

优化消费环境三年行动开启——

打造放心商店、网店、直播间

本报讯 孔德晨 近日,市场监管总局等五部门联合印发《优化消费环境三年行动方案(2025—2027年)》(以下简称《行动方案》),旨在破除消费者反映突出的痛点难点问题,提振消费信心、激发市场活力。

近年来,中国消费市场展现许多新亮点,如县域市场消费升级、新能源汽车销量全球领先、银发经济、冰雪经济等新赛道的崛起。但消费领域仍存在诸多堵点。商家重营销轻品质、农村市场假冒伪劣商品屡禁不止、预付式消费“跑路”现象频发等问题,影响着内需的顺畅流动。

《行动方案》提出,要强化消费纠纷源头解决,大力发展一大批放心消费商店、网店、直播间、餐饮店、工厂等基础单元及放心消费市场、商圈、景区等集聚区,到2027年,动态发展线下无理由退换货承诺单位150万家以上。《行动方案》明确了未来三年的目标,将围绕消费者反映强烈的突出问题,重点推进五大领域的工作:一是强化消费者权益保护,二是提升商品和服务质量,三是优化消费市场秩序,四是

完善消费基础设施,五是推动消费领域信用体系建设。

在消费者权益保护方面,《行动方案》提出实施消费维权提效行动。强化消费纠纷源头解决,推广在线消费纠纷解决、线下无理由退货;加强行政调解,各部门增强消费维权能力,高效处置投诉举报;强化司法保护,推动健全消费者权益司法救济制度;创新消费纠纷多元化解,支持引入第三方调解,加强消费维权服务站建设。其中特别提到,鼓励实体店承诺无理由退换货,为消费者提供统一便捷的异地异店退换货服务。

“现在网购退换货很方便,很多都是7天无理由退换货,如果线下连锁店也能实现异地异店退换货,我们消费者买东西就更放心了。”来自北京的李女士对《行动方案》中的这一举措表示期待。

《行动方案》提出,要全面提升商品和服务质量,推动消费升级。加强汽车、家电、家居、电子产品、纺织服装、食品等领域质量、标准和品牌建设。支持汽车产

品、电子产品、家居产品等消费升级,促进汽车换“能”、家电换“智”、家装厨卫“焕新”;改善服务消费品质,健全养老、家政、旅游、购物等民生领域消费信用体系,推行服务认证和消费者评价;创造更多消费场景,建设一批商旅文体深度融的品质消费集聚区。

“提升商品和服务质量是优化消费环境的核心。只有让消费者买得放心、用得舒心,才能真正激发消费潜力。”中国消费者协会专家委员会委员、中国人民大学法学院教授刘俊海说。

在优化消费市场秩序方面,《行动方案》提出要严守消费安全底线,聚焦食品药品、缺陷产品、个人信息等保障群众人身财产安全强化监管执法,加强群众关切的米面油、肉蛋奶等重点食品监管;整治市场交易环境,重点查处食品领域“两超一非”、以假充真、以次充好、计量作弊等问题。聚焦网购快递、电信、装修、维修、旅游等行业领域治理“霸王条款”;规范市场竞争秩序;完善综合治理机制,健全消

费领域信用体系。

刘俊海认为,近年来,直播带货等新兴消费模式快速发展,但也暴露出一些问题,比如虚假宣传、售后无保障等。《行动方案》的出台,有助于规范这些新兴业态,促进其健康发展。

在优化消费环境方面,《行动方案》明确,推动金融机构面向放心消费主体丰富信贷产品,提升授信审批效率,增加消费类信贷投入。支持保险机构优化产品和服务,探索开发支持无理由退换货服务的保险产品;制定消费环境指数及评价规范,强化标准引领和信用赋能,大力发展放心消费商店等。

在深化国际合作方面,《行动方案》提出要与主要国家和地区拓展消费者保护多边合作,推动将消费者保护纳入多边自贸协定,探索跨境电商、跨境旅游等合作,服务更高水平对外开放。对标国际规则,引领国内消费环境升级,打通入境人员消费堵点,深化国际消费中心城市建设。

“电商西进”助推国内消费大循环

据媒体报道,新疆正式成为“包邮区”。2024年8月,全国第1000亿件快递送达新疆昌吉回族自治州昌吉市二六工镇红星村的收件人手中。一个“包邮区”的建成,伴随着数以亿计的脚步,书写着与时代同频的“西邮记”。

过去二十年,电子商务的蓬勃发展有效助力了国内消费平稳增长,促进了实体经济与数字经济深度融合,为经济高质量发展作出重大贡献。2024年,全国网上零售额增长7.2%,实物商品网上零售拉动社会消费品零售总额增长1.7个百分点,对社零增长的贡献率达到48.4%。全国快递年业务量也首次突破1500亿件,月均业务收入超过1000亿元。

西部地区长期面临物流成本高、效率低的瓶颈,成为电商“偏远地带”。随着“快递进村”“电商西进”的落地,这一局面迎来转机。2022年起,就有电商平台开启偏远地区中转集运模式,并推行包邮进村服务。2024年,国家部委出台《数字商务三年行动计划(2024—2026年)》和《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》,诸多电商平台积极响应,相继推出特惠集运、包邮计划、多元直邮模式,乃至免除中转

仓至目的地物流费用。上述举措大幅降低了西部地区的物流成本,集运模式下首重成本降幅可达70%以上。受益于此,2024年西部地区的快递业务量和业务收入占比分别提升至8.9%和10.3%,多个省份这两项指标的增速领跑全国。

“电商西进”不仅释放了西部消费潜能,更在乡村振兴和城乡融合中发挥着重要作用。一方面,电商拓展了西部消费渠道,丰富了消费选择,推动消费结构向中高端升级。数字化营销与便捷支付手段激发了西部居民的消费意愿和活力,使其成为推动消费稳增长的中坚力量。另一方面,“电商西进”畅通了工业品下乡、农产品进城的双向通道,西部农产品、手工艺品加速进入广阔市场,显著提升了农民收入和地方经济。随着“数商兴农”工程的实施,我国村级电商服务站超15.8万个,95%的建制村实现快递服务覆盖。以电商为抓手拓展乡村土特产网络销售渠道,促进农业产业化经营品牌化发展,培育农村电商直播、社交电商等新产业新业态,成为助推“三农”高质量发展的强劲动力。2023年,全国农村网络零售额达2.5万亿元,较十年前增长13倍;农产品网络零售额达5870.3亿元,同比增长12.5%。2024年,这两项指标继续保持快速增长,分别同比上升6.4%和15.8%。

与此同时,“电商西进”也为促进东西部地区的经济协作和资源共享提供了新的平台。作为国家区域发展总体战略的重要组成部分,过去二十五年来西部大开发战略的实施有效缩小了区域间的发展差距,为推动国家整体协调发展奠定了坚实的基础。2019年《关于新时代推进西部大开发形成新格局的指导意见》颁布以后,聚焦“形成大保护、大开放、高质量发展的新格局”这一更高要求,西部地区主动服

务对接国家区域重大战略,地区生产总值增速跃居四大板块之首,与东部人均产值差距显著收窄。2024年,中共中央政治局审议了《进一步推动西部大开发形成新格局的若干政策措施》,明确西部要加速数字化转型,电商平台也因此成为促进西部发展的关键力量。通过物流创新与制度协同,“电商西进”正是“政府引导—市场主导—平台协同”模式下技术赋能国内大循环的生动实践,印证了新经济地理学中运输成本塑造经济格局的核心命题。

进一步推动“电商西进”战略,充分发挥其释放西部地区消费潜能以及促进乡村振兴、城乡融合和区域协调发展的作用,应当持续加大对西部地区物流基础设施建设的投入,构建多层次、智能化物流网络。除继续完善“快递进村”的基础设施外,还要结合西部复杂地形和气候,建设满足冷链、跨境电商等需求的物流和仓储枢纽。要鼓励利用大数据、物联网等技术,提升物流的数字化智能化水平,实现降本增效。

系统提升西部农村电商人才的数字技能。“电商西进”不仅需要物流体系的“硬联通”,更依赖于数字技能的“软联通”。要加大对西部农村电商人才的培训力度,提升其电商运营、直播营销、网店管理和数字支付等技能,培养一批懂电商、爱农村的本土电商人才。同时,也要增强农村居民的数字素养与技能,消除城乡区域数字鸿沟,提升西部地区的线上消费和创业能力。

鼓励东部发达地区的电商平台、物流企业与西部地区深度合作,建立长效帮扶机制。通过在西部地区设立区域运营中心、分仓和售后服务网点等,形成东西部电商的协同发展格局。通过技术、运营、人才合力“西进”,打造西部特色产品的电商供应链和品牌体系,解决产品标准化、品质溯源、包装设计等关键问题,持续提升西部发展的内生动力。

(作者:茅锐,系浙江大学中国农村发展研究院副院长)

《数智化电商产业带发展研究报告》发布

本报讯 吴涛“电商产业带数智化转型能够显著增加就业和收入,甚至给县域经济带来新的活力。其中,直播电商带动产业带数智化发展,创造了大量就业机会,催生带货主播、直播运营等新职业。”

近日,中国社会科学院财经战略研究院课题组、中国社会科学院大学平台经济中心和中国市场学会联合发布《数智化电商产业带发展研究报告》(以下简称《报告》)。

中国社科院财经战略研究员、中国市场学会副会长李勇坚表示,电商产业带数智化转型能够显著增加就业和收入,直播电商对农村居民收入的提升作用强于城镇居民,为乡村振兴提供了思路和启示。

“尤其是以直播电商为代表的数智技术与线下实体产业带深度融合,对传统产业带进行提升改造,对推动区域经济高质量发展有重要价值。据统计,直播场次每增加1%,与直播电商相关总就业人数增加0.29%。”《报告》称。

福建省天材集团实业有限公司董事长黄海声表示,仙游木作文玩产业带通过直播电商,走上从“深山工坊”到“云端爆款”的逆袭之路。该产业带抖音店铺营业总额2024年超过50亿元,带动就业超7万人。

借助数智化发展的机遇将产品销往全国消费者,一些不知名的小镇在产业带的带动下迎来快速发展。报告指出,在216个高水平数智化产业带中,有38个产业带发起于小城镇。许多三四线城市及小城镇,以往默默无闻不为人知,如今依托区域独特资源和产业基础,搭乘数智化发展的东风,实现了地区产业升级和经济增长。

《报告》称,在电商平台支撑下,很多地方已形成了一批以中小企业为主体的产业集群。中小企业集聚性越强,其经营活力越强,带动区域经济更为活跃。数智化电商产业带形成显著外部规模效应,提升了产业活力。

