

市场监管总局·

将打击直播电商领域虚假营销

本报讯 魏婉 “要让平台经济的赛道既有‘参天大树’又有‘绿草如茵’，推动平台经济领域‘草木繁茂、生意盎然’。”在近日国新办举行的新闻发布会上，市场监管总局副局长束为表示，下一步，市场监管总局将着力整治利用平台规则破坏公平竞争、侵害平台内商家和消费者合法权益的现象，打击直播电商领域虚假营销等行为。

束为介绍，2024年，市场监管部门不断优化市场监管方式和手段，促进平台经济健康发展。在政策措施方面，主要出台了《关于引导网络交易平台发挥流量积极作用扶持中小微企业经营主体发展的意见》，通过多元化举措，提升流量扶持实体经济效果，帮助解决平台内商家面临的实际困难，强化对农产品商家、特色商家、新入驻商家流量扶持，充分激发广大中小微企业主体内生动力和创新活力。

在督促整改方面，市场监管部门针对社会集中反映的“仅退款”问题，约谈主要电商平台，就平台利用“仅退款”规则挤压商家生存空间、助长低质低价竞争风气等问题，提出具体整改要求，落实平台企业主体责任。约谈以后，主要电商平台对“仅退款”规则进行了优化，为平台内商家提供了更大自主权。

在监管执法方面，市场监管部门联合13个部门开展了2024网络市场监管促发展保安全专项行动，围绕守好经营者资质审核“准入关”、网络营销和集中促销活动“秩序关”、网售危害生命健康商品“安全关”、网售侵权假冒伪劣商品“质量关”、网络禁限售商品“风险关”，这“五关”推动解决网络市场突出问题，查处涉网案件3.6万件。

2024年中国电商物流指数均值实现近七年新高

本报讯 阮煜琳 随着“双11”促销活动结束，2024年12月份，中国电商物流指数出现季节性回落，与预期保持一致。从全年来看，整个2024年中国电商物流指数均值为113.7点，较2023年增长3.6点，实现近7年指数均值新高。

中国物流与采购联合会近日发布数据显示，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。分项指数中，库存周转率指数、物流时效指数有所上升，总业务量指数、农村业务量指数、履约率指数、人员指数、满意率指数、实载率指数和成本指数有所下降。

从需求端看，2024年12月恰逢圣诞、元旦“双节”，线上消费市场在衣食住行等各方面呈现出浓厚的节日仪式感。从供给端看，受需求波动影响，部分分项指数有所下降。

分析称，2024年全年12个月中国电商物流指数实现“九升三降”，并于11月创出近7年单月新高。分项指数中，履约率指数、人员指数、满意率、实载率指数全年均值也均创出自2018年以来的新高，表明中国电商物流市场规模不断扩大。

分析认为，今年国家促消费政策力度不减，即时电商、跨境电商等电商物流需求场景不断涌现，中国电商物流指数仍将保持稳步上涨态势。



汇聚全球好物，丰富购物篮子

大牌好物1元抢、指定商品满减、下单同步发送新年祝福……打开京东App的年货节页面，进口商品促销活动着实不少。据京东全球购相关负责人介绍，目前，京东全球购已经上架了超过23个“丝路电商”伙伴国的优质产品，涵盖母婴、食品、酒水、营养保健、时尚、个护等多个品类，让消费者在安排自己的购物篮子时拥有更多选择。

从商务部电子商务司了解到，农历蛇年春节前，“丝路电商过大年”活动将充分发挥“丝路电商”先行合作区建设成效，依托大型电商平台、贸易促进机构、品牌企业、商圈商场、丝路伙伴国国家馆等主体，扩大优质商品供给。国内各知名电商平台均参与，向消费者提供多种丝路伙伴国的优质商品。

面对春节期间旺盛的年货购买需求，商家们都在做哪些准备？

有的密集调研，掌握市场动态。春节临近，好果云供应链管理(上海)有限公司电商运营主管王永恒每天的行程都满满当当。盘点库存、协调备货、跟踪价格……他时刻关注着市场变化、频繁调度货源，以应对即将到来的水果需求高峰。

“今年元旦至春节期间，我们预计智利车厘子进口货量有望同比增长50%左右。”王永恒说，目前智利、秘鲁等南半球国家正处于夏季，其生产的车厘子、提子、葡萄等水果正好可以满足国内春节市场需求。“拼多多等电商平台通过‘百亿补贴’‘原箱发货’等方式，帮助进口水果打开市场。由于生鲜产品的保质期普遍较短，我们目前也在持续优化自身供应链，争取为年货市场供应更多优质进口水果。”

有的力推新品，抢抓更多客群。“春节期间，奶粉是人们常备的拜年礼品之一。从2024年11月到现在，我们从澳大利亚等地筹备的a2品牌成人奶粉货源达50万罐，比去年同期增长了40%。”至初牛奶贸易(上海)有限公司跨境成人奶粉电商业务负责人常云桥说。

据常云桥介绍，今年这些供应春节档的进口成人奶粉中有不少非常适合中老年人饮用。同时，三成以上的产品还会装配上春节礼盒，便于走亲访友时使用。“‘丝路电商过大年’活动期间，我们也会在天猫国际等主要电商平台加大促销力度，扩大产品的覆盖面。”他说。

“丝路电商”带来的年味儿，不仅局限于线上。

在上海，虹桥进口商品展示交易中心集中推出巴基斯坦骆驼皮灯、印尼猫屎咖啡等精品年货，覆盖“一带一路”共建国家90余个品牌近400种特色品类；在广西，2025中国(广西)—东盟网上年货节、2025中国(广西)—东盟年货集市同步举办。

“在上海市商务委等部门指导下，我们围绕丝路伙伴国优质商品‘引进来’以及国货潮品‘走出去’开展形式多样的活动。”上海市丝路云品联盟秘书长曹原豪说，印度尼西亚山竹、俄罗斯帝王蟹、澳大利亚牛肉等，都是今年比较畅销的年货。

「丝路电商」让年味儿更浓

买年货，过大年！1月7日至2月5日，“2025全国网上年货节”启动。其中，“丝路电商过大年”活动将通过在电商平台海外版设置年货专区，满足海外华侨华人和外国消费者的年货需求；开展“丝路电商”伙伴国优质特色商品促销活动，更好满足国内消费者需求。

据了解，“丝路电商”是高质量共建“一带一路”的重要举措。近年来，中国与遍布五大洲的33个伙伴国务实开展政策交流、产业对接、能力建设、地方合作，培育出丝路云品等一系列品牌，让“丝路电商”成为电子商务国际合作的金名片。

“丝路电商过大年”活动涉及哪些商品？海内外消费者有哪些期待？带着这些问题进行了采访。

出口节庆用品，传递家乡年味儿

“丝路电商过大年”活动同样备受海外游子们期待。

山东姑娘刘心怡这两天在网上订了一些福字、对联和糖果。对她来说，尽管这个春节在英国度过，但该有的仪式感不能少。“在英国，年夜饭上常备的年糕鱼单价约6英镑，如果通过跨境电商购买就划算很多。”她说。

“在肯尼亚，我常用的是一个名为jumia的本地电商。最近置备年货，我买了一些碗碟套装，感觉还不错。不过总体上看，中国传统年货对非洲市场的供应还不够多，期待‘丝路电商’接下来发挥更大作用。”来自甘肃的小伙子白洋说。

据了解，让海外华侨华人和外国消费者买到地道的中国年货，是“丝路电商过大年”活动的另一大重点。今年，有关单位将通过境外线上平台展示销售中华老字号、国货潮品等特色年货产品，推出优惠活动等，让海外游子更加便捷地购买到优质国产年货，感受浓浓的家乡年味儿。

浓浓的年味儿，来自春节档独有的传统商品——

“我们主要服务的国家有泰国、越南、印度尼西亚、菲律宾及马来西亚等。在这些地方，消费者在网上进行的新年采购以日用百货、鞋帽服饰类商品为主。”来赞宝集团创始人李志平说，在海外仓储上，来赞宝目前有8万平方米的仓储面积，拥有每天15至20万单的处理能力；在末端派送上，企业主要与百世、J&T等合作，以满足用户商品极速发货、及时退换货的需求。

浓浓的年味儿，还蕴藏在年轻人喜欢的国货潮品之中——

据淘宝海外业务相关负责人介绍，2024年下半年以来淘宝在海外持续加大投入。目前，淘宝海外业务覆盖多个“丝路电商”伙伴国，在境外的包邮区已

经扩容至10多个国家和地区，覆盖品类也远超以往。“现在，海外华人消费者通过自己熟悉的淘宝App下单购买国内商品更方便了。”该负责人说，今年开年以来，淘宝在海外市场收到了大量的年货类商品需求，其中不乏国内流行的新鲜潮品。

完善物流体系，扩大优进优出

1月7日，在广州白云机场综合保税区的跨境电商进口监管仓库内，5条平行布置的分拣线同时启动。包裹查验放行后随分拣线进入装车车辆，出区后即开始派送。最近，针对跨境电商包裹通关时效要求高等特点，广州白云机场海关积极深化“智能审图”等技术手段运用，全力确保跨境电商包裹“当日运抵、当日验放”。

业内人士认为，随着“丝路电商”合作加深，物流体系不断完善，各类好物“优进优出”有望扩大。

西安鸿森国际控股集团有限公司总经理李慧说，别看企业地处内陆，但这几年外贸做得一点儿不比沿海地区差。这得益于中欧班列、跨国公路、航空运输等基础设施互联互通的加强。“今年春节，我们旗下‘赶鸭子’小程序也推出了进口年货系列促销活动。除此之外，我们还正在研究为机电加工品、毛绒玩具、农产品等具有陕西本地特色产品寻找出海机会，同时争取带动更多‘一带一路’上的伙伴共同把电商做起来。”李慧说。

“我们在全球构建起了京东自营买手网络，并提供正品鉴别、一物一检、海外溯源等优质服务。依托于京东在全球拥有并管理着的近100个保税仓库、直邮仓库、海外仓库等基础设施项目，京东国际在全国重点城市平均履约时效已提升至48小时以内。”京东全球购相关负责人说，今年春节期间，京东将继续开展配送服务，让国内消费者不论何时何地，都能高效便捷地买到来自全球的好物。

李志平看来，“丝路电商”顺应电子商务国际合作趋势，以更低成本、更高效、更广阔市场释放电商发展潜力，不仅能在区位优势、政策支持、基础服务建设等多方面为相关企业提供便利，而且可以通过促成电商平台强强联合，共同开拓海外市场。“我们与佳裕达集团合作，共同开拓南亚及欧美地区的空运包机物流服务，目的在于大幅提高覆盖范围，为商家和消费者提供更加便捷、高效的物流服务。”李志平举例说。

商务部国际贸易经济合作研究院发布的《“丝路电商”合作发展报告(2024)》显示，中国电子商务起步早、发展快、创新强、应用广，成为全球电子商务的领跑者，“做电商找中国”日益成为众多国家的共识。以“丝路电商”为代表的电子商务国际合作立足各方不同特点、不同需求，推动构建全球电子商务大市场，促进全球优质产品、优质平台、优质技术、优质资源充分流动，呈现显著的“互利共赢、共同发展”特征。如今，“丝路电商”正化作新时代的驼铃与帆影，持续拉近中国与世界的距离。

(王俊岭)