

《“十四五”电子商务发展规划》即将出台

本报讯 袁琳 9月3日，“2021中国电子商务大会”在国家会议中心召开。作为2021服贸会重点板块之一，大会旨在为全球电子商务、数字经济发展、传统产业转型提供新思路、新模式、新智慧，打造电商领域信息共享、合作对接、互学互鉴的主流会议平台。据悉，由商务部、中央网信办、国家发改委共同编制的《“十四五”电子商务发展规划》将于近期正式出台。

“互联网的广泛应用，推动数字产业化、产业数字化深度融合，电子商务已经成为推动

经济社会发展、改变人们生产生活的重要驱动力量。”商务部副部长任鸿斌表示，今年以来，电子商务逆势而上、不负众望，继续取得骄人成绩。今年1月~7月，全国网上零售额同比增长21.9%，实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的23.6%，占比稳步提升，电子商务成为拉动消费的“助推器”和“加速器”。

任鸿斌表示，“十三五”已然全面收官，电子商务交上了一份圆满答卷。促消费方面，网络购物已经成为居民消费的

重要渠道，2016年~2020年，全国电子商务交易额从26.10万亿元增长到37.21万亿元，年均增长率达9.3%，全国网上零售额从5.16万亿元增长到11.76万亿元，年均增长率达到22.9%，实现了规模质量双丰收。

促开放方面，积极构建高水平电子商务国际规则体系，积极参与WTO电商规则谈判，推动11个自贸协定设立电子商务章节，“丝路电商”伙伴国增加至22个；全国跨境电商综试区扩容至105个，跨境电商5年增长近10倍，推动了贸易高质

量发展，培育了参与国际经济合作和竞争新优势，已成为外贸发展新动能、转型升级新渠道和高质量发展新抓手。

“‘十四五’已然正式启航，电子商务也面临着新的发展机遇，面对空前的世界大变革、技术大发展、产业大调整，商务部将持续发挥电子商务在建设现代化经济体系中的重要作用，围绕扩大内需这个战略基点和扩大开放这一重要任务，努力成为服务构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局的重要力量。”

任鸿斌说。

任鸿斌还透露，《“十四五”电子商务发展规划》将于近期正式出台，将重点做好八方面工作。深化创新驱动，塑造高质量电子商务产业；引领消费升级，培育高品质消费生活；推进商产融合，带动产业数字化转型；服务乡村振兴，带动下沉市场提质扩容；倡导开放共赢，支持跨境电商和海外仓发展；加强国际合作，引导规则和标准建设；推动效率变革，优化要素资源配置；统筹发展安全，深化电子商务治理。



跨境电商出口物流撬动万亿级市场

□ 汤莉

“受跨境电商出口贸易目的地的不断增加、出海品类的愈发多样、海外消费力的恢复以及线上购物习惯的持续培养等因素推动，2025年中国跨境电商出口物流行业规模有望超过3.6万亿元，2021—2025年的年复合增长率达22.5%。”艾瑞咨询近日发布的《2021年中国跨境电商出口物流服务商行业研究报告》指出，基于跨境电商行业发展、政策支持及智能技术的发展，跨境电商出口物流行业拥有广阔的发展空间。据艾瑞咨询测算，2020年中国跨境电商出口物流业务规模或达1.29万亿元，5年间的市场增量超过2.3万亿元。

多因素驱动高增长 跨境电商出口物流行业发展的整体向好，得益于跨境电商出口行业的快速发展。2020年，中国跨境电商出口市场规模达46479.2亿元，同比增长26.9%。随着中国跨境出口产品向更大量级、更多品类以及更高客单价的趋势发展，艾瑞预计，2025年中国跨境电商出口市场规模将达到15.1万亿元，2020—2025年复合增长率为26.6%。

独立站的快速发展也为跨境电商物流发展提供了市场增量。报告指出，近年来，独立站作为跨境电商的新兴销售渠道快速发展。此外，第三方跨境电商平台较高的运

营成本也助推了中小卖家自建独立站的步伐。未来，随着独立站模式的进一步推广，跨境电商物流服务行业将迎来新的增长点。

政策支持及监管方式的不断优化为跨境电商及出口物流服务发展提供了更大的上升空间。

自2018年以来，为促进外贸高质量发展，中国提出“构建跨国物流枢纽网络体系”的目标，并陆续开展“内陆集装箱联运体系”等多个跨国物流基础设施建设专项工程，推动跨境物流运力的多元化、低成本、高效发展。在加强行业监管的同时，政策还鼓励寄递服务产业上下游融合，共同完善跨境物流网络体系，探索新的业务模式。

2020年以来，为支持通过跨境电商渠道缓解疫情带来的市场成交压力，国家高频出台政策，为跨境物流产业增设多种运力渠道。如2020年4月，交通运输部、商务部、海关总署等七部门发布的《关于当前更好服务稳外贸工作的通知》提出，支持邮政、快递企业利用国际航班、中欧班列、国际快船等多种渠道，加快缓解当前国际邮件快件积压问题。

服务体验倒逼发展提速 跨境电商出口物流链条较长、复杂程度高，涵盖仓储、运输、配送综合式物流及进出口报关清关、本地化售后等服务。疫情在加速跨境电商渗透率提

升的同时，还使得跨境物流运力紧张，致使运力大幅下降、成本提高，物流服务费用大涨。艾瑞测算，2020年中国跨境电商出口物流业务规模或达1.29万亿元，比2019年的0.7万亿元有显著增长。

随着市场的发展，无论是跨境电商卖家还是终端消费者都对跨境电商出口物流服务提出了更高的运营需求。

“随着网络购物的持续渗透，消费者对于跨境购物消费体验的要求越来越高，快速配送，甚至接近本地化电商平台的配送体验与过长的跨境物流链路间的矛盾愈发凸显，对跨境物流企业的综合运营能力提出了更高的要求。”报告指出，跨境电商平台为了给消费者提供与其在本国消费更为接近的消费体验，往往较为关注跨境物流服务商的时效、包裹纠纷等物流服务质量。根据市场研究机构益普索(Ipsos)和美国在线支付服务商Paypal联合发布的相关报告显示，接近1/4的全球网购消费者认为配送速度是他们选择平台时的关键考量。

此外，跨境电商卖家会基于对跨境物流费用、效率的综合考量，对跨境物流服务商在网路异常情况下的处理、所拥有线路的稳定度、旺季协助出仓等增值服务的能力进行全面评估，选择满足自身差异化运输需求的物流商。

电子商务助农成效显著 持续推动“数商兴农”

本报讯 何旭 孙博洋 “在‘三农’领域，电子商务在促进农产品上行、推动农业数字化转型升级、带动农民就业创业、改善提升农村风貌等方面成效显著。”商务部电子商务和信息化司二级巡视员朱炼在2021中国电子商务大会的“数商兴农”论坛上如上表示。

电子商务助农成效显著，自身也获益颇多。朱炼在发言中表示，“数商兴农”需要把握好振兴与创新的关系，统筹好乡村振兴战略、创新驱动发展战略的实施。

朱炼认为，随着新一轮科技革命深入开展，党和国家大力实施创新驱动发展战略，以电子商务为代表的数字经济蓬勃成。在“三农”领域，电子商务在促进农产品上行、推动农业数字化转型升级、带动农民就业创业等方面成效显著，疫情防控常态化以来，在稳定市场供应、缓解农产品“卖难”等方面作用积极。

“十三五”时期，全国农村网络零售额由2016年的0.89万亿元增长到2020年的1.79万亿元，年均增长率为19.1%。2020年国家级贫困县网络零售总额达3014.5亿元，同比增长26%。

“我们看到，电商在助力乡村振兴，服务经济社会全面发展的同时，自身也实现跨越式发展。”朱炼表示。

商务部门探索新模式搭建新平台，推动电子商务助农。朱炼在发言中介绍，过去几年，商务部认真贯彻落实党中央、国务院有关决策部署，积极促进电子商务发展，着力挖掘和充分发挥电子商务在扶农助农、助力乡村高质量发展方面的作用和优势，取得了显著成效。

一是创新探索了电商扶农助农模式。商务部指导中国电商扶贫联盟，通过公益化与市场化相结合的方式开展扶农助农，持续开展农产品认证帮扶、品牌

推介洽谈、产销对接等工作，加快农产品标准化、品牌化、网络化进程。5月，指导联盟升级为中国电商乡村振兴联盟。

二是创新搭建网络消费平台。商务部连续三届举办“双品网购节”，在年初首次举办了“2021全国网上年货节”，指导地方、电商企业等广泛参与，推动“以节兴市、以节兴商、以节聚势”。

三是加强示范创建引导。商务部将乡村振兴有关指标纳入国家电子商务示范基地评价体系。

四是培养农村电商人才。2019年以来，商务部推动全国电子商务公共服务平台建设应用，开展惠民惠农行动，统筹电商平台、专业培训机构等多类服务资源。

实施“数商兴农”行动，农村市场大有可为。“展望未来，我们面对的是中国经济发展进入新常态、世界经济发展进入转型期、世界科技发展酝酿新突破的发展格局。应变局、开新局，守好“三农”基础是‘压舱石’。构建新发展格局，把战略基点放在扩大内需上，农村有巨大空间，大有作为。”朱炼在发言中表示。

朱炼表示，下一步，商务部以《“十四五”电子商务发展规划》为主线，将在数字商务框架下持续推动实施“数商兴农”行动，统筹农村高质量发展和电商高质量发展的需求，强化指导，汇聚力量，聚焦“三农”，发展服务农村的农村电商新基建，指导地方建设智慧仓储、产销地冷链设施，鼓励对农村传统零售终端进行数字化改造；打造服务农业的农产品网络品牌，开展农产品认证资助和市场推广运营，推动电商平台与农产品企业对接合作；开展服务农民的电商人才培育，发挥电子商务继续教育基地、示范基地、电商直播机构、数字商务企业作用，培养创新创业人才。