

六部门发文

更好服务实体经济 推进电子商务高质量发展

记者6日从商务部获悉,商务部等六部门近日印发《关于更好服务实体经济 推进电子商务高质量发展的指导意见》,旨在持续推进电子商务高质量发展、高水平开放、高效能治理,更好服务实体经济巩固壮大。

商务部电子商务司负责人介绍,意见提出5方面16条举措,构建电子商务高质量发展框架体系。

着力赋能增效
巩固壮大实体经济根基

着力赋能增效方面,意见提出助力中小企业转型、深化农村电商、培育产业电商3条举措,发挥电商优势助力巩固壮大实体经济根基。

其中,助力中小企业转型方面,深入实施中小企业数字化赋能专项行动,鼓励电子认证在电商领域规范化应用,降低中小企业数字化转型成本。

引导电商企业推出“小快轻准”数字化产品和解决方案,向品牌商家、中小企业和个体工商户开放数据、渠道、技术等,为企业门店选址、新品开发、商品陈列、库存管理等提供支撑。

深化农村电商方面,深入实施“数商兴农”,结合特色农产品集中上市节点,推动平台开展产销对接与技能培训,开设“地方好物”专区,打造乡村土特产品牌,助力农产品上行。

推进“互联网+”农产品出村进城工程,支持电商企业下沉供应链,发展“村播”“田播”等特色直播。

在培育产业电商方面,开展“产业电商惠企对接”活动,指导电商企业发挥优势,对研发制造、仓储物流、销售服务等环节进行数字化改造,促进供应链高效协同。

加强创新引领
助力更高水平供需动态平衡

加强创新引领方面,意见提出3条举措,深化线上线下融合,助力实现更高水平供需动态平衡。

其中,加快技术创新应用方面,支持头部电商企业加大研发投入,加强重点领域核心技术攻关,构建“产学研协同、学用转化”创新生态;发展“人工智能+电商”。

大力发展品质消费方面,实施品质电商培育行动,构建标准体系,推动电商平台优化流量分配、搜索排名等机制,提升商品质量、服务口碑等指标权重,将质量管理、品牌建设等纳入培训课程,培育品质商家和优质品牌。

鼓励电商企业围绕百姓衣食住行需求,联合品牌商家发布“美食地图”“必吃必购”等榜单。

加快“老字号”等国货潮品网络推广。

积极打造融合载体方面,优化数字生活服务,推动即时零售融入“一刻钟便民生活圈”。

积极发展智慧商圈、智慧商店,推进连锁商超数字化转型,发现推广一批线上引流、线下体验的融合发展典型案例。

鼓励电商企业联合品牌商家建设快闪店、潮玩店、虚拟现实体验馆等新场景。

支持电商企业推出适合外国人“吃住行游购娱”的全要素入境消费产品,打造一站式入境消费无障碍平台。

推进高水平开放
促进普惠包容发展

推进高水平开放方面,意见提出推进跨境电商。包括发展“市场采购+跨境电商”“中欧班列+跨境电商”模式,增强海运、空运、铁路、多式联运等运输保障能力。

拓展“丝路电商”。提升“丝路电商”国家馆品牌效能,加强优质海外商品首发首秀,创新“国家馆+直播”渠道,培育“一国一爆品”。

加快制度型开放。推动“丝路电商”合作先行区择优扩围,打造多地联动、梯次布局的电商开放格局等。

推动规则衔接。加强电商领域规则、规制、管理、标准研究,推进个人信息保护、跨境数据流动等领域国内外规则对接协同。

另外,在营造良好生态方面,意见提出压实平台责任、加强常态化监管、指导合规出海3条举措,推动生态各方共赢发展。

加强支撑保障方面,意见提出优化金融产品供给、激活数据要素价值、加强人才精准培养3条举措,持续夯实电子商务发展基础。(央视 新华)

树立和践行正确政绩观

山凿一尺宽一尺
路修一丈长一丈

带领乡亲们历时7年在绝壁上凿出一条通向外界道路的重庆市巫山县竹贤乡下庄村党支部书记毛相林说:“山凿一尺宽一尺,路修一丈长一丈,就算我们这代人穷十年苦十年,也一定要让下辈人过上好日子。”

重庆市巫山县竹贤乡下庄村坐落在一个天坑底部,四面都是悬崖,从“井口”到“井底”垂直高度达1100多米。过去,村民出山只能攀爬一条陡峭的羊肠小道。1997年,村支书毛相林召集村民商议修路。资金不足,毛相林带头卖牲畜凑钱,村民跟着凑了启动款。没有装备,人悬在绳子上,吊在几百米高的悬崖上打炮眼。2004年,一条8公里长的公路从悬崖上凿通,下庄村到县城的时间缩短到一个多小时。

衡量一个干部的政绩,究竟看什么?毛相林用7年时间只干了一件事:让村民走出大山。没有引进大项目,也没有修高楼,他解决的是群众最基础最迫切的需求。实打实的民生改善,回答了“政绩为谁而树”的问题。真正的政绩,是让老百姓的日子好起来,让后代不再重复祖辈的艰难。

路通了,毛相林的脚步没有停。2021年,习近平总书记为他颁发“全国脱贫攻坚楷模”奖章。

随后,毛相林大力发展村里产业。他带领村民将脐橙种植扩大到上千亩,注册商标,统一品牌,统一销售。为了让乡亲们吃上旅游饭,毛相林带头改善人居环境,下庄村成功创建国家4A级旅游景区。五年过去,下庄村人均收入从2020年的1.3万元涨到2.1万元。从“凿通山路”到“闯出振兴路”,毛相林用行动延续着为民谋利的初心。(中央纪委国家监委网站)

姜堰溱潼会船节开幕

昨日,2026年泰州姜堰溱潼会船节在江苏省泰州市姜堰区溱湖国家湿地公园开幕,数百条各式船只和上万名会船选手飞篙走桨,奋勇争先,演绎历久弥新的民俗画卷。

“天下会船数溱潼,溱潼会船甲天下。”溱潼会船又名“清明会”,由南宋相沿至今,被列入国家级非物质文化遗产名录。(新华社发)



“躲流量”的莫老板 到底在怕什么

■南方

在千万粉丝博主刘雨鑫的一则探店视频里,“莫氏鸡煲”的莫老板对着镜头,说出那句后来被反复传播的话:“回头你搞得再好,生意太忙,我做不了啊。”这句随口之言一语成谶,短短几天,广东佛山顺德区陈村镇绀现村的莫氏鸡煲成为全网瞩目的打卡胜地。

被流量选中的小店、老板并不少见,但从一开始就想要“躲流量”,甚至因“躲流量”反而引来更大流量,这样的故事的确罕有。莫老板刚一出境就抗拒流量,绝非无缘无故。首先是老板有自信,自家小店鸡煲品质绝对够“夯”。

其次,鸡煲“能火”,但不意味着老板“想火”,莫老板从一开始就抗拒流量,也是源于一种难得的清醒。流量时代,因几个镜头、几条视频而蹿红的商家甚至普通人实在太多。热度之下,有人看到流量是“泼天的富贵”,但也有人看到流量是把双刃剑。

莫老板感慨“辛苦啊”“有命赚没命花”,是普通人最朴素的直观感受,正如网友评价,不是老板“太有钱”,而是知足者常乐。面对流量,“不想火”是一种生活哲学,更进一步讲,这也能尽可能避免自己的劳动价值被流量一步步异化。莫老板曾抗拒流量,他在采访中称,“我准备倒闭了”“冰鲜鸡,不是新鲜

杀的”。但恰恰又因为足够真实真诚,清醒通透、希望和流量保持距离的莫老板,反倒还在被流量追赶。

据报道,绀现村党委书记很“焦虑”,“流量不要也不行,要了又担心有不好的影响”,这也是如今很多城市在流量时代的缩影。无数城市乡镇都有自己拿得出手的东西,也就有被流量选中的可能,但人流激增后,食品安全、消防安全、交通秩序、邻里矛盾等等,也就要经受非常时期的“高压”考验。因此,一方面是一座城市如何在短时间内,既展现出灵活弹性又守住规则秩序,这需要治理能力有持续的修炼积累;但另一方面,更重要的

是,眼下的流量在退去后,能否为地方的未来发展留下价值?

顺德本就是联合国认证的“世界美食之都”,包括莫氏鸡煲这样“大隐隐于市”的佛系商家恐怕还有不少。禀赋之下,如何让莫老板休息的愿望成真,为绀现村卸下“甜蜜的负担”?更让人们因莫氏鸡煲而来,同时记住顺德更多镇街的更多美食?

从这一层面看,莫老板的“怕火”态度,点出了不少地方文旅发展过度依赖单一流量故事的倾向。同时,“莫老板们”能不能如愿回归正常生活,又何尝不是“文旅发展大题中的一小问”?而这道大题,恐怕不能只靠绀现村来回答。