

“832平台”累计交易 农副产品突破300亿元

据新华社消息 日前从中国供销集团了解到,截至今年10月31日,脱贫地区农副产品网络销售平台(“832平台”)累计销售额突破300亿元,累计入驻供应商1.7万家,在售商品22.4万款,注册采购单位超61万家,助推832个脱贫县的近300万农户巩固脱贫成果。

中国供销电子商务有限公司董事长刘国生介绍,“832平台”以高质量发展为主线,全面提升运营水平,积极推进供应商管理、商品价格与质量管控、服务水平和能力管理等一系列强有力举措,各项工作取得积极成效。下一步,将推进“832平台”为巩固拓展脱贫攻坚成果、全面推进乡村振兴作出新的更大贡献。

据了解,在产业帮扶上,“832平台”加强产销对接,激发乡村产业发展的内生动力,带动当地优势特色产业发展,积极推进“平台+政府”“平台+政府+企业”等产业帮扶模式。在仓配服务上,“832平台”在832个脱贫县以及预算单位较为集中的直辖市或省会城市,设立产(销)地仓。截至目前,累计建设运营产(销)地仓53家,仓储面积近30万平方米,服务供应商700余家。

“832平台”是在财政部、农业农村部、国家乡村振兴局、中华全国供销合作总社四部门指导下,由中国供销电子商务有限公司建设和运营的脱贫地区农副产品网络销售平台。2020年1月1日上线运行以来,一直秉持帮扶属性、公益属性。

跨境电商进口或成 中国消费升级新路径

本报讯 李晓喻 中国贸促会研究院近日发布报告称,跨境电商进口成为中国消费升级新路径。

这份《2022年中国电子商务发展趋势报告:电子商务在经济高质量发展中的重要作用》认为,2022年中国电商行业呈现两大新趋势。一是以直播电商为代表的新模式迭代加速,通过直播电商购买商品已逐渐成为消费者“常态化”的购物方式。二是数字技术成为消费升级的全新驱动力。

报告显示,2022年上半年,只在传统电商平台消费的用户占网购用户的比例为27.3%,通过短视频直播进行网购消费的用户比例则高达49.7%。2021年5月至2022年4月,抖音平台每月有超900万场直播,售出超过100亿件商品,交易总额同比增长2.2倍。

报告称,今年以来,跨境电商高速发展,为中国稳外贸作出重要贡献。据官方数据,今年上半年跨境电商进出口交易额同比增长28.6%。同时,跨境电商进口成为中国消费升级新路径,也是中国消费者“全球购”的重要渠道。例如,2022年京东“双11”预售首日,京东国际预售成交额同比增长178%。

报告认为,在中国居民消费升级过程中,模仿式、排浪式消费逐渐淡出,个性化和多样化渐成主流,跨境电子商务非中心化和全球性特性,可以满足消费者追求个性化的需要。

11月11日,中国贸促会研究院发布了《2022年中国电子商务发展趋势报告:电子商务在经济高质量发展中的重要作用》(以下简称《报告》)。《报告》显示,以直播电商为代表的新模式迭代加速,我国电商直播用户规模为4.69亿,较2020年增长2.04亿。今年以来,电子商务凭借独特优势在防疫保供、激发消费潜力等方面发挥重要作用。

我国电商直播用户规模 两年增长2.04亿

电商直播用户两年增长2.04亿

《报告》认为,2022年中国电子商务行业呈现两大新趋势。一是以直播电商为代表的新模式迭代加速。截至2022年6月,我国电商直播用户规模为4.69亿,较2020年3月增长2.04亿,占网民整体的44.6%;2022年上半年,只在传统电商平台消费的用户占网购用户的比例为27.3%,通过短视频直播进行网购消费的用户比例则高达49.7%。2021年5月至2022年4月,抖音平台每月有超900万场直播,售出超过100亿件商品,交易总额同比增长

2.2倍;截至2022年3月,淘宝直播累计观看人次已经超过500亿。

二是数字技术成为消费升级的全新驱动力。一方面,数字技术催生了消费新业态新模式。新一代信息技术的升级发展,催生新消费场景,带来新消费体验。例如,年轻人喜爱的“云逛街”“云音乐会”等应运而生。另一方面,数字技术推动消费结构优化升级。数字技术赋能工业生产环节,更好地满足了消费者多元化、个性化、定制化的消费需求。

上半年进口商品SKU 同比增51%

电子商务的重要作用还体现在跨境电商在政策支持下成为稳外贸、促消费重要抓手。2022年,面对复杂严峻的国内外形势和多重超预期因素冲击,跨境电商凭借线上交易、非接触式交货、交易链条短等优势在稳外贸过程中发挥了重要作用。一方面,跨境电商呈高速发展态势,为稳外贸做出重要贡献。商务部发布数据显示,2022年我国跨境电商保持平稳较快增长,上半年跨境电商进出口交易额同比增长28.6%;海关总署表示,今年1月至8月,跨境电商B2B直接出口和跨境电商出口海外仓贸易增长迅速;浙江、江西等地海关公布的数据也显示,前三季度通过海关跨境电商管理平台进出口额增长迅速。

另一方面,跨境电商进口成为消费升级新路径。跨境电商已成为消费者全球购重要渠道,在中国居民消费升级过程中,模仿式、排浪式消费逐渐淡出,个性化和多样化渐成主流,跨境电子商务非中心化和全球性特性可以满足消费者追求个性化的需要。京东数据显示,2022年上半年进口品牌商品SKU数量同比增长51%,2022年京东双11预售首日,京东国际预售成交额同比增长178%。(白波)

电商成拉动消费和防疫保供重要力量

《报告》认为,在复杂严峻的国内外形势和多重超预期因素冲击背景下,我国科学统筹疫情防控和经济社会发展,国民经济顶住压力持续恢复,三季度经济恢复向好,经济韧性持续显现。电子商务在其中发挥重要作用,具体表现在三个方面。

一是电子商务成为拉动消费和防疫保供的重要力量。电子商务无接触、线上化的独特优势契合了统筹疫情防控与经济社会发展的要求,在防疫保供、激发消费潜力等方面发挥了重要作用。在拉动消费方面,2022年1月至9月,实物商品网上零售额82374亿元,增长6.1%,远高于同期社会消费品零售总额增速(0.7%);从月度数据看,今年以来实物商品网上零售额月度增速均远高于社零总额,

在社零总额负增长的3月至5月,实物商品网上零售额仍保持了较高的增长速度;1月至9月,实物商品网上零售额占社零总额的比重为25.7%,比2021年同期高出2.1个百分点。中国电子商务在网络零售市场、网购人数、数字化快递业务以及移动支付规模方面稳居世界第一位。

在防疫保供方面,今年以来,在各级政府支持下,电商企业努力扩大货源,畅通配送渠道,稳定物资价格,有力保障了防疫物资和生活必需品供应,为防疫物资保供做出了重要贡献。2022年1月至9月,在实物商品网上零售额中,吃类、穿类、用类商品分别增长15.6%、4.7%、5.2%,食品等必需品网购消费表现突出,有力保障了居民日常必需品供应。

在线办公用户规模网民整体43.8%

消费场景创新助推服务业转型是电子商务的第二个重要作用。受疫情影响,线下服务消费面临多种因素的制约,线上服务消费的重要性日益显现。新一代信息技术与服务业深度融合,“互联网+”激发服务业新动能,打破了服务消费供需双方在时空上的限制,丰富了服务消费场景,改善了服务消费体验,推动线上服务消费供给更多样更充足,使服务消费市场增长潜力加速释放。

在线办公方面,截至2022年6

月,我国在线办公用户规模达4.61亿,占网民整体的43.8%。截至2022年3月,在线办公平台“钉钉”已经服务超过2100万个机构用户,腾讯会议注册用户超3亿,月活跃用户数突破1亿。

在线医疗方面,我国在线医疗用户规模达3亿,占网民整体的28.5%。大型互联网医疗平台在提供医疗、药品服务的基础上,进一步拓展数字化健康管理,推动医生服务等相关领域创新。

