

前十个月我国电子商务稳步增长

本报讯 张翼 商务部电子商务司负责人近日表示,电子商务在促进消费恢复扩大,畅通国内国际双循环方面发挥积极作用。今年1至10月,我国网上零售额12.3万亿元,增长11.2%,实物网零对社零增长贡献率达32.1%。

网络零售稳步增长。根据商务大数据监测,1至10月,我国直播销售额超2.2万亿元,增长58.9%,占网络零售额18.1%,拉动网零增长7.5个百分点。中秋国庆黄金周期间,住宿、旅游、文娱和餐饮日均在线销售额分别增长133.7%、123.1%、82.1%和19.7%。10月份,电商平台上菲律宾蜜饯果干、印尼护发用品、智利葡萄酒、哥伦比亚咖啡豆销售额分别增长92.8%、66.9%、40.1%和25.7%。

中国物流与采购联合会数据显示,10月份,我国电商物流指数为111.9点,连续5个月保持在110点以上。主要生活服务平台数据显示,即时电商指



数增长超一成,带动同城即时配送快速发展。

截至目前,商务部累计支持建设2600多个县级电商公共服务中心和物

流配送中心,超过15万个乡村电商和快递服务站点。我国跨境电商海外仓超1500个,总面积超1900万平方米,为电商发展提供有力支撑。

首届中国直播电商产业大会在乌召开

本报讯 牟敏 达人主播参与大赛可获得国家首次颁发的“金C奖中国互联网营销师”称号和证书,并分享500万元的大赛奖金。近日,首届中国直播电商产业大会新疆区宣介会在高新区(新市区)召开,吸引了新疆优秀电商企业、政府代表、行业专家、带货主播近400人通过线上线下方式参与。

首届中国直播电商产业大会包括中国直播电商发展高峰论坛会、中国直播电商选品交易博览会、金C奖中国互联网营销师大赛等五个部分。

会上,首届中国直播电商产业大会组委会执行秘书长李峰系统地介绍了大会概况,分析当前国内直播电商新业态与发展趋势,从直播人才产教融合培育方法、文旅数字化转型升

级、助力制造业提质增效等方面,对新疆直播电商产业的发展提出了创新思路。

李峰说,首届中国电商直播产业大会举办将搭建一个国内直播电商上下游产业交流合作的平台,同时展示直播电商全产业链八年来的发展成果。此次宣介会旨在鼓励新疆企业积极参与,在线上推介疆内特色产品和旅游资源,开拓国内市场,带动产品推广与销售。同时,号召新疆主播参与金C奖中国互联网营销师大赛,展示独有风采,推广新疆的美景,讲好新疆故事。

新疆和田阳光沙漠玫瑰有限公司与阿克苏柏源贸易有限公司通过签约,报名参加了首届中国直播电商产业大

会。公司董事长刘天志说,公司是做和田玫瑰花生产、销售与研发的农业产业化企业,希望通过签约入会带着产品走向国内市场。

高新区(新市区)电子商务产业协会会长丁国冲说,宣介会也给新疆的企业、达人主播、直播基地及相关从业人员和单位提供了一个走向全国的契机。新疆直播电商产业的生态要素还不够完善,高新区(新市区)的直播业态相较于国内仍存在较大差距。首届中国直播电商产业大会能够赋能新疆跨境贸易、跨境电商乃至跨境直播,为高新区(新市区)直播电商产业提供专业力量和平台机遇,让新疆的产品不仅走向国内市场,还能走向国际市场。

“跨境电商出口市场刷单炒信治理”研讨会召开

本报讯 李楠楠 近日,中国法学会交流基金会组织召开“跨境电商出口市场刷单炒信治理”研讨会,邀请20余位来自市场监管总局、最高人民法院、最高人民检察院、中国经济体制改革研究会、北京大学、中国人民大学、中国政法大学的专家学者及部分产业界代表参会,深入研讨《中国法学会交流基金会跨境电商出口市场刷单炒信治理研究报告》并提出意见建议。

本次研讨会由中央财经大学法学院教授,中国法学会交流基金会理事、法治经济研究院院长吴韬主持。中国法学会交流基金会理事长张所菲出席会议并致辞。张所菲表示,本次研讨会选题具有很强的实践价值和针对性,基金会将持续关注这一领域的立法和执法进展。中央财经大学法学院副教授肖芳为本报告的主执笔人,在会上总体介绍了报告的主要内容与观点。本报告分为四部分,分别为跨境电商出口市场刷单炒信实践及危害、治理现状与不足、治理的发展方向及治理建议。

报告指出,刷单炒信主要分为两

种,一种是“商家自己通过各种方式和消费者接触直接操纵评论”,另一种是“委托或者通过第三方的刷单炒信活动”,在跨境电商实践中,以第二种模式为主。目前,打击刷单炒信黑灰产已经形成社会共识。跨境电商刷单炒信呈现出的产业化、国际化、隐蔽性、低龄化等特点,对我国消费者权益、网络营商环境、外贸出口等都带来极大的危害。对于跨境刷单炒信的治理工具或渠道包括刑事打击、民事诉讼、市场监管、公安等部门行政执法,以及电商平台企业治理、行业自治、社会舆论导向等。但由于跨境刷单炒信是一种相对较新的行为和现象,在立法和执法等方面仍存在诸多挑战。

报告强调,跨境电商刷单炒信的治理应统筹发展和安全、效率和公平、活力和秩序、国内和国际,从构建新发展格局、推动高质量发展、推进高水平对外开放的战略高度出发,促进形成公平竞争的营商网络环境,保障和加强跨境电商对外出口的良好势头。

报告指出,对跨境刷单炒信的治理是一个综合性系统工程,需要立法、司法机关、政府主管部门协同发力,企业、社会组织及公众共同参与。应加强行政执法和司法保护衔接、市场监管和行业管理协调,加大执法打击力度,推进打击跨境刷单专项行动,加强执法中的政企合作及跨境执法合作,推进线上线下一体化、事前事中事后全链条监管,加快构建全方位、多层次、立体化治理体系。

研讨会上,与会专家一致认为研究报告选题具有理论和实践意义,对跨境刷单炒信涉及的重要法律问题进行了深入研究,并提出了相关法治完善和治理建议。与会专家指出,要进一步深入研究“刷单炒信”行为构成要件,充分发挥平台治理及平台联防联控优势,适度加大平台的监管责任,要区分具体情形探讨法律域外适用的可行性,从理论与实践共同推动刷单炒信的全球治理,保护消费者及经营者的合法权益,要进一步运用技术创新手段,推进政企合作、数据共享,营造良好的网络营商环境。

叮咚买菜三季度总营收51.4亿元

本报讯 何倩 近日,叮咚买菜发布2023年三季度财报。数据显示,公司总营收为51.4亿元,去年同期为59.4亿元。净利润为210万元,而2022年同期净亏损为3.4亿元。

叮咚买菜表示,主要是2022年和2023年二季度从部分城市撤出,以及用户线下消费回升,导致销售额同比下降。同时,得益于月度订单频次的增加以及江浙地区订单的快速增长,平台订单量较第二季度增长6%。其中绿卡会员的月均购买频次达到了6.9次。

叮咚买菜认为,华东区域的稳健盈利将为其全国业务的发展带来更大的保障。同时,公司将持续针对华北华南区域进行相关的运营优化,继续夯实规模和盈利情况。

显然,在疫情影响消退后,生鲜电商的经营曲线也有所回归。在第三季度,叮咚买菜的产品收入为50.8亿元,较去年的58.7亿元有所下滑。而服务收入从去年同期的7010万元缩减到5720万元。同时,叮咚买菜在三季度还经历了会员人数的暂时激增,总运营成本同比下降了17.6%至51.6亿元。

费用方面,叮咚买菜履约费用为12亿元,同比下降24.8%,在最近几个季度持续改善。营销费用和产品开发费用均同比减少超两成。叮咚买菜表示,公司将继续投资产品开发能力、农业技术、数据算法和其他技术基础设施,以进一步提升竞争力。

截至2023年9月30日,叮咚买菜现金及现金等价物及短期投资为56.3亿元,而截至2022年12月31日为649.3亿元。

持续加码即时电商 饿了么宣布推出“双百计划”

本报讯 张越熙 近日,饿了么即时电商品牌商家大会在上海落地。面向近年来市场需求快速爆发、零售品牌不断加大关注和投入,饿了么在会上宣布启动“双百计划”——将携手100个零售品牌,用两年时间,实现100%的增长。

饿了么首席运营官谌伟业表示,即时电商是饿了么重要的战略选择,面向这一新赛道,饿了么将坚定、长期、持续投入。所谓“双百计划”,也将通过帮助品牌拓展新增量渠道、持续完善数字化经营能力和工具、提供各类生态服务,未来两年,深度携手100个零售品牌,助力品牌在实现100%以上的生意增长。

饿了么副总裁、零售品牌中心负责人施全也透露,过去三年,平台已携手近500家品牌深度合作,成功助力品牌实现单月交易额过亿、与品牌一同打造了10余个亿级单品。

据中国商业联合会发布的《2023即时电商发展白皮书》显示,近年来,即时电商连年保持两位数以上的增长,2018—2022年均复合增长率达到65%,市场规模持续扩大至5000亿元;仅在2023年前三季度,即时电商同比增长就超过40%,显著高于O2O到家整体增速(25%)和实物商品网上零售额总额增速(8.9%)。

即时电商的广阔前景,也让饿了么、京东到家等平台动作频频。

11月16日晚间,阿里巴巴控股集团公布2024财年第二季度业绩。在本季度内,饿了么非餐订单实现双位数快速增长。财报还显示,本地生活集团的用户获取和留存持续提升,年度活跃消费者环比持续增长。在业务规模增长的同时,饿了么本季度经营亏损持续同比收窄,同步带动本地生活集团经调整EBITDA(经营损益)收窄至25.64亿元人民币。