

直播电商广告不能“任性” 市场监管总局明确整治 三类广告违法行为

本报讯 崔涛 近日,市场监管总局召开“以市场化法治化国际化营商环境助力民营经济高质量发展”专题新闻发布会。上游新闻记者在发布会现场了解到,市场监管总局将在创新民营经济监管方式上再发力,加大重点领域整治力度,集中整治直播电商中的广告、引证广告、AI生成广告等领域广告违法行为。

市场监管总局信用监管司副司长张道阳介绍,当前和今后一个时期,总局将以更高水平法治保障筑牢民营经济发展根基,以更高层次制度创新破除隐性壁垒,以更优营商环境激活内生动力,坚定护航民营经济高质量发展。

首先,在加快推进全国统一大市场建设上再发力。一是坚决破除壁垒。加快修改《公平竞争审查条例实施办法》,开展破除妨碍统一市场和公平竞争卡点堵点、反垄断执法护企、经营者集中反垄断监管效能提升三项专项行动,纵深推进全国统一大市场建设。完善经营者集中委托审查制度,支持民营企业依法投资并购。二是加强政策宣传和合规指导。开展“送法上门”反垄断合规讲堂等活动,强化海外反垄断合规指导。三是深入整治“内卷式”竞争。开展“治理低价无序竞争 维护良好市场价格秩序”行动和清理规范涉企收费政策措施专项行动,促进公开公平合法的市场价格竞争。

其次,在创新民营经济监管方式上再发力。一是深化信用监管工具运用。探索非现场、无接触

式、“扫码入企”等监管模式,推动双随机监管与“综合查一次”实现有效衔接,推进经营主体信用标识应用体系建设,打造涉企监管、服务统一入口,最大限度减少入企次数。二是提高行政执法公正文明水平。开展市场监管执法队伍“清风铁纪”教育整顿专项行动,升级建设全国市场监管行政执法平台。三是加大重点领域整治力度。集中整治直播电商中的广告、引证广告、AI生成广告等领域广告违法行为。开展抽检“蓝军”扩容提质增效行动,提高食品抽检领域精准发现风险能力。

第三,在增强服务民营经济发展的能力上再发力。一是深化个体工商户分型分类精准帮扶。编制“十五五”促进个体工商户发展规划,持续深化个体工商户分型分类精准帮扶,推动平台企业赋能个体工商户发展,为数字化转型升级提供便利。二是打造“信用+服务”品牌。建立完善守信激励制度机制,开展集贸市场诚信计量分级分类评价试点,引导经营主体加强信用合规。三是强化质量基础设施支撑。深入开展质量融资增信,常态化推进质量技术帮扶,深化国地联动帮扶模式,推动产业创新,助力民营企业走上以质取胜发展道路。四是发挥好个体劳动者私营企业协会作为党和政府密切联系个体劳动者私营企业的重要桥梁纽带作用。联合平台企业深化“中小商户数字化帮扶”品牌活动,以“问情服务”认真倾听、解决民营经济主体困难诉求,提振发展信心。

4月份电商物流指数环比回升0.3点

本报讯 近日,中国物流与采购联合会和京东集团联合发布的数据显示,2026年4月份,中国电商物流指数为110.6点,环比回升0.3点。

分项指数中,电商物流总业务量指数小幅回落。4月份,电商物流总业务量指数为127.9点,比3月份回落0.9点。分地区来看,全国各地总业务量指数均出现不同程度回落,其中西部地区回落幅度最大,环比回落2.5点;东北地区回落1.7点,中部地区回落0.8点,东部地区回落0.7点。整体业务量虽较3月份略有下降,但仍处于较高景气区间。

4月份,农村电商物流业务量指数为126.2点,比3月份回落1.1点。分地区来看,西部地区回落1.4点,中部地区回落1.1点,东北地区回落0.3点,东部地区回落0.5点。农村电商物流需求在经历3月份快速恢复后进入平稳调整期。

中国物流信息中心副总经济师胡焱表示,4月份电商物流指数总体呈现稳中微升态势。总业务量指数和农村业务量指数虽有小幅回落,但属于“五一”节前正常波动,整体仍保持较高增长。

“从4月份电商消费市场来看,换季服饰、户外运动装备等品类需求稳定增长。各地时令农产品继续通过直播+产地直发模式热销。旅游踏青相

关商品,如旅行箱包、防晒用品、便携数码设备、户外炊具等搜索和成交保持活跃。消费品以旧换新政策持续发力,智能家电等升级类商品在县域市场表现亮眼。”胡焱称。

供给端多项指标环比回升。4月份,快递企业经营保持稳定,供给端多项指标持续改善。物流时效指数回升0.8点至101.0点,履约率指数回升0.8点至100.9点,满意率指数回升0.9点至105.3点,人员指数回升0.7点至105.5点,实载率指数回升0.8点至110.1点,反映企业配送效率、服务质量和人员保障水平进一步提升。库存周转率指数回落0.5点至101.3点,主要由于商家对市场预期乐观,叠加“五一”假期提前备货,入库库存有所增加,周转率有所放缓。

胡焱表示,供给端多项指标持续改善,表明行业运营效率和服务体验稳步向好。电商物流行业在保障日常寄递需求的同时,积极推进服务优化与设施升级。针对时令蔬菜运输配送,多家快递企业优化包装和运输方案,开通专线通道,确保产品新鲜送达。全国电商物流网络保持高效运转,为“五一”假期寄递高峰做足运力储备。

淘宝闪购首届“城市骑士节” 启动“橙意计划2.0”

本报讯 近日,外卖骑士迎来了属于自己的节日。在淘宝闪购推动骑士职业升级、推出城市骑士“橙意计划”以来,首届“城市骑士节”正式举办。当天,淘宝闪购宣布启动“橙意计划2.0”,进一步加大投入,全面升级骑士职业保障与成长发展体系,并对年度优秀城市骑士进行了隆重表彰。

“城市骑士,不只是一份简单的‘外卖跑腿’工作,而是一份值得被看见、受认可、有发展的新职业。不仅需要当下的保障,更需要未来的希望。”淘宝闪购CEO雷雁群在活动现场表示。

数据显示,今年1月至3月,阿里巴巴即时零售收入同比增长57%,淘宝闪购订单规模和市场份额显著提升,整体订单规模达到去年同期的2.7倍,其中非餐零售部分增长至去年的3倍。在即时物流领域,淘宝闪购年度活跃骑士已超过1000万,新增就业机会超百万个。

为致敬所有城市骑士、推动行业进一步发展,“橙意计划”由阿里巴巴和蚂蚁集团及旗下20多个品牌联合推出,围绕骑士保障、激励与发展,持续推出系列举措,包括全面加强骑士保障、加码激励爱心善举、加大困难骑士帮扶力度,以及支持骑士及子女教育发展等。过去一年间,“橙意计划”

推出行业首个职业制服,为超过百万骑士免费焕新;首次实现养老、医疗社保覆盖全国直营城市,面向全部骑士提供社保补贴;设立17个城市骑士日,累计关怀超400万人次;同时激励近200位善行骑士,单笔最高奖励超过12万元;帮扶200多个大病骑士家庭,并支持近300名骑士“求学圆梦”免费上大学。

随着本届骑士节宣布“橙意计划”全面升级,淘宝闪购还联合阿里集团、蚂蚁集团旗下业务品牌、爱心商家、公益机构及社会力量,共同成立“橙益联盟”,进一步加码骑士权益,共建温暖、可持续的生态体系。

据介绍,升级后的“橙意计划2.0”将在“衣食住行用”等多个维度持续完善骑士保障,并推出针对残障骑士、女骑士的专项支持措施,包括派单优化、订单自主选择等功能。在保障公平友好就业环境的同时,女骑士还将获得拒绝重单、夜单无责取消、女性重疾险、防骚扰机制等多项专属权益。

此外,淘宝闪购表示,将持续优化运力基础设施建设,推动物流服务稳步提升;同时深耕技术底座,发展领先AI智能能力,以科技更好守护城市烟火气,并长期坚持生态服务保障投入。

今年“城市骑士节”已在全国多地同步举办。

京东零售今年一季度 经营利润创历史新高

本报讯 近日,京东集团正式披露2026年一季度业绩。2026年一季度,京东集团收入3157亿元,同比增长4.9%。

品类端表现稳健,带品品类持续保持市场优势地位,日用百货品类营收维持同比双位数增长;服务收入同比增长20.6%,其中平台及广告服务收入增速进一步提升,实现加速增长。盈利层面,一季度,京东集团非美国通用会计准则下(Non-GAAP)归母净利润74亿元;京东零售经营利润率提升至5.6%,经营利润创历史新高。

截至一季度,京东年度活跃用户数超7.4亿,季度活跃用户数实现连续10个季度的同比双位数增长。

对于外卖业务,财报电话会中,京东的高管表示,京东外卖业务已经证明了其战略价值,在第一季度为广告收入贡献了3%的增量,“通过有效延伸用户触点,即时零售正在创造高频次的变现机会,有力补充了我们的核心零售业务。”

京东高管透露,随着经营改善以及广告系统的完善,一季度外卖所产生的佣金和广

告收入环比增长接近两倍,“同时面对行业的补贴竞争,我们也始终保持理性,根据不同的用户群体、不同的地域,不断提升精细化运营和营销的效率,并且通过供应链模式创新推进外卖的发展。同时外卖这个业务最终一定会实现盈利的。”

京东高管也提到,京东外卖不是独立的业务,“外卖持续带动京东整体的流量和用户的健康增长,Q1京东DAU和季度购买用户数同比增长均超过20%,年活用户规模达到历史的新高,这也促进了我们整体广告收入的增长。看活跃度,外卖业务更好地满足了京东现有的高质量的用户的需求,带动了京东整体购品同比增长37%。在交叉上面,那外卖用户的跨品类购买行为在加强,尤其是在商超等日用品类以及京东秒送业务上。”

财报显示,2026年第一季度,京东的一般及行政费用占净收入的比例为1.1%,而2025年第一季度为0.8%,主要原因是今年4月中国国家市场监管局对京东处以约6亿元人民币的罚款。

