

多个城市出台新政 规范网络直播行为

互联网技术快速发展之下,网络直播行业已成为中国数字经济的重要组成部分。据中国演出行业协会发布的《中国网络表演(直播与短视频)行业发展报告(2023-2024)》数据显示,2023年中国网络表演(直播)行业市场营收规模达2095亿元人民币,较2022年增长5.15%。

一方面,网络直播行业在快速扩张中逐渐暴露出主体责任缺失、内容生态不良、主播良莠不齐等各类问题,不利于行业本身持续健康发展;另一方面,其已广泛融入广大居民的日常生活,且与电商等行业深度交融,展现出更为多元的发展形态,对于监管提出了更高要求。

为此,自2016年以来,中央发布一系列指导意见,从《关于加强网络表演管理工作的通知》出台,到《“十四五”规划和2035年远景目标纲要》中提到的文化产业数字化战略,对网络直播行业的规范管理逐步加强。政策内容主要涉及网络直播内容规范、加强文化建设和未成年人保护等方面,既肯定了网络直播行业对经济发展的促进作用,也展现出打击网络直播行业乱象的坚定态度。

日前,多个城市相继出台规范网络直播新政,覆盖电商直播、内容管理、消费者权益保护等多方面,力求通过政策引导直播行业规范化、健康化运营。

规范直播带货与营销行为

浙江、上海、海南等地网络直播行业发展较早,规模较大,一直在规范网络直播行为的前列,与时俱进制定相应管理法规,推动直播行业有效运营和健康发展。

浙江省市场监督管理局9月发布了《浙江省网络直播营销行为规范指引》。该指引不仅明确要求从事网络直播营销活动不得实施不良导向行为、欺瞒诱导消费者行为及其他违法违规营销行为,还对具体的规范内容进行了详细阐述。例如,不得隐匿“谁在带货”“带谁的货”等应当披露的信息,经营者应在直播经营场所的显著位置标明其真实名称和标记。

此外,浙江省针对AI数字人直播

出台的新规更是具有前瞻性。明确使用应用深度合成服务的AI数字人可能导致公众混淆或者误认的,应当在合理位置、区域进行持续、显著标识,与自然人名义或者形象进行明显区分,不得采用技术手段删除、篡改、隐匿区分AI数字人标识。

浙江省下辖的宁波市关注到了直播平台、直播服务机构、直播人员各自的权责边界问题。该市发布了《宁波市促进网络直播行业健康发展实施办法(试行)》,明确要求参与直播的各方需共同为网民营造积极健康、内容丰富、正能量充沛的网络直播空间。

出台政策支持电商业态

河南、广东、北京、福建、安徽等地区将重点放在电商直播领域,出台政策支持打造直播电商基地,支持当地直播电商企业发展。河南省主要推动直播电商与当地特色产业结合,围绕河南省特色产品打造直播电商集聚区;广东省鼓励直播电商平台与制造业深度融合,对特色直播电商产业基地,采用直播方式销售自有品牌产品的企业给予资金支持,对直播电商产业人才给予资金奖励;安徽省则更加注重网络直播等新兴行业促进就业的作用,支持地方电商产业园、直播电商基地的建设发展。

北京则在进一步推动直播带货治理方面发力。今年8月份,北京市市场监督管理局发布并实施《北京市直播带货合规指引》,对直播带货平台经营者、直播带货直播间运营者、直播带货人员和直播带货服务机构逐一提出了具体要求。将治理重心从事中监管、事后处罚向事前预防转变,帮助各参与方有效防范化

解合规风险,充分保障消费者合法权益。

聚焦电商直播产业发展

江苏、四川、湖南、山东等地出台了电商直播产业发展规划,制定了电商直播相关产品产业发展目标,为电商直播行业的发展提供了方向,为规范网络直播行为提供了政策支持。

如江苏省扬州市印发的《扬州市网络直播营销活动合规指引》,明确了网络直播营销活动的具体形式以及相关主体责任,从直播营销的主体、客体、行为三个方面提出合规要求。一方面强调平台管理责任,要求直播营销平台依法制定并公开管理规则,加强生态管理;另一方面列明直播商品负面清单,明确禁止网络直播销售的商品或服务范围,对一些特殊商品提出谨慎营销的指导原则。同时,注重保护“一老一小”权益,要求直播平台及经营者建立健全未成年人保护机制,禁止对涉老产品或服务进行不恰当的宣传和广告发布。

可以发现,多个城市的政策均强调保护消费者的合法权益,要求直播平台建立健全消费者权益保护机制,明确消费争议解决机制。专家表示,网络直播行业的健康发展需要政策的引导和规范。中国多个城市出台的新政,不仅为网络直播行业的发展提供了政策支持,也为规范网络直播行为、维护网络秩序提供了有力保障。

这些规范政策明确了网络直播行业各方主体的责任和义务,有助于减少行业内的乱象如虚假宣传、数据造假、诱导消费等,提升行业的整体信誉度和竞争力。另一方面,也能够更好地保护广大消费者的合法权益,增强消费者对网络直播的信任度。

电商消费平稳增长 前三季度网上零售额达10.9万亿元

本报讯 据商务部电子商务司负责人28日介绍,前三季度全国网上零售额10.9万亿元,增长8.6%。其中实物商品网上零售额9.1万亿元,增长7.9%。

数字消费提升行动落地显效,网络服务消费增速较快,以旧换新成为新增长点。据商务大数据监测,AI学习机、手机等数字产品增长127.9%和15.4%,在线旅游和在线餐饮等拉动网络服务消费增长19.2%,9月抽油烟机、组装电脑、空

调等家电增长157.6%、91.8%和17.9%。

产业电商潜力正在释放。“数商兴农”推动优质特色农产品网络销售,活跃线上线下城乡消费,“数商兴产”培育垂直产业电商平台,推动工业领域数字化升级。据商务大数据监测,前三季度农村网零售增长8.3%,农产品网零售增长18.3%,其中“数商兴农庆丰收”期间农产品网零售快速增长。产业电商交易额增长1.6%,其中超六成百亿级以上平台增长。

电商加速人工智能应用。电商领域数据资源多、应用场景广,成为人工智能技术应用最活跃、最广泛的领域之一。主要平台积极自研大模型,应用领域由提升消费体验、供给侧降本增效向检测商品品质拓展。虚拟试衣、智能搜索等提升消费体验,AI营销系统、数字人多语言直播等提升商家运营效率,AI质量查验鉴别有助于探索“先鉴别、后发货”品质电商新模式。

丝路电商打造国际合作新范本。“丝路电商”合作先行区取得跨境数据流动等10项制度型开放新成果,实现电子发票跨境支付等4个“首创”。海关总署初步测算,前三季度跨境电商进出口增长11.5%,贸易新动能加速释放。第三届数贸会首设“数贸非洲日”,升级“丝路电商日”。商务大数据监测,主要平台泰国椰子、意大利橄榄油增长514.7%和20.6%。(商务部)

消费提示

网购促销花样多,京津冀消协组织提示:

警惕诱导式营销和剧本式营销

2024年“双11”网购促销活动已拉开帷幕,为维护消费者合法权益,引导消费者合理消费,近日,北京市消费者协会、天津市消费者协会、河北省消费者协会、天津市消费者协会、河北省消费者协会联合发布“双11”消费提示。

一是选正规信誉好的平台,避免私下交易。建议消费者在网购时,首选资质齐全、信誉良好的诚信正规电商平台。下单前了解清楚平台推荐商品的来源、功能、质量、价格、售后等情况,不被明显低价所误导,不轻信库存紧张等诱导式营销和剧本式营销。通过平台提供的正规支付渠

道付款,切勿转账至个人账户。

二是要弄清楚优惠规则。“双11”购物节期间,各类商品营销方式层出不穷,如折扣、满减、赠品等,消费者购物时要了解各类商品优惠券、红包、预付定金等使用条件、方法,规避消费陷阱和风险。同时,要注意辨别商家营销套路,关注价格动态,货比三家,当心虚假打折优惠。

三是保护个人信息,扫码返利需谨慎。以返利引导消费者快速作出好评,难以保证评价客观、真实,后续消费者无法获得真实、准确的商品信息,这扰乱了平台评价机制,

涉嫌虚假宣传,构成不正当竞争,最终影响消费者的购物体验。同时,近年来,各类扫码获利所引发的投诉不断增加,众多活动在扫码后需要填写真实身份、手机号码等信息,消费者个人信息不知不觉泄露,这给后续工作生活带来安全隐患。

四是不要点击陌生链接。不要随意点击非官方的短信、朋友圈、陌生网页、弹窗邀请、搜索引擎等推送的高额返利、红包、中奖付费等消费链接、二维码、广告,谨防因信息泄露导致资金安全风险。

五是注意先查验后收货。消费

者在收到商品时应注意验货,特别是购买贵重物品、易碎物品等应当场查看,商品是否有破损,商品型号、规格、款式、颜色等是否与订单一致,确认无误后再签收。如果商品损坏或与约定不一致可拒绝签收,并及时联系商家退换货。如没有收到货物,消费者要注意查看快递信息,有问题及时联系商家或快递公司。

六是妥善保留消费凭证。消费者网购时要提前了解退换货政策,要有存证意识,妥善保留购物发票、订单信息、聊天记录、商品宣传广告等相关凭证作为消费维权证据,当自身合法权益受到侵害时,可先与商家协商,若协商不成要及时向相关部门投诉,维护自身合法权益。(新京报)

跨境电商 助力中国品牌出海

创历史新高,同比增长20%以上。

借助人工智能,促进降本增效

10月15日,第136届广交会开幕,跨境电商是其中一大亮点。本次广交会上,全新优化升级的跨境电商展示区,吸引了40多家大型跨境电商平台及物流、收结汇等优质服务服务商参展,围绕贸易链条、环节进行服务展示,推动外贸新业态与传统业态融合互促。

广交会上发布的《2024跨境电商洞察白皮书》显示,随着全球消费者对线上购物需求增加,尤其是移动电商迅速发展,全球供应链加速整合,跨境电商行业面临前所未有的机遇与挑战。中国卖家凭借强大的制造能力、创新的产品和灵活的供应链管理,成为全球市场中的重要参与者。

让更多中小外贸企业快速上“线”出海,跨境电商平台向人工智能要效率。

在今年9月举办的服贸会上,阿里国际站展示了人工智能外贸新产品。从现场演示看,通过人工智能生意助手,已经实现了快速发布。只要上传一张产品图或是一个关键词,就能自动生成标题、价格、图片等全套商品信息。

河北航发科技有限公司联合创始人吕洪伟说,现在发布新品的工作基本交给人工智能生意助手。“我们的业务员和人工智能进行了比武,业务员上一个链接要20分钟左右,人工智能只要两分钟。”吕洪伟说。

目前,阿里国际站上的人工智能生意助手已经拥有智能发品、智能接待、智能市场分析等功能,经过人工智能优化发布的商品,被海外买家搜索购买的可能性大幅提升。数据显示,这些产品在海外曝光量提高了37%,全球已有超过3万家中小企业使用阿里国际站的人工智能生意助手。

专家视角

随着全球数字化浪潮的推进,云计算产业作为数字化转型的核心驱动力,正迎来新的发展机遇。中国云计算产业在经历了多年的高速增长后,已具备出海竞争的潜力。亚太地区正成为中国云服务的首要市场。

中国云计算市场在过去几年中呈现出高速增长态势。中国信息通信研究院披露的数据显示,2017—2019年,我国云计算行业的市场规模增速均在30%以上。到了2020年,我国经济稳步回升,云计算市场更是呈现爆发式增长,整体市场规模达2091亿元,增速高达56.6%。2022年,市场规模继续增长至4550亿元,较2021年增长40.91%。

云计算市场的快速发展为中国云服务商的“出海”之路奠定了坚实基础。但相对于国内市场的蓬勃发展,我国云计算服务商在国际市场上处处受限。“一是国外科技发达国家的云计算市场已被三大巨头亚马逊(AWS)、微软云(Azure)、谷歌云(GCP)垄断。二是印度、中东、非洲等国家和地区,对云计算的接纳程度与自身产业成熟度均较低,实现云转型需要较高的客户教育成本。因此,海外市场上,亚太地区成为全球云服务商下一个竞争的焦点。”摩速科技有限公司营销专家宋鹏峰表示。

根据2023年中国信通院报告的数据,目前美国企业上云率达到85%以上,欧盟企业上云率在70%左右。亚太地区虽然目前整体上云率不高,但在政策推动和数字化转型的作用下,云服务市场潜力巨大。“全面上云是时代必然,今年是一个非常重要的拐点。”宋鹏峰说道。“如何做出差异化的云计算跨国营销策略,是每一个中国云服务商都要思考的。”

宋鹏峰指出,“通过对营销观念、营销方式、营销行为的整合,云服务需要作为一个整体与信息技术相结合。利用网络平台的交互性,优化营销观念的科学性、系统性,将跨国公司营销中的商流、物流与信息流融为一体。运用网络媒体与平台拓展营销面,充分发挥网络营销中的‘趣味原则、利益原则、互动原则、个性原则’,增加受众消费群体,从而整合不同消费群体需求数据,实现营销服务化升级。”宋鹏峰补充道,“但更重要的是,跨国竞争还需要考虑历史、宗教、社会结构、生活习惯、语言、时差等,这就要求云服务针对每个地域都有适应本土化的运维。”

根据中国信通院数据预测,伴随着经济回暖,全球云计算市场增长率将出现反弹,到2025年市场规模将超过6000亿美元,5年复合增长率将达到23.56%。随着社会与技术不断迭代发展,云计算领域正迎来一波又一波由新兴整合需求所驱动的增长浪潮。如当前生成式人工智能(Generative AI)技术的崛起已成为云计算市场在未来3至5年内的核心增长引擎。面对这一趋势,云计算厂商需精准把握行业脉搏与技术前沿动态,自底层架构至顶层应用,全面构建并积累与之匹配的解决方案能力。同时,云计算生态的建设也是关键。云生态建设不仅是一场马拉松长跑,更是推万仞巨石达万仞之山的过程,比拼的是从基础设施到应用层的综合实力。云计算产品要走出国门,在国际市场上开疆拓土,仍需夯实基础,做好差异化竞争策略,这样才能在日益激烈的国际化竞争中突出重围,占据云计算行业的一席之地。

(刘振涛)

赋能电商直播,打造创新社交生态

时代滚滚向前,新事物层出不穷,互联网产业的迅猛发展催生了许多新业态,直播就是其中之一。

潘祥胜是我国互联网运营专家,现任佛山星辰月总经理。在主导战略调整与业务扩展的过程中,他发现直播电商不仅仅是商品销售的渠道,更是一种与用户深度互动的新型社交媒体生态。因此,他在业务中致力于打造能够持续创新、快速响应市场变化的体系,希望直播不仅展示商品,也为用户提供丰富体验与价值。其所在公司积极探索新技术,推动人工智能与大数据的应用,从而提升运营效率与用户体验,巩固了公司在市场中的竞争优势。

此外,他非常重视品牌影响力的打造。潘祥胜认为,在竞争激烈的直播电商环境中,品牌的独特性和用户认同感至关重要。因此,需

要注重公司的品牌定位和形象建设以及品牌价值传递和长期用户关系的培育。通过与知名公司合作,打造独特的品牌故事以及提供个性化的购物体验,佛山星辰月的品牌影响力得到提升。

其公司与众多知名品牌建立了长期友好合作关系,包括阿迪达斯、迪士尼、雪中飞、天海藏、独特艾琳、滋时燕窝粥等。其中,天猫 misshigh 旗舰店的雪莲水润精油在潘祥胜的推荐下,占据护肤品热销榜榜首。这些合作提升了公司的市场影响力,进一步巩固了其竞争优势。

潘祥胜凭借其市场洞察力和战略规划,构建了一个以用户为中心、以创新为驱动的全球化直播电商平台,推动了佛山星辰月的快速成长。管中窥豹,可见直播电商行业在数字化和全球化浪潮中的巨大潜力。(刘冉)

海关总署不久前发布的数据显示:今年前三季度,我国外贸进出口总值历史同期首次突破32万亿元,其中跨境电商进出口1.88万亿元,同比增长11.5%。作为以科技创新为驱动,积极运用新技术,适应新趋势,培育新动能的外贸新业态新模式,跨境电商已经成为我国外贸发展的有生力量,为全球消费者提供了更多元化的购物选择。

直面海外客户,推动产品创新

近日,浙江杭州大雅信息科技有限公司一批价值21.3万元的自主品牌家具,通过跨境电商出口海外仓模式出口海外。“这些家具是我们自主设计生产的,在跨境电商平台上卖得很不错。”公司外贸业务部经理徐铨惺介绍。

“通过跨境电商平台,我们直接接触海外客户,从而更好地把握市场节奏,持续推动产品创新。”徐铨惺说,通过跨境电商,公司从最初的代工为主,发展到逐步打造独立品牌,成功在海外市场站稳脚跟。目前,企业已经在欧美等主要出口市场租赁了10多个海外仓,前三季度通过

跨境电商海外仓模式出口逾5亿元,同比增长超过30%。

在设立了跨境电商综合试验区的杭州,越来越多外贸企业主动融入跨境电商的发展浪潮,积极培育自主品牌,推动国货出海。

在杭州市临平区的一处直播基地,主播正用一口流利的英文,热情地向直播间的国外消费者介绍一款秋季风衣。浙江森帛服饰有限公司总经理陶弘璟说,“跨境电商为服装出口提供了新机遇,从目前的销售情况看,今年的服装销售额同比将有三成左右增长。”

党的二十届三中全会《决定》提出,创新发展数字贸易,推进跨境电商综合试验区建设。“跨境电商迅速发展壮大,逐渐成为全球经贸领域的新亮点和我国外贸发展的有生力量,也为中国品牌走向世界提供了新机遇。”杭州海关有关负责人说,前三季度浙江跨境电商出口超2500亿元,规模

商发展的同频共振,推动更多适合跨境电商出口的产品和厂商更好发展。

为推动跨境电商发展,进一步培育外贸发展新动能,近年来,我国相继推出一系列政策措施,包括设立跨境电商综合试验区、完善拓展跨境电商零售进口正面清单、创新跨境电商通关监管等。

“适应国际市场消费需求,我国跨境电商贸易持续稳定增长。”商务部外贸司负责人介绍,全国跨境电商主体活跃,服务网络覆盖200多个国家和地区。但同时,我国跨境电商发展仍面临主体能力有待提升、融资渠道亟待拓宽、监管服务需进一步优化等问题和挑战。

今年6月,商务部、国家发展改革委、财政部、海关总署等9部门联合印发《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》,从积极培育跨境电商经营主体、加强相关基础设施和物流体系建设等5方面提出15条举措。商务部表示,将会同有关部门和单位,加强统筹协调,强化央地协同,推动各项任务落实落地,促进外贸新业态持续健康发展。(人民日报)

「云」上经济开启下一场数字化竞争
中国云计算产业开拓国际市场