

数字新时代,电商新价值。

7月27日,第五届中国新电商大会在吉林省延吉市开幕。大会由中国网络社会组织联合会主办,中国国际电子商务中心等承办,数百位电商行业人士围绕技术创新、融合发展、跨境电商和社会责任等议题展开讨论。

拥抱新技术,营造新体验——

“利用‘数字人顾问’等AI工具,可以实现智能化营销,多语言、无时差接待客户,实现买卖双方高效匹配。”吉林省满天欣科技有限公司董事长魏欣说,在人工智能的帮助下,每月获得2000条以上客户线索不是问题。

京东“数字人”主理24小时不打烊的直播间,系统自动分析和处理业务数据、AI自动生成报价单……技术赋能下,新电商从业者实现降本增效。

新电商之“新”,也体现在更以用户需求为本。“电商经济已经蓬勃发展了很多年,现在需要有新的速度,给消费者新体验。”中铁优选项目执行总经理张亮说,用户对于“快、鲜、好”的需求不断提高,中国铁路也提升生鲜、特产的冷链保障和配送时效。

平台直播、社区电商、社交电商、私域电商……更多电商行业的新业态涌现,新电商参与门槛更低,普通人登上“大舞台”、对接“大市场”。据小红书集团高级副总裁汤维维分享,在小红书,有超过8000万条评论在“求链接”,90%以上的内容都来源于普通用户的真实分享。

赋能千行百业,激发发展新活力——

东北小城珲春深耕对俄贸易出口,圆通国际攻克跨境电商物流痛点,更多企业入驻跨境电商平台……2024年,中国跨境电商进出口2.63万亿元,同比增长10.8%,占外贸进出口总额的比重提升至6%,轻松“买全球”“卖全球”,市场活力涌动。

让线下的“人、货、场”搬到线上,新电商赋能千行百业的发展。“我们打造的国际贸易数字化综合服务平台‘Chinagoods’,已有7.5万余个商铺入驻,平台为它们提供全面的数字化服务。”在主会场旁的产业链展示区,义乌小商品城集团展台负责人郑尧说。

大会开幕式上启动了优质主播赋能行动,优质电商主播将通过直播带货、公益推介等方式,助力乡村振兴等。

新业态驱动新职业。吉林省为高校毕业生提供电商领域专题培训,阿里巴巴国际站与高校共建跨境电商专业,超过945万名年轻人在“闲鱼”拓展职业边界……新电商成为就业、创业的新阵地。

构建规范化生态,促进行业健康发展——

去年以来,中央网信办网络综合治理局指导中国网络社会组织联合会持续推进优质主播培育工程。截至今年6月,已指导认定3批次共计747个优质直播间(主播)。

开幕式上,中国网络社会组织联合会正式公布了优质主播培育工程第四批优质直播间(主播)共417个。“新农人许多”“国风江小鹿”“小妍老师乒乓课堂”……优质主播成为网络直播行业健康发展的见证者、推动者。

虚假宣传、大数据杀熟、内卷式竞争、流量成本高企……新电商快速发展,带来新现象、新挑战。“我们构建起多层、多维、系统性的政策框架,全方位护航新电商发展。”中央网信办网络综合治理局副局长李云峰说。

市场监管总局网络交易监管司副司长王丹丹介绍,今年以来,市场监管总局加快研究制定《网络交易平台规则监督管理办法》《直播电商监督管理办法》等,为新电商发展构建稳定、透明的制度环境。

期待电商行业向“新”奔跑,为中国经济高质量发展注入新动能。(据新华社)

电亮未来!

中国新电商大会涌动发展新活力

《中国新电商发展报告(2025)》重磅发布: 五大亮点勾勒未来数字经济新图景

本报讯 高蕾 黄丽莎 在全球数字经济浪潮汹涌澎湃、持续释放强劲发展动能的大背景下,中国新电商凭借创新驱动的发展模式与开放共享的姿态,深度融入经济发展大局,成为推动经济转型升级、构建“双循环”格局。

7月27日,由中国网络社会组织联合会与中国国际电子商务中心联合编制的《中国新电商发展报告(2025)》(以下简称《报告》)在第五届中国新电商大会上正式发布。《报告》基于国家统计局、海关总署、商务部、国家邮政局及头部电商平台的权威数据,以“新动能、新需求、新规则、新数据、新价值”五大维度,全景展现我国新电商发展态势,为行业高质量发展提供前瞻性指引。

● 技术革新深度赋能,全方位重塑消费体验

新动能

新一代信息技术正以前所未有的态势全链条赋能新电商生态,为行业发展注入源源不断的创新活力。

《报告》指出,AI大模型已深度渗透直播选品、智能客服等关键环节,78%的直播电商积极应用生成式AI优化运营流程,虚拟主播与个性化推荐系统重构了消费决策路径,让消费者购物决策更加高效精准。

VR/AR技术打造出“虚拟试衣间”“家具场景化展示”等极具沉浸感的“感知式消费”场景,推动线上购物体验无限逼近实体交互,使得商品转化率大幅提升40%。

低空经济与即时零售深度融合,无人机配送实现“分钟级履约”,极大缩短了配送时间,区块链溯源技术保障供应链全链路透明,让消费者购物更放心,智能预测系统更是将订单响应周期从30天压缩至7天,提高了供应链的灵活性和响应速度。

● 消费结构深刻变革,多元需求催生新蓝海

新需求

《报告》发现,消费端呈现出三大变革,绿色消费、即时零售和银发经济为新电商发展带来了新的机遇与挑战。

绿色消费加速崛起,成为消费领域的新潮流,电商快件二次包装比例大幅降至不足5%,智能装箱技术有效减少20%包装耗材,中转环节循环包装实现全覆盖,循环经济模式受到年轻群体热捧。

2024年即时零售GMV(商品交易总额)增速达19.5%，“分钟级配送”服务覆盖全品类,增速远超同期全国网上零售额12.3个百分点,满足了消费者对于便捷、快速购物的需求。

银发群体消费潜力爆发,近三年消费金额年复合增长率达20.9%,智能健康监测与适老化服务成为新的增长极,展现出老年群体强劲的消费潜力。

● 政策市场双轮驱动,创造良好发展环境

新规则

《报告》表明,政策与市场正形成强大的双轮驱动力量,共同促进行业规范化发展,为电商企业创造良好的发展环境。

国务院《网络数据安全管理条例》的落地实施,加强了对网络数据的安全管理,ESG指标纳入平台考核体系,倒逼企业加强绿色物流与合规运营,推动行业可持续发展。

“新质供给”战略助力产业带品牌孵化,通过柔性供应链打破中小商家低价困局,灵活适应市场需求,让中小商家无需大量囤货,能小批量、多批次生产,快速响应个性化需求,摆脱“以量取胜”的低价策略,推动其向品牌化、差异化发展,提升中小商家的市场竞争力。

跨境规则持续创新,“丝路电商”伙伴国扩至35个(截至2025年6月),成120个线上线下国家馆,在19个国家建设了65个直采基地,海外仓超2500个,跨境电商综试区达178个覆盖全国90%以上省级行政区,有力促进全球电商合作。

● 数据领跑彰显实力,直播电商成显著增量

新数据

《报告》数据显示,中国电商持续领跑全球,直播电商等新兴产业成为拉动消费与外贸增长的重要力量。

2024年中国网络零售额达15.5万亿元,同比增长7.2%,拉动社会消费品零售总额增长1.7个百分点,连续12年稳居全球最大网络零售市场,彰显了中国电商市场的庞大规模和强大实力。

2025《政府工作报告》提出大力提振消费,实施专项行动推动消费提质升级,促进跨境电商发展,完善跨境寄递物流体系,加强海外仓建设。跨境电商进出口额同比激增10.8%,占外贸总额6%,近5年规模增长超10倍,成为中国外贸增长的新亮点。

直播电商用户规模近6亿,渗透率从2019年的4.9%跃升至2024年的37.8%,成为消费市场最大增量来源,其独特的互动性和即时性吸引了大量消费者。

● 价值深化创造新引擎,驱动内需就业与城乡融合

新价值

新电商正以价值深化为核心,打造内需扩容、就业升级与城乡协调发展的全新引擎,彰显出强劲的增长动能与广泛的社会效益。

作为内需增量引擎,新电商表现亮眼。2025年1—5月,全国网上零售额突破6万亿,同比增长8.5%,增长强劲。直播带货、即时零售等新业态涌现,服务消费在线化明显。新电商借需求发现、体验升级、场景创造三重创新,精准对接需求,为内需增长添动力。

作为就业孵化引擎,新电商构建普惠生态。以短视频平台为例,带动超4000万人就业增收,受益群体广,含农民、手工业者等。就业形态从带货拓展到助播、AI训练师等新职业,依托空间、群体、技能三重普惠,打破地域限制,降低门槛,让多元群体共享电商红利。

作为城乡均衡引擎,新电商成效显著。2024年农村网络零售额达2.56万亿,农产品网络零售额增15.8%。农村电商依托平台,构建全方位即时对接模式,提升农产品标准化、品牌化水平,促进城乡要素流动,推动城乡融合发展。

《中国新电商发展报告(2025)》的发布,全面展现了我国新电商在技术赋能、消费升级、制度创新等方面的发展成果,深入剖析了行业在构建“双循环”格局中的关键作用。《报告》不仅为政策制定者提供了数据支撑和决策参考,也为企业把握趋势、优化布局、提升竞争力提供了有力指导。未来,在数字技术加速迭代和消费需求持续升级的推动下,新电商将不断拓展边界,深度融合,持续为经济高质量发展注入新动能。