



# 電商扶貧為小康生活按下“快捷鍵”

□ 本報記者 王旭光

2020年是全面建成小康社會和全面打贏脫貧攻堅戰收官之年，隨著“互聯網+”的深入發展，電子商務成為助力脫貧攻堅的有力抓手。2019年，商務部會同相關部門推動電商扶貧實現國家級貧困縣全覆蓋，將農村因信息不靈、交通不便賣不出去的特色、優質產品和城里的需求有效對接，將供給側與需求側相匹配。今年，商務部繼續加大了電商扶貧力度，推動貧困地區電商發展，拓寬農特產品銷售渠道，帶動貧困地區農民就業增收。

### 暢通供需匹配 賦能產業發展

電商扶貧作為精準扶貧的重要創新手段，形成了促進農民增收和擴大城市消費的雙重效益。特別今年以來，新冠肺炎疫情對人們的生產生活造成巨大沖擊，但直播電商、社交電商、跨境電商等一系列電子商務新模式、新业态不斷湧現，不僅順應了時下多元化、個性化、重體驗的消費需求，還在穩市場、保供應等方面發揮了積極作用。

商務大數據監測顯示，今年前三季度，全國農村網絡零售額1.2萬億元，同比增長7.8%；全國農產品網絡零售額2884.1億元，同比增長34.3%。作為電商的主管部門，商務部電子商務和信息化司把激發和促進貧困地區“造血功能”作為重要目標，針對貧困地區農產品存在的銷售缺平台、市場缺品牌、行業缺人才、產業缺整合等短板，着力發揮電子商務在暢通供需匹配對接，賦能地方產業發展等方面的積極

作用，如連續兩年創新性開展“雙品網購節”；成立電商扶貧聯盟，持續推進貧困地區農產品“三品一標”認證；與“一帶一路”重點國家建立電子商務合作機制等。

值得一提的是，今年4月28日—5月10日舉行的第二屆“雙品網購節”總銷售額達1825.1億元，比首屆活動增長1.37倍，帶動同期全國網絡零售額超4300億元，同比增長20.8%，實物商品網絡零售額超3800億元，同比增長33.3%，活動參與商品的好評率達98%以上。在活動帶動下，全網農村網絡零售額同比增長40%左右，其中貧困縣網絡零售額同比增長超過50%。

商務部對口扶貧地區在“雙品網購節”期間更是表現亮眼。四川儀隴、廣安和湖南城步等地在淘寶、京東、拼多多、蘇寧、斑馬會員等多個電商平台開展線上促銷，累計訂單量超過40多萬單，銷售金額超過1100萬元。

在疫情防控常態化的背景下，電子商務的發展壯大了線上消費，促進了消費回補和潛力釋放，有效助力脫貧攻堅成果的鞏固。

### 統籌優勢資源 促進大循環提質

統籌調動電商企業優勢資源，加快農產品標準化、規模化、品牌化進程，明確將具有“三品一標”認證等優質特色農產品納入活動的重點選品範圍是商務部部長助理任鴻斌對“雙品網購節”的要求。

其實早在2018年，商務部就聯合民建中央指導中華思源基金會組織電商企業成立了中國電商扶貧聯盟，持續推進貧困地區農產品“三品一標”認證，開展中國貧困地區特色農產品品牌推介洽談系列活動，

指導聯盟成員單位開展產銷對接和滯銷幫扶等，有效提升了農產品附加值，助力農產品上行，為貧困地區“自我造血”“供能”“輸氧”。

截至目前，聯盟累計幫助來自22個省、市、自治區的1229家貧困縣農產品企業開展了“三品一標”認證培訓，資助276家企業通過認證；累計開展10次中國貧困地區特色農產品品牌推介洽談活動，發起“愛心扶貧周”、援鄂助農、“2020年中國電商扶貧聯盟農民收收節”等線上專題促銷，加強日常產銷對接和滯銷幫扶，2020年先後在廣西、河北、青海、四川等地舉辦品牌推介洽談活動。

在3月底啟動、持續一個月的中國（廣西）貧困地區特色農產品品牌推介洽談會恰逢廣西壯族最重要的傳統節日“三月三”，同時這也是中國電商扶貧聯盟與地方商務廳合作推出的首次線上扶貧活動。廣西壯族自治區各省市縣領導在活動中“變身”時下最吃香的電商主播，在直播間里為廣西的農特產品搖旗吶喊，螺螄粉、黑芝麻糊、蛋黃酥、沃柑等農特產品在活動中熱銷。

在“十三五”收官在即，“十四五”將啟之年，在11月底召開的全國電子商務工作會議上，任鴻斌表示，2021年電子商務要開好局、起好步，重點抓好六個方面工作。一是抓頂層設計，做好“十四五”規劃編制，推動數字商務政策落地，促進形成新發展格局；二是抓網絡消費，办好“雙品網購節”，有效銜接電商扶貧和鄉村振興，促進國內大循環提質；三是抓開放發展，大力發展跨境電商，積極推進絲路電商發展，促進國際雙循環暢通；四是抓示範創建，發揮電商示範企業和示範基地作用，促進創新協調發展；

五是抓公共服務，開展惠民惠企行動，加強統計監測分析和人才培養，促進公平普惠發展；六是抓風險防控，做好電商系統風險評估和線上安全保障，推進部省數據共享，促進產業安全發展。

久困於窮，冀以小康。近年來，商務部在精準扶貧方面做了不少工作，也取得了積極成效，積累了一定經驗，家政扶貧是其中重要一環。

培訓—就業—脫貧，家政業自帶就業容量大、就業速度快、脫貧效果好等優勢，使很多無學歷、無經驗、年齡偏大的貧困家庭婦女通過家政業走上了快速脫貧的道路。

結合家政服務業吸納貧困勞動力的優勢，2017年9月，商務部會同發展改革委、財政部、全國婦聯印發了《關於開展“百城萬村”家政扶貧試點的通知》，開展“百城萬村”家政扶貧，搭建家政扶貧供需對接平台，組織大型家政企業與國家級貧困縣進行對接。數據顯示，截至今年11月底，帶動85萬名來自貧困地區的勞動力從事家政服務。

調查顯示，家政服務人員在北京、上海、廣州、深圳等一线城市年收入更可達6萬元，遠高於現行的貧困線標準。

在2020年新冠肺炎疫情之下，百業蒙塵，服務業受到的沖擊更為劇烈，而長久以來以人為主的家政業更是瞬間進入“冰封期”，供需兩側均遭重創，行業遭遇前所未有的危機。

為克服疫情影響，進一步做好商務扶貧工作，打贏脫貧攻堅戰，商務部等

## 家政鋪就快速脫貧“高速”路

□ 本報記者 曲曉麗

10部門印發《關於鞏固拓展家政扶貧工作的通知》，出台了穩崗返崗、就業創業、培訓補貼、金融、保險、信用建設等方面的一系列政策措施。此外，商務部印發了《關於金融支持家政扶貧工作的通知》，加大對北京、天津等18個重點城市參與扶貧的大中型家政企業的金融支持力度。

建設銀行將統籌安排信貸資源，支持商務主管部門推薦名單內員工制、產教融合型、技術创新型、信用狀況良好的家政企業。各地商務主管部門發揮好家政服務信用信息平台、家政扶貧供需對接平台等功能，篩選出扶貧成效突出的優秀家政企業，及時推薦給建設銀行本地分行，共同擬定重點支持的大中型家政企業名單。

在7月7日商務部專題新聞發布會上，商務部有關負責人表示將會同相關部門繼續完善支持家政扶貧的政策措施，支持更多貧困地區的勞動力從事家政服務。

據介紹，商務部已會同相關部門推出返崗穩崗、求職創業、生活費、交通費、培訓費、教材、信用貸款、優惠利率、保險培訓、信用建設等方面的支持政策。

在疫情的催化下，家政業與互聯網技術的融合提速，家政業全流程的線上化助力家政業提質增效，也為精準扶貧插上了科技的翅膀。

據天鵝到家（原58到家）相關負責人介紹，依靠公司覆蓋全國的家政互聯網平台——天鵝到家已累計培訓賦能13萬多名貧困地區勞動者，其中精準扶貧人數超過4萬人，成功為10多萬貧困地區勞動者安排了就業崗位。

精準扶貧的背後是科技賦能。依靠“AI客服+在線平台+智能調度+實時保險+人臉識別+服務管理+方案提升”等全鏈條進行數字化升級，天鵝到家能更及時地尋找貧困人員，發動不同的部門進行專業的培訓；在接到消費者需求後，能準確地找到合適的家政員，更準確、更高效觸達消費者，並通過信息化不斷優化用戶體驗。

面對“萬物皆可直播”的新形勢，家政業也乘上了直播快車。直播培訓、直播“帶人”、視頻面試，在互聯網的技術加持下，家政業的供需對接快速高效。

隨著疫情防控形勢持續向好，家政業逐步復蘇。7月，為規范行業健康發展，家政服務信用平台正式啟用。信用平台歸集各地家政服務企業和家政服務員的信用信息，並在全國範圍內實現共享。

消費者在家政服務員授權情況下可以查看家政服務員信用信息，消費者、服務員和社會公眾均可通過“家政信用查”手機App免費查詢企業信用信息，以保障家政服務消費者、家政服務員和家政服務企業的合法權益。

在悅管家董事長李尉看來，家政服務具有雙向、多維度的特點，而家政服務的標準化、職業化、數字化是解決家政業信用等級評價的根本問題。商務部家政服務信用信息平台更多地實現了事前管控以及事中服務合同上傳，提高了整個家政服務行業的准入門檻和安全性。

作為官方平台，家政服務信用信息平台主要通過法人治理的方式管控風險，解決社會問題。從家政員企業角度看，擁有九類犯罪記錄的人員被排除在外，從家政企業的角度看，經常被各類行政機構處罰的企業也被排除在外，對整個行業起到了淨化的作用。

如今，在政策的支持下，在級商務主管部門、協會、家政企業的共同努力下，“只要參加政府組織的免費培訓，就能學到一門職業技能”“只要願意走出大山、走進城市，就可以靠勤勞的雙手掙到真金白銀”的現實讓很多貧困地區的人民看到了脫貧的希望，遠離鄉村，踏上了致富路。

抓好“小切口” 做好“大文章”

## 步行街改造提升釋放消費潛力

□ 本報記者 王旭光

步行街是一座城市的商業名片，也是文化名片，在這條繁華熙攘的街道上，既能找到當地的特色小吃，也有網紅打卡美食；既有傳統手藝品，也有國際潮牌；既有百年老字號，也有新店首店……商務部開展步行街改造提升試點工作以來，11條首批試點步行街在街區環境、商業質量、文化特色、智慧街區、體制機制等方面都有了較大提升，第二批步行街改造提升試點工作也在穩步推進。

### 改造提升卓有成效

根據中共中央、國務院《關於完善促進消費體制機制進一步激發居民消費潛力的若干意見》，商務部於2018年年底組織開展步行街改造提升試點工作。2019年，11條首批試點步行街總客流量和營業額同比分別增長22.6%和17%，人民群众的获得感、幸福感明顯提升。

受新冠肺炎疫情影響，往日熱鬧非凡的步行街在今年年初也稍顯冷清，然而在疫情防控常態化後，步行街也是可以讓人最直觀感受到經濟恢復活力之地。截至今年7月底，11條試點步行街店鋪開業率已近百分之百，客流量和營業額已恢復至九成左右，部分街區客流量甚至已超過去年同期水平。步行街更是通過舉辦出口產品內銷、特色產品展銷等活動加大力度促進消費，使得客單價明顯提升，夜間消費也更加活躍。

在首批11條試點步行街中，南京夫子廟步行街是南京彰顯“創新名城、美麗古都”形象的開放舞台，更是展現中國文化自信的重要窗口。2019年，夫子廟步行街客流量達5477萬人次，同比增長12.4%；營業額達58.5億元，同比增長14.9%。

杭州湖濱步行街以“山水相融、湖城合璧、人水相親”為整體思路把杭州最美的基因滲透到街巷肌理中，打造了自然風貌和商業街區有機統一的城市客片，成為城市消費的名片、智慧生活的先鋒、美好生活的平台和對外展示的窗口。

三千年江州城，八百年重慶府，百年解放碑。重慶以開發區模式推進步行街改造提升工作，產生了較大的溢出效應，使新興业态加速集聚，發展動能更加強大、國際影響持續增強。

成都寬窄巷子步行街成為全國首批步行街改造提升試點以來，突出融合發展和业态魅力，注重品牌塑造和宣傳推廣，目前，寬窄巷子步行街已成為最具成都文化風味的城市名片。

西安大唐不夜城步行街目前初步形成了“一軸、兩市、三核、四區、五內街”的盛唐景象，2019年元旦前全新亮相後更是贏得了“盛唐天街”的美譽。

今年7月，商務部決定將完成改造提升任務的南京夫子廟步行街、杭州湖濱步行街、重慶解放碑步行街、成都寬窄巷子步行街、西安大唐不夜城步行街5條步行街確認為“全國示範步行街”。

### 示範升級任重道遠

推動步行街改造提升是商務系統踐行以人民為中心發展思想、推進供給側結構性改革、滿足人民美好生活需要的重要舉措。同樣在今年7月，商務部決定在哈爾濱中央大街步行街、大連青泥洼步行街、石家莊民族路步行街、鄭州德化步行街、長沙黃興南路步行街、深圳東門步行街、青島台東路步行街、合肥淮河路步行街、寧波老外灘步行街、福州三坊七巷步行街、廈門中山路步行街、昆明南屏步行街等12條步行街開展第二批步行街改造提升試點。

在南京召開的全國步行街改造提升工作現場會上，商務部副部長王炳南表示，步行街品牌集聚、店鋪眾多、資源豐富。改造提升步行街，有利於促進消費、拉動投資和擴大就業。要抓好步行街改造提升這個“小切口”，把步行街打造成經濟復蘇的排頭兵、創新發展的試驗田、擴大開放的新窗口、城市形象的新名片，做好實施擴大內需戰略、釋放消費潛力這篇“大文章”。

與此同時，王炳南強調，要發揮全國示範步行街的帶動作用，持續推進國家級試點，積極推進省級試點，促進形成一批人氣旺、特色強、有文化底蘊的步行街。要出台更有針對性的政策措施，搭建沟通交流、資源對接、協同促進的服務平台，調動社會力量參與，更大發揮市場作用。要從消費者最關心、最直接、最現實的問題入手，着力改善消費環境，使改造提升後的步行街不僅有

成效，而且可持續。

11月底，王炳南在出席國務院政策例行吹風會時也表示，商務部將積極會同相關部門，統籌推進疫情防控和消費促進工作，着力健全商貿流通體系，扎实做好步行街改造提升等重點工作，全力促進消費回穩和潛力釋放。

12月14日，山東青島印發《青島商業步行街改造提升行動方案》，從產業貢獻、品牌集聚、商業創新、消費滿意度四個維度明確了到2022年步行街改造提升的目標任務。

12月21日，昆明公園1903步行街、大理古城復興路步行街、麗江祥和商業廣場步行街等5條步行街被雲南省商務廳認定為雲南省示範步行街。

青海又添三條省級示範步行街，無錫洛社鎮打造“古韻步行街”，北京石景山古城南路步行街改造初具規模……

步行街改造提升仍在路上，未來，會有更多高質量步行街亮相，以滿足人民日益增長的美好生活需要。