

商务部：“丝路电商”伙伴国扩展至33个

本报讯 孟渤钧 近日，商务部电子商务司负责人在介绍1—6月我国电子商务发展情况时表示，今年上半年，我国网络零售促进消费恢复向好，产业电商深入推进数实融合，平台企业创新发展，电商领域国际经贸合作持续拓展。

促进消费动能强韧。商务部会同各地开展数字消费提升行动，推动农村电商高质量发展，指导举办全国网上年货节和双品网购节。上半年我国网上零售额7.1万亿元，增长9.8%，其中实物商品网上零售额5.96万亿元，增长8.8%，占社零总额25.3%。数字商品、服务消费、以旧换新成为新增长点，AI学习机和智能穿戴增长136.6%和31.5%，重点监测在线旅游和在线餐饮增长59.9%和21.7%。电商平台多元协同，支持40多万种商品以旧换新，300多个品类同步回收，主要平台冰箱、洗衣机、手机和电视以旧换新增长82.1%、70.4%、63.9%和54.3%。

数实融合深入推进。商务部重点监测B2B平台交易额增长6.0%。产业电商数字化双向赋能产业链上下游，一站式集采、云工厂、精准匹配等提升供应链全链路数智化管理水平，大规模设备更新带动数字化采购规模持续扩大，主要

工业品平台缩短采购时长70%。“数商兴农”深入湖南、湖北帮扶优质农产品产业带，聚合农产品需求和农业产能，带动农产品网络零售额增长21.7%，累计支持农产品区域公用品牌超8700个。

平台企业创新发展。今年以来主要电商平台企业研发投入超过480亿元，人工智能技术广泛运用在消费、运营、运输等环节，虚拟购物、空间试妆、AI客服、自动驾驶等提升消费体验，开启智能电商新阶段。智能运营和营销工具帮助商家降本增效，上品效率提升4成，用户响

应效率提升6成，AI素材投放点击率较普通素材高45%。

国际合作持续拓展。与塞尔维亚、巴林、塔吉克斯坦3国新签电子商务合作备忘录，“丝路电商”伙伴国扩展至33个。上海“丝路电商”合作先行区38项建设任务中36项全面推开，形成跨境电子发票互操作、电子提单等一批制度型示范引领开放成果，建成人才培养、智库联盟、伙伴国国家馆等一批公共服务平台。



“百年供销”助农电商平台发布会在京举行

本报讯 杨奇哲 王金臣 为擦亮百年供销品牌，助力乡村产业振兴、带动就业创业、践行共同富裕，充分发挥江西省萍乡市作为中国供销合作事业发源地的红色资源优势，7月20日，面向全国的综合性和农服务经济合作平台——“百年供销”商城发布会在北京举行。

江西省萍乡市安源区是我国工人革命运动策源地之一，1922年7月，中国工人阶级最早的经济组织——安源路矿工人消费合作社成立。安源路矿工人消费合作社的成立，为后续供销事业的发展奠定了坚实基础。在新时代背景下，百年供销正焕发出全新活力，积极助力乡村振兴。

据介绍，本次发布会由江西省供销合作社联合社、萍乡市人民政府主办，萍乡市供销合作社联合社、芦溪县人民政府、江西智团网络科技有限公司承

办，萍乡市农业农村局、萍乡市人民政府驻北京联络处、萍乡市商务局、萍乡市农发集团共同协办。

结合平台上线发布，萍乡市副市长刘运成、江西省供销联社理事副主任李家祥、中华全国供销合作总社经济发展与改革部副部长赵维全就百年供销平台上线先后致辞。

据百年供销董事长刘爱芬介绍，“百年供销”助农电商平台以“百年供销数商兴农”为己任，赋能实体、助农增收，促进农产品流通，解决农民源头痛点，聚力打造成集农业供应链、农产品、大健康、培训教育、物流、慈善公益、直播带货等为一体的站式综合助农消费服务平台、农民农产品共创共赢的综合性互联网电商服务平台。平台通过多商户运作、全品类呈现、红色文化传承、供销事业推广为核心竞争力拓展全国市场，并对接全

国农特优产品线上线下推广销售。

“百年供销”助农电商平台以“互联网+大农业生态+一县一品+线上线下供销”为主线，以新业态、新经济模式，紧跟“促消费、惠民生、稳就业”的国家政策，充分挖掘超大规模市场优势，打造新型消费和农业产业发展，畅通国内经济大循环，释放消费潜力，更好满足人民群众对高品质生活的需要，继而打造一个用户消费收益和创业创富的综合性平台。

“百年供销”商城的上线，将传承安源路矿工人消费合作社的红色基因与精神，结合新时代的创新理念与数字技术，数商兴农，为实现共同富裕，促进新质生产力发展，推动农业产业数字化，为打造新型消费和农业产业发展新模式贡献重要力量。

2024“数商兴农进湖北”活动在荆门举办

本报讯 秦冰 近日，在商务部电子商务和信息化司的指导下，2024“数商兴农进湖北”暨荆楚优质农产品资源对接会活动在荆门市成功举办。此次活动以“楚风数韵·共绘‘荆’彩”为主题，开展农产品资源对接、直播推介、惠民惠企电商培训、电商平台产销合作等，助力湖北农业企业和特色产业数字化转型。

此次活动由湖北省商务厅、荆门市人民政府共同主办，中国电商乡村振兴联盟、湖北省电子商务行业协会、荆门市商务局承办。荆门市委副书记、市长陈家伟，商务部电子商务与信息化司副司长王鹏飞、中华思源工程基金会副理事长兼秘

书长李晓林等领导嘉宾出席，国内知名电商平台、农产品生产经营企业、线上线下流通企业代表等共计200余人参加活动。

启动仪式上，湖北省商务厅与多家企业签订湖北好货“电商+产业带”繁荣计划，荆门市商务局与多家平台签订“数商兴农”合作协议，随州市商务局、竹溪县及相关企业签订13项电商领域合作协议。

与此同时，活动现场设立农产品资源对接专区，来自湖北各市州的数百款农特产品悉数亮相，大家电商平台开展现场洽谈。活动期间举办惠民惠企服务活动，并邀请农产品电商专家为参会企业进行直播电商培训；举办淘天集团

农特产业产销合作专场活动，帮助农业企业提升数字化能力。

据悉，随着农村电商公共服务体系的不断完善，湖北省已创建49个国家级电子商务进农村综合示范县、30个省级电商示范县；县乡村物流配送体系加快健全，行政村已实现快递服务全覆盖，各地涌现出“商快合作”“快快合作”“邮快合作”“交快邮合作”等多种模式，农产品上行通道愈行愈畅。

据了解，在农村电商带动下，潜江小龙虾、随州香菇、洪湖莲藕、秭归脐橙、蕲春蕲艾、罗田板栗等农产品的品牌价值在不断提升。

电商退货率不断上涨 平台“宠客”不应是无限度放纵

□ 蒋璟璉

电商退货率的走高，近一两年来颇有加速之势。其最大的行业背景，无疑是新一轮高烈度的电商大战。在行业的剧烈厮杀中，“低价化”“讨好消费者”，成为两大主线。降低退货门槛和成本，提升买家“丝滑退货”的便利度，这是电商平台讨好消费者的重要抓手。而与此相对应的，则是平台对卖家的“加压”与“挤压”。顾客买买买、退退退，乐此不疲。只是网店主们，就叫苦不迭了。

其实，在电商告别高增长进入存量博弈阶段后，平台的运营策略就发生了显著的转向。也即，重新回归了“用户本位”，对卖家的成本、满意度、利润率的考虑，退居其后。也正是基于此，不少网店主纷纷抱怨，“越来越卷，生意越来越难做”。高退货率，只是其中最突出的部分。以女装品类为例，多名不同平台的女装店主和批发商都表示，退货率从前些年的10%到30%，上涨到如今的60%到80%甚至更高——这一高得离谱的数字背后，乃是实实在在的运输、人力、存储和折旧成本。其对于网店赢利的拖累，可想而知。

的确，网购就是容易“码不准”，特别是衣服鞋帽等商品，还是得上身一试才能判定是不是适合。这是客观事实，而鉴于由此所衍生的预期，一些人甚至习惯了一下子买几个尺寸的同件衣服，试穿之后选择最合身的那一件留下，其他通通退货——如果说，有些退货确是由商品本身所引发的，比如说尺寸不对、存在色差、质量差等等，那么还有一些退货，则显然是“用户习惯”所导致的。而这，或许是可以避免或者说减少的。

如今真正的问题在于，在平台疯狂宠客的大趋势下，“退货”被作为一项服务福利，被推给消费者。其间，甚至隐约透出力挺、鼓励的意味。平台的暧昧立场，显然助长一种轻率的、冲动的且傲慢的网购风气。一边倒的宠溺与娇惯，让买卖双方的关系失去平等与平衡，这对于电商这门生意的长远健康发展，大概率有害无益。

抖音上线生鲜行业免佣活动 参与商家月售后拒绝率需低于10%

本报讯 日前，抖音电商宣布，将于8月1日起开启首期生鲜行业全类目免佣活动。依据活动规则，在抖音电商主营水果生鲜类目的商家，当月报名成功且完成相应活动任务后，次月在结算海鲜水产及制品、肉蛋低温制品、水果蔬菜三类商品订单时可享受实时免佣，仅扣除0.6%的技术服务费。

对于参与免佣活动的生鲜商家，平台将以自然月为单位进行考核。除要求商家丰富店铺内核心价格带的商品供给外，平台还对商家的售后服务效率和满意度提出了要求，参与活动的商家每月售后拒绝率需低于10%，方能通过免佣考核。

抖音电商相关负责人表示，生鲜免佣政策不仅是一项成本激励措施，也有利于营造共赢的良好商业生态，“通过平台让利，为商家减负增效，助力农产区增产增收，塑造优质的产地品牌，最终让各地消费者都能买到新鲜、实惠的农产品。”