

3月份国内电商物流指数较上月明显回升

本报讯 王善涛 中国物流与采购联合会4月8日公布3月份中国电商物流指数。3月份中国电商物流指数较上月明显回升,电商物流活跃度进一步提升。

3月份中国电商物流指数为110点,较上月上升1.1点。分项指数中,总业务量指数明显回升。3月份,电商物流总业务量指数为126.8点,比上月回升3.5点。分地区来看,西部地区回升幅度最大。

农村电商物流业务量指数显著提升。3月份,农村电商物流业务量指数为125.7点,比上月回升5.3点。分地区来看,全国所有地区农村业务量指数均有所回升,中部地区环比回升6.3点,回升幅度最大。

另外,今年《政府工作报告》提出,要创新和丰富消费场景,加快数字、绿色、智能等新型消费发展。电商物流市场方面,即时零售消费场景呈现从“应急”到“日常”的多元趋势,即时配送订单量快速增长。在直播电商领域,直接

面向消费者展示和销售产品的店播模式兴起,与传统电商平台一起构筑了多元化的直播电商生态,合力推动行业强劲增长。

中国物流信息中心主任刘宇航表示:“现在整个围绕电商板块的即时配送的增量比较快,反映出居民消费活力进一步加强,同时也反映出整个电商物流的供给能力和服务能力逐步提升。”

3月份电商物流企业满负荷运转,服务效率稳步提升。物流时效、履约率均较上月有所提升,企业库存周转率继续加快。

在江苏常州武进国家高新区的一个智能产业园区里,值得注意的是,这里每日进出的车辆达到800辆左右。借助最新投运的智能化流水线和智能货架,货物管理与出货频率管控效率提升10%。

智能仓储技术提升仓储效率的同时,产地仓、配送仓,也在拉近跨境电商商品与消费者的距离。在山东威海

综合保税区北区的一个配送仓里,存储了1500多种跨境电商单品,从打包出库到完成清关,最快当天就能送到消费者手中。这些跨境电商的货品,都是借助日益完善的国际物流体系进入我国市场。

从3月份中国电商物流指数来看,物流时效指数、履约率指数较上月分别上升2.5点、0.8点。并且,企业库存周转率继续加快,环比涨幅较上月提高0.5点。

刘宇航表示:“我们整个电商物流企业在技术投入和自动化、无人化的设备应用方面,是处于行业比较领先的位置的。”

另外,随着中央和地方有关有效降低全社会物流成本各项政策的陆续出台和落实,电商物流企业在企业数字化、无人配送等多领域积极推动降低物流成本。在此背景下,3月份电商物流成本指数较上月下降1.3点,连续4个月环比下降,企业成本压力有所缓解。

国内电商“卷”向西部 淘宝再度加码新疆包邮

本报讯 4月7日,观察网获悉,淘宝于日前扩大了偏远地区包邮的商品品类,并上线大件家装包邮服务。新疆消费者点击“新疆包邮”筛选,即可实现网购沙发、床、马桶等大件商品“零运费”。

此外,90%以上区域还能享受“送装一体”,大件商品网购体验得到提升。据悉,4月中旬该服务还将扩至甘肃、内蒙古、青海、宁夏等其他西北地区。

资料显示,大件家装商品加入新疆包邮后,将获平台运费补贴,商家平均每单降低60~100元运输成本。

过去一年,新疆等偏远地区,逐渐成为电商平台新一轮角力的焦点。淘宝在开启新疆包邮计划同时,先后在杭州、西安两地设置新疆集运仓,通过“全国发集运中心,集运中心发新疆”的特惠集运模式,破解新疆邮费贵难题。数据显示,淘宝平台包邮商品数同比增长71%。

同样加码西部电商布局的还有拼多多、京东等平台。

2024年下半年,拼多多推出“百亿减免”和“电商西进”等计划,改进偏远地区消费者和商家的体验。根据“百亿减免”政策,商家只需将订单发往中转仓,平台将承担这些商品被中转至新疆、西藏、甘肃、宁夏、内蒙古等地的物流费用。此外,数据显示,在“电商西进”等政策带动下,该平台西部地区的订单量同比实现双位数增长。

从2024年“双11”开始,京东开始为平台的第三方商家提供新疆“集运配送”服务补贴,并计划逐步覆盖至全量三方商家。

国内首条跨境电商低空物流跨城航线落地穗莞

本报讯 刘珊 近日,穗莞跨城低空物流航线启动,搭载了跨境电商货品的无人机从黄埔综保区顺利起飞,落地东莞水乡河西数字产业区,标志着全国首条跨境电商低空物流跨城航线试飞圆满完成。

“广州黄埔综保区—东莞水乡河西数字产业区穗莞跨城低空物流配送航线”示范项目(下称“航线”)是由广州开发区、东莞水乡经济区合作打造的跨城无人机配送应用项目,也是穗莞低空经济领域合作的首个示范项目,标志着穗莞两地在低空经济等新兴产业合作方面取得了新进展。

本次航线由广州开发区交通投资集团有限公司全资子公司低空产业发展有限公司运营,该公司主营航线日常运行、无人机配送调度、飞行技术保障等工作,为加快完善低空基础设施建设,助推广州开发区、黄埔区低空经济高质量发展提供坚实保障。

本次飞行航线起点为广州黄埔综保区,终点为东莞水乡河西数字产业区,仅用时10分钟,相比陆地货运(约50分钟)极大压缩了时间。

这是广州市黄埔区继成功开通区域低空航线、无人机客户端直达配送、无人机“仓—店”直达配送等业务后,与东莞水乡紧密合作、进一步突破航程空间的全新尝试,本次飞行创新性突破跨境电商保税直购低空物流的城市界限,充分展示了穗莞合作的深度和广度,为粤港澳大湾区低空物流航线建设提供穗莞方案。

从「拼价格」转向「拼服务」 直播电商迈向品质化发展阶段

“直播电商正迈向品质化发展的新阶段。今年我们会努力提高主播的专业性,并定期邀请产品研发人员进行讲解。此外,我们还会应用AI技术,增加用户挑选产品时的直观感受,提升用户体验感。”美的集团武汉直播基地负责人陈丽萍说。

多位业内人士对记者表示,直播电商行业已经从“拼价格”“博眼球”转向“拼服务”“拼专业”的品质化发展阶段,这有助于消费潜力的释放,并赋能制造业发展。

直播电商迈向品质化发展阶段

童装品牌巴拉巴拉直播负责人兰朵朵介绍,专业化、内容化成为直播行业的竞争方向,“能否提供穿搭解决方案,甚至育儿知识,或成为母婴品牌直播间的竞争壁垒。”今年,企业会邀请产品团队成员对主播进行专业化培训。

MCN机构君盟集团副总裁李磊表示,“品质线即生命线”已成为越来越多直播机构的共识,新的发展阶段对直播机构也提出更高要求。“比如,我们对货盘的筛选要更加严格,匹配人群定位更加精准,主播讲解更加专业。在合规方面,我们不仅会对商家资质、产品品质进行严格把关,还会定期对主播、运营进行培训,对直播脚本和用语也会严格把关。”

MCN机构杭州锐趣文化创意有限公司负责人缪路漫告诉记者,企业已成立专职部门,负责直播话术、产品资质等方面审核。“当前,不仅外部监

管从严,直播机构内部的管理也更为严格。直播电商规范化发展,是市场走向成熟的必然路径,粗放式经营的直播机构只会被市场淘汰。”

2024年,淘宝提出“品质直播”模式,通过“专业主播”“品牌货盘”“平台保障”协同,推动直播电商品质化发展。淘宝直播运营总经理袁媛表示,直播电商已从野蛮生长进入品质深耕阶段,品质的厚度将决定直播商业的高度。平台治理规则的演进、行业自律的加强以及直播企业在产品和服务质量上的提升,成为行业持续健康发展的重要保障。

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇指出,直播电商行业在经历了初期的快速增长后,正逐步迈向成熟。“精细化、合规化经营意味着行业开始重视规则建设、提升服务质量,并朝着更加可持续的方向发展。这一转变不仅有助于保护消费者权益,还能促进整个行业的健康稳定发展。”

良性直播生态赋能消费增长和制造业发展

业内人士认为,直播电商行业良性发展,对于释放消费潜力,推动制造业提质增效、创新发展,均有重要意义。

商务部国际贸易经济合作研究院电子商务研究所所长杜国臣指出,直播电商以更加高效的方式实现国内需求与供应链条的精准链接,成为引领消费创新模式和推动技术应用的重要赛道。

袁媛表示,直播电商规范化、品质化发展,能够重建直播机构和消费

者之间信任的链条,降低消费者决策成本,对于释放消费潜能具有重要意义。2025年淘宝将投入110亿元加码“品质直播”,帮助更多生态伙伴实现确定性增长。

“直播电商行业良性发展,有利于制造业提升效率、创新发展。”兰朵朵说,“直播消费更加‘前置’,一些产品在直播间的销售爆发期可能早于店铺一个月。我们在新品发布时,会先通过直播间进行‘测款’,再根据直播销售情况安排生产。此外,消费者的使用感能够通过直播间快速反馈给生产团队,有助于企业生产出更加符合市场需求的产品。”

洪勇表示,直播电商行业的良性发展对释放消费潜力、推动制造业提质增效具有重要意义。一方面,通过直播形式,消费者能够更直观地了解产品,激发购买欲望,从而促进消费增长。另一方面,直播电商为制造业提供了直接面向消费者的渠道,有助于企业更准确地把握市场需求,优化产品设计和生产流程,提高产品质量和生产效率。同时,直播电商还能带动相关产业链的发展,形成产业集聚效应,进一步推动制造业的转型升级。(据新华社)

