

# **2022 年中国电子商务发展趋势报告： 电子商务在经济高质量发展中的重要作用**

中国贸促会研究院

2022 年 11 月

## **编写组：**

赵 萍 中国贸促会研究院副院长、研究员

张继行 中国贸促会研究院市场研究部副主任

李士龙 中国贸促会研究院市场研究部

李明哲 中国贸促会研究院市场研究部

今年以来，在复杂严峻的国内外形势和多重超预期因素冲击背景下，我国科学统筹疫情防控和经济社会发展，有力有效地推动了生产生活恢复，国民经济顶住压力持续恢复，三季度经济恢复向好，经济韧性持续显现。以互联网经济为代表的新动能逆势成长，新模式、新业态不断涌现，特别是电子商务在拉动消费、推动消费升级、防疫保供等方面发挥了巨大作用，有力保障了经济稳定和消费复苏。

## **一、电子商务行业发展新趋势**

### **（一）以直播电商为代表的新模式迭代加速**

自新冠肺炎疫情暴发以来，直播电商快速发展，通过直播电商购买商品已逐渐成为消费者“常态化”的购物方式。针对偷逃税、虚假宣传等直播电商乱象，国家相关主管部门出台针对性的规定、政策对直播电商市场进行规范（见附表1），各地也不断强化对直播电商的监管（见附表2），直播电商在守正创新中呈现快速发展的态势。

《第50次中国互联网发展状况统计调查》显示，截至2022年6月，我国网络直播用户规模达7.16亿，较2020年3月增长1.56亿，占网民整体的68.1%。其中，电商直播用户规模为4.69亿，较2020年3月增长2.04亿，占网民整体的44.6%；电商直播用户占总体网络直播用户的比例也从2020年3月的47.3%大幅上升到2022年6月的65.5%。2022

年上半年，只在传统电商平台消费的用户占网购用户的比例为 27.3%，通过短视频直播进行网购消费的用户比例达到 49.7%，不仅远高于传统电商平台，也高于生鲜电商（37.2%）、社区团购（32.4%）及微信平台（19.6%）。

2022 年第一季度，快手电商交易总额达 1751 亿元，同比增长 47.7%。2021 年 5 月至 2022 年 4 月，抖音平台上每月有超 900 万场直播，售出超过 100 亿件商品，交易总额同比增长 2.2 倍。截至 2022 年 3 月，淘宝直播累计观看人次已经超过 500 亿，2021 年淘宝直播间成交额最大的五个品类分别是女装、美妆、珠宝、消费电子和食品。

## **（二）数字技术成为消费升级的全新驱动力**

2022 年 7 月 29 日召开的国务院常务会议强调，推动消费继续成为经济主拉动力，积极发展数字消费。数字技术能够催生消费新业态新模式、拓宽消费的领域和渠道、推动消费结构优化升级。

**数字技术催生消费新业态新模式。**2022 年 4 月，《国务院办公厅关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》要求促进新型消费，加快线上线下消费有机融合，扩大升级信息消费，培育壮大消费新业态。伴随着新一代信息技术的升级发展，原有的消费时空界限被数字技术打破，催生新型消费场景，带来新的消费体验，比如年轻人喜爱的“云

逛街” “云游景区” “云音乐会” 应时而生，平台和商家也积极通过数字赋能等打造消费新场景、挖掘消费新机遇。

### 案例 1: 数字技术助力打造 “云逛街” “云购物”

在郑州商务局的指导下，郑州汇艺银河里商圈借助支付宝平台积极打造数字商业街区，上线云逛街小程序，开展数字红包、商家优惠权益等多样促消费活动，给消费者带来实实在在的优惠，也给商圈运营注入新的活力。消费者买单扫码即可得红包，用IoT 结账只需几秒钟，去商家小程序还能获得优惠券。

**数字技术推动消费结构优化升级。**2022 年 7 月，工信部发布《数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022—2025 年）》，提出了数字化助力增品种、提品质、创品牌的新任务和目标，力争到 2025 年，消费品工业领域数字技术融合应用能力明显增强，培育形成一批新品、名品、精品，品种引领力、品质竞争力和品牌影响力不断提升。一方面，数字技术赋能工业生产环节，使得消费者多元化、个性化、定制化的消费需求能够得到满足，另一方面，数字技术降低了消费者获取信息的成本，直播带货、VR/AR 购物、社交购物等新场景无不深刻影响着消费者的购买决策，推动消费行业高质量发展。

## 案例 2: 卡萨帝依托产品数字化定制锁定高端消费市场

海尔智家发布的 2022 年三季报显示,前三季度收入达到 1847.49 亿元,同比增长 8.9%,归母净利润 116.66 亿元同比增长 17.3%。旗下高端品牌卡萨帝,充分借助数字技术,推动生产、销售全流程智能化,打造互联工厂,推动数字化运营,重点推进订单数字管理、生产效率管理,创新用户研究工具及方法,精准捕捉用户需求并转化为产品定义,提升产品差异化竞争力及用户体验。在生产环节,为用户提供定制服务,用户只需打开 APP,提出个性化定制需求,设计人员就能在系统平台上进行模块设计组合,并定制解决方案,应用 AI+5G 技术,实现生产全流程数字化可视;使用过程中,用户能远程升级产品控制程序,产品故障排查还提供远程诊断和远程服务。卡萨帝通过高品质数字化方案解决用户痛点、满足用户需求,实现了高端市场的绝对引领。依托数字技术,卡萨帝产品的品质竞争力和品牌影响力不断提升。

## 二、电子商务为经济高质量发展做出重要贡献

### (一) 电子商务成为拉动消费和防疫保供的重要力量

电子商务无接触、线上化的独特优势契合了统筹疫情防控与经济社会发展的要求,在防疫保供、激发消费潜力等方面发挥了重要作用。

**电子商务成为拉动消费的中坚力量。**商务部表示,中国电子商务在网络零售市场、网购人数、数字化快递业务以及

移动支付规模方面稳居世界第一位，成为畅通国内国际双循环的重要力量。2022年1—9月份，我国社会消费品零售总额320,305亿元，同比增长0.7%。全国网上零售额95,884亿元，同比增长4.0%。其中，实物商品网上零售额82,374亿元，增长6.1%，占社会消费品零售总额的比重为25.7%，比2021年同期高出2.1个百分点(2021年同期占比为23.6%，2021年全年占比为24.5%)。

今年以来，实物商品网上零售额月度增速均远高于社零总额月度增速，在社零总额负增长的3-5月，实物商品网上零售额仍保持了较高的增长速度。

**电子商务为防疫保供做出重要贡献。**2022年以来，多地新冠肺炎疫情呈现多点散发态势，在各地政府支持下，电商企业努力扩大货源，畅通配送渠道，稳定物资价格，有力保障了防疫物资和生活必需品供应，为防疫保供做出重要贡献。

国家统计局数据显示，2022年1-9月，在实物商品网上零售额中，吃类、穿类、用类商品分别增长15.6%、4.7%、5.2%，食品等必需品网购消费表现突出，有力保障了居民日常必需品供应。

### 案例 3: 杭州市商务局联合电商平台全力保障疫情期间

#### 居民物资供应

2022 年杭州市商务局积极组织电商平台企业，切实发挥电商企业“不见面交易，不接触配送”的特点，全力保障杭州居民生活必需品供应。

在杭销售生鲜产品、生活必需品的电商平台有 10 余家，包括饿了么、盒马鲜生、天猫超市、淘菜菜、美团、京东、叮咚买菜、每日优鲜、联华鲸选、网易严选、美菜、苏宁易购等。据不完全统计，共有工作人员近 5 万人，服务人群数 700 万人左右，服务区域覆盖杭州主城区。

#### (二) 消费场景创新助推服务业转型

服务消费是释放消费潜力的重要力量，我国消费结构加快升级，居民消费服务化趋势加快发展，成为扩大内需的重要动力。麦肯锡预测，到 2030 年中国家庭全年在食物上的支出占比将继续下降，“可选品”和“次必需品”的支出占比将显著增加，预计文教娱乐支出超过五分之一。

受到疫情影响，线下服务消费受到多种因素的制约，线上服务消费的重要性日益显现。在 2020 年，发改委便已出台《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》，要求积极探索线上服务新模式，激活消费新市场。新一代信息技术与服务业深度融合，“互联网+”激



发服务业新动能，打破了服务消费供需双方在时空上的限制，丰富了服务消费场景，改善了服务消费体验，推动线上服务消费供给更多样更充足，使服务消费市场增长潜力加速释放。

**在线办公方面**，疫情常态化背景下，在线办公需求旺盛。国家高度支持在线办公发展，2022年1月，《“十四五”数字经济发展规划》提出扩大协同办公等在线服务覆盖面，推动远程协同办公产品和服务优化升级。截至2022年6月，我国在线办公用户规模达4.61亿，占网民整体的43.8%。截至2022年3月，在线办公平台“钉钉”已经服务超过2100万个机构用户，腾讯会议注册用户超3亿，月活跃用户数突破1亿。

**在线医疗方面**，我国在线医疗用户规模达3亿，占网民整体的28.5%。大型互联网医疗平台在提供医疗、药品服务的基础上，进一步拓展数字化健康管理，推动医生服务等相关领域创新。2021年4月至2022年3月，与阿里健康签约提供在线健康咨询服务的执业医师、执业药师和营养师合计近16万人，较上一财年增加2万余人；日均在线问诊服务量已达30万次，较上一财年前增加5万次。

### **（三）跨境电商在政策支持下成为稳外贸、促消费重要抓手**

2022年，面对复杂严峻的国内外形势和多重超预期因素冲击，我国外贸再次展现出较强的韧性与活力，其中，作为

新兴贸易业态，跨境电商凭借线上交易、非接触式交货、交易链条短等优势在稳外贸过程中发挥了重要作用。为推动跨境电商发展，充分发挥跨境电商在稳外贸中的重要作用，今年以来相关政府部门多次出台支持政策（见附表3），推动跨境电商健康、快速发展。

**跨境电商呈高速发展态势，为稳外贸做出重要贡献。**服贸会期间，商务部发布数据显示，2022年我国跨境电商保持平稳较快增长，上半年跨境电商进出口交易额同比增长28.6%。9月27日，海关总署表示，今年1-8月，跨境电商B2B直接出口和跨境电商出口海外仓贸易增长迅速，下半年以来两类贸易方式增幅超过60%。

部分省市已公布的2022年前三季度数据显示，跨境电商呈现高速增长态势。前三季度，浙江企业通过海关跨境电商管理平台出口793亿元，增长1.5倍；江西企业通过海关跨境电商管理平台进出口同比增长2.4倍；广州海关监管经海关跨境电商管理平台出口商品4.1亿票，增长78.3%。

**跨境电商进口成为消费升级新路径。**在消费升级的大背景下，中国消费者对优质进口商品的需求与日俱增，更多消费群体希望足不出户买遍全球，在增加了高品质消费品的供给的同时，也与国产商品形成互补、相互促进，进一步激活国内消费市场活力和潜力。习近平总书记在第五届中国国际

进口博览会开幕式上的致辞中指出，要扩大优质产品进口，创建“丝路电商”合作先行区，凸显了我国对于进口和跨境电商的高度重视。

跨境电商已成为消费者全球购的重要渠道。在中国居民消费升级的过程中，模仿式、排浪式消费逐渐淡出，个性化和多样化渐成主流，跨境电子商务的非中心化和全球性的特性，恰好可以满足消费者追求个性化生活的需要。京东数据显示，2022年上半年进口品牌商品SKU数量同比增长51%。2022年京东双11预售首日，京东国际预售成交额同比增长178%。无论是供给端还是需求端都表明了我国进口消费品线上市场的稳步发展。

中国跨境电子商务零售进口商品采取“正面清单”的管理模式，只有在清单范围内的商品才可以通过跨境电商模式进口。2016年首次颁布《跨境电子商务零售进口商品清单》以来，我国共3次调整清单内容，最新调整时间为2022年1月，每次调整都增加商品税目数量、丰富商品类别，成为助推消费升级新趋势、满足人民对美好生活新向往的重要政策抓手。《跨境电子商务零售进口商品清单》的每次调整，都体现出了消费升级的新动向、新特点（见附表4）。

附表 1：直播电商相关规范政策汇总

发布时间	政策名称	发布部门	主要内容
2020 年 11 月	关于加强网络直播营销活动监管的指导意见	国家市场监督管理总局	压实有关主体法律责任，严格规范网络直播营销行为，依法查处网络直播营销违法行为
2021 年 4 月	网络直播营销管理办法（试行）	国家互联网信息办公室、公安部、商务部、文化和旅游部、国家税务总局、国家市场监督管理总局、国家广播电视总局	针对直播营销平台、直播间运营者和直播营销人员制定了明确、细化的管理要求
2022 年 3 月	关于进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展的意见	国家互联网信息办公室、国家税务总局、国家市场监督管理总局	网络直播平台更好落实管理主体责任；规范网络直播营销行为，维护市场秩序；规范税收管理，促进纳税遵从；深化协同共治，推动提升监管合力
2022 年 5 月	关于规范网络直播打赏加强未成年人保护的意見	中央文明办、文化和旅游部、国家广播电视总局、国家互联网信息办公室	规范直播秩序，坚决遏制不良倾向、行业乱象，促进网络直播行业规范有序发展
2022 年 6 月	网络主播行为规范	国家广播电视总局、文化和旅游部	规定 31 类网络主播禁止实施的行为

附表 2：2022 年部分地区针对直播电商的监管举措

地区	监管举措
江西省	江西省市场监管局开展“2022 网络市场监管专项行动”。针对直播电商领域，严厉打击假人气、假优惠、假商品等“三假”直播乱象，进一步营造网络直播公平竞争环境
浙江省绍兴市	针对网络直播营销违法违规行为开展专项治理，截至 9 月底，相关部门约谈直播营销机构及主播 693 家，查办网络直播营销违法违规案件 160 起。开发“浙里直播共富”系统，运用智能切片分析、图像比对、语音识别等技术手段，对网络直播行为实施精准监管
广东省广州市	加强对网络交易的在线监测，严格对直播电商平台的监管，与大型的平台企业建立沟通对接机制，共享入网经营者相关数据，实现政府和企业间的数据共享互查；指导行业协会发布了《广州市电子商务经营者行为规范》，正在研究制定《直播电商营销与售后服务规范》地方标准

附表 3：2022 年跨境电商支持政策汇总

时间	部门	政策	主要内容
2022 年 7 月	中国人民银行	《关于支持外贸新业态跨境人民币结算的通知》	发挥跨境人民币结算业务服务实体经济、促进贸易投资便利化的作用，支持跨境电商等外贸新业态发展
2022 年 9 月	商务部	《支持外贸稳定发展若干政策措施》	进一步发挥跨境电商稳外贸的作用，包括出台进一步支持跨境电商海外仓发展的政策措施，进一步加强出口信用保险对海外仓建设和运营的支持力度，加快出台便利跨境电商出口退换货的税收政策等
2022 年 10 月	国务院办公厅	《第十次全国深化“放管服”改革电视电话会议重点任务分工方案》	2022 年底前再增设一批跨境电子商务综合试验区，加快出台更多支持海外仓发展的政策措施；支持金融机构按照市场化原则，为海外仓企业和项目提供定制化的信贷产品及出口信保等金融产品和服务

**附表 4：历次《跨境电子商务零售进口商品清单》调整背景  
及内容**

时间	背景	调整内容
2016年4月	2016年以前，进口奶粉、婴幼儿食品、化妆品、保健品、马桶盖受到中国消费者的追捧	首次出台的《跨境电子商务零售进口商品清单》涵盖 1240 个商品，包括食品饮料、家用电器以及部分化妆品、儿童玩具、生鲜、保健品等国内热销商品
2018年11月	2017年中国掀起健身热潮	2018年公布清单涵盖的税目数扩大到 1321 个，增加了当时热销的健身器材等商品
2019年12月	消费者对营养健康和生活品位需求的关注度日益提高	2019年扩围的清单税目数上升到 1413 个，特别增加了冷冻水产品、酒类、电器等商品
2022年1月	全球新冠肺炎疫情发生以来，宅家消费需求特点更加突出，视频直播日益普及	清单税目增加至 1476 个，包括视频游戏机及其零件、番茄汁、洗碗机、可用于视频直播和美化形象的假发制品以及由北京冬奥会带火的滑雪用具等体育运动用品等