



El comercio electrónico chino aumenta las ventas domésticas y globales

Description

(Beijing) El comercio electrónico chino impulsó de enero a abril el consumo interno y promovió una mayor cooperación internacional, informaron hoy fuentes especializadas.

Según datos de la Oficina Nacional de Estadísticas, las ventas minoristas en línea crecieron un 7,7 por ciento en los primeros cuatro meses del año.

Datos empresariales revelan que las ventas online de productos digitales subieron un 8,4 por ciento, destacando los robots inteligentes (+87,6 por ciento) y los sistemas de hogar inteligente (+16 por ciento).

En total, 15 categorías de electrodomésticos y productos digitales registraron un aumento del 11,5 por ciento, en lo cual se incluye un alza del 18,5 por ciento en ventas de teléfonos móviles y otros tres tipos clave de productos digitales.

Las ventas en línea de servicios también mostraron un fuerte crecimiento, con un incremento del 12,1 por ciento.

El entretenimiento en línea y el turismo digital lideraron este avance, al registrar aumentos del 31,9 por ciento y 25,4 por ciento, respectivamente.

De acuerdo con la fuente, este dinamismo fue impulsado por políticas favorables, la mejora de la oferta y la economía vacacional.

En el ámbito industrial, el Banco de Excelencia en Comercio Exterior de China y la Estación de Hebei para empresas industriales de comercio electrónico, promovieron la integración entre mercados interno y externo.

Desde abril, más de 10 plataformas han implementado ocho medidas para facilitar esta convergencia y atrajeron a más de tres mil 100 empresas extranjeras a establecerse, lo cual generó ventas por más de 1,100 millones de yuanes (aproximadamente 154 millones de dólares) y compras directas cercanas a los 10 mil millones de yuanes (alrededor de 1,406 millones de dólares).

Asimismo, el país realizó más de 200 sesiones de vinculación comercial desde inicios de año, mientras regiones como Zhejiang, Guangxi y Shandong organizaron actividades especiales que conectaron a casi cinco mil 700 empresas exportadoras con plataformas digitales.

La iniciativa «Ruta de la Seda para el Comercio Electrónico» amplió su impacto inclusivo y beneficioso y actualmente cuenta con 34 países socios, explicaron los expertos.

De acuerdo con la ONE, programas como «Comercio Electrónico de la Ruta de la Seda para el Mundo» avanzan con 40 actividades clave previstas durante el año, con desarrollo industrial y formación técnica bien recibidos.

Asimismo, ya existen más de 120 pabellones nacionales en línea y presenciales en países asociados.

En materia institucional, la Zona Piloto de Cooperación «Silk Road E-commerce» y la Asean (Asociación de Naciones del Sudeste Asiático) han establecido estándares comunes de pago transfronterizo.

Esta estrategia está en línea con la apuesta del gobierno chino por un crecimiento económico para 2025, impulsado desde la innovación científica y tecnológica, así como por políticas que promuevan el consumo interno y la apertura.

El Maipo/PL

Date Created

Mayo 2025

www.elmaipo.cl