数据关注

10%

《关于促进电子商务应用的实施意见》提出，到2015年，网络零售额相当于社会消费品零售总额的10%以上

近年来，网络购物大面积普及，销售规模增长迅猛。2012年，我国网络零售额超过1.3万亿元，同比增长67.5%，增速约为当年社会消费品零售总额增速的4.7倍。今年“双11”电商促销，阿里集团单日交易额达350亿元，让更多的人见证了网购的能量。

商务部近日下发的《关于促进电子商务应用的实施意见》提出，引导网络零售健康快速发展。到2015年，网络零售额相当于社会消费品零售总额的10%以上。可以预见，随着网购的盛行、消费者购物习惯的改变，零售业的转型升级步伐将加快

网购引发零售业变局

本报记者 李予阳

2015年实现网络零售在零售总额占比10%以上的目标并无悬念，更值得关注的是可能会达到的上限

高速增长 势不可挡

商务部下发的《关于促进电子商务应用的实施意见》提出，到2015年，电子商务交易额超过18万亿元，应用电子商务完成进出口贸易额力争达到我国当年进出口贸易总额的10%以上，网络零售额相当于社会消费品零售总额的10%以上，我国规模以上企业应用电子商务比例达80%以上。

经历了刚刚过去的“双11”，网络销售的巨大冲击力已经有目共睹。《意见》预测的2015年网络零售额占社会消费品零售总额的10%以上的目标，实现起来并没有悬念，更值得关注的是这个目标可能会达到的上限。在2012中国经济年度人物颁奖现场，万达集团董事长王健林与阿里巴巴集团董事局主席马云打赌提出的数字显示了更令人期待的前景，即“到2020年，电商在中国零售市场是否会占到50%”？

回顾以往网络零售的发展，可能更有助于我们预测未来。中国电子商务研究中心今年8月发布的《2012-2013年度中国社交移动电子商务市场报告》显示，2012年，中国网络零售市场交易规模占到社会消费品零售总额的6.3%，而这个比例数据在2011年仅为4.4%。中国电子商务研究中心预计，该占比还将保持扩大态势，到2013年达到7.4%。而另一家研究机构艾瑞咨询发布的数据显示，2013年一季度，中国网购增长36%，交易额超过3520亿元；二季度，中国网络购物市场交易规模为4371.3亿元，较去年同期增长45.3%；第三季度，中国网络购物交易规模达4547.6亿元，同比增长42.4%。

网络零售加速增长，也反映在用户规模的扩大上。据CNNIC发布的数据，今年上半年我国新增网购用户2889万，总数已达2.71亿人。中国电子商务研究中心监测的数据显示，2012年移动电子商务用户规模约2.5亿人，预计2013年将增长到3.7亿人。其中，移动网购为主要形式。截至2013年6月，中国移动购物用户规模达7805万人，预计到2013年年底将达1.55亿人。

创新求变 充满活力

电商正在改变零售业格局。同时，网络零售自身也在加速变化，并带动物流等关联行业的发展

“双11”是核心电商企业通过各种形式的促销，深入挖掘网购用户的消费潜力创造的消费时点。而对今年“双11”的网络零售情况进行分析可以发现，我国电商销售呈现出以下几个有可能成为今后发展趋势的特征。

一是不仅参加促销网络零售企业数量增加，而且从综合B2C企业发展到垂直B2C企业，从纯线上市场延伸到线下卖场，商品类别也进一步丰富，从实物商品扩大到服务和虚拟商品。

二是借助移动互联网扩大营销，即我国网购消费者已经开始从“电脑”到“手机”的全新路径迁移。今年多家电商企业借助无线平台扩大销售。据相关电子商务平台统计，手机淘宝8小时成交额突破20亿美元，是去年无线端当天成交总量的2倍。

有分析指出，目前移动网购呈现出明显的“公车效应”，即移动网购的高峰时段一般都集中在每天早上8点至10点和晚上6点至8点之间，而这些时段里，大多数人都是在乘坐公共交通工具上下班的路上。

三是多家电商企业积极推动O2O(线上对线下)模式，让消费者在线下体验和选择产品，在线上下单支付，再由线下送货、安装、调试。

四是相关服务保障带动产业发展。据相关部门统计，各快递企业“双11”全天共处理快件6000多万件，比去年当日3000万件翻了一番。

国家邮政局市场监管司司长王丰在解读快递业发展“背后的力量”称，网购业务已经占到快递业务一半以上。网购带动与民生相关的物流业务继续保持快速增长。今年上半年，全国规模以上快递服务企业业务量累计完成38.4亿件，同比增长60.6%。

传统零售 顺势而为

面对电子商务新模式的挑战，越来越多的传统零售企业积极应对，开始探索线上与线下联动

电商是否会终结传统零售企业？这曾令很多传统零售商备感困惑。如今，越来越多的商家已经开始行动，对互联网经济从碰撞、抵制到现在的逐步融合发展，呈现顺势而为的发展趋势。

与马云打赌的王健林已开始加快电子商务步伐。按照他的规划，万达集团的电商之路是：借电子商务将旗下商业地产、高级酒店、旅游、电影院线和连锁百货五大主营业务同时打包上线，开设虚拟的线上商业综合体。经过一年的准备，12月份即将正式上线网站和移动应用。

商务部数据显示，今年前三季度，3000家重点零售企业网购同比增长34.7%。面对网购冲击，在苏宁、国美等零售巨头的带动下，越来越多的传统零售企业积极触网，开始探索线上与线下联动。

近日，百联集团宣布，百联电商计划投入1亿元的商品营销资源，并与众多供应商和联营商推行百联电商线上线下业务合作。百联将利用实体门店和自身电商首先实现O2O，从12月1日起，其第一批近300家快客门店将开通“网订店取”、“店取电付”等O2O业务。中国电信重庆公司则与重庆永辉超市签订“翼支付”业务收银合作协议，预计年内在重庆主城区将开通首家“翼支付”永辉超市门店，到明年6月将在重庆全市的永辉超市门店全面引入“翼支付”。

今年“双11”，一些大型流通企业还借助电商优惠消费活动开展了线下促销，并且促销时间早，优惠力度大，新品、新款多，进一步发挥了实体店体验性强、服务直接等方面的优势，在为消费者提供更多选择的同时也实实在在促进了销售。

苏宁云商董事长张近东认为，互联网正在像空气一样渗透到社会的方方面面，深刻地影响和改变着实体经济。零售业作为受互联网冲击最大的行业之一，正在经历一场由实体到虚拟再到虚实融合的商业大变局。虚实融合的零售阶段是零售业的第三次浪潮。零售商必须能掌握前沿的大数据技术，捕捉到消费者线上线下各个场合的消费行为习惯，运用智能搜索和精准营销的技术，将相关商品与服务适时巧妙地推送给消费者。零售商还要具有全渠道布局的能力和资源，提供多种付款方式以及多形态的物流服务。

有研究表明，目前在美国的前十大电商中，有九个来自于传统零售企业。这对正在转型中的中国传统零售企业而言，是一个好消息。

数据点评

10月份大中型钢企利润环比下降47.46%

钢铁业莫轻言“回暖”

点评：据中国钢铁工业协会统计数据显示，10月份，大中型钢铁企业实现利润总额17.16亿元，环比下降47.46%；亏损企业18户，环比增加4户，亏损面达到20.93%。这让业界再度感受到寒意。

今年三季度，由于下游市场需求有所增加，钢铁业景气度略有回升。三季度中经钢铁产业景气指数较上季度回升0.3点，钢铁业利润状况也出现好转。7月份，大中型钢铁企业实现利润总额23.01亿元，环比扭亏为盈；8月份，实现利润总额31.16亿元，环比增长35.42%；9月份，实现利润总额32.66亿元，环比增长4.82%。这让一些人士产生了回暖的感觉。而进入四季度，10月份大中型钢铁企业经济效益又环比下降，再结合上半年较差的表现，则说明行业的冬天远没有结束。

从行业基本面判断，由于我国钢铁业高增长阶段已过，产能严重过剩，市场供过于求，加上铁矿石话语权缺失，行业将持续处于低增速、低盈利运行态势。当前一段时间，钢市行情的好转，钢企盈利的改善，只具有些许的程度变化意味。实质上，钢铁业困局并未打破，微利运营的主基调难以改变。仅拿销售利润率这项关键指标来看，三季度钢铁业销售利润率为1.1%(经初步季节调整)，远低于全国工业平均销售利润率5.5%。1至10月，大中型钢铁企业的销售利润率仅为0.43%，一直处于亏损边缘。

有鉴于此，钢铁业不能对于行业短期内复苏抱有幻想，而应看到行业大调整的必然性和长期性，抓住产能过剩这个主要矛盾，切实解决粗放发展的问题。这将是一场事关钢铁业健康发展的攻坚战。

近期，国务院出台《关于化解产能严重过剩矛盾的指导意见》，为化解钢铁等行业产能严重过剩矛盾提供了政策指引。钢铁业作为产能过剩大户，将在未来5年压缩8000万吨以上的产能。河北作为钢铁第一大省，则首当其冲，计划压缩产能6000万吨。11月24日，河北省在唐山、邯郸、承德等3地集中拆除了8家钢铁企业高炉10座、转炉16座，共减少炼铁产能456万吨、炼钢产能680万吨，打响了河北化解过剩产能的“第一枪”。开弓没有回头箭。钢铁业惟有经受阵痛，着力攻坚，总量压减和产业升级两手抓，才能有脱胎换骨的变化，实现质量效益型发展。 文/周 雷

数据速览

10月份化工行业增加值增长12.7%

本报讯 记者林火灿报道：国家发改委公布的信息显示，10月份，化工行业增加值同比增长12.7%，增幅同比加快0.2个百分点。

10月份，在主要化工产品中，初级形态的塑料、合成橡胶、合成纤维产量分别为508万吨、39万吨和327万吨，同比分别增长15.6%、12.9%和10.1%。乙烯产量149万吨，增长16.9%。烧碱产量同比增长7%，纯碱产量同比下降0.1%；化肥产量同比增长5.3%；农药产量同比下降6.8%；橡胶轮胎外胎产量同比增长6.7%；电石产量同比增长27.9%。

10月份变频空调销量增长16.6%

本报讯 记者常理报道：产业在线日前发布报告称，10月份，国内变频空调产量288.36万台，销量为276.57万台，销量同比增长16.6%。其中内销240.6万台，出口35.9万台。

数据显示，10月变频空调销量占比环比下降了0.5个百分点，其中内销上升10.4个百分点，出口下降10.9个百分点。2013冷年，变频空调生产总量达2917.6万台，销售总量达2959.5万台。

政府网站首页链接可用性达99.1%

本报讯 记者黄鑫、实习生胡昊报道：在日前召开的“第十二届（2013）中国政府网站绩效评估结果发布会暨电子政务高峰论坛”上，中国软件评测中心发布的数据显示，2013年，政府网站日常运维保障机制进一步完善，部委、省、副省级、省会政府网站的首页链接全年可用性已经达到99.1%，二级、三级页面链接的全年可用性分别达到95.3%和81.2%，与2012年相比均有显著提升。

中国软件评测中心副主任张少彤表示，今年，各级政府网站加大了信息的发布力度。多数政府网站的互动交流水平持续提升，咨询答复时间进一步缩短，围绕社会热点的在线访谈和民意征集次数有所增加。

景气观察

仪器仪表业步入回升期

常 理

“国家统计局发布的数据显示，1-10月，仪器仪表制造业实现主营收入6074.7亿元，同比增长15.5%;主营活动利润435亿元，同比增长6.8%

尽管今年仪器仪表业走势相对良好，但是中国仪器仪表行业协会名誉理事长奚家成日前提醒说，绝大部分企业产销及利润持续保持两位数增长的时代已经过去，行业进入了“少数企业发展较快，多数企业持平或低速增长，约20%企业亏损”的新时期。

仪器仪表是指用以检出、测量、观察、计算各种物理量、物质成分、物性参数等的器具或设备，真空检漏仪、压力表、测长仪、显微镜等均属于仪器仪表。仪器仪表业是现代高科技产业，许多国家都将其作为优先发展的产业。

在历经多年的高速发展之后，2008年起，受国际金融危机影响，我国仪器仪表行业订单量急剧减少。而从国家统计局近日公布的前10月工业数据看，仪器仪表制造业增长率居前。奚家成表示，这意味着，仪器仪表行业已从危机中恢复过来，进入缓慢回升期。

今年以来，仪器仪表行业增幅高于大部分制造业，主要得益于国家推进经济结构调整、支持科技进步、关注民生等有关政策措施的带动。具体来看，产销占全行业约40%的工业自动化仪表与控制系统因工业改造需求上升，其增幅高于全行业2个百分点；农林牧渔、教育、车用、医疗等仪器增幅均超过20%；电子、实验分析等科学仪器的增幅均接近20%。

产销增速回升的同时，行业主营活动利润增幅却并不高。对此，有专家分析认为，原因是多方面的。首先，人工成本上升快，管理、营业费用居高不下，导致行业的成本增幅高于产销增幅。其次，多数企业需求不旺，规模效益下降，高新产品产业化仅在少数企业见效。此外，20个子行业中有三分之一利润同比负增长或低增长，其中光学仪器、勘探地震仪器、气象海洋仪器均为两位数负增长;实验分析、供应用仪表等增幅仅为3%至7%。

当前，国内仪器仪表行业面临激烈的市场竞争，与国际先进水平之间的差距依然明显。据了解，整个行业的短板主要表现在两个方面。一方面，工业自动化领域的进步大多集中在流程工业用测控装备，而适用于离散工业用的传感器、控制器、伺服系统、管控软件等基础薄弱、发展缓慢，这将严重影响我国制造业自动化、数字化、智能化的发展。另一方面，科学仪器因为量小、技术难度大，而国外的产品技术和应用成熟度高，除个别品种外，国内的高档产品少有突破性进展。

“与很多制造业一样，产品质量不高，生产模式落后且效益低下是多数仪器仪表企业的通病。”奚家成表示，随着两化融合方针的贯彻实施，上述情况开始发生变化，工业自动化和电工仪表行业的企业进步较快、成效初显。部分企业已设立信息化的机构和专职人员，且高薪聘请国外技术专家指导，而起步早、有基础的企业已着手结合现代生产模式推进生产过程信息化，并以此为核心建立企业信息化管理系统，实施按订单生产、可追溯生产，以提高内涵素质，应对新一轮竞争。

对于全年的走势，业内有关专家预测，如出口无意外情况，行业全年的产销增幅将超过年初的预测值16%，达18%左右。

本版编辑 周 雷