

国际农产品流通产业大会召开

第六届中国农产品供应链大会同期举办

本报讯 郭帅 近日,由全国城市农贸中心联合会与世界批发市场联合会亚太地区工作组联合主办的以“重构 创新 链通全球”为主题的“2021 国际农产品流通产业大会暨第六届中国农产品供应链大会”在江苏白马农业国际博览中心顺利召开。

此次大会采用“线上+线下”的方式举办,将中外代表齐聚一堂,展开高端对话,共谋农产品流通行业未来发展。大会期间,还举行了“农贸市场标准化发展论坛”和“农产品供应链创新发展论坛”2 场平行论坛。多家与会企业代表就农贸市场标准化、智能化升级改造、农产品供应链创新等话题展开了激烈的对话交流。

中国商业联合会副会长傅龙成致辞表示,农产品流通是我国流通产业的重要组成部分,在落实中央关于乡村振兴、共同富裕、确保食品安全、实现和满足提升持续以中国消费者生活品质等方面的作用是其他产业难以替代的。农产品供应链的发展和稳定,关乎国家安全,关系国计民生,是构建双循环新发展格局当

中十分重要的环节。他指出,2021 年是十四五开局之年,全面开启社会主义现代化强国的新征程,我们农产品流通行业也应开启新篇章做出全面规划。

全国城市农贸中心联合会会长,世界批发市场联合会理事、亚太区主席马增俊在会上介绍了全国城市农贸中心联合会在推动农产品流通行业高质量发展方面做出的新举措:一是筹建数字发展委员会,助力行业数字化发展;二是成立研究院,推动行业研究工作;三是重启冻品市场专业委员会,促进冻品交易市场更快、更好的发展;四是重构标准化中心和供应链中心,从标准化建设与完善供应链建设方面为大家服务,推动行业发展。

世界批发市场联合会主席史蒂芬·拉亚尼通过线上视频的形式进行了发言,他表示,随着人口的增加,能源消耗、食物消耗、食品价格上涨、食品供应和食品多样化需求日益增长等问题日益凸显,建立富有韧性并能够抵御系统冲击的食品供应链将是未来的关键挑战之一。而新冠疫情让世界各国的国家和地方政府都认识

到了农产品市场所起到的关键作用。未来,更加需要我们团结起来,共同来努力改变我们的食品系统,以营造绿色、更具韧性和可持续的食品环境。

此外,全国城市农贸中心联合会标准化工作委员会在开幕式上举行了启动筹建仪式,拟分别筹建农产品电子商务标准化技术委员会、冻品标准化技术委员会和农贸市场标准化技术委员会。将在农产品电子商务,农产品冷冻产品和农产品零售市场等领域开展标准化研究。重点开展市场准入退出、人员评价服务、创新成果转化等研究,加快农产品流通标准化工作体系建设,形成国家、行业、团体等标准化工作相互补充的多层次发展格局。

据悉,此次大会同期还举办了亭湖(南京)现代农业专题推介会,参观考察了南京农副产品物流中心,举行了“2021 年度中国农产品供应链之星”表彰活动,对 2020 年 1 至 12 月期间在农产品供应链建设方面取得突出成效的单位和个人进行表彰。同时,会议期间,还进行了农产品供应链展示对接展览。

京津冀跨境电商协同发展高峰论坛:

诊脉“痛点”连通“断点”

本报讯 李晓伟 “双循环”新发展格局下京津冀跨境电子商务协同发展高峰论坛 16 日在河北石家庄举行。论坛重点围绕“双循环”新发展格局下,如何找准跨境电子商务产业发展“痛点”,打通产业链、供应链“堵点”,连通“断点”,推进京津冀协同发展展开研讨。

本论坛由教育部高等学校电子商务类专业教学指导委员会主

办,河北科技大学承办,北京联合大学、天津商业大学等协办。

据了解,京津冀作为全国商贸物流最活跃、最集中的区域之一,电子商务实现协同发展,既是京津冀协同发展的重要内容和必然要求,也是重要助推力量。河北科技大学校长朱立光在论坛上表示,期待论坛更好地凝聚“政、校、企”三方力量,抢抓“双循环”

新发展格局带来的新机遇,共同助推跨境电商产学研深度融合,为跨境电商的协同发展、人才培养、产学研合作提供新思路、新路径和新借鉴。

参会嘉宾还围绕跨境电子商务发展格局及趋势、跨境电子商务数字化、跨境电商产学研合作体系以及跨境电商人才培养等议题展开了深入分享和交流。

疫情下的中国跨境电商图谱——

“宅经济”迎快速增长

本报讯 徐珊珊 第七届中国(连云港)丝绸之路国际物流博览会 18 日在江苏连云港举行。会上,中国商务部国际贸易经济合作研究院电子商务研究所发布了《中国暨全球跨境电商发展报告(2021)》。报告显示,中国跨境电商交易规模保持快速增长态势。受新冠肺炎疫情影响,“宅经济”相关的跨境电商商品类迎来快速增长。

海关数据显示,2020 年,中国跨境电商进出口额达 1.69 万亿元(人民币,下同),按可比口径计算增长 31.1%。

报告指出,与“宅经济”相关的跨境电商商品类正迎来快速增长。出口方面,2020 年上半年,

“宅经济”相关商品品类同比增长近 90%,家用电器、个人护理、室内运动娱乐等品类表现突出;2020 年下半年,涉及到日常隔离必须、在线娱乐、宠物用品等“宅经济”商品的消费需求再度上升。进口方面,2020 年全年仍是以进口食品、美妆和保健品为主,其中进口方便面、速食汤、速食米饭、面包机和面条机等“宅经济”商品销售成倍增长。

报告显示,新型跨境物流方式快速发展。随着跨境电商迅速发展,中国正加快推进海外仓、中欧班列、海铁联运等跨境物流体系建设。

中国商务部统计,2020 年,中

国海外仓数量超过 1900 个,分布在俄罗斯、日本、韩国等国家及欧美、东南亚、中东等地区,其中北美、欧洲、亚洲地区占 90%。2020 年,中欧班列持续保持逆势增长和安全稳定畅通运行,全年开行 12406 列,同比增长 50%,首次突破“万列”大关,是 2016 年开行量的 7.3 倍。

报告还指出,未来,中国跨境电商发展将呈现四大趋势:以 B2B 为重点,跨境电商交易规模还将持续扩大;以新技术为引领,跨境电商生态链将持续优化升级;以数字贸易为引领,跨境电商服务类产品规模将增大;以新兴市场为方向,跨境电商出口将迎来新发展。

5 年增长近 10 倍 中国跨境电商 迎快速发展“黄金期”

□ 高乔

中国跨境电商行业经历数年的积累蓄力,迎来快速发展的“黄金期”。全国跨境电子商务综合试验区(简称“跨境电商综试区”)扩容至 105 个,跨境电商 5 年增长近 10 倍。今年上半年,中国跨境电商进出口额为 8867 亿元,同比增长 28.6%。跨境电商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。

新业态逆势增长。自 2018 年设立南宁跨境电商综试区以来,跨境电商相关业务在此落地生根,茁壮成长。据统计,今年 1 至 7 月,南宁跨境电商综试区共完成跨境电商进出口交易额 30 亿元。

全国范围内,像这样的跨境电商综试区已达 105 个。据海关统计,2020 年全国跨境电商进出口额达 1.69 万亿元,增长 31.1%。作为新兴贸易业态,跨境电商在防疫期间飞速发展,成为稳外贸的重要力量。

全球化智库近日发布的《B2C 跨境电商平台“出海”研究报告》显示,中国和美国目前是全球跨境电商的主要平台方所在国,也是全球跨境电商交易的主要市场。

“近年来,中国跨境电商呈现迅猛增长的发展态势,体现出诸多明显特点。”中国国际经济交流中心美欧所首席研究员张茉楠接受采访时分析,中国在跨境电商贸易领域正从数量型增长转向高质量发展;跨境电商交易的产品类型呈现大而全的特点,企业到企业(B2B)跨境电商交易量显著增加,大量中小企业参与跨境电商贸易,体现了中国整体产业能力和企业竞争力的提升;中国对新兴市场的贸易增量明显加速,尤其是在东南亚、拉美、非洲国家等“一带一路”沿线国家的跨境电商增长速度较快。

多方蓄力提供支持。中国跨境电商迅猛发展背后,是中国数字经济综合实力的提升和多方长期蓄力的支撑。

“中国跨境电商的快速发展,与中国产业基础、政策红利和制度开放密不可分。”张茉楠说,随着近年来中国数字经济飞速发展,新一代信息技术的应用和中国数字基础设施建设的加强为跨境电商提供良好的产业基础和生态环境。中国 105 个跨境电商综

试区遍布全国,综试区形成的成熟经验和制度创新政策逐步推广到全国。中国政府不断推出促进贸易投资便利化的配套政策,探索制度开放的重大举措,通过进博会、广交会、消博会等大型国际展会上跨境电商“云参展”等方式,起到明显示范效应。

商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇表示,商务部等部门通过积极探索,形成了近 70 项成熟的经验做法,搭建了以“六体系两平台”为核心的跨境电商制度框架。跨境电商 B2B 出口监管试点、零售进口试点范围持续扩大。跨境电商零售进口商品清单进一步优化,更好满足国内消费需求。此外,出台了一系列关于跨境电商进出口退换货管理规定。

中国海外仓建设不断加强,为跨境电商发展提供保障。商务部数据显示,中国海外仓数量 1800 个,面积 1200 万平方米,分别同比增长 80%和 50%。今年以来,海外仓的数量和规模进一步扩大,海外仓达 1900 个,面积 1350 万平方米,业务范围辐射全球。

面朝“蓝海”持续创新。今年 7 月,国务院办公厅出台的《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》,进一步释放跨境电商领域政策利好,提出积极支持运用新技术新工具赋能外贸发展,扩大跨境电子商务综合试验区试点范围,培育一批优秀海外仓企业,完善覆盖全球的海外仓网络,促进中小微企业借船出海,带动国内品牌拓展国际市场空间。

商务部相关负责人表示,倡导开放共赢,支持跨境电商和海外仓发展是“十四五”期间商务部门的重点工作。目前,中国已与 22 个国家建立“丝路电商”双边合作机制,共同开展政策沟通、规划对接、产业促进、地方合作、能力建设等多层次多领域的合作,为“一带一路”沿线国家电商发展创造有利环境。

张茉楠认为,跨境电商企业出海,应提升产品质量、创新力、竞争力,遵守海外当地贸易规则,注重高质量发展。中国跨境电商发展不仅需要“政策红利”,更需要制度创新和强化监管,企业规范自身行为,承担社会责任,多方共同打造跨境电商贸易的良好产业生态,为中国跨境电商创造更多“生态红利”。