

电商西进：

农村网购便利，激发致富动力

2月23日，2025年中央一号文件发布，这是党的十八大以来第13个聚焦“三农”问题的纲领性文件。《央视主播说三农》栏目在解读该文件时表示，“拓宽农民增收渠道依然是2025年中央一号文件重点关注的內容。怎么拓？三个关键词，人、路、钱。”

近年来，年轻人不爱种地的话题屡次登上热搜。但现实中，一群科技小院的青年学生给出了答案。今年的中央一号文件指出，要支持科技小院扎根农村助农惠农。这是继2024年首次提出“推广科技小院模式”后，该创新实践再次被写入中央一号文件。这一连续政策部署，标志着科技小院从基层创新实践上升为国家乡村振兴战略的重要抓手，为破解“三农”难题、推动农业农村现代化注入新动能。

科技小院模式起源于张福锁院士团队于2009年在河北省曲周县的实践探索，是集教育筑基、科技赋能与人才驱动于一体的创新模式。至今，科技小院已在31个省（直辖市、自治区）落地生根。

以曲周科技小院为例。曲周科技小院博士研究生叶松林等四名同学，为研

究“绿色吨半粮”专用肥料花光所有积蓄，最后国内最大农产品上行平台拼多多提供了200万元助其完成了科研计划，实现了年亩产一吨半的目标。他创新的这一技术模式目前已被写入曲周县2025-2029年规划，全县将推广10万亩。

去年，中国农业大学还与拼多多共同推出“科技小院强农兴农人才培养行动计划”，双方将在云南大理古生村建设数商兴农小院，并以此为依托，打造农业高质量复合型人才培养的“黄埔军校”，探索全新的“学-研-商”公益性人才培养路径。

除了人，路被认为是助力农户增收的第二个关键点。《央视主播说三农》栏目认为，“做农产品的深加工是扩路，电商平台打通农产品销路也是修路。”

今年的中央一号文件要求加快构建农产品和农资现代流通网络，支持各类主体协同共建供应链。推动农村电商高质量发展。文件同时还指出，要推动冷链配送和即时零售向乡镇延伸。

近年来，优质供给的下乡进村之路越来越受到关注。今年春节期间，家住

西藏那曲的四川小伙吴杰就在海拔超4500米的家里收到了网购的智利车厘子等年货，而且，没有支付额外的邮费。

过去，西部地区物流配送成本高，包裹难以规模化运输，西藏等地长期被挡在“包邮”门槛外。2022年，拼多多首创中转集运包邮模式，去年9月又率先主动免除西藏、甘肃、宁夏、内蒙古等偏远地区的物流中转费，推动优质商品加速向西供给。此后，其他各大电商平台纷纷效仿，西部的电商生态正在加速改善。

与此同时，电商西进对区域经济的拉动效果也正逐渐显现。《2025年夜饭报告》显示，甘肃、西藏、青海等地区的水饺订单量同比暴涨371%；东部地区的海参、鲍鱼等海鲜水产在西部迅速走俏，订单同比增长近183%；进口开心果在西部地区的订单量同比增长197%。

《央视主播说三农》栏目认为，农村电商的发展已成为农户增收致富的重要驱动力。“种地能挣钱是第一步，是基础，挣了钱想买啥就买啥是第二步，是升级，而很多时候，第二步能够为第一步提供动力。”
(陈越)

北京首批助企合规发展服务站揭牌成立

本报讯 据北京市市场监管局消息，近日，北京市首批助企合规发展服务站在美团、京东正式挂牌成立，由属地市场监管部门入驻指导。转转等公司助企合规发展服务站也将于近期陆续挂牌成立。

首批助企合规发展服务站的成立，标志着全市市场监管部门面向平台企业常态化合规指导服务进入了“一站式”新阶段。

服务站成立后，市场监管部门将持续开展对美团和京东的常态化助企服务。

在合规指导方面，定期开展研讨交流和培训，为企业提供市场监管相关政策解读，分享风险防范案例、针对性提出特定业务场景合规策略建议。

在整合资源方面，联合相关职能部门提供知识产权、行业标准、质量管理、信用体系建设等在内的专项指导和服务，建立平台企业合规发展难点快速响应机制。

在科技赋能方面，加强与平台企业共商共建，共同探索大数据、人工智能等技术手段在合规发展领域的应用，帮助平台企业构建智能化、动态化的合规管理体系。

今年以来，市市场监管局为做好“商品售卖类平台企业合规发展”问题治理，营造健康有序网络市场环境，坚持规范与发展并重，监管和服务并举，出台了建立常态化服务指导机制、开展平台企业合规指导、强化标准创新引领等10项工作举措。截至目前，全市商品售卖类平台企业诉求已同比下降20%以上。

饿了么六项措施 坚决打击“幽灵外卖”

本报讯 饿了么最新数据显示，平台正在进行的专项整治行动，已累计清退超过3.1万家违规商户，其中包括大量涉嫌“幽灵外卖”的店铺。饿了么表示，还将进一步借助AI技术打击“幽灵外卖”，并且大力推广AI加持的“明厨亮灶”。

饿了么官网信息显示，平台已采取包括：加强商户入网审核、全面排查风险商户、提升风险识别能力、畅通公众举报渠道、建立公示披露机制、强化商户合规意识等六项措施重点整治“幽灵外卖”。

在打击“幽灵外卖”的过程中，饿了么以AI智能识别技术和人工复核相结合的方式，严格查验门头图、内景图、营业执照、食品经营许可证等相关资质的真实性，在店铺创建前拦截假图、盗图、PS图等虚假材料。自专项行动开展以来，饿了么拦截虚假建店2万余次。

饿了么面向用户以及骑手均开放了相关的举报入口。此外，饿了么还以AI技术加持“互联网+明厨亮灶”持续提升平台商家的食品安全管理能力。饿了么开发了“明厨亮灶感知平台”，不断迭代AI技术，对视频监控发现的后厨环境异常、不规范操作行为等进行更为精准的图像语义动态识别。平台通过商家后台管理系统，对发现各类异常的商户进行点对点触达提醒，帮助商户更快发现后厨存在的管理问题。

饿了么还上线了AI巡查功能，并且为消费者提供了“异常一键反馈”按钮。一旦发现直播无法查看，饿了么会及时通知商户并督促其进行整改，如遇技术问题会联合视频运营商一同支持技术保障。
(央广网)

直播电商新变局：

“头部主播”退潮，商家店播崛起

“店播不仅是销售渠道的延展，更是品牌与消费者之间全新的链接桥梁。”近日，在抖音电商举办的“店播新常态 生意新增长”主题活动上，中国中小商业企业协会、商务部老字号协同创新中心副会长王翌鑫这样说道。

最新披露的数据显示，过去一年，在抖音电商平台上，近七成抖音直播带货商家通过店播（店铺自播）获得收入，超千家商家店播销售额过亿元；全国各地产业带店播销售额超4300亿元，店播增收的产业带商家数量同比增长52%。

在业界看来，这一模式已经超越达人、主播直播带货的模式，成为直播带货未来发展的主流方向。

近七成抖音直播带货商家通过店播获得收入

近年来，直播电商的主要模式包括达人直播（包括网红直播、明星直播）、店铺自播、采销直播、AI数字人直播等。直

播电商发展早期以达人直播为主，这一模式曾被视为该行业站稳脚跟的基础。但随着直播电商业态愈发成熟，达人直播模式暴露出的问题逐渐增多。

近年来，头部带货主播“翻车”事件频发，高额佣金与坑位费挤压商家利润、达人不当言行对带货品牌带来负面影响等情况屡见不鲜。纵观整个直播电商赛道，关注度极高的头部主播通常被视为该行业标志，但事实上，头部主播销售额在其中占据的比例并不大。店播、粉丝量在百万以下的中小达人直播才是直播电商行业的主力军。

抖音电商数据显示，2024年2月至2025年1月，近七成抖音直播带货商家通过店播获得收入，店播销售额同比增长100%的商家突破16.2万家，超千家商家店播销售额过亿元。在平台开启店播的品牌商家数量同比增长113%，全国各地产业带店播销售额超4300亿元，店播增收的产业带商家数量同比增长52%。

中国社科院财经战略研究院研究员、中国市场学会副会长李勇坚带来的一组数据也印证了店播模式的可观前景。经测算，2024年1月至11月，全国直播电商销售额达4.3万亿元。

李勇坚认为，店播的快速普及和常态化是直播电商的一个重要发展趋势，该模式下的商品数据更丰富，展示形式多元化，且具有强互动性、深感染力，能让消费者更直观、真实地了解商品，解决消费中的痛点问题，提升品牌的销售额。

他还提到，店播模式能使人（主播）、物（产品）、渠道（直播）、品牌方面实现高度融合，且

与达人直播模式相比，该模式下的商家更能掌握定价权和内容权。

摆脱达人合作依赖，“真实真诚的直播内容就是必杀技”

店播模式结合了平台和渠道的力量，有利于打造品牌心智，与消费者产生深度的情感链接，可以爆发出非常有想象力的销售空间。未来店播将成为品牌持续发展的重点方向。

此外，店播也日渐成为农村电商的重要销售模式。农产品品牌“农心农意”创始人鞠全智说，经过三年持续店播运营，其品牌抖音店播销售额占比已达90%，并带动数百家种植户增收。

抖音电商数据显示，过去一年，通过店播获得收入的农货商家数量同比增长172%，过万个农货商家店播销售额破百万元，数字化渠道正成为农产品上行的重要通路。

据了解，今年抖音电商也将把资源重心放到品牌商家以及非品牌大商家身上，帮助商家提高销售额。

抖音电商的店播模式，为在数字化转型中面临门槛高、流量获取难等问题的中小商家开辟了一条新增长路径。这种模式有利于激活品牌价值，尤其为中华老字号等具有地方特色的品牌提供了更年轻化的新舞台。

值得一提的是，今年1月，抖音电商还推出九大扶持政策提升商家体验，降低经营成本。具体包括宣布近百类目商品免佣、推出推广费自动返还政策、加大算法研发投入升级流量机制、推进多项措施降低退货率、严打恶性竞争、创立“小商家帮扶基金”、降低运费险与保证金、强化商家沟通以及多举措提升商家体验。
(樊文扬)

