

商务部：

# 推动跨境电商零售进口与自贸试验区综合保税区等开放平台融合发展

本报讯 倪铭娅 据商务部网站4月14日消息，商务部副部长张向晨在全国跨境电商零售进口监管政策培训班上表示，跨境电商已成为推动国际贸易数字化、信息化的重要力量，也代表着国际贸易未来发展的一个重要方向。各试点城市要把握发展机遇，加强组织保障，加大工作力度。要加强经验做法互学互鉴，因地制宜探索发展路径；要推动跨境电商零售进口与自贸试验区、综合保税区等开放平台融合发展，放大综合效应；要探索创新，把好经验好做法固化下来。各试点城市要切实承担本地区跨境电商零售进口政策试点工作的主体责任，通过培训全面准确把握政策内容，严格落实监管要求规定，全面加强质量安全风险防控，及时查处违规行为，推动跨境电商零售进口行业规范健康持续发展。

张向晨表示，扩大跨境电商试点有利于优质海外商品更加便捷进入国内市场，更好满足人民美好生活需要；有利于挖掘消费潜力，带动国内产业转型升级，加快构建新发展格局；有利于发挥市场在资源配置中的决定性作用，更大激发市场主体活力。



新品牌、新品类备受年轻消费者青睐

## 把好网红食品“质量关”

□ 林子涵

自热火锅、半成品拉面、速食螺蛳粉……近期，众多网红食品品牌强势崛起，备受年轻消费者青睐。数据显示，受“一人食”与“宅经济”等影响，加之电商直播等形式助推，网红食品已成为消费市场的热门增长点。但食品安全、虚假宣传等问题也随之而来。

### 网红食品正走俏

以即食食品为代表的网红食品掀起消费热潮，新品牌、新品类不断涌现，获得众多年轻消费者支持。有机构数据显示，淘宝、天猫平台2020年方便速食市场总成交额达213亿元，市场规模可观。此外，35岁及以下消费者成为网红食品的下单主力；四线及以下城市消费者占总支付人数

比例近40%，下沉市场空间广阔。另据《2021中国食品消费趋势白皮书》显示，2021年包装食品、自热食品、预制菜肴等品类仍将加速成长，代餐、功能食品等聚焦健康的细分品类将获更多关注，整体消费市场持续革新。

一批新品牌乘势崛起，一批创业企业随之走到市场的前台。行业资本助力下，创新企业的品牌创新日益活跃，新产品不断“破圈”，冲击传统食品企业的同时，也为消费者带来更多升级选择，推动消费市场活力涌动。

### 直播电商助发展

中国人民大学法学院教授刘俊海指出，随着互联网发展进程加快，新兴的消费需求、消费方式、消费活动和商业模式层出不穷。网络直播带货对防疫期间的市场活跃与经济发展起到积极助推作用。

受直播电商带动，网红食品品牌把握线上流量入口，乘势而上。数据显示，2020年中国直播电商市场规模达9610亿元，同比涨幅121.5%。随着直播逐步扩展至电商各领域，预计2021年直播电商整体规模将继续高速增长。未来，“直播间”仍会是网红食品流量必争之地。

部分网红食品品牌还积极打通线下零售渠道，力争线上、线下不留渠道短板。同时善用互联网内容流量逻辑，抓住短视频APP、兴趣社群等“讲故事”平台，用符合产品风格的策划，推动产品触达目标消费者。

此外，消费群体的变化也是网红食品“爆火”的原因之一。年轻群体逐渐成为消费市场生力军，消费品牌的对应“打法”也应随趋势变化做出调整。

### 食品安全守红线

网红品牌引领消费潮流，但部分产品食品变质、虚假宣传等侵犯消费者权益的事件却屡有发生。

食品行业的老问题成为新兴市场的“绊脚石”。

刘俊海指出，商业实践中，不少互联网企业与电商偏重发展，忽视规范。由于消费者维权成本高于维权收益，很多消费者面临维权窘境，必须多方共同打造消费者友好型现代互联网市场生态环境。立法上，“宜细不宜粗”，提高法律的可操作性、可诉性与可裁性；司法上，“凡诉必理”，通过尽快建立消费者公益诉讼等措施，完善司法救济体系；行政上，政府有义务充分运用法律赋予的行政指导、行政调解与行政处罚等手段，维护互联网市场秩序。同时，完善行业自律体系与媒体监督体系，敦促企业慎独自律，通过强化质量管理来提升核心竞争力。

此外，网红食品参与直播营销，也必须警惕直播间发布虚假信息误导用户等违规行为。刘俊海指出，直播模式容易导致消费者的冲动与不理性，有必要对互联网直播营销市场予以规范。销售者在直播平台上销售不符合食品安全标准的食品，使消费者合法权益受到损害的，消费者有权利要求直播平台与食品销售者承担连带责任。名人直播带货如涉及虚假宣传或造成消费者损害，名人应承担相应的法律责任。直播营销平台也应健全投诉举报机制，降低直播举证难度，协助消费者维权。

专家表示，只有全面推进消费者权益保护事业，共促市场激浊扬清，才能持续提振消费信心。

## 五项跨境电商质量管理国家标准发布

本报讯 朱晶晶 赵文琼 日前，全国电子商务质量管理标准化技术委员会(TC563)2021年度工作会议在杭州召开。会议表决审查了跨境电子商务产品质量评价结果交换指南、产品追溯信息共享指南、在线争议解决单证规范、出口商品信息描述规范、出口经营主体信息描述规范等五项国家标准。

据悉，全国电子商务质量管理标准化技术委员会(SAC/TC563，以下简称“TC563”)自2016年成立以来，一直以国家标准制修订作为主要工作任务。截至目前，TC563归口管理已发布国家标准10项，在研国家标准14项。此前，TC563积极参与构建国内电子商务标准体系，通过标准推动产业发展提质增效，发挥标准的引导和规范作用，同时助力监管部门更好地发挥职能。

“这五个标准的统一规范，能提升信息流转效率，为争议在线解决建立基础，降低跨境电商企业运营成本。”在杭州市标准化研究院院长马东伟看来，《跨境电子商务产品质量评价结果交换指南》对跨境电子商务活动中质量评价信息交换流程和质量评价信息内容核心元数据进行规范，实现跨境电子商务产品质量评价数据的统一描述，确保各环节之间的产品质量评价信息的互联互通。

据评价，《跨境电子商务产品追溯信息共享指南》能够有效解决跨境电子商务追溯信息链不完全、信息不一致，信息共享实施步骤不统一等问题，有效保障跨境交易进出口产品来源可溯、责任可究。

此外，《跨境电子商务在线争议解决单证规范》规定了第三方在线争议解决平台解决跨境电子商务争议过程中所使用的主要单证类型、要素和信息安全要求；《跨境电子商务出口商品信息描述规范》为在线通关、检验检疫、退税、结汇等提供基础信息标准和接口规范，实现海关、国税、外管等部门与电子商务企业、物流配套企业之间的标准化信息流通；《跨境电子商务出口经营主体信息描述规范》对跨境电商主体信息进行规范，便利单一窗口建设与跨境交易各环节、各平台间的信息流通，降低我国跨境电商企业运营成本。

全国电子商务质量管理标准化技术委员会秘书长邵新华表示，随着全国电商标委和国际标准化组织(ISO)电子商务交易保障标准化技术委员会先后落户杭州，极大提升了杭州电商标准化水平，在当前平台经济规范整顿中，标准化工作应该发挥重要作用。