

# 《2022 中国农产品电商发展报告》发布

## 转型与创新成农产品电商发展新热点

**本报讯** 近日,由中国食品(农产品)安全电商研究院、中央财经大学中国企业研究中心主办的2022中国农产品电商高层研讨会在线上举办。来自行业主管部门、高校、县域电商管理部门及产业企业的专家围绕疫情防控常态化背景下农产品电商的发展新路径展开了深入探讨,会上还发布了《2022中国农产品电商发展报告》(以下简称《报告》)。

数据显示,2021年我国农产品电商整体呈平稳有序发展态势。2021年我国农村网络零售达20500亿元,同比增长14.23%。2021年上半年,农村地区快递收投量就已经超过200亿件,每天有超过1亿个包裹在农村进出。2021年我国农产品物流额首次达到5万亿元,未来五年农村的快递包裹规

模将持续增长,“十四五”期间我国将构建日处理超10亿件、服务超10亿人的寄递网络,将是三倍于现在的规模。

“数字化转型与创新是2021年农产品电商发展的新热点,目前农产品电商新模式层出不穷,国企、县域电商、互联网平台都在持续发力模式创新。”中国食品(农产品)安全电商研究院院长、《报告》主创洪涛说。

如今,多样的创新型模式正在农产品电商领域里遍地开花。据了解,网库集团的“百家优品中国行”、国家城乡供应链创新应用示范企业的各类实践、平阳县域电商的数字化转型、一亩田的“灯塔行动”、惠农网数字农产品品牌模式、数字农产品“电商+保险”(如供销e家、棉花交易市

场、832平台),各类互联网平台旗下的社区团购、网络直播、“品牌+”等新模式都在过去一年中不断迭代。

“近几年,社区团购已成不少中高风险区居民物资保供的重要方式,未来也将呈现常态化趋势,会与其他业态创新常态发展下去。”洪涛说。《报告》也指出,社区团购从快速发展到行业深耕,从之前的扩大市场、吸引用户、拓展团长开始向内深耕,各平台开始往农产品上行、供应链优化、冷链物流和仓储建设、农村网点建设等方向积极发力。

当前农产品电商已成不少地区县域经济的新引擎。截至2021年9月,我国淘宝村达到7023个,淘宝镇达到1598个。对此,《报告》建议,未来县域电商服务中

心需顺应数字化趋势,转型为“数字乡村振兴的数字服务中心”,为数字乡村振兴提供各种各样的数字化的赋能服务。

未来我国农产品电商如何健康有序发展?农业农村部相关负责人表示,总体来说,农产品电商已从蓝海市场变为红海市场,从快速发展进入攻坚克难的关键时期。目前迫切需要转变政策思路,从注重电商销售转向优化、升级产业链、供应链,提升企业品牌、产品品牌,进一步夯实农产品电商持续健康发展的基础。

“在发展时必须绷紧规则这根弦,我们要倡导将竞争对手变成竞争伙伴”的新电商文化,避免同质化竞争,避免趋同投资,避免重复建设,形成中国特色的农产品电商发展模式。”洪涛说。(人民网)

## 网购平台与监管部门需“双向奔赴”

### 小作坊以“帮”为主以“管”为辅

近年来,尤其是新冠肺炎疫情发生以后,人们越来越倾向于网购,加上我国食品新业态越来越丰富,食品的销售重心逐渐转向线上,也伴生了很多乱象。据最高人民法院发布的《网络购物合同纠纷案件特点和趋势(2017.1—2020.6)》显示,在网络购物合同纠纷案件中,食品类纠纷占比达45.65%。

中国农业大学食品科学与营养工程学院副教授朱毅表示,近年来,社会上有“网购食品成纠纷食品”这一说法,原因来自供需双方,一方面,食品的生产门槛较低,容易出现安全问题;另一方面,食品是人们生活的刚需,消费者购买的频率高,因而“踩雷”的概率也很大。

有人将网购食品问题多发,归咎于一些人网食品经营者没有相关资质,而网络平台又没有进行严格监管。对此,中国法学会法治研究所副研究员刘金瑞表示,根据食品安全法,网络平台应当对入网食品经营者进行实名登记,明确其食品安全管理责任;依法应当取得许可证的,还应当审查其许可证。平台发现入网食品经营者有违反规定行为的,应当及时制止并立即报告所在地县级人民政府食品安全监督管理部门;发现严重违法行为的,应当立即停止提供网络交易平台服务。

至于入网食品经营者是否需要相关资质,视其所销售的食品类型而定。但这并不是网络食品质量参差不齐的理由。朱毅认为,目前这种小作坊式的生产能够解决很大一部分家庭的就业和收入问题;但从食品安全的角度来说,家庭小作坊生产的数量多了,就难以控制质量。对此,要以“帮”为主,以“管”为辅,本着帮扶的态度,提出最切实可行的办法,守住食品安全红线。

### 食安监管线上线下同步

据媒体调查,很多消费者网购时只能通过网页上的图片或文字来了解商品

随着以电商平台、新零售为代表的互联网经济的迅猛发展,民间传统手工小吃、博主秘制私房菜等各类自制食品在朋友圈、QQ群、微博、短视频平台上推广出售的案例已屡见不鲜。“纯绿色”“无添加”“全手工”“独家秘制”等字眼赚足了“吃货”们的眼球。然而,部分自制食品处于监管的灰色地带,满足消费者口腹之欲的同时,也带来了一系列食品安全问题。出现网购食品安全问题,网络平台应该承担怎样的责任,又该如何加强平台监管?

特性,收到食品后发现货不对版,导致与商家发生纠纷。

刘金瑞表示,就货不对版问题,国家在立法层面早就有所规制。消费者权益保护法规定,经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品,消费者有权自收到商品之日起七日内退货,且无须说明理由。消费者购买食品权益受损时,可按照食品安全法相关规定,向入网食品经营者或食品生产者要求赔偿。

刘金瑞说,网络平台在发展初期为了在激烈的竞争中生存下来,往往更加注重规模效应而忽视商家合规的要求,导致食品安全问题乱象丛生。从监管层面来说,目前存在一个误区,即“政府管平台,平台管商户”,这种管理理念存在片面性。线上销售食品出了问题,一定是线下出了问题。因此,在强调平台责任的同时,有关部门的线下监管不能缺位。从技术层面来说,在网络食品安全监管领域,数据治理的应用还不够。不管是电商法还是食品安全法,都要求网络平台要查验销售主体的资格资质,但由于食品行业监管数据库的建设、数据开放的程度远远不够,导致网络平台查验时没有依据,让资质造假行为有空可钻。因此,亟待建立

一个数据驱动型的协同治理平台,以社会共治的思路,实现数据的双向开放,进而形成治理合力。有关部门要贯彻社会共治理念,平台不仅是被监管方,也是社会共治的一股协同力量。线上线下的监管要同步进行。

朱毅表示,网络平台需要依法建立完善管理制度,包括收集和辨识法定要求的信息,建立纠纷调解、消费者权益保护等机制,及时向监管部门通报违法信息、配合执法检查等。如果平台没有履行法定的资质审查等义务,将受到相应惩戒。

### 消费者网购要留“3个心眼”

有关专家表示,消费者在购买网络食品时,应在三方面多加留意。

一是关注购买途径,有证更有保障。除特殊情况外,凡是没有取得营业执照、食品生产许可证或是食品经营许可证的,一律属于违法行为。

在选购网络自制食品时,应选择具有正规资质、成规模的网络交易平台,选择信誉良好的卖家,注意看其他消费者的评价,多关注跨度时间较长的“追加评价”;在网络店铺首页查询卖家是否公示营业执照及食品经营许可证的证件照片。询问发货地址,查看是否与证照上提供的地址一致,不要在信息不符的店铺购买食品。

二是转变消费观念,谨慎小心广告。不要过分追求定制造型和口感而私人订制,不要过度崇尚新鲜、健康、无添加。“无添加”并不代表食品安全可靠,合理合规使用食品添加剂会对食品品质起到促进作用,只要在国家相关标准规定的范围内就可放心食用。

三是增强法律意识,维护合法权益。根据食品安全法第一百三十一条,消费者通过网络食品交易第三方平台购买食品,其合法权益受到损害的,可以向入网食品经营者或者食品生产者要求赔偿。

因此,一旦出现消费纠纷,消费者应积极主动保护自身合法权益,可先自行与经营者协商解决,如无法达成和解,可拨打热线电话向市场监管部门投诉举报。

(中国食品工业杂志)

## “五一”生鲜电商整体订单增长

**本报讯** 张洁 “五一”期间,生鲜电商整体订单量增长。近日,笔者从盒马、叮咚买菜、美菜网等平台了解到,“五一”期间蔬果等民生商品和预制菜品类销量均有不同程度增长。其中,盒马预制菜销量环比上涨500%,叮咚买菜蔬果等民生商品和预制菜品类销量增长达3倍。

盒马相关负责人表示,今年“五一”假期更多用户选择线上下单,北京地区单量相比假期之前增长超过30%。预制菜销量环比上涨500%,宫保鸡丁、烤鱼、筋头巴脑等菜品热销。“袋拎烤串系列”同比增长近10倍,小龙虾实现超过3倍增长。叮咚买菜业绩整体增长为假期前的2倍多,蔬果等民生商品和预制菜品类销量增长达3倍。应季的“拳击虾”等销量环比增长近4倍,蔡长青等家常熟食销量超预期。

节日期间,水果品类增长明显。盒马方面介绍,平台水果品类同比增长近五成,销量前三是泰国金枕榴莲、大兴御瓜、进口金奇异果。海鲜也是“硬通货”,整体增长近一倍,鲜活皮皮虾、鲈鱼增长近一倍,海白虾增长超过五成。

盒马相关负责人介绍,针对北京地区延续取消堂食的政策,将根据需求增加预制菜品类,动态调整备货量。同时增加供给时令大分量海鲜套餐,现捞现炒的小龙虾桶、新鲜炸货,丰富市民选择。

从美菜网方面了解到,美菜开通了绿色便民通道,为方便家庭客户采购积极调整商品结构,上线小包蔬菜、米面粮油商品,并增加预制菜等速食产品供应。针对家庭实际需求,增加了料理包、冷冻蔬菜、火锅丸子等品类几十种产品,商品备货量较此前增长超10倍,全力保障市民和餐厅食材的供应和价格稳定。