

北京出台新政鼓励平台 赋能与数字化转型

本报讯 陈琳 北京市商务局近日发布《关于申报2026年促进电子商务高质量发展支持政策的通知》，通过资金支持鼓励平台企业、电商服务企业发挥赋能带动作用，助力企业拓展网络销售渠道、加速数字化转型。单个平台企业最高可获500万元支持，电商服务企业及数字化转型项目亦有相应奖励。

本次政策支持范围覆盖三类在京合法经营的单位：为消费者提供商品、餐饮第三方交易服务的互联网平台企业；通过网络平台开展商品或餐饮自营销售业务的企业；以及提供直播电商或代运营等服务的电商服务企业。

为鼓励平台企业发挥龙头带动作用，政策明确，对为消费者提供商品、餐饮第三方交易服务的互联网平台企业，2026年每培育1家实际成交额不低于2000万元且增速超过50%的企业，给予不超过5万元支持。单个平台企业年度累计支持上限为500万元。

对于电商服务企业，政策同样给予明确支持。2026年，凡带动10家(含)以上企业累计实际成交额不低于2000万元的电商服务企业，可按不超过实际成交额的0.5%获得支持，单个服务企业年度最高奖励不超过100万元。

此举意在鼓励直播电商、代运营等服务企业加大赋能力度，助力更多传统企业触网升级，拓展线上市场。

政策特别聚焦企业数字化转型，从三个方向给予支持：

支持企业搭建线上营销体系，通过入驻第三方电商平台、搭建商城网站、建设App或小程序等方式加快布局电商业务。

支持企业数字化运营能力提升，鼓励开发经营管理软件服务系统，实现选品、备货、营销、售后等链路一体化管理，提升精细化运营水平。

支持企业数字化场景应用，鼓励发展直播电商、即时零售等新业态，运用大

数据、人工智能、数字孪生、数字人等新兴技术打造沉浸式消费新场景。

对符合上述方向的软硬件设备购置及升级改造等投资，按照不超过审定实际投资总额的50%予以支持，单家企业最高不超过100万元。资金支付及发票开具时间须在2025年1月1日(含)以后。

为确保政策精准落地，通知明确了申报条件。申报数字化转型支持的企业，若为第三方交易平台，2025年平台交易额应不低于1亿元；若为自营网络零售企业，2025年网络零售额应不低于1000万元。申报项目须已完工，审定实际投资总额不低于计划投资总额的70%，且完工后已稳定运营3个月以上。

同时，通知列出了不予支持的情形，包括列入全市联合惩戒“黑名单”、近三年内发生较大及以上安全生产事故、同一项目已获得中央或市级财政资金支持等。

前两个月我国电子商务稳定发展

本报讯 丁雅妮 宋菀 1—2月，我国电子商务稳定发展，数字消费稳中向好，产业电商推动数智化转型，丝路电商提升全球品牌效应，高质量发展实现良好开局。

数字消费持续活跃。提振消费系列政策在电子商务领域落地显效。作为“购在中国”全年首场线上活动，全国网上年货节丰富节日市场消费选择。

据国家统计局数据，1—2月全国网上商品和服务零售额增长9.2%。

商务大数据重点监测平台智能产品增长亮眼，智能眼镜、擦窗机器人网零售额分别增长183.5%和130.8%。

数字技术赋能旅游、餐饮、住宿等生活性服务业，据商务大数据监测，线上预定线下体验的旅游和餐饮零售额分别增长36.1%和27.3%。

产业电商深入赋能。开展产业电商惠企对接，深化平台数智化赋能产业转型。

据商务大数据监测，1—2月农产品网零售额增长17.6%，重点监测金属和工业品产业电商交易额分别增长63.8%和8.8%。

产业电商带动物流快递、人工智能、云计算等行业快速发展。据国家邮政局数据，1月日均快递业务量超5.9亿件，春节后最高突破7亿件。

据工业和信息化部数据，我国规模以上制造企业人工智能技术应用普及率超30%。

丝路电商促进共赢。“丝路电商惠全球”主题活动服务“购在中国”“出口中国”联动，“丝路电商过大年”引入中亚、上合、东盟等伙伴国特色商品，精准打造国别爆款。

据商务大数据监测，1—2月重点电商进口平台销售全球商品增长7.6%，其中冰岛三文鱼、泰国榴莲和巴西牛肉分别增长510.9%、443.6%和156%，伙伴国获得感持续提升。

“京东外卖自提节”城市促消费活动在滇举办

本报讯 廖兴阳 近日，“京东外卖自提节”城市促消费活动·大理站在大理市启动。本次活动以“线上点单+门店自提”的轻量化履约模式，创新打造便民惠民消费新场景，为消费市场注入持久活力。

启动仪式现场开展了“自提节”、城市合作计划发布、优质推荐商家授牌、“食安封签”联合推广等系列活动。

对于消费者而言，“即提即走”的自提模式实现消费者线上下单、到店即取的便捷体验，最大程度锁鲜保味，让餐品风味与口感完整留存。对商家而言，该模式显著降低配送成本、优化出餐节奏，配合平台提供的流量扶持与专属物料支持，实现效率与收益双重提升。

当地商家代表李女士现场分享了接入京东自提业务以来的显著成效。

活动现场，主办方为首批优质餐饮商家颁发“京东外卖·城市推荐放心自提商家”认证牌匾，并正式启动属地“食安封签”联合推广行动，通过行业自律与技术保障相结合的方式，全方位守护市民“舌尖上的安全”。

本次“京东外卖自提节”成功构建“政府搭台、企业让利、媒体助力、全民参与”的促消费新格局。

抖音电商发布2026蓝莓消费趋势报告：

云南蓝莓成交额同比增长159%

本报讯 近日，抖音电商在云南澄江举办蓝莓产业发展趋势线下发布会，邀请蓝莓商家、新农人代表、种业研发专家等多领域人士参与，共同见证国产蓝莓产业数字化发展的最新成果。

云南省商务厅有关领导对平台助力云南特色农产品上行表示肯定，并宣布启动“云南礼物网购节 蓝莓季”活动，发放政府补贴消费券，方便全国消费者吃上新鲜的云南蓝莓。

活动中，抖音电商水果行业负责人翟黎明发布《2026抖音电商蓝莓消费趋势报告》(以下简称《报告》)，呈现平台蓝莓销售亮点、用户消费趋势与深度产业洞察。数据显示，2025年3月至2026年3月，抖音电商累计销售各类蓝莓超4200万单，订单量同比增长122%，成交额突破24亿元，同比增长94%。

舶来小众浆果在抖音直播间热销

蓝莓原产于海外，是典型的舶来品。历经70余年研究和40余年系统引种，我国已完成从野生考察、引种驯化到自主育种、全年供应的跨越。

近年来，蓝莓消费迎来高速发展，从小众“贵价水果”变身全民热销的“蓝宝石”。同时，国内蓝莓种植、销售全链路协同升级，无数新农人借助直播和短视频等数字化工具，让小小浆果撬动百亿大市场。

目前，我国蓝莓现已实现全年新鲜供应，主产区精准覆盖至县域，形成各具特色的风味与上市周期。云南作为全国最大产区，核心分布于澄江、蒙自、建水、曲靖、丽江等地，上市期覆盖每年11月至次年6月。8月至12月，山东、辽宁、贵州、四川、吉林、黑龙江等产区次第上市，长江中下游及皖鄂地区就近直供，粤闽一带则以1至4月极早熟抢占早春市场。

《报告》显示，蓝莓位列抖音电商水

果类目增长最快的五大类目之一。过去一年，共有32536名抖音电商创作者带货蓝莓，同比增长79%。与此同时，全年共有7260个商家在平台销售蓝莓获得收益，同比增长37%。

云南蓝莓站上C位 成交额同比增长159%

产业规模的持续扩容，加之得天独厚的自然条件，让云南成为当之无愧的国产蓝莓核心产区。

地处低纬高原，云南光照足、昼夜温差大，种出的蓝莓甜度高、果粉厚、口感脆。更关键的是，云南可实现11月至次年6月反季节上市，独占春节、早春高价市场，经济效益突出。《报告》显示，过去一年，抖音电商云南产地蓝莓成交额同比增速高达159%，贡献蓝莓品类七成成交额。

直播电商兴起，也为云南蓝莓上行提供强劲支撑。在抖音电商平台，过去一年，售卖云南蓝莓的商家数量达4269家，同比增长68%；带货云南蓝莓的达人多达23218人，同比增长156%，成交额破百万元的直播场次超过140场。

值得一提的是，品种创新也是云南蓝莓的核心竞争力。

依托丰富的品种矩阵，云南蓝莓实现了对不同消费群体与区域市场的精准覆盖。花香莓凭借均衡口感与优质品相，深受一二线城市精致妈妈、白领群体喜爱，在江浙沪地区销量领先；果型硕大的霸王莓，更贴合中老年消费群体的选购偏好，在四川、辽宁等地市场表现亮眼；口感脆甜的脆脆莓，聚焦年轻高消费女性群体，在江苏、浙江、山东等地需求旺盛；带梗采摘、鲜度更高的鲜梗莓，则成为追求极致新鲜的年轻消费者首选，在北京、广东等地热度持续走高。

城市年轻女性是蓝莓核心消费人群

《报告》还清晰勾勒出蓝莓核心消费人群的特征与市场偏好，为产业同行精准布局、高效触达用户提供重要依据。

从消费人群来看，精致妈妈、新锐白领、资深中产及Z世代构成蓝莓消费核心群体。从消费区域来看，蓝莓已实现全国市场覆盖，华东地区是抖音电商蓝莓消费第一大市场，占比超四成。其次，华中、华南、西北区域市场增速最高，成交额同比增长103%、85%和80%。西北、华北等地用户的蓝莓消费频次则有明显提升。落到省份维度，江苏、浙江、广东、山东、安徽五省消费者排名抖音电商蓝莓消费力前五。

为进一步提升蓝莓品质，抖音电商商品策略运营杨正雄也在现场宣布了“严选蓝莓扶持计划”，从商家、商品、服务三大维度建立标准，并为优质商品和商家提供流量、运营等多重扶持。

据了解，参与该计划的商家需满足入驻时长、店铺评分、物流考核与验仓等要求。与此同时，平台也会推进商品规范、专项治理、售后保障三大举措，例如：明确果径分级、规范净重标注、严打货不对板、升级赔付标准等，全力保障消费者购物体验。

蓝莓热销不仅激活了消费市场，更成为乡村的“致富引擎”。数据显示，在云南红河州，蓝莓产业已成功孵化120余家家庭农场，带动超过15万人就业，合作种植农户户均年收入超35万元，务工人员人均纯收入超2.5万元。

抖音电商相关负责人表示，平台将持续助力云南蓝莓产业升级，“坚持品质为王，强化品牌意识”，与商家一道深化合作，打造“云南蓝莓”优质供给。未来，平台将继续发挥全域兴趣电商优势，助力特色农产品走上高质量数字化发展道路，为乡村振兴注入持续动力。(朱婉琪)