

上半年全国农村网络零售额达 9549.3亿元

本报讯 李珣璐 日前从商务部获悉,今年上半年,我国网络零售市场量质齐升,持续向好。根据国家统计局数据,上半年全国网上零售额达6.11万亿元,同比增长23.2%,两年平均增长15.0%。

据商务部相关负责人介绍,农村电商较快发展,上半年全国农村网络零售额达9549.3亿元,同比增长21.6%;其中,农村实物商品网络

零售额8663.1亿元,同比增长21.0%。农产品上行持续恢复,全国农产品网络零售额达2088.2亿元。

据了解,上半年全国网络零售市场主要呈现以下特点:一是消费升级势头不减。健康消费日益走红,游泳、足球、瑜伽等相关体育用品销售额同比分别增长128.9%、106.2%、55.1%。“新国潮”热度提升,有关电商平台“618”促销活动期间,国产品牌销

售额占比超过70%。二是在线服务消费持续复苏。在线餐饮消费回暖,销售额同比增长48.2%,其中到店餐饮同比增长93.1%。在线旅游销售额同比增长71.6%。三是西部地区增长较快。上半年,西部地区网上零售额同比增长32.1%,增速连续5个月快于全国;中部、东部和东北地区网上零售额同比分别增长21.5%、20.3%和13.0%。

■ 新闻链接

电商加速农产品上行

□ 白舒婕

近年来,中国农产品电商持续保持两位数的增长速度,中国已经成为世界第一大农产品电子商务国,为推动农业供给侧结构性改革和乡村振兴增添了新动能。

今年上半年,农产品电商呈现哪些发展趋势和特点?进入新发展阶段,农产品电商又该如何健康可持续发展?

“农产品上行正在加速。”中国农业展览委员会农产品电商工作委员会主任(会长)、中国食品(农产品)安全电商研究院院长、北京工商大学商业经济研究所所长洪涛在日前举办的2021年上半年中国农产品电商形势高层分析会上说。

数据显示,2020年,全国农村网络零售额达1.79万亿元,同比增长8.9%。电商加速赋能农业产业化、数字化发展,一系列适应电商市场的农产品持续热销,助力了脱贫攻坚和乡村振兴。

洪涛分析,今年上半年,中国农产品电商呈现五大特点:一是农产品电子商务模式创新多种多样。主要包括网上期货期权、农产品大宗商品交易、农产品B2B商品交易、农产品网络零售、生鲜农产品电商、农产品的社区团购、跨境电商、农产品O2O、食品外卖电商九大类。二是数字农产品电商呈现“井喷”式发展,已成为全面乡村振兴建设及数字乡村建设的重要内容和“牛鼻子”。三是县域电子商务服务中心转型成为数字乡村振兴的服务中心。四是“网链”仍然是发展趋势。五是农产品电商进入“直播带货”常态化、“社区团购”常态化和“严监管”

常态化。

“新业态正在引领农产品电商发展新趋势。”在谈及上半年农产品电商呈现的新趋势时,洪涛提到了“近场电商”。目前,流通效率低、信息不对称,是中国农产品流通的结构性矛盾。洪涛认为,阿里MMC通过物流、商流、信息流、资金流、人流“五流合一”提高效率,降低成本,减少损耗,提升价值,促进产业链、价值链、供应链、利益链、区块链“五链重构”,触碰到生鲜农产品流通的核心痛点,既是有价值的长期探索,也是很重要的创新。

虽然农产品电商发展迅速,且发展空间巨大,但农村冷链物流不健全、基础设施薄弱、配送成本高等短板仍较为突出,一些地方的快递包装等成本甚至占农产品销售成本的近一半。

针对这些问题,“十四五”时期,商务部将会同有关部门深入开展“县域商业建设行动”,把农村物流配送体系与完善农村商贸流通体系、促进农村消费更加紧密地结合起来,推动工业品下乡和农产品进城,促进城乡生产与消费有效对接。

上半年全国
网上零售额达
6.11万亿元 同
比增长23.2%

两年平均增长
5.0%

上半年全国农村
网络零售额达
9549.3亿元 同
比增长21.6%

农村实物商品
网络零售额
8663.1亿元 同
比增长21.0%

全国农产品
网络零售额达
2088.2亿元

上半年中国跨境电商市场 规模超6万亿 出口占比超七成

本报讯 杨野 徐丽 8月2日,网经社电子商务研究中心发布《2021年(上)中国跨境电商市场数据报告》报告显示,2021上半年中国跨境电商市场规模6.05万亿元,预计2021年市场规模将达14.6万亿元。

上半年,我国跨境电商保持逆势增长,并成为当前外贸亮点。疫情驱动全球消费需求加速转往线上,数字化正在重构国际贸易运营模式,我国跨境电商将拥有更多发展机遇。

跨境电商在疫情期间 飞速发展

2021上半年中国跨境电商交易额占我国货物贸易进出口总值的33.48%,预计2021年渗透率将达40%。作为新兴贸易业态,跨境电商在疫情期间飞速发展,也成为稳外贸的重要力量,跨境电商对我国外贸转型升级影响深远。

进出口结构上,2021上半年中国跨境电商的进出口结构上,出口占比达到77.5%,进口比例22.5%。2021上半年在跨境电商进出口结构上,出口依然占据超七成的比例,随着大量卖家的涌入,特别是海外消费复苏等影响,将为我国跨境电商出口行业带来新一轮发展红利。

模式结构上,2021上半年中国跨境电商的交易模式中跨境电商B2B交易占比达77.2%,跨境电商B2C交易占比22.8%。受疫情及政策促进,跨境B2B电商业务快速发展,线上化渗透加速。随着7月1日跨境B2B出口监管试点政策落地,将进一步促进行业发展。

消费升级趋势持续发酵

据网经社“电数宝”电商大数据库显示,2021上半年中国出口跨境电商市场规模4.68万亿元,预计2021全年市场规模将达11.5万亿元。

2021上半年中国进口跨境电商市场规模1.37万亿元,预计2021全年市场规模将达3.1万亿元。上半年,商务部等六部门扩大跨境电商零售进口试点,大幅增加跨境电商零售进口试点区域范围,网购保税进口1210模式的全面复制推广。

用户规模上,2021上半年中国进口跨境电商用户

规模1.48亿人,预计到2021年底用户规模将达1.6亿人。个性化、多元化、品质化为代表的消费升级趋势在中国消费者中持续发酵,进口消费正成为消费升级的重要表现。

上半年29起融资 总额超78.1亿元

2021上半年中国跨境电商共发生29起融资,同比上涨222%。融资总额超78.1亿元,同比增长324.45%。

2021上半年跨境电商29起融资事件中,融资额排名前十的有:行云集团(6亿美元)、全量全速(1亿美元)、空中云汇(1亿美元)、爱客科技(6600万美元)、细刻(5000万美元)、易仓科技(4000万美元)、领星(2亿人民币)、马帮(1.5亿人民币)、店小秘(1.5亿人民币)、SHOP-SHOPS(1500万美元)。

2021上半年,进口跨境电商、出口跨境电商、跨境电商服务商融资数分别为,3起、7起、10起;金额分别为43.1亿元、12.5亿元、24.4亿元。其中,跨境电商服务商融资数较多,成资本新宠。

网经社电子商务研究中心B2B与跨境电商部主任、高级分析师张周平表示,受疫情影响,线下消费受到抑制,为线上消费带来了全球性的机遇。与此同时,国家政策支持促进了跨境电商快速发展,大部分跨境电商上市公司业绩都实现了不同程度的增长。

消费评级榜8家上 榜 仅3家获建议下单

据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”数据显示,2021上半年消费评级榜中,跨境电商行业入选的“规上”平台共8家,包括:海淘1号、小红书、海豚家、洋码头、寺库、熊猫生活、考拉海购、德国w家。

2021年上半年电诉宝跨境电商投诉榜(依据投诉量排行),排名TOP10依次为熊猫生活、海豚家、小红书、洋码头、寺库、考拉海购、海淘1号、德国w家、海狐海淘、德国BA保镖商城。排名10名以外的有亚马逊、全球速卖通、Feelunique、英超海淘、别样、Bonpont、HIGO、海淘免税店、86mall、丰趣海淘、全球时刻、86daigou、lazada。