

2021 流通 十大事件

01

2021年伊始,商务部就印发了针对商场超市、农贸(集贸)市场、餐饮服务单位、展览活动等4个领域的防控指南。2月2日,发布了住宿、家政、洗染、美容美发、人像摄影、沐浴、家电维修、拍卖等8个行业的疫情防控指南,一年中因疫情发展新形势要求,不断修订。

2021年春节,多地倡导“就地过年”,为充分做好“就地过年”群众生活服务保障工作,商务部组织指导各地充分研判“就地过年”人口规模变化、市场供需结构变化,因时因势、因地制宜采取得力措施,确保春节期间市场供应量足价稳。

7月初,商务部办公厅印发《关于做好汛期市场保供工作的通知》,部署各地商务主管部门做好汛期生活必需品市场供应保障工作。8月13日,商务部党组书记、部长王文涛通过电视电话会议,对防汛防疫生活必需品保供工作进行再动员和部署。

8月,为进一步加大对线下零售、住宿餐饮、外贸外贸等受疫情影响企业的支持,做好跨周期调节,保持经济运行在合理区间,商务部、财政部、中国人民银行、税务总局、银保监会、外汇局联合印发《关于支持线下零售、住宿餐饮、外贸外贸等市场主体纾困发展有关工作的通知》。(何晓曦)

抗疫保供,商务战线众志成城

02

为方便消费者在疫情期间安全购买年货,让各地群众都能过好年,商务部会同有关部门,在1月20日至2月18日期间举办“2021年全国网上年货节”。此次活动以“居家嗨购 网上过年”为主题,通过直播、“上云”等方式,在网上打造年味十足的“买年货”“赶大集”“云餐厅”“云拜年”等特色活动;联动中华老字号等优质餐饮企业,提供年夜饭、寿喜宴等餐饮配送到家服务;推出“春节不打烊”“春节也送货”等配套服务,让大家在家里红红火火网上过大年。

在进一步丰富消费场景的同时,商务部还指导相关企业确保米、面、油、肉、蛋、菜、奶、方便食品等基本生活必需品和口罩、消毒液、一次性手套等防疫物资供应充足;聚焦群众不断升级的消费需求,推出更多定制化、智能化、绿色化、高品质商品。

商务部数据显示,“2021年全国网上年货节”期间,全国网络零售额达9057.6亿元。在线餐饮销售同比增长48.5%;电影在线销售超90亿元,比去年和2019年春节同期分别增长412.7%和20.9%;年夜饭系列商品销售同比增长78.8%。

4月28日-5月12日,商务部会同相关部门举办了“第三届全国双品网购节”。作为全国“消费促进月”的重头戏之一,今年“双品网购节”以“品牌品质,惠享生活”为主题,不仅推出了一批数字化、网络化、智能化的时尚新品,上线一批国货精品和网络名品,推出一批“丝路电商”伙伴国知名商品,而且还推出了餐饮、旅游、文化、体育等优质在线服务,通过直播电商、社交电商以及个性化定制、柔性化生产等新业态新模式满足广大消费者的新需求,提升大众的生活品质。

“第三届全国双品网购节”的成果同样丰硕:15天时间里,带动全国网络零售额6928亿元,同比增26.7%;实物商品网络零售额5620亿元,同比增25.9%;国产品牌网络零售额占比达73.8%,老字号品牌销售同比增长33.5%;18.8万个品牌推出新品,同比增长46.8%;在线餐饮销售同比增长51.1%,在线旅游销售同比增长3.3倍;“丝路电商伙伴国”商品网络零售额日均值比3月增20.9%。(刘旭颖)

网上年货节与双品网购节举办

03

5月1日-31日,商务部会同相关部门和地方组织开展了2021年全国“消费促进月”活动。本次活动主题为“加快促进消费回升和潜力释放,促进形成强大国内市场,畅通国内国际双循环”,活动口号为“乐享消费,美好生活”。

这是商务部自2012年起连续第10年组织“消费促进月”活动。今年活动期间全国各地共开展特色活动7300余场,其中省级重点活动3100多场,参与企业20余万家。根据商务部对第三方支付平台等机构数据监测,2021年全国消费促进月活动期间,累计实现商品和服务交易额4.82万亿元,比去年5月增长22.8%。

期间,中国国际消费品博览会、中华美食荟、老字号嘉年华、双品网购节等丰富多彩的全国性活动陆续开展,带动品质消费持续提升,服务消费快速回暖,新型消费蓬勃发展,农村消费潜力不断释放,为促进形成强大国内市场,构建新发展格局提供有力支撑。(刘旭颖)

全国消费促进月成果颇丰

04

绿色发展是未来经济高质量发展的主旋律,近年来,商务部不断推动低碳环保产业发展,助力“双碳”目标实现。

一粥一饭当思来之不易。在国家积极倡导“厉行节约 反对浪费”的背景下,商务部组织制定《宴席节约服务规范》,促进餐饮业绿色发展。2月26日,商务部发布修订后的《再生资源绿色分拣中心建设管理规范》,进一步严格建设和加工过程中的安全、环保、质量管理规范。同时,为促进展览业绿色转型和高质量发展,商务部组织制定了《环保展台设计制作指南》。

2月8日,商务部发布《关于做好2021年绿色商场创建工作的通知》,共确定144家2020年绿色商场创建单位,并对2021年绿色商场创建工作提出有关要求。同时,为进一步指导各地加强绿色商场创建工作,5月25日,商务部发布《关于印发<绿色商场创建评价指标(试行)>的通知》。为规范使用塑料制品,6月28日,商务部发布《关于做好第二期一次性塑料制品使用、回收报告工作的通知》。

绿色发展是构建现代化经济体系的必然要求,也是电子商务高质量发展的重要内容。1月7日,商务部发布《关于推动电子商务企业绿色发展工作的通知》。12月6日,商务部等3部门发布《关于组织开展可循环快递包装规模化应用试点的通知》,拟在2022年1月至2023年12月开展试点工作,探索形成一批可复制、可推广、可持续的可循环快递包装规模化应用模式。(王旭光)

商务领域环保双碳在行动

05

在脱贫攻坚取得全面胜利后,持续巩固拓展脱贫攻坚成果、全面推进乡村振兴成为新征程上的重要任务。今年,为贯彻落实中央一号文件部署,推动城乡生产与消费有效对接,服务构建新发展格局,全面推进乡村振兴建设,多部委打出了政策举措“组合拳”。

财政部、商务部、国家乡村振兴局5月发布通知表示,今年继续开展电子商务进农村综合示范。通知提到,中央财政继续支持开展电子商务进农村综合示范,中央财政资金重点支持的方向包括完善农村电子商务公共服务体系、健全县乡村三级物流配送体系、推动农村商贸流通企业转型升级、培育农村电商创业带头人。

6月,商务部等17部门出台《关于加强县域商业体系建设促进农村消费的意见》,针对县域商业发展依然滞后、商品和服务供给不足的问题,提出在“十四五”时期实施“县域商业建设行动”,建立完善县域统筹、以县城为中心、以乡镇为重点、以村为基础的农村商业体系。具体措施包括健全农村流通网络、加强市场主体培育、丰富农村消费市场、增强农产品上行能力、完善农产品市场网络等。

7月,国务院办公厅发布《关于加快农村寄递物流体系建设的意见》提出,到2025年,基本形成开放惠民、集约共享、安全高效、双向畅通的农村寄递物流体系,实现乡乡有网点、村村有服务,农产品运得出、消费品进得去,农村寄递物流供给能力和服务质量显著提高,便民惠民寄递服务基本覆盖。

9月,商务部办公厅、发展改革委办公厅、中华全国供销合作总社办公厅发布《关于进一步推动农商互联助力乡村振兴的通知》,提出了强化监测分析和信息引导、加强农产品流通基础设施建设、提升农产品收储加工能力、畅通农产品物流运输通道、健全农产品流通企业产销衔接机制、防范化解脱贫地区农产品滞销风险等多项举措,旨在进一步做好“十四五”时期农商互联和农产品产销对接工作,促进农民增收和农村消费双提升。(阎 密)

助力乡村振兴,政策稳举措实

06

为推动商品交易市场创新发展,1月19日,商务部发布《关于加强重点联系商品交易市场信息报送工作的通知》,确定127家商品交易市场为商务部重点联系市场,组织开展优化升级专项行动。5月13日,商务部等7部门印发《商品市场优化升级专项行动计划(2021-2025)》,拟培育一批商品经营特色突出、产业链供应链服务功能强大、线上线下融合发展的商品市场示范基地。9月29日,7部门确定了商品市场优化升级专项行动20个试点地区。据悉,下一步,商务部将会同有关单位将商品市场打造成为商品流通的重要平台、扩大内需的重要载体、优化供给的重要引擎,加快形成更加高效的现代流通体系,为构建新发展格局提供有力支撑。

百姓事无小事。2021年,商务部在推动便民生活圈高质量发展方面动作频频。2月3日,商务部面向城市社区居民就一刻钟便民生活圈(社区商业)服务开展问卷调查;3月9日,商务部就《城市一刻钟便民生活圈建设指南(征求意见稿)》公开征求意见;5月28日,商务部等12部门联合印发《关于推进城市一刻钟便民生活圈建设的意见》。7月20日,商务部等11部门印发《城市一刻钟便民生活圈建设指南》,《建设指南》发布后,各地积极贯彻落实,10月8日,商务部等部门确定了全国首批城市一刻钟便民生活圈试点地区30个。一年来,在商务部等相关部门的推动下,社区商业便利化、标准化、数字化、品质化水平全面提升,人民群众的获得感、幸福感、安全感切实增强。(王旭光)

传统消费提质升级

07

10月27日,商务部、中央网信办、发展改革委三部门联合发布《“十四五”电子商务发展规划》,《规划》以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中全会精神,遵循中央发展数字经济、建设数字中国的战略部署和《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》总体要求,为“十四五”时期电子商务发展作出全面安排,对指导我国电子商务高质量发展具有重要意义。

《规划》全面总结了“十三五”时期电子商务发展取得的显著成果,分析了“十四五”时期电子商务发展面临的机遇和挑战,明确了电子商务发展的指导思想、基本原则和发展目标,提出了电子商务发展的七大主要任务、23个专项行动和六条保障措施。

《规划》提出“坚持守正创新、规范发展”等发展原则,形成明确的政策导向,确立了“十四五”时期发展目标和2035年远景目标,首次建立电子商务发展主要指标体系,确定三个规模发展指标和三个分领域发展指标。(何晓曦)

电子商务“十四五”规划发布

08

“培育新型消费”是“十四五”纲要中提到的商务发展任务之一。支持新型消费发展,对保障居民日常生活需要、全面促进消费、培育完整内需体系和构建新发展格局具有重要意义。

根据《国务院办公厅关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》部署要求,国家发展改革委会同有关部门和单位研究制定了《加快培育新型消费实施方案》。

1月,商务部办公厅发布了《关于加快数字商务建设 服务构建新发展格局的通知》,其中提到培育消费新模式新业态。具体做法包括通过完善法律法规、健全行业标准、推动行业自律等方式引导各类新模式新业态公平竞争、规范发展,构建良好消费生态;鼓励电商平台积极发展个性化定制、柔性化生产,培育“小而美”网络品牌,更好满足多元化消费需求;各地要结合本地产业特色,着力提升电商示范基地、电商园区载体功能,培育壮大地方特色电商主体,带动特色产业创新升级,优化消费环境、完善消费保障,以新供给引领和创造新需求,以新消费促进新发展。

作为一种新兴商业模式和互联网业态,直播带货近年来发展迅猛,但同时也出现了一些老百姓反映强烈的问题。4月,国家网信办等7部门联合发布了《网络直播营销管理办法(试行)》,进一步加强网络直播营销监管。管理办法明确要求,直播间运营者、营销人员不得发布虚假信息或者引人误解的信息,欺骗、误导用户;不得删除、屏蔽不利评价欺瞒、诱导用户;不得营销假冒伪劣、侵犯知识产权或不符合保障人身、财产安全要求的商品;直播营销平台不得为虚假或诱导宣传提供便利。(阎 密)

新型消费健康发展

09

为促进家政服务业提质扩容,助力乡村振兴,2021年商务部联合多部门印发了《家政兴农行动计划(2021-2025年)》,《深化促进家政服务业提质扩容“领跑者”行动三年实施方案(2021-2023年)》,提出了具体的工作举措。

《家政兴农行动计划(2021-2025年)》提出,到2025年,家政扶贫成果进一步巩固,家政服务对带动就业、保障民生的作用明显增强,家政服务品牌化、信息化、专业化、规范化水平有效提升,优质家政服务有效供给显著增加,人民群众对家政服务满意度稳步提高。

《实施方案》则要求,到2023年,每个“领跑者”城市培育3家以上品牌化员工制家政企业(员工制家政服务员占比超过50%),社区家政网服务覆盖率达到90%以上,10%的家政从业人员接受过家政相关学历教育。

此外,为深入推进国家级服务业标准化试点(商贸流通专项),12月10日,商务部、市场监管总局联合印发《国家级服务业标准化试点(商贸流通专项)工作指南》,对试点工作的管理、试点建设流程、标准体系构建等内容进行了规范,旨在指导各地商务主管部门、市场监管部门和试点单位更好开展试点工作,增强试点建设的可操作性。(曲晓丽)

政策支撑服务业跨越寒冬

10

“诚信兴商宣传月”活动由商务部会同中央宣传部、中央网信办、国家发改委等19个部门共同举办,今年是连续开展的第17个年头。

今年“诚信兴商宣传月”活动的主题是“讲好诚信故事,弘扬诚信文化”。宣传月期间,各地各部门围绕活动主题,开展小微企业信用融资研讨活动、“诚信经营激发文旅市场活力”“着力构建安全、诚信的进出口营商环境”等主题宣传活动,共同传播正能量,营造诚实守信的社会环境,取得积极成效。

值得注意的是,今年宣传月期间,地方还广泛征集了“诚信兴商典型案例”。经信用核查、专家初评、网络投票、专家现场评议,并多次征求有关部门和单位意见后,商务部会同相关部门发布了2021年“诚信兴商十大案例”。

作为宣传月的重点活动之一,10月15日,2021年全国“诚信兴商宣传月”主题开展开幕式暨北京主题日活动在京举办。本次展览为期5天,通过大量文字和图片,生动记录了宣传月期间各地各部门开展的形式多样、内容丰富的主题活动。(曲晓丽)

全国「诚信兴商宣传月」活动启动