

网上中国

防疫情,保供应,促消费

网上办年货,省时省力也省心

叶子汤一

拇指一动,好货多多

刚入腊月,网友“崽崽”就开始筹备网购年货。打开电商购物平台,满屏都是贺岁红包、满减、超级秒杀、特色年货……年味十足。除了家里长辈喜欢的鸡鸭鱼虾、小吃干果等,“崽崽”还为在工作地一个人过年的男友,提前购买了预制年夜饭。

“看介绍,300多元的价格包括了8种菜品,主食、肉类、菜品、汤品一应俱全,荤素搭配、营养均衡。”“崽崽”说,预制年夜饭在过年前一星期就开始配送,这样一来,过年时男友足不出户也能享受到饭店水准的美味佳肴,方便又卫生。

由于网上年货节带来的便利,年货的范围早已不局限于食物,家用电器、电子设备等成为置办年货的新选择。北京的刘女士近日网购了全新的智能洗碗机和消毒柜。“新年新气象,想让家里有一点新的变化,洗碗机和消毒柜正好能提升全家人的新鲜感和幸福感。”刘女士说,卖家安排了人员上门安装,年货节价格还有折扣,感觉很划算。

“拇指一动,年货备齐”的网上年货节形式,受到消费者的点赞支持。商家们也铆足了劲,准备多样的货品和服务,来满足消费者需求。商务部电子商务司相关负责人表示,针对春节商品和服务需求种类多、数量大以及消费升级等特点,各地指导电商平台企业确保米、面、油、肉、蛋、奶、果、蔬等重要民生商品和防疫物资供应充足。同时,推出更多品牌、品质、健康、智能商品,以及适合不同人群的餐饮套餐和定制年夜饭,提供“线上预定、配送到家”“春节不打烊,年货送到家”等服务,并增加人民群众喜闻乐见的文学、影视等数字产品。

品类丰富,年味浓浓

网上年货节不仅保障商品供应,配套活动也是花样繁多、各有特色。各地将网上年货节作为促进消费和产业发展的重要平台,拿出真招实招开展配套活动。

浙江的“浙里国潮”、上海“海派年味”、江苏的“苏新消费”、广西的“桂品出乡”、福建的“全闽乐购”、云南的“云集好物”等都体现了浓郁的地方特色。

例如,江苏联合各大电商开展地区性专场活动,“饿了么年货节”专门开设江苏老字号卖场,快手举办“2022快手年货节·江苏优品专场”,让江苏优品走进千家万户。福建推出“全闽乐购·网上年货节”,投放消费补贴,积极宣传福建优势产业,打造出“福茶”“福酒”“闽菜馆”等“福”字消费品牌。

除了推出富有地方特色和人文风情的活动与产品,各地年货节还通过多种让利形式,加大促销、推

您家的年货都准备好了吗?2022全国网上年货节于1月10日至2月7日(农历腊月初八至正月初七)举行。琳琅满目的商品、优惠实在的价格、配送到家的服务,让网上年货节人气满满,引来众多网友点赞称好。



在贵州省黔东南苗族侗族自治州榕江县年货节直播间,主播正推销农产品。王炳真摄(人民图片)

广和服务力度,将优惠送到广大消费者手中。云南、福建、广西等地通过政府财政分别发放数千万优惠券,开展网络促销活动。参与平台企业也推出新品首发、以旧换新、满减、秒杀、直降等活动,加大投入,让消费者真正得到实惠。

助农产品,人气满满

网上年货节举办期间,许多省份开辟助农板块,给予助农补贴,促进农产品销售,许多平台开设了公益助农专场。浙江网上年货节结合其省内山区26县地理、人文、产业因素,挖掘具有当地特点的区域产品,并在重点电商平台开设“一县一品”专栏,进行浙江特色产品营销。广西举办“桂品出乡助农行”活动,组织广西66个电子商务进农村综合示范县开展线

上促销,对广西沃柑、融安金橘等地农产品销售给予补贴,同时打造山区特色年货品牌。

在网购平台上,不少卖家利用直播来宣传新鲜、有机的农产品,助力店铺销售。一位融安金橘卖家高兴地说:“年货节和直播的形式,给店铺带来更多流量,订单比平时增加了2倍多。广西盛产水果,能将家乡优质水果推广出去很有意义。网店生意很好,我们全家可以过个幸福年。”

消费者对购买的农货赞不绝口,也让许多农人信心倍增。一位沃柑卖家说,从去年开始,沃柑销量一路上涨,最近一个月就卖出3000多单。“顾客都说我家的沃柑好吃,回购的也特别多。”

当下,电子商务已充分发挥出联通生产消费、线上线下、城市乡村、国内国外的优势。来自农村的年货,在网上年货节这一平台找到了新销路,助力农民增收致富。

云中漫笔

数字经济呼唤人才支撑

武慧敏

互联网招聘平台拉勾近日发布的《2021年互联网人才招聘白皮书》显示,企业“招好人”的需求已大于“招人”,互联网行业的人才战略正在从规模优先向质量优先转变。建立和完善新职业标准,能有效加快“数字人才”进阶步伐。

智能制造、大数据、区块链工程技术人员等全国专业技术人员新职业培训教程日前发布,教程紧贴数字经济发展需要和数字技术人才职业活动特点,突出技术创新、实践应用和解决复杂工程问题,帮助数字技术职业人员改善知识结构、掌握数字技术、提升创新能力。此外,人社部还出台《数字技术工程师培育项目管理办法》,颁布智能制造等10个国家职业标准,为数字技术人才培养提供了政策和依据。

数字经济迅猛发展,已成为稳定经济增长的关键动力。数字人才堪称数字经济发展的核心竞争力。与数字经济不断发展形成鲜明对比的是数字人才的巨大缺口和发展不平衡。中国信息通信研究院《数字经济影响研究报告》分析指出,中国数字化人才需求缺口较大,伴随着全行业的数字化推进,需要更广泛的数字化人才引入。除了数字化人才供给不足,数字化人才在产业和地区的分布失衡也对中国数字经济的持续发展造成一定影响。一方面,数字经济发展不平衡导致数字人才在地区发展不平衡;另一方面,数字化人才集中于第三产业,数字化就业岗位在第一、第二产业中占比较低。

推进数字人才队伍建设,提高数字经济劳动力供给水平,越来越成为中国经济数字化转型的核心驱动力。信息化、数字化、网络化、智能化成为未来的发展趋势,数字经济融入经济、政治、文化、社会、生态文明建设各领域。数字人才队伍是中国在新阶段实现高质量发展的一支重要力量。

构建数字人才的新职业标准只是国家推进数字人才发展的一个侧面,有关方面正在多措并举提高数字人才素质和水平。例如,人社部批复设立的中国首个数字经济人才市场近日在重庆挂牌应用,将打造成高端数字经济人才培养基地、全国数字经济人才输送交流平台。还应加强数字人才发展顶层设计,营造良好的数字人才发展环境,推进数字化转型,以产业结构优化带动就业结构升级,为数字经济不断发展蓄力。

9国驻华使节变身“快递员”,为中国消费者送上“洋年货”

全球好物赶虎年“大集”

海外网 李雪钦

春节将至,年货采购正当时。如今,消费者不仅可以一键买到来自家乡的特色年货,更能享受来自全球的优选“洋年货”。近日,有这样一批神秘的“快递员”开启了他们的一线工作。

来自阿根廷、智利、丹麦、格鲁吉亚、马来西亚、摩尔多瓦、秘鲁、卢旺达、斯里兰卡的9位驻华使节变身京东“快递员”,为中国消费者送上了他们国家的特产和诚挚的新春祝福。

阿根廷驻华大使牛望道和全国劳模、京东快递员宋学文一起为中国驻阿根廷前大使徐聆聪送上来自阿根廷的红酒和龙虾,以此寓意过一个红红火火的中国年。徐聆聪今年84岁高龄,作为回应,他将一枚寓意中阿友好建交的“首日封”珍贵纪念邮票赠送给牛望道大使。徐聆聪感慨地说:“这枚首日封已经印制多年,如今被用在如此特殊的场合,我很惊喜。”

“1991年我第一次来到中国时,就希望能够把我们的葡萄酒和水果出口到中国,但因为智利离中国太远,没有人在意我的想法。”智利驻华大使路易斯·施密特说,30年后,中国已经成为智利车厘子最大的消费市场。据了解,去年以来,京东的智利车厘子海外直采销量同比增长超300%。施密特大使也被认为是智利车厘子出口贸易的重要推动者之一。近日,施密特大使换上“快递小哥”的工服,把沉甸甸的一箱车厘子扛上肩膀,送到了消费



智利驻华大使路易斯·施密特(右一)送货到消费者家中。图片来源于网络



斯里兰卡驻华大使帕利塔·科霍纳(左一)到消费者家中以茶会友。图片来源于网络

者张女士的家中。

葡萄酒爱好者朱先生曾到访被称为“红酒诞生地”的格鲁吉亚,由此与格鲁吉亚红酒结缘。这次他下单格鲁吉亚白兰地,没想到竟是大使亲自送货。格鲁吉亚驻华大使阿尔奇尔·卡岗迪亚在中国11年了,汉语流利,视中国为第二故乡。卡岗迪亚大使表示,每年有

800多万瓶格鲁吉亚葡萄酒销往中国,“感谢中国电商平台,让更多的消费者有机会品尝历史悠久的格鲁吉亚红酒。”

消费者李先生近日在京东上订购了来自摩尔多瓦的红酒。摩尔多瓦驻华大使杜米特鲁·贝拉基什对李先生说:“我来中国之前从未想象过这里的电商如此发达,几乎可以满足100%的生活需求。”

摩尔多瓦是葡萄酒之国,拥有大型地下酒窖,全长超过200公里。作为几乎跑遍全球马拉松赛事的达人,李先生希望有一天可以在摩尔多瓦的地下酒窖举办一场马拉松,他和贝拉基什大使共同期待在不远的将来能够实现这场独特的马拉松赛事。

卢旺达驻华大使詹姆斯·基莫尼奥穿上“快递小哥”的工服,戴上“快递小哥”的头盔,和京东快递员一起完成了这次特别的年货配送任务。基莫尼奥大使说:“便利的电商基础设施让越来越多的非洲商品走近中国消费者。”以咖啡为代表的卢旺达产品和许多非洲产品正通过电商平台进入中国消费者家中,也为当地农业发展提供了一条新路径。

来自印度洋岛国斯里兰卡的锡兰红茶为北京张先生的家增添了一份别样的红。斯里兰卡驻华大使帕利塔·科霍纳是一位茶叶专家,曾在中央电视台展示锡兰红茶的冲泡方法,此次他来到张先生家中以茶会友。科霍纳大使认为,“一带一路”让两国人民受益,既为中国消费者提供好茶,也让斯里兰卡人民生活更好。“和京东的‘小哥’一起为市民送年货,这是我外交生涯中非常难得的回忆。”科霍纳大使说。

来自秘鲁、丹麦、马来西亚的使节也变身京东“快递员”,送上特产和新春祝福。秘鲁驻华大使路易斯·克萨达为利马大学留学生小马送去秘鲁产的巧克力、藜麦和羊驼玩偶。丹麦驻华大使馆副馆长索雯雯为一位丹麦语教师送上了丹麦产的曲奇饼干。马来西亚驻华大使拉惹·拿督·努尔万为消费者送去了榴莲和凤梨酥。

中国消费者对商品品质和种类的要求不断提升,这不仅促使国内品牌和相关产业升级,也带动进口商品数量和品类增长。近年来,京东的进口品牌商品采购额已超过3100亿元,成为国际品牌进入中国市场的重要电商平台,有效激发消费活力。

2022年是京东连续第10年开展“春节也送货”活动。据悉,不论是在西藏那曲、新疆塔城还是黑龙江黑河、海南澄迈,春节期间,京东的“快递小哥”都将准时把包裹送到消费者手中。



为助力保障春节期间食材供应,餐饮供应链服务商美菜平台在全国近百个城市推出“春节放心购,美菜不打烊”活动。美菜商城推出多种让利活动,助力餐厅经营。图为美菜员工凌晨分拣蔬菜准备配送。

图片来源于网络