

7月中国电商物流迎来季节性调整

本报讯 阮煜琳 中国物流与采购联合会11日发布的数据显示,7月中国电商物流指数为111.2点,环比回落0.2点,电商物流迎来季节性调整。

各分项指数中,库存周转率指数、物流时效指数、履约率指数、满意率指数有所回升,总业务量指数、农村业务量指数、人员指数、实载率指数、成本指数小幅回落。

电商物流供给端稳定向好,电商物流总业务量指数小幅回落。7月企业库存流转效率进一步提升,库存周转率环比回升

0.4点,实现连续三个月回升;物流服务质量稳步优化,自2月起,物流时效、履约率、满意率连续回升。成本指数环比回落,企业经营压力有所舒缓。7月电商物流总业务量指数为128.4点,环比回落0.2点。

分析认为,7月电商促销活动相继结束,平台集中促销效应逐步消退,市场回归常态化运行,电商物流需求有所回落,但行业运行基本盘依旧稳固。从需求结构看,衣装服饰、美妆护肤等刚需类商品消费基本盘保持稳固。消费品以旧换新政策持续发挥带动作用,

“夏日经济”等成为家电消费与数码消费的重要驱动力,空调、除湿机、手持电扇等清凉家电进入销售旺季,手机、电脑等“升学套装”销售情况良好。

从供给端看,面对高温、强降雨等极端天气的复杂环境,物流企业持续优化作业组织模式,多措并举对冲外部不利因素影响,保障电商物流链条平稳运行。分析认为,8月伴随暑期消费持续释放,叠加促消费政策效能进一步显现,中国电商物流有望止跌回稳,延续平稳运行态势。

今年上半年头部直播电商公司业绩回暖

在流量成本上升,核心主播动荡,行业竞争加剧等因素冲击下,多家头部直播电商企业经营状况一度出现下滑。今年上半年,这一趋势有所扭转。近期,交个朋友控股、东方甄选、遥望科技等头部电商直播公司披露的业绩预告显示,其最新报告期业绩均明显回暖。

8月5日晚,交个朋友控股公告,预计2026年上半年净利润为8600万元至9300万元,与2025年上半年相比,将增长52.6%至65%。

交个朋友控股是国内头部直播电商企业,此前因深度绑定罗永浩而备受关注。根据公司披露的2025年年报,该年度其持续经营的新媒体服务业务收入为14.87亿元,同比增长30.6%。但因平台流量获取成本上升等因素影响,其新媒体服务业务的服务成本增加了约56.6%,导致该业务毛利率从2024年的50.5%降到2025年的40.6%,其净利润同比也有所下滑。

从最新业绩预告来看,交个朋友控股今年上半年业绩显著回暖。公司对此表示,上半年其直播电商业务持续进化,多平台矩阵直播间持续完善,垂类直播能力不断提升。AI直播全链路赋能体系持续落地,推动了公司内容效率、运营效率稳步提升,使得公司净利润增加。

业绩同样实现扭转的还有东方甄选。7月底,东方甄选预告,预计2026财年(2025年6月1日至2026年5月31日)公司营收、利润均将大幅增长。其收入预计达到56亿元至58亿元,同比增长27.3%至31.8%;其中,2026财年下半年(2025年12月至2026年5月)营收33亿元至35亿元,同比增长50%至59.1%;净利润为2.81亿元至3.11亿元,同比增长172.8%至201.9%。

此前,东方甄选因核心主播团队动荡等因素影响,2025财年营收、利润均出现下滑。而最新业绩预告显示,公司已重回增长通道。东方甄选也在公告中提到,公司推出了更多矩阵直播账号,扩大主播团队及延长直播时长,有效提升了商品交易总额并拓宽了流量来源。

除了抖音平台外,东方甄选对自营路线的探索更加深化。公司提到,其自有品牌产品稳步推出并持续丰富,多个爆款自有品牌产品销量强劲;另外,其自营应用程序的营收也在稳定增长,付费会员人数及用户复购率都有所提升,带动了公司的利润增长。

在上述两家港股公司之外,A股公司遥望科技此前预告,2026年上半年预计实现归母净利润1.4亿元至2.1亿元,上年同期公司亏损约2.53亿元;预计扣非净利润亏损1.5亿元至2.25亿元,较上年同期的亏损额2.54亿元有所减亏。

直播电商是遥望科技的核心业务之一。公司表示,其持续推进直播与商业化业务向内容创新与资源优化演进。报告期内,公司对主营业务的调整成效显著,推动经营性业绩大幅减亏。

近年来,国内直播电商产业快速爆发。根据国家市场监督管理总局发展研究中心与中国社会科学院财经战略研究院联合发布的《2025直播电商行业发展白皮书》,2025年中国直播电商行业交易规模突破5万亿元,用户达6.6亿。

近年来,行业规模扩大,但增速逐步放缓。从直播电商企业最新业绩预告可见,行业正逐步脱离流量竞赛,转向品质、矩阵、多渠道体系建设,提升长期发展能力。



正是陇南农特产品加速突围的鲜活印证。

陇南市电子商务发展局局长杜鹏向国际商报记者介绍,今年上半年,当地多措并举激活农产品电商消费活力、拓宽产销渠道、擦亮地域农产品招牌,依托陇南文旅推介大会、两当村超、青泥岭山地赛等特色场景,精准推介“拾味陇南”系列优质农特产品;积极参与双品网购节、“五一”黄金周、“618”年中大促、兰洽会、甘味陇货城市行、“拾味陇南”高校行等各类展销活动,持续拓宽产品销售半径。值得一提的是,5月,“拾味陇南”集体商标成功注册,实现陇南特色产品统一品牌、统一标识、统一推广。

这套“直播+品牌+供应链”的发展组合拳,已在全国多地形成发展共振之势。上半年,宁夏回族自治区供销社系统农产品销售额达38.47亿元,依托“832平台”累计交易额突破11.3亿元,累计开展农产品直播带货近40场次,实现农产品电商零售额1937万元。湖北咸宁市上半年农产品网络零售额1.06亿元,同比增长8.88%,生鲜果蔬、休闲食品、牛奶乳品为热销主力品类,本地莲藕等生鲜蔬果常年远销省外。

透过各地的鲜活实践,当前农产品网络零售行业新特征愈发清晰。中研普华产业研究院研究员洪前进表示,今年上半年行业呈现五大发展特点:一是“数商兴农”纵深推进,农产品溯源体系建设进入规模化落地阶段;二是直播电商成为行业核心增长引擎,行业规范化发展拐点显现,原产地实景直播、溯源直播等合规模式加速替代低质低价带货模式;三是预制菜等农产品深加工品类快速崛起,农产品附加值大幅提升;四是农产品冷链基础设施建设呈现“产地前置、网络下沉、技术赋能”的全新特征;五是各地聚焦地理标志农产品,推进统一品牌运营、统一溯源标识、统一质量分级,电商平台地理标志产品官方旗舰店的集群效应逐步凸显。

政策筑基、数智护航 农产品电商提质增效

持续释放的政策红利,为农产品电商高质量发展筑牢制度根基。《加快农业农村现代化“十五五”规划》明确提出实施农村电商高质量发展工程,推动农村电商迭代升级,规范农产品直播带货业态,深入推进“数商兴农”行动。商务部等6部门联合印发的《关于更好服务实体经济 推进电子商务高质量发展的指导意见》提出,结合特色农产品集中上市节点,推动电商平台开展精准产销对接与商户技能培训,开设“地方好物”专属专区,培育乡村土特产品品牌,助力农产品上行。

“综合上半年增长态势、政策导向与季节性因素判断,下半年我国农产品网络零售将延续稳健增长态势,全年增速有望维持在10%~13%区间。”洪前进分析指出,下半年是农产品集中上市旺季,中秋、国庆、“双11”等核心消费节点将持续释放市场需求,消费升级与下沉市场扩容双向驱动的行业发

展基本面保持稳定。为推动农产品网络零售持续稳健发展,洪前进提出三方面优化建议:一是强化供应链全链路建设,推广“电商+产地仓+寄递物流”一体化供应链模式,完善县域共同配送体系,深化智慧冷链建设,依托大数据调度系统平衡全国农产品供需差异;二是推进品牌化标准化发展战略,建立健全网销农产品质量分级体系,培育壮大区域公用品牌,强化品牌授权使用与动态监测管理;三是深化数字技术全链条赋能,推动AI数字人、智慧直播、智能分拣等数字技术下沉县域市场,构建“短视频种草—直播转化—私域复购”全链路营销体系,提升用户黏性与产品复购率。

各地方也积极对标先进,谋划产业升级路径。例如,宁夏固原市7月28日启动“数商聚优品·维英兴六盘”2026年电商提升行动。活动持续至9月下旬,通过开展电商技能培训、主播孵化、直播赛事等系列举措,扶持返乡创业青年,打通本地农特产品线上销售通路。

□ 邵志媛

从大山深处的直播间到城市的千家万户,数字赋能无限拉长了农产品的流通半径。今年上半年,随着农村电商基础设施持续完善,各地农特产品“上网进城”步伐显著加快,县域特色产业活力持续迸发。据商务大数据监测,今年1—6月,我国农产品网络零售额同比增长12.2%。这份亮眼的产业成绩单,正是数字经济深耕乡村振兴领域的生动注脚。

田间开播、山海畅销 各地农货线上火热出圈

“这是我们限定季节的水果青见,汁水非常饱满。”5月25日,在四川省眉山市仁寿县富加镇大山村的果园里,村党总支书记杨奕对着手机镜头直播带货,推介本地特色农产品,这也是眉山农特产品加速上行的生动缩影。

据了解,今年上半年,四川省眉山市农产品网络零售额达23.17亿元,同比增长11.34%。其中晚熟柑橘贡献过半销量,丹棱不知火、春见耙耙柑等品类持续热销。果品上市季,各大果园直播间热度居高不下,本地助农主播“刘主任助农”单月柑橘带货销售额超200万元。

如果说实景直播是农货上行的“加速器”,那么品牌化运营与全链路服务则是产业行稳致远的“压舱石”。7月28日,陇南市主播进阶培育暨走进花椒原产地直播活动进入实训环节,80名参训学员陆续走进马街镇花椒直播基地和产销对接会现场开展实景溯源直播,打通线上产销对接通道。山间飘溢的椒香,

田垄连云端
农特优品跑出市场上行加速度