

2024年我国跨境电商进出口2.63万亿元

据新华社消息 商务部新闻发言人何咏前2月13日说,据商务大数据对重点电商平台监测,“2025年全国网上年货节”活动期间,全国日均网上零售额同比增长6.2%,实现2025年网络消费“开门红”。

“2025年全国网上年货节”于2月5日圆满收官。在2月13日召开的商务部例行新闻发布会上,何咏前表示,网上年货节亮点纷呈,可以概括为四个带动:政策带动涌现新热点、非遗带动引领新风尚、品质带动优化新供给、线上带动提升新体验。

以旧换新加力扩围政策利好加速显现。各地结合年节消费需求,推出多样化补贴优惠举措和便利回收渠道。洗碗机、净水器线上销售额分别增长71.8%、47.4%。免签“朋友圈”扩容、假期延长等利好政策拉动跨境游快速增长。“冬日环游记”“新春游中国”等特色活动推动跨境游出入两旺。在线旅游销售额增长35.2%,其中出境游增长72.3%。春节假期,日韩新马泰等短线入境游和欧美长线入境游订单量增长130%、120%。

首个“非遗版”春节带火国潮国货。

各地围绕年俗、年味等传统文化元素,举办“国货迎春”等活动,《白蛇传》工艺品、彩灯等非遗主题商品线上销售额增长较快。非遗演出、民俗游园等旅游产品销售火爆,春节假期,线上销售额分别增长407.7%、109.8%,其中重点监测平台英歌舞、火壶等民俗表演订单量增长翻倍。

健康有机商品成优选。春节假期,甩脂机、踏步机销售额增长98.3%、93.8%,有机调味品、有机奶销售额增长81.5%、44.4%，“送健康”“囤健康”成为过年新时尚

新潮流。全球好物深受欢迎,广西、山东、上海等地发挥区位优势,促进东盟、中亚等地优质产品对接中国市场。意大利巧克力糖果、马来西亚饼干蛋糕等特色商品成为新年货,销售额分别增长134.3%和73.4%。

到店餐饮消费需求旺盛。在线餐饮销售额增长11.8%,其中到店餐饮增长较快,重点监测平台年夜饭到店订单量增长35.4%。在线文娱增长亮眼。春节档电影市场火热,“线上买票线下观影”带动在线文娱销售额增长55.5%。

全球跨境电商“三中心”助力企业扬帆出海

连日来,针对美国政策的频繁变动,全球跨境电商“三中心”已组织跨境电商业界专家、头部企业举办多场座谈和培训,围绕美国政策合规、美国关税新政供应链侧调整、新站点机遇等议题展开讨论。

“帮助企业研判形势、解决业务的重难点问题,正是全球跨境电商‘三中心’创建的初衷之一。”中国服务贸易协会常务副秘书长、全球跨境电商“三中心”负责人田国锋告诉记者。

□ 汤莉

广州发展跨境电商的产业基础和平台优势突出。于2023年年初创建的全球跨境电商“三中心”(生态创新中心、卖家服务中心、超级供应链中心)是由广州市商务局牵头,汇集海关、税务、外汇、市场监管等40多个成员单位力量,联合中国服务贸易协会、智库、重点跨境电商企业探索创建的跨境电商公共服务平台。其旨在通过整合上下游资源优势,为跨境电商企业提供资源交流、信息共享、培训服务等公益性一站式服务,加速推动广州跨境电商高质量发展。

具体而言,生态创新中心着眼“创新”,聚合生态资源,提供政务服务、公共服务、企业服务。卖家服务中心立足“服务”,为企业涉及跨境电商各环节的一站式解决方案,助力企业提质增效。超级供应链中心注重“融合”,利用大数据对接供需,助力工厂端实施个性化设计、反向定制和柔性化生产,实现降本增效。田国锋特别提到,全球跨境电商“三中心”并非3个独立运行的实体,而是兼具三大功能、有机融合的整体。

培育跨境出海生态圈,助力品牌出海,推动技术创新、优化物流体系、加强人才培养、紧密国际合作……全球跨境电商“三中心”通过“搭场景、造氛围、建模式”加速释放“产业集群+跨境电商”创新潜力,自成立以来已累计促成跨境电商交易额逾数千亿元。通过与专业服务机构的合作,全球跨境电商“三中心”可为企业提供包括法律、财务、税务、知识产权等在内的一站式解决方案。

广州宜恋化妆品有限公司凭借其对于化妆品流行趋势的敏锐洞察以及先进的AI技术实现柔性生产,在多个跨境电商平台上崭露头角。依托全球跨境电商“三中心”不定期提供的平台咨询与对接、海外注册与知识产权合规咨询等服务与支持,宜恋化妆品公司已在TEMU、TikTok Shop和亚马逊等跨境电商平台实现销售额1亿元,未来双方还将共同打造适合美国及中东市场的彩妆供应链。

主打欧美市场的广州味味莫鞋业公司拥有自己的研发团队和工厂,开款能力强。在传统外贸模式的基础上,企业一直尝试多赛道发展,但苦于没有资源难以起步。了解到企业的困惑,全球跨境电商“三中心”积极帮助其谋划市场拓展方案,制定营销策略。目前,味味莫鞋业已在希音、亚马逊等多个跨境电商平台开展了业务,年销售额超千万元。

全球跨境电商“三中心”还积极推进出海政策创新,破解了带电货物空运的难题。

近年来,智能手表、蓝牙耳机等含锂电池产品的跨境电商运输需求持续增长。由于含锂电池产品

属于航空运输危险品,传统大宗物流的查验方式无法满足跨境电商商品在运输时效性等方面的需求,每年有数百万吨的带电货物需转运出口。

为破解这一困扰行业发展的难题,全球跨境电商“三中心”与广东机场物流、南航物流以及头部电商平台搭建“全球跨境电商带电货物数据服务平台”,为相关商品数据预审审核提供支持。

该服务平台依托AI及大模型等智能识别和关键技术提取技术,畅通与电商平台、各机场之间的信息流,打通了“一次预审、多端共享、快速出货”的便捷通关模式,进一步提高了跨境电商货物的运输时效、降低了运输成本,为跨境电商出海开辟了新通道。

2024年6月1日,南航跨境电商带电货物运输包机从广州起飞,飞往英国伦敦。自此,民航中南地区跨境电商含锂电池货物运输实现零的突破。截至今年2月初,该平台已支持境内机场66个航空提单的运输,涉及货物近200吨。

对于全球跨境电商市场竞争日益激烈、国外政策法规变化增加业务不确定性、跨境电商企业品牌建设仍显不足等现状,田国锋表示,今年全球跨境电商“三中心”将进一步升级拓展服务。在生态圈构建方面,积极与国内外更多的优质企业、机构开展合作,深化与产业带的合作,促进产业带企业与跨境电商平台深度对接,推动产业带产品规模化、品牌化出海;构建全球供应链网络,积极拓展海外供应链资源,通过海外直采等方式为卖家提供更稳定、更高效的供应链保障。更为重要的是,全球跨境电商“三中心”要结合企业的需求变化,尤其是规模不同、发展阶段不同的生产企业和卖家的需要,提供个性化的服务方案。

本报讯 陈溯 数字化、个性化、品质化、健康化……具备这些特质的新型消费,不仅是城里的潮流,也出现在中国乡村。它们正带动农村消费市场加速迸发活力。

“我现在经常在网上购物,给全家人买日用品。”家住山东烟台海阳市石马疃头村、今年43岁的村民王海燕表示,今年春节前她囤的许多年货就来自于网购。

农村电商架起了消费与生产的桥梁,在促进农产品产销对接、推动农业转型升级、拓宽农民就业增收渠道等方面提供了强劲新动能。

除了网购,农村居民也逐渐能在家门口享受到以前大城市里才有的线下购物体验,不少中国村庄和乡镇都建起大型商超。“现在除了赶集,镇上也新开了超市,我偶尔会去逛逛。”王海燕说。

2024年,中国持续推进“千集万店”改造,升级改造5856个县城和乡镇商贸中心、5.3万个村级便民服务站,县域商业网络设施和业态不断完善,带动下沉市场居民消费升级步伐加快。

不仅购物方式和体验升级,在如今的中国乡村,人们消费时还越来越讲究个性和品质。今年春节期间,这种趋势尤为明显。

随着互联网普及,短视频和社交媒体兴起,潮流穿搭和妆容从城市快速传到乡村。春节前三天,四川省都江堰市一家美发店几乎天天营业到凌晨。店主徐飞表示,很多周围乡镇的顾客都来做个新发型准备过年。这家店同时还经营美甲生意,也深受顾客欢迎。

据京东消费及产业发展研究院统计,今年春节的县域农村市场,山竹、车厘子等高档水果和养生食材热销。电煮锅销量同比增长超10倍、三明治机/早餐机同比增长8.6倍。智能浴室柜、智能坐便器等智能家居产品,美妆护肤和服饰等品类,销量也大幅增长,无不反映出县域农村消费者生活品质的提升。

收入有预期,消费才有底气。统计数据显示,2024年,中国农村居民人均可支配收入23119元,扣除价格因素实际增长6.3%,跑赢城镇居民4.4%的人均可支配收入增速。

专家表示,伴随乡村全面振兴持续推进,中国农村居民正越来越舍得花钱,县域农村市场对绿色化、健康化、数字化、个性化、品质化的新型消费需求将继续保持增长态势,为提振内需增添动力。

中国新型消费加速下乡

