

# 网络零售市场稳健增长

今年以来,我国网络零售保持稳健增长并呈现出多元化发展趋势,线上购物已经成为消费者购买日常商品的重要渠道。网络零售前景广阔,有望持续促进我国消费平稳快速增长。

## 新动能不断集聚

当前,我国网络消费新动能不断集聚,网络零售对消费平稳增长的促进作用凸显。

一方面,网络零售占比持续提升。据国家统计局数据,今年1月至7月,我国网上零售额8.38万亿元,同比增长9.5%。其中,实物商品网上零售额7.01万亿元,同比增长8.7%,占社会消费品零售总额比重达25.6%,比上年提高0.3个百分点。“直播带货等电商新模式持续快速增长,带动线上消费需求较快释放。”国家统计局贸经司统计师付加奇表示。

另一方面,随着在线服务场景日益丰富,越来越多的用户通过在线方式享受生活服务便利。据商务大数据监测,服务消费打造网络消费新动能,重点平台网络服务消费同比增长20.2%,其中在线旅游和在线餐饮同比分别增长51.1%和20.8%。

同时,线上参与以旧换新成为消费亮点。近日,中国互联网络信息中心发布的第54次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,今年上半年,以旧换新政策深入实施,电商平台加大补贴、简化流程、完善物流等,促进消费平稳增长。数据显示,在最近半年参与以旧换新消费活动的网民中,68.8%的用户选择在线上参与。7月份,主要电商平台上电视、洗衣机、冰箱以旧换新销售额同比分别增长92.9%、82.8%和65.9%。

网络零售平台借奥运经济提振多领域消费。在刚刚过去的巴黎奥运会期间,电商平台紧抓奥运体育赛事契机,开展了一系列促销活动。唯品会开启“唯品运动节”,围绕城市运动、户外运动、室内健身3个场景,覆盖从“运动小白”到“健身达人”各阶段消费群体需求。京东上线“奥运观赛·吃喝指南”

专属页面,集中呈现多款观赛热门美食,让消费者下单更方便。此外,一些视频平台创新“体育+电商”商业模式,融合赛事转播、品牌合作和商品销售。

据商务大数据监测,伴随各产业数字化转型加速,网络零售促消费成效逐步显现。各具特色的“村播IP”赋能农村电商加速发展,1月至7月农产品网络零售额同比增长20.1%。智能技术蕴藏巨大的跨界融合潜力,生活服务业数字化赋能加快发展,1月至7月主要平台家政、洗衣、理发销售额同比分别增长46.4%、45%和43.6%。

商务部新闻发言人何亚东表示,今年以来,消费市场总体呈现平稳增长态势,传统消费稳步扩大,新型消费快速发展,服务消费扩容提质,为经济回升向好提供了有力支撑。

## 增长势头强劲

我国网络零售市场呈现出规模持续扩大、企业构成多元化、技术与模式创新不断、消费市场趋势多样化以及国际合作与全球化发展加速等特点。截至6月份,我国网民规模近11亿人,较2023年12月份增长742万人,互联网普及率达78.0%。在我国互联网行业保持良好发展势头的基础上,未来,随着消费者需求不断变化和技术进步,我国网络零售市场仍将保持强劲增长势头和广阔发展前景。

网络零售作为一种新兴零售模式,打破了传统零售的时空限制,消费者可以通过搜索引擎快速找到所需商品,并通过在线支付、物流配送等方式实现快速购物。电商平台能够利用大数据和人工智能技术,分析消费者购物习惯和偏好,为消费者提供个性化商品推荐和服务。消费者可以轻松比较不同商品的价格、质量、性能等信息,作出更明智的购买决策。同时,网络零售减少了中间环节,使得商品能够直接从生产者流向消费者,降低了交易成本。网络零售未来发展具有诸多明显优势。

有关专家表示,随着国民经济持续稳中向好,居民收入水平逐步提高,消费者购买力将不断增强,网络零售市场规模有望继续扩大。相关数据显示,今年我国网络零售百强企业网络销售总体规模已达1.91万亿元,较上年增长2.7%,这表明网络零售市场仍然保持稳健的增长态势。

线上线下渠道加速融合已成为促进消费增长的关键动力。下一步,网络零售企业将更加重视线上线下协同发展,通过构建全渠道零售体系,为消费者提供更加便捷、全面的购物体验。另外,消费者需求多样化和个性化趋势日益明显,直播带货、短视频电商、社交电商等新型营销方式已成为网络零售市场的重要组成部分,为商家提供了更多的销售机会和增长动力。

也要看到,网络零售也存在需要完善的地方。专家表示,诸如信任问题、网络安全风险、物流配送问题、售后服务挑战以及消费体验受限等依然存在。在享受网络零售红利的时候,这些问题也亟待各方共同发力解决。(转载自《经济日报》)

## 国际化进程加速

新一轮科技革命和产业变革突飞猛进,为网络零售全球化发展提供了新机遇。如今,中国消费者下单后最快一天就能喝到来自法国的红酒;国外消费者在电商平台上轻点鼠标,只需两三天,就能穿上来自中国的最新款时装。今年上半年,每天大约有900万个包裹往来于中国和世界各国之间,中国产品可以快捷送达各国消费者,同时越来越多优质产品也通过跨境电商平台进入中国市场。

海关数据显示,上半年我国跨境电商进出口1.22万亿元,同比增长10.5%,高于全国外贸整体增速4.4个百分点。“我国跨境电商进出口继续保持稳定增长势头。”商务部对外贸易司司长李兴乾表示。

从市场数据分析看,我国对法国、比利时、西班牙、马来西亚等国家和地区的进出口增长比较快。从商品看,消费品是主要的出口产品,其中一些高附加值产品增长势头快,例如办公设备出口同比增长50.7%、摄影机出

口同比增长30.7%等。一大批海外进口商品也深受国内消费者欢迎,例如食品进口同比增长22.8%,箱包同比增长70.8%。从地区来看,广东、浙江等沿海地区是跨境电商进出口的主力,占全国跨境电商进出口比重近90%。

在共建“一带一路”倡议框架下提出的“丝路电商”,不仅拓展了国际经贸合作新空间,也成为各方共享中国超大规模市场红利的全新机遇和路径。在历届中国国际进口博览会上,“丝路电商”伙伴国以进博会为窗口,专门设立国家馆,展示自身极具特色和高科技含量产品,并迅速上线跨境电商平台,获得了大量来自中国的订单。

2023年10月,《关于在上海市创建“丝路电商”合作先行区的方案》获国务院批复同意,目前26个“丝路电商”伙伴国国家馆展销各国商品超过1.5万余种。一些生鲜电商平台在越南、泰国等伙伴国建立蔬果直采基地,成为当地农产品输华新渠道,1月至7月中国电商平台销售泰国榴莲、越南腰果同比

分别增长48.6%和41.4%。“丝路电商”以国际化商品资源扩大国内市场供给,丰富商品品类,激发消费需求,释放消费潜力。

有关专家表示,随着中国对外开放程度不断提高和共建“一带一路”倡议深入实施,中国网络零售业将加速国际化进程。通过拓展海外市场、建立跨境电商平台等方式,中国网络零售业能够将更多优质中国商品推向全球市场,同时也能够引入更多国外优质商品满足国内消费者需求。这将有助于提升中国网络零售业的国际竞争力和影响力。

也要看到,网络零售也存在需要完善的地方。专家表示,诸如信任问题、网络安全风险、物流配送问题、售后服务挑战以及消费体验受限等依然存在。在享受网络零售红利的时候,这些问题也亟待各方共同发力解决。(转载自《经济日报》)

