

2024 中国农产品电商发展报告：

我国成全球最大农产品电商国

“农产品电商要为促进消费作出新贡献。”近日,在2024中国农产品电商高层研讨会上,原国内贸易部总经济师、著名流通经济专家丁俊发表示,“商务部把2024年定为促进消费年,农产品电商责无旁贷,要发掘农产品电商新动能,创新农产品电商新模式。”

该研讨会由商务部流通司、农业农村部农业信息中心指导,数字农产品电商30人论坛主办。会议总结了“数商兴农”的过往实践与经验,探讨未来的发展创新路径。

“中国已成为世界第一大农产品电商国。”农业农村部信息中心主任、党委书记王小兵表示,“20多年来,我国农产品电商从无到有,从小到大,关键在于运用互联网技术和信息化手段实现了产销对接,关键在于在发展过程中不断创新运用新技术新媒体新平台。”

有关部门数据显示,2023年全国农产品网络零售额达5870.3亿元,比上年增长12.5%,呈现出东中西部竞相发展、各类农产品加速覆盖的良好态势。而以拼多多为代表的电商平台,有望引领中国农产品数字化转型。

“数字农产品电商是新质生产力。”丁俊发表示,农产品电商在“三农”发展中,特别是乡村振兴、精准扶贫、改变农产品生产、流通、消费方式等方面所起的作用将越来越大。“数字电商既是传统农产品电商发展的必由之路,也是发展新质生产力的具体体现。”

农产品进城规模增大,“路费”下降

在当日研讨会上,北京工商大学经济学院教授、商务部电子商务咨询专家洪涛发布了《2024中国农产品电商发展报告》(以下简称“《报告》”)。该报告显示,随着我国进入新的经济和消费周期,数字农产品电商也进入高质量发展时期。现阶段重点任务应转向三农信息服务数字化、智慧农业以及生产、加工、营销、物流、品牌等环节的数字化,以达成产业形态的整体变革。

将数字技术应用到农产业,在行业内已有探索。以拼多多为例,平台通过搭建“农地云拼”系统,将分散的农产品需求在线上归集,形成爆款,减少中间环节,让农产品直连消费者餐桌,降低终端售价的同时提高了农户收益。

通过重投生鲜冷链物流体系等数字经济基础设施,拼多多打造了生鲜农货48小时内发货、坏果包赔、边远地区包邮等行业标准。

农业农村部信息中心主任王小兵分析道,农产品电商之所以能发展得又快又好,关键在于不断运用新技术,通过互联网技术和信息化手段实现了产销对接。

农云行动是拼多多引导农产区“数实融合”的重要举措。2023年,拼多多发起农云行动,深入山西、四川、陕西、云南、湖北等农产带,为当地商家提供电商运营专场培训及一对一定向运营指导,助力乡村

产业振兴与就业增长。农云行动也被国家发改委中国城市和小城镇改革发展中心评为“全国县域振兴典型案例”。

《报告》数据显示,电商“下乡”,农产品“出村进城”的规模在持续增长。根据《报告》,2023年,全国农产品网络零售额达5870.3亿元,约为2014年的5倍。此外,中国农产品物流总额再创新高,2023年物流总额超过5.3万亿元,同比增长4.1%,从2021年到2023年,农产品物流总额连续三年超过5万亿元。虽然农产品进城规模增大,“路费”却下降了,数据显示,物流费率由2012年的18%下降到2023年的14.4%。

王小兵表示,全国农产品网络零售呈现出东中西部竞相发展、各类农产品加速覆盖的良好态势,特别是为打赢脱贫攻坚战,有效应对三年疫情作出了独特贡献。“农村电商变革了农产品传统流通方式,成为农村数字经济发展的突破口和领头羊”。

从人与技术入手培育农业新质生产力

《报告》指出,电商在农业数字化升级的过程中应赋予新内涵,除了实物农产品交易,数字农产品电商还应包括服务类农产品、体验类农产品等。报告提出,以拼多多为代表的电商平台,将引领中国农产品数字化转型。

北京工商大学经济学院执行院长詹新宇表示,农产品电商近年来取得很多成绩,但还存在部分问题需要解决,其中之

一便是农村电商行业人才缺乏的现状。

拼多多相关负责人表示,很多年轻人对电商感兴趣,但起初对电商经营并无概念。如何扶持“新农人”就非常重要,“我们的业务人员每天都会实时为商家答疑,长期跟踪、分析商家经营情况,针对运营问题,及时介入并提供改进建议。此外,通过农云行动,我们每年深入农产带考察,除了提供现场培训,还通过走访,为商家一对一设计经营思路和方案”。

农产品如何提高质量,围绕产品创新,也是目前农产品电商面临的问题之一。《报告》指出,部分农产品电商企业存在同质化竞争的问题,导致竞争成本较高,效益较低。

为助力农产品电商高质量发展,拼多多在田间地头兴起“技术革命”。拼多多持续多年支持多多农研科技大赛、“拼多多杯”科技小院大赛等赛事,助力农业技术创新、科研成果转化以及优质农产品上行。

“农产品电商大有可为。”丁俊发说,他建议,创新农产品电商的模式和场景,应从人才、生产工具、生产关系入手。其一,打造能创造新质生产力的战略人才、足够熟练掌握新增生产资料的应用型人才;其二,充分使用新型生产工具,掌握核心技术,赋能发展新型农产品电商;其三,塑造适应新质生产力的生产关系,着力打通束缚新质生产力发展的堵点、卡点,让国内先进、优质生产要素向发展新质生产力高效配置。(万梓良)

我国网络零售市场稳健增长

□ 冯其予

今年以来,我国网络零售保持稳健增长并呈现出多元化发展趋势,线上购物已经成为消费者购买日常商品的重要渠道。网络零售前景广阔,有望持续促进我国消费平稳快速增长。

新动能不断集聚

当前,我国网络消费新动能不断集聚,网络零售对消费平稳增长的促进作用凸显。

一方面,网络零售占比持续提升。据国家统计局数据,今年1月至7月,我国网上零售额8.38万亿元,同比增长9.5%。其中,实物商品网上零售额7.01万亿元,同比增长8.7%,占社会消费品零售总额比重达25.6%,比上半年提高0.3个百分点。“直播带货等电商新模式持续快速增长,带动线上消费需求较快释放。”国家统计局贸经司统计师付加奇表示。

另一方面,随着在线服务场景日益丰富,越来越多的用户通过在线方式享受生活服务便利。据商务大数据监测,服务消费打造网络消费新动能,重点平台网络服务消费同比增长20.2%。

同时,线上参与以旧换新成为消费亮点。近日,中国互联网络信息中心发布的第54次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,今年上半年,以旧换新政策深入实施,电商平台加大补贴、简化流程、完善物流等,促进消费平稳增长。

网络零售平台借奥运经济提振多领域消费。在刚刚过去的巴黎奥运会期间,

电商平台紧抓奥运体育赛事契机,开展了一系列促销活动。此外,一些视频平台创新“体育+电商”商业模式,融合赛事转播、品牌合作和商品销售。

据商务大数据监测,伴随各产业数字化转型加速,网络零售促消费成效逐步显现。各具特色的“村播IP”赋能农村电商加速发展,1月至7月农产品网络零售额同比增长20.1%。

商务部新闻发言人何亚东表示,今年以来,消费市场总体呈现平稳增长态势,传统消费稳步扩大,新型消费快速发展,服务消费扩容提质,为经济回升向好提供了有力支撑。

国际化进程加速

新一轮科技革命和产业变革突飞猛进,为网络零售全球化发展提供了新机遇。如今,中国消费者下单后最快一天就能喝到来自法国的红酒;国外消费者在电商平台上轻点鼠标,只需两三天,就能穿上来自中国的最新款时装。今年上半年,每天大约有900万个包裹往来于中国 and 世界各国之间,中国产品可以快捷送达各国消费者,同时越来越多优质产品也通过跨境电商平台进入中国市场。

海关数据显示,上半年我国跨境电商进出口1.22万亿元,同比增长10.5%,高于全国外贸整体增速4.4个百分点。“我国跨境电商进出口继续保持稳定增长势头。”商务部对外贸易司司长李兴乾表示。

从市场数据分析看,我国对法国、比利时、西班牙、马来西亚等国家和地区的进出口增长比较快。从商品看,消费品是

主要的出口产品,其中一些高附加值产品增长势头快。一大批海外进口商品也深受国内消费者欢迎,例如食品进口同比增长22.8%,箱包同比增长70.8%。从地区来看,广东、浙江等沿海地区是跨境电商进出口的主力,占全国跨境电商进出口比重近90%。

在共建“一带一路”倡议框架下提出的“丝路电商”,不仅拓展了国际经贸合作新空间,也成为各方共享中国超大规模市场红利的全新机遇和路径。在历届中国国际进口博览会上,“丝路电商”伙伴国以进博会为窗口,专门设立国家馆,展示自身极具特色和高科技含量产品,并迅速上线跨境电商平台,获得了大量来自中国的订单。

2023年10月,《关于在上海市创建“丝路电商”合作先行区的方案》获国务院批复同意,目前26个“丝路电商”伙伴国国家馆展销各国商品超过1.5万余种。“丝路电商”以国际化商品资源扩大国内市场供给,丰富商品品类,激发消费需求,释放消费潜力。

有关专家表示,随着中国对外开放程度不断提高和共建“一带一路”倡议深入实施,中国网络零售业将加速国际化进程。

增长势头强劲

我国网络零售市场呈现出规模持续扩大、企业构成多元化、技术与模式不断创新、消费市场趋势多样化以及国际合作与全球化发展加速等特点。截至6月份,我国网民规模近11亿人,较2023年12月份增长742万人,互联网普及率达78.0%。在我国互联网行业保持良好发展

势头的基础上,未来,随着消费者需求不断变化和技术进步,我国网络零售市场仍将保持强劲增长势头和广阔发展前景。

网络零售作为一种新兴零售模式,打破了传统零售的时空限制,消费者可以通过搜索引擎快速找到所需商品,并通过在线支付、物流配送等方式实现快速购物。电商平台能够利用大数据和人工智能技术,分析消费者购物习惯和偏好,为消费者提供个性化商品推荐和服务。消费者可以轻松比较不同商品的价格、质量、性能等信息,作出更明智的购买决策。同时,网络零售减少了中间环节,使得商品能够直接从生产者流向消费者,降低了交易成本。

有关专家表示,随着国民经济持续稳中向好,居民收入水平逐步提高,消费者购买力将不断增强,网络零售市场规模有望继续扩大。相关数据显示,今年我国网络零售百强企业网络销售总体规模已达1.91万亿元,较上年增长2.7%,这表明网络零售市场仍然保持稳健的增长态势。

线上线下渠道加速融合已成为促进消费增长的关键动力。下一步,网络零售企业将更加注重线上线下协同发展,通过构建全渠道零售体系,为消费者提供更加便捷、全面的购物体验。另外,消费者需求多样化和个性化趋势日益明显,新型营销方式已成为网络零售市场的重要组成部分,为商家提供了更多的销售机会和增长动力。

也要看到,网络零售也存在需要完善的地方。专家表示,诸如信任问题、网络安全风险、物流配送问题、售后服务挑战以及消费体验受限等依然存在。在享受网络零售红利的时候,这些问题也亟待各方共同发力解决。