

首个“互联网+”专项行动计划出台 商务部力推电商进农村进社区

■ 本组稿件采访 王俊祿 赵晓娜

策划词

数据显示:2014年我国消费对经济增长的贡献率达到51.2%,同比增长了3个百分点。其中,网络消费更是高速增长。2013年我国网络零售已经超过美国,成为第一大网络零售市场。

商务部5月15日正式发布“互联网+流通”行动计划,这是首个落实“互联网+”的专项行动计划。该行动计划确立了在电子商务进农村、电子商务进中小企业、电子商务进社区、线上线下互动、跨境电子商务等领域打造安全高效、统一开放、竞争有序的流通产业升级版的工作重点。新常态之下,一幅新的互联网蓝图正在徐徐打开。



商务部发互联网+流通计划 明年底电商交易或达22万亿



商务部15日发布的《“互联网+流通”行动计划》(以下简称“行动计划”)提出,未来流通产业重点在电子商务进农村、电子商务进中小企业、电子商务进社区、线上线下互动、跨境电子商务等领域,打造流通产业升级版。

行动计划要求,力争在1到2年内,在全国创建200个电子商务进农村综合示范县、培育150家国家级电子商务示范企业、打造50个传统网络流通及服务企业转型典型企业及培育100个网络服务品牌,力争到2016年底,我国电子商务交易额达到22万亿元,网上零售额达到5.5万亿元。

电子商务成增长热点

作为近几年新兴起的消费新业态,电子

商务正在成为经济增长新热点。据统计,1—4月全国网上商品零售额增长40.3%,高于社会消费品零售总额增速29.9个百分点,占社零总额的比重达到9.3%,比一季度提高0.4个百分点。

根据商务部15日发布的《中国电子商务报告(2014)》,电子商务成为国民经济重要的增长点。报告称,2014年,我国电子商务交易总额增速(28.64%)是国内生产总值增速(7.4%)的3.86倍;全年网络零售额增速较社会消费品零售总额增速快37.7个百分点。

电子商务的发展也带动了互联网相关产业的发展。2014年,与电子商务密切相关的互联网行业收入增长50%;全国信息消费规模达到2.8万亿元,同比增长18%;信息消费的拉动带动了相关产业1.2万亿元的发展,对GDP贡献约0.8个百分点。

值得关注的是,涉农电子商务快速发展。商务部新闻发言人沈丹阳15日在例行新闻发布会上介绍,商务部和财政部联合启动了“电子商务进农村综合示范”项目,在全国8个省56个县开展了电子商务应用示范项目。商务部建设开通了全国农产品商务信息公共服务平台,累计促成农副产品销售2300多万吨,交易额达870多亿元。

“开展‘互联网+流通’行动,对于引导生产、扩大消费、吸纳就业、改善民生具有重要

意义。”行动计划开宗明义,行动计划目的在于加快互联网与流通产业的深度融合,推动流通产业转型升级,创新服务民生方式,释放消费潜力。

沈丹阳表示:“目前这个行动计划还在细化过程中,总的来说就是要做政府该做的事。”

据了解,行动计划将以“互联网+流通”为载体,完善顶层设计,加强公共投入和环境建设,以技术创新和商业模式创新驱动,推动传统流通产业转型升级,充分发挥电子商务在释放消费潜力、激发行业活力和增加就业机会的重要作用。

求解电商“最后一公里”难题

“(流通产业)重点在电子商务进农村、电子商务进中小企业、电子商务进社区、线上线下互动、跨境电子商务等领域打造安全高效、统一开放、竞争有序的流通产业升级版。”行动计划指出。

按照行动计划,力争在1到2年内,在全国创建培育200个电子商务进农村综合示范县,示范县电子商务交易额在现有基础上年均增长不低于30%;创建60个国家级电子商务示范基地,培育150家国家级电子商务示范企业,打造50个传统流通及服务企业转型

典型企业,培育100个网络服务品牌。

值得关注的是,行动计划还指出,力争到2016年底,我国电子商务交易额达到22万亿元。网上零售额达到5.5万亿元。

“我们要着眼于‘互联网+流通’发展中深层次的问题,通过完善政策法规标准、优化物流基础设施、提升网络服务能力、加强统计监测和知识产权保护、开展人才培训等措施,来不断优化发展环境。”沈丹阳指出。

沈丹阳还介绍,要想想方设法解决“互联网+流通”的瓶颈问题,首先是解决电商“最后一公里”的问题。比如要积极发展中小城市和农村电商,商务部日前在浙江遂昌召开了促进农村电子商务发展的一个工作会议,要求在中小城市和农村的电商企业要积极发展,完善其快递配送、物流仓储等基础设施,同时要鼓励电商企业建设海外仓打造境外物流体系。

“二是要打破电商‘最后一公里’的瓶颈,比如鼓励电商进社区、推广线上线下互动、创新服务民生方式等等。”沈丹阳指出。

行动计划则要求,继续推动《电子商务法》立法工作,研究出台《网上商业数据保护办法》《跨境电子商务服务规范》《移动电子商务服务规范》《基于网络零售开发平台的第三方服务标准》《电子商务信用信息共享规范》等电子商务标准规范。

让“互联网+”给消费插上翅膀

■ 于佳欣

统计局近日发布的数据显示,4月份社会消费品零售总额同比名义增长10%,增速比上月略降0.2个百分点,回落幅度比上月有所收窄。

“增速虽略有回落,但仍保持平稳增长。而且消费结构不断优化,新兴业态继续快速发展。”国家统计局贸易外经司高级统计师商涛指出。

统计局数据显示,2015年1—4月份,全国网上商品和服务零售额同比增长40.9%。其中,网上商品零售额8690亿元,增长40.3%,占社会消费品零售总额的比重为9.3%;网上服务零售额1745亿元,增长43.9%。

电子商务的发展对刺激消费欲望、释放潜在需求的作用十分明显。专家认为,随着电子商务与更多产业的深度融合,将生产出更多的个性化、多样化消费产品,从根本上刺激消费,带动整个社会消费水平的提高。

以社区o2o为例,它的快速发展让过去的“到店”消费向“到家”消费转变。近日,大众点评宣布推出到家服务,首批接入了美甲、美睫、推拿、洗衣、家政等品类。58同城发布旗下全新品牌“58到家”,在全国数十个城市提供包括保洁、美甲、搬家等多项上门服务。这一切都将促进服务消费的发展,激发消费潜力。

据研究互联网和IT产业的途途研究院提供的一份研究报告显示,2010年,中国本地生活o2o市场规模仅为447.1亿元,2014年本地生活o2o市场规模达到2350.8亿元,预计2015年本地生活o2o市场规模将达3091.8亿元。

今年的政府工作报告提出大力发展信息、旅游、绿色、住房消费、养老家政等六大消费领域,加快培育消费增长点。互联网对几大消费领域的带动作用不言而喻。各种旅游、餐饮、电影、打车、家政服务APP纷纷上线,让消费者更加便捷、高效、个性化。

为促进电子商务的发展,国务院近日印发了《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》,成为新常态下落实“互联网+”行动计划的措施之一。商务部也于日前发布了“互联网+流通”计划,将在农村电商、线上线下融合以及跨境电商等方面创新流通方式,释放消费潜力。

商务部研究院消费经济研究部副主任赵萍说,将互联网引入流通领域,一方面促进生产者和消费者的信息对称,让生产者生产更加适销对路的产品;另一方面,节约了生产和流通成本,让购物变得更加高效快捷和个性化,从而激发消费者的购物欲望。

国务院近日印发的《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》,从营造宽松发展环境、促进就业创业、推动转型升级、完善物流基础设施、提升对外开放水平等多个方面明确具体措施。每项具体政策之后都有明确的执行部门,并要求各部门2015年底前研究出台具体政策。

相信随着各地各部门促进电商发展措施的落实,我国电子商务发展的深层次障碍将逐渐破除,电商发展将为消费的腾飞插上翅膀。

看好“广阔天地” 阿里牵手福建农产品

“中国和美国不同,美国的零售系统非常完善,中国则并不那么完善,尤其是农村更加薄弱。而现在只要一个手机就能上网,阿里很希望帮助农民把产品卖出去,让更多好东西进入农村。”阿里巴巴董事局主席马云5月11日在榕表示,农村电子商务是阿里未来三大战略中的第二大战略。

在古田会议会址召开CEO管理层改革会议,在长汀启动福建省第二个农村淘宝项目……2015年5月,阿里巴巴集团在福建省的一系列密集动作,加上最高决策者的上述表态,清晰显示出这一电商巨头转战农村的战略动向。

为何选择在闽扎下这一重大拐点?5月11日,阿里巴巴集团在福州举行福建县域电商高峰论坛,其间发布的信息传递出多重信号。

福建早在去年就与阿里巴巴共同启动农村电子商务方面的合作,在淘宝网开设了“特色中国·福建馆”,并启动“千县万村”计划,在尤溪县启动农村淘宝项目试点。

电商网点下沉,释放了农村的消费潜力。而今,“特色中国·福建馆”已吸引入驻企业430家,实现交易额超4亿元。2014年,福建电子商务交易额近5000亿元,同比增长40%。

福建在电商环境和基础设施建设方面均走在全国前列。“阿里巴巴集团副总裁、农村淘宝事业部总经理孙利军表示,接下来,阿里巴巴将与福建省政府携手搭建城市和农村间的物流通道和信息通道,加强交易安全建设,希望今年能够与福建30%的县域建立电商合作。

日前,阿里巴巴集团与福建省人民政府在福州签署战略合作协议,福建省和阿里巴巴将在“互联网+”的诸多领域展开合作,充分发挥阿里巴巴在互联网经济领域的立体化产业发展优势和福建省在产业、资源、环境、政策、区位等方面的优势,在跨境电商、农村电商、闽货网销、等领域开展深入合作,将阿里巴巴核心技术平台作为福建省发展战略性新兴产业的重要支撑,推动福建省全面提升产业竞争力,共同打造中国互联网络经济示范区。

国内农村电商巨头齐聚遂昌 共议农村电商发展前景



参加全国农村电子商务现场会的与会人员在遂昌参观。

5月12日—14日,全国农村电子商务现场会在浙江遂昌举行。这是中国首个农村电商主题的产业峰会,也是迄今为止该行业规格最高的会议。会议就加快推动农村电子商务发展进行了部署。部分地方政府、电子商务和流通企业,以及利用电商创业的农民代表作了经验交流。业内阿里村淘事业部总经理孙利军、京东副总裁马健荣、苏宁云商副董事长孙为民、联想云农场总裁邱聚兴等各大巨头的高管齐聚遂昌。此外,还有来自商务部的7位政府人士,和72位全国各省市的电商主管官员。

会议指出,李克强总理在今年的政府工

作报告中提出了“互联网+”的行动倡议。为落实这一倡议,商务部制定了“互联网+流通”行动计划,其中,将发展农村电子商务作为重点工作。会议要求,各地政府要加强组织领导,形成政策合力,提升服务意识和水平。会议提出,2015年,商务部、财政部将继续开展电子商务进农村综合示范。支持范围从去年的56个县,扩大到以中西部地区为主的200个县,并向革命老区倾斜。

据介绍,会议之所以选择遂昌这个县城,主要因为当地在农村电商行业里的特殊地位。2013年,遂昌本土企业“赶街”,以“县服务中心+村服务站”的模式突破电商在

农村难以推行的一系列瓶颈,成功实现电商在农村市场的落地。这一整套做法,被行业称之为“遂昌赶街模式”。

会议期间,“赶街”创始人潘东明以东道主的身份第一个登台发言。在他看来,发展农村电子商务,最重要的是做好三件事,即建立理念,建设农产品销售体系,解决农村电商消费问题。只有做好这三件事,让专业的人做专业的事,才能使农村电商真正落地,农民收入才能得以增加。他同时反对,将所有农民都培养成网商的做法,潘东明认为,农村电商是复杂的生态系统,种养、加工、运输、包装……每个环节都是农村电商的一部分,没必要所有人都来开网店。

随后,联想云农场总裁邱聚兴进行发言。云农场将继续以村站和测土配肥站为基础深入农村,服务农民,发展农业。同时通过县级服务中心的建立来作为一个中转中心,形成农业产前、产中、产后的现代化产业链服务生态圈。

阿里村淘事业部总经理孙利军表示,农村战略是阿里三大战略之首,阿里据此提出的“千县万村”计划,预计3—5年投入100个亿,将在全国1000个县、10000个村开展农村电子商务。

品珍鲜活: 互联网+时代的社区O2O电商

作为互联网改变生活方式的又一个“神器”,O2O电商连接线上与线下,让人与人、人与服务更密切地连接。社区电商也就是在这个阶段内开始发展壮大,而品珍鲜活适应互联网发展态势,全新定位为全球精选生鲜社区O2O电商,针对社区服务进行了一系列高端合作。

5月1日,品珍鲜活联合招商·依云国际和北奥传媒举办“智云启程·领航未来”e服务发布会暨VIP客户参观体验办公样板间活动。

“e服务”宗旨:以“移动互联网为手段”,通过整合具有O2O营销服务能力的商家联盟,如品珍鲜活等高端精选生鲜社区O2O电商,为楼盘业主提供一系列智能化的“懒人管家服务”

发布会吸引了众多高端客户参加,现场一片科技高峰论坛的氛围。品珍鲜活作为社区O2O的商家代表,现场在线演示O2O服务,传达品珍鲜活的社区服务理念和对极致客户体验的追求。

发布会期间,品珍鲜活提供了丰富的高端进口食材、食品,供与会嘉宾自由取食。法国贵族食材—生蚝、新西兰活绿青口和三文鱼刺身冰盘、加拿大波士顿龙虾现场烘烤、阿根廷红虾即煮即食、澳洲牛肉现场煎烤取食,还有智利加利果、墨西哥牛油果、台湾杨桃等进口时令水果,供众嘉宾品鉴。

据悉,品珍鲜活是全球精选生鲜社区O2O电商,主营高档进口海鲜、精选肉类、时令水果和食辅材,追求“健康、私享”的理念,致力于成为顾客的品质生活供应商。5月13日更是首次推出了会员日,全场海鲜一律8.8折,更比国产海鲜批发价格还低。