

聚焦营商环境、市场秩序、合规管理三大部分 北京市拟推十四条举措支持电商发展

优化个体网店经营者登记管理制度

北京青年报记者注意到,《若干措施》聚焦营商环境、市场秩序、合规管理三个部分,共涉及十四项重点举措。在营商环境方面,围绕登记准入、广告业发展、网络餐饮服务三个方面,制定了支持个体网店经营者发展、建立完善广告业重点企业服务机制、简化网络食品交易第三方平台提供者备案手续等具体措施。

具体包括优化个体网店经营者登记管理制度,支持电商平台集中批量代办平台内经营者市场主体登记,对通过网络开展经营活动的个体工商户提供拓展线下经营渠道、“一照多址”登记、个转企等一揽子支持措施,激发网络市场活力。推动广告业高质量发展,建立完善广告业重点企业“一对一”服务对接机制,帮助企业恢复发展。制定明星广告代言人、广告发布行为、金融投资理财等系列广告合规指引,有针对性地指导企业自律合规经营,促进企业增加广告营收。提升网络餐饮服务水平,制定网络餐饮服务餐饮安全管理有关规范,上线相关服务软件,提供可视化指导服务。简化网络食品交易第三方平台提供者备案手续,整合备案工作流程,优化备案审核服务,推动相关业态创新发展等。

试行电商平台执法合规承诺制

在市场秩序方面,《若干措施》提出

支持电商平台集中批量代办平台内经营者市场主体登记;建立完善广告业重点企业“一对一”服务对接机制……为持续提升平台经济常态化监管水平,支持平台企业在京发展,近日,北京市市场监管局起草完成《关于提升常态化监管水平 支持平台企业持续健康发展的若干措施(征求意见稿)》(以下简称《若干措施》),并面向社会公开征求意见。

了营造平等发展制度环境,完善经营者集中简易程序反垄断审查工作。做好“全国网络市场监管与服务示范区”、全国商业秘密保护创新试点工作等措施。同时,继续坚持包容审慎原则,进一步优化监管执法,为平台企业规范发展保驾护航。

具体举措有强化公平竞争审查制度落实,鼓励发挥公平竞争审查第三方评估作用,加强滥用行政权力排除、限制竞争执法,破除地方保护和市场分割,营造平等发展的制度环境。完善平台企业合规评估指标体系,组织非接触式调查,推动实现“无感”评估。分类、逐步建立重点平台企业合规档案,强化事前风险提示和合规指导,为企业整改留足空间。

值得一提的是,《若干措施》提出将试行平台执法合规承诺制,对于平台企业一般违法行为,由平台主动申请整改,作出合规承诺,办案部门牵头复核整改效果,并根据复核情况依法从轻、

减轻或不予行政处罚。深化轻微违法行为容错纠错、轻微免罚,以责令改正、批评教育、告诫约谈等“柔性”方式引导企业合规经营。同时,鼓励重点平台依托信息化系统开展协查协执。加大对虚假宣传、刷单炒信等案件的查办力度,整治网络灰黑产,为平台企业规范发展保驾护航。

鼓励平台企业加入联防联控机制

在合规管理方面,《若干措施》突出对企业合规生态建设的支持服务,主要提出了建立完善政策解读工作机制,搭建政企互动平台,提升政企协同共治水平,降低网络交易投诉举报数量,提升网络市场消费体验等措施。

具体举措有进一步厘清平台合规责任边界,加强平台合规管理工作指导。鼓励有条件的平台企业加入电子商务领域联防联控机制,赋能企业风险识别应对。推动重点平台企业联合签订自律公约,提升整体合规水平。依托智慧化系统,提供法律政策查阅、信用信息共享、风险提示预警以及协查共治等服务,促进政府、平台企业、平台内经营者协同共治。进一步深化“诉求即办直通车”工作机制,督促指导企业主动参与群众诉求办理,促进接诉即办工作社会共治不断深化。加强网络交易投诉举报的分析研判和重难点问题研究,对投诉量较高的企业提供精准指导,提升网络市场消费体验等。(《北京青年报》)

提前储备运力、加强冷链控制

叮咚买菜启动 “夏季食安”专项行动

本报讯 张洁 近日,从叮咚买菜获悉,连日高温,近期站点订单量明显增加。为应对夏季订单高峰,叮咚买菜提前储备运力,同时启动“夏季食安”专项行动,加强对冷链商品的整体控制。

叮咚买菜数据显示,7月以来,叮咚买菜整体订单量持续攀升,西瓜、冷饮等消暑商品销量上涨明显,较上月涨幅达到30%以上。据介绍,为应对夏季订单高峰,叮咚买菜已提前做好了人员规划,整体较淡季提前储备了约30%的运力。针对夏季冷饮易融化、食安问题易发等风险点,叮咚买菜品控部门也启动了“夏季食安”专项行动,加强对冷链商品入库时长控制、确保制冷设备符合温度要求,并对一线人员进行冷链打包专项培训。

在商品方面,叮咚买菜也做好了相应的产区轮转和采购规划,保障肉禽蛋、蔬菜水果等重点商品的供应。

数据显示,入夏后,开袋即食、加热即食类的预制菜需求有明显增加。叮咚买菜App上,“凉菜”“冷吃”关键词搜索量较上季度同期增长130%。叮咚顺势推出“盛夏不开火”系列,自有品牌“蔡长青”则新推出了“微波即食”系列。

叮咚买菜预制菜相关负责人表示,方便快捷的“微波即食”系列推出后,收到用户良好反馈。

单日可分拣超280万份订单

盒马上海供应链 运营中心于7月全面投产

本报讯 王惠绵 历时3年,盒马上海供应链运营中心于7月全面投产。该中心位于浦东航头镇,是集农产品加工、成品食材研发、半成品冷冻储藏、中央厨房、冷链物流配送为一体的综合性供应中心,总建筑面积约10万平方米,是盒马迄今为止面积最大、科技含量最高、投资金额最大的单体项目。

作为盒马在沪的生鲜供应枢纽,盒马上海供应链运营中心不仅服务上海区域的上百家不同业态的门店,还会辐射南京、苏州、杭州、合肥等整个华东区域。

盒马供应链项目负责人郝京彬介绍,这是盒马第一个全自动化园区,含全自动冷链生鲜加工中心,及一系列物流自动化装备,同时融合了5G、物联网IOT及区块链等技术,实现了全链路的自动化与数字化。

这套自动化、数字化的供应链体系,提升了商品的流通效率,保障了盒马门店的高效到货。以供应链中的分拣一环为例,投入了AGV智能机器人、机械臂、交叉带分拣机等自动化设备,同时有服务器云端部署的架构,再借助阿里云的算力、实施计算胶框最优分拣路径,单日分拣能力超280多万份。

中央厨房工厂,也是盒马自建供应链中心的一大特色。生鲜原料汇集于此,通过盒马央厨进行深度再加工,做成以预制菜为主的鲜食产品。从食材的原料到生产、运输到店,每一个环节都可追溯。既保障了食品安全,同时也使得自研食品的上新、推广效率得到了大幅提升,为盒马大力发展预制菜插上翅膀。

自成立之初,盒马便在生鲜物流供应链上重仓布局,打造全国物流体系骨干网络。随着盒马的西北、西南、华中、华东等地的7个供应链中心陆续投产,或成国内零售企业中规模最大的生鲜全温层物流体系,也让盒马进一步夯实、提升自身能力,更好地服务广大消费者。

携手跨境电商合作,中国东盟擦出“新火花”

本报讯 白舒婕 当前,中国与东盟的跨境电商合作正擦出“新火花”——一边是近十年来中国跨境电商发展势头强劲,2022年跨境电商进出口规模首次突破2万亿元;另一边是中国东盟自由贸易协定正在商议包括数字经济在内的更加开放的3.0版。

“东盟是当前中国跨境电商合作的优先方向。”中国东盟商务理事会执行理事长、RCEP产业合作委员会主席许宁宁对国际商报记者表示,东盟发起主导的《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)生效实施以来,中国和东盟贸易快速增长,跨境电商合作需求上升,未来大有可期。

跨境电商成为推动经贸合作新引擎。作为一家在东盟地区耕耘多年的建筑板材生产公司,疫情发生以来,跨境电商在该公司的出口业务中扮演着越来越重要的角色。

“2020年线下渠道受阻,公司大力开拓跨境电商渠道,并从2021年3月开始在阿里国际站上做跨境直播,取得了很好的成绩。这一方面缘于跨境直播能够让海外客户直观地看到产品的整体效果;另一方面也得益于近年来东南亚国家电商业务的迅速发展,我们的客户对跨境直播的接受度很高,大大节省了彼此的时间成本和贸易成本。”临沂晨特国际贸易有限公司业务经理郑佳勇说。

经过几年的探索和研发,晨特在跨境电商渠道的收获不止于此。郑佳勇

说:“借助跨境电商,公司也开拓了新品类。通过国际站上的数据参谋和产品参谋等数字化工具,去年公司开设了吸音板跨境电商店铺。目前吸音板在东南亚地区的业务量持续稳步增长。”

如今,跨境电商和直播浪潮南下东盟不仅为企业提供了一条不同于传统贸易的出海路径,也成为拉动中国与东盟经贸合作的新引擎。

数据显示,中国与东盟连续三年互为最大的贸易伙伴。今年上半年,东盟继续保持中国第一大贸易伙伴地位,中国对东盟进出口3.08万亿元,同比增长5.4%,占同期中国外贸总值的15.3%,比去年同期提升了0.5个百分点。

自RCEP生效以来,东南亚跨境电商市场备受关注,中国电商平台也相继进驻,抢占这片“蓝海”。“全球最大的自由贸易区协定专门有一章‘电子商务’,签约方共同就电子商务开放市场达成了一系列共识。这一有利条件为中国与东盟在跨境电商领域的高质量合作提供了优先可行方向。”许宁宁说。

与此同时,探索数字化转型,助力数字经济发展,也是中国与东盟面对当前全球经济形势作出的共同选择。许宁宁说:“中国已与东盟达成了有关数字经济合作的共识文件。双方正在商议更加开放的3.0版自贸协定。3.0版将包括数字经济合作领域,呈现出更加有利于跨境电商合作的制度安排。”

共同冲破制约跨境电商合作的障

碍。当前,中国与东盟跨境电商合作方兴未艾。东南亚已成为全球电子商务增速第二快的市场。中金公司相关研究预计,随着电子商务渗透率提升,东南亚电子商务市场规模将从2019年的390亿美元增长至2025年的2330亿美元,对应复合年均增长率35%。同时业内人士也指出,现阶段,东盟国家依然面临仓储物流、移动通信等基础设施不健全,跨境电商人才匮乏等问题,且中国与东盟各成员国之间还未建立统一的跨境电商电子支付方式和平台,也加大了跨境电商企业违法违规风险。

“当前企业需要有效抓住RCEP带来的新机遇,借助中国与东盟的紧密经贸合作关系,发展与东盟国家的跨境电商合作。”对此,许宁宁建议,首先,中国与东盟各国应积极落实好已经达成的关于数字经济、跨境电商合作的多边、双边共识文件,并不断扩大新的共识,切实冲破制约跨境电商合作的有关障碍。

其次,各有关方面要掌握情况,积极行动。应了解东盟及其成员国发展电子商务的规划、政策、动态,了解双边、多边合作共识并积极参与到实施之中,这有利于借势发力,让合作事半功倍。

再次,应建立行业合作机制。尽快成立中国东盟跨境电商行业合作委员会、RCEP跨境电商行业合作委员会,以每个国家相应的商协会、龙头企业作为代表共同组成行业合作委员会来推动行业合作,提升合作水平。