

为国内消费者带来全球好物，为海外华侨华人送去传统年货——

“丝路电商”让年味儿更浓

本报记者 王俊岭

买年货，过大年！1月7日至2月5日，“2025全国网上年货节”启动。其中，“丝路电商过大年”活动将通过在电商平台海外版设置年货专区，满足海外华侨华人和外国消费者的年货需求；开展“丝路电商”伙伴国优质特色商品促销活动，更好满足国内消费者需求。

据了解，“丝路电商”是高质量共建“一带一路”的重要举措。近年来，中国与遍布五大洲的33个伙伴国务实开展政策交流、产业对接、能力建设、地方合作，培育出丝路云品等一系列品牌，让“丝路电商”成为电子商务国际合作的金名片。

“丝路电商过大年”活动涉及哪些商品？海内外消费者有哪些期待？带着这些问题，记者进行了采访。



▲1月2日，满载货物的X9046次连云港中欧班列从中哈（连云港）物流合作基地驶出。这是中哈（连云港）物流合作基地2025年发出的第一趟中欧班列。

王健民摄（人民视觉）

▲日前，北京新发地第三届年货节开幕。消费者不仅可以在现场选购，还可以通过官方电商账号获得便捷的线上购物体验。图为销售人员在直播介绍一款进口自智利的车厘子。

本报记者 潘俊强摄



▲最近，广西南宁市各种灯笼、福字、春联等传统春节装饰品供应增多，其中许多产品销往东南亚市场。图为商家在年货市场整理灯笼。

喻湘泉摄（人民视觉）

▲位于河南省洛阳市宜阳县的宜阳红星陶瓷有限公司产品出口全球20多个国家和地区。图为不久前，该公司工作人员对产品进行检验。

李卫超摄（人民视觉）

汇聚全球好物，丰富购物篮子

大牌好物1元抢、指定商品满减、下单同步发送新年祝福……打开京东APP的年货节页面，进口商品促销活动着实不少。据京东全球购相关负责人介绍，目前，京东全球购已经上架了超过23个“丝路电商”伙伴国的优质产品，涵盖母婴、食品、酒水、营养保健、时尚、个护等多个品类，让消费者在安排自己的购物篮子时拥有更多选择。

记者从商务部电子商务司了解到，农历蛇年春节，“丝路电商过大年”活动将充分发挥“丝路电商”先行合作区建设成效，依托大型电商平台、贸易促进机构、品牌企业、商圈商场、丝路伙伴国国家馆等主体，扩大优质商品供给。国内各知名电商平台均参与，向消费者提供多种丝路伙伴国的优质商品。

面对春节期间旺盛的年货购买需求，商家们都在做哪些准备？

有的密集调研，掌握市场动态。春节临近，好果云供应链管理（上海）有限公司电商运营主管王永恒每天的行程都满满当当。盘点库存、协调备货、跟踪价格……他时刻关注着市场变化，频繁调度货源，以应对即将到来的水果需求高峰。

“今年元旦至春节期间，我们预计智利车厘子进口货量有望同比增长50%左右。”王永恒说，目前智利、秘鲁等南半球国家正处于夏季，其生产的车厘子、提子、葡萄等水果正好可以满足国内春节市场需求。“拼多多等电商平台通过‘百亿补贴’‘原箱发货’等方式，帮助进口水果打开市场。由于生鲜产品的保质期普遍较短，我们目前也在持续优化自身供应链，争取为年货市场供应更多优质进口水果。”

有的力推新品，抢抓更多客群。“春节期间，奶粉是人们常备的拜年礼品之一。从2024年11月到现在，我们从澳大利亚等地筹办的a2品牌成人奶粉货源达50万罐，比去年同期增长了40%。”至初牛奶贸易（上海）有限公司跨境电商成人奶粉业务负责人常云桥说。

据常云桥介绍，今年这些供应春节档的进口成人奶粉中有不少非常适合中老年人饮用。同时，三成以上的产品还会搭配上春节礼盒，便于走亲访友时使用。“‘丝路电商过大年’活动期间，我们也会在天猫国际等主要电商平台加大促销力度，扩大产品的覆盖面。”他说。

“丝路电商”带来的年味儿，不仅局限于线上。

在上海，虹桥进口商品展示交易中心集中推出巴基斯坦骆驼皮灯、印尼猫屎咖啡等

精品年货，覆盖“一带一路”共建国家90余个品牌近400种特色品类；在广西，2025中国（广西）—东盟网上年货节、2025中国（广西）—东盟年货集市同步举办，其中线下搭建年货集市近3000平方米，近千款商品集中展销吸引了大量消费者参与。

“在上海市商务委等部门指导下，我们围绕丝路伙伴国优质商品‘引进来’以及国货潮品‘走出去’开展形式多样的活动。”上海市丝路云品联盟秘书长曹原豪说，印度尼西亚山竹、俄罗斯帝王蟹、澳大利亚牛肉等，

都是今年比较畅销的年货。

出口节庆用品，传递家乡年味

“丝路电商过大年”活动同样备受海外游子们期待。

山东姑娘刘心怡这两天在网上订了一些福字、对联和糖果。对她来说，尽管这个春节在英国度过，但该有的仪式感不能少。“在英国，年夜饭上常备的年糕鱼单价约6英镑，

如果通过跨境电商购买就划算很多。‘丝路电商’合作若能进一步扩大中国传统商品供应，肯定非常赞！”她说。

“在肯尼亚，我常用的是一个名为jumia的本地电商。最近置备年货，我买了一些碗碟套装，感觉还不错。不过总体上看，中国传统年货对非洲市场的供应还不够多，期待‘丝路电商’接下来发挥更大作用。”来自甘肃的小伙子白洋说。

据了解，让海外华侨华人和外国消费者买到地道的中国年货，是“丝路电商过大年”

外贸新业态带来共赢新机遇

洪勇

开放成果。截至2024年8月，中国已与29个国家和地区签署了22个自贸协定，其中13个包含电子商务相关内容，涉及免征关税、电子签名和电子认证、无纸化贸易、个人数据保护、国际合作与对话、在线消费者保护和国内监管框架等条款。实践中，中国国内电商平台与海外平台的合作成为推动“丝路电商”发展的重要力量。平台化合作不仅使得更多中国企业能够利用全球电商渠道拓展市场，也让海外电商平台和企业轻松触达中国庞大的消费市场，最终扩大交易范围、创造更多商机。

提升交易体验。互联网和智能终端快速普及，使得各国消费者、生产者“买全球、卖全球”容易了许多。比如，中国许多电商平台、外贸企业纷纷建立了海外仓，不断完善物流配送体系，使商品能够在最短

时间内通过当地配送快速到达消费者手中。再如，大数据和人工智能技术的广泛应用，既帮助跨境电商平台和卖家更好地掌握用户需求、展示自身产品，也让广大买家更容易充分了解产品的特点和性能，获得全新购物体验。在需求集中释放、交易周期缩短的春节期间，“丝路电商过大年”活动能发挥的带动作用不容小觑。

密切人文交流。商品是消费的载体，更是人员交往和文化传播的载体。春节期间，“丝路电商”可以将腊肉、年糕、茶叶、福字、灯笼等具有浓浓年味的中国传统商品带到全球各地，也可以把泰国椰子糖、印尼咖啡、挪威三文鱼等具有异域特色的商品带到中国。久而久之，商品大量交易带来了信息充分交换，密切了人员往来和文化交融，为中外企业合作创造出广阔

活动的另一大重点。今年，有关单位将通过境外线上平台展示销售中华老字号、国货潮品等特色年货产品，推出优惠活动等，让海外游子更加便捷地购买到优质国产年货，感受浓浓的家乡年味。

浓浓的年味儿，来自春节档独有的传统商品——

“我们主要服务的国家有泰国、越南、印度尼西亚、菲律宾及马来西亚等。在这些地方，消费者在网上进行的新年采购以日用百货、鞋帽服饰类商品为主。我们会订制一些如春联、灯笼、坚果礼盒等作为当季特色商品销售，烘托中国传统农历春节的节日气氛。”来赞宝集团创始人李志平说，在海外仓储上，来赞宝目前有8万平方米的仓储面积，拥有每天15至20万单的处理能力；在末端派送上，企业主要与百世、J&T等合作，以满足用户商品极速发货、及时退换货的需求。

浓浓的年味儿，还蕴藏在年轻人喜欢的国货潮品之中——

据淘宝海外业务相关负责人介绍，2024年下半年以来淘宝在海外持续加大投入。目前，淘宝海外业务覆盖多个“丝路电商”伙伴国，在境外的包邮区已经扩容至10多个国家和地区，覆盖品类也远超以往。“现在，海外华人消费者通过自己熟悉的淘宝APP下单购买国内商品更方便了。”该负责人说，今年开年以来，淘宝在海外市场收到了大量的年货类商品需求，其中不乏国内流行的新鲜潮品。从销售额看，国货护肤类商品同比增长29%，国风美妆类商品同比增长36%，国货箱包类同比增长14.5%，运动内衣同比增长31.3%。

完善物流体系，扩大优进优出

1月7日，在广州白云机场综合保税区的跨境电商进口监管仓库内，5条平行布置的分拣线同时启动。包裹查验放行后随即分拣线进入装车车辆，出区后即开始派送。最近，针对跨境电商包裹通关时效要求高等特点，广州白云机场海关积极深化“智能审图”等技术手段运用，全力确保跨境电商包裹“当日运抵、当日验放”。

业内人士认为，随着“丝路电商”合作加深，物流体系不断完善，各类好物“优进优出”有望扩大。

西安鸿森国际控股集团有限公司总经理李慧说，别看企业地处内陆，但这几年外贸做得一点儿不比沿海地区差。这得益于中欧班列、跨国公路、航空运输等基础设施互联互通的加强。“今年春节，我们旗下‘赶鸭子’小程序也推出了进口年货系列促销活动。除此之外，我们还正在研究为机电加工品、毛绒玩具、农产品等具有陕西本地特色产品寻找出海机会，同时争取带动更多‘一带一路’上的伙伴共同把电商做起来。”李慧说。

“我们在全球构建起了京东自营买手网络，并提供正品鉴别、一物一检、海外溯源等优质服务。依托于京东在全球拥有并管理着的近100个保税仓库、直邮仓库、海外仓库等基础设施项目，京东国际在全国重点城市平均履约时效已提升至48小时以内。”京东全球购相关负责人说，今年春节期间，京东将继续开展配送服务，让国内消费者不论何时何地，都能高效便捷地买到来自全球的好物。

李志平看来，“丝路电商”顺应电子商务国际合作趋势，以更低成本、更高效率、更广阔市场释放电商发展潜力，不仅能在区位优势、政策支持、基础服务建设等多方面为相关企业提供便利，而且可以通过促成电商平台强强联合，共同开拓海外市场。“我们与佳裕达集团合作，共同开拓南亚及欧美地区的空运包机物流服务，目的在于大幅提高覆盖范围，为商家和消费者提供更加便捷、高效的物流服务。”李志平举例说。

商务部国际贸易经济合作研究院发布的《“丝路电商”合作发展报告（2024）》显示，中国电子商务起步早、发展快、创新强、应用广，成为全球电子商务的领跑者，“做电商找中国”日益成为众多国家的共识。以“丝路电商”为代表的电子商务国际合作立足各方不同特点、不同需求，推动构建全球电子商务大市场，促进全球优质产品、优质平台、优质技术、优质资源充分流动，呈现显著的“互利共赢、共同发展”特征。如今，“丝路电商”正化作新时代的驼铃与帆影，持续拉近中国与世界的距离。

农历蛇年春节临近，年货采购陆续提上了人们的日程。在商务部等部门一系列促消费举措中，“丝路电商过大年”活动被置于重要位置，获得了许多关注与期待。对国内消费者来说，“丝路电商”带来了更多全球好物；对海外华侨华人而言，线上购买传统年货拉近了自己与家乡的距离。

电子商务是数字经济最活跃的部分，是和实体经济结合最紧密的部分。近年来，互联网、移动支付、区块链等技术的不断创新，让跨境电商的交易流程更加高效便捷，不仅解决了传统贸易中存在的时效性、信任等问题，还大幅降低了贸易门槛、拓展了参与范围。在春节等重要节点，不少电商平台还会推出限时折扣、跨境包邮等各种活动，让消费者迅速买到心仪商品的同时，节省不少渠道费用。实践中，“丝路电商”正在成为一个重要的外贸新业态，为中外市场主体带来全新机遇。

扩大交易范围。依托共建“一带一路”倡议，中国与各方形成了良好的经贸合作基础和丰富的制度型

的空间。比如，上海在“丝路云品”电商节活动期间举办智利、巴基斯坦、意大利等国别和地区主题日活动，就起到了宣传推广伙伴国特色旅游、人文地貌的良好效果。

不过，“丝路电商”发展过程中仍然面临偏远地区物流成本较高、不同国家贸易政策差异较大、市场竞争日益激烈等挑战。未来，政策层面应进一步加强支持，推动跨境电商平台与国际物流、支付体系的深度融合；企业层面应通过提升产品附加值、优化用户体验来增强市场竞争力。

可以肯定的是，随着“丝路电商”日益成为高质量共建“一带一路”的重要途径，外贸新业态带来的共赢新机遇也必将更多。

（作者为商务部国际贸易经济合作研究院电子商务研究所副研究员）

