

# 全国市场监管系统网络交易监管工作座谈会召开

本报讯 记者郭敏 张华清 近日,全国市场监管系统网络交易监管工作座谈会在安徽合肥召开。会议深入学习贯彻党的二十届四中全会和中央经济工作会议精神,认真落实全国市场监管工作会议部署要求,总结回顾2025年工作和“十四五”以来网络交易监管工作成效,深入分析当前面临形势,部署2026年重点任务。

会议指出,2025年,市场监管部门坚持以人民为中心的发展思想,认真贯彻落

实党中央、国务院决策部署,担当作为、履职尽责,在深化平台经济突出问题整治、健全监管制度规则和标准建设、保护各方主体合法权益、激发网络经营主体活力等方面取得积极成效,平台经济发展环境持续优化,网络市场秩序有效规范,网监队伍能力建设得到进一步加强。

会议强调,做好2026年网络交易监管工作,要坚持发展与安全同步促进,按照“讲政治、强监管、促发展、保安全”工作思路,加强重点领域监管执法,创新

网络交易监管方式,提高穿透式监管能力,健全完善监管制度规则,持续提升常态化监管水平,推动平台经济创新和健康发展。

会上,北京、上海、浙江、安徽、福建、山东、河南、广东、四川、陕西10个省(市)市场监管部门有关负责同志作交流发言。各省、自治区、直辖市和新疆生产建设兵团市场监管部门分管负责同志,总局有关司局和直属单位负责同志参加会议。

## 京东外卖首次推出“三合一”超级月卡

本报讯 楚棠 近日,京东外卖于上线一周年之际,宣布正式推出“外卖超级月卡”。

这是京东外卖首款跨场景生活权益产品,特色是“三合一”,整合外卖自提、即时配送、家政服务权益于一体,包含30张外卖折扣券+1次1对1急送免费体验+京东家政100元券包,可满足用户日常生活核心需求。该月卡日常价86.8元,上新期售价为6.18元,PLUS会员和外卖新用户仅需1.68元,旨在以低门槛实现“一单回本”的高频实用价值。

据介绍,京东外卖超级月卡包含三大核心权益。

权益一:30张外卖折扣券,可享折上折。可叠加百亿补贴等活动,最高享6折。覆盖超100万家餐饮门店,外卖自提均可用,系统将自动匹配最划算的折扣。

权益二:免费享受1次1对1急送,专人专送平均快5~25分钟。1对1急送服务采用专人专送,平均配送时效提速5~25分钟,并承诺超时赔付。超级月卡用户可免费享受1次服务,最高可抵扣5元。

权益三:京东家政100元券包,5张满减券覆盖全场景,最高可省100元。

售价方面,超级月卡上新期定价6.18元,PLUS会员及外卖新用户可以1.68元的低价购买。京东外卖相关负责人表示,超级月卡的价格远低于单项服务的市场售价,用户使用一两次外卖折扣或急送服务即可“回本”,后续权益均为增值部分。

## 淘宝闪购即时零售交易份额达45.2%

本报讯 梁傲男 近日,第三方研究机构易观分析发布即时零售市场报告显示,2025年第四季度淘宝闪购即时零售市场份额为45.2%,美团为45.0%,两者份额差距仅0.2个百分点,即时零售市场呈现多平台竞争态势;京东即时零售市场份额为8.4%,位列第三。

报告显示,2025年中国综合消费平台即时零售市场规模达到29852亿元,同比增长21.4%;其中2025年第四季度市场规模为8118亿元,同比增长15.6%,行业整体保持较快增长。报告分析认为,2025年第四季度,尽管进入秋冬季后饮料等外卖需求有所回落,但随着“双11”购物季的到来,促销热潮从传统电商延伸至即时交易场景,整体市场规模维持在较高水平。

平台方面,2025年12月,饿了么App正式更名为淘宝闪购,标志着阿里巴巴集团在即时交易领域的生态整合基本完成,通过统一品牌和平台能力,即时零售与传统电商之间的协同有望进一步增强。

与此同时,美团也在持续推进即时零售品类扩展。2025年10月,美团与李宁达成合作,李宁在全国近百个城市的近千家门店入驻美团闪购。此前,滔搏、胜道、蕉下、安踏、361°、中乔体育等品牌也已陆续接入平台,美团正加快在运动服饰等品类的即时零售布局。

业内人士认为,随着平台持续提升供给效率和履约能力,即时零售市场活跃度有望进一步提升,成为带动消费增长的重要新场景。

## 《2025 直播电商行业发展白皮书》发布 ——直播电商走向规范多元

近年来,直播电商在经历过爆发式增长后,已进入新的发展阶段。前不久,市场监管总局发展研究中心与中国社会科学院财经战略研究院课题组联合发布了《2025直播电商行业发展白皮书》(以下简称白皮书),梳理当前直播电商行业的发展现状、挑战、治理成效等,并对行业未来发展提出建议。

直播电商如何激发消费活力,未来怎样更好地规范治理?

### 拉动网络零售增长

白皮书提到,直播电商是近年来我国数字经济领域增长最快、创新最活跃的商业模式之一。

数据显示,2025年直播电商GMV(商品交易总额)超5万亿元,占网络零售额近三分之一,行业用户规模预计达6.6亿。近十年,相关企业注册量整体呈显著增长态势,国内现存直播相关企业超250万家。直播电商在促进消费、扩大就业、推动实体经济发展等方面发挥着重要作用。

直播电商已成为拉动网络零售增长的核心动力。测算数据显示,2025年直播电商用户人均年消费额约为7968元,同比增长6%。白皮书指出,直播电商对消费行为和消费模式形成了重塑——从传统“需求—搜索—购买”的消费逻辑,逐渐转向“兴趣激发—场景体验—即时转化”的新型消费链路。

直播电商缘何能赢得消费者青睐?中国社会科学院财经战略研究院研究员李勇坚认为,直播电商更好地满足了当下消费者的需求。

“随着居民收入提高,必需品的消费在消费大盘中占比越来越低,而兴趣型、发展型消费等占比越来越高,个性化消费正在兴起。直播电商模式更契合这样的消费需求。”李勇坚指出,直播电商通过实时视频直播展示商品,比传统的图文描述更具吸引力和说服力;同时,主播与观众之间的实时互动,可进一步增强消费者的购买信心和体验感;主播的个性化推荐和情感交流,也能更轻易地引起消费者的情感共鸣,增强其对产品的认同感。

### 主播职业化进程加速

白皮书指出,当前,直播电商行业

已步入以“规范与多元协同”为特征的新阶段。

主播职业化进程加速,是行业发展趋势的特征之一。

近年来,政府部门与直播平台协同推进职业认证体系建设,“网络主播”被正式增设为国家新职业。根据发布的《中国网络视听发展研究报告(2025)》,截至2024年年底,职业主播(含机构账号与个人账号中开播的职业主播)规模达到3880万。

白皮书还指出,直播电商的发展不仅催生了海量主播岗位,更带动了助播、运营、场控、选品等上下游配套职业的兴起,为不同专业背景、不同技能水平的人群开辟了广阔的就业路径,推动行业形成完整的职业生态。

李勇坚认为,随着直播电商的发展,对主播这一职业的要求与规范将越来越严格。

国务院发展研究中心市场经济研究所副所长刘涛认为,直播电商作为数字经济的重要创新业态,需从流量依赖转向内容质量与专业能力提升,头部主播应发挥示范引领作用,中小达人凭借专业化能力形成多层次供给,共同构建健康的行业生态。

### 协同治理取得成效

白皮书还提到了直播电商发展面临的诸多挑战。比如新兴模式对内容创新提出更高要求,复杂供应链放大了品控与管理的挑战,复合型主播稀缺制约了行业专业升级等。

为规范行业秩序,近年来政府部门、平台企业等多方持续推进协同治理,并取得一定成效。数据显示,全国市场监管部门受理的直播带货投诉举报数量增幅从2023年的52.5%收窄至2024年的19.3%。调研显示超九成消费者认可直播电商环境改善。

“直播电商行业治理体系正逐渐完善,逐步向‘政府监管+平台治理+行业自律+舆论监督’的多元共治体系迈进。”市场监管总局发展研究中心宏观和法制研究部处长王春艳介绍,近年来政府监管主要聚焦几个方面。“首先是着力构建穿透式监管体系,针对直播电商主体多、链条长的特点,在健全主体库、推行商品赋码核验试点、建立监测信息系统等方面下了很大功夫,目标是实现精准监

管。二是压实平台责任,围绕《直播电商监督管理办法》的施行,督促平台严格履行资质核验、信息公示、消费者权益保护等法定义务,并推动制定相关国家标准。三是加大执法力度,持续打击虚假宣传、假冒伪劣等违法行为。四是开展常态化专项治理,针对突出问题会同相关部门联合整治,对平台和商家履行义务的情况进行摸排核查。”

王春艳表示,治理是一个长期过程,目前直播电商行业仍存在一些痛点需要解决。从平台层面看,部分平台在资质核验、动态管控等方面还存在不足,需要进一步优化合规管理体系。在商家层面,一些商家存在虚假宣传、销售假冒伪劣商品等问题。在主播层面,责任界定、内容审核等也需要进一步明确规则。“在协同治理方面,还需要继续压实各方责任,同时针对新技术、新业态完善监管规则,提升监管的精准性和有效性。”

### AI应用带来新课题

与数智技术特别是AI(人工智能)的深度融合,是未来直播电商的发展趋势。在智能推荐与个性化营销、优化直播内容生产与传播、提升消费体验感,以及行业合规管理与风控等方面,AI大有可为。

例如白皮书提到,AI主播与虚拟人可以实现24小时直播,降低人力成本。利用AI实时生成直播脚本和弹幕互动话术、自动剪辑直播高光片段等,能提升内容传播效率。AI智能客服能提升客服效率,自动回复商品参数、售后政策等问题,降低人工客服压力。AI视觉识别直播画面中的商品,自动比对资质文件,可以拦截“三无”产品等。

李勇坚认为,AI技术的不断发展和落地应用是大趋势,对传统直播电商的直播模式、流量分发、成本结构等方面都会带来巨大影响。但目前很多技术仍有待完善。

王春艳强调,AI技术与直播电商的深度融合,带来了新的监管课题,比如要防范AI仿冒公众人物进行虚假宣传等问题。应督促平台建立健全针对AI主播等内容的审核机制。对利用AI技术进行违法违规的行为从严处罚;同时加强人员管理,包括对AI主播运营机构的管理等,确保新技术应用在合规的轨道上,不能让AI成为直播电商行业的监管盲区。(李贞)