

我国跨境电商年进出口规模首次突破2万亿元

据新华社消息 近日,在第40届中国·廊坊国际经济贸易洽谈会国际跨境电商发展论坛上,海关总署介绍2022年我国跨境电商进出口情况时说,我国跨境电商进出口规模首次突破2万亿元人民币,达到2.1万亿元人民币,比2021年增长7.1%,跨境电商为我国外贸发展注入新动能。

海关总署新闻发言人、统计分析司司长吕大良介绍说,近年来,我国跨境电商快速发展,在“买全球、卖全球”方

面的优势和潜力持续释放,全球越来越多的消费者享受到跨境电商带来的更多选择和便利。

据我国海关统计,2022年,我国跨境电商进出口规模占全国货物贸易进出口总值的4.9%,占比与2021年基本持平。其中,出口1.53万亿元,增长10.1%,占全国出口总值的6.4%;进口5278亿元,下降0.8%,占全国进口总值的2.9%。

我国跨境电商出口目的地中,美国

市场占34.3%,英国占6.5%;进口来源地中,日本占中国跨境电商进口总额的21.7%,美国占17.9%。出口商品中,消费品占92.8%,其中服饰鞋包占33.1%、手机等电子产品占17.1%;进口商品中,消费品占98.3%,其中美妆及洗护用品占28.4%、食品生鲜占14.7%。

“今年以来,跨境电商继续保持增长势头。海关对企业调查显示,超七成企业对2023年跨境电商进出口预期平稳或增长。”吕大良说。

打通农产品消费“最后一公里”

“9·23国际农产品直播电商系列活动”正式启动

本报讯 为了打通农产品消费的“最后一公里”,政府引导、政策扶持、各方出力已成为推动助农直播的“妙方”。

在此背景下,6月19日,以“直播电商,让乡村更富有”为主题的中国财富·农业品牌计划“9·23国际农产品直播电商系列活动”在宁夏固原市拉开帷幕。

在开幕式上,固原市委常委、市人民政府副市长陈阳致辞表示,此次系列活动首站落地固原,能更好发挥电子商务联动四方、畅销产品的作用,进一步提高固原农特产品知名度,促进固原特色优质农产品成为网红产品,为全面推进乡村振兴增添新的动力。

陈阳指出,近年来,固原市坚持把电子商务作为特色产业转型升级、加快促进农民增收的重要抓手,积极为地标农产品搭建产销对接平台,固原胡麻油、彭阳红梅杏等一批最具代表性的地理标志保护产品已上线触网,惊艳亮相各大直播平台。

项目联合发起单位代表、中国财富网全媒产品中心总监张月致辞表示,品牌是质量的象征,是信誉的凝结,大力推进品牌强农战略不仅是新时代农业高质量发展的必然选择,更是满足人民美好生活的重要举措。

张月介绍,在过去的2022年,中国财富网正式启动了“中国财富·农业品牌计划”,农业品牌频道同步上线,为传播好乡村振兴故事、创新三农领域服务等搭建了新平台。中国财富网紧紧围绕新农人、新农产品、新农旅,以助农融资为驱动,以农业品牌频道为依托,聚焦乡村“专精特新”产业发展,追踪市场热点,打造品牌成长典型案例,展现新时代乡村产业新面貌。

“9·23国际农产品直播电商系列活动”组委会主任王晶晶表示,系列活动采取“直播电商+展销展会+发展大会”模式,以传统销售与新兴直播带货相结合,让传统农作物“触电”蜕变,有利于闯出一条致富新路。

“9·23国际农产品直播电商系列活动”电商运营中心主任周仁峰致辞表示,“9·23”国际农产品直播电商行动平台,是目前全国极具规模、极具黏性、极具未来的乡村振兴综合型复合式IP孵化与运营平台;是政府爱民之策、明星/演员、直播达人爱心之举的长期性融合平台;是赋能企业品牌化、国际化、持续化发展的功能性平台;也是地方乡村振兴助农、兴农的服务型平台。

参与直播活动企业代表、宁夏正杞红有限公司董事长林振华致辞表示,直播经济将崛起为一个万亿级的新零售电商赛道,通过此次活动,不仅可以宣传固原产品、展示固原文化,还可以助推乡村振兴,为实现固原市农业高质量发展夯实基础。

活动总冠名、宁夏森丹生物科技有限公司总经理陈淑萍致辞表示,此次农产品直播电商系列活动不仅是企业通向电商时代的新通道,更是一次合作共赢、互动发展的盛会。通过本次电商活动搭建的直播电商交流合作、上线促销平台,有助于促进农副产业与直播电商融合发展。

在手印启动环节,固原市委常委、市人民政府副市长陈阳、宁夏回族自治区商务厅二级巡视员郭向东、中国财富网全媒产品中心总监张月、直播电商系列活动组委会秘书长靳奉先、直播电商行动组委会主任王晶晶、探店艺人代表陆彭、固原市商务和投资促进局局长何学义等共同为活动启幕。

据了解,中国财富·农业品牌计划“9·23国际农产品直播电商系列活动”由宁夏回族自治区商务厅、固原市人民政府、中国财富网主办,北京数溯文化信息服务有限公司承办。

线下场景逐渐修复,线上促销加大力度——

电商平台火热促消费复苏

新产品占比持续增长

今年电商网购节期间,消费者对各种品类的新产品尤其关注,成为拉动品类、品牌甚至整体消费的驱动力之一。各大平台也通过加大营销补贴力度、优化供应链降低成本、加强售后服务等举措来吸引消费者。

从京东平台电商网购节销售情况看,各主要品类新品增速都领先大盘,这延续了今年以来新品消费占比整体持续增长的态势。其中,涨幅较高的有数码、运动户外、宠物用品、电动车等,这反映出多种消费场景正在恢复与延伸。家电、手机等虽然消费结构占比有所降低,但新品增长依然可观。

同时,下沉市场正在迎来爆发期,消费增长处于领先地位。消费者不再拘泥于传统的购物渠道,更愿意发掘和尝试多元化购物方式,直播、即时零售和线下体验颇受青睐,总体意愿增长20%。

电商网购节期间,各大平台加大对中小商家的支持力度。淘宝首次为中小商家设立专属营销通道,大力度定向补贴中小商家,目前已经吸引近百万中小商家报名、商品数超1000万。同时还推出了广告补贴、AI智能提效、营商保障,以及下调商家佣金费率等举措。此外,为切实做到控成本提效率,各电商平台也使出浑身解数优化供应链,以降低成本提升运营效率。

“在场景修复带动消费人气热度回归、服务消费出现报复性恢复后,消费能力不足、未来预期不佳等内生增长动力问题再次成为制约消费持续复苏的关键因素,修复尚需时日。”国家信息中心经济预测部副研究员邹蕴涵表示,在这种情况下,电商网购节通过补贴等多种方式进一步减轻消费者负担来增强消费意愿,有利于促进消费加快复苏。

多举措激发市场活力

在疫情防控平稳转段、消费需求结构性反弹的情况下,今年电商网购节抓住消费复苏的有利时机,通过多种方式进一步激发消费市场热情。

从今年电商网购节的特点来看,“消费需求呈现新变化,智能、绿色家居家电产品和线上服务等成为消费热点”。商务部研究院流通与消费研究

荔枝、枸杞、小龙虾、空调、冰箱、小家电……伴随着今年“6·18电商网购节”的启动,消费者轻点鼠标就将心仪的商品收入囊中。各大电商平台早早感受到这份炽热:在京东,活动启动当天近五成中小商家成交额增长超200%;在淘宝,6万多个小众趋势品类增速超100%……

多位专家在接受经济日报记者采访时表示,伴随着线下线上消费全面回升,今年电商网购节将进一步激发消费市场活力,助力消费稳步回升。

所研究员关利欣分析认为,消费者线上消费热情恢复,实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重较前期有所上升。同时,平台加大让利消费者和商家的力度,促销规则更加简明实惠。

从促销手段看,有平台采取直接补贴的办法。拼多多的网购节活动覆盖平台所有品牌好货,涵盖手机、数码、家电、美妆、生鲜、食品、母婴、服饰等全品类商品。抖音、唯品会等电商平台则采取商城免佣金、流量倾斜低价产品等方式进一步激发消费动力。

“当前,线下消费场景的修复已经基本完成,对线上消费具有一定的替代性,因而今年电商网购节的促销力度较往年更大。”邹蕴涵表示。

第三方调研机构近日发布《6·18消费趋势调查》报告指出,疫情后六成受访者不追求绝对低价,而会综合考虑品质和服务,可靠的服务和保障成为消费者选择平台消费的首要因素。以京东平台为例,今年京东继续提升服务项目所覆盖的品类、时长和力度,推出食品半月试吃无忧、半年囤货无忧、家居180天可退可换等创新服务。针对家电家居等大件商品,京东物流首创“送、装、拆、收”四位一体的末端“最后一公里”服务,为消费者提供更加省心的服务体验。

有关专家表示,今年前5个月,宏观政策靠前协同发力,经济社会全面恢复常态化运行,接触性服务加速恢

复,就业物价总体稳定,消费新热点持续涌现等为消费市场复苏创造了有利条件。同时,也要看到国际环境依然复杂严峻,国内需求仍显不足,消费回升内生动力还不强,因此促进消费仍需要长期发力。

寻找新的消费增量

这个“6·18电商网购节”,平台、商家都希望借机寻找新的消费增量。

京东平台网购节情况显示,今年新节能产品不仅销量增长,而且渗透率持续提升。淘宝首次设立左撇子公益会场上线,左手用的餐具、文具、鼠标等万种左手商品源源不断在平台上架,体现出中小商家对小众需求的敏锐洞察。

“今年的电商网购节是我国经济生活全面恢复后的第一个以电商为主要场景的大型促消费活动,带动了众多电商和线下实体零售及服务企业参与,将对更好地促进、引领消费产生非常积极的作用。”国务院发展研究中心市场经济研究所所长王微表示,借助线上消费大数据,可以有效赋能实体零售服务企业,能够带动制造业、服务业发展,将推动创造新产品、新服务、新场景,加快形成消费引领供给、供给创造需求的发展格局,更有效地满足消费和释放消费潜力。

关利欣表示,要进一步释放消费潜力。短期看,需采取促消费举措提振消费信心,支持服务业创新发展,丰富线下消费场景。长期看,需继续完善促消费长效机制,在保障不同收入群体消费能力的基础上,丰富多元化消费供给,改善消费条件,用改革的举措解决制约消费潜力释放的问题,支撑消费恢复和扩大。

“从重点品类看,下半年服务消费将保持强劲复苏势头,餐饮、旅游等将保持较高热度,服务消费补缺口效应在下半年将达到高峰,商品消费将保持温和增长。”邹蕴涵表示,促消费要大力推动场景创新。加强消费领域“放管服”改革,简化消费场景创新活动审批程序。在不影响正常生活秩序和交通出行安全等前提下,允许社区、小区在公共场地、闲置空地等设置跳蚤市场、微型集市等特色市场,满足社区居民就近购物、餐饮等消费需求以及一些日常生活服务需求。(冯其予 黄鑫 李芃达)