

# 市场监管总局提出外卖补贴新规

本报讯 沈钊 近日,市场监管总局发布《外卖平台补贴行为规范十条(征求意见稿)》,面向社会公开征求意见。意见反馈截止日期为2026年7月17日。美团、京东外卖、淘宝闪购三家平台火速表态,均表示坚决拥护。

近段时间以来,外卖平台“拼补贴、拼价格、控流量”问题突出,损害平台内经营者、外卖骑手、消费者利益,挤压实体经济,加剧行业“内卷式”竞争。国务院反垄断反不正当竞争委员会办公室开展外卖行业市场竞争状况调查、评估发现,我国外卖平台存在利用资本优势抢占市场、裹挟平台内经营者参加补贴,导致行业非理性竞争等问题,亟需规范外卖平台补贴行为,引导外卖平台依法合规经营,开展良性竞争。

据了解,此次起草《规范十条》,主要依据反垄断法、反不正当竞争法、价格法、电子商务法、食品安全法等多部上位法,并在广泛调研、听取多方意见的基础上反复论证,最终形成了这份征求意见稿。

从内容上看,《规范十条》主要围绕四个层面作出安排。首先是定下总基调,明确要求外卖平台不得通过长期、大额的补贴手段来排挤竞争对手、限制市场竞争,更不能扰乱整个行业的正常秩序。

其次是划出红线,在具体操作层面,平台不得强制商家参与补贴活动,也不能把补贴成本转嫁给商家;同时,不能利用资本优势搞垄断或变相垄断,更不能以低于成本的价格甩卖商品,搞恶性价格战。

第三是强化透明监督,要求平台在开展补贴活动前和活动结束后,都要向社会公开相关信息,接受社会监督,让补贴不再是“暗箱操作”。

最后是明确法律后果,提醒平台,补贴行为一旦触碰法律红线,将依法承担相应责任。

征求意见稿发布当日,主要外卖平台迅速作出回应。美团发文表示坚决拥护,将认真学习、积极配合,推动各项规范要求落地见效。美团指出,外卖行业长周期大规模补贴等非

理性竞争扰乱了正常的市场秩序,新规将明确补贴行为的合规边界,有力遏制“内卷式”竞争。美团表示将对照《规范十条》各项要求,推动外卖行业走向拼品质、拼服务的良性竞争,促进多方共赢。

淘宝闪购则表示,健康的行业生态离不开规则的守护,将与行业各方一道,共同维护公平有序的市场竞争环境。

京东外卖表示坚决拥护规范,高度赞同反内卷,维护市场公平竞争秩序,保障消费者、经营者与骑手合法权益。京东外卖称,将不断规范补贴行为,持续推进行业反内卷,拒绝恶性低价竞争,并通过供应链模式创新和“AI+后厨直播”、堂食判官系统等技术创新,推动品质外卖高质量发展。

下一步,国家市场监督管理总局将根据各方面意见,对《征求意见稿》进一步修改完善并抓紧制定出台,规范外卖平台补贴行为,促进形成优质优价、良性竞争的市场秩序,推动行业创新健康发展。

## 跨境电商进出口超6000亿元 外贸“新引擎”动力强劲

□ 冯丽

2026年是“十五五”开局之年。内需市场潜力持续释放,消费新场景不断涌现,文旅融合、冰雪经济、国潮消费等热点频现,展现出超大规模市场的韧性与活力。为深入解读开局新气象,央广网推出《数读中国开局新活力》系列报道,以数据为支撑,聚焦各地消费场景、产业升级与民生改善的生动实践,呈现中国经济稳中求进、活力迸发的时代图景。

今年以来,我国跨境电商延续强劲增长势头,成为稳外贸、促消费的重要力量。海关总署数据显示,一季度我国跨境电商进出口达6184.6亿元,其中出口4735.5亿元,进口1449.1亿元。上海浦东机场口岸表现尤为突出:前5个月跨境电商申报量达3.45亿票、364.15亿元,同比分别增长44.8%、10.6%;5月单月申报量达8137万票、85.92亿元,同比分别增长68.4%、37.4%,双双创下历史新高。跨境电商这一外贸“新引擎”正加速奔腾,为全球贸易注入中国动能。

“618”大促叠加AI消费升级,跨境通道跑出加速度。“618”电商大促期间,上海浦东国际机场跨境电商海关监管仓库内一片繁忙。扫码枪声、分拣线播报声此起彼伏,包裹被有序分装上车,第一时间运往消费者手中。上海东航快递关负责人林含介绍,通过“提前申报、运抵验放”“清单核放、汇总纳税”及7×24小时预约通关等机制,大促商品实现高效通关。

数据显示,仅5月单月,上海浦东机场口岸跨境电商申报量即达8137万票、85.92亿元,同比分别增长68.4%、37.4%。与此同时,虹桥商务区保税物流中心“618”大促期间日均发货量超5万单,同比增长13.6%。浦东机场与虹桥B保“双枢纽”协同发力,为国内消费者购买“全球好物”提供了高效通道。

从商品结构看,出口方面,塑料制品、服饰鞋包、家居用品等传统优势产品持续热销,机械键盘、天文望远镜、假发等客单价较高的商品占比稳步提升。进口方面,个护彩妆、时尚服饰、轻奢商品继续领跑,游戏机、户外露营装备、运动器械等休闲娱乐产品进口量逐步攀升,折射出国内消费升级的明显趋势。

政策支撑加码,新业态活力满满。“十五五”规划纲要明确提出“支持跨境电商等新业态新模式发展”,部署推进通关、税务、外汇等监管创新。今年《政府工作报告》进一步要求“推动跨境电商加海外仓模式扩容升级、规范有序发展”,为行业从规模扩张转向质量提升指明了方向。

在上海虹桥商务区保税物流中心,海关以京东国际等平台为试点,将区块链技术引入跨境电商监管,构建“企业订单链+物流供应链+海关监管链+航贸区块链”多链协同框架,将企业采购、仓储、物流、支付等11类数据接入区块链平台。海关管理方式从“管货”向“管数”升级,试点企业物流配送效率提升16.1%，“无感通关”让消费者体验大幅改善。

出口环节的制度创新同样成效明显。此前,《中华人民共和国海关进出口税则》对机器人的分类较为宏观,企业面临归类难、通关慢等痛点。海关总署税收征管局(上海)经调研推动为清洁机器人、智能仿生机器人增列专属税号,今年1月1日起正式实施。今年前5个月,上海口岸机器人出口达83.6亿元,占全国超四成,居全国首位。其中,清洁机器人出口61.1亿元,工业机器人出口21.3亿元,同比增长39.5%,成功打入德国、日本等传统工业机器人市场。税收创新为企业出海打通了高效通道。

繁忙运转的跨境通道、数字化赋能的监管变革、高附加值产品的加速出海……“十五五”开局之年,跨境电商正以高质量发展态势,书写着“买全球、卖全球”的中国故事。

## 《中国直播电商发展报告》发布 解析国际消费中心城市上海样本

□ 李乔宇

近日,新华社中国经济信息社联合美腕(上海)网络科技有限公司(以下简称“美腕”)发布《中国直播电商发展报告(2026)》(以下简称《报告》)。《报告》以“行业全景—企业画像—价值创造—上海样本—未来展望”为主线,深度聚焦上海“五五购物节”消费场景,系统梳理了直播电商从“流量争夺”迈向“价值深耕”的转型路径。通过剖析美腕、小红书、哔哩哔哩等本土头部企业的创新实践,完整呈现了直播电商赋能城市促消费、助力国际消费中心城市建设的“上海解法”,为全国直播电商高质量发展提供了可复制、可推广的标杆样本。

### 万亿规模势能叠加 节庆经济成直播电商增长新变量

当前,我国直播电商行业加速迭代,正式迈入精细化运营新阶段。《报告》显示:2025年中国直播电商交易规模成功突破6万亿元大关,同比增长20%。行业从粗放式流量竞争转向高质量、精细化发展,已成为驱动线上零售的关键增长引擎。

作为全国直播电商核心发展高地,上海产业优势突出。政策、平台、节庆三重赋能叠加,成为上海直播电商提质增效、拉动消费升级的核心优势。《报告》显示,2026年第七届上海“五五购物节”联动“五一”假期消费热潮,全面激活城市消费市场。据消费市场大数据实验室(上海)监测,4月30日至5月4日,上海线上线下消费总额超643亿元,同比增长7.7%,其中线上消费273.5亿元,同比增长7.4%。数据印证,“购物节+直播”模式已成为激活消费潜力的高效转化范式。

在这一模式下,上海持续深耕消费品牌建设,释放全域消费活力。今年5月,李佳琦直播间开启“超级618”大促,国货品牌珀莱雅“蕴白系列”经前内容种草蓄水,上线首日2万件套组迅速售罄,上演“上新即断货”的现象级案例,验证了“长周期种草+直播引爆”新品打法的可复制性。

在2026上海数字生活周暨“五五购物节”系列活动中,美腕积极参与、精准赋能。美腕合伙人、副总经理蔚英辉表示,李佳琦直播间深度绑定购物节IP,推出“沪台好物·品质有约”专场直播,集中推介上海本土品

牌与在沪台企优品。同时,团队深入西岸新品节市集实地选品,打通线上直播与线下展销链路,以场景融合创新持续激活城市消费活力。

### 深耕内容生态 打造直播电商上海标杆样本

凭借全域融合布局与内容生态创新,上海连续三年直播零售额位列全国第一。2025年前三季度,全市直播网络零售额达3690亿元,同比增长23.6%。直播电商已成为上海重塑商业生态和建设国际消费中心城市的关键支撑。

《报告》深度剖析了美腕、小红书、哔哩哔哩三大上海本土头部企业,展现直播电商与城市发展的同频共振路径。三家企业立足自身基因,探索出可复制、可推广的“直播+城市消费”全域联动模式。其中,美腕是国内率先布局内容驱动模式的直播电商企业,搭建起涵盖主播IP、自制综艺、奈娃家族文创IP的立体化内容矩阵,以优质内容筑牢消费信任根基。小红书依托高粘性社区生态拓展电商与本地生活场景;哔哩哔哩深耕青年兴趣圈层,实现文化认同向消费动能的高效转化。

蔚英辉表示,上海正全力打造互联网优质内容“梦工厂”。美腕持续扎根上海,在内容创新、业态融合、首发经济、丝路电商、国货出海等领域深耕发力,未来企业将持续与城市发展同频共振。这一判断与《报告》核心结论高度契合。业内专家表示,本次《报告》的发布清晰展现了数字经济发展趋势,印证了上海直播电商的全国领跑实力。以内容信任为基石、技术创新为驱动、全域融合为路径的直播电商模式,将持续为城市经济高质量发展注入澎湃动能。

