

财政部今年在18个省区市开展农村综合性改革试点试验

发展农村电商等乡村新产业新业态新模式

本报讯 王震《通知》要求,聚焦乡村振兴战略目标任务,在确定的试点试验区域内,依托项目建设和运行载体,促进乡村产业高质量发展,建设数字乡村,促进农民增收,改善乡村治理,积极探索创新推动乡村全面振兴的机制和模式。具体包括以下四方面重点任务:

乡村产业发展机制。构建现代农业产业体系、生产体系、经营体系,培育发展新动能。做强现代种养业,加快绿色化、优质化、特色化、品牌化发展,增加绿色优质产品供给,形成试点试验区域的地理标志产品。做精乡土特色产业,加强试点试验区域拥有的农业特色资源保护和开发,因地制宜发展小宗类、多样化、品质优良、特色鲜明的区域公用品牌。培育新型农业生产性服务业和农村生活性服务业,依托绿水青山、田园风光,发挥农村资源和生态优势,发展休闲农业、生态旅游、农村电商等乡村新产业、新业态、新模式,促进产业深度交叉融合,推动乡村自然资源加快增值。

数字乡村发展机制。完善智慧农业服务体系,促进农业提质增效。加强“互联网+农业”建设,促进农业物联网应用。推动大数据、人工智能技术等新一代信息技术与种、养、加、销等农业生产经营活动深度融合,加快智慧农业发展。完善农民生活服务体系,依托“互联网+”推动公共服务向农村延伸,构建线上线下相结合的乡村便民服

据财政部网站消息,近日财政部印发《关于进一步做好农村综合性改革试点试验工作的通知》(以下简称《通知》),2021年在北京、河北、山东等18个省区市继续开展农村综合性改革试点试验(以下称试点试验),中央财政将给予资金支持。

服务”向农村延伸,发挥信息化在推进乡村治理体系和治理能力现代化中的支撑作用,提高乡村治理智能化、精细化、专业化水平,推动建立灵敏高效的现代乡村治理机制。

促进农民增收机制。探索拓宽农民增收渠道,因地制宜发展品质优良、特色明显、附加值较高的优势农产品,促进农民持续增收。完善农业产业链与农民的利益联结机制,促进农业产销紧密衔接、农村一二三产业深度融合,推进农业产业链整合和价值链提升,把就业岗位尽量留给农民,采取务工就业、保底收益、按股分红等方式,让农民共享产业融合发展的增值收益。加强高素质农民培育,培养适应现代农业发展需要的新农民,提升农民生产经

营、就业增收和自我发展能力。盘活农村集体资产资源,健全农村集体资产收益分配机制。

改善乡村治理机制。加强农村基层党组织建设,发挥农村基层党组织战斗堡垒作用。有效运用农村公益事业建设财政奖补政策,调动农民筹资投劳参与村内公益项目建设的积极性,加快农民最急需、最直接的村内公益性项目建设,形成基层组织为民服务的实践载体,推动农村基层党组织和党员干部在乡村振兴过程中提高领导能力和水平。适应农村人口流动现实条件,结合一事一议相关工作,创新村民议事形式,完善议事决策主体和程序,健全民主决策机制,探索形成透明、规范、高效、可复制推广的操作制度和办法。引导农民更多参与农村人居环境建设管护,推动项目建设质量提升,鼓励有条件的地方建立受益者付费、村集体补贴、财政补助相结合的管护经费保障机制,建设宜居宜业美丽乡村。

《通知》指出,坚持东、中、西部统筹兼顾,综合考虑各地发展建设基础、开展试点意愿、改革创新工作推进、代表性、典型性等因素,按照三年规划、分年实施的方式,2021年在北京、河北、内蒙古、吉林、江苏、浙江、安徽、福建、山东、河南、湖北、湖南、广东、深圳、广西、四川、云南、甘肃等18个省区市继续开展试点试验。每个试点省份开展1个试点试验,中央财政通过农村综合改革转移支付,按照有关规定实施定额补助。

推动社交电商规范有序发展

□ 子鸣

如今,不少人恐怕都有这样的经历,朋友圈里总有几个做微商的朋友,各种美容、日用产品信息经常刷屏;社交软件中,也经常有朋友发来链接,“大家帮我拼一单”。依托各种社交软件购物已经成为了新兴的消费方式,很多消费者一边刷着朋友圈、短视频等,一边就在朋友、主播、博主等各种分享推荐下就下单消费了。

社交电商是基于人际关系网络,利用互联网社交、内容分享等多种工具从事商品交易或服务提供的经营活动,是新型电子商务的重要表现行为之一。与传统电商以“货”为纽带、以网络平台为经营渠道不同,社交电商以“人”为纽带,利用互联网社交工具,以人际关系网络为渠道进行商品交易或提供服务。

社交电商拥有体验式购买、用户主动分享、销售场景丰富等独特优势,受到不少消费者欢迎,近年来进入发展的快车道。《2020中国社交电商消费者购物行为研究报告》显示,2020年我国社交电商市场年复合增长率超过60%,预估整体销售额达3.7万亿元。

在蓬勃发展的背后,社交电商也出现了一些问题,消费者合法权益受到侵害的事情时有发生,这对行业形象和市场生态都造成了一定的影响。这些问题主要有两大类,其一是产品质量和售后服务未能尽如人意,其二是一些发育不良的社交电商容易陷入传销歧途。

“没有规矩,不成方圆。”规范社交电商平台迫在眉睫。今年5月1日起,《网络交易监督管理办法》正式施行,一大亮点在于将社交电商、直播带货等新业态明确纳入网络交易监管范围。相关规定将有利于为广大社交电商用户营造更为舒心放心的网络消费环境。

防止社交电商念歪经、走歪路,仅靠平台自我管理是远远不够的。规范社交电商平台需要发挥各方协同共治的合力,多管齐下堵漏洞、补短板,守住行业底线,推动行业规范有序健康发展。

完善立法立规,加强监管执法。要不折不扣执行好已颁布的《电子商务法》《网络交易监督管理办法》等法律政策,继续推动其他相关法律法规进一步健全完善,为社交电商规范经营和创新保驾护航。监管执法力度也应进一步加大。市场监管等部门除加强常规监管执法、开展行政处罚外,还应从源头对不法行为进行严格监测管理,建立覆盖售前、售中、售后全过程的监管体系,以强有力的监管整顿市场乱象,切实净化市场生态。

行业自律与平台自治要“齐头并进”。相关行业协会要及时制定、出台与落实相关产品和服务行业标准,为平台企业健康、合规、安全地运营提供保障,为地方监管部门监督执法增添依据。社交电商平台也应切实负起责任,坚决处理平台上的违法违规行

为。平台内经营者应摒弃靠“一锤子买卖”挣快钱的短线思维,恪守诚实守信、顾客至上的经商主

中国农货新消费报告:

农产品线上零售额今年有望近8千亿

本报讯 秦胜南 5月28日,中国农业大学智慧电商研究院和艾媒研究院联合发布《2021年中国农货新消费发展研究报告》,结果显示,中国农货正在进入规模化新消费阶段,2021年中国农产品网络零售额有望升至近8千亿元。

数据显示,2017年至2021年间中国农产品网络零售额规模的年均复合增长率将达到46.3%,2020年已达到6107

亿元,2021年中国农产品网络零售额有望达到7893亿元。报告指出,电商平台在农货上行发展过程中发挥主力作用,有效融合农货产业链条各环节,优化上行模式,推动农货标准化、品牌化。其中,以拼多多等为代表的电商平台通过模式创新带动农货上行,生产方和用户之间的接触更直接,实现农货规模化输送到消费场所。

同时,对用户的调研显示,互动电商、直播电商等新兴业态有利于农货以优惠的价格直接触达消费者,使其获得更佳

的消费体验。报告指出,农货消费成为新的发展蓝海,各大电商平台未来仍要加强发挥电商平台对农货零售的支持作用,结合创新业务形态和物流体系扩大农货流通半径,从供给和需求两端进行优化。

2021中国网络零售百强榜单发布

本报讯 欧阳晓娟 近日,据中国连锁经营协会与德勤中国发布的《2021中国网络零售TOP100榜单》显示,榜单前十名中有大润发、叮咚买菜、物美科技3家超市和生鲜电商类企业,其在2020年网络销售额分别为229.17亿元、140亿元、135.8亿元。

榜单报告显示,中国消费市场去年深受疫情打击,但网络零售额不跌反升,数字化技术加速线上消费持续向各市场和年龄层渗透。2020年,实物网上零售额增速14.8%,占社会消费品零售

总额的24.9%。服装鞋帽、日用品、家电、3C类产品是线上销售规模靠前的品类,占比超过50%。

此次上榜企业的2020年总销售额超1.47万亿元,较2019年上升18.5%。百强中有93家为非电商企业,其中消费品企业数量较去年增加9.4%至51家。新京报记者注意到,大润发(229.17亿元)、叮咚买菜(140亿元)、物美科技(135.8亿元)进入《2021中国网络零售TOP100榜单》,排在第8至10名。永辉超市以104.5亿元的线上营收排在第12

名,华润万家以59亿元排在第18位。

值得关注的是,百果园(20.88亿元)、苏果超市(13.72亿元)、钱大妈(10.48亿元)、步步高(9.9亿元)、中百控股(7.45亿元)、联华超市(6.49亿元)、利群股份(6.39亿元)、常客隆超市(5.15亿元)、哈尔滨地利生鲜(4.85亿元)、京客隆(4.54亿元)、卜蜂莲花(3.99亿元)、三江购物(3.71亿元)、罗森中国(3.24亿元)、世纪华联(3.24亿元)等多家商超、便利店、生鲜店等也进入TOP100榜单。