

首个跨境电商海外仓运营与管理服务标准实施

本报讯 “单未下，货先行”。随着跨境电商的蓬勃发展，海外仓因为具备清关快、配送快、周转快、服务快、成本低等比较优势，成为跨境电商的“出海利器”和企业拓展国际市场的新型外贸基础设施。目前，我国海外仓数量已超2000个，面积超1600万平方米。

与此同时，我国海外仓建设也存在主体多元分散、发展水平参差不齐以及本地化经营服务水平不高、短板和痛点，不同企业海外仓缺乏经营管理和规范等方面的标准规范，与客户、服务商和平台的兼容性差，运营效率普遍偏低，标准化规范化亟待提升。

4月20日，中国服务贸易协会、浙江省电子商务促进中心、广州市商务局、宁波市商务局、宁波跨境电商综试区及海外仓相关企业等共同起草编制的《跨境电子商务海外仓运营与管理服务规范》团体标准（以下简称“《标准》”）公布实施。

据悉，这是我国第一个针对跨境电商海外仓运营与管理服务的标准。《标准》的起草制定充分吸收了跨境电商海外仓企业、跨境电商物流服务商、跨境电商平台企业等业内有代表性的企业好的做法和意见建议。

本《标准》首次规定了跨境

电商海外仓企业的运营与服务管理范围、服务管理要求及服务管理规范等内容，对海外仓的关键概念、海外仓关键作业流程及规范等进行了厘定与明确，为企业海外仓建设提供了统一规范，有助于为企业海外仓建设和运营管理提供指导，提升海外仓经营与管理的标准化、规范化水平。

中国服务贸易协会常务副秘书长田国锋表示，《标准》发布后，协会还将组织相关机构、企业成立“《标准》应用联盟”，推进《标准》的应用与评价，不断提升海外仓行业发展水平。

浙江省电子商务促进中心主任陈巧艳认为，海外仓是跨境电商供应链、产业链、价值链提升优化和核心竞争力培育的重要内容，标准化建设对于推动我国海外仓由“点”到“线”延伸服务功能、由“线”到“面”网络化、平台化发展具有重要意义。

作为外贸大省，浙江早在2015年就率先在全国开展公共海外仓培育工作，目前已建设海外仓791个，总面积达950万平方米，分布于全球40多个国家和地区。

海外仓布点越来越密，浙江又将目光瞄准在信息化建设、智能化发展方面。去年8月，在商务部指导下，由浙江省

商务厅建设的海外智慧物流平台（海外仓服务在线）上线运营，吸引了全国数百个海外仓入驻，为外贸企业、跨境电商企业和海外仓企业搭建了一条高效、便捷、智能的“数字桥梁”，打破了建仓主体和用仓企业的信息孤岛，为外贸新业态新模式发展提供了基础支撑。

推动海外仓高质量发展，浙江再度先行。2021年5月，浙江率先在全国省级层面出台《推进海外仓高质量发展行动计划》，提出到“十四五”末，力争在全球设立海外仓总数超千个，努力打造促进外贸高质量发展的重要平台。日前，浙江省商务厅最新出台《浙江省对外贸易主体培育行动计划（2022—2025）》，其中，明确提出培育一批在信息化建设、智能化发展、多元化服务、本地化经营方面特色鲜明的代表性海外仓。

高质量发展海外仓、培育代表性海外仓，及时总结海外仓在运营与服务方面好的做法，从而面向行业进行复制推广，引导行业健康发展，促进外贸稳健有力，浙江将不断探索，引领出新，力求在海外仓标准化建设、高效率运营、本土化发展等方面，贡献更多“浙江经验”“浙江样本”。

（北方网）

今年北京直播电商成交额将达万亿

本报讯 曹政 小小的手机屏幕，网红身临其境地推荐，粉丝轻点屏幕就可以完成一单交易。未来，这样的直播电商将在北京提速发展。北京市经信局近日对外发布《北京市数字消费能级提升工作方案》（以下简称《方案》）。根据《方案》，本市将推动直播电商产业集聚升级，选取2到3个区打造高质量直播电商基地，今年将培育或引进10家龙头直播电商专业服务机构，直播电商成交额将达到1万亿元。

根据《方案》，本市鼓励直播电商平台创新发展，支持购物、餐饮、便民服务、文体体育、旅游出行、跨境电商等领域平台企业积极开展直播业务。“同时，发挥本市电子商务、数字商务示范企业示范引领作用，鼓励企业不断创新直播运营模式，丰富虚拟主播的应用场景，提高制播效率和智能化水平，进一步扩大线上销售规模。”市经信局相关负责人说。

按照计划，本市将选取2到3个区作为重点，依托产业联盟和协会组织开展直播电商基地试点建设工作，打造具备品牌聚集、主播孵化、机构入驻、活动落地、人才培养等功能的高质量直播电商基地。

引进优质直播电商服务机构方面，北京也将发挥头部直播电商平台集聚优势，加速培育引进优质MCN机构、数据营销服务商、品牌服务商、内容策划企业等专业服务机构；引导头部直播平台、品牌商、行业协会、职业院校与服务机构开展合作，丰富专业人才与品牌资源，提升相关机构在主播孵化、品牌塑造、流量运营、内容策划等方面服务能力。鼓励在基地建设、直播间搭建、运营管理等环节对MCN机构给予政策支持。

《方案》也提出，推进跨境直播电商创新发展，推动开展保税仓直播试点。本市将结合综合保税区高端消费品展示交易中心建设，规划满足直播需求的空间场所，支持电商直播平台企业入仓组织直播活动；积极组织符合条件的企业在海关特殊监管区拓展“网购保税+线下自提”业务，努力争取在本市内试点开展安全合规的电商直播即买即提业务新模式。

与此同时，北京也将营造多元直播电商产业生态，着力打造具有国际影响力的直播发布平台，鼓励平台设立首店首发直播专区；支持老字号品牌、新消费品牌开展直播带货、新品首发、首店入驻等特色直播活动，借助直播经济推广“北京品牌IP”，打造“人、货、场”全要素直播电商产业集聚生态。

《方案》提出，构建直播电商专业人才体系，将直播电商领域急需紧缺职业列入本市相关人力资源目录，引进一批具有行业引领力、影响力的直播电商专业人才，对符合条件的人才在引进落户、子女教育、证照办理等方面提供保障；支持职业院校与平台企业设置直播电商相关专业课程，鼓励培训机构、行业组织等多方资源联合开发直播电商培训项目。

同时，基于高精度空间计算、人工智能等核心技术，构建虚实融合的数字基础设施和视听应用场景，打造“AR试穿”“VR看房、买车、购物”等沉浸式体验数字生活消费新场景，不断完善视听全产业链布局。

《方案》也敲定了今年和2025年北京数字消费发展的目标。2022年，力争实现全市5G基站新增6000个，千兆光网用户新增10万户，信息内容消费实现收入超过3500亿元，直播电商成交额达到1万亿元，培育或引进10家龙头直播电商专业服务机构。到2025年，信息内容消费实现收入超过5000亿元，直播电商成交额翻一番，力争培育10个具有国际影响力的直播电商平台或直播电商企业，推出30个线上线下融合的直播示范场景，孵化40个网络直播新消费品牌。

生鲜电商行业火爆 食品安全监管要跟上

食品安全的维护仅从法律法规层面进行是远远不够的，生鲜产品安全不仅是食品公司、监管部门以及食品行业的责任，更是全社会的责任。

民以食为天，食以安为先，食品安全与人们的生活密切相关。近年来，随着线上和线下商超的迅速发展，消费者对生鲜产品的多样化需求增加。同时，生鲜电商的迅猛发展也给食品安全风险治理带来了新的挑战，例如冷链物流配送紊乱致使产品新鲜度不够、电商平台监管不力致使供给产品质量参差不齐、假冒伪劣产品横行等问题层出不穷。如何对生鲜电商的食品安全监管进行完善与优化，促进生鲜电商行业的健康稳定发展，进一步提升消费者信任是当下亟待解决的问题。

一是把好源头准入关。相关部门要完善生鲜产品入网准入门槛和准入制度，建立起生鲜

产品供应溯源体系，搭建好高效的网络信息交换平台，明晰管理主体和被管理主体的责任，做到各种生鲜产品从生产养殖、物流运输，再到供应配送的各个环节都有据可查。

二是把好市场准出关。生鲜电商企业要把质量安全放到生产经营的首位，严格落实好企业第一责任，把好生鲜产品生产、加工、流通等每一道关口，确保上市的每一件产品都安全放心。要建立全程标准化生产体系，规范生产流程，细化生产标准，严格对标生产，构筑好诚信经营的制度生态，真正生产最优质、经得起消费者检验的产品。

三是把好全程监管关。监管部门要强化生鲜电商产品从源头到餐桌的每一环节的食品安全监管，加大法治建设力度，强化对相关犯罪活动的打击力度，提升食品安全标准，推进生鲜食品安全监测、监管常态化，

以日常检查、不定期巡查、随机抽检、定期通报等监管制度为重点，进一步督促生鲜电商平台对其供应商、配送商进行严格选择，强化内部食品安全检验检测体系。要建立生鲜电商企业黑名单制度、召回责任保险机制，对有产品安全问题的企业予以取消经营资格、公开曝光、增加罚金等处罚，全面营造诚信、公平、透明的食品安全环境。

四是把好消费者安全消费关。要充分利用好网络媒体平台的传播功能，开展食品安全教育，提高消费者食品安全信息的识别能力。要积极为消费者提供参与社会监督的渠道，畅通消费者线索举报通道，不断加大官民执法协作，更加有效打击违法、违规行为。要重视消费者权益保护工作，依托12315平台，积极引导消费者在线解决消费纠纷，降低消费维权成本。

（胡雅茹 刘意）