

近日，商務部會同中央網信辦、工業和信息化部、農業農村部、文化和旅遊部、市場監管總局等5部門印發《關於更好服務實體經濟 推進電子商務高質量發展的指導意見》（以下簡稱《意見》），《意見》指出，要持續擴大「絲路電商」朋友圈、提升「絲路電商」國家館品牌效能、加強優質海外商品首發首秀，創新「國家館+直播」渠道，培育「一國一爆品」等系列舉措，共建共享中國電子商務大市場。

●香港文匯報記者 馬靜 北京報道

### 鼓勵電商企業海外建直採基地

據介紹，《意見》統籌促進與規範、效率與公平、活力與秩序，共提出5方面16條舉措，構建電子商務高質量發展框架體系。其中在推進高水平開放，促進普惠包容發展方面，提出推進跨境電商、拓展「絲路電商」、加快制度型開放、推動規則銜接4條具體舉措，共建共享中國電子商務大市場。

推進跨境電商舉措方面，《意見》提出，要發展「市場採購+跨境電商」「中歐班列+跨境電商」模式，增強海運、空運、鐵路、多式聯運等運輸保障能力。大力支持跨境電商海外倉，完善海外智慧物流平台，創新發展數字貿易，支持電商企業擴大優質數字服務出口。鼓勵電商企業在海外建設直採基地，擴大優質特色產品進口，打造全球好物進入中國市場電商「直通車」。

### 創新「國家館+直播」渠道

《意見》明確，要拓展「絲路電商」。持續擴大「絲路電商」朋友圈，深化政策交流、產業對接、地方合作和能力建設，用好雲上大講堂、絲路雲品、國家館等合作品牌，增強夥伴國合作獲得感。持續舉辦「絲路電商惠全球」主題活動，指導各地加強特色品牌培育，推廣非洲好物、東盟好物、上合雲品、買在金磚等「絲路雲品」系列品牌。提升「絲路電商」國家館品牌效能，加強優質海外商品首發首秀，創新「國家館+直播」渠道，培育「一國一爆品」。培育一批「絲路電商」重點合作城市，建設一批「絲路電商」公共服務載體，遴選一批「絲路電商」最佳實踐和典型案例，講好「絲路電商」故事。

### 加快推廣跨境人民幣結算

《意見》還指出，要加快制度型開放。推動「絲路電商」合作先行區擇優擴圍，打造多地聯動、梯次布局的電商開放格局。在貿易便利化、國際數據服務、跨境人民幣結算等領域形成一批制度型開放成果，加快複製推廣，促進電商開放提質升級。鼓勵各地依託自身產業基礎、資源稟賦和區位優勢，對標高標準國際經貿規則開展差異化探索，創新電商制度型開放實踐。高水平辦好全球數字貿易博覽會，分享制度創新經驗，凝聚發展共識。

### 支持地方企業參與國際標準制定

在推動規則銜接方面，要加強電商領域規則、規則、管理、標準研究，推進個人信息保護、跨境數據流動等領域國內外規則對接協同，支持地方和企業參與電商交易、數據互操作等國際標準制定等。

### 專家：港可轉型為「超級合夥人」

商務部電子商務司負責人介紹，近年來，中國電子商務蓬勃發展，已連續13年成為全球最大網絡零售市場，覆蓋國內2,600萬商家，服務全球32億消費者，線上線下加速融合，助力實體經濟高質量發展成效日益彰顯。36個「絲路電商」夥伴國遍布全球五大洲，跨境電商進出口額佔貨物進出口比重超6%，開放合作持續深化。

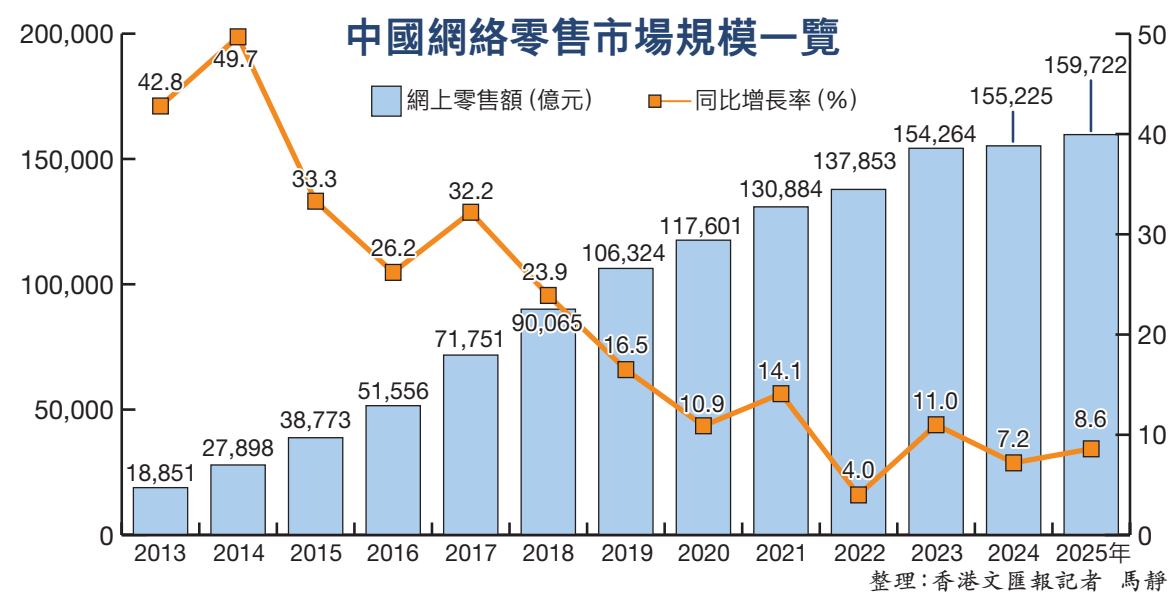
## 六部門16招促跨境電商發展 冀全球共建共享華市場

# 中國拓「絲路電商」 培育「一國一爆品」



●早前，在第二屆全球數字貿易博覽會絲路電商館，外賣在「絲路電商日」活動中體驗電商直播。

資料圖片



經濟學家、海南大學「一帶一路」研究院院長梁海明接受香港文匯報採訪時指出，《意見》的出台為中國電子商務發展明確方向，「絲路電商」從戰略概念躍升為國家級行動，為全球數字貿易注入新活力。梁海明還提出，在共建「一帶一路」倡議下，香港可從「超級聯繫人」與「超級增值人」轉型為「超級合夥人」，在中國電子商務高質量發展中，扮演更加重要的角色。香港不僅憑借其全球頂級的法律與仲裁服務，為「絲路電商」提供爭議解決方案，有效降低跨境貿易風險，還通過世界級港口和機場設施結合海外倉布局，優化新興市場物流鏈路。同時，作為全球領先的離岸人民幣中心，香港在跨境金融結算和企業融資服務方面表現突出；在品牌孵化與推廣領域，香港以國際化設計力量和成熟的營銷經驗，助力共建「一帶一路」國家從低附加值產品轉型為高附加值品牌運營者。這些舉措鞏固了香港作為國際貿易、金融與物流樞紐的重要地位。



●阿里巴巴海外倉。網上圖片

▲4日，江西省2026年首列跨境電商中歐班列從贛州國際陸港發出發。中新社

### 數讀中國電商發展

- 連續13年成為全球最大網絡零售市場，覆蓋國內2,600萬商家，服務全球32億消費者
- 2025年雲計算、大數據服務收入增長13.6%
- 農產品網零額增長9.9%
- 36個「絲路電商」夥伴國遍布全球五大洲，跨境電商進出口額佔貨物進出口比重超6%
- 帶動就業規模增至7,900萬

來源：商務部網站

### 布局增效創新 市場活力無限

#### 着力賦能增效

- 助力中小企業轉型
- 深入實施中小企業數字化賦能專項行動，鼓勵電子認證在電商領域規範化應用，降低中小企業數字化轉型成本
- 引導電商企業推出「小快輕準」數字化產品和解決方案，向品牌商家、中小企業和個體工商戶開放數據、渠道、技術等

#### 深化農村電商

- 結合特色農產品集中上市節點，推動平台開展產銷對接與技能培訓
- 支持電商企業下沉供應鏈，發展「村播」「田播」等特色直播
- 加快農村商業網點數字化改造，打造農村電商發展新動能

#### 培育產業電商

- 指導電商企業發揮優勢，對研發製造、倉儲物流、銷售服務等環節數字化改造
- 鼓勵各地立足資源稟賦和區位優勢，打造電商特色產業集群
- 鼓勵發展共同配送、倉配一體、多式聯運等集約化模式，降低綜合物流成本

#### 加強創新引領

- 加快技術創新應用
- 支持頭部電商企業加大研發投入，加強重點領域核心技術攻關

#### 大力發展品質消費

- 構建標準體系，推動電商平台優化流量分配、搜索排名等機制，提升商品質量、服務口碑等指標權重
- 加快「老字號」等國貨潮品網絡推廣
- 實施消費品「增品種、提品質、創品牌」行動，加快打造中國消費名品方陣

#### 積極打造融合載體

- 優化數字生活服務，推動即時零售融入「一刻鐘便民生活圈」
- 積極發展智慧商圈、智慧商店，推進連鎖商超數智化轉型
- 鼓勵電商企業聯合品牌商家建設快閃店、潮玩店、虛擬現實體驗館等新場景
- 支持電商企業推出適合外國人「吃住行遊購娛」的全要素入境消費產品

來源：央視網

## 熱議「張雪機車」奪冠 台胞冀輸入島內

特稿

大陸摩托車製造商「張雪機車」近日在世界超級摩托車錦標賽雙回合正賽中奪冠，創造奇蹟，在有着「機車之島」之稱的台灣持續引發熱議。

「『張雪機車』在葡萄牙牙站賽中最後直線超越對手機車奪冠，這太震撼了！賽車的性能是制勝關鍵。」台北延嘉機車行老闆林先生感嘆。

### 技師：看完比賽立馬下單訂購

據台灣地區交通主管部門統計，2025年5月台灣有摩托車1,466.5萬輛，也就是說，台灣平均每100人就有62輛摩托車，摩托車密度位居世界前列。大街小巷中，不論是通勤代步的小排量摩托，還是偶爾疾馳而過的重型摩托，形形色色的摩托車隨時可見。

「張雪機車」的一鳴驚人，讓「機車之島」上的民眾對其充滿期待。

「如果『張雪機車』來台灣展覽，我一定會去看看，聽一聽引擎聲，不用騎就能判斷出機車水準。」吉隆森車業行老闆張簡先生表示，作為業內人士，期待深入了解技術細節，聽聽張雪分享生產過程、造車理念。

「以前歐美、日本機車被業界公認為品質最佳，現在提到大陸機車，大家都覺得很厲害，進步真的太快了！」台灣忠孝車業機車行

技師賴先生告訴記者，身邊有在大陸經商的朋友，看完比賽後便立馬下單訂購了一輛「張雪機車」。

### 網友紛紛讚嘆「質感很棒」

社交網絡上，一條展示「張雪 S20RR」實車的視頻下，台灣網友好評如潮，紛紛讚嘆「質感很棒」「好香」。也有網友感慨：「大陸的造車工藝，無論汽車還是摩托，早已一項項超越台灣，卻看不到我們追趕的決心。」

儘管台灣民眾對「張雪機車」的熱情高漲，但是它能否出現在台灣，仍是未知數。

據業者透露，目前大陸生產的摩托車無法銷售到台灣。根據《台灣地區與大陸地區貿易許可辦法》及經濟主管部門制定的「大陸物品不准許輸入項目匯總表」，大陸品牌電動摩托車、摩托車無論排量、動力等級，均被禁止輸入台灣。

另一方面，「張雪機車」奪冠則讓兩岸網友開啟一輪摩托車「大對戰」。有網友以某台灣品牌同款摩托車為對照發現，大陸售價僅為台灣的一半左右，且大陸版本配置更完備。

### 盼台當局正視大陸發展促合作

兩岸的巨大價格落差，更讓台灣民眾質疑現

行政政策的合理性。「政策保護了這麼多年，消費者供養了這麼久，換來的卻是貴出一倍的車。」有網友認為，價格差距的背後，是台灣關稅與產業保護政策的雙重影響。

不少商家坦言，台灣市場有限，導致商家無法在定價下作出更多讓步。「大陸市場規模大，商家在售價上有更大空間；但台灣市場體量小，業者難以壓低價格。」張簡先生說。

島內分析人士認為，「張雪機車」的奇蹟背後，得益於大陸產業鏈的支持。

「『張雪機車』贏在生產聚落的集中，重慶有龐大的摩托車產業鏈，讓它可以拉低成本。大陸的摩托車市場未來有着廣闊的發展空間。」台灣時事評論員郭正亮說。

不少島內有識之士發聲，期盼當局能夠拋開意識形態偏見，正視大陸產業發展進步，以務實的態度推動兩岸交流合作。

台灣學者李正圻認為，以摩托車行業為例，大陸企業能在國際賽事奪冠、實現品牌出海，背後是完整產業鏈與長期戰略投入的支持；而台灣廠商在精密引擎、電控系統等領域具備獨特優勢。兩岸企業若能深化協同，既能彌補台灣市場規模不足、政策掣肘的短板，也能助力大陸企業加速突破核心技術，共同提升在全球高端製造領域的話語權。

●新華社

## 曼谷車展預訂量 中國品牌首超日系

香港文匯報訊 據中新社報道，第47屆曼谷國際車展5日落幕，主辦方6日發布消息稱，受新能源汽車特別是電動汽車市場持續擴張帶動，中國汽車品牌在曼谷國際車展中預訂量首次整體超過日系品牌，成為展會突出亮點。

數據顯示，本屆車展共實現汽車預訂132,951輛，摩托車預訂2,056輛，累計吸引觀眾近180萬人次，泰國汽車市場持續回暖。從品牌預訂表現看，中國汽車品牌在本屆車展中實現整體突破，預訂量首次超過日系品牌。其中，比亞迪以17,354輛位居榜首，超過豐田的15,750輛；OMODA&JAECCO以15,088輛排名第三。

### 前十排名中國品牌佔七

進入預訂量前十的品牌中，中國品牌佔據七席，包括名爵(10,537輛)、長安汽車(8,573輛)、吉利汽車(7,811輛)、奇瑞汽車(7,509輛)、長城汽車(6,819輛)、廣汽集團(6,287輛)等。

主辦方表示，本屆車展新能源汽車產品供給持續豐富，成為拉動訂單增長的重要動力；同時，傳統燃油車市場熱度不減，SUV及皮卡等傳統車型需求保持穩定。展會通過集中展示新技術、新產品，並結合促銷優惠、試駕體驗等活動，有效提升了消費者購車意願；多項安全科技、智能駕駛輔助系統及未來出行解決方案的集中亮相，也成為本屆展會的重要看點。

據泰國工業聯合會數據，2025年泰國純電動汽車銷量約為12萬輛，同比增長約80%，中國品牌電動汽車佔逾八成市場份額。