

中国电商乡村振兴联盟 研究部署 2021年电商助农工作



本报讯 近日,原“中国电商扶贫联盟”在北京召开第一届第五次工作会议,全面总结2020年电商扶贫工作,表彰先进成员单位和个人,审议通过联盟相关调整事项;将原“中国电商扶贫联盟”正式更名为“中国电商乡村振兴联盟”,围绕乡村振兴要求对进一步做好工作进行研究部署。第十一届、十二届全国人大常委会副委员长、民建中央原主席、中华思源工程扶贫基金会理事长、中国电商乡村振兴联盟名誉主席陈昌智,商务部党组成员、部长助理任鸿斌出席会议并致辞。

中国电商扶贫联盟2018年8月成立以来,在商务部电子商务和信息化司的指导下,认真贯彻“精准扶贫电商同行”理念,着重发挥电商行业优势,线上线下同步发力,积极促进农产品上行,培育农产品品牌,带动企业转型升级。截至2020年底,共帮助1229家贫困地区农产品企业开展“三品一标”认证培训,资助296家通过认证;通过举办农产品品牌推介洽谈活动、引导成员企业开展多种形式产销和集中帮扶等,累计帮助对接和销售超过150亿元,帮扶带动贫困户超110万户。

陈昌智、任鸿斌对联盟工作和取得的成绩予以充分肯定,并就深入贯彻落实党中央、国务院战略部署要求,巩固拓展脱贫攻坚成果,全面实施乡村振兴战略,对联盟工作提出要求。

陈昌智在致辞中指出,乡村建设已经摆在社会主义现代化建设的重要位置,发展电子商务是乡村振兴的重要方式。中国电商乡村振兴联盟要全面做好巩固拓展脱贫攻坚成果工作,积极推进乡村振兴工作,不断发挥联盟在乡村振兴中的功能和作用,推动联盟各项工作高质量发展。陈昌智希望,中国电商乡村振兴联盟及成员单位,要立足新发展阶段,贯彻新发展理念,构建新发展

展格局,进一步发挥电商在经济社会发展中的重要作用,为全面建设社会主义现代化国家、实现中华民族伟大复兴的中国梦继续奋斗。

任鸿斌在致辞中表示,为深入贯彻习近平总书记重要指示精神,广泛动员社会力量参与乡村建设,商务部持续指导联盟,探索实践公益化与市场化相结合的扶农助农路径。希望联盟时刻牢记习近平总书记关于“乡村振兴是实现中华民族伟大复兴的一项重大任务”这一重要嘱托,深刻领悟全面实施乡村振兴战略的复杂形势,以更名调整为契机,全面做好规划、机制、工作等衔接,根据商务部“数商兴农”工作重点和要求,以务实举措服务乡村振兴和可持续发展。

会议对在中国电商扶贫联盟扶农助农工作中的优秀单位和个人予以表彰,其中,阿里巴巴集团、建行善融商务、惠农网、美菜网、一亩田、中华思源工程扶贫基金会、拼多多、京东、供销e家、邮乐农品等10家单位荣获“中国电商扶贫联盟脱贫攻坚先进集体”;盒马(中国)荣获“中国电商扶贫联盟特别贡献奖”;苏宁易购、中国国际电子商务中心、中航亿通、每日优鲜、食行生鲜、汇通达、乐村淘、斑马会员等8家单位荣获“中国电商扶贫联盟扶贫奉献奖”;中国建设银行总行网络金融部副总经理杨泽新、惠农网创始人兼CEO申斌、中华思源工程扶贫基金会副秘书长陶鸣、阿里巴巴集团公共事务部总监熊弢、美菜网公共事务高级总监罗慧、一亩田公共事务总监杜娟、百诚源副总裁王炯等7人荣获“中国电商扶贫联盟脱贫攻坚先进个人”;国网电商、国美零售、中粮我买网、百诚源等4家单位荣获“中国电商扶贫联盟优秀项目奖”。

全国人大代表、民建中央对外联络委员会主任、中华思源工程扶贫基金会副理事长兼秘书长、中国

电商乡村振兴联盟主席、中国慈善联合会副会长、中国慈善家李晓林博士在做工作报告时表示,2021年是“十四五”规划开局之年,中国电商乡村振兴联盟将进一步发挥多平台资源聚合优势,以乡村振兴和建立健全巩固拓展脱贫攻坚成果长效机制为主要工作目标,以促进乡村产业发展,提高农民生活质量为核心,一是围绕健全乡村地区农产品电商销售体系,加大联盟产销对接工作开展力度,二是围绕促进品牌消费、品质消费工作要求,开展区域性优质品牌培育工作,三是围绕提高农村电商新基础设施建设水平,积极赋能乡村产业发展,四是围绕乡村数字商务人才培养,建立联盟电商培育课程体系。

商务部电子商务和信息化司司长蹇芳莉认真听取了联盟代表团成员关于2021年工作计划的汇报,并对本次大会进行了总结。蹇芳莉指出,中国电商乡村振兴联盟要建设和利用好联盟机制,更好地发挥电子商务在乡村振兴中的作用,一是提高政治站位,增强参与乡村建设的紧迫感、责任感和使命感;二是聚焦重点任务,找准服务乡村振兴的切入点,积极推动建设服务农村高质量发展的农村电商新基建,打造带动产业提升的农产品网络品牌,培养有引领有示范的农村电商人才;三是坚持精准施策,办实事、求实效,在“精准、特色、可持续”上下足功夫。

会议对联盟主席团等单位进行了动态调整,商务部电子商务和信息化司二级巡视员朱炼宣读中国电商乡村振兴联盟新一届主席团名单。会议同时审议新增工行融e购、多点、橙心优选、叮咚买菜、家有购物、中智关爱通、浪潮卓数、蛮牛健康等8家成员单位,联盟成员已达34家。

(中华思源工程扶贫基金会官方澎湃号)

破除直播带货中 暗藏的食品安全隐患

□ 年巍

网络主播极力兜售的“网红减肥糖果”,掺入了含有西布曲明的有毒有害“酵素”……近年来,“直播带货”发展迅猛,由此带来的侵害消费者合法权益、损害社会公共利益的问题时有发生。在市场监管总局第二季度例行发布会上,有关工作人员就发布了这样一个典型案例。

对于食品来说,网络直播的现场性、互动性可以让消费者更为直观地“感受”到美食的诱惑,从而带动相关产品的销售。但在一片红火热闹的背后,直播带货中也暗藏了一些食品安全隐患。

比如,本文开头所说的“网红减肥糖果”,竟然产自河南省新乡市辉县一个村里的小作坊,这样的产品安全如何保障呢?由是观之,还有不少食品标签、生产许可证编号不真实等“三无”食品出现在直播间里。又如,有些网络主播在直播时夸大其词,推荐普通食品具有保健、治疗功能。还有网络主播通过直播、短视频的形式展示所销售的食品后,在个人主页标明微信号或其他联系方式要求线下交易,以逃避平台对交易的监管……

安全对食品来说,是一票否决,不管名气多响、牌子多大,都不是逃避监管的借口。近些年来,为了更好地规范直播带货,有关部门一直在努力扎紧安全篱笆。

在治理方面,2020年7月开始,全国检察机关开展了为期三年的“公益诉讼守护美好生活”专项监督活动,“网红代言”“直播带货”等网络销售新业态涉及食品安全的监管漏洞等问题就在本次活动的重点监督之列。数据显示,2020年7月到2020年12月,全国检察机关共立案办理食品药品安全公益诉讼案件7569件,其中,网络食品违法类1887件。

在管理方面,一段时间以来,针对网络直播出现的问题,从平台备案许可到主播实名制认证,从建立直播内容审核制度到履行内容日志信息留存要求,从建立信用等级管理体系到黑名单管理制度,一系列监管与规范、自律与他律的制度在不断完善。近日,国家网信办等七部门联合发布《网络直播营销管理办法(试行)》,这将进一步规范网络市场秩序,维护百姓的合法权益,促进新业态健康有序发展。

进一步说,直播经济更是法治经济。不论是头部带货主播,还是正在成长中的从业者,都要坚守原则底线、保持清醒认识。直播带货本应是一个良好的产品展示窗口,给商家带来全新的流量入口,但如果忽视了对食品质量的把关、对售后服务的提升、对消费者权益的保护,那么就会沦为“一锤子买卖”,注定无法长久。

当然,作为获益最大的平台方,不能自己赚得盆满钵满,却把风险和问题丢给消费者和相关部门,必须切实履行好监管之责,决不能对乱象听之任之,这应是义不容辞的责任。另外,消费者也要时刻擦亮眼睛、理性消费,当权益受到侵害时,及时申诉、依法维权。

民以食为天。不管有了多么新潮的销售途径和方法,都不能降低对食品安全的重视。我们相信,有关部门在做到有效监管的同时,也会坚持包容审慎的原则,为直播带货等网络交易新业态、新模式留足合理发展空间。未来,更为规范的直播带货将会把住食品“安全关”,为广大消费者带来更多“舌尖上的美味”。