

北京出台方案推动跨境电商高质量发展

计划落地3个跨境电商展示服务中心

本报讯 陈琳 近日,北京市商务局印发《北京市推动跨境电商高质量发展行动方案(2025—2027年)》(以下简称《方案》)。根据《方案》规划,到2027年北京将实现一系列量化目标:落地3个跨境电商展示服务中心,集聚一批百亿级跨境电商平台总部和十亿级品牌商家,联动百家生态服务联盟伙伴,举办百场对接交流活动,培育千名专业人才。

《方案》提出,要充分发挥“五个优势”:依托科技创新优势提升品牌竞争力,借助“两区”叠加优势深化体制机制创新,利用总部经济优势吸引企业集聚,发挥北京两大机场空港枢纽作用构建高效物流通道,整合优质商务服务资源赋能产业发展。同时依托京津冀协同发展战略,带动区域跨境电商提质升级。届时,北京将初步建成在全国总部集聚力、政策便利度、品牌影响力等方面具有示范作用的跨境电商发展高地。

《方案》明确加大企业引育力度,支持具有核心技术的跨境电商企业成长为高新技术企业或专精特新企业,鼓励头部企业在京设立总部并发挥辐射带动作用。在平台建设方面,既支持头部平台拓展国际市场,赋能商家出海,也鼓励中腰部平台发展品牌独立站。

“京品出海”计划成为亮点,北京将对企业产品认证、境外专利申请等给予资金支持,引导企业从“无牌创牌”到“品质拓牌”,再到“领军强牌”。例如,支持老字号通过跨境电商渠道拓展国际市场,利用首发活动和展会平台加强国潮京品IP推广。



技术赋能成为核心抓手。《方案》支持企业运用云计算、人工智能、虚拟现实等先进技术优化生产营销全流程,鼓励平台企业加强人工智能大模型应用,符合条件的企业可申领人工智能算力券。跨境直播新场景建设被重点提及,将推动“保税仓+直播”“体验店+直播”等模式创新,培养多语种主播和数字人直播技术应用。

在零售进口领域,北京将深化医药产品试点,推广“跨境电商+跨关区保税+体验消费”新模式,支持进境展品通过跨境电商实现“展转跨”销售,同时引进培育境外优质新消费品牌。

在优化服务支撑、提升流通效率方面,方案提出优化出口流程,打造“一次查验、就地安检”服务模式,设立出口通

关“绿色通道”,落实“7×24小时”预约通关。跨境电商出口企业可享受“简化申报”政策,跨关区退货模式将进一步深化。

北京两大机场将拓展国际航线,鼓励企业在口岸和保税区域设立分拨中心与集货仓,数字化仓储设施建设可获资金支持。办税流程持续优化,跨境电商出口退运商品税收政策、无票免税等政策将全面落实;资金结算方面,支持企业轧差结算境外费用,支付机构可凭电子信息提供低成本结算服务,金融机构将推出涵盖信贷、汇率避险的一揽子产品。

7月份中国电商物流指数再创年内新高

本报讯 王善涛 中国物流与采购联合会今天公布7月份中国电商物流指数。7月份中国电商物流指数为112.0点,比上月回升0.2点,再创年内新高。7月份农村电商消费红火,农村电商物流业务量加速回升,成为带动电商物流指数上升的重要因素。

在四川阆中市江南街道的一个果园里,村主任邓林化身网络主播,热情推介当地的青脆脱骨李。

通过直播带货,再借助日益完善的现代物流体系,这些绿色农产品可以快速地寄出。农产品卖出去了,村民的钱包鼓起来了。

从“扛着篮子叫卖”到“对着镜头促销”,电商物流的发展,让越来越多的传统手工艺品、优质农产品成功推向市场,带动了村民增收致富。

7月份农村电商物流业务量指数为131.5点,比上月回升1.1点。分地区来看,全国所有地区农村业务量指数均有所回升,其中,中部地区比上月回升1.7点,回升幅度最大。

中国物流信息中心主任刘宇航表示:“在现代物流体系下,物流末端的服务网络持续地丰富。特别是我们看到这种信息化、科技化的手段不断介入之后,农村电商服务设施的供给能力越来越强,带动了农村电商板块销售的增长。”

另外,农村电商物流业务量的加速上升,也带动了物流企业扩大农村快递员的招聘。7月份电商物流人员指数比上月回升0.9点,涨幅较上月明显扩大。

中国(石狮)电商大会吸引全球跨境商家对接资源

本报讯 孙虹 以“购在中国 全闽乐购”为主题,2025年中国(石狮)电商大会暨全球跨境商家资源对接会近日在福建石狮开幕。位于阿根廷、韩国、菲律宾、澳大利亚、巴西、俄罗斯等国家的多个石狮优品全球展销中心于此间集中授牌。

步入石狮服装城展览艺术中心一楼展馆,跨境商家资源、产业带集群、供应链平台、产教融合区、溯源直播区等五大区域吸引众多电商平台、产业带集群及知名企业代表于此驻足、参观、洽谈和对接。

作为知名侨乡、“闽派”服饰发源地,石狮依托纺织服装产业集群和侨乡资源,已形成完备的产业链,尤其在男装领域占据龙头地位。

石狮市委副书记、市政府市长余志伟介绍,近年来,石狮依托纺织服装产业集群,推动电商直播、跨境贸易等新业态快速发展,带来超18万家市场主体、超50万就业创业外来人员,电商竞争力位列中国县域第2位,产品畅销全球200多个国家和地区。

今年5月,石狮正式启动全球男装供应链中心暨跨境电商产业集聚区,助力石狮男装产业从“单点突破”转向“全域赋能”。余志伟表示,石狮将着力构建从平台、物流到选品、营销、孵化,以及金融等配套服务的完整跨境电商生态圈。

此外,本次大会期间还举行了2025年石狮电商品牌集体发布、中国服装协会男装品牌出海合作推介、全球男装品牌运营中心启动仪式、全球男装产销协同共建签约仪式等,为石狮电商搭建起“电子商务+产业+公共服务”的行业生态链,为石狮纺织服装制造业转型升级提供精准有效服务。

完善治理机制,夯实直播电商“信任经济”底色

□ 于阳

直播电商是近年来中国发展最快的创新商业模式,据国家市场监督管理总局发展研究中心发布的《2025直播电商行业发展白皮书》数据,2019至2023年间,直播电商市场迎来爆发式增长,整体规模增长达10.5倍,国内现存直播相关企业超200万家。规模增长一方面有力促进了消费、就业和经济发展,同时也带来了内容质量低下、法律关系不清、不良舆情频发、治理困难等诸多挑战。对于行业而言,急需迈向规范化协同治理的新阶段。

近日,抖音电商成立安全与信任中心并发布了首期公告,严打直播间违规盲盒营销。公告显示,2025年至今抖音电商累计断播相关违规直播间4000余场,清退达人账号1000余个。据了解,该中心旨在加大与商家、达人以及公众的沟通,定期发布治理最新动态,解答规则与安全问题,帮助外界更好地理解平台治理的目标与方向。头部平台的这一做法契合了规范化协同治理的发展趋势,只有加强信息透明、不断加大治理力度,才能更好践行消费者权益保护。

目前直播电商的用户规模已经突破了6亿,为保障消费者体验,行业面临多种难题。一是新兴模式对内容质量要求提升;其次,主体多元加剧了供应链复杂性、提升了选品要求;再次,行业对主播的专业素养和职业道德提出更高要求。头部主播凭借庞大粉丝基数和强大带货能力,天然具备媒体关注度,个别头部主播因自带流量属性,其引发的虚假宣传、不文明带货等问题导致不少舆情事件,对行业声誉产生负面影响。

以抖音电商安全与信任中心的首期治理公告为例,当深受青年消费者喜欢的盲盒销售走进了直播间,一些违规营销顺势出现。比如,销售自制包装、自行拼装、二次分装的盲盒商品,主播诱导消费者以不确定价格购买固定价格的非盲盒类商品。或是主播以不确定性方式推广商品的行径,涉嫌变相违规抽奖,存在赌博诱导风险。

这类随新兴消费模式而生的违规营销问题层出不穷,对平台监控、及时处置能力以及如何系统化杜绝都提出了更高的要求。抖音电商安全与信任中心表示,除了系统化治理相关问题外,针对任何虚假宣传等侵害消费者的

行为,平台都零容忍,还将持续升级处置力度、完善规则。

一个清明健康的购物环境,有赖于商家、监管以及平台的共同努力。国家发展和改革委员会经济研究院经济体制与管理研究所研究员王琛伟表示,快构建直播带货信用监管体系是行业规范化协同治理的关键。如,及时有效归集直播电商和直播网红等主体信用信息,积极推进信用监管,依据信用等级实施分级分类监管。重点查处网络直播虚假宣传行为、不正当竞争行为和刷单炒信行为。依法加大违规直播处罚力度,建立黑名单管理机制,对于情节严重的情况,采取封禁账号等处理措施。建立信用修复机制,明确处罚的时效性,规范黑名单“解禁”标准和路径,引导相关主体合规经营。

对于平台和监管而言,还急需进一步健全直播带货服务标准,强化交易全流程服务保障,及时回应消费者合理诉求,不断净化网络直播购物环境,持续提升网购服务体验与管理水平。也只有切实维护消费者权益,平台才能与消费者建立起信任沟通机制,更好推动行业向前发展。