

市场监管总局：

直播电商监管新规征求意见稿发布

本报讯 孙博洋 从市场监管总局了解到，为加强直播电商监督管理，维护广大消费者和经营者合法权益，促进直播电商健康发展，市场监管总局在充分调研和广泛征求意见的基础上，会同国家网信办研究起草了《直播电商监督管理办法（征求意见稿）》（以下简称《办法》），今日，正式向社会公开征求意见。

《办法》分总则、直播电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员服务机构和直播营销人员、监督管理、法律责任、附则等七章，共五十七条。

《办法》的主要内容有：

一是细化了直播电商平台经营者的责任和义务。《办法》明确了直播电商平台经营者在违规处置、资质核验、信息报送、培训机制、分级管理、动态管控、信息公示等方面的责任。要求平台经营者建立健全平台协议规则，加强对直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员的身份认证和资质审核，强化对违法违规行为的处置，依法依规报送数据信息，积极协助消费者维权，进一步压实平台企业

的主体责任。

二是明确了直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员的责任和义务。《办法》强化直播间运营者责任，要求直播间运营者建立健全商品或者服务信息发布审核、信息公示、身份核验等制度，不得作虚假或者引人误解的商业宣传。规范直播营销人员服务机构行为，要求加强对直播营销人员的管理，建立健全直播营销人员培训、直播选品、直播纠错等制度。要求直播营销人员真实、准确、全面地介绍商品或者服务，不得欺骗、误导消费者。

三是强化了监督管理手段。《办法》规定了直播电商活动的管辖适用、协同监管、监督检查、信用监管、约谈与整改等方面内容。《办法》规定，市场监督管理、网信部门对调查核实违反市场监督管理、网信领域法律法规、规章的直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员，依法要求直播电商平台经营者采取处置措施制止的，直播电商平台经营者应当予以配合。

四是强调了不履行法定义务应当承担的法律责任。《办法》细化了不履行法

定义务的相关具体情形，通过适用《电子商务法》《反不正当竞争法》《广告法》《价格法》等相关法律法规规章或者新设处罚条款，一一明确了处罚依据，增加了《办法》的可操作性和针对性。

市场监管总局网监司相关负责人表示，《办法》从具体操作层面，对相关主体应当履行的责任和义务予以进一步明确，对相关法律法规中的监管要求进行整合细化，总体来看，符合上位法的要求，也符合直播电商行业特点，不会增加相关主体负担。

上述负责人还表示，《办法》明确了直播电商平台经营者在违规处置、资质核验、信息报送、培训机制、分级管理、动态管控、信息公示等方面的责任。要求平台经营者建立健全平台协议规则，加强对直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员的身份认证和资质审核，强化对违法违规行为的处置，依法依规报送数据信息，积极协助消费者维权。《办法》的制定，将进一步压实平台企业的主体责任，并通过平台企业向其他主体层层传导合规要求，实现监管效率的最大化。

前5月全国网上零售额60402亿元

本报讯 宋霞 6月16日，国家统计局发布数据显示，5月份，社会消费品零售总额41326亿元，同比增长6.4%。其中，除汽车以外的消费品零售额37316亿元，增长7.0%。1—5月份，社会消费品零售总额203171亿元，增长5.0%。其中，除汽车以外的消费品零售额184324亿元，增长5.6%。

按经营单位所在地分，5月份，城镇消费品零售额36057亿元，同比增长6.5%；乡村消费品零售额5269亿元，增长5.4%。1—5月份，城镇消费品零售额176490亿元，增长5.1%；乡村消费品零售额26681亿元，增长4.9%。

按消费类型分，5月份，商品零售额36748亿元，同比增长6.5%；餐饮收入4578亿元，增长5.9%。1—5月份，商品零售额180398亿元，增长5.1%；餐饮收入22773亿元，增长5.0%。

按零售业态分，1—5月份，限额以上零售业单位中便利店、专业店、超市、品牌专卖店和百货店零售额同比分别增长8.5%、6.3%、5.7%、1.8%和1.3%。

1—5月份，全国网上零售额60402亿元，同比增长8.5%。其中，实物商品网上零售额49878亿元，增长6.3%，占社会消费品零售总额的比重为24.5%；在实物商品网上零售额中，吃类、穿类、用类商品分别增长14.5%、1.2%、6.1%。

抖音电商5月为商家节省成本超30亿元

本报讯 6月16日，抖音电商对外披露，为了帮助商家在今年“618”大促期间持续增收，抖音电商通过扩大免佣范围、优化商家体验分等多种措施，加大商家扶持力度，今年5月份为商家节省成本超过30亿元，减负金额环比增长近20%。

5月是“618”大促的启动期，抖音电商通过商品卡免佣、日百厨具等多类目免佣、降运费险、推广费返还等举措为商家提供支持。今年1月至5月，商品卡免佣已累计补贴商家近57亿元。

在降运费险方面，今年前5个月，抖音电商已为商家节省运费险成本超过23亿元。在此基础上，5月其还发布了《抖音电商运费险优惠措施》，推动新一轮运费险降价。从6月6日起，符合条件的商家或达人的运费险成本将在日常价基础上降低5%至15%。作为商家扶持政策之一的小商家帮扶基金，也在5月持续发力，带动大促期间新入驻商家的销售规模同比提升了超过50%。

在提升商家体验方面，5月抖音电商就偏远地区发货、延迟发货等痛点问题举办了商家圆桌会，帮助商家降本增收。

值得一提的是，近期，抖音电商还官宣全面开放新商家“0元入驻”。

6月12日，据抖音电商官方公众号消息，为了降低商家的人驻及运营成本，其发布新版保证金规则。一是全面开放新商家“0元入驻”，新商家无需缴纳保证金，先入驻平台进行有限制的试运营；当商家的支付订单量大于200或订单总额超过1万元的情况下，可通过货款逐步充值保证金至平台标准即可。二是大幅降低商家的基础保证金，以商家上个月支付GMV5万元、10万元为分界线，基础保证金降为500元、2000元、5000元三档；相比调整前，降幅普遍达75%。

农村电商物流跑出加速度 激活乡村振兴新引擎

“盐都草莓口感香甜、果形饱满，下方小黄车下单现摘现发，快递冷链到家。”近日，在江苏省盐城市盐都区一家农产品合作社抖音直播间里，负责人刘程媛在卖力吆喝着，这场直播吸引了100多名网友下单，快递冷链包邮的福利让直播间秒变“云上草莓市集”。

近年来，盐都区大力推进“快递进村”工程，先后建成区级快递物流配送中心1个、电商交易中心12个、镇级共配中心8个、村级寄递物流综合服务站164个，构建起畅通便捷、经济高效、便民利民的农村寄递物流服务体系，为盐都草莓、大闸蟹等特色农产品“触网”销售提供便利。

盐都草莓的热销，只是我国农村电商物流蓬勃发展的一个缩影。近日，中国物流与采购联合会发布了2025年5月份中国电商物流指数。其中，电商物流总业务量指数创年内新高，农村电商物流业务量指数继续回升。

从供给端看，主要指数在5月均呈现稳步上升态势，企业供给时效和周转效率进一步提高。“AI+”科技赋能电商物流服务升级，“无人车+骑手”协同配送模式应用场景日益丰富，电商物流“最后一公里”服务效率明显提升。

近年来，随着促消费政策持续落地和行业发展新动能逐步提升，我国邮政快递业继续保持高速增长，促消费、助生产、畅循环作用进一步凸显。

数据显示，5月份，我国农村电商物流业务量指数为129.6点，比上月回升0.6点。随着电商物流行业的持续向好发展，在广袤的农村大地上，更多的农特产品正搭乘着快递的快车走向全国。

盛夏将至，新疆维吾尔自治区吐鲁番市高昌区火焰山镇、三堡乡等地迎来哈密瓜丰收，众多快递企业纷纷深入田间地头设置收寄点，采用航空运输等方式，从收寄到送到客户手中只需3天时间，预计今

年哈密瓜寄递量将达150万件。

而在四川省资阳市安岳县，农村寄递物流体系的不断完善，同样让农特产品走向了更广阔的市场。安岳县是世界五大柠檬主产区之一，安岳柠檬是推动地方经济社会发展和农民增收致富的支柱产业。安岳县岳阳镇鄢山村村民刘芸介绍，她家从她爷爷那一辈就开始种植柠檬、红薯，但农产品增产的同时也带来了滞销的烦恼。

“我尝试在朋友圈推销自家的柠檬和红薯粉条，再通过附近的快递网点寄出去。后来，快递网点转让，我就索性盘了下来，‘电商+快递’一条龙。”刘芸表示，每年她通过快递渠道，要卖出柠檬20多万斤，红薯粉条15万斤。

快递下沉，农货上行。从盐都草莓到吐鲁番哈密瓜，从安岳柠檬到更多的农特产品，从农村寄递物流体系建设与农村电商发展的双向奔赴，邮政快递业积极融入地方经济社会发展，促进生产和消费作用的发挥，进一步促进了农村产业的兴旺发展，实现了农村群众的增收致富。（乔雪峰）

