

商务部报告：

社交电商市场规模占网络零售总额超三成

本报讯 王聪聪 商务部近日发布的《中国电子商务报告(2020)》显示,2020年中国网络零售额达11.76万亿元,其中,社交电商交易规模增长迅速,市场规模占网络零售额比重达31%,用户规模近7亿人。社交电商成为继平台电商、自营电商之后的“第三极”。

社交电商头部企业芬香科技作为典型案例入选报告。依托京东商品池和供应链,通过在社交平台及社群中分享,为消费者提供特惠商品和优质服务,帮助众多“宝妈”、退休人士、退伍军人、农民工、残障人士等共计200多万人员实现灵活就业,并获得较为稳定的收入。

报告认为,社交电商完善的产业链条迅速改造互联网时代零售业的形态,影响生产、流通、消费全过程,发挥了较高的社会经济价值。尤其是在拓展就业渠道方面,社交电商依托互联网社交工具,为用户挖掘自身社交影响力及分享获取流量提供了支持,降低了用户参与分享与使用流量的门槛,社交电商企业还提供相关培训,在带动社会就业,特别是灵活就业方面,发挥着不可低估的作用。

上半年37家上市零售电商营收超1.3万亿元

本报讯 黄涛 网经社电子商务研究中心日前发布了《2021年(上)中国网络零售市场数据报告》。报告显示,2021年上半年,国内网络零售市场交易规模达62791亿元,预计2021年全年网络零售达13.64万亿元,同比增长14.43%。

从2015年到2021年,网络零售交易规模持续增长。2015-2017年,增速保持在超30%,此后保持在20%左右。数据还显示,2021年上半年国内网络

零售用户规模达8.2亿人,预计2021年用户规模达8.58亿人,同比增长8.74%。

目前有不少零售电商上市公司。数据显示,上半年37家零售电商上市公司营收总额超1.3万亿元,总市值逼近70000亿元。数据显示,2021上半年37家零售电商上市公司营收总额为13171.24亿元,平均营收355.98亿元。2021年上半年,零售电商共有27家“独角兽”,总估值514.15亿美元。

报告还公布了零售电商十二大热门行业数据,其中GMV达到万亿规模的有农村、社交、直播、母婴、汽车电商领域;达到千亿级的有家电电商、生鲜电商、美妆电商、社区团购、医药电商、二手电商;百亿级的有电商SaaS行业。

网经社电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师莫岱青表示,零售电商融资119起,部分电商存在退款、商品质量、网络欺诈等问题,引发了投诉,需要引起注意和想办法改善。

让知产规则为跨境电商保驾护航

本报讯 对跨境电商发展的破立,并非是一蹴而就的简单之举,既要解决限制当前发展的痛点,也要重视基础建设和体制机制的完善。

“今年1月至6月,跨境电商进出口额为8867亿元,同比增长28.6%。”在日前举行的“2021中国电子商务大会”跨境电商论坛上,商务部外贸司副司长张力表示,跨境电商已成为我国发展速度最快、潜力最大、带动作用最强的外贸新业态。

近年来,在互联网与全球化深度融合的背景下,以跨境电商为代表的数字经济新形态凭借其低成本、高效率、突破时空限制的独特优势,极大满足了供需双方的信息对称,提高了双边贸易的效率。

我国跨境电子商务交易规模持续增长,与我国产品体系

完备,能够大规模集中为其他国家提供海量优质优价的产品不无关系。但更重要的是,我国推出的支持跨境电商发展措施,极大地激发了跨境电商的市场活力。

2015年以来,多部委善作善为,都对全球跨境电商市场起到了拉动作用,使跨境电商“试验田”规模不断扩大,无数中小微企业和从业者直接进入全球性消费市场,也让我国进出口额在去年疫情深刻冲击的情况下实现逆势增长。

但也应看到,由于对国外相关规则不甚了解,对知识产权保护缺乏重视,我国跨境电商在海外发展遇到一些瓶颈。另外,受疫情反弹影响,国际物流价格节节攀升,我国缺少具有较大国际市场份额的自主电商平台,国际物流运输能力不足,也导致跨境电商企业利润空间受到挤压。

对跨境电商发展的破立,既要解决限制当前发展的痛点,也要重视基础建设和体制机制的完善。从短期来看,要规范行业发展,加快跨境电商海外仓和线上综合服务平台建设,不断完善跨境电商进出口退换货管理政策,缓解跨境电商企业的经营压力,增强行业应对风险的能力。

长远观之,应重点聚焦知识产权保护以及国际规则确立等问题,积极参与跨境电商国际交流和规则探索,研究制定跨境电商知识产权保护政策、完善财税等各类支持政策,在多双边合作机制中,推出跨境电商“中国方案”,同时大力培育大型国际物流企业、建设自主大型国际电商平台等,拓展通关服务、供应链金融服务、售后服务、个性化服务等功能,为跨境电商的长远发展奠定坚实基础,为中国高质量发展注入新能量。

(《人民法院报》)

923全球农产品直播电商节开启线上“狂欢”

本报讯 邓颖 近日,2021年中国农民丰收节重点活动、923全球农产品直播电商节在南京国家农高区举行,来自全国各地的200多家企业带着特优农产品集聚溧水,100多名乡村好主播现场“带货”,电商助农,带来丰收节的线上“狂欢”。

本届923全球农产品直播电商节以“向阳而生”为主题,采用线下展区展示和线上直播电商销售相结合的模式。在南京国家农高区,直播展厅由1个“太阳直播间”和环绕它的8个“行星直播间”以及70多个标准直播间组成,寓意三农人永远跟党走。在严格落实常态化防疫措施的基础上,200多家品牌农产品企业和农村电商MCN机构来到溧水直播“带货”,100多名乡村好主播发挥电商力量,在2021全国农村电商(白马)高峰论坛,主管部门、专家学

者、电商达人等齐聚一堂,就乡村振兴电商力量分享交流。

据介绍,本届直播电商节线上线下齐发力,总成交额超2亿元。其中,线下展示总面积超10000平米,参展商品牌总数超500个,产品种类达2000种;线上苏宁易购、淘宝、抖音、快手等各平台带货主播达150人,总浏览量2亿+,直播带货总时长超800小时。

溧水区相关负责人表示,将以此次直播电商节成功举办为契机,进一步创新产业发展机制,努力强化科技引进、电商引进和会展引进,力争在卡脖子的关键技术上取得更多突破,形成更多新技术新成果;同时,全面加快会展中心建设,为三农发展集聚更多的人流、物流、信息流、资金流,创造更多商机,并着力拓展农产品销售渠道,做给农民看、带着农民干、帮着农民赚。

此外,本届直播电商节还创新设立山西晋中国家农业高新技术产业示范区分会场,同步展示全国优秀农产品品牌,实现双城互动。

