

商务部部长助理陈春江：

积极筹划促进电商发展的政策举措

本报讯“近年来，中国电子商务创新发展规模和质量持续提升，融合创新态势不断深化，相关产业吸纳就业近7000万人，全国网上零售连续10年保持全球最大规模，在发展全局中的地位和作用日益凸显。”

9月2日，在以“数实融合、数智创新”为主题的2023中国电子商务大会上，商务部党组成员、部长助理陈春江如是说。他介绍道，2022年中国数字经济规模首次突破50万亿元，占GDP比重达到41.5%，为加快推进中国式现代化提供了强劲动力。电子商务是数字经济中发展规模最大、覆盖范围最广的重要组成部分。

陈春江表示，商务部将围绕促进数字经济和实体经济深度融合，积极营造

良好的政策环境，支持各类电商主体在创新发展、创造就业、国际合作中大显身手。

在发展数字贸易方面，将加强数字贸易顶层设计，积极推动出台促进贸易改革创新发展的政策性文件，加强数字贸易平台建设，积极筹办全球数字贸易博览会，稳步推进数字贸易示范区建设，支持“跨境电商+产业带”模式的发展，助推外贸企业实现数字化转型升级。

将把恢复和扩大消费摆在优先位置，组织开展“消费提振年”促消费活动，积极筹划促进电商发展的政策举措，持续创新消费场景，围绕绿色智能家居等领域，加大对各地各平台网络促销活动的指导支持力度，努力打造贯穿全年的

网络促销矩阵。

将引导电商平台与实体经济深度融合，推动实施“十四五”电子商务发展规划，充分发挥国家电子商务示范基地示范企业的引领作用，努力培育具有国际竞争力的电商产业集群和领军企业，促进实体经济发展。全面实施乡村振兴战略，积极引导电商企业下沉农村，畅通城乡经济循环，支持完善“县乡村”三级物流配送体系，深入实施“数商兴农”，扎实做好“土特产”文章。

将拓展深化丝路电商合作，务实推进与“一带一路”沿线国家双边电子商务合作，加强政策沟通、产业对接，提升双方企业和民众的获得感。

（澎湃新闻）

我国已与29个国家建立
双边电子商务合作机制

据新华社消息 商务部新闻发言人何亚东9月7日说，我国积极拓展和深化“丝路电商”国际合作，已与29个国家建立双边电子商务合作机制，与18个国家签署数字经济投资合作备忘录，一批数字企业成功出海。目前我国已签署的21个自贸协定中，有10个设置了电子商务或数字经济专章，数字经济国际朋友圈不断扩大。

何亚东在当天举行的商务部例行新闻发布会上介绍，为大力发展数字贸易，商务部推动出台促进数字贸易改革创新发展的政策措施，做强做优国家数字服务出口基地，推进成立商务部数字贸易标准化技术委员会，加强数字贸易国际合作，与中亚五国经贸部门签署数字贸易领域合作谅解备忘录。2022年，我国可数字化交付的服务进出口额达3727亿美元，同比增长3.4%，居全球第五位。

在加快内贸流通数字化转型方面，累计创建170家国家电子商务示范基地，大力发展农村电商，深入推动“数商兴农”，积极推动网络消费，全国实物网上零售额占社会消费品零售总额已超过26%。在提升贸易投资数字化水平方面，跨境电商占外贸总额的比重由2015年的不到1%增长至2022年的5%，多次修订外资准入负面清单中的数字经济相关内容，推动有条件的自贸试验区对接国际高标准数字经济规则开展先行先试。

中国邮政启动
2023年“919电商节”

据新华社消息 中国邮政9月1日在京启动2023年“919电商节”。作为“中国农民丰收节金秋消费季”系列活动之一，今年中国邮政继续组织系列强农惠农和促销让利活动，通过消费补贴、邮政直播等方式，活跃城乡消费市场。

自2017年起，中国邮政已连续六年举办“919电商节”，打造受到政府肯定、商家信任、农民期待、客户喜爱的央企农村电商品牌。2023年“919电商节”构建邮政特色新零售模式，强化“原汁原味原产地”的农产品定位，补贴重点产业和基地农产品，“一品一策”打造1500款销售“万单”商品；加强邮政电商、寄递、金融、邮务各板块协同，构建县乡村三级物流体系，出台专项物流保障方案，提供产销对接、仓储物流、普惠金融、小额信贷等全链条农村综合服务。

中国邮政集团有限公司董事长刘爱力在启动仪式上介绍，今年以来，中国邮政着力构建农村电商平台，开展农产品基地千万级项目培育工程，基于42万个邮乐购站点推进工业品下行，双向商流规模超200亿元，扎实解决“销售难”问题。积极搭建邮政为农金融服务体系，大力发展普惠金融，邮储银行建成信用村38万个，涉农贷款余额突破2万亿元，有效破解“融资难”问题。全力建设县乡村三级物流体系，推进邮快合作和客货邮融合发展，实现“快递进村”业务量21亿件，切实破解“运输难”问题。

电商发展好，农货卖得俏

□ 叶子

在福建省宁德市古田县，群山掩映下，一排排保温隔热的大棚坐落其间，里面都是种植的食用菌。长久以来，这片自然条件得天独厚的土地，成就了“中国食用菌之都”。如今，通过电商平台、直播带货等，菌菇走出大山、走上千家万户的餐桌。

近日，商务部等9部门联合发布《县域商业三年行动计划（2023—2025年）》，提出推动农村电商高质量发展，大力发展农村直播电商，培育“土特产”电商品牌，鼓励农村电商创业就业等。未来，越来越多山里货、土特产将在电商平台热销。

小农户对接大市场

行走在智能控温、控湿的银耳菇棚内，古田县中菌农业开发有限公司总经理黄忠生拨开一朵朵雪白的耳花，确认银耳菇的生长状况。“我们的银耳在东方甄选、交个朋友等直播间都卖过呢，很受欢迎。”黄忠生说，今年1到6月，通过电商平台，公司已卖出60万单的古田银耳产品。这样的销量，放在以前，大家想都不敢想。

在古田县，许多家庭世代以种植菌菇为生。全县农业人口中70%的家庭从事食用菌产销活动，全县农业总产值的70%来自食用菌产业，农民现金收入的70%来自食用菌产业。黄忠生的公司成立了一家农业合作社，联合村民一起种植银耳、从事菌菇产业。以前，合作社对接的销售渠道主要是各地的商超、农贸市场、深加工工厂等，回款时间长，还有层层中间商。直到2020年，合作社开始试水抖音电商，情况有了变化。

“借助电商平台，产品从原产地直达消费者的餐桌，价格还更加实惠。”黄忠生说，在直播间和短视频中，更多人知道了古田的食用菌，还了解到它的多种食用方法。“比如，我们的银耳不仅可以拿来炒蛋、做银耳羹，我们还做视频教程，教大家用银

耳搭配水果、牛奶、酸奶等自制甜品，很多用户点赞并下单。”

数据显示，今年1到6月，随着“山货上头条”等专项资源的投入，抖音电商里食用菌类目销量明显增长。其中，福建省食用菌商品销量同比增长178%，商品款数同比增长117%。

不只古田银耳，近年来，烟台苹果、荆州鱼糕、北海海鸭蛋等农产品都在电商平台卖火了。专家认为，农村电商发展如火如荼，流量得以转化为销量。一方面，分散的小农户对接上了大市场，打通了农产品销售及进城通道；另一方面，农产品“前端”与消费者“末端”快速对接，催生产销无缝对接的新模式。

直播成了新农事

当流量变成“新农资”，直播就成了新农事。在古田县旁边的屏南县罗沙洋村，“小田姑娘”田小宇就是一位远近有名的直播带货带头人。95后的她参加过县里面的电商培训，于是拿起手机展示家乡高山原产地菌菇的优势，教大家辨别菌菇的好坏，也通过直播讲解福建特色的煲汤习俗，逐渐得到了用户的信任。

“零散的初级农产品很难在 market 里卖个好价格，但是我们做好品牌，有了口碑，就会形成正面循环。”田小宇说，渐渐地，“小田姑娘”品牌有了认知度，店铺销量上来了，还发展出相对稳定的供应链体系，从销售到分拣再到打包发货，带动周边近300位村民就业。

和直播间粉丝的互动，也激发了田小宇的灵感。例如，传统模式下菌菇论斤卖，用户买到后不懂如何烹饪。田小宇就推出一款适合现代人快节奏需求的菌汤包产品。这款汤包里有虫草花、鹿茸菇、香菇、鸡松茸、猴头菇、羊肚菌、白松茸等7种菌菇，营养丰富，可以干锅、可以爆炒，也可以煲汤。“之前村民们种植菌菇都是零星分散的，不知道一年种多

少、又能卖多少。”田小宇说，现在有了电商平台，菌菇汤包得到消费者认可，村里面的菌菇基本上不愁销路，一些市场需求量相对较小的菌菇品种也有了更加稳定的收购渠道。

在“小田姑娘”的带动下，越来越多村民把手机作为新农具，开始自产、自播、自销的电商创业路。当地政府成立直播基地，还提供人员培训和设备支持等，现在直播团队已经发展到200多人。

中国人民大学农业与农村发展学院教授陈卫平认为，在农村电商中，消费者、小农户、生产者、供应商、服务商等各产业主体紧密合作，实现了价值共创，有助于促进乡村产业整合和发展质量升级。

增强电商技能实训

与古田县、屏南县的乡亲们类似，越来越多人加入到农村电商中来。数据显示，农村电商吸引了一批农民工、大学生、退役军人返乡创业，截至去年底，全国农村网商（店）已达到1730.3万家。

农业农村部农村经济研究中心二级研究员张熙新表示，电子商务进农村，不仅是推动特色农产品优化结构、规模化发展的新举措，更是培育特色品牌、拓展产品增值空间、加速产业带形成的新动力。

截至2022年年底，中国农村网民规模超过3亿人，农村网络零售额达到2.17万亿元；全国农产品网络零售额达5313.8亿元，同比增长9.2%。商务部相关负责人表示，将围绕全面推进乡村振兴，把农村电商作为县域商业的重要组成部分一体推动，促进农村电商高质量发展。

专家认为，可以利用县级电子商务公共服务中心的场地和设备等资源，打造一批县域电商直播基地、“村播学院”，整合各类资源，增强电商技能实训、品牌培育、包装设计、宣传推广、电商代运营等服务能力，推动县域电商形成抱团合力，实现可持续发展。