

全国县域数字农业农村电商发展报告发布

本报讯 据农业农村部网站消息,近日,农业农村部信息中心联合中国国际电子商务中心在北京线上发布《2021全国县域数字农业农村电子商务发展报告》(以下简称《报告》)。

《报告》显示,2020年全国2083个县域网络零售额达35303.2亿元,比上年增长14.0%,占全国网络零售额的比重为30.0%,提高0.9个百分点,其中县域农产品网络零售额为3507.6亿元,同比增长29.0%。

《报告》认为,2020年新冠肺炎疫情期间,农村电商凭借线上化、非接触、供需快速匹配、产销高效衔接等优势,在县域稳产保供、复工复产和民生保障等方面的功能作用凸显,直播带货、社区团购等新业态新模式不断涌现,跨境电商开启了县域融入国际市场的大门。

《报告》指出,2021年是实施“十四五”规划的第一年,全面推进乡村振兴将为县域电商发展提供更加广阔的舞台,农村电商的巨大潜能将加速释放,数字化生活消费方式变革将重塑县域农村大市场,电商创新发展将助力农业农村数字化转型驶入快车道,县域电商还将为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提供新动能。

社区电商爆发式增长 重塑农产品上行供应链

本报讯 王萧然 温婧 日前,在京举办的社区电商如何发挥在农产品上行中的重要作用研讨会上,中国农业大学经济管理学院教授、国家农业市场研究中心副主任赵霞指出,调研表明社区电商在快消品、生鲜农产品方面,其潜力是不可估量的,但同时社区电商的发展也正面临着四大突出的瓶颈问题。

赵霞表示,随着居民消费升级的不断加速,居民对生鲜这种冷产品提出了更绿色、更环保、更有品质、更新鲜等更高的要求,在此背景下,农产品上行是在加速的。而农产品上行面临的痛点问题——流通环节链条长,传统的产业链条经过三四个甚至五个环节层层加码,到了消费者手里,价格也在不断提升;流通环节链条长还带来另一问题,易腐,农产品折损率甚至高达三成;非标准化,生产的大小、品质、形状很难形成统一的标准。这些问题传统电商无法解决,社区电商便应运而生。

艾媒咨询发布的《2020上半年中国社区团购行业专题研究报告》指出,在疫情的刺激下,2020年社区团购市场发展迅猛,市场规模预计将达720亿元。预计中国社区团购市场未来保持良好增长态势,到2022年中国社区团购市场规模有望达到千亿级别。

赵霞通过调研发现,社区电商的发展也正面临着四大突出的瓶颈问题:

首先,过快的增长速度,带来的直接问题就是社区电商赛道竞争非常激烈。此外,社区电商的售后服务不健全、供应链整合难度大,也是制约社区电商发展的突出瓶颈问题。赵霞还表示,社区电商未来发展将会进一步走向品牌化。

《2021年(上)中国生鲜电商数据报告》发布

本报讯 陈姝 网经社电子商务研究中心近日发布《2021年(上)中国生鲜电商数据报告》预计,今年上半年生鲜电商交易规模约2362.1亿元,预计年底达4658.1亿元,同比增长27.92%。

网经社定义生鲜电商为零售电商这一大赛道下的分支,以蔬菜、水果、肉禽蛋类等生鲜品作为核心商品,利用互联网将生鲜品通过电商仓库等传统快递方式配送,或是通过到店、到家、社区团购、周期购等模式到达消费者手中。

目前生鲜玩家有七大类,一是以本来生活、顺丰优选为代表的传统生鲜电商;二是以京东到家为代表的O2O企业;三是采取前置仓模式的每日优鲜、叮咚买菜等;四是以“到店+到家”模式(店仓一体化)为主的盒马鲜生、钱大妈等;五是近年来关注不断的社区团购模式,如兴盛优选;六是主要服务B端的生鲜电商,如美菜网、一亩田等;七是采用周期购模式的物美、麦德龙等。

报告指出,今年上半年,国内生鲜电商行业共发生了5起投融资事件,融资总额超72.5亿元。涉及的平台分别为:叮咚买菜、飞熊领鲜、兔子鲜生、菜划算。上半年生鲜电商“独角兽”共2家,生鲜电商“千里马”7家。

此外,该中心网络消费纠纷调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示,商品质量、退款问题、发货问题、售后服务、网络售假、虚假促销是今年上半年生鲜电商投诉的主要问题。

广告

 贵州贵酒
GUIZHOU GUIJIU

贵州贵酒 封藏酒

— 以时光 酿珍贵 —

中康一品实业有限公司
服务热线: 400-800-2692
销售电话: 010-83362960