

县域经济搭上电商“快车” 助力乡村振兴实现高质量发展

本报讯 乔雪峰 近日,位于河南省镇平县侯集镇的长彦观赏鱼养殖基地内车水马龙,各种名贵品种的锦鲤让远道而来的顾客惊喜不已。

家家有鱼塘、户户养锦鲤,在这里,小锦鲤“坐上”电商“快车”实现了“进城”的梦想,美丽的锦鲤“游”出了脱贫奔小康的大产业。

这是当前我国农村特色产业借助电商“快车”走向全国的一个缩影。记者从国家邮政局获悉,近年来,国家邮政局持续加强农村寄递物流体系建设,进一步畅通工业品下乡进村和农产品进城渠道,“快递进村”工程取得了显著成效。2022年,我国累计建成了990个县级寄递公共配送中心、27.8万个村级快递服务站点,全国95%的建制村实现快递服务覆盖。广泛培育快递服务现代农业项目,2022年业务量超千万件金牌项目117个,有力服务乡村振兴。

在河南省洛阳市新安县五头镇、西工区红山樱桃社区,大大小小的樱桃交易市场人流如织,果农们娴熟地向来往游客介绍自家樱桃的品种和价格。一座座快递帐篷鳞次栉比,一粒粒樱桃在快递员手上打包寄出,满山红遍的五头镇樱桃沟成了游客新的“打卡点”。

樱桃市场的繁荣离不开寄递服务的支撑。近日,河南省洛阳出台《洛阳市发展直播电商行动计划(2023—2025年)》,鼓励直播电商企业在洛布局建设区域中心仓、分拨仓、前置仓,提升电商物流配送效率,支持电商企业根据市场

状况、产品特点建设智慧云仓、共享仓,实现“乡村集货、云仓集单、数据互通、统仓共配”,着力打造线上经济新的增长点。

近年来,洛阳市邮政管理局深入推动快递进村,着力打通快递进村堵点,提升快递进村质量,为特色农产品上行打开销路。

今年3月份,四川省宜宾市发改委印发了《关于推动生活性服务业补短板水平提高人民生活品质的行动方案》,强调支持电子商务与快递物流协同发展,加快贯通县乡村三级电子商务服务体系和寄递物流体系,大力推进电商、快递进农村,深入开展城乡高效配送试点,优化末端配送网点布局。

在山东省冠县万善乡西北召村的杨树林里,杨树林下一颗颗赤松茸肥嫩饱满,长势喜人。村民们忙着对赤松茸进行采摘、分拣、装箱,通过便捷的农村物流运往全国各地。

通过种植赤松茸,盘活丰富的林下资源,万善乡实现了资源共享、协调发展的生态农业模式,为乡村振兴、产业兴旺打下坚实基础,实现村集体增收、巩固脱贫攻坚成果。

国家邮政局新闻发言人、政策法规司司长曾军山表示,“快递进村”是邮政快递行业的重点工作之一,随着快递网络不断下沉,加上农特产品寄递需求旺盛,一季度农村快递揽投量同比增长均高于全国快递业务增速。

快递进农村,不仅仅是电商平台商

品寄进来、农特产品走出去,还能让大学毕业生、在外务工、创业、经商等人才“回家”创业,全方位推进县域经济发展提质升级,为谱写新时代乡村全面振兴谱写新篇章。

在山东省聊城东昌府区侯营镇老鸦陈村,“95后”返乡大学生王丽正在将一筐筐红彤彤的草莓从地里搬上车,准备通过快递发往全国各地。

王丽2022年辞去工作后,回到家乡承包了村内6个闲置大棚,开始种植草莓。在带动周边100余名群众就业增收的同时,她自己也收获了年产值40万元的收入,还带给村里11万元稳定的大棚租金。

“今年将注重突出县域作用,积极推进农村电商快递协同发展示范创建活动。”曾军山指出,国家邮政局通过研究部署未来三年农村快递服务体系建设工作,聚焦做好“土特产”文章,扩大快递服务现代农业覆盖面和规模,持续推进邮政快递服务现代农业项目,推进农村快递高质量发展。

电商赋能产业转型升级,为村民带来更多实惠,让乡村发展的更加和美。据了解,国家邮政局已印发《2023年邮政业服务乡村振兴工作要点》,后续将持续加大服务乡村振兴工作力度。

当前,我国每天有1亿多件快递包裹在农村地区流动,随着农村寄递物流体系的加快建设和快递进村覆盖率的持续提升,县域经济发展搭上电商“快车”,助力乡村振兴实现高质量发展。

2023北京直播 电商购物节启动

本报讯 5月20日,为期一个月的“2023北京直播电商购物节”正式启动。购物节将重点围绕“人货场”等直播电商要素,分阶段组织开展线上直播促销、线下专题展销、特色直播场景打卡推荐、企业主播大赛、直播电商论坛、商家对接及品牌选品会等系列主题活动。

本次活动由北京市商务局主办、北京电子商务协会承办。启动仪式上,北京市商务局副局长郭文杰为潘家园、菜百、小米、华熙等首批13家北京市特色直播电商基地授牌,涵盖多个北京市优势特色产业。

郭文杰表示,各直播基地要充分发挥产业集聚和示范带动作用,推进全市直播电商高质量发展,服务带动更多北京特色品牌和产品“出圈”,助力北京消费提质升级。

活动现场,北京市对外贸易学校发布直播电商人才培养计划;电商主播大赛也于当日同期开启,将培育遴选一批具有成长潜质的电商主播,助力人、货、场精准匹配,助推直播电商新经济发展。

本次直播购物节首场线下专题活动——“520直播嗨购节”于5月20日至21日在朗园station同步启动。活动期间还将同步举办“京东乡村振兴政策解读暨项目对接会”“选品对接交流会”等会议活动。(中新网)

2023中国(山东)跨境 电商交易博览会举行

本报讯 近日,第二届“中国(山东)跨境电商交易博览会”在烟台黄渤海新区八角湾国际会展中心拉开帷幕,大会充分整合跨境电商行业资源,推动供应链上下游衔接。

本届跨交会以“选品山东·e通全球”为主题,共设置跨境电商平台与服务商馆、新业态与烟台选品馆、山东特色产业带馆及进口展区等4个展馆12个展区,邀请300余家跨境电商平台、服务商,500余家优质供货企业参展,首日观展人次破万。展会同期举办巡展、高端峰会、专业论坛等30余场活动,届时跨境行业各路大咖、资深卖家也将齐聚一堂,为参展嘉宾解读行业新趋势,分享电商平台、独立站的建站、运营经验。

作为“省级跨境电商产业园区”,黄渤海新区以“潮起黄渤海·出海正当时”为主题,重点展示新区跨境电商产业优势和重点跨境电商项目情况,描绘了一幅自贸综保融合发展的美好画卷。现场观展者络绎不绝,开拓客户、经验分享、产品推介声浪不断。

为把握行业企业集聚良机,区自贸局于5月20日举行实地考察活动,组织各重点参展平台、跨境电商企业和物流企业,赴日本、韩国中小企业产业基地,以及港发跨境电商直播基地、京东保税中心仓等,实地考察新区跨境电商投资环境。

黄渤海新区将以此次大会为契机,继续深入推进跨境电商“四个一”体系,充分发挥战略叠加优势,积极推动“1210”保税模式发展,不断丰富本地仓跨境商品种类,进一步提升区域对外经济探索新航向、开创新未来。

(烟台新闻网)

本报讯 焦浩 今年的“6·18”年中大促即将正式开启,从多家电商平台近期举行的“6·18”启动会上了解到,今年有关平台将对商家和消费者投入巨额流量和消费补贴,以好价好物、低价好物为重点,通过多种玩法为“6·18”大促营造氛围,助力消费持续回暖。

2023快手电商引力大会日前在上海举行,当快手电商产品负责人叶恒在演讲中放出一张平台今年的营销日历图时,笔者看到,会场里数百位参会的商家纷纷拿出手机拍照记录。在这张图片里,“6·18”购物节被提亮标注,而这也是商家们此次来参会的重点关注事项。

蕉下电商渠道总监景战说:“在快手‘6·18’期间我们会做比较密集的宣传和前置种草,在整体的经营目标上面,希望是在去年的基础上能够实现翻一倍的增长。”

追觅新媒体电商总监王菲表示:“大促最后拼的是价格、是产品力。‘6·18’作为我们产品以及品牌半年的考卷,在这个时候我们从各个渠道都会发力。”

每一次大促都是电商平台流量最活跃也是投入最大的节点,叶恒说,今年“6·18”期间将推出直播间大牌大补、商品预售、直播间消费金等玩法,对商家投入激励量级创新高的平台流量补贴。“整个‘6·18’期间快手电商将会拿出百亿的流量扶持和超过10亿的商品补贴,帮助各类型、各层级的经营者实现营销爆发。”

在杭州举行的2023淘宝天猫“6·18”



商家大会上,淘宝天猫“6·18”总负责人暮珊也表示,今年“6·18”是平台历史上最大投入的一届,全周期预计实现超600亿流量曝光,为商家引来海量顾客。“今年我们会以‘价格力’作为最基础的原则,把最好的流量给到低价的货品。而且我们会做淘宝好价节,还有聚划算直降和天天特卖这样的营销频道,把货品非常丰富地呈现在消费者的面前。”

在南京举行的苏宁易购“6·18”大促启动会上,苏宁易购“6·18”线上营销负责人何刚说,今年将重点从商品、价格、服务

上发力,为消费者提供“三好”体验。“其中‘好商品’针对的是更喜欢尝试潮流新品的90后、00后消费者。”

拼价格、拼好物,成为电商平台今年备战“6·18期中考”的关键词。商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇认为,各平台不约而同把低价好物、好价好物作为卖点,是基于对消费者需求的洞察和应对市场竞争的一种策略。“消费者有更多选择的余地。平台在强调好价好物、低价好物的同时,也应该确保产品的品质和真实性,避免虚假宣传和质量问题。”

除了在商品供给端发力,升级内容玩法也成为各电商平台的关键一招。快手方面将优质内容作为指标之一向经营者倾斜资源,淘宝天猫将打造好看好逛的短视频和直播作为“6·18”内容赛道的重点。中央财经大学数字经济融合创新发展中心主任陈端表示,在直播电商快速发展的背景之下,平台和商家更加注重通过丰富多元的内容吸引潜在消费者,挖掘消费市场新增量。

“今年我们看到各平台围绕整个电商未来内容化、圈层化的升级态势。一方面是面向商家做更多的流量赋能、数据赋能、技术赋能;另一方面就是面向消费者升级购物场景,通过内容化拉近跟消费者之间的场景亲和力、心理亲和力,来带动流量更好的商业化变现。”陈端表示。