

商务部：全国网络消费 总体实现稳定增长

本报讯 周嶝 近日，在商务部召开的例行新闻发布会上，有媒体提问：本轮疫情以来对电商消费有何影响？各地区出台的政策举措对促进消费又有何助益？

对此，商务部新闻发言人束珏婷表示，当前国内疫情对网络消费造成一定影响。为应对疫情影响、推动消费持续恢复，商务部积极出台政策举措，近期，商务部会同相关部门和单位共同指导开展了“第四届双品网购节暨非洲好物网购节”，多个地方也同期举办了别具特色、精彩纷呈的配套活动，有力促进了网络消费，呈现出不少

亮点。例如，部分知名品牌销售旺盛，市场份额稳步提升，一些地理标志产品受到追捧，非洲和金砖国家的咖啡、红酒、坚果等特色商品获得消费者青睐。根据商务大数据对重点电商平台监测，截至目前，全国网络消费总体实现稳定增长。

束珏婷表示，今年以来，各地在落实疫情防控要求前提下，结合本地实际，研究出台有针对性的促消费政策措施，实施一揽子纾困帮扶举措，举办一系列有当地特色的消费促进活动，对激发市场活力、促进消费恢复发展起到积极作用。比

如，广东省出台进一步促进消费若干措施，鼓励汽车、家电消费，活跃零售、餐饮等消费，吉林出台积极应对疫情影响促进消费回补和潜力释放若干措施，海南出台促进消费八条措施推动消费回升。

束珏婷表示，下一步，商务部将会同相关部门和各地方，统筹推进疫情防控和消费促进工作，全力落实好国务院出台的新一轮促消费举措，从提升传统消费能级、加快新型消费发展、优化消费平台载体等方面，继续加大工作力度，推动消费持续恢复和升级，更好发挥消费对经济循环的牵引带动作用。

抖音电商启动“商家 复产护航计划”

本报讯 5月15日，抖音电商启动“商家复产护航计划”，面向受疫情影响的商家，在政策扶持、平台活动、物流扶持、客服专线四个方面推出九项帮扶举措，保障消费者权益和体验，帮助商家恢复生产和经营热度，为百余城市商家复工复产“护航”，计划将覆盖上海、北京、武汉、长春、沈阳等全国百余县市区，并根据疫情变化及时调整。

对于经营地或发货地位于疫情影响地区，抖音电商将为符合相关条件的商家提供运费险补贴和极速收款权益支持，对开通巨量千川账户的相关商家提供补贴，帮助受困商家缩短账期、缓解资金压力。针对发货地或收货地在疫情影响地区的订单，抖音电商将主动延长相关订单发货时效，豁免揽收、发运的超时判罚，相关店铺的物流体验分将自动更新，无需商家报备。针对经营地或发货地位于疫情影响地区的新商家，抖音电商将提供减免企业认证费用、零粉丝挂购物车的福利。

受疫情等不可抗力影响，部分地区物流受限。今年3月起，抖音电商在赔付兜底、履约保障、价格承诺等方面提供服务，为商家履约和消费者购物提供物流运营保障。

在物流扶持方面，抖音电商将为相关城市的商家提供供应链云仓服务，保障商家仓配一体物流运营，同时提供物流费用补贴，提升商家经营效率。抖音电商已为商家开通客服专线，提供在线和热线双侧服务。

（《南方都市报》）

快手电商今年 将扶持超500个 标杆快品牌

本报讯 白金蕾 近日，在“2022快手电商引力大会”上，快手电商负责人笑古宣布，2022年将扶持500个以上的标杆快品牌，让1亿以上快手用户买到高体验性价比的好物。快品牌的三个特征是直播间和货品并重的，注重体验价格比，强私域和强复购。

在去年提出“三个大搞”基础上，笑古提出了大搞信任电商、大搞快品牌、大搞品牌和大搞服务商。他还发布了“新市井电商”的口号——“实在人、实在货、实在价”。

笑古解释称，大搞信任电商就是提升体验价格比，把体验做上来，把价格打下来；大搞快品牌是指扶持内容和货品并重的基于快手生态的新品牌；大搞服务商是指培养更多拥有流量营销、主播孵化、直播运营、服务履约、供应链等五项能力的服务商；大搞品牌则是快手将一如既往地支持品牌店铺运营。

笑古公布了2021年快手电商生态治理数据：2021年拦截疑似假冒伪劣商品发布超过6244万次，封禁违规主播、商家21万人次；直播带货举报率同比2020年下降8.96%，拦截约50万次历史违规用户开新店申请；平均每天有45万老铁在直播间参与平台电商治理。

疫情之下，商超及生鲜电商成为保供“先锋”，相关措施不断创新升级。最近一段时间以来，各企业积极探索推进集单模式，家乐福、盒马等已先后启动该模式，据了解，集单模式的供应销量明显提升。

一直以来，商超、生鲜电商持续根据市场需求升级保供措施，先后开展过推出保供套餐、重启社区团购、延长营业时间、增添临时货架、与物流企业联手等多项措施，全力保障民生物资供应。

从保供套餐到社区集单

商超、生鲜电商保供“战疫”在升级

多家企业启动集单模式

“您购买的社区集单产品已经到达小区，请您注意查收。”随着盒马、家乐福等上线社区集单服务，消费者在疫情期间购买商品又增加了一个新渠道。

家乐福社区集单服务产品包括菜肉蛋奶、米面粮油等民生单品以及调料、零食、电池等食品、生活用品。消费者可通过家乐福微信小程序社区集约单板块订购，集约单时间为当日凌晨0时到23时，下单后次日21时前送达社区门口。家乐福相关负责人介绍，社区集单板块是家乐福不断升级服务的体现，配合门店渠道、电商渠道，进一步完善了家乐福的渠道体系，为消费者提供了更便利的购买方式，供应效率得到了提高。

盒马也于近日启动预约集单配送服务为管辖区送菜。据了解，北京十里河、潘家园等临时管控区附近的多个小区，成为首批可以预约集单服务的小区。

盒马方面介绍，在临时管控区及周边小区的居民在盒马App下单后，由盒马配送车统一向小区指定地点运送生活物资，开展无接触配送服务。人员密度大、需求多的小区会被优先保障。盒马表示，会根据北京疫情防控形势对新增管控区域附近的门店进行服务调整。

集单实现配送效率提升

截至目前，盒马首批可以预约集单

服务小区的配送效率达到以往零散订单的5倍。“过去一趟送1—2单，现在采用集单模式一次最多送30多个订单，运送效率大大提高。在运力上，也会根据社区状态向临时管控小区倾斜。”据盒马北京十里河店配送员称，一辆车就能送一个小区的订单，在拣货、分装、消杀、打包等多个环节，服务能力和效率都实现了提升。

对于集单模式，中国商业联合会专家委员会委员、北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳与和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏在接受采访时均认为，集单模式可以减少运力压力，提高配送效率，消费者也可以降低采购成本。

文志宏称，过去社区团购的模式并没有采取集单的方式，在当前疫情防控背景下，集单模式是社区团购模式的一种强化或升级，“生鲜电商、超市等作为保供重要单位，保供措施要因地制宜。除了企业自身的努力之外，也需要与相关部门、社区等做好协同和配合。”

赖阳提到，企业应该关注并分析订单中的热门品类有哪些，对集单较多的产品提高备货量，也可以尝试对消费者进行引导，减少损耗，平稳价格，“还可以在最后一步帮助消费者做一些产品处理，比如，用企业的包装能力及技术切分产品并进行真空包装处理，方便消费者购买，也能减少损耗。”

保供措施持续升级

最近一段时间，商超及生鲜电商平台保供举措不断创新升级，满足消

费者更多需求。

在上海，各大生鲜电商平台的保供套餐、流动超市等轮番上场。4月7日，拼多多上线“48小时保供套餐”，助力解决上海疫情保供“最后100米”。4月20日盒马在上海启动“流动超市”，首批覆盖4家盒马X会员店周边10公里的部分小区，提供超1500种日常生活商品。在此期间，盒马还推出两项助老举措。

北京方面，各大生鲜电商平台备货量、运力持续提升。5月12日晚间，盒马北京43家门店陆续调整货架布局，增添临时货架，增加店面商品陈列面积。同时，盒马多方组织补充配送员队伍，临时增调百余辆大容量配送车，整体运力提高三成。叮咚买菜在增加整体备货量的同时，重启“次日达”预约模式，用户在站点饱和的情况下可以预约次日送达的服务。每日优鲜增加大仓发车频次，灵活调整重点门店的补货次数。

商超在持续保供的过程中也不断创新升级。北京本轮疫情以来，面对采购需求增加的情况，各大商超反应迅速，除持续加大备货量外，同时推出了一系列保供便民新举措。4月27日，物美、顺丰合作，用10辆顺丰配送车将各种民生商品从物美集团南皋物流中心运往物美北京各个门店，这是疫情期间商超企业与物流企业首次联手抗疫保供。5月13日，大润发、物美、永辉、山姆、麦德龙等超市门店延长营业，直至最后一位消费者离店，并增设晚间特殊购物通道，同时动态补货、持续补充运力，最大程度方便市民，保障北京“菜篮子”。

（张洁）