|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 承德市商务局承办 | 人大代表建议 | 专用笺 |
| 政 协 提 案 |

承市商务提字[2022]第8号 A类

是否同意公开（是）

**对政协承德市第十五届委员会第二次会议**

**第0168号提案的答复**

关玉军委员：

您提出的“关于全力打造华北直播电商之都的建议”收悉，现答复如下：

一、我市电商行业发展现状

**（一）发展迅速、形式多样，电商行业呈现多元化发展**

**一是规模和水平不断提高。**十三五期间，电子商务网络零售额突破200亿元，其中农村网络零售额突破70亿元。据商务厅数据反馈，2021年，全市电子商务网络零售额72.1亿元，其中农村网络零售额42.34亿元。培育年销售额超百万的本地电子商务平台10个，农村电商网点2474个，全市从事网络运营或销售人员5万余人。**二是从事方式多种多样。**通过分析“西瓜数据”“爱企查”等第三方平台提供的数据，我市从事电商（含直播电商）行业的企业723家，**其中**从事本地服务业电商（如：美团、优选、外卖等）45家；自有平台运营公司（在微信小程序、支付宝小程搭建的自有平台）231家；电商平台运营公司107家;从事直播行业公司340家。**三是龙头企业带动效果明显。**全市电商直播行业出现了“承德山水”“中石油昆仑好客”，双桥区掌上福满家、宽广慧云，双滦区河钢铁亿、大集电子商务、经纬智慧物流，营子区怡达电商，承德高新区奥体云商，围场县蓝斯文化、鑫达商贸，平泉市御膳房，承德县无界等一批区域知名电商平台，形成了区域骨干电商企业带动，个人电商直播广泛参与的发展格局。今年以来，各县（市、区）电商服务中心、骨干企业电商直播活动超过400场次，销售额近2亿元。我市京东平台商家共实现销售额2.26亿元，其中营子区佳辰博宝商贸有限公司、围场县乐辉电子商务有限公司、平泉市河北富润创达商贸有限公司等12家商家销售额超过400万元。

**（二）解放思想、拓宽渠道，传统企业寻求转型升级**

**一是传统商贸企业依托线下资源优势建立直播购物平台，实现线上线下资源互补和协同应用。**“掌上福满家”每周三使用微信小程序直播带货，“宽广慧云”每周二使用腾讯小程序直播带货，主要推荐超市经营的优质实惠日用消费品为主，包含生鲜蔬果、粮油副食、日用百货等，今年以来两家传统流通企业共组织直播120余场，直播带货销售额超过1500万元。**二是生产制造企业推进“互联网+”协同制造，扩大品牌影响，促进产品网上销售。**大集电子商务是我市首个工业直播企业，拥有250平方米直播间，带货钢筋、钢板等钢延产品，2021年企业营业额2500万元，成为限额以上批发业类企业。怡达集团2013年搭建电子商务平台，借助“淘宝直播618零食节”等知名电商超人气直播平台，带货销售“怡达果丹皮”特色产品，累计吸粉超3000万人次，下单22万余次，累计销售640万元。平泉御膳房商贸通过抖音“山庄厂家直播间”、快手“山庄老酒厂家直播间”等平台累计成交12.2万单、588.46万元。**三是各县（市）差异化发展，直播平台发展更趋丰富。**以全国电子商务进农村综合示范县项目为契机，围绕“一县一业一品”差异化发展思路，我市8县（市）先后10次被列为国家电子商务进农村综合示范县，重点培育“丰宁格格”“塞宴御品”“平泉八珍”“木兰围场”“画木兰”“滦平七品”等县级区域公共品牌，起到了助农惠农作用。承德•围场（首届）百名网红直播，助力农产品在网络平台销售，106名主播带货“承德好礼”直播活动总观看人数100万以上，销售沙棘汁、荞麦面条、牛肉干农特产品9000余件、30.4万元。鑫达商贸连续7天利用抖音、快手等电商平台，开展直播助农活动，销售“123小苹果”3000多万斤，切实为果农解决了卖难问题，避免了经济损失。承德县开展“村播计划-县长来了”“村播计划-村播日”“县长带货 爱心助农”等直播带货活动，直播间围观在线互动观众超过50万人，直接或间接带动贫困户累计实现网络销售539万元，带动贫困户2755人。**四是国有企业大力推进电商直播。**“承德山水”品牌2021年6月开始在抖音平台进行蓝V帐号运营，帐号正式进行销售是11月20日左右，平均每场在线人数1万人左右，每场平均销售量在5000元左右，自六月共委托达人带货三场，共实现销售20万左右。中国石油依托“好客油油”微信平台和“淘宝昆仑好客天猫旗舰店”多次组织“京畿福地 燕赵好物”承德专场直播，销售商品主要包括承德露露等包装饮料、家庭食品、即食快餐、润滑油、汽车用品等6大类、80余种，点赞12万余人次，销售额52万元。

**（三）积极参与，媒介丰富，电商直播方式多种多样**

**一是自建式平台私域电商直播。**如掌上福满家、小宽到家、宽广慧云、百乐超市等超市自建平台，利用自身的仓储优势和覆盖全市的分店及大量的员工做为传播媒介，通过员工转发和店内宣传在自有私域平台进行电商销售工作。**二是Mcn机构主流平台直播带货。**如承德高新区奥体云商，围场县蓝斯文化、大集电子商务、承德县无界、好客油油、承德山水等主体机构利用自身直播带货技能，召集电商、直播从业人员，在微视、抖音、快手、淘宝、拼多多、蘑菇街、小红书、微博等主流平台销售本地特色产品，以赚取商品差价和佣金盈利。**三是生产企业参与电商直播。**如怡达山楂、山庄老酒厂、金山岭酒业、平泉御膳房等企业，利用自身价格优势，在淘宝、京东等平台开设旗舰店，在抖音、快手等直播平台进行场景化直播销售企业产品。**四是个人自发性直播。**无任何机构“扶持”的网络“素人”，通过“粉丝积累”在互联网平台中选品，自发经营销售。**五是委托性电商销售。**如怡达借助“淘宝直播618零食节”等知名电商超人气直播平台，带货销售“怡达果丹皮”特色产品，利用大主播的影响力为品牌附能，带动销量，为自有账号引流。

**（四）特色鲜明、品种多样，运用电商销售产品丰富**

**预包装农副产品**包含苹果、板栗、杏仁、小米、土豆、食用菌等40余种，衍生产品超过100种；**特色工艺美术产品**包含避暑山庄丝织挂锦，承德木雕、民间剪纸、滕氏布糊画、羽毛画等20余种；**深加休闲副食（和饮品）**包含以承德露露为首的特色饮品100余种，以蘑菇酱、牛肉酱、鹿肉酱为代表的100余种；**酒类产品**包含以山庄酒厂为代表的酒类品牌10余种，产品系列超过30个。

**（五）注重培训、强化引导，夯实电商发展人才基础**

**一是强化技能培训。**组织开展各类电商培训，普及电商政策。从电商政策普及培训，到电商技能初、中、高级培训，加强一对一培训孵化，突出对微信视频号运营、微信小店开通、短视频剪辑、抖音快手直播以及抖音快手小店注册等新媒体运用培训。2021年举办了“河北省电子商务人才培育与资源对接培训班”，就如何运用电商助力区域品牌发展加快产业融合、当前新媒体作为当下最有优势平台渠道，打造本土品牌，对电商直播等相关知识进行详细讲解。**二是整合各种培训力量。**高新区借助承德奥体云商网络直播平台，通过承德市妇联和承德日报社的宣传和辅助，举办了一村一主播活动，已经培训1400多人，选出70人进行直播带货，主要推送承德农产品，厨具用品，小百货等。**三是充分释放区域平台活力。**各县通过县级电商公共服务中心共培训电商专业人才3万余人次。兴隆县培育以桃树认领、柴鸡认领为主的主播刘学文，增收18万元；以快手直播销售空气炸锅等网红小家电为主的主播郭亚茹，增收30余万元。承德县培训的何文革、赵子华等能独立运营主播40余人，其中10余人年销售额过万，有效提高学员增收。滦平县依托电子商务进农村综合示范项目建设，建立3个直播基地，11间专业直播间，为创业青年提供专业培训和孵化服务，目前已帮助学员开设126家平台的网上运营店铺。

二、存在的问题

**（一）各县（市、区）重视程度不够，发展不均衡。**我市电商直播业虽然呈现快速发展势头，但各级政府认识还需加强，在电子商务发展上统筹规划，把落实国家、省对电子商务发展的部署作为一项政治责任、工作任务来完成。部分县(市、区)对电子商务重视程度不够，主要依靠电子商务进农村综合示范县项目推动县域电商发展，项目建设完成后，后续发展动力不足，整体发展缓慢，有的甚至停滞不前。

**（二）直播电商人才少。一是专业技能存在欠缺。**直播新人，推销技巧不够，产品介绍不专业，前期无收入或收入低，直播持续性差。**二是电商直播成本较大。**企业自身发展电商直播，产品种类多，数量大，组建专属直播团队，人力成本大，企业负担重，不愿意尝试。聘请外部团队直播，产品价格低，产生佣金、坑位费、流量费等，且需防止恶意刷单等，致使生产企业利润降低。**三是部分企业思维守旧。**部分传统企业固守已有渠道，对开展直播带货活动产生的成本、宣发效应、带货销售业绩等持保守态度。

**（三）开展直播电商活动基础薄弱。一是农产品较多。**我市农产品规模化、产业化程度低，以农副产品、生鲜水果为主，并受农民喜好、生产习惯影响，各类农产品产量不足以保障网络平台销售。品牌知名度不高，线上同质化产品较多，消费者购买时优先选择较知名的产品。**二是产品层级较低。**多数农产品仍处在产业链的底端，产品分级技术、储存能力、包装技术参差不齐，附加值低，深加工、品牌化、规模化和标准化的农产品少，农产品质量及进城货源保障不足。**三是产品要素配套落后。**传统企业生产的大部分单品在营销策划、品牌包装打造、质量安全认证、溯源体系、市场准入等环节的要素配套工作滞后。

**（四）产业链不完善。**发货时效性，物流成本都是直播电商行业的重要环节，生产端是否能够及时打包发货、是否能够提供一件代发服务，提供服务后是否有足够的利润空间支撑，都成为我市直播电商的制约瓶颈，如“承德山水”入驻的188 家企业，能够进行一键代发的企业不足10家。我市区域面积广阔，居住相对分散，农副产品、生鲜水果重量较沉，不但导致快递成本比产品本身贵，时效不能保障。

**（五）缴税统计缺失。**经与市税务局沟通，税务部门难以全面掌握直播电商行业缴税情况。**一是存在统计困难。**“多证合一”后，纳税人设立税务登记是在行政审批局进行设立登记，再到税务部门进行税务信息补录后即纳入正常税务管理。因带货直播行业中主播的身份多样，可以是独立个人、个体工商户、企业职员等，同时，其收入取得方式多元化，多以微信、支付宝、现金或者转账等形式取得。**二是存在统计空白。**税务登记的行业根据国标行业进行采集，所以无法区分纳税人是否直播带货行业，实现的销售收入无法区分是否直播带货收入，入库税款也无法区分是否直播带货收入实现的税款。同时，因部分企业通过与个人签订协议进行直播，公司数据缺少支撑，未进行填报。

三、下步工作谋划

**（一）加大政策扶持力度。一是加强顶层规划引领。**各县（市、区）切实将电子商务建设列入到重点发展规划中，根据县域发展实际，研究制定电子商务“十四五”发展规划，扶持重点企业，积极争取国家、省、市政策、项目、资金支持，以点带面，发挥龙头带动作用。**二是加大政策支持力度。**出台支持电子商务高质量发展政策，安排一定数量的“电子商务发展专项引导资金”，对电子商务关键领域、重点区域、薄弱环节给予一定政策资金引导支持，给予线上销售企业流量补贴支持，对发货较多的企业给予物流补贴。**三是加强税收、金融支持。**对符合条件的电子商务及相关电子商务服务企业，按国家相关规定予以减免增值税和企业所得税。鼓励金融机构扩大电子商务企业贷款抵（质）押品范围，积极为中小电子商务企业提供各种形式的贷款担保服务，提高信贷审批和发放效率。

**（二）加强人才培育与引进。一是培育本土群体。**整合现有培训资源，注重培训质量孵化当地电商企业和个人，针对自主创业群体、失业群体、网商创业青年等有电商创业意愿的人群，开展以电商(微商)交易平台的店铺注册、网店设计装饰、运营管理及推广、客服服务、农产品上行包装营销等课程为主的电商培训。**二是培训高级群体。**通过举办电商沙龙、电商高级人才培训班，孵化当地电商企业和个人，利用电商渠道、拓宽网络销售渠道、提高电商应用技术水平。**三是加强人才引进。**加大电子商务高层次人才引进，鼓励企业面向国内外引进一批高素质、有丰富电子商务大型团队运营经验的职业经理人队伍。

**（三）完善配套服务体系。一是加强企业协作发展。**引导企业间开展市场性合作，开展共同配送，降低物流快递成本，增强产品价格优势。**二是加强配送体系建设。**整合上下游资源，建设三级配送网络，实现城市和农村物流配送的合理衔接，形成完整的仓储、配送、销售网络，提供全方位的物流配送综合服务。**三是注重龙头带动作用。**引进龙头企业，按照“政府引导、企业主导、社会参与、市场运作”的原则，加大招商引资力度，推进更多国内外实力电子商务企业总部、区域总部和营运中心落户承德，带动全市电商直播等业态迅速发展。

**（四）打造直播带货示范企业。**不断提升“承德山水”品牌效应，打造市级龙头电商直播企业。借助“大贵口”品牌效应，打造“山谷市集”线上销售平台，建设立足承德辐射华北的集种植、养殖、供应链、仓储、会展、B2B、B2C、直播等电商服务于一体大型农产品网络集散中心，打造全市直播带货示范试点，发挥重点企业的龙头示范效应，带动全市直播带货高质量发展。全力助推乡村振兴，以点带面，逐步转变企业观念，让电商直播真正成为助力企业销售新渠道。

**（五）建设经济运行中台。**归集本地商品数据，形成统一的进销存，将电商企业归纳为销售出口，将产品提供单位归纳为供应入口，完全统计进销数据，将“经济中台”设定为电商的“发动机”、“中转站”，通过中台的表象数据统筹电商发展方向，为企业融资、信贷提供有效依据。

最后，衷心感谢您对电商行业发展的关心和支持！

2022年6月24日

领导签发：刘英昊

联系人及电话：方桂姣 2159746

抄报：市政府办公室，市政协提案委员会