

# 我国将取消跨境电商出口海外仓企业备案

据新华社消息 11月27日从海关总署获悉,为进一步促进跨境电商高质量发展,海关总署日前就优化跨境电商出口监管措施发布公告,明确自2024年12月15日起,取消跨境电商出口海外仓企业备案。

根据公告,自12月15日起,开展跨境电商出口海外仓业务的企业,无需向海关办理出口海外仓业

务模式备案,不再执行海关总署公告2020年第75号中“三、企业管理”项下“开展出口海外仓业务的跨境电商企业,还应当在海关开展出口海外仓业务模式备案”的要求。但在申报环节,企业仍需向海关传输订仓单电子数据,并对真实性负责。

公告还明确,12月15日起简化出口单证申报手续,在上海、杭州、

宁波、厦门、青岛、郑州、武汉、长沙海关等12个直属海关开展出口拼箱货物“先查验后装运”监管模式试点,在北京、天津、大连、哈尔滨、上海、南京、杭州、宁波、合肥、福州、厦门、南昌、青岛、郑州、长沙、广州海关等20个直属海关开展跨境电商零售出口跨关区退货监管模式试点。

## 2024中国电商主播大赛总决赛在福州举办



12月1日,2024中国电商主播大赛总决赛在福州圆满落幕。全国各省、各地市主管部门领导,各地电商企业、行业商协会代表、媒体代表,淘宝、抖音、快手、小红书等互联网平台代表和省级媒体代表,共计300名代表参与了本次活动。现场直播观看人次近1000万人次。



### 一路向北战队获得冠军

大赛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举办。2024中国电商主播大赛全新升级,自6月启动以来持续促进跨区域直播电商资源对接,助力经济高质量发展,成效不断显现,社会影响力不断增强。福建赛区联动东北赛区、华东赛区、两岸(平潭)赛区,图书直播、乡村振兴、跨境电商、短视频等10条特色赛道,赋能全国34个产业带,大赛共吸引了国内外超6500名电商人才参赛,其中台湾同胞近1500名。

2024中国电商主播大赛总决赛从11月29日正式拉开序幕,持续至12月1日,11月29日全国12支优秀战队集结福品博览会现场完成福品选品,并开展2小时的直播带货比拼。12月1日晚的决赛现场邀请国家级导师、头部电商平台、机构组成专业评审团,由30位不同职业社会群众组成大众评审团。

通过直播风采秀、情景挑战赛和三强争霸赛,最终决出全国冠亚军。一路向北战队获得冠军,川流不息战队、百年聚春园战队获得亚军,九瑞天纵战队、学军战队、明远战队获得季军。

在规定的时间内选手们用自己独特的个人风格展示直播话术、互动能力和产品推介技巧,推荐家

乡好物和福建福品。三强争霸赛环节选手们分别复盘本次赛事的选品、直播策略,并结合自身的电商经历讲述自己与电商的故事。现场节奏紧凑激烈,精彩纷呈。同时,现场共颁发优秀12强选手、优秀组织奖等50余种奖项,对在大赛中表现优异的个人和团队予以表彰。

### 产业融合发展 挖掘源头好物

电商主播大赛于2020年直播电商元年创办,至今已举办第四届,已成长为跨省、跨境合作举办的直播电商业界盛会和直播资源对接平台。

大赛今年联合淘宝、京东、抖音、快手、小红书头部电商平台,交个朋友、辛选头部电商机构。开设“红木产业带”“山海溯源”“老字号品牌”“德化白瓷产业带”“黄花梨产业带”“东北岫玉产业带”溯源直

播活动,累计电商销售总额超540万元。通过“产地溯源+直播”的创新形式,增强消费者信任,提升品牌形象,挖掘更多源头好物,构建基于信任和文化的全新电商生态。

大赛紧跟新质生产力需求,联合全国优质电商行业专家组建“大赛智库”。从电商赛事到人才培养,大赛形成考、培、赛人才孵化模式。大赛不断创新两岸人才交流模式,以赛代考,今年大赛两岸(平潭)赛区吸引台湾参赛选手近1500名,实现两岸人才同场竞技,加强两岸人才合作交流,增进两岸技能、行业了解,共筑情感认同,将优秀台青纳入“福建广电MCN人才库”帮助更多台青、台胞就业、创业。

决赛现场还发布2025中国电商主播大赛新赛制、新方向,以加速人才培养、提升品效技术、深入聚焦县域产业、拓展地域文化突破和升级服务消费作为五大新突破,不断挖掘新领域。

据介绍,2025年大赛将继续推动电商人才标准化发展,深耕“考培一体化服务”模式,为新质生产力行业输送更多的高素质人才;助力“新农人”增收,帮扶农特产品“出圈”,助力县域电商产业成长;以赛为平台,促进海内外交流,全球好物一键链接;以“电商+”模式赋能本地生活、文旅体育、康养居家等更多赛道,实现应用新场景,产业升级。(卢金福)

本报讯 短视频和直播逐渐成为乡村振兴的新兴力量,为进一步探索农业高质量发展的更多可能性,近日,“第二十一届中国国际农产品交易会”(以下简称“农交会”)举办期间,快手电商携手第二十一届中国国际农产品交易会组委会办公室、北京农展国际传媒有限公司举办“快手电商·兴农计划助农达人分享会”。快手电商生鲜食品行业、快手三农达人商家齐聚一堂,通过快手电商行业政策宣讲、优质达人主题分享等,推动更多三农达人商家抓住机遇,优化农产品经营链路,拓宽销售渠道。

全国农业展览馆相关负责人表示,电商对于各地特色农产品、农业品牌发展的促进作用,以平台化聚力推进现代农业产业链供应链建设,是推动农业高质量发展的有效措施。同时,为助力达人商家快速融入快手生态、扎根发展,快手电商粮油行业负责人赵乔乔也在现场进行商家入驻及扶持政策的分享与解读,为各层级商家在多经营场域的发展注入动力。

作为新型普惠数字社区,快手多年来持续关注“三农”领域发展,赋能农产品商家的电商生意经营。今年4月,快手电商便启动了“兴农计划”,通过投入近百亿流量及亿元现金资源,以及降低农产品入驻门槛、新农人培训计划等多项举措,全方位扶持三农创作者内容升级、多元变现,大批优质达人商家得以涌现。

通过短视频和直播“新农具”,打破信息壁垒,让更多果农走上致富路,是快手达人@桃博士农业宋老师的选择。在她看来,相较于文字,短视频在农业科普上具有巨大的优势,不仅直观明确,最重要的是搭载快手平台,高度的粉丝粘性能够让相关农技知识得到快速的传播。4年间,宋老师一步步形成了“短视频讲农技-直播解疑问-线上卖农资”三管齐下的组合拳,通过超2000个视频和持续的直播,带动了70多万果农在快手跟她学习农业知识,线上销售额更是从去年的500万直接翻倍到1000万,帮助周边村民鼓足了“钱袋子”,让果农们不仅种得漂亮,也能卖得漂亮。

通过快手电商平台,@丹霞春姐将乡村生活以及家乡特产“搬”到了更多人的眼前。2019年,出生于陕北黄土高原的春姐,开始尝试记录家乡的美食和乡土人情,并通过快手推广家乡的农副产品。从零起步,边播边学,经过5年的不断坚持,如今春姐不仅收获了超100万的粉丝,也建立起了自己的供应链仓库,年销售额超千万,让家乡的源头好物走上了人们的餐桌,也验证了新兴数字平台电商的巨大想象力。

@刚子夫妇的电商之路始于对海鲜的热爱。2017年,还是一名口腔医生的刚子尝试在快手开播,展示自己热爱的美食,没想到不少老铁在直播间询问购买方式,粉丝量也在几个月内暴涨30多万。为响应大家的需求,刚子开始在连云港、大连等海鲜产地溯源,持续挖掘优质生鲜产品,并逐步建起了自己的打包仓库和冷库,严控生鲜供应链品质,收获了超百万老铁的认可。

同样参与快手“兴农计划”的优质达人商家源林仙芝漠河小梅、娘家人亮亮、顺美,也在活动现场分享了自身经验,以此带动更多农人找准发力点,通过线下和线上的配合增收致富。

事实上,相较于其他品类,农产品具备线上化率低、消费频次高、经营链路长等特点,而电商产业的发展使得信息“鸿沟”变成了增收“红利”,数字助农也成为乡村振兴的重要发展方向。通过直播电商平台,农产品的经营链路被有效缩短,更高性价比的产品得以销售给线上的消费者。

《2024快手三农生态数据报告》显示,截至2024年7月,快手三农深度兴趣用户达1.4亿个,乡村用户每日互动量达29.4亿次,每月快手三农相关搜索量达1.6亿次,农业技术推广最后一公里等问题得以解决,蓬勃发展的乡村新面貌得以展现。与此同时,2024年1—9月同比去年,通过快手获得收入的万粉创作者数增长19.8%,三农达人电商订单数同比增长10.2%,三农达人电商GMV同比增长19.4%。

接下来,快手电商也将继续践行“数商兴农”,为更多优质农产品商家销售注入动能,为更多新农人提供入驻利好,持续激活乡村经济新活力。(农视网)

## 「快手电商·兴农计划助农达人分享会」落地广州