

市场监管总局发布“双11”网络集中促销合规提示

本报讯 记者何妍君 为规范促销经营行为,维护“双11”期间网络交易秩序,保护消费者合法权益,日前,市场监管总局向主要电商平台发布《“双11”网络集中促销合规提示》,主要包括八方面内容。

一是严格落实主体责任。切实落实审查核验义务,加大对平台内经营者的主体信息抽查比例,确保经营者主体信息真实有效。严格落实信息公示义务,提升线上经营行为透明度和公平性。

二是严格规范促销行为。严格禁止“二选一”等违法行为,公平有序参与市场竞争。围绕促销工具、折扣展示、优惠发放、结算支付等关键环节,全链条优化促销规则,保障活动规范、透明。严禁不按规定明码标价、价格欺诈等侵害消费者权益行为。

三是严格加强广告内容审核。完善广告业务登记、审核、档案管理,重点规范医疗美容、明星代言等广告行为,防范、制止违法广告。

四是严格规范直播营销行为。建立健全直播营销行为管理规范,强化对平台内主播及其经营活动的审核监测,重点把控直播商品的质量,强化对直播选品、直播卖点等环节的审核把关,及时处置直播营销中发生的违法违规行为。

五是严格加强商品管控。健全完善商品质量管控制度和措施,严格商品信息发布审核,进一步加强对平台内经营者商标、专利等注册或授权信息的核查,严格执行问题商品处置规则。认真开展实时巡查,及时下架或删除违法违规产品链接。

六是及时妥善化解网络消费纠纷。畅通消费者投诉举报渠道,及时受

理、高效处理投诉举报,积极协助消费者维护合法权益。督促平台内经营者遵守网络购物七日无理由退货、产品“三包”等规定。

七是保障平台内经营者合法权益。提升相关平台规则的透明度,认真听取商家意见,及时优化完善相关规则,充分尊重商家自主经营权。健全商家申诉机制,及时回应商家合理诉求。

八是强化政企沟通协作。发现违法违规问题,主动、及时向所在地县级以上市场监管部门报告,形成平台自治与政府监管的良性互动,共同引导平台内经营者增强守法经营意识。

市场监管部门提示,“双11”期间,广大消费者应当理性消费,增强维权意识,遇到违法行为及时向市场监管部门或有关主管部门投诉举报,依法维护自身合法权益。

前三季度我国电子商务持续健康发展

本报讯 据商务部网站10月28日消息,商务部电子商务司负责人介绍2024年前三季度我国电子商务发展情况。

商务部电子商务司负责人称,前三季度,我国电子商务持续健康发展,积极促进消费平稳增长,推动产业数字化转型,加快新技术研发应用,深化国际经贸合作。

消费电商新动能加快形成。据国家统计局数据,前三季度全国网上零售额10.9万亿元,增长8.6%。数字消费提升行动落地显效,网络服务消费增速较快,以旧换新成为新增长点。据商务大数据监测,AI学习机、手机等数字产品增长127.9%和15.4%,在线旅游和在线餐饮等拉动网络服务消费增长19.2%,9月抽油烟机、组装电脑、空调等家电增长157.6%、91.8%和17.9%。

产业电商潜力正在释放。数字商务三年行动计划落实落地,汇聚新质生产力发展新功能。“数商兴农”推动优质特色农产品网络销售,活跃线上线下城乡消费,“数商兴产”培育垂直产业电商平台,推动工业领域数字化升级。据商务大数据监测,前三季度农村网零增长8.3%,农产品网零增长18.3%。产业电商交易额增长1.6%。

电商加速人工智能应用。电商领域数据资源多、应用场景广,成为人工智能技术应用最活跃、最广泛的领域之一。主要平台积极自研大模型,应用领域由提升消费体验、供给侧降本增效向检测商品品质拓展。

丝路电商打造国际合作新范本。“丝路电商”合作先行区取得跨境数据流动等10项制度型开放新成果,实现电子发票跨境支付等4个“首创”。海关总署初步测算,前三季度跨境电商进出口增长11.5%,贸易新动能加速释放。生鲜电商平台在伙伴国建立合作基地,赋能当地产业数字化发展。商务大数据监测,主要平台泰国椰子、意大利橄榄油增长514.7%和20.6%。

中国电商主播大赛·跨境电商赛道(福建赛区)总决赛举办

本报讯 卢金福 近日,由商务部中国国际电子商务中心、福建省商务厅、福建省广播影视集团共同主办的2024中国电商主播大赛·跨境电商赛道(福建赛区)总决赛暨“五福四海万有引力”跨境资源对接会于龙岩跨境电商生态圈园区举行。

经过赛前“线上+线下”跨境电商培训和专项评议会,从社会和高校近千名选手中甄选出10强选手晋级总决赛。总决赛分为两轮,10强选手自选龙岩地标品依次进行120秒述品,随即进行跨境产品推广方案讲述。专业评委分别从主播述品力、产品营销力、推广创新力、镜前状态和市场分析力、内容营销力、平台定价力、临场应变力等维度对两轮进行评分,成绩总和即为总决赛总分。最终,陈鑫、谢雨欣获得冠军,彭媛媛获得亚军,邓超获得季军。

此次大赛开设综合展区,包含龙岩跨境电商展区、地标品展区、工业品展区等,重点呈现龙岩“产业+产品”亮点和贸易成就。同期举办“五福四海万有引力”资源对接会,开展跨境资源对接、物流服务合作、电商平台合作等主题圆桌交流会,进一步畅通龙岩产品外销海外的通路,为行业上下游企业创造广阔的发展空间。

据悉,赛前举办了连续30天线上培训、多次直播课程及入校线下培训,涵盖实践转化、账号运营、直播课程、短视频创作、电商AI应用等核心技能培育,为跨境电商行业输送“新鲜血液”,激发行业创新活力。

“乡乡有网点”基本实现 每天超亿件快递服务农村

自2014年启动实施“快递下乡”工程以来,我国农村寄递物流体系日渐完善,农村快递服务通达率显著提升。邮政快递网络服务不断下沉,有效畅通了城乡经济循环,巩固拓展脱贫攻坚成果,助力乡村全面振兴。

农村寄递物流是农产品进城、消费品下乡的重要渠道之一。今年是“快递下乡”工程启动实施10周年,10年来,我国农村寄递物流发展取得哪些成果?如何更好健全农村寄递物流体系,助力乡村全面振兴?记者进行了采访。

服务网络覆盖广泛 助农成果更加丰硕

“从‘快递下乡’工程到‘快递进村’工程,再到农村寄递物流体系建设,我国农村寄递物流发展经历了多个阶段。”国家邮政局市场监管司司长林虎说。

随着农村地区网购需求日渐增长、农产品进城需求逐步增加,2014年,国家邮政局启动实施“快递下乡”工程。进入“十四五”,农村快递物流备受重视。2021年,《关于加快农村寄递物流体系建设的意见》印发,明确提出“农村寄递物流体系”概念,农村快递发展迈向新阶段。

“10年来,我国农村寄递物流体系从无到有,从初步建立到日渐完善,实现了社会效益和经济效益双赢。”林虎说。

服务网络覆盖更广,网点触达程度更深。农村寄递网络加快下沉。乡镇快递网点覆盖率达到98%,全国范围内基本实现“县县有分拨、乡乡有网点”。2024年快递进村情况普查数据显示,全国目前累计建设33.78万个“一点多能、一站多用”的村级寄递物流综合服务站,农村寄递“最后一公里”问题得到有效解决。

市场规模不断壮大,助农成果更加丰硕。10年来,快递业为现代农业发展注入满满活力。2023年,全国共打造143个业务量超千万件的服务现代农业金牌项目。今年国家邮政局会同有关部门推出100个农村电商快递协同发

展示范区和300个快递服务现代农业示范项目,畅通城乡经济循环,助力乡村全面振兴。

基础设施不断完善 发展路径更加清晰

10年来,我国农村快递服务通达率如何实现显著提升?

一方面,得益于农村地区基础设施的不断完善。“我国农村公共基础设施建设持续推进,水电路网加快建设,全国范围内所有行政村已基本实现通电、通电话、通有线电视信号和通公路全覆盖。”林虎表示,各地加快完善县乡村电子商务和快递物流配送体系,使得农村物流体系“微循环”更加畅通。

另一方面,依托更加清晰的农村寄递物流发展路径。“通过开展邮银协同、邮快合作,农村网络服务能力实现升级。”中国邮政有关负责人说。截至今年9月底,中国邮政累计建设46万个村级站点,县乡村三级复用站点超3.3万个。

10年来,邮政快递企业在自建服务网络的同时,末端共配的经验更加成熟,探索形成客货邮融合、邮快合作、共同配送等多种发展模式,进一步降低物流成本、提高配送效率,夯实农村地区快递服务网络基础。

寄递能力持续提升 更好满足群众需求

10年来,“快递下乡”迈出坚实步伐。随着县乡村三级物流体系逐步完善,消费品下乡“最后一公里”和农产品出村“最初一公里”进一步畅通,开放惠民、集约共享、安全高效、双向畅通的农村寄递物流体系建设取得重要进展。

完善配送体系,提升寄递能力,让农村快递底盘更

稳。我国快递业已进入年业务量超千亿件、业务收入超万亿元的新阶段。据介绍,下一步将加快县乡村三级寄递物流体系全链条建设,在新建小区、老旧小区改造、新农村建设中,积极推动配套建设村级快递服务站和智能快件箱等快递末端服务设施,开拓农村寄递物流市场“新赛道”。

优化市场环境、创新发展模式,让农村快递服务更好。

林虎介绍,下一步将持续打造邮政快递服务现代农业品牌项目,为农产品销售上行提供专业化的寄递服务,同时加大农村快递服务违规行为整治力度,营造公平健康的农村物流市场环境。

推广技术应用、降低物流成本,让农村快递效率更高。

“以人工智能为代表的新技术能有效提升寄递效率、降低物流成本。”林虎说,未来将推动先进技术在农村寄递网络、设施、服务等方面的应用,通过数据共享、信息互联,提升农村寄递物流体系信息化服务能力。

(据《人民日报》)

