

2025 电子商务大会将于9月10日在京开幕

本报讯 吕少威 近日从2025年中国国际服务贸易交易会(以下简称“服贸会”)主题论坛媒体通气会上获悉,2025电子商务大会定于9月10—11日在北京首钢园举行,以“数智引领·品质创新”为主题,邀请国内外政府部门有关负责人、行业专家、社会组织和优秀企业代表出席,深度探讨在数智时代,电子商务如何通过技术升级、模式创新以及产业融合,为消费者带来更优质的产品与服务,助力企业实现高质量发展。

北京市商务局电子商务处副处长刘佳在通气会上介绍,9月10日下午举办大会开幕式暨主题论坛,9月11日上午举办消费电商专场,下午举办产业电商专场和跨境电商专场。主论坛聚焦数智化转型与国际合作等顶层议题,明晰电子商务领域最新趋势导向。消费电商专场深入AI应用、银发经济、即时零售、国潮电商等零售消费端创新。产业电商专场聚焦产供

链协同、大模型应用、数智集采等产业端应用话题。跨境电商专场则直击全球贸易新格局、出海合规、本地化运营等国际化挑战。

大会将解读当前电商领域的政策导向与发展机遇。京东、阿里、亚马逊、美团、转转等平台代表将围绕数智生活、AI创新、跨境电商、服务零售、循环经济等议题进行分享。52TOYS等代表新消费趋势的先锋品牌,将解读新兴消费趋势下品牌如何打造差异化竞争力。同时,来自商务部研究院、中国国际电子商务中心、中国物品编码中心、对外经济贸易大学等国家级智库与研究机构的专家代表也将深度参与大会各环节。此外,超过50位电商平台、消费品牌、服务生态、研究机构的创始人及高管将作为分享嘉宾参加大会各场次活动。

刘佳提到,本届大会将发布多份重量级研究成果与榜单,全方位展现数智

时代电子商务的创新发展潜力,为行业提供兼具前瞻性与实操性的参考依据。大会主论坛上,中国国际电子商务中心将发布《“人工智能+”引领数字服务消费扩容提质—数字消费研究报告》。亿邦智库将在消费电商和产业电商专场分别带来《2025AI电商应用洞察报告》最新解读以及《央国企采购供应链洞察与思考》。北京电子商务协会将在会上发布《2025北京网络新消费名品优企TOP50》。同时,北京市商务局与工商银行北京市分行将在会上正式签署《支持外贸新业态合作备忘录》,共同推动北京跨境电商高质量发展。

本届大会内容设置更加多元化。紧扣电商核心赛道,将即时零售、直播电商、跨境电商、产业数智化等关键赛道纳入重点探讨范畴。创新引入时下热点,首次设置潮流消费、国企上线、循环经济、数智家政等与消费者日常生活息息

相关的热点话题。在企业参与层面,大会不仅汇聚京东、阿里、美团等行业巨头,也积极引入京企直卖、奇梦岛、小熊美家等“新面孔”,让不同领域、不同类型的电商主体充分亮相。

刘佳表示,本届大会涵盖国际电商平台、跨国零售巨头及全球跨境贸易服务商多维视角。亚马逊、沃尔玛以及基于全球线下零售商的跨境大卖(CISMEA)等国际化嘉宾,将从市场趋势、技术应用、渠道布局等多维度展开分享,既为中国企业“走出去”提供全球市场洞察,也为国际伙伴“走进来”了解中国电商搭建窗口。

电子商务大会自2011年以来已经成功举办了14届,本次是第15届,作为服贸会主题论坛之一,已经成为洞悉全球电商趋势、展现创新成果、引领产业发展的重要交流平台。2025电子商务大会由北京市商务局、中国商业联合会共同主办。

中部六省携手成立跨境电商行业联盟

本报讯 鲁毅 近日在长沙举行的首届华中跨境电商卖家大会上,中国中部六省携手成立“中部跨境电商行业联盟”,建立常态化合作机制,整合区域资源,推动跨境电商协同发展。

该联盟由湖南、湖北、河南、安徽、江西、山西六省跨境电商行业协会共同发起成立,并现场签署《联盟公约》。联盟将围绕政策协同、资源共享、海外仓

共建、人才联合培养等领域开展深度合作,进一步提升区域跨境电商整体竞争力和抗风险能力。

跨境电商作为国际贸易的新业态,正为中部地区外贸高质量发展注入新动能。公开资料显示,中部六省已建成38个国家级跨境电商综合试验区,湖南浏阳烟花、河南许昌假发、江西景德镇陶瓷等产品热销全球。沃尔玛全球

电商、亚马逊云科技、阿里国际等国际知名电商平台已相继布局中部地区。

当天举行的首届华中跨境电商卖家大会,汇聚政府官员、行业协会代表、优质品牌卖家、产业园区代表等,围绕平台运营、供应链整合、品牌全球化等热点议题展开深度对话,分享从制造到品牌、从国内到国际、从报关到税务等实战经验,致力促进资源对接与经验互鉴。

外卖、直播电商等平台服务管理将有“新国标”

本报讯 李晶晶 近日了解到,全国平台经济治理标准化技术委员会正式成立。组建平台经济治理标委会的主要目的是充分发挥标准化对推进治理体系和治理能力现代化的系统性支撑作用,强化其在明确市场规则、规范行业发展方面的引领作用,以统一标准促进平台企业合规经营水平同步提升,推动平台经济从扩规模向优质量转变。技术委员会将围绕平台经济治理中的重点领域、关键环节和难点堵点,强化规则和规范的顶层设计,构建科学合理、系统完善的国家平台经济治理标准体系。

目前,平台经济治理标委会已根据行业急需,开展了《外卖平台服务管理基本要求》《网络交易平台合规经营评价通则》《直播电商平台服务管理基本要求》以及《网络交易合规数据报送规范》等4项国家标准的研制,目前《外卖平台服务管理基本要求》与《网络交易平台合规经营评价通则》两项国家标准已完成立项,将在近期面向社会公开征求意见。

前7月农产品网络零售额增长7.4%

据新华社消息 商务部新闻发言人何咏前日前介绍,今年1至7月,我国农产品网络零售额同比增长7.4%。

何咏前在商务部例行新闻发布会上说,近年来,农村电商高质量发展取得积极成效。

具体来看,农村消费市场不断繁荣,1至7月,农村网络零售额同比增长6.4%。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,全国行政村快递服务覆盖率已达95%。农村电商创业持续活跃,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%。

何咏前说,下一步,商务部将继续围绕推进乡村全面振兴,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。

激发消费活力 电商平台持续提升服务体验

本报讯 王绍绍 赵梓稀 清晨的云南鲜花基地,花农们将刚采摘的玫瑰打包贴单,通过电商平台的“自选快递”服务发往全国。消费者不用担心收货的时效,平台的“晚发即赔”服务会保障消费者的权益。

在消费成为经济增长“主引擎”的当下,优质服务体验正成为激发消费活力的核心引擎。

近年来,我国持续推进消费供给侧结构性改革,增强消费对经济发展的基础性作用。随着数字经济深入发展,电商平台已从单纯的交易中介升级为消费生态构建者。

“电商直播间不仅是购物场景,更是用户的‘虚拟第三空间’。直播间互动缓解了社交压力,让用户能自由观看、交流和表达。但即时互动带来的高黏性体验,也对售后与服务体验提出了更高要求。”中国政法大学民商经济法学院教授张钦昱在近日举办的抖音电商“服务体验开放日”上表示。

“我们始终把消费者放在首位,从好商品、好服务、好内容入手,持续推动直播电商持续规范化发展。”抖音电商相关负责人表示。

具体来看,好商品方面,平台完善技术模型优化审核,加强专项治理并联动部门打击劣质团伙;好内容上,升级流量机制扶持优质内容,打击劣质与虚假宣传;好服务中,升级“坏了包退”等政策,改善物流,完善售后极速退款,推动用户满意度上升。

此外,抖音电商还发起“心意发现



计划”,主动倾听商户和消费者声音。平台组织了多场线下用户体验活动,同商家、供应链一起发掘提升用户体验的举措及创新,明确优质服务的标准,为消费者带来更多优质服务。

这些举措让“放心消费”从口号变为现实,如某杨梅商家通过平台定制包装技术,将损耗率降低三成以上,既保障了消费者权益,也提升了商家经营效益。

服务体验的提升离不开商家生态的繁荣。针对平台上超90%的中小微企业,抖音电商推出九大扶商政策,截至7月已累计补贴超165亿元。“商品卡免佣”“运费险减免”等举措减轻了经营负担,而升级后的“商家体验分”

体系更科学地引导商家优化服务。

数据显示,平台着重改善售后服务,去年全年主动服务超2.4亿用户,消费者负面反馈下降30%,售后满意度提升13%。平台还通过加大客服投入等举措提升服务消费者的能力,消费者诉求一次性解决率提升17.8%。

消费是最终需求,服务是永恒课题。从田间到指尖的鲜花速递,从非遗传承到直播带货的文化传播,电商平台正以服务为桥,连接起供给与需求、城市与乡村、创新与传承。在高质量发展的道路上,持续优化的服务体验将释放更大消费潜力,为经济增长注入澎湃动力。