

传统电商平台仍是网络直播消费的主渠道,但短视频、社交平台等潜力较大

## “618”发力直播带货,如何让消费者买得更放心?

本报记者 李国

今年的“618”战况似乎比以往更激烈,刚进入6月份,各大传统电商平台以及短视频、社交等新平台,便争相公布了各自的“战报”。记者注意到,今年“618”,在“全民直播”浪潮的助推下,各大平台更加重视直播带货新模式。

从带货平台来看,传统电商平台仍是网络直播消费的主渠道,但短视频、社交平台等新电商平台正奋力赶超。从消费者角度来看,其对“618”商品品质、物流等要求更高,因此推动网络直播消费尚需要多方“加码”。

### 直播带货方兴未艾

“直播间的各位家人们,这款面膜我也在用,补水保湿效果很好,‘618’活动期间,买一送一;长期关注我们产品的各位朋友都知道,我们产品的活动力度从来没有这么大;这是我的直播首秀,就借购物节这个机会给大家送福利……”6月以来,类似的话语频繁在各大电商、短视频、社交平台上演。

直播带货早已不是新鲜事,刷视频,听主播“种草”……网络直播消费涉及衣食住行方方面面,早已成为人们生活的一部分。与此同时,随着短视频、社交平台的兴起,涌现了“全民直播”的新画风。

张晓筱是重庆九龙坡区一家花店的老板。她告诉记者,她的花店今年4月正式营业,并同步将花店搬到了“线上”。“由于开业时间不长,没有什么流量,线上订单少得可

### 阅读提示

今年“618”,在“全民直播”浪潮的助推下,各大平台更加重视直播带货新模式,抖音、快手在直播的基础上继续向“泛货架”方向发力。业内人士指出,从今年“618”消费趋势来看,用户消费行为更加理性科学,品质因素对消费决策的影响加大,消费者对消费体验、物流时效的要求也更高。因此,提升直播间商品品质、消费体验尚需多方发力。

怜。”张晓筱说,5月下旬,她在短视频平台上开启了直播,一方面教大家插花,另一方面也提高花店的人气。

“经过不到一个月时间的直播推广,花店线上线下的订单快速上涨,现在基本上达到了收支平衡,相信再经过一段时间的运营,就能实现盈利。”张晓筱笑着对记者说。

网络直播超强的变现能力,引来不少商家纷纷入局。记者在采访中看到,面对即将到来的“618”购物节,各大电商平台无一例外,都把重点放在直播带货上。例如,抖音、快手在直播的基础上继续向“泛货架”方向发力……

### 新电商与传统电商并驾齐驱

“今年以前,我们的线上销售渠道主要依托淘宝、京东。今年3月,我们与抖音等平台达成了合作协议,正式进军新电商平台销售。”重庆一家手工皮具店的负责人钱兴说,“我在抖音上的粉丝一共有10多万人,所以今年把直播带货的重点放到了新电商平台上。”

6月9日,在2023渝中—巫溪直播电商节暨“山城推荐官”2023重庆数字消费季活动启

动仪式上,来自巫溪县的多家电商企业负责人坦言,今年“618”期间,他们一方面立足传统电商渠道信息化效率高、成本低等优势进行直播引流;另一方面利用短视频平台流量大、互动性强等特点,进行直播投放,目前看来效果颇佳。

此前,北京市消费者协会发布的网络直播业态消费调研报告显示,尽管传统电商平台仍是网络直播消费的主要渠道,但短视频平台及社交平台发展潜力较大。

在重庆从事自媒体直播行业6年的古一铭认为,当前,移动社交蓬勃发展,流量价值凸显,与传统电商相比,社交电商拥有发现式购买、去中心化、场景丰富等独特优势,用户既是购买者,也是推荐者。

### 提升品质、消费体验尚需多方发力

什么值得买“618”总负责人张宇昂表示,从今年“618”消费趋势来看,用户消费行为更加理性科学,品质因素对消费决策的影响加大,消费者对消费体验、物流时效的要求也更高。

尽管网络直播带货已经火出圈,但货不

对板、假货等问题频繁发生,甚至不少头部主播带货时因虚假宣传“翻车”的事件也屡见不鲜。

此外,还有不少消费者反映在直播间下单后商家迟迟不发货。据抖音电商平台调研,发货速度是电商消费者最关心的问题,占比达35%。发货慢、不发货,预售周期过长等因素会严重影响消费者的下单意愿。

在此背景下,不少消费者呼吁,加强监管、完善维权机制,为消费者保驾护航。重庆工商大学教授莫远明指出,相关部门要持续健全直播带货行业法律法规,督促行业协会完善直播带货行业自律性监管等;平台方要负起主体责任,促使商家、主播合规诚信经营。

对此,一些直播平台也开始加强对消费者权益的保障力度。美ONE联合淘宝直播品牌方共同启动“消费者守护计划”;“618”期间,美ONE旗下李佳琦直播间等3大直播间的消费者都将享有来自品牌、平台和直播间的正品保证和三重服务保障,从售前、售中、售后的全链路入手,给消费者带来良好的消费体验。

抖音电商相关负责人表示,该平台基于发物流、售后服务、客服接待三大模块,细化出64个业务切片,对商家服务质量进行综合衡量。商家如有大量不回复或不解决消费者咨询、无故拒绝售后、超时发货等违规行为,导致其服务质量评定较低,平台会对其违规行为积分扣除、流量管控、限制订单等处罚措施。



### 超大型集装箱船出海试航

6月15日,我国自主研发设计的新一代高性能超大型集装箱船“东方土耳其”号在江苏南通出海试航。

该船最大载箱量24188标箱。该船的研发,融合了当今主流研发成果及智能化手段,是新一代超大型智能、绿色集装箱船的代表。据悉,截至目前在我国完成建造的全球最大24000标箱级集装箱船达到15艘,进一步巩固了我国在全球高端集装箱船研发、制造领域第一方阵的地位。

本报通讯员 许丛军 摄

生产需求稳步恢复,就业物价总体稳定

## 5月份经济运行延续恢复态势

本报北京6月15日电(记者时斓娜)国家统计局今天发布的国民经济运行情况数据显示,5月份,生产需求稳步恢复,就业物价总体稳定,转型升级持续推进,经济运行延续恢复态势。

根据统计,5月份,工业生产平稳增长,服务业增长较快。全国规模以上工业增加值同比增长3.5%,装备制造业增加值同比增长8%,快于规模以上工业4.5个百分点;随着经济社会全面恢复常态化运行,服务需求持续释放,带动服务业增长,全国服务业生产指数同比增长11.7%。

市场销售持续恢复,固定资产投资规模扩大。随着消费场景的拓展,居民外出购物增加,市场销售继续扩大,服务性消费较快增长。社会消费品零售总额37803亿元,同比增长12.7%。1月~5月,全国固定资产投资(不含农户)188815亿元,同比增长4%,其中基础设施投资和制造业投资分别增长7.5%和6%,保持较快增长。

我国积极开拓与“一带一路”沿线国家的贸易,稳定传统贸易伙伴的外贸市场,推动外贸促稳提质,效果持续显现。5月份,进出口总额34460亿元,同比增长0.5%,与部分新兴经济体外贸下降形成鲜明对比。

5月份,就业和物价总体稳定。经济运行恢复向好,岗位招聘需求增加,劳动参与率提升,全国城镇调查失业率为5.2%,与上月持平;消费需求稳步恢复,市场供给持续增加,供求关系基本稳定,居民消费价格同比上涨0.2%。

一季度消费重新成为经济增长第一拉动力

## 二季度消费市场有望保持平稳增长

本报北京6月15日电(记者北梦原)记者今天从商务部获悉,随着端午、暑期等消费旺季的到来,居民节假日休闲购物、出行旅游等消费需求将进一步释放,叠加相关促消费政策支持和活动促进,二季度消费市场有望继续保持平稳增长态势。

在今天举行的新闻发布会上,商务部新闻发言人束珏婷表示,今年以来,国内消费市场加快恢复。一季度,最终消费支出对经济增长的贡献率达66.6%,重新成为经济增长第一拉动力。5月,社会消费品零售总额同比增长12.7%,1月~5月增长9.3%,比1月~4月加快0.8个百分点。

据悉,为进一步激发市场活力,恢复和扩大消费,商务部将继续完善消费政策,推动出台支持恢复和扩大消费的系列政策措施。围绕促进汽车、家居、品牌消费和餐饮业高质量发展等,将出台针对性的配套举措,增强政策的组合性、协同性、有效性。在即将到来的暑期消费季期间,商务部将持续办好消费活动,推出“618端午欢乐购”“不夜生活节”“数字消费节”等消费场景。各地也将举办一系列丰富多彩的消费活动。比如,江苏举办“苏新消费·夏夜生活”,四川举办成都端午食品博览会等。这些活动贯穿端午、暑期,甚至延续更长时间,将为消费市场增添更多信心和活力。

创新消费场景方面,商务部将持续深化国际消费中心城市建设,推动步行街高质量发展,推进建设智慧商圈,带动优质消费资源集聚,联动商旅文体,打造更多沉浸式、互动式、体验式消费新场景。

一季度银行保险业消费投诉情况通报发布

## 个人贷款业务等成为投诉集中领域

本报北京6月15日电(记者北梦原)国家金融监督管理总局今天发布一季度银行保险业消费投诉情况通报。今年一季度,监管部门共接收并转送银行业消费投诉104909件,保险业消费投诉26188件。其中,个贷业务、信用卡业务以及财险理赔、人身保险销售退保等成为投诉集中领域。

银行消费投诉中,涉及国有大型商业银行47219件,占投诉总量的45%;股份制商业银行29041件,占比27.7%;外资银行383件,占比0.4%;城市商业银行(含民营银行)15201件,占比14.5%;农村中小金融机构6500件,占比6.2%;其他银行业金融机构6565件,占比6.3%。一季度,涉及个人贷款业务投诉59827件,占投诉总量的57%。涉及信用卡业务投诉32142件,占投诉总量的30.6%。

保险消费投诉中,涉及财产保险公司11398件,占投诉总量的43.5%;人身保险公司14790件,占比56.5%。一季度,财产保险公司涉及理赔纠纷投诉9621件,占财产保险公司投诉总量的84.4%。人身保险公司涉及销售纠纷投诉7875件,占人身保险公司投诉总量的53.2%;退保纠纷投诉3895件,占比26.3%。

国家金融监督管理总局表示,将严格按照《银行业保险业消费投诉处理管理办法》的规定,继续加大投诉处理监管力度,督促银行保险业落实主体责任,扎实做好投诉处理工作,加强源头治理,改进服务质量,维护好消费者合法权益。

### 玫瑰花铺出致富路

6月15日,在四川省阿坝州小金县“金山玫瑰”基地,工人正在选花。

近年来,四川省阿坝藏族羌族自治州小金县大力推动高山玫瑰生态产业,通过为农户提供玫瑰种苗和技术服务,并统一收购玫瑰花,带动千户群众发展玫瑰种植。目前,全县种植高山玫瑰1.5万亩,形成深加工、销售、观光旅游为一体的产业链。

新华社记者 王曦 摄



## 北京将16项辅助生殖项目纳入医保报销

本报北京6月15日电(记者甘哲)记者今天从北京市医保局获悉,北京市将16项治疗性辅助生殖技术项目纳入基本医疗保险报销范围,新政策将于7月1日起落地实施。

北京市综合考虑医保基金承受能力、相关技术规范等因素,通过组织专家论证,开展医保基金支出测算等工作,将促排卵检查、胚胎移植术等16项涉及人群广、诊疗必需、技术成熟、安全可靠的辅助生殖项目纳入基本

医疗保险门诊甲类报销范围。为有辅助生殖技术治疗服务需求的参保人员提供费用保障支撑。目前,北京市有16家基本医疗保险定点医院可开展辅助生殖技术服务。

据悉,父母一方为北京市户籍的新生儿,出生后发生的住院医疗费用,可在北京市定点医院医疗机构实时结算。个人只需缴纳自付费用,无需全额垫付医疗费用。北京普惠健康参保人可享受辅助生殖药品折扣权益。一年的

药品折扣权益,最高可以减免金额为5000元。

7月1日新政策正式实施后,为确保政策落实到位,各定点医院要严格对照卫生健康部门人类辅助生殖技术规范、医保基金支付范围和支付标准,为参保人员提供辅助生殖服务及费用报销工作。各区医疗保障局要加强相关费用日常审核,对辖区内开展辅助生殖技术的定点医院做好业务指导和基金监管工作,确保医保基金安全有效使用。

## 推动旅游复苏要在服务上多下功夫

### 经济观察

本报记者 李丰

端午将至,多家旅游平台的数据显示,端午假期仍将延续“五一”假期旅游热度不断上涨的势头,成为近5年“最火”端午假期。

与此同时,为了促进接下来的学生暑假期间文化旅游市场全面复苏,贵州、云南、四川等一些旅游大省频频推出优惠活动,拿出真金白银对当地旅游产业相关企业进行补贴。

例如,贵州近期发布2023多彩夏季避暑旅游优惠措施,全国在校中小学生、大学生,凭有效证件享受贵州省内国有A级旅游景区免门票优惠,而入黔旅游的外省籍

一型客车,使用ETC电子支付方式在贵州省境内高速公路任一收费站出站的,给予贵州省境内高速公路通行费减半优惠。

云南省人民政府近期印发的《2023年推动经济稳进提质政策措施》明确,对年度实际完成投资2亿元以上(不包括土地款和房地产项目)的重大文旅项目,按其完成投资额的3%给予奖励;对2023年度省级重大文旅项目和业态创新项目建设贷款产生的利息(不包括土地款和房地产项目)给予适当补助。

疫情期间,停摆—重启—停摆……走走停停的中国旅游业度过了极不平凡的三年。在经济回暖和促消费政策等各种利好因素推动下,旅游市场步入复苏阶段,但市场的全面恢复还需时日,还需要做大量的基础、助推、升温工作,绝非朝夕之功。

要推动旅游复苏,需要在服务上多下功夫。应当正视,一些地方随着旅游市场

的火热回温,市场乱象也随之滋生,乱收停车费、不合理低价拉客、黑导游甩客、商贩“鬼秤”横行、就餐多收费等问题频频见诸媒体。

还应看到,传统的观光游已无法满足游客尤其是互联网“Z世代”游客群体的需求。体验当地生活、能够实现自我提升逐渐成为当前国内青年群体的旅行目标。随着我国旅游业的深度发展,越来越多的人开始意识到,旅游不仅是一种生活方式,更是一种学习方式和长见识的方式。

90后、95后、00后这些年轻游客是游客中最富活力的群体,他们不再把观光、购物当作旅行的目的,过度依靠门票收入和商铺经济,反而会束缚旅游业高质量发展。正如马蜂窝创始人、CEO陈罡所说,极致的玩乐体验是年轻用户更乐于选择的旅行产品,各地应根据地域特色打造更具年轻态的特色产品和服务并形成规模,助力文化旅游产业实现高

质量发展。

此外,在一些景区,旅游纪念品存在严重同质化现象,以至于有游客惊奇地发现,自己可以在国内相距千里的景区,买到同一种旅游纪念品。游客频频发出感慨,“有心支持当地增收,奈何难买心仪产品”。

从长远看,旅游景区不能再抱有“躺赢”的想法,继续停留于过去“坐地圈钱”的观光游,而应勇于破除对门票经济、商铺经济的依赖,延长旅游产品产业链。变局中的旅游业,更要以满足人们的生活方式、学习方式和长见识的方式为目标构建产业体系 and 空间体系。同时,一些地方还可以借鉴“网格+应急管理、网格+市场监管、网格+志愿服务”的基层社会治理模式,实现服务游客群体零距离面对面,提升游客满意度。总之,从产品的提供到管理的提升,旅游业必须在服务上多下功夫。