

商务部：

农村电商高质量发展取得积极成效

本报讯 杨文君 8月21日上午，“电商赋能 链动乡村”2025年农村电商高质量发展交流活动在山东成功举办。在8月21日下午举行的商务部例行新闻发布会上，新闻发言人何咏前介绍了活动的有关情况，并就商务部在推动农村电商高质量发展的有关问题回答了南都记者的提问。

何咏前表示，发展农村电商，创新商业模式，是建设农村现代流通体系的重要举措，也是带动农民增收的有力抓手。商务部深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，会同有关部门接续出台《关于加快贯通县乡村电子商务体系和快递物流配送体系有关工作的通知》《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》等，通过政策引导、示范带动、活动提升，支持各地突出赋能、强化链接、因地制宜发展农村电商。

“8月21日上午在山东举办的农村

电商高质量发展交流活动，就是其中的一项。活动重点围绕‘电商赋能 链动乡村’主题，集中发布了一批农村电商‘领跑县’、县域电商直播中心、数字流通龙头企业典型案例，总结推广了一批农村电商在优化公共服务体系、推动传统商贸智能化转型、拓展新场景新应用等方面的实践经验。”何咏前说。

据何咏前介绍，近年来，在各地各部门共同努力下，农村电商高质量发展取得积极成效。一是农产品销售和农民增收有效促进。2025年1—7月，农产品网络零售额同比增长7.4%，今年上半年农村居民人均可支配收入同比增长6.2%。

二是农村消费市场不断繁荣。电商带动农村商品服务供给进一步丰富，农民足不出户就能买到物美价廉的商品。2025年1—7月，农村网络零售额同比增长6.4%。

三是农村物流体系日趋完善。2022年以来，县域商业建设行动支持各地建设改造县级物流中心1285个、乡镇快递物流站点1457个。目前，从雪域高原的西藏班戈县，到祖国东极黑龙江抚远市，县乡村物流配送网点不断健全，农村地区共同配送规模持续扩大，全国行政村快递服务覆盖率已达95%。

四是农村电商创业持续活跃。累计举办14期全国农村电商高质量发展大讲堂，为近30万人次提供电商公益培训。相关研究机构数据显示，截至7月底，全国农村网商数已超过1950万家，同比增长6.4%。

“下一步，商务部将继续围绕全面推进乡村振兴，会同相关部门深入实施农村电商高质量发展工程，进一步提高农村电商应用水平，促进电商与农村一二三产业深度融合，助力农民增收和农村消费。”何咏前说。

延伸阅读

“电商赋能 链动乡村” 2025年农村电商高质量发展交流活动举行

为进一步落实商务部等9部门《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》，充分发挥电子商务在促进农业农村现代化、畅通城乡经济循环中的关键作用，“电商赋能 链动乡村”2025年农村电商高质量发展交流活动，于8月21日在山东曹县成功举办。活动由中国国际电子商务中心、山东省商务厅、山东广播电视台、菏泽市人民政府主办，山东省人民政府、商务部流通发展司、山东省商务厅、菏泽市人民政府负责同志参加活动并致辞。

交流活动期间，与会嘉宾围绕构建高质量农村电商生态圈、绘就数字乡村新图景、发挥电商带头人作用赋能乡村振兴等核心议题进行了深入研讨。会议系统总结交流了各地在农村电商助力乡村振兴进程中的创新模式与有效经验，集中展示了全国农村电商高质量发展的显著成效。

党中央、国务院高度重视农村电商发展，中央一号文件连续多年作出明确部署。商务部立足商务工作“三

个重要”定位，会同各地方及相关部门深入实施农村电商高质量发展工程，着力推动电子商务与农村一二三产业全方位、全链条深度融合，取得积极进展。

数字经济蓬勃发展背景下，农村电商为地方经济转型升级持续注入新动能。全国各地在实践中探索形成了各具特色的发展模式，涌现出一批成功典型。山西省、甘肃省陇南市、山东省菏泽曹县等地依托电商引领产业、振兴乡村的经验做法，在全国范围内产生了积极的示范效应。

人才是农村电商发展的关键支撑。为培育壮大乡村电商人才队伍，活动期间组织举办了2025农村电商带头人案例赛事活动，通过“以赛代训、以赛育人”方式，积极探索农产品上行新路径，为乡村振兴注入新活力。现场同步举行了2025年农村电商讲师聘任仪式及案例赛事颁奖仪式，优胜选手进行了现场案例展示。

为进一步发挥典型案例的示范引

领作用，活动前期组织开展了2025年度农村电商典型案例推荐工作。案例覆盖全国30个省（自治区、直辖市），具有明显的典型性、创新性和示范性。活动现场发布了2025年农村电商“领跑县”、数字化商贸流通龙头企业、县域直播电商中心三类典型案例。安徽省肥东县、四川省华蓥市、福建省仙游县作案例主题分享。

本次交流活动旨在搭建全国性交流平台，深入研讨农村电商发展新趋势、新模式、新路径，总结推广实践经验，促进农村电商高质量发展，更好服务乡村全面振兴。本次活动作为全国农村电子商务发展的“风向标”，得到了新闻媒体的广泛关注，抖音等新媒体平台通过开通话题等方式，助力多条消息登上热搜热榜。活动期间，有关电商平台企业、物流快递企业等正式发布“农村电商高质量发展领航计划”，致力于以电子商务赋能农业农村，畅通城乡经济循环，促进农民持续增收和农村消费升级。

拼多多二季度净利润 307亿降幅收窄

本报讯 范佳来 8月25日，拼多多发布2025年第二季度财报，总营收增速放缓至7%，单季营收1040亿元。归属于拼多多普通股股东的净利润为307.535亿元，同比下滑4%，下滑幅度较上一季度有明显收窄。调整后净利润同比下降5%，至327.1亿元，但大幅超过市场预估的223.9亿元。

分业务来看，二季度拼多多在线营销收入557亿元，同比增长13%，交易服务（佣金）收入（包含Temu）483亿元，与去年同期基本持平，略不及市场预期。

“当下，外部环境的快速变化还在持续，电商行业围绕新业态的竞争也愈加激烈。”拼多多集团董事长、联席CEO陈磊表示，在持续加大投入的过程中，短期业绩难免会有波动。

二季度，为了与商家共同应对新挑战，拼多多在“百亿减免”等惠商举措的基础上推出“千亿扶持”新战略，拼多多称这是首次在电商行业开启“千亿级别”的惠商行动。

今年上半年如火如荼的电商外卖大战，外界好奇拼多多在这方面的动作，对此，赵佳臻表示，过去行业竞争进一步加剧，市场也投入大量资源。

对于外界关注的多多买菜，拼多多管理层也在此次电话会议中进行回应。

赵佳臻披露，经过近五年投入，目前多多买菜提货点已经覆盖超过全国70%个行政村，尽管该项业务需要大量投入，但依然会在产品品类、服务质量、生活时效等方面脚踏实地做更多的长期投入。

抖音携手平台商家 持续保障消费者权益

本报讯 王志芹 抖音电商日前在北京发布在商品治理、内容建设和服务保障等方面的进展。今年以来，平台已拦截劣质商品56万件，处置违规直播间超28万个，清退违规达人超2万名，优化服务流程带来用户满意度提升40%。同时通过九大扶商政策累计为商家减负超165亿元。

活动现场，中国政法大学民商经济法学院教授张钦昱指出，平台系统本质是由算法和数据驱动、多主体交互的网络生态系统。直播电商平台依托其技术架构与资源整合能力，逐渐成为连接多方参与者的关键枢纽。在这一网络生态中，商业信誉体系的运行并不仅依赖于某一方，而是多方共同作用的结果。当前直播电商的争议，大多源自信任缺口，这需要商家、达人以及平台等参与者在“共建共治共享”的理念下，形成协同机制，推动更高水平的用户体验。

对此，抖音电商相关负责人表示，平台正协同生态伙伴，从商品供给、内容建设、服务保障三方面持续完善体验生态，力求在保障物流与售后的同时，提升商品与服务的真实可信度。

据了解，过去一年，抖音平台持续完善售后、物流等方面的用户体验，如升级“坏了包退”，覆盖果蔬、海产、肉蛋等更多品类。物流服务则引入“晚发即赔”“自选快递”“新疆包邮”等新机制。同时持续加大对商家的扶持力度。此外，针对退货率、侵权等商家关心的核心经营问题，平台进行了功能迭代。

抖音电商相关负责人表示，消费者体验始终放在首位，平台希望在未来发挥好“桥梁”作用，将继续通过扩供给、扶优质、强保障，携手生态伙伴为用户带来更丰富、更安全、更可信的消费体验。

前7月电子商务有效助力提振消费

本报讯 刘明 “1—7月，我国电子商务持续健康发展，有效助力提振消费，推动产业数字化转型，为国际经贸合作普惠共赢注入新动能。”商务部电子商务司负责人在介绍我国电子商务发展情况时如是说。

该负责人将电子商务发挥的作用概括为三方面：一是消费电商提品质、促创新。品质电商培育、数字消费提升等行动深入实施，为扩大内需增添新活力。数据显示，1—7月全国网上零售额同比增长9.2%，其中实物商品网上零售额同比增长6.3%。数字产品、以

旧换新成为拉动力，据商务大数据监测，电脑、智能穿戴和手机线上销售额同比分别增长29.9%、28.4%和20.3%。服务消费快速增长，旅游、餐饮和文娱线上销售额同比分别增长24.8%、16.6%和11%。助力外贸拓内销深入推进，4月以来主要电商平台外贸专区销售超40亿元。

二是产业电商强对接、拓销路。组织“数商兴农”“产业电商惠企”等对接，超20个地方、平台举办300场对接，达成共建产销链路、品牌推广等上万项合作意向。据商务大数据监测，1—7月，农

产品、电子产品、纺织品产业电商交易额同比分别增长14.5%、7.9%和6.5%。

三是丝路电商助合作、促共赢。“丝路电商惠全球”主题活动高效推进，指导新建10余个线上线下国家馆。务实推进中国—中亚电子商务合作对话机制建设，举办云上大讲堂中亚专场。湖南、新疆等地举办产业对接活动，与非洲、中亚等地区达成数十项优质商品输华意向。重点监测平台数据显示，1—7月埃及精油、乌兹别克斯坦糖果线上销售额同比分别增长179.2%和104.7%。

（刘明）