

推动跨境电商跑出“加速度”

跨境电商贸易规模增长超 10 倍,全国跨境电商主体超 12 万家,过去 5 年,作为外贸发展的一支重要有生力量,我国跨境电商发展速度快、增长潜力大、带动作用强的特点进一步凸显。展望未来,发展跨境电商、海外仓等外贸新业态,不仅有利于促进外贸结构优化、规模稳定,更有利于打造国际经济合作新优势。

数据显示,今年一季度,我国跨境电商进出口 5776 亿元,同比增长 9.6%,其中出口 4480 亿元,同比增长 14%。据各地初步统计,跨境电商产业园区超 1000 个,建设海外仓超 2500 个、面积超 3000 万平方米。我国持续推动制度、管理和服务创新,促进了跨境电商健康发展持续快速发展。

跨境电商已成为拉动外贸新动能。跨境电商平台为中小企业提供了进入国际市场的机会,有助于企业扩展市场和建立品牌;促进供应链优化,降低企业运营成本,使企业能够专注于产品研发和品牌建设;提供多种支付方式、多语言服务等,使得全球消费者能够更方便购买商品,提升了购物体验。同时



时也要看到,不同国家和地区物流标准及实践存在差异,在支付安全性、便利性以及支付习惯方面也存在各种问题,法规和政策变化、语言和文化障碍也对跨境电商快速发展造成制约。

今年 5 月下旬,国务院常务会议审议通过了《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》,提出要培育跨境电商经营主体,加强跨境电商人才培养;加大金融支持,加强相关基础设施和物流体系建设。为进一步推动我国跨境电商

发展,应做好以下几方面工作。

要坚持试点先行,赋能产业发展。自 2015 年起,我国先后设立了 165 个跨境电商电子商务综合试验区,鼓励各试点在监管、标准、信息化等方面积极探索创新,已逐步构建起以“六体系两平台”为核心的制度框架。目前,跨境电商综试区内企业的跨境电商贸易规模占全国比重超过 95%,试点卓有成效。下一步,要依托跨境电商综试区,结合各地产业禀赋和区位优势,让更多企业利用跨境电

商参与国际贸易。

要持续完善支持政策,推进品牌建设。随着支持跨境电商发展政策体系不断完善,我国已累计出台近 200 项政策措施,形成近 70 项成熟的经验做法。今年,针对行业集中反映的问题和困难,我国还将持续推动相关政策出台。同时,要为大企业提供更多展示对接平台,加强品牌建设。在跨境电商综试区积极培育链主企业,引领上下游中小企业进行数字化改造。

此外,还应加强跨境电商行业自律,引导有序竞争,更好赋能产业链上下游发展。优化监管与服务,营造良好环境。积极参与国际多边合作,支持跨境电商综试区、行业、企业积极开展国际交流与合作。

当前,新一轮科技革命和产业变革突飞猛进,全球数字经济蓬勃发展,为跨境电商快速发展提供了新机遇。未来,我国将继续扎实推进跨境电商综试区建设,持续完善配套政策,提升监管便利化水平,加快构建适应跨境电商发展需要的产业链和生态圈,促进跨境电商高质量发展。(来源:光明网)



“六月苋,当猪肝。”夏季是绿叶类蔬菜的淡季,但营养丰富的苋菜却应时见新,引得人们竞相购买,都以先尝为快。

耐热怕寒,营养丰富

苋菜,亦称米苋。《本草纲目》曰:“按陆佃埤雅云:苋之茎叶,皆高大而易见,故其字从见,指事也。”依茎叶的颜色,可分为紫苋(红苋)、绿苋(白苋)和彩色苋。苋菜怕寒冷,却具有较强的耐热力,一般需在 23—27℃的气温下生长,又有靠“发汗”生长之说,因此南方栽培多,北方栽培少。长江中下游于 3 月下旬至 8 月下旬,广州于 2 月至 10 月,北京于 5 月上旬至 9 月上旬,均可陆续分批播种,一般播种后 30—50 天即可收获。可整株拔起,也可掐头留根让其多次次萌生新株为菜。

苋菜不仅价格便宜,而且营养丰富。相关资料显示,每百克红苋菜含水分 88.8 克、蛋白质 2.8 克、脂肪 0.4 克、碳水化合物 5.9 克、钙 178 毫克、磷 63 毫克、钾 340 毫克,营养成分超过许多绿叶类、瓜茄类蔬菜。苋菜叶嫩柔软,易于消化吸收,适宜婴幼儿、青少年、中老年人食用。

单炒为妙,做汤更美

苋菜主要是单炒。烹时,最好是倒入油后即倒苋菜,而后置于旺火之上,撒入蒜泥一并炒熟。也有人不住锅内放油就倒入苋菜,置旺火上炒熟装进碗内,再将烧过的热油淋入热苋菜中拌和,然后撒上蒜泥。

如像炒一般蔬菜那样热锅沸油下菜,不仅使苋菜失其鲜嫩,而且会发出一种难闻的石灰味。当然也可以作为荤菜的配料,但不可一同入锅烹制,否则易致两败。尤其是荤料常用苋,而苋菜则忌苋,黏稠的液体会失去苋菜固有的特点。

用苋菜做汤也很鲜美,但需先焯后汤,而且汤要清要鲜。苋菜蛋汤做法较简单:首先把苋菜去老叶、老根,洗净切段;锅中放适量油,倒入苋菜迅速翻炒,将熟时,倒入高汤,磕进蛋液,熟后供食。复杂一点的,诸如苋菜芙蓉蛋汤、三丝苋菜汤、苋菜猪肝汤等,均是佳品。

苋菜掐头后留下的根,叫苋菜苑,也可以食用。

籽粒为粮,产量倍增

除了做蔬菜外,苋菜籽粒还是一种极好的粮食。据山西省农科院作物遗传研究所分析测定,苋菜籽粒中的蛋白质含量比小麦、稻谷、玉米、高粱和谷子高达近 1 倍,所含赖氨酸是小麦的 1 倍,稻谷的 2 倍,玉米、高粱、谷子的 3 倍。古老的墨西哥印第安人,很早就将苋菜籽粒作为粮食。在非洲埃塞俄比亚高山地进行的试验表明,它的产量是大麦的 2.2 倍,小麦的近 2 倍;在杂草共生的环境下,苋只减产 8%,而小麦却减产 80%。

中医药用,清热入血

中医认为,苋菜性味甘、凉,具有解毒清热、补血止血、通利小便等功效。《随息居饮食谱》载:“苋通九窍。其实主背盲目目。”《滇南本草》载:“苋菜,家园种有赤白二种。”“白者入气,赤者入血。”《母亲养老书》中有用苋菜粥治疗产后痢疾的验方:“用紫苋菜一握切煮汁,入粳米三合,煮粥,食之立愈(ch à i)也。”《本草纲目》中引用名医震亨的话说:“红苋入血分善走,故与马苋同服,能下胎。或煮食之,令人易产。”意思是,妊娠临产时吃些苋菜,有利于分娩。民间还有用紫苋破败胃中血积、绿苋肺肺中痰积、紫、绿苋同用打腹中毛发之积的。

苋菜的多种用途,博得了国内外学者的关注。我国著名经济专家于光远,曾建议要充分发掘和利用中国现有的苋菜资源,积极进行苋菜优种培育和栽培技术的研究。(来源:科普时报)

苋菜：营养丰富的应时菜

情绪价值催生消费新场景

看似不实用的商品,为何成为受消费者喜爱的生活“调剂品”?

情绪价值催生消费新场景

买一瓶“好运喷雾”,下一份“树洞倾听”……市场上,富含情绪价值的商品品类正变得越来越丰富、销量越来越高。

消费品类从物质范畴拓展到精神范畴,消费理念从功能型向享受型、治愈型延伸,看似无实际功用的商品,对消费者来说是生活的“调剂品”,对商家来说是新机遇。

从实体商品到虚拟服务,“情绪商品”火了

“好运喷雾”在 00 后中很流行,虽然大家都知道这只是一瓶普通的衣物清新剂,但喷上就感觉好运降临,信心十足。

同样被赋予积极寓意的还有各种水培水果、蔬菜。例如,代表“椰来椰好”的水培椰子和代表“薪水番番”的水培番茄,出现在越来越多的工位上。

看重商品附带的情感共鸣、精神满足

是谁在为消费情绪价值买单?

年轻人是主力。麦肯锡发布的《2024 年中国消费趋势调研》显示,64%的消费者更加看重精神消费,并且年轻消费者对精神消费的重视程度更高。

缓解工作压力,是年轻消费者购买“情绪商品”的原因之一。“我花了近 1000 元把自己的工位好好装饰了一番。”上海市民小刘说,“换成自己喜欢的款式,每天都会有一个好心情。情绪消费让我拥有了寻找微小幸福的能力。”

寻找安慰和鼓励,也是下单的原因。学习、工作、婚恋等各方面压力,让年轻人更需要安慰和鼓励。

在专家看来,情绪经济可归为“悦己经济”,但和买漂亮衣服、美妆产品不一样的地方在于,这类消费本质上是在给自己加油打气或寻求沟通,最终获得心理满足感。

根据相关机构发布的“中国现代消费发展指数”显示,认为“悦己”更重要的消费者比例增长明显,这一变化反映了新一代消费群体有着自己独到的消费主张,不再简单地对产品功能买单,更在意消

费中的满足感、参与感和仪式感。

中国社会科学院财经战略研究院市场流通与消费研究室主任依绍华表示,随着生活水平提高,居民消费能力快速提升,从“有没有”向“好不好”转变,消费者购买商品和服务由使用价值转向精神价值,购买商品带来的愉悦心情、舒缓情绪等附加价值成为影响人们购买行为的主要因素,通过购买商品满足自身情感需求愈加重要。

催生新产品、新场景,为商家提供机遇

那么,供给方如何看待“情绪消费”?最近,定价 48.8 元 1 串的水培香蕉“爆单”了。福建省漳州品鲜电子商务有限公司的负责人林文海在今年 3 月决定回乡创业做水果。社交平台为水培香蕉的爆火提供了助力,随着直播间下单的人越来越多,他们开始定制纸箱和卡片,销量又更上一个台阶。

情绪消费催生新产品、新品牌,为商家带来了勃勃商机。以香水为例,消费者认为香水具有愉悦自我、情绪疗愈的作用。由此可见,

情绪价值为商家提供了巨大机遇。天眼查专利数据显示,截至目前,市场上与“情绪”相关的专利超过 3500 项,表明企业愈发重视对情绪价值的挖掘。

随着市场竞争日益加剧,当产品的独特性和创新性遇到瓶颈,企业想在市场中站稳脚跟,除了在研发上继续下功夫,还要跳出产品功能性的限制,通过企业文化、品牌故事、包装等手段,对产品附加情绪价值。同时,在品牌成长的过程中,产品的差异性决定了品牌辨识度,产品的情绪性则带来了品牌认可度。在产品功能相近时,谁能提供更多的情绪价值,谁的品牌口碑更好,谁就能获得消费者青睐。

“情绪消费”在激发市场活力的同时,也有着不容忽视的问题和漏洞。比如不合理收费、缺少品质把控等。专家指出,“情绪商品”也是商品的一种,在包容新生事物的同时也需要相关部门加强对虚拟情绪产品市场的监管,建立有效的投诉和预警机制,让情绪消费有法可依、有章可循。(来源:新华网)

2024 年电商行业趋势如何



科学守护孩子明亮双眼

尺(约 6 米)外的景物,休息 20 秒。同时,减少近距离用眼时间,适当进行户外活动,让眼睛得到充分的休息和放松。

2. 保持正确的用眼姿势

阅读、写作、绘画等活动时,要保持正确的姿势。眼睛距离书本或纸张一尺(约 33 厘米),胸部距离书桌一拳,笔尖距离手指一寸(约 3 厘米)。避免在光线不足或光线过强的环境下用眼。

3. 增加户外活动时间

户外活动是缓解视疲劳的有效途径。家长应鼓励孩子多参与户外活动,如郊游、野餐、游泳等。户外活动时,阳光中的自然光线有助于调节眼睛的光线适应能力,减轻眼睛的负担。

4. 饮食调理

饮食对眼睛健康同样重要。家长应引导孩子多吃富含维生素 A、C、E 和 Omega-3 脂肪酸的食物,如胡萝卜、菠菜、柑橘类水果、坚果、鱼类等。这些食物有助于保护眼睛健康,缓解视疲劳。

5. 定期检查视力

即使孩子在暑期用眼方面做得很好,家长仍应定期带孩子去医院进行视力检查。通过专业的检查,可以及时发现并纠正视力问题,确保孩子的视力健康。

总之,暑期是孩子们放松和享受的时光,但用眼健康同样重要。家长应引导孩子合理安排用眼时间、保持正确的用眼姿势、增加户外活动时间、注意饮食调理并定期进行视力检查。让我们一起守护孩子们的明亮双眼,让他们度过一个健康、快乐的暑假!(来源:科普中国网)

随着全球数字化转型的加速,电子商务行业在过去几年中经历了显著的增长和变革。展望 2024 年,电商行业将继续保持快速发展,同时也将面临新的挑战 and 机遇。

技术创新驱动电商发展

1. 人工智能和机器

通过人工智能(AI)和机器学习(ML),电商平台能够提供更加个性化的购物体验。例如,推荐系统可以根据用户的浏览和购买历史,精准推荐相关产品,提高转化率。

2. 虚拟现实和增强现实

通过虚拟现实(VR)和增强现实(AR)技术,消费者在虚拟环境中试穿衣物、查看家具摆放效果。这种沉浸式购物体验提高了消费者的参与感,降低退货率。

3. 区块链技术

区块链的去中心化和不可篡改性,为电商交易的安全性和透明度提供了保障。消费者通过区块链追溯商品的生产和流通环节,增强对商品质量的信任。

市场动态与竞争格局

1. 跨境电商的崛起

越来越多消费者开始通过跨境电商平台购买海外商品,这为电商企业提供了巨大的市场机遇。为了抓住这一机会,电商平台需要加强国际物流网络建

设,优化跨境支付解决方案,并确保商品的合法合规。

2. 新兴市场的潜力

除了发达市场,电商企业也将目光投向了新兴市场。然而,新兴市场存在基础设施不完善、支付手段有限等挑战。电商企业需要因地制宜地制定市场策略,以满足当地消费者的需求。

3. 本地化与定制化

为了在激烈的市场竞争中脱颖而出,电商企业需要了解不同市场的文化和消费习惯,提供符合当地需求的商品和服务,将成为电商企业成功的关键。例如,语言本地化、物流配送的优化以及个性化的营销策略,都是提升用户满意度的重要手段。

消费者行为的变化

随着智能手机的普及和移动互联网的发展,移动电商的地位日益重要。越来越多的消费者通过移动设备进行购物,这就要求电商平台在移动端提供更加流畅和便捷的用户体验。

2. 社交电商的兴起

社交媒体的广泛应用,催生了社交电商这一新兴业态。通过社交平台,消费者可以直接购买商品,分享购物体验,并参与品牌互动。电商企业加强与社交平台的合作,可以利用社交媒体的



力量提升品牌知名度和销售额。

3. 环保和可持续发展

随着消费者对绿色消费的关注度不断提高,更多消费者倾向于购买环保产品,关注商品的生产过程和供应链的可持续性。电商企业要积极响应这一趋势,推广环保产品,优化供应链管理,强调品牌的社会责任感,赢得消费者的信任。

政策环境的影响

1. 数据隐私保护

在数字经济时代,数据隐私保护成为各国政府关注的重点。电商企业需要严格遵守相关规定,确保用户数据的安全和合法使用,并在数据使用中遵循透明、公正的原则。

2. 电子商务税收政策

随着电商市场的快速发展,

各国政府也在积极探索电子商务税收政策。不同国家税收政策差异较大,电商企业需要了解并遵守所在市场的税收法规,确保合法合规运营。

3. 消费者权益保护

为保护消费者权益,各国政府加强对电商平台的监管力度。电商企业需建立健全的售后服务体系,确保商品质量,及时处理消费者投诉,提升用户满意度。

综上所述,2024 年电商行业将在技术创新、市场动态、消费者行为和政策法规等方面呈现出新的发展趋势。电商企业要积极应对这些变化,通过不断提升技术水平,优化用户体验,拓展市场空间。同时,遵守法律法规,保护消费者权益,实现企业的可持续发展。(来源:学习强国)