

海关总署跨境电商退货公告

4月1日起跨境电商退货不再“绕路”

商品可全国跨关区通退

据新华社消息 为进一步促进跨境电商出口,海关总署日前发布公告,宣布自2026年4月1日起,在全国海关推广跨境电商零售出口商品跨关区退货模式。

跨境电商零售出口商品跨关区退货,是指跨境电商企业零售出口的商品在海外发生退货时,不再要求必须退回原出口海关,而是可以灵活选择全国范围内任一海关口岸办理退运进境手续的监管模式。

据悉,海关总署于2024年11月发布公告,明确自当年12月15日起,在北京、天津、大连、哈尔滨、上海、南京、杭州、成都、乌鲁木齐等20个直属海关开展跨境

电商零售出口跨关区退货监管模式试点。经过一年的试点,现已具备全国推广条件。

根据此次发布的公告要求,跨关区退货仅适用于跨境电商零售出口商品,即“9610模式”。同时,跨境电商零售出口退货商品可以跨关区退回,但退回商品仅允许退至开展跨境电商零售出口业务的海关监管作业场所或场地。

此外,公告还明确,开展跨境电商零售出口跨关区退货业务的企业应规范经营,并具备独立的作业功能区,相关生产作业系统数据应向海关开放或与海关信息化系统对接。

跨境电商作为国际贸易的新业态,近年来发展势头迅猛,已成为推动我国外贸增长的重要引擎。然而,跨境电商快速发展的同时,跨境退货问题一直是困扰行业发展的痛点难点。

海关总署相关负责人表示,此次跨关区退货政策的出台,旨在解决传统模式下“退货难、成本高、周期长”的行业痛点,为企业提供更高效、经济的逆向物流通道,从而提升消费者购物体验,增强企业国际竞争力。此外,结合财政部等三部门今年2月份联合发布的跨境电商出口退运商品税收优惠政策,可形成政策协同叠加效应,共同为跨境电商企业降本增效。

直播电商贡献电子商务80%增量
规范化职业化护航中小主体发展

直播电商作为我国数字经济领域增长迅猛、创新活力充沛的商业模式,正逐步告别野蛮生长阶段,迈入规范化、职业化发展新征程。中小主播、中小商家等从业者在职业成长、权益保障、经营发展等方面遭遇多重难题。对此,全国人大代表、甘肃省陇南市徽县陇上庄园生态农业有限公司总经理梁倩娟结合基层实践与行业观察,围绕提升从业者素质、加强权益保障、让更多中小从业者共享数字红利等方面提出建议,为直播电商行业健康可持续发展提供实践指引。

行业发展动能强劲
中小主体撑起发展大梁

近年来,我国直播电商行业实现跨越式发展,市场规模快速扩张,产业价值持续凸显。《2025直播电商行业发展白皮书》调研数据显示,2019年至2024年直播电商市场规模增长超12倍,2024年贡献电子商务增量的80%;2025年,直播电商商品交易总额超5万亿元,占网络零售额近三分之一,行业用户规模预计达6.6亿。截至目前,国内现存直播相关企业256.96万家。《2025抖音电商发展数据报告》进一步指出,粉丝量在100万以下的中小达人在达人带货中的成

交额占比超过85%。

在乡村振兴的广阔天地中,直播电商也成为农货上行的重要通道,带动县域经济发展成效显著。《2025丰收节抖音电商农产品消费白皮书》显示,2024年9月至2025年9月,平台累计销售农特产品102亿单。全年农特产品店播商家数量同比增长51%,超546万名创作者带货农产品实现动销。

发展瓶颈亟待破解
中小从业者面临多重困境

然而,在行业蓬勃发展的同时,中小规模直播电商从业者在职业发展与经营实践中,仍面临职业体系不完善、权益保障不足等问题。

“目前,头部主播的流量集中度与销售额占比明显下降,中小主播在行业中的重要性日渐凸显。同时,中小主播也面临职业发展困境。”梁倩娟代表表示,一是中小主播素质参差不齐,职业培训体系不完善,职业资格认证制度不健全等问题突出;二是由于缺乏标准化的劳动合同指引,以及部分经纪机构经营不规范,中小主播在薪资结算、违约赔偿等方面处于劣势,劳动者权益难以保障;三是平台流量

获取难、同质化竞争激烈,商业资源不足,中小主播的职业发展陷入被动。

进一步保障中小主播的劳动权益,一是要持续完善职业培训体系,搭建教育平台,推动职业培训更加专业化、规范化。结合乡村直播与中小商家实际需求,常态化开展电商经营专项培训,提升中小主播与农户的选品、运营、售后等综合能力。同时强化行业规范引导,推动职业标准落地实施,提升网络直播职业含金量,助力中小从业者从“能带货”向“会带货、专业带”转型。

二是完善劳动关系协商协调机制,建立报酬纠纷调解机制,为中小主播提供政策解读、法律援助、纠纷调解、协商议事等服务,治理拖欠佣金、无故扣发薪资、索赔高额违约金等行为。

三是鼓励电商平台出台面向中小主播的系统性扶持措施。以抖音电商为例,2025年推出“九大商家扶持政策”,累计为商家节省成本超320亿元,帮助中小主播改善经营状况,降低交易成本,使其共享技术红利与普惠成果。

直播电商的长远发展,离不开规范化、职业化与普惠化的支撑。唯有持续完善职业评价体系,破解中小从业者发展难题,保障新就业形态劳动者合法权益,才能让行业发展更具活力与韧性,

更好服务消费升级、乡村振兴与经济社会高质量发展大局。
(金昱希)

据新华社消息 国家统计局新闻发言人付凌晖在近日举行的国新办新闻发布会上说,今年发布的消费相关指标中有一项重要变化,首次发布“网上商品和服务零售额”指标,同时停发“网上零售额”指标。

付凌晖表示,网上商品和服务零售额是在原有网上零售额指标基础上,进行优化完善得到的,主要差别是“网上商品和服务零售额”指标扩大了网络服务平台统计范围,强化了网上服务零售额测算。过去发布的网上零售额指标主要包含两项:一项是实物商品网上零售额,主要反映网上商品销售情况;另一项是非实物商品网上零售额,主要反映重点平台服务零售情况。

付凌晖介绍,近些年,随着网上服务发展日益加快,国家统计局加强对网上服务零售统计。在原有的“非实物商品网上零售额”基础上进行优化完善,将更多网络服务零售平台纳入统计调查范围,测算发布“网上服务零售额”指标。与此同时,将原来发布的“实物商品网上零售额”指标名称调整为“网上商品零售额”指标,它的统计范围和内涵没有变化;“网上零售额”指标名称调整为“网上商品和服务零售额”。调整以后,网上商品和服务零售额的总量比原来的网上零售额有所扩大,主要是因为网上服务零售额的增加。

“下一步,国家统计局将进一步加强市场销售统计监测等工作,更好反映消费发展状况,为社会各界提供优质统计信息。”付凌晖说。

国家统计局首次发布「网上商品和服务零售额」指标

2月中国电商物流指数供需两端放缓

本报讯 阮煜琳 中国物流与采购联合会近日发布数据显示,2月份,中国电商物流指数为109.0点,环比回落3.7点。

分项指数中,满意率指数、实载率指数、库存周转率指数、物流时效指数、履约率指数、总业务量指数、农村业务量指数、人员指数和成本指数有所回落。其中,人员指数环比回落4.4点,幅度最大。物流时效和履约率指数分别回落2.7点和2.5点。与此同时,满意率有所回落,环比下降2.0点。实载率指数环比回落3.6点。

分析认为,2月春节假日期间,中国电商物流指数供需两端放缓,符合预期。从需求端看,2月健康滋补等礼赠型商品成为年货消费主力,节前县域家电换新订单明显增长。智能音箱、扫地机器人、人工智能玩具等成为消费亮点。牛羊肉、水产、鲜花等原产地农产品通过“网络直播+产地直发”模式快速流通。

分析称,从供给端看,受春节员工返乡及2月需求下降等因素影响,各项指数均有所回落。但多家电商物流与快递企业相继发布春节期间服务公告,继续提供收派服务,全力满足节假日期间的寄递需求。后期,随着企业陆续复产、需求回稳,中国电商物流指数将实现有序回升。

