

# “双十一”陕西电商观察 立足本土精耕细作 放眼全球加速突围

“这是我们家经常蒸的茄子包子,你们看,美不美?”近日,在千万粉丝博主“陕西老乔”的直播间里,油润的香气仿佛穿透屏幕,弹幕里“囤面粉”“看起来就好吃”的留言刷屏不断。与此同时,在西安浐灞跨境电商产业园内,工作人员正忙着对接中亚订单;而在陕西大唐不夜城乡村振兴馆直播间里,游客边逛景点边下单非遗文创——这个“双十一”,陕西电商成为观察市场消费升级与产业创新的鲜活样本。



董安源谈陕西电商的发展。 本报记者 马昭 摄

## 千万粉丝博主带火“陕字号”

作为深耕陕西美食近十年的“网红”电商,“陕西老乔”的粉丝量有1162.1万。这场蒸包子直播,正是他为“双十一”大促销进行的预热。

时间倒回2016年,乔建忠的儿子从电子商务专业毕业,尝试做短视频,却总找不到合适的内容。一天晚饭时,乔建忠看着桌上的凉皮、饅饅面,突然说:“陕西小吃多,我会做,咱拍美食。”父子俩就此搭起班子:儿子举着手机负责拍摄剪辑,父亲系上围裙掌勺演示。

从揉面醒面的力道,到油泼辣子的油温控制,乔建忠把家常做法毫无保留地展现在镜头前。有粉丝留言“求详细教程”,他干脆改成“沉浸式教学”,镜头对着案板,连撒盐的分量都细致讲解,“大家跟着学,做不好随时来问。”

2017年直播带货刚兴起,乔建忠就带着自家制作的油泼辣子开启首场直播。不同于当时常见的室内带货,他的直播间总在“移动”:春天去陕北狗头枣园,蹲在枣树下捧起红透的枣子给粉丝看;秋天去洛川苹果园,随手摘一个擦干净就咬,脆

响透过麦克风传到屏幕那头;冬天则扎进擀面皮工厂,看着工人封装打包。

这种“溯源直播”让他成了行业先行者,“那时候就卖油泼辣子、狗头枣几样东西,但大家信咱这实在劲儿,订单天天涨。”老乔说。

十年过去,“陕西老乔”直播间中已摆满数十种“陕字号”特产:擀面皮、牛肉泡馍、兴平辣子面、荞面饅饅……“每年7月,粉丝就开始催‘老乔啥时候卖猕猴桃’。”乔建忠笑着说,为了保证品质,他每年都会去宝鸡眉县的果园选果。

## 农文商旅融合破解产业规模化难题

“180万单,仅宝鸡擀面皮一个单品,就得三个工厂提前备货,48小时内必须发完所有货。”11月8日,回忆起去年“双十一”大促活动,陕西省直播电商协会常务副会长董安源感慨道。谁能想到,五年前他选择扎根陕西做直播电商,当时全省拿得出手的电商产品仅十余款,而如今百款爆款让电商直播间里“陕味”飘香。

如今董安源已经走遍了全省80%的区县,从陕北的黄土高坡到陕南的茶园,发掘出了众多宝藏好

物——甜糯的陕北狗头枣、脆甜的洛川苹果、香醇的陕南富硒茶……这些带着“陕西基因”的产品,在直播间里一次次创造奇迹:2020年头部主播带货狗头枣、茯茶;去年陕西乡党董宇辉则将猕猴桃、擀面皮等产品直接卖爆,单款销量冲到180万单。

在董安源看来,陕西电商的成长离不开“政策+创新”的双轮驱动。陕西省从人才培养到资金支持,给电商发展添足了动力。而董安源和团队琢磨出的“农文商旅融

合”的打法,更是让陕西电商走出了差异化路线——他们在大唐不夜城丝路花街搭建直播间,让游客边逛景点边看直播下单,使更多非遗文创和农特产品借着流量“飞”出陕西。

采访中,董安源没有回避短板。“比起南方成熟的产业集群,陕西电商产品缺乏规模化,也缺人才。”为此,陕西省直播电商协会打造了自有品牌“俏关中”,旨在整合全省各区县的好东西,构建起完整的供应链。

## 从国内爆款到全球热销 陕西电商出海再提速

“‘双十一’的热度早就不止于国内了,现在陕西的凉皮、肉夹馍,还有洛川苹果,正在通过跨境电商走向全球。”陕西新丝路电子商务研究院院长董驰的话,道出了陕西电商的新变化。

董驰介绍,目前,陕西跨境电商的核心品类已初具规模,工业制造和高新技术产品占据半壁江山,食品类出海表现尤为亮眼。冰峰汽水、凉皮、肉夹馍等特色美食的出海体系日渐成熟,手工艺品也凭借独特的文化韵味收获海外关注。未来,陕西计划将大宗农产品和生鲜产品作为出海重点,洛川苹果、周至猕猴桃、大荔冬枣等优势单品,在中亚、东南亚市场已展现出强劲需求。

不过,特色好物“闯世界”并非易事。生鲜产品的跨境运输是一道难题——冷链加空运的高成本让直接出口难以盈利。“我们想出了‘两步走’的策略,将生鲜产品批量运至目标市场的海外仓,再转化为同城配送,这样能大幅降低物流成本。”董驰说。

如今,政策红利正为跨境电商保驾护航。“陕西加大了海外仓建设的扶持力度,同时要求公共海外仓至少服务三家本地企业,推动资源共享。”董驰介绍。在政策带动下,陕西企业正积极布局海外仓,为生鲜出海筑牢根基。

在董驰看来,人才短缺是当前陕西跨境电商发展的最大瓶颈。“亚

马逊、天猫海外版等平台流量巨大,但没有专业运营团队根本接不住。”他坦言,相关行业协会近两年一直在发力直播人才和跨境人才培养,甚至吸纳海外人才参与直播短视频创作。

董驰透露,为推动高质量发展,陕西正探索多种创新模式:除了海外仓,还布局边境仓适配不同市场;推动易货贸易,比如用国内产品交换哈萨克斯坦的猪肉、柬埔寨的腰果等;互设国家推广窗口,在西安建立俄罗斯食品国家馆,同时将陕西产品推向海外;试点“飞地园区”模式,通过“政府背书”降低企业海外投资风险。

本报记者 石喻涵

## “数字赋能+精细治理” 破解“高地衔接”路口交通拥堵问题

昆明路(丰庆路)与沣惠南路交叉口位于西二环快速路高架交通与地面交通转换点,流量时变显著、交通流线复杂,一度是西安二环路上的的一处复杂堵点。随着西安地铁8号(环)线的开通,附近路边施工情况的变化,今年下半年,西安公安交管部门对现场交通组织进行了再次精细优化。11月10日,记者进行了现场探访。

“车流量大、变道情况复杂,受施工影响,下桥车流和地面车流一交织,就容易堵死。”常走昆明路(丰庆路)与沣惠南路交叉口的出租车司机王迪对记者说。据了解,未改造前,高峰时段西二环下桥车辆常排队超过高架主线,不仅让高架“快不起来”,还导致地面路口北进口成为瓶颈,南进口排队溢出问题也频繁发生。更棘手的是,沣惠南路由北向西右转车辆需跨越多车道,与西二环直行车流冲突不断,剐蹭事故时有发生。

西安市公安局交警支队民警唐田介绍,在“智慧调控”方面,这个路口四个方向及西二环主线均新增了相控雷达,实现车流量全方位实时监测,通过单点自适应控制动态调整信号灯相位。当匝道排队较满或高架主线拥堵时,系统会自动缩减东西方向绿灯时间,优先保障北向南匝道车流疏散;若南向北出口出现排队溢出,立

即切换至消散相位,避免路口“堵死”。

为解决快慢交通冲突,交管部门对北进口车道功能重新规划:将自东向西第2车道调整为右转专用车道,并配套增设右转专用相位,同时在2、3号车道间加装硬质隔离护栏,彻底隔绝沣惠南路右转车流与西二环直行车流的相互干扰。

此外,路口还实施了精细化标志标线改造,北进口车道按“直+右+直+直+直右”布局,施划1-5号车道数字编号与地面指示文字,并通过导向线引导车辆避开地铁风亭施工区域;同时增设“车道级”信号灯,根据5条车道的实时拥堵情况精准放行,让每一条车道的通行效率都能最大化。

治理措施实施后,缓堵效果明显。数据显示,早高峰期间路口整体拥堵时长下降23%,北进口排队长度减少34%,西二环下桥匝道拥堵时长下降27%。受益于匝道排队长度缩短,西二环主线早高峰最大拥堵时长下降28%,高架与地面交通的“衔接梗阻”彻底打通。

随着右转车流与直行车流的物理隔离、车道行驶秩序的规范,该路口因变道引发的剐蹭事故发生率下降超60%,实现了“通行效率”与“交通安全”的双重提升。

本报记者 李佳

## 路口“微改造” 秩序大变样

## 市场监管总局 发布“双十一”网络集中促销合规提示

新华社北京11月10日电(记者 赵文君)记者10日从市场监管总局获悉,市场监管总局近日向主要电商平台发布“双十一”网络集中促销合规提示。

合规提示旨在规范促销经营行为,维护“双十一”期间网络交易秩序,保护消费者合法权益,主要包括六方面内容:

一是严格落实主体责任。严格依据相关法律法规规定,切实落实审查核验义务,确保经营者主体信息真实有效。严格落实信息公示义务,加强算法合规管理,确保平台规则公开公平。

二是严格规范促销行为。杜绝“二选一”“大数据杀熟”等违法行为;促销规则需清晰透明,围绕满减、优惠券、预售、保价等关键环节,明确使用条件、退改流程、有效期限等关键信息,提升促销活动透明度。

三是严格规范价格行为。充分尊重商家自主经营权,严禁利用服务协议、交易规则以及技术手段对商家定价进行不合理限制或者附加不合理条件。不得先提价后打折、虚假折价比价。切实落实《网络交易平台收费行为合规指南》各项要求,规

范收费行为。

四是严格规范直播营销行为。加强对平台内经营者资质和商品信息审核,并定期核验更新。重点把控直播商品质量,严禁销售假冒伪劣、禁限售商品,确保直播内容与所售商品一致,不得通过虚假承诺、夸大功效等方式诱导消费。

五是严格加强广告内容审核。依法履行广告业务登记、审核与档案管理责任,重点规范医疗美容、药品、医疗器械、保健食品等重点领域广告及明星代言行为,及时清理下架违法违规广告。

六是及时妥善化解网络消费纠纷。严格遵守七日无理由退货、产品“三包”等规定,不得拒绝履行法定售后义务。畅通投诉渠道,建立快速响应机制,及时受理、高效处理消费诉求,积极协助消费者维权,妥善化解消费纠纷,维护良好消费环境。

市场监管总局提示,“双十一”期间,广大消费者应当理性消费,增强维权意识,遇到违法行为及时向市场监管部门或有关主管部门投诉举报,依法维护自身合法权益。