

市场监管总局发布合规提示

规范“6·18”网络集中促销经营活动

本报讯 记者何妍君 为规范促销经营行为,维护“6·18”期间网络交易秩序,保护消费者合法权益,近日,市场监管总局向综合电商、直播电商、跨境电商等平台企业发布“6·18”网络集中促销合规提示。主要包括以下内容:

在落实平台主体责任方面,要切实落实审查核验义务,确保经营者主体信息真实有效。严格落实信息公示义务,加强算法合规管理,提升线上经营行为透明度和公平性。

在规范促销行为方面,要公平参与市场竞争,杜绝“大数据杀熟”、虚假营销、刷单炒信等违法行为,防范国补商品骗补套补行为。

在规范直播营销行为方面,要建立健全直播营销行为管理规范,完善风险识别模型,强化对平台内直播间及主播经营活动的动态监测,及时处置直播营销中发生的违法违规行为。

在加强商品管控方面,要健全完善商品质量管控制度和措施,严格商品信息发布审核,加强对平台内经营者商标、专利等信息的核查。认真开展实时巡查,加强商品质量监控,及时下架或删除违法违规产品链接。

在广告内容审核方面,要重点规范医疗美容、药品、医疗器械、保健食品等重点领域广告和明星代言等广告行为,及时拦截、

下架处理违法广告。

在化解网络消费纠纷方面,要督促平台内经营者遵守网络购物七日无理由退货、网络购物“三包”等规定,畅通消费投诉渠道,及时妥善处理消费纠纷。

在保障商家合法权益方面,要推动平台规则公开公平,充分尊重商家自主经营权,清理不合理规则,健全商家申诉机制,及时回应商家合理诉求。

市场监管部门提示,“6·18”期间,广大消费者应当理性消费,依法维权,遇到违法违规行为及时向市场监管部门或有关主管部门投诉举报,切实维护自身合法权益。

长三角地区跨境电商持续增长

作为我国对外开放的前沿阵地和经济增长的重要引擎,长三角地区的外贸比重占全国外贸总值超三成。那么,在当前外贸形势下,长三角地区的外贸发展有哪些新亮点、新动向?

经过10年的发展,中国(杭州)跨境电商综合试验区下沙园区的进口保税仓已经建立了完备的跨境电商产业生态,集聚了超过2000家跨境服务商,汇聚了来自全世界120多个国家和地区的商品,涵盖母婴用品、食品、化妆品、家用电器等诸多品类。

跨境电商为“买全球”“卖全球”畅通渠道

可以看到,就在我身后,保税仓的工作人员正在快速分拣消费者刚刚下单的跨境电商商品,然后进行打包、贴单、发货等流程。在消费者下单的同时,这些进口商品的通关信息第一时间就推送到了海关的系统,经过系统逻辑比对后实现“秒级”通关。刚才海关的负责人告诉我,从5月中旬到6月中旬这一个月的时间,杭州综试区的跨境商品出货量预计将达到300万单左右。

电商不仅为国内消费者“买全球”提供了丰富的选择,也为国内企业“卖全球”提供了畅通渠道。目前,杭州综试区的电商卖家数量超过6.5万家,通过跨境电商平台销往海外的产品有服装、鞋帽、等日常用品,也有油纸伞、马面裙等“国风”产品,还有AR眼镜、VR游戏机等自主品牌的科技产品。越来越多的“中国制造”,正在通过跨境电商平台走向世界舞台。

全国近七成机床出口出自长三角区域

前4个月,长三角区域进出口总值5.29万亿元,规模创历史新高,在这份不错的“成绩单”里面,不仅能看到跨境电商、市场采购这样的贸易新业态蓬勃发展,以船舶、机床等为代表的高端装备也展现出了良好的发展势头,为长三角加快形成新质生产力、壮大外贸高质量发展提供了有力的支撑。机床是被誉为“工业母机”,全国有近七成的机床出口产自长三角区域,特别是高附加值、高技术含量的高端机床的出口,今年已经突破了10万台,贡献了长三角机床出口总额的五成以上,这也意味着长三角的机床制造业正在加速向产业链高端迈进。

长三角出口的劳动密集产品占到全国近半数

在长三角,外贸发展的韧性和活力不单来自高附加值、高技术含量的高端装备制造业,在诸如纺织服装、家具、玩具等传统劳动密集型产业,表现同样亮眼。长三角出口的劳动密集型产品占到了全国近一半的份额。

劳动密集型产品关联着量大

面广的民营企业,这也是我们中国外贸的“主力军”。海关数据显示,长三角有出口实绩的民营企业贡献了区域出口总值超六成,稳定发挥着“压舱石”的重要作用。

特别是在民营经济大省的浙江,我手里有这么几个数据:浙江的民营企业中,有800余家国家级专精特新“小巨人”企业,近200家单项冠军企业以及200余家代表着高资信水平的AEO企业,这些企业前4个月出口均实现两位数增长。这个AEO企业,也就是高级认证企业,它不但能在国内享受海关通关便利,还可享受到全球互认国家(地区)海关提供的进出口通关便利,对于我们外贸企业增强国际竞争力、提升供应链全球合规水平有着重要意义。截至目前,我国已与全球范围内31个经济体签署AEO互认协议,覆盖57个国家和地区,其中包含共建“一带一路”国家38个,互认协议签署数量和互认国家和地区数量均居全球第一。

这些企业引领着浙江民营企业创新发展,也为外贸稳健向好提供了强有力的支撑。(李晶晶)

本报讯 孟渤钧 近年来,我国电商发挥创新能力强、模式业态新、市场规模大优势,积极推动全球电商合作,“做电商找中国”已成为业界共识。

商务部数据显示,截至目前,丝路电商伙伴国达35个,已打造一系列合作品牌,建成120个线上线下国家馆,在19个国家建设了65个直采基地,举办100多场电商“云上大讲堂”业务培训,有力促进全球电商合作。

2025年,商务部推出“电商惠全球”主题活动,组织了18个地方、8个主要电商平台,围绕政策沟通、产业对接、能力建设、地方合作四方面,已形成40项清单式合作内容,邀请伙伴国“自助式”点单,集约高效开展电商领域务实合作。

“电商惠全球”主题活动推出以来,“丝路电商”伙伴国积极响应并参与。河南郑州“丝路电商”国际合作对接会、中国-中亚“丝路电商”深化合作圆桌会等9项活动,吸引了42个国家电商主管部门和行业企业代表参加,对接成果丰硕。在青岛召开的上合组织电商工作组会议期间,160家境内外企业围绕农产品、制造业、数字平台等开展特色资源、创新模式精准对接。广西举办的云上大讲堂东盟专场,首设海外线下会场和实训体验,受到上千名东盟学员好评。非洲好物网购季打造了200余个“爆款”。青岛、广西、湖南等地将协助上合、东盟、非洲等地区“丝路电商”伙伴国,新设线上线下国家馆。

“我们将继续扩大优质特色产品进口,助力产业数字化转型,深化电商供应链合作,推动各项活动取得务实成果,共建共享全球电商大市场。”商务部自贸区港建设协调司副司长、新闻发言人何咏前表示。

特色农产品合作发展暨跨境电商对话会举办

本报讯 张毅璞 近日,作为2025RCEP地方政府暨友城合作(黄山)论坛重要活动之一,特色农产品合作发展暨跨境电商对话会在黄山成功举办。

本次对话会以“推进区域合作 共促农产品出海”为主题,由安徽省商务厅、安徽省农业农村厅共同主办,旨在推动与RCEP成员国在农产品领域深化合作,共促跨境电商发展,推动高水平对外开放。

安徽多年来坚持推动农产品扩大国际经贸合作,支持各种特色农产品多元化开拓国际市场,稻种出口连续6年、甜味剂出口连续7年、蜂蜜出口连续10年位居全国第1。在RCEP生效实施三周年、区域经济进入高质量发展新阶段之际,推动安徽农产品企业与RCEP成员国加强交流合作成为重要课题。

对话会现场开展了区域农产品产业宣传、重点特色农产品平台和企业推介等活动,提出倡导自由贸易和多边主义,鼓励合作与发展;完善跨境服务体系,进一步优化跨境物流、支付、仓储等配套体系建设;对标RCEP规则,通过技术创新和品牌培育,提升特色农产品附加值;加强对话与交流,推动农产品质量标准互认,减少技术性贸易壁垒和倡导绿色贸易,推广可追溯体系建设等务实举措。

与会嘉宾表示,本次对话会是安徽与RCEP成员国畅通交流的重要举措,将以此为契机增进彼此了解,发挥各自的优势,在跨境电商、农产品贸易等领域携手合作,推动形成更加紧密、更具竞争力的区域产业链供应链合作伙伴关系,实现互利共赢。

