

两部门将联合推进农村电商快递协同发展

本报讯 王文博 近日,商务部流通发展司和国家邮政局市场监管司发布《关于加快贯通县乡村电子商务体系和快递物流配送体系有关工作的通知(征求意见稿)》(以下简称“征求意见稿”)。征求意见稿提出,升级改造一批县级物流配送中心,促进县域快递物流资源整合,建设一批农村电商快递协同发展示范区,提升公共寄递物流服务能力,争取到2025年,在具备条件的地区基本实现县县有中心、乡乡有网点、村村有服务。农村电子商务、快递物流配送覆盖面进一步扩大,县乡村电子商务体系和快递物流配送体系更加健全。

征求意见稿从完善基础设施,优

化网络布局;补齐冷链短板,提升冷链流通率;整合快递物流资源,提高配送效率;扩大电子商务覆盖面,提升服务能力;培育市场主体,促进协同发展;规范行业秩序,优化发展环境等方面部署,明确了推进农村电商快递协同发展的主要任务。

其中,在完善基础设施,优化网络布局方面,征求意见稿指出,鼓励各地结合实际,加强县乡村快递物流配送基础设施建设,升级改造县级物流配送中心,面向乡镇、村及本地生产流通企业、邮政快递企业、合作社、家庭农场等各类主体,提供仓储、分拣、中转、配送等服务。

在补齐冷链短板,提升冷链流通

率方面,征求意见稿要求,聚焦鲜活农产品主产区、特色农产品优势区,推进农产品仓储保鲜冷链物流设施建设,加快补齐产地冷链物流短板,促进农产品电子商务高质量发展。推进农产品冷链标准制修订,加强生鲜农产品质量监管和产品溯源。

在规范行业秩序,优化发展环境方面,征求意见稿提出,简化农村快递末端网点备案手续,鼓励发展农村快递末端服务。修订《快递服务》等标准,规范农村快递经营行为。加强寄递物流服务监管,依法查处未按约定地址投递、违规收费等行为,促进公平竞争,保障用户合法权益。

扶持力度有限 品牌效应欠缺 产业链单一

农村电商爆发式增长难掩发展短板

近日从多个电商平台获悉,尽管受到疫情冲击,但2021年前三季度,我国线上农副产品订单量仍保持较快增长。农村电商进一步打通城乡双向消费,成为农民增收的新途径,其中,返乡创业青年成为农村电商主力军。不过,扶持力度有限、品牌效应欠缺、产业链单一等短板仍困扰着农村电商,有必要多措并举,推动其提质增效。

1 拼多多数据显示,2021年国庆期间迎来了农产品销售的黄金周,涉农订单相较2020年同期大涨279%;快手数据显示,2021年1至10月,快手超过4.2亿个农产品订单经由直播电商从农村发往全国各地,销售额和订单量同比增长88%和99%;抖音2021年“618购物节”数据显示,平台蔬菜销量同比增加190.5%……农村电商爆发式增长彰显出乡村经济新活力。

返乡创业青年成为农村电商主力军。拼多多数据显示,截至2021年10月,在拼多多平台上,1995年之后出生的“新新农人”数量已超过12.6万人。抖音数据显示,2020年6月至2021年6月,“三农”视频创作者中,返乡创业青年占比达54%,以返乡农民工、大学生、退役军人等人

为主。快手2021年7月数据显示,农村电商商家中18至35岁的青年商家占比达47.1%。

农村电商促进产供销精准对接,成为农民增收新途径。一些地区曾因交通不便、信息不畅,当地优质农副产品销路有限,仅靠街边零散售卖,增收缓慢。如今农副产品可以通过电商平台销售,带动当地农民增收。

城乡双向消费进一步畅通。国家邮政局数据显示,2021年前7个月,全国快递服务企业业务量累计完成583.3亿件,其中农村地区超200亿件。快手数据显示,2021年7月,农村地区的消费者订单量同比增长94.6%,这体现出农村电商促进农民增收和农村消费潜力进一步释放的良性互动,促进“农产品进城、工业品下乡”双向流动进一步畅通。

宿华表示,农村电商订单量高速增长,得益于“快递进村”工程的持续推进。当前主要快递品牌在全国98%的乡镇实现了网点覆盖,农村寄递网络的拓展和快递服务便捷性的提升,使小农户与大市场有效衔接,农产品供需实现两旺,同时有效带动消费下沉,加速城乡物品流通。

三是电商平台加大对农产品线上销售的补贴力度。在拼多多第三届“农货节”中,其“百亿补贴”频道先后覆盖400多个优质农产区,首批上线的精选农副产品即突破1000款。在“零佣金”的基础上,拼多多还加大了对优质农产品的补贴力度。同时,拼多多宣布将设立100亿元农业科技专项,致力于推动农业科技进步,进一步提升农业科技工作者和劳动者获得感。

3 虽然农村电商发展已取得显著成效,但受制于扶持力度有限、农副产品品牌效应欠缺、产业链单一等短板,农村电商提质增效仍需进一步发力。

首先,加大对农村电商人才培训扶持力度。多名农村电商从业者反映,其在创业过程中经历过不同程度的挫折。他们期盼,相关部门和电商平台在运营管理、流量扶持等方面进一步加大扶持力度,帮助农村电商从业者解决运营初期曝光不足等问题,帮助新农人快速找到运营方向。

其次,提升农村农副产品品牌效应。目前一些农副产品的品牌知名度不高,缺乏相应的生产标准,导致一些产品计划在电商平台销售时被卡在选品关,销量提升较慢。相关部门应引导农副产品生产者遵循相应的行业、国家标准,并建立相应的质量管理体系和售后服务体系。

再次,促进农村电商产业链多元延伸。农村电商的产品大多为初级农副产品,产品产业链单一,集聚效应不明显,抗风险能力差。今后应进一步促进农村电商产业链多元延伸,将营销、资源整合和融资三大功能平台合力作用于农村电商产业集群,提升农村电商企业的市场开拓能力、促进企业资源整合、提升企业融资能力。(周琳 马丽娟 郭杰文 雷嘉兴 顾煜 杨静)

中国零售电商企业环境表现研究报告发布

本报讯 李苑 国际环保机构绿色和平近日发布的《中国零售电商气候行动与环境表现(2021)》报告,对七家头部零售电商企业在应对气候变化和环境治理方面的目标与行动进行评级。

报告选取阿里巴巴、京东、拼多多、苏宁易购、网易、唯品会、小米七家拥有零售电商业务的企业,从气候变化与环境相关目标设立、气候变化与环境行动表现、气候变化与环境信息披露、平台用户可持续管理等四大维度评估企业的气候行动与环境表现。

评级结果显示,七家企业中仅有两家得分超过及格线,这意味着中国主流电商企业在气候和环境治理上还有很大提升空间。

对此,绿色和平平台企业环境责任项目主任唐大旻表示,气候行动和环境治理已经成为中国零售电商行业领导者之争的关键赛场。

报告呼吁中国零售电商企业尽快设立覆盖全价值链的气候变化与环境目标,明确企业减排路径与时间表。加强环境信息披露,与公众、投资人等利益相关方就环境治理进度进行定期沟通。建立专门针对环境表现的商家审核和准入机制并持续监督和完善,同时向消费者提供更丰富的绿色选项。

2022全国网上年货节暨电商主播大赛启动仪式举行

本报讯 林智岚 1月9日,2022全国网上年货节暨电商主播大赛启动仪式在福州举行。

2022全国网上年货节由商务部协同中央网信办、工业和信息化部、市场监管总局、国家邮政局、中国消费者协会共同指导开展,于1月10日至2月7日(农历腊月初八至正月初七)举行,在全国开设福建、辽宁、浙江、上海等九大分会场。

福建结合自身实际,打造“全闽乐购·跨年购”,对接平台资源,投放消费补贴,推出了促进优势产业网销、专区精准营销、专场活动助销、百姓放心茶热销等多项举措,打造“福茶”“福酒”“万福”“闽菜馆”等“福”字号公共品牌,在全省各地开展“百花齐放”的各项活动。在2022全国网上年货节同期启动了2022电商主播大赛,发挥福建电商的产业集群优势,大力促进品牌消费、品质消费,推动直播电商新业态健康发展。

作为2022全国网上年货节的重要系列活动,2022电商主播大赛将从1月持续至4月底,联动全国八大赛区,开设四大主题赛道。通过海选直播赛、半决赛四大品类直播狂欢节、总决赛,最终评选出十大主播榜样、大国好物榜、名城名品榜等十二大权威榜单。启动仪式上,阿里巴巴、抖音、京东、快手等8大电商平台正式发布年货节优惠政策,抖音开启年货节全民任务赛,京东打造新年好物节,快手发起9大活动+亿级曝光+10亿补贴,共同开启暖冬欢购,助力2022全国网上年货节开幕。

返乡青年成带货主力军

多因素助推农村电商消费

仍需补短板强弱项