

跨境电商保持快速增长势头

5年增长近10倍

本报讯 4月23日,在国务院新闻办举行的推动外贸稳规模优结构有关情况国务院政策例行吹风会上,商务部对外贸易司司长李兴乾表示,疫情这三年,一个重要的变化,就是全球越来越多的消费者习惯了在线购物,大家通过跨境电商平台,足不出户就可以买遍全球。目前,世界各国都在大力发展跨境电商,根据世贸组织的报告,到2026年之前,全球B2C跨境电商将保持27%的增速。最近几年,我们国家的跨境电商保持了快速发展势头,5年增长了将近10倍。今年一季度,仍然继续保持高速增长势头。

跨境电商是正在成长的外贸增长点。他表示,围绕跨境电商的发展,将做这样四个方面工作:

第一,发展“跨境电商+产业带”。依托我国165个跨境电商综试区,结合各地的产业禀赋和区位优势,推动更多地方特色产品更好地进入国际市场,也就是

商务部在做好面向消费者的B2C业务的同时,还要大力支持我们的传统外贸企业,通过跨境电商拓展销售渠道,培育品牌,壮大贸易规模,特别是壮大面向企业的B2B贸易规模和服务能力。

第二,建好线上综合服务平台。最近几年,各个综试区都在积极推进线上综合服务平台建设,理念就是“让企业少跑腿,让数据多跑路”。还要支持指导这些跨境电商综试区,进一步优化服务平台功能,引导海外仓企业对接线上综服平台。商务部力争把通关、税收、金融、海外仓储功能集成于一体,实现“一点接入、一站式”综合服务,使这样一项便利的集成服务能够惠及所有跨境电商企业。

第三,完善考核评估,促优扶强。根据国务院要求,2021年起,商务部会同各相关部门开展综试区考核评估,今年商务部将继续结合跨境电商发展新特点,

优化调整评估指标,通过评估,引导综试区优化发展环境,提升创新水平,加快培育一批骨干企业,让优秀的企业能够更好更快成长起来,从而提升国际竞争力。目前,商务部也正在着手筹备跨境电商综试区工作推进会,交流各地经验,共享推广有效做法,从而更好地发挥优秀综试区的示范引领作用。

第四,引导合规经营,防控风险。积极配合国家知识产权局,加快出台跨境电商知识产权保护指南,帮助跨境电商企业了解目标市场知识产权情况。在跨境电商领域,要模范保护知识产权,杜绝假冒伪劣产品,要让中国跨境电商平台与企业成为“真、优、美”产品的大本营。同时,让跨境电商平台、跨境电商企业成为快时尚消费的代言人,从而吸引更多消费者特别是年轻消费者,充分保护全球消费者的合法权益。

(澎湃新闻)

评论

扎实推进跨境电商创新发展

当前,跨境电商正在成为我国外贸的增长点。特别是在当前全球经贸形势变得更加严峻,跨境电商以模式新、应变快、成本低等特点,成为推动我国外贸稳规模优结构的一种重要方式。

国际经贸往来是推动经济全球化持续向前的正能量,是维护全球产业链供应链安全的稳定器。与传统贸易方式相比,跨境电商依托互联网,突破了时间、空间限制,既让国外采购商足不出户完成在中国的采购,也让中国供应商免去舟车劳顿把货卖到全球各地。特别是疫情期间,国际市场发生的一个重要新变化,就是越来越多的消费者习惯了在线购物。人在家中坐、享受全球购,跨境电商顺势加快发展。世贸组织的报告预测,到2026年之前,全球B2C跨境电商将保持27%的增速。近几年,我国跨境电商呈现蓬勃发展势头。2022年,我国跨境电商进出口规模达到2.1万亿元,比两年前增长30.2%。

推动跨境电商不断提质升级,要让“跨境电商+产业带”发挥一加一大于二的优势。至2022年底,我国已分7批先后设

立165个跨境电商综试区,各综试区相关企业约20万家。从覆盖面看,这些综试区覆盖我国31个省区市;从布局看,沿边沿海城市和内陆枢纽城市、外贸优势城市和产业特色城市构建丰富梯度。结合各地产业禀赋和区位优势,依托165个跨境电商综试区,“跨境电商+产业带”可以发挥乘数效应,帮助更多地方特色产品更好地进入国际市场。在做好面向消费者的B2C业务的同时,综试区也发挥制度创新、管理创新、服务创新和协同发展的优势,支持传统外贸企业通过跨境电商拓展销售渠道、加强品牌培育,助力面向企业的B2B贸易规模不断壮大。

推动跨境电商不断提质升级,要让数字化为跨境电子商务全链路赋能。借助数字技术,整合生产商、供应商、零售商、消费者、物流、金融等各相关方,以全链路跨境贸易平台为依托,一个包括跨境商品流通、与之关联的如支付结算等配套服务、通关退税等综合服务、数据化智能化监管体系等在内的生态系统逐步构建。商务部的数据显示,跨境电商综试区积极推进线上综合服务

平台建设为超过6万家跨境电商企业服务。下一步,有关部门不断优化平台功能,功能集成的数字化服务将赋能更多跨境电商企业创新发展。

2021年7月,国务院办公厅印发《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》,明确提出扎实推进跨境电商综试区建设。交流有益经验、共享有效做法,随着“试验田”规模逐渐扩大,各地推动高水平对外开放被注入更多动能。无论是结合跨境电商发展新特点调整评估指标,引导综试区不断优化发展环境,还是围绕跨境电商模式特点推动创新承保模式,加大出口信保的支持力度,抑或是商务部积极配合国家知识产权局将加快出台跨境电商知识产权保护指南,以更好帮助跨境电商企业了解目标市场知识产权情况……各有关部门正协同推动跨境电商奋楫向前。

作为外贸发展的新动能、转型升级的新渠道和高质量发展的新抓手,跨境电商持续、快速、健康发展,定将推动我国加快从贸易大国迈向贸易强国。

(人民网)

从促销场到内容场 直播电商成国货品牌“助燃器”

本报讯 孙奇茹 在近日举行的“直播新经济·消费新浪潮——直播经济助力新消费高质量发展研讨会”上,李佳琦直播间运营方、美腕副总经理徐成雄透露,去年有超过1600个过国货品牌出现在李佳琦直播间,整个国货产品销售超过2亿件。

从美妆、食品、到服装和3C数码,每个品类都有很多优秀的国货品牌不断崛起。这些数字背后既有国内消费者对中国制造信任、对中国文化的自信,也有国货品牌不断提升自身实力的努力。

据了解,除了李佳琦这样的超级头部主播,扶持腰部主播也成为直播电商公司提升长期竞争力的重要做法。以美腕为例,其近两年陆续推出了《李佳琦小课堂》《所有女生的OFFER》等内容栏目,目前正在拍摄综艺《所有女生的主播》,尝试借助头部主播影响力及内容创新,打造更多的腰部主播IP。

易观分析电商行业总监陈涛认为,新消费时代下,直播电商已成为消费品牌建设中的标配。直播会成为消费者购物的主要方式之一,并体现在消费的交易

易、选择和决策多个环节。“今后消费者在对商品进行选购时,有很大可能性参考的主要对象就是各类型的直播间,直播间也将在很大程度上替代搜索引擎、导购平台的功能和作用。”

在国产美妆品牌欧诗漫生物股份有限公司总裁沈伟良看来,头部直播团队已经从单一的卖货渠道升级为品牌提供用户洞察,助力品牌升级和产品创新的“助燃器”。据其介绍,欧诗漫与美腕共创的“珍白因水乳”,在前期通过《所有女生的offer》栏目中创始人“珍珠爷爷”与李佳琦对话,此后在李佳琦直播间首发,配合实现了5分钟20万件售罄的成绩。

国产底妆品牌blankme电商负责人陈涛认为,基于用户的流动和变化,品牌需要提升直播电商跨平台经营能力,针对不同平台的用户调性,打造差异化直播内容方案,避免品牌跨平台经营中陷入直播促销“内卷”的怪圈。要从直播“促销场”升级为直播“内容场”,将消费者注意力从性价比层面逐步迁移,面向品牌核心人群寻找适配内容组合场景。

加快数字化转型升级 “新电商”带来新体验

本报讯 栗翹楚 电子商务是数字经济和实体经济的重要组成部分,更是推动国民经济和社会发展的重要力量。数据显示,2022年中国网上零售额13.79万亿元,同比增长4%。其中,中国网络零售市场重点监测电商平台累计直播场次超1.2亿场,累计观看超1.1万亿人次,直播商品超9500万个,活跃主播近110万人,电商新业态新模式活力显现。

电商新模式不仅能激发出新的消费需求,而且能够快速准确地反馈给上游生产主体,促进上游按需生产、优化供给,使制造业呈现出柔性化、个性化、定制式的发展趋势,这样能进一步提高供给与需求的适配性,实现消费需求和供给在更高层次上的动态平衡。

近年来,在政策助力和需求端刺激下,医药电商作为医药零售的新入口跑出“加速度”。日前,修正集团主要负责人赴深圳与腾讯公司围绕数字平台的合作事宜进行座谈。

座谈会围绕“数字营销工具矩阵赋能电商业务发展”主题。修正集团相关业

务负责人表示,自“修正健康商城”App上线以来,通过微信公众号、视频号和抖音号等多媒体流量渠道吸引粉丝用户,同时加大宣传力度,商城用户持续增长,发展势头迅猛。

数字经济时代,数字技术的突破式发展催生电子商务模式业态不断创新,电商成为赋能企业转型升级、促进数字经济与实体经济加速融合的关键力量。

2021年,商务部、中央网信办、国家发展改革委三部委印发了《“十四五”电子商务发展规划》(简称《规划》),《规划》提出,到2025年,全国电子商务交易额预期目标46万亿元,中国网上零售额预期目标17万亿元,跨境电子商务交易额预期目标2.5万亿元。

修正集团相关负责人表示,以数字化引领企业增长是当前社会经济和科技发展的热点,集团正加速自身电商业务迈向数字化、智能化、规模化,以优质服务作为切入点,打造服务差异化竞争,打开快速上升通道,以数字化开辟企业新的经济增长点。

