

专家展望2025年电商西进：

期待更多的“拼多多们” 建议更完善的政策配套

电商西进,无疑是2024年西部社会经济发展的亮点之一,电商与快递物流业务在这些偏远地区的变革,也重新定义了“包邮区”。

根据国家邮政局在2024年12月公布的数据,2024年1—11月,东、中、西部地区快递业务量比重分别为72.4%、18.7%和8.9%,业务收入比重分别为74.9%、14.9%和10.2%。这也意味着,从实际增收的角度看,西部地区的快递业务增长质量更高。

在这背后,既有国家相关部门推出的一系列政策的支持与鼓励,也有电商平台积极地投入。2024年3月,国家相关部门发布了《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》,其中提出从东、中、西差异和人口区位等因素出发,立足产业资源禀赋发挥比较优势,引导农村电商服务精细化、专业化、集约化发展,打造上下游协同的农村电商产业集群,拓展县级电商公共服务中心功能,形成建管用结合的农村电商新模式,加快农村快递物流体系建设。

拼多多率先响应。2024年9月,拼多多在首创中转包邮模式的基础上,宣布所有商家在西藏、青海等西部偏远地区的物流中转费由平台承担,进一步加速“电商西进”步伐,激发中西部地区市场潜力。

电商西进 产品东出

拼多多可谓是电商西进的先行者。在2022年时,拼多多针对西部地区包裹运输难以规模化、物流成本偏高等原因首创中转集运包邮模式,改变了偏远地区不包邮的状况。而在最新的“西进行动”中,拼多多平台上的全部偏远地区中转订单,商家只需将订单发送至中转仓,中转仓二次发货至西藏、甘肃、宁夏等偏远地区的物流中转费,全部由拼多多承担。

拼多多是电商行业中首个提出全额减免偏远地区订单二段运费的平台,旨在进一步摊薄商品在西部地区流通的物流成本。在拼多多的引领和倡导下,优质商家、合作伙伴乃至各大电商平台纷纷跟进,2024年10月,淘宝、京东等平台也持续加码,淘宝为西部5省开通了中转集运包邮,京东则为第三方商家提供西部地区“集运配送”服务补贴。加上近些年西部交通物流基础设施不断完善,当地的电商生态环境正迎来翻天覆地的改变。

对拼多多为代表的电商平台来说,中转费减免新举措并不是一味地补贴,而是站在长远角度建立完善的物流体系和物流生态,为消费者提供便捷的同时,为更多产业、企业提供服务,最终刺激当地经济的发展,推动西部地区融入国内消费大循环。

在国家邮政局于2024年发布的对《关于国家邮政快递枢纽布局建设的指导意见》的解读中,提到关于国家邮政快递枢纽城市布局的总体导向时指出:“更好地服务支撑国家区域协调发展战略,统筹考虑东部、中部、西部、东北地区协调发展,在交通区位优势好、经济潜力大、市场活力足、国际竞争力强、区域带动明显的城市,布局国家邮政快递枢纽。”

在中国城镇化促进会副会长唐元看来,此举有五个方面的意义,第一是贯彻落实国家层面的重大部署。二是实现乡村振兴的有效手段。“乡村物流是把农村的物产卖到城里、城里的商品卖到农村,是一个大流通的概念。只有这个大流通通畅了,货物正常流通了,外界才会有投资意愿,乡村振兴才真正有希望。”唐元说。

三是促进共同发展的重大措施。“快递物流是现代社会的标配,但是一些偏远农村,如今还享受不到城市居民的快递物流。从共享发展的角度,这是有缺陷的,所以我们发展农村物流,也是为了弥补这个短板。”唐元说。

四是促进区域经济协调发展的基础工程。唐元表示:“我们国家区域之间发展不平衡,尤其是中西部地区、偏远地区,交通很不方便,成本很高。我们要在中西部大量修建高速公路,现在硬件设施有了,现代化物流体系这块‘软’件设施怎么补上?”

因此,乡村物流是促进区域经济协调发展的基础工程。”

五是随着乡村的发展,越来越多的年轻人如今愿意留在农村或返乡发展。发展乡村物流,能为乡村创造更多就业、增收的新机会。

专家呼吁政企合力

从中国的地貌特征来看,西部地区是高原、沙漠,交通和物流条件远不及靠海的东部平原,产品出口海外的难度更是无法言喻。在过去十几年里,随着电商的崛起,全国大部分地区逐渐成为“包邮区”,但是西藏、内蒙古、甘肃、宁夏、青海等地却长期被挡在“包邮区”之外。

近些年的“互联网+”商业模式常常以解决“最后一公里”难题为最大目标,在城市生活中,“最后一公里”是小区到地铁站的距离。但在西部地区的物流中,“最后一公里”往往意味着“最后几十公里”甚至“最后两百公里”。

在有些西部村庄中,最远的村庄距离市区有300多公里,送一趟快递成本很高。在“当天下单当日达”已经不再稀奇的今天,西部地区有些快递站把快递送到县城,需要一天,再从县城送到乡镇,又要一天,村民再到乡镇取,一个乡镇的快递一天可能不到一百单。

因此,拼多多为代表的电商的介入,不只是撮合交易,而是把供应链管理带进来。特别是在西部地区农产品的商业流通的层面上,从果形、大小、包装、运输等多维度,帮助供应链向着标准化方向改进。这在过去是无法想象的,正是电商平台带来的这些改变,使得西部的农产品品控得以保障和持续优化,市场逐步扩大。

唐元认为,电商平台企业在发展乡村物流尤其是解决农村物流“最后一公里”方面发挥了关键性作用,如今已呈现较好的势头,2025年期待看到更多的电商平台、物流平台加入西进,进一步扩大西进投入资源,这样一来,西部的社会与经济发展就将迎来新的红利期。

不过鉴于西部地区地广人稀、地形地势复杂、基础配套设施相对薄弱等特点,这也意味着,在电商西进、提高西部农产品、工业品向全国大市场乃至国际市场输出时,未来的快递物流需要更加现代化的仓储、分拨中心来支持,在提升各产业运转效率的同时,也有助于产业链上下游降低成本。

对此,唐元建议,2025年相关政策可以在以下方面进行探索:一是在网点的仓储、分拨中心布设方面,各级政府可以提供类似减免土地费用的帮助;二是对相关的平台企业减免税负;三是对于投资建设物流网点、物流集散中心分拨点的企业,如果面向乡村地区尤其是西部乡村地区进行投资建设,可以考虑纳入国家政策性银行贷款支持的范围;四是在消费税方面给予政策支持,农村地区、偏远地区的消费者购买某些消费品时,在快递物流方面进行补贴,促进市场的发展。

(李康)

2024年我国电商 市场活跃度明显增强

本报讯 王善涛 中国物流与采购联合会1月7日公布2024年12月份中国电商物流指数。综合2024年全年发展情况来看,我国电商物流市场规模不断扩大,市场活跃度明显增强。

2024年12月份中国电商物流指数为112.7点,较上月回落2.8点。从需求来看,总业务量指数仍保持30%以上的增幅,线上消费市场在衣食住行等各方面呈现出浓厚的节日色彩,灯笼、对联等新春装饰类产品占比增多。与此同时,冰雪主题旅游类商品搜索量明显增长。

从2024年全年来看,全年12个月实现“九升三降”,并于11月创出近7年内的新高。2024年电商物流指数月度均值为113.7点,较2023年增长3.6点。分项指数中,履约率指数、人员指数、满意率指数、实载率指数全年均值也均创出2018年以来的新高。我国电商物流市场规模不断扩大,供给能力和服务水平显著提升,市场活跃度明显增强。

2025年随着国家促消费政策进一步落地显效,即时电商、跨境电商等电商物流需求场景将不断涌现,电商物流指数将保持稳步上涨态势。

抖音电商推出九条 扶持措施提升商家体验

本报讯 何勇 1月6日,抖音电商推出史上力度最大的商家扶持计划,对外公布9条商家扶持措施,以降低商家经营成本,改善商家体验,打造一个更健康、更具活力的经营环境。这9条措施既涵盖了给商家免佣、返退退单推广费、降运费险与保证金等一系列降本措施,也回应了商家普遍关切的退货、卷低价、投流等问题。据悉,2025年,抖音电商已将商家满意度与服务体验感知度,设定为运营团队的核心考核指标。

近年来,随着电商直播的快速发展,越来越多的中小微企业和个体经营者选择通过电商直播平台拓展业务。量大面广的中小商家,不仅构成了电商平台多元生态的基石,而且为中国经济发展发挥出了“毛细血管”的功能作用。

数据显示,2024年,抖音平台超200万中小商家借助直播实现生意增长,开启自播的中小商家数量同比增幅达165%,其自播销售额累计超过6591亿元。

然而,在激烈的市场竞争中,中小商家经营发展面临着诸多挑战和困境。佣金、推广费、运费险、保证金等各项费用,推高了中小商家的经营成本。特别是“羊毛党”滥用“仅退款”规则、部分商家恶意“卷低价”、退货率高等问题,让中小商家苦不堪言,束缚着中小商家线上发展步伐。

在这样的形势下,2025年新年伊始,抖音电商为广大中小商家送上这样一份助力商家降本增收的“新年大礼包”,无疑是下了一场“及时雨”。比如,近百类目商品免佣、降运费险和保证金、设立小商家帮扶基金等措施,直接减轻了商家的交易成本,缓解了商家的资金压力,增加了商家的利润空间。另外,抖音电商还在优化流量机制、提升透明度、加强商家沟通、严打恶性竞争方面推出多项扶持,这些实实在在地为中小商家降本增收措施,有助于他们轻装上阵,专注于自身业务,更能快速稳定经营发展。

实际上,电商平台扶持中小商家,不仅是对“能力越大责任越大”的积极履行,也是双向奔赴实现双赢的必然选择。中小商家是电商平台的重要合作伙伴,中小商家发展得越好,越能够为大平台带来更多的优质内容和用户,提升平台的吸引力和竞争力,反过来中小商家会以更强的创新活力、独特魅力回馈平台,助推平台进化升级,形成良性循环,实现互利共赢。

扶持中小商家,电商平台当有为。我们期待更多的电商平台积极行动起来,为中小商家的发展提供有力有效的帮扶,相向而行,共同为互联网经济发展注入新的活力。

