模增长 12.7%（中国经济网）

近日，中关村互动营销实验室联合秒针营销科学院、北京师范大学新闻传播学院共同发布《2023 中国互联网广告数据报告》（以下简称《报告》）显示，2023 年，中国互联网广告市场规模预计为 5732 亿元，同比增长 12.7%。

从媒体平台类型收入结构看，电商平台广告收入规模达 2070.06 亿元，牢牢占据互联网广告市场渠道类型收入头把交椅。视频与短视频平台合计广告收入已达 1433.08 亿元，成为互联网广告主投放的第二大渠道类型，并保持高速增长。其中，短视频平台的广告收入相较上年增长 23.28%，规模已达 1058.40 亿元，其与电商渠道是仅有的两个收入规模突破千亿元的渠道类型，合计市场规模占比

超过 54%（电商平台占 36.1%，短视频平台占 18.5%），占据互联网广告收入规模的半壁江山。

《报告》显示，2023 年广告市场集中度与 2022 年基本持平，行业前十大公司市场份额占比为 96.20%，行业前四的巨头公司市场份额占比为 75.54%。2023 年，中国互联网巨头竞争格局略有变动，拥有抖音、今日头条等热门应用的字节跳动超越阿里与腾讯，成为营收第一大公司。从增速看，快手、美团均实现 20% 左右的增长，而拼多多全年增速超 50%，较 2020 年已完成翻倍，并大有进入 200 亿元俱乐部、赶超京东和美团的趋势。

来源：<http://www.sxds0759.com/index.php?a=show&catid=6&id=579>

16、12 月份快递市场继续保持中高速发展态势（国家邮政局）

近日，国家邮政局发布数据显示，经测算，2023 年 12 月中国快递发展指数为 400.7，同比提升 22.5%。快递市场继续保持中高速发展态势，2023 年快递市场实现圆满收官。

2023 年 12 月，快递发展规模指数为 495.5，同比提升 27.1%。从分项指标看，预计 12 月快递业务量同比增速有望超 25%，业务收入同比增长约为 20%。12 月，快递市场发展良好，业务量再度突破 130 亿件。12 月中旬，快递企业克服低温雨雪天气对部分地区的影响，有效保障“双 12”电商促销顺利进行，羽绒服、雪具、时令农产品等寄递需求有所增加，双波峰特征明显，其中 13 日和 20 日市场规模达到高峰，单日业务量分别约为 4.9 亿件和 4.8 亿件。

快递发展能力指数为 253.5，同比提升 8.9%。快递企业投用大容积车辆，公路货运能力有所增强。行业自有航空公司陆续开通“温州—首尔”“温州—马尼拉”“杭州—迪拜”“长沙—布达佩斯”等四条国际航线，有力畅通亚欧航空寄递渠道，高效支撑跨境电商、生鲜运输和生产制造等走出国门。同时，快递企业持续加快境外自营配送设施布局，加大自营仓、协同仓建设力度，海外寄递网络不断完善，本地配送履约能力进一步提升。

来源：<http://www.sxds0759.com/index.php?a=show&catid=6&id=579>

【专家观点】

17、电商直播赋能产业带提升需要更多新思路（北京青年报）

面对竞争日益激烈的外部环境和消费者消费习惯的迭代升级，传统产业带要想在竞争中立于不败之地，需要打通与消费者的“最后一百米”。如何转变整体思路，将长期的线下沉淀转变为线上直播的影响力，是各地产业带厂家面临的巨大考验。在此背景下，发挥电商直播优势赋能产业带提升，也为众多电商平台更好赋能实体经济提出新课题。

电商直播赋能产业带提升，要在优势互补和资源共享上有新思路。今年以来，云南有来自22个区域产业带、超过1200万件优质商品被全国各地的消费者看见、了解、购买和重复购买，其中累计销量超过1万单的云南商品有2748个，累计销量超过10万单的云南商家有465个。这些数字的背后，正是云南特色农产品在抖音电商平台助力下拓展新渠道、新空间所取得的新成绩。

电商直播赋能产业带提升，要在直击产业痛点上有新思路。一些传统产业在发展中会遇到制约升级的瓶颈性问题，这些问题通过老办法很难突破。以茶叶为例，传统茶产业被品鉴壁垒偏高、信任度偏低等交易痛点困扰多年，抖音电商则将茶分为生活茶、社交茶，以此为运营逻辑开展业务。针对云南普洱茶，围绕高价值用户，以“内容+兴趣”的茶文化内核驱动产业带发展，取得不错效果。

电商直播赋能产业带提升，要在打通政府、行业、中小商家间“隐形壁垒”上有新思路。作为赋能产业带提升的关键环节，电商直播平台要在调动政府积极性、行业创新性、商家主动性上下功夫。如抖音作为“全域兴趣电商”，就是凭借“产业成长计划”“金产地计划”“织造中国”等产业带发展计划，和各地方政府、行业积极合作，系统化、规模化扶持产业带中小商家，提升地方产品知名度，助力区域经济和实体经济转型升级。

依托短视频、直播形式和智能推荐技术，兴趣电商为商家提供挖掘消费者潜在长尾需求的渠道，不仅有力推动产品创新和迭代、促进产业带特色产品消费和产品知名度提升，还进一步降低中小商家的产品展示成本，提升产销对接效率。同时，以全域兴趣电商为代表的电商新模式，通过为传统意义上参与市场竞争能

力较弱的特色产业带补齐产业链短板，为产业带内众多小微商家提供补齐设计、品牌、营销等环节的新机遇。

来源：<http://www.sxds0759.com/index.php?m=content&c=index&a=show&catid=6&id=576>

18、强化数字经济赋能 畅通城乡要素流动（南方日报）

随着数字时代到来，数字经济以数据为核心要素，通过与实体经济深度融合，有效发挥乘数倍增效应，成为推动城乡融合发展、畅通城乡要素流动的重要驱动力。顺应数字化、网络化、智能化的发展浪潮，要牢牢把握全球城市发展趋势要求，从制度、空间、渠道、产业等多个维度发力，充分发挥数字经济在畅通城乡要素双向流动中的重要功能，以数字经济深化中心城市经济纵深。

进一步细化顶层设计，完善畅通城乡要素流动机制。一是提升数字经济在畅通城乡要素流动中的作用和地位。进一步明确人工智能、大数据、5G、云计算、云平台、数字平台等数字经济领域在畅通城乡要素流动中的作用地位以及收入分配原则，提高市场主体应用数字技术和数字经济新业态畅通城乡要素的积极性。二是制定数字经济畅通城乡要素流动实施方案或行动计划，进一步明确数字经济畅通城乡要素流动内容、方向和具体要求。特别是不同中心城市要突出自身特色，因地制宜明确数字技术和数字平台在畅通城乡要素流动中的基本原则、路径方式、实施主体和保障措施。三是进一步加强应用研究，攻破数字经济畅通城乡要素流动的堵点难点。支持科研机构和企业加强创新研究，增强数字技术和数字平台畅通城乡要素流动的支撑作用。对有助于破解数字经济在畅通城乡要素流动的应用研究，政府可以考虑在资金、专利转换、市场拓展等方面给予更多支持。

打造城乡融合数字示范区，破除城乡要素畅通流动空间阻碍。一是一体化推进示范区数字化基础设施建设。统筹推进城乡 5G、数据中心、云计算、人工智能、物联网、区块链等新型数字基础设施建设，促进城乡网络资源库建设和数字资源共建共享。统筹推动城乡交通、水电、教育、医疗等领域的数字化转型升级，加快实现城乡各类基础设施的数字化、智能化融合。二是全力支持示范区利用数字技术赋能一二三产业融合发展。打造农业全产业链数字化平台，探索人工智能、大数据、5G 等数字技术在各类产业行业融合发展中的应用，实现农产品种植、

生产加工、科技研发、销售、运营等环节的全面数字化、智能化，提高农业生产率，助力现代化农业高质量发展。三是创新示范区数字金融服务模式。大力发展数字金融，支持金融机构利用数字技术开展金融服务创新，建立基于人工智能大模型和数字人民币的农业产业链融资模式，拓宽农村融资渠道。鼓励金融机构在农村开展保单质押贷款、订单质押贷款和土地经营权、林权、农机具、畜禽活体贷款等业务，扩大农村融资规模。

建设数字化平台，搭建城乡要素畅通流动新渠道。一是搭建开放式大数据平台。通过搭建包括数据中台、风控中台等两大中台在内的开放式大数据平台，打造基于全业务场景的数据集市，实现数据采集、标注、应用等整个流程的标准化。嵌入先进的算法和模型，借助人工智能、大数据等数字技术对数据进行挖掘和分析，将各类数据整合、清洗和分析，并通过数据中台共享，打破数据共享壁垒，借助风控中台实现数据安全共享。二是统一城乡数据采集标准。要素以数字化形式通过数字化渠道流动后具有数据要素属性，需要进一步加强数据治理，把数据分类分级，建立统一数据标签，形成数据采集统一标准体系，提高数据分析挖掘效能。三是实现城乡生产生活数据采集全覆盖。加强城乡生产交易数据采集，有效利用政府公共数据，特别是政府关于产业、居民就业和社保等数据，在保证数据合规的情况下，全面挖掘使用数据价值。通过城乡生产生活数据和政府公共数据相结合，实现要素定价机制更高效、要素市场价格更合理，有效提升城乡要素资源交易服务水平。

加快发展乡村新产业新业态，丰富要素配置载体。一是加快推动农村传统产业数字化转型。支持传统农业生产和经营主体利用数字技术开展转型，提高生产效率，扩展收益渠道和规模。强化大数据、云计算、物联网等技术在农业生产中的应用，突破数字技术和数据要素等新生产要素与农村传统产业融合成本高、收益见效周期长的障碍。二是强化数字赋能新型农业主体发展。支持新型农业主体围绕农业生产、农产品加工等领域，加大数字化投入，引进数字化生产经营模式，完善生产经营全流程数字化体系，提高规模化、集约化和智能化水平。三是立足资源禀赋培育“数字+”现代乡村产业体系。大力发展“数字+”文旅品牌，支持直播电商、社区团购电商发展，鼓励利用田间直播拓宽农产品销售渠道。加快建设农村数字化物流体系，建设更加高效智能的农产品出村进城冷链物流网络，助

力城乡一体化数字商贸体系建设。探索打造农村“网红”经济，利用“网红效应”带动乡村产业发展。

来源：<http://www.sxds0759.com/index.php?m=content&c=index&a=show&catid=6&id=576>

19、数实融合推进新型工业化（经济日报）

2023年，以5G、人工智能、大数据、工业互联网为代表的数字技术成为引领新一轮科技革命和产业变革的关键力量，不断催生新业态新模式新产业。数字经济为推进新型工业化、构建现代化产业体系汇聚强大动能。

作为支撑数字经济蓬勃发展的重要基石，我国新型信息基础设施建设进一步夯实。《中国互联网发展报告（2023）》显示，截至2023年11月，我国累计建成5G基站328.2万个，已覆盖所有地级市城区、县城城区。“双千兆”网络建设稳步推进，千兆及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户达1.5亿户，110个城市达到千兆城市建设标准。工信部联合多部门出台《算力基础设施高质量发展行动计划》，以提高资源利用率为方向引导全国算力基础设施合理布局，以智能算力为重点推动算力结构优化，以融合发展为主线促进计算、网络、存储和应用协同发展，推动工业、金融、医疗、教育、能源等重点领域打造一批算力新业务。

2023年，数字技术与实体经济深度融合，应用从辅助环节向核心环节拓展，在改造升级传统产业，推动制造业向高端化、智能化、绿色化转型方面取得重要进展。跨行业跨领域工业互联网平台达50家、连接设备近9000万台套，5G、千兆光网已融入71个国民经济大类中，应用案例数超9.4万个，建设5G工厂300家。数字技术赋能实体经济表现在提高生产线的自动化程度，帮助企业实现精细化管理，提高资源利用效率，降低库存和物流成本，进而降低运营成本；加快产品研发和设计速度，提高产品智能化水平，增强企业创新能力。

在应用需求牵引下，我国数字产业增长平稳。分领域看，2023年前11个月，我国软件业务收入11.04万亿元，同比增长13.9%。2023年前10个月，规模以上电子信息制造业增加值同比增长1.7%，增速较2023年前三季度提高0.3个百

分点。主要产品中，手机产量 12.5 亿台，同比增长 1.6%；集成电路产量 2765 亿块，同比增长 0.9%；光电子器件产量 1.18 万亿只，同比增长 9.3%。数字产业呈现企稳回升态势，与国家和地方政府持续出台一系列扶持产业发展政策密不可分。目前，越来越多的实体企业进行数字化转型，形成了一批新的以先导产业和领先区域为代表的数字化生态圈，为经济社会发展奠定坚实基础。

专家表示，推动数字产业高质量发展，还要夯实产业发展基础，加快新动能培育。一方面，聚焦典型应用场景需求，强化软件供需对接，促进形成供需协同、应用迭代的良好发展循环。指导开源基金会加快建设，广泛汇聚各方开源力量，推动开源托管平台、开源社区、开源协议等做优做强，培育一批优质开源项目，加速开源成果成熟商用。另一方面，加快重大项目落地实施，引导产业合理布局，有序推动集成电路、新型显示、通信设备、智能硬件、锂离子电池等重点领域项目开工建设。推动创新链、产业链、资金链、人才链融合对接，研究制定新一轮支持视听产业发展的接续政策，落实好北斗应用、智能光伏等领域政策文件，加速短板产业补链、优势产业延链、传统产业升链、新兴产业建链。

来源：<http://www.sxds0759.com/index.php?m=content&c=index&a=show&catid=6&id=576>

【企业动态】

20、美团：2023 年休闲玩乐消费规模同比增长 110%（中国青年网）

近日，美团发布数据显示，2023 年休闲玩乐市场的消费规模同比增长 110%，上海、北京、成都、长沙、重庆的玩乐订单量位居全国前五。截至 2023 年 12 月，累计超 5 万个玩乐领域的商家在美团试水直播新模式，直播场次破百万，“货架+直播”的双轮驱动模式，带动多个商家全年生意创新高。

集吃喝玩乐、泡搓洗蒸于一体的洗浴中心跃升为冬季“顶流”。2023 年 12 月以来，洗浴中心订单量同比增长 200%，上海、沈阳、大连、重庆、天津五城洗浴泡汤门店数最多，25 岁以下的消费者占比由 2019 年的 22% 上涨至 26%。

追求“质价比”基础上，百余元的“轻养生”成为年轻人的健康消费新选择。过去一年，美团上推拿理疗类门店大幅上涨，艾灸、刮痧、拔罐等传统中式

养生服务供给增速。年轻客群的涌入，加速康养类产业迭代升级。上海成为首个拥有万家足体康养门店的城市，成都、北京、广州、深圳、重庆等地的门店数均已超过 7000 家。

来源：<http://www.sxds0759.com/index.php?a=show&catid=6&id=579>

21、2023 年抖音无限期回收直播权限账号 29 万个（亿邦动力）

近日，抖音直播发布 2023 年度平台治理报告显示，全年持续打击不良 PK、户外低俗等不良直播问题，无限期回收直播权限账号 29 万个，其中包括“秀才”“林先生”等头部主播。同时，抖音直播不断创新和完善主播管理机制，通过对认证主播、优质内容的扶持，打造健康正向的直播环境。

抖音直播还正式实施“健康分”制度，对主播进行“分级管理”，首日有近 5000 名主播被减少直播推荐、限制功能甚至永久回收直播权限，其中 303 名主播被关闭收礼物权限，同时也有 2.75 万名主播通过专业或优质主播申请。

抖音发布 2023 年度报告显示，过去一年，抖音货架场景业务高速增长，商城 GMV 同比增长 277%，累计 GMV 破 10 万元的作者数量超过 60 万。此外，过去一年，抖音电商共助销农特产达 47.3 亿单，电商农货商家数量同比增长 83%，年销售额破百万元的农货商家超 2.4 万个。全域兴趣电商发展空间依旧很大，近一年平台 GMV 增幅超过 80%。

来源：<http://www.sxds0759.com/index.php?a=show&catid=6&id=579>

22、国能 e 购上线基于商品条码的智慧超市（经济日报）

近日，基于商品条码建设的国能 e 购智慧超市一期正式上线运行。该平台通过商品条码进行商品同屏比价上架，是商品条码在公共采购电子商务领域的重要实践。

作为 GS1 编码的基础和重要组成部分，商品条码被喻为商品流通的“身份证”和国际贸易的“通行证”，是公共采购领域实现数字化管理的技术基础。

据悉，采用商品条码后，国能 e 购智慧超市商品上架时长至少缩短 60 天。这是采用商品条码后管理效率最显著的提升。智慧超市利用 GS1 商品数据的标准化属性，通过数据运算、聚合，对商品品牌、名称、价格等商品属性信息进行甄别，充分利用数字技术进行采购铺货，大幅减少数据的人力甄别，提高了商品数据的准确性，商品上架时长由原来的 90 天缩短到 30 天以内，极大地提高采购铺货效率。

来源：<http://www.sxds0759.com/index.php?a=show&catid=6&id=579>

【地方经验】

23、四川发布数据要素市场化配置综合改革“路径图”（四川日报）

近日，四川省委网信办、省大数据中心、省发展改革委、省经济和信息化厅联合印发《关于推进数据要素市场化配置综合改革的实施方案》（以下简称《实施方案》）提出，到 2027 年底，与高质量发展要求相适应的数据要素市场化配置体制机制基本建立、配套制度逐步健全、安全治理能力持续提升。数据资源体系基本完善，数据大体量汇聚、高质量治理、高效化流动能力不断增强，数据作为关键生产要素作用进一步凸显。数据要素价值体系基本形成，数据要素市场主体规模持续壮大、质量稳步提升，数据要素服务经济社会发展能力显著增强。

《实施方案》共七部分 22 条，其中第二部分至第六部分，围绕强化数据要素供给、构建数据要素流通体系、推动数据要素创新应用、构建数据制度标准规范、健全数据安全治理体系等方面，提出 18 项重点任务，统筹推进全省数据要素市场化配置改革工作。

强化数据要素供给方面，四川省将健全公共数据管理机制，提升公共数据共享开放质效、社会数据资源价值。

构建数据要素流通体系方面，将探索公共数据授权运营，推进数据交易所建设，培育数据交易流通生态，构建数据流通协作模式。

推动数据要素创新应用方面，将推进农业、制造业、服务业、交通、文化等重点领域数据融合，提升数字化政务服务水平，推进数字社会治理精准化、文化数字化发展，培育数据要素产业。

构建数据制度标准规范方面，将健全数据制度体系，建立数据产权登记体系，加快数据标准体系建设。

健全数据安全治理体系方面，将加强网络数据安全监管，建立数据安全技术体系，并探索个人信息安全认证和评估制度。

来源：<https://dzswgf.mofcom.gov.cn/news/44/2024/1/1706493427523.html>

24、全国首单工业互联网数据资产化案例落地浙江（新京报）

近日，全国首单工业互联网数据资产化案例在浙江省落地。首单工业互联网数据资产入表，不仅是对国家政策的响应和市场趋势的追随，更标志着数据赋能工业企业数据化转型成效，在有效提高企业自身生产运营效率的同时，输出至社会生产经营活动之中，因工业数据协同效应强和需求大进而提高整个行业的运营效率，充分发挥数据要素的乘数效应。

由浙江大数据交易中心、数据资产管理咨询服务公司、数据质量评价公司、资产评估机构和律师事务所等形成联盟，为数据资源入表和数据产品定价提供服务。本次服务中，联盟专家对用于提升工业企业智能制造能力方面的数据资源进行了全面分析，协助完成各个生产阶段的设备运行状态、工序关键参数、原材料的质量状况、过程成品检验数据、工人操作记录等多个维度的数据梳理以及形成数据资产相关的成本归集原则，并根据财政部《企业数据资源相关会计处理暂行规定》的要求，确定了可入表的数据资源范围。

联盟还为企业提供了数据产品服务设计开发规范化建议，并组织法律、技术、安全、行业应用等领域专家进行论证评估。通过确认交易主体准入资质、确认数

据用途合法及使用限制合规，完成了数据存证登记，并上架挂牌至浙江大数据交易服务平台。

浙江大数据交易中心相关负责人表示，为助力企业实现数据产品定价全链路发展目标，联盟通过梳理合理成本和期望收益作为定价的基本依据，通过量化数据产品给客户带来的增量收益作为定价的主要依据，为企业探索并制定灵活有效的数据产品“估值、定价、交易”一体化协同路径提供参考。“化纤制造质量分析数据服务”系统在主要客户新凤鸣集团股份有限公司应用的最近一年，年度吨质量成本下降明显，数据资产年度贡献价值已达数千万元。

来源：<https://dzswgf.mofcom.gov.cn/news/44/2024/1/1706493427523.html>

25、上海跨境电商特殊区域包裹零售出口规模化运作（解放日报）

近日，147件跨境电商出口包裹自青浦综合保税区出区，运往上海浦东国际机场，随后通过货运航班出口马来西亚、日本等地，并将直接投递至境外消费者手中。这是上海跨境电商特殊区域包裹首次实现“零售出口”模式的规模化运作。此举将有利于企业盘活流动资金，并根据市场变化及运力浮动灵活切换商品出境方式。

跨境电商特殊区域出口，是指企业依托海关特殊监管区域开展的以保税电商监管方式离境的出口业务，包括“零售出口”和“海外仓出口”两种业务模式。“零售出口（1210）”监管模式增强国货出口的底气——国货出海面临着是否符合输入国质量标准，以及品牌侵权、假冒伪劣等问题，“零售出口”监管模式在前道企业出口报关环节，就完成货物法定检验等符合国际贸易规则的完整手续，有望推进国际认可的跨境电商出口质量认证体系及溯源体系建设。

上海海关自贸处、监管处介绍，此次青浦海关与浦东国际机场海关合作，首次实现“零售出口”的规模化运作。该模式下，货物先通过出口申报方式进入综合保税区，入区后按照保税货物管理。当境外消费者在电商平台下单订购后，企业即依据订单，对货物进行分拣打包，并向海关申报跨境电商出口清单，取得放行信息后，跨境电商订单便可以包裹形式发运出境。如此综保区与空港实现“区

港联动”，将青浦综保区作为海关特殊监管区域的政策优势和浦东机场口岸区位优势整合在一起。

来源：<https://dzswgf.mofcom.gov.cn/news/44/2024/1/1706493427523.html>

【技术前沿】

26、推动 5G 深度融入经济社会（中国经济网）

伴随着 5G 商用进入第五个年头，5G 应用逐步从质检、运维等管理环节，走向覆盖研发设计、生产制造、运维管理、产品服务全环节，共创万物智联的数字生态正加快形成。

5G 在推进工业数字化转型中发挥了至关重要的支撑作用。围绕基础设施建设、厂区现场升级、关键环节应用、网络安全防护等，“5G+工业互联网”打造协同研发设计、远程设备操控、设备协同作业、柔性生产制造、现场辅助装配等典型应用场景。5G 新基建支撑产业链数字化、网络化、智能化转型，向工业生产各领域各环节深度拓展，深刻改变制造业生产模式和形态。截至 2023 年 11 月，全国“5G+工业互联网”项目超过 8000 个，5G 已经由生产现场监测、厂区智能物流等辅助环节，深入远程设备操控、设备协同作业等核心控制环节。

5G 新基建引领的数字乡村是乡村振兴的战略方向。田间地头、大棚设施内部署的各种传感器将各类数据实时同步传输，全面提升农业农村生产智能化、经营网络化、管理高效化、服务便捷化水平，用数字化引领驱动农业农村现代化，乡村旅游、休闲农业、民宿经济等乡村新业态蓬勃兴起，直播电商、即时零售等新模式不断创新，农村电商成为乡村数字经济“领头羊”。在 5G 新基建的支撑服务下，数据成为新农资，手机成为新农具，直播带货成为新农活，村民共享数字经济红利。

5G 推动新技术、新业态、新模式持续创新。一方面，5G 融合应用引发对芯片、服务器、计算机等智能硬件，以及人工智能、区块链、增强现实和虚拟现实等数字技术的巨大需求，为数字产业化发展提供更广阔的空间。另一方面，5G

为人工智能、云计算、大数据、区块链等数字技术的深度融合、相互促进、规模应用提供可能，推动智慧工业、智慧教育、智慧医疗、云旅游等新业态蓬勃发展。

推动 5G 深度融入经济社会发展是一项系统性、复杂性、社会性工程，应抓住规模化应用的关键期，在更高层次、更深程度上汇聚各方力量，共同推动 5G 发展。一是降低 5G 网络的运营成本，适度超前布局建设 5G 网络并高效运营，建设重点行业共性技术平台，支持 5G 工业芯片、模组、网关等关键技术和产品的研发及产业化，夯实数字经济高质量发展的底座。二是深化融合应用，开展 5G 融合应用技术创新、集成创新、服务创新和数据应用创新，以多种方式打造服务制造、能源、交通、医疗等更多实体经济行业和领域的应用场景，以点带面、纵深推进重点行业规模化应用，形成一批可复制可推广的 5G 应用场景。三是培育领军企业，加快推出一批新产品、新业态、新模式，探索出更加成熟的商业模式，以实现价值利益的合理分配，营造良好的商业生态。

来源：<https://dzswgf.mofcom.gov.cn/news/44/2024/1/1706493427523.html>

27、中国科学家成功实现“量子电子商务”（新华社）

中国科研团队近期提出一种量子电子商务方案，在国际上首次实现 5 用户的量子电子商务应用场景演示，为完整的电子商务交易流程提供了无条件的安全性保证。相关论文已发表在美国《科学》杂志子刊《科学进展》上。

围绕量子数字签名的实用化，中国科学家已有近 10 年研究积累。在最新研究中，南京大学物理学院教授陈增兵、中国人民大学物理学系副教授尹华磊领衔的团队将量子数字签名作为一项底层技术，通过秘密共享的非对称特性和量子态的隐私特性等，构建了一个无条件安全的量子电子商务协议。

据介绍，这一量子电子商务方案具有广阔的应用前景，有望推动数字经济的高速安全可持续发展。

来源：<https://dzswgf.mofcom.gov.cn/news/44/2024/1/1706493427523.html>

注：若有侵权，请联系律协业务部删除。

第十一届深圳律协电子商务法律专业委员会编委会成员

主任：雷涛（广荣所）

副主任：聂鹏民（瑞霆所）、李学军（深求意所）、杨洁【宝城（宝安）所】

秘书长：赵常乐（富群所）

副秘书长：邹睿【宝城（宝安）所】

委员：费翼云【上海锦天城（深圳）所】、王旭明【北京德和衡（深圳）所】、王荻（广和所）、孔倩（一埠所）、朱江（楚圳所）、刘孝斌【北京盈科（深圳）所】、刘春花【北京大成（深圳）所】、李锋【北京盈科（深圳）所】、杨桂欣【北京盈科（深圳）所】、肖刚（鹏商所）、肖通（鹏乾所）、邹睿（宝城所）、沈世闯（广和所）、宋颖怡【北京金诚同达（深圳）所】、张嶂【北京炜衡（深圳）所】、陈健基（诚公所）、罗飞（德崇所）、周乐洋（商达所）、洪莎娜（涵宇所）、唐宏昌（宝城所）、唐艳（安山所）、黄渭灏【北京隆安（深圳）所】、熊敏辉（盛唐所）、方坚（格祥所）

干事：王贝（竞德所）、崔月梅【北京道科特（深圳）所】、周海泐【连越（深圳）律师事务所】、刘钊（格祥所）、雷庄妍【北京盈科（深圳）所】

顾问：吴楚军（深圳润广网络科技有限公司）