

一
季度我国跨境电商进出口近六千亿元

本报讯 孟渤钧 2024年一季度,商务部深入贯彻落实中央经济工作会议精神和政府工作报告部署,推动我国电子商务在培育壮大新型消费、开展消费品以旧换新、促进数实融合和深化国际合作方面发挥重要作用。

网络消费亮点纷呈。一季度全国网上零售额3.3万亿元,同比(下同)增长12.4%。服务消费持续引领增长,商务部重点监测网络服务消费增长28.5%。其中在线旅游和在线餐饮分别增长95%和27.8%。

平台以旧换新枢纽作用初显。商务部组织电商平台企业开展消费品以旧换新,第六届“双品网购节”将设置以旧换新专区。主要电商平台加大补贴力度,简化换新流程,换新品类达200多种,覆盖全国95%以上城镇,一季度以旧换新商品网络销售额增长超过一倍;二手平台创新质检模式,加强用户隐私保护,用户数量已超过4亿。

数实融合取得新进展。商务部指导成立数字商务标准化技术委员会,聚焦数字技术应用,推进标准体系建设。编印各地数实融合创新发展典型案例做法案例集,充分发挥电商产业集聚优势,推动服装、家具、玩具和鞋类等传统产业数字化转型升级,如江苏常熟纺织服装产业通过数字化改造生产率提升30%以上。深入开展“数商兴农”,一季度农产品网络零售额增长28.2%。

电子商务国际合作步伐加快。商务部首次组织中国电商平台赴双边电商合作伙伴国开展路演活动,在意大利与60余家中小企业对接,进一步丰富双边电商合作内容。一季度我国跨境电商进出口5776亿元,增长9.6%,与匈牙利、阿联酋、柬埔寨和巴西等“丝路电商”伙伴国电商进出口快速增长。上海“丝路电商”合作先行区建设开局良好,国际数据服务等五项对接高标准国际经贸规则先行先试举措率先落地见效。

《世界互联网大会跨境电商实践案例集(2024年)》发布

本报讯 近日,在世界互联网大会数字丝路发展论坛期间,《世界互联网大会跨境电商实践案例集(2024年)》正式发布。

世界互联网大会相关负责人表示,世界互联网大会于去年组建了跨境电商工作组,发布了《跨境电子商务国际规则体系发展研究报告》。为落实报告提出的行动,推广跨境电商最佳实践,大会于今年1月启动了案例征集活动。经过研讨、审议,共选出63个案例,形成了2024年《世界互联网大会跨境电商实践案例集》。

《案例集》集纳了来自各级政府机构、跨境电商综合服务平台、交易平台、物流企业、金融机构、卖家、争议解决机构、提供配套服务的企业组织等产业链各环节的案例,从政府统筹、综合服务、交易平台、品牌培育、物流聚合、金融赋能、技术支撑、产业配套、数字赋能等9个方面进行分类整理。

此外,《案例集》还提出了进一步推广促进跨境电商业务发展的实践举措和下一步行动:总结跨境电商实践案例创新经验与模式;开展跨境电商实践案例发布展示活动;促进跨境电商实践案例国际交流与传播;组织跨境电商能力建设培训项目,推出跨境电商系列课程等。

(光明网)

农村电商新模式为乡村振兴注入新动力

前不久,商务部等9部门发布了《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》,为农村电商未来五年的高质量发展指明了方向,旨在促进其数字化转型与升级。与此同时,2024年中央一号文件也强调要“实施农村电商高质量发展工程”,特别指出要加强县域电商直播基地的建设,推动乡村特色产品的网络销售。农村电商,作为信息技术与农村经济的深度融合的产物,正成为乡村振兴的新引擎。

在数字经济的浪潮下,农村电商正以其独特的优势,助力乡村经济实现跨越式发展。通过电商平台,农产品得以突破地域限制,实现产销的无缝对接,极大地提升了农民收入,丰富了农村经济结构。不仅如此,农村电商的蓬勃发展还带动了相关产业的崛起,为乡村经济的转型升级注入了新的活力。

农村电商的新模式探索

近年,农村电商领域又出现了一些新探索、新业态,为从中归纳提炼新模式提供了实践依据。

农产品直播电商:此类“新电商”目前发展火热,全国遍地开花,且方兴未艾。作为新技术应用和新电商业态,在不同的直播电商平台上,无论是网红、官员、MCN机构,还是草根的直播带货,在实践中均已涌现出大量成功案例,其中的一些知名度非常高。但是,这些知名案例目前似乎还只是更多停留于案例层面,尚待超越现象的理论提炼、模式提升。

从田头到餐桌的O2O全供给链电商:其中,特别是电商平台在这个领域的探索。但从目前情况看,这些平台在源头基地和供给链的组织与合作方式上的探索,似乎尚未完全定型,还存在各自需要解决的问题,相应的理论模式也有待总结。

规模化农产品的产业电商创新:近年农产品垂直电商乃至单品产业电商有了新突破,其中较成熟的是广东徐闻菠萝的“12221模式”。它产生于一县一品的农业大县——徐闻县,针对的是产销对接和滞销问题。但前期“12221模式”的理论归纳有待完善,特别是需结合疫情条件下电商营销的新实践加以完善。

消费扶贫+农产品保供促销新做法:在“十三五”后期消费扶贫的条件下,一些贫困地区为方便本地农产品对接外部消费扶贫购买力,探索以已建成的农村电商体系为载体,组建本地化O2O的农产品供给平台。在疫情突发、长期反复干扰正常经济运行的挑战之下,这类平台又增加了面向本地市场的农产品保供促销功能,有的还与本地消费端的社区团购结合。

农文旅电商新模式:休闲农业与乡村旅游等农业新业态正在各地农村蓬勃兴起,许多地方正积极探索将农文旅与电商结合起来,一些新媒体平台也在积极与地方开展合作。

此外,在农产品批发渠道数字化、农业龙头企业电商化转型及“龙头+农户”的组织化创新、电商助力农业农村品牌化等方面,近年也出现了一些好的案例有待总结提炼,成为农村电商新的典型模式。

农村电商助力乡村振兴

首先,农村电商的发展拓宽农产品销售渠道,增加农民收入。传统农

产品销售方式受限于地域和渠道,导致农产品难以触及更广阔的市场。然而,农村电商通过线上平台,打破了地域的束缚,让农产品能够远销全国各地乃至海外市场。这一转变不仅极大地拓宽了农产品的销售范围,更提升了农产品的附加值,为农民带来了实实在在的经济利益。更为重要的是,农村电商不仅创新了农产品的交易方式,更促进了城乡之间的要素流动与融合。工业品得以顺利下乡,农产品则能够便捷进城,打破了城乡之间的壁垒,为农业供给侧结构性改革注入了新的活力。此外,农村电商的发展还为农民提供了更多的就业机会和创业平台。据统计,2023年我国农村电商行业蓬勃发展,全年农村网络零售额高达2.49万亿元,农产品网络零售额也达到了0.59万亿元。

其次,农村电商的发展推动农村产业转型升级,提升农产品品质和竞争力。乡村振兴,关键是产业要振兴。农村电商的蓬勃发展,不仅为农产品销售开辟了新路径,更在深层次上促进了农村产业的转型升级,大幅提升了农产品的品质和竞争力。随着农村电商的崛起,这一局面得到了根本性的改变。农民通过电商平台,能够直接接触到更广阔的市场和消费者需求,从而灵活调整产业结构,发展高附加值的农产品和深加工产品。这不仅显著提高了农产品的品质和竞争力,也为农民带来了更为可观的经济收益;同时,农村电商的发展还推动了农产品的标准化和规范化进程。电商平台对农产品品质有着严格的要求,这促使农民在生产过程中更加注重标准化和规范化操作。值得一提的是,电商平台还为农民提供了学习交流的平台。

再次,农村电商带动农村相关产业的发展,促进农村经济多元化。农村电商的兴起催生了物流配送行业的快速发展。随着农产品线上销售的增加,对物流配送的需求也日益旺盛。为了满足这一需求,农村地区的物流网络得到了不断完善,物流效率显著提升,物流成本逐渐降低。这不仅为农产品的快速流通提供了有力保障,也为农民创造了更多增收机会;同时,农村电商的发展也推动了金融服务在农村地区的普及和创新。电商平台为农民提供了便捷的支付、结算和融资服务,解决了他们在生产、销售过程中的资金问题。此外,农村电商还吸引了更多的金融机构进入农村,为农民提供更加多样化、个性化的金融服务,进一步促进了农村金融的健康发展;除此之外,农村电商还带动了乡村旅游、文化创意等相关产业的发展。

最后,农村电商发展吸引人才回流,为乡村振兴注入新活力。随着农村电商行业的快速崛起,越来越多的年轻人开始意识到返乡创业的巨大潜力。他们带着在城市中积累的知识、技能和经验,回到家乡投身农村电商事业。这些人才的回归,不仅带来了资金和技术上的支持,更为乡村注入了全新的思维方式和经营模式。他们充分利用电商平台,将当地的特色农产品进行精心包装和推广,成功打造出一系列具有地方特色的品牌产品,让乡村的优质资源得以更广泛地展示和销售。同时,他们还通过电商平台开展乡村旅游、文化创意等多元化业务,为乡村经济的发展注入了新的活

力。此外,人才回流还促进了当地就业市场的繁荣。

进一步发展农村电商的策略建议

首先,加强农村电商基础设施建设。政府应继续深化对农村地区网络覆盖的投资,全面推行“互联网+”战略,确保农村区域享有全面、高速且稳定的网络接入,为农村电商的蓬勃发展奠定坚实的基石。同时,加大对农村物流体系的支持力度,构建一个完善、高效的物流配送网络,以提升农产品的上行流通效率和电商交易的便捷度。为此,应鼓励和引导物流企业在农村地区设立服务网点,提供更为便捷、高效的物流服务,降低物流成本,从而增强农村电商的市场竞争力。此外,政府还应致力于推动电商平台的建设和升级,通过引入先进的技术和管理理念,提升平台的运营水平和服务质量,优化农村电商服务环境。

其次,培育农村电商人才。乡村振兴,人才是关键。随着现代农业向数字化、智能化、规模化迈进,新业态如智慧农业、农村电商等不断涌现,这对传统农业知识和经验提出了全新的挑战。因此,需要从长期和短期两个层面着手,打造一支具备农村电商技能的高素质农民队伍。从长期来看,加强新农科建设势在必行。在短期内,我们则应强化现代职业技术技能培训。

再次,打造农产品品牌。明确品牌定位是基石,要基于地域特色、产品品质和目标市场,确立清晰独特的品牌定位,使消费者能够迅速识别并选择,提升品牌知名度和影响力;加强品质管理是核心,要建立严格的品质管理体系,确保农产品从种植到销售的每个环节都符合质量标准,同时引入先进的农业生产技术,提升产品品质和附加值;注重品牌传播和推广是关键,要利用电商平台、社交媒体等多元渠道,讲述品牌故事,展示品牌形象,提升品牌知名度和美誉度。

创新农村电商模式。鼓励和支持农村电商企业探索新的商业模式和营销策略,以适应市场需求的变化和提升竞争力。一方面,可以引入“互联网+农业”思维,充分利用大数据、云计算等现代信息技术手段,打造智慧农业电商平台,实现农产品生产、销售、服务的全流程数字化管理。另一方面,可以探索“电商+乡村旅游”的创新模式,结合农村地区的自然风光和人文特色,开展农产品与旅游产品的联合销售,拓展电商市场的广度与深度。同时,我们还应关注社交电商、直播电商等新型电商模式的发展趋势,结合农村地区的实际情况,加以创新应用,为农产品销售开辟新的渠道。

最后,完善农村电商政策体系。针对农村电商发展过程中可能遇到的政策瓶颈和体制机制问题,我们必须建立健全的政策体系,包括财政扶持、税收优惠、金融支持等,为农村电商的健康发展提供有力的政策保障。同时,营造公平竞争的市场环境是推动农村电商发展的必要条件。政府应严厉打击违法违规行为,维护市场秩序,保障农民和消费者的合法权益,鼓励和支持农村电商企业开展公平竞争,推动其不断创新、提升运营水平和服务质量,为乡村振兴注入新的动力。

(光明网)