

谁在搅局

亚马逊、当当、我买网等众多B2C平台 加入"双11"行列,它们也成为新的 纷纷加入其中。更重要的是,网购作为 "搅局者"。借由互联网与传统产业深层 一种新消费方式,逐步被生产企业和消 次的融合,传统业态正在被逐渐打破, 费者接受,成为消费领域的"搅局者"。 新的商业模式正在不断建立,线下和线 生产企业从处理积压商品,到利用大数 上以往"水火不容"的局面也因此改 据进行反向定制,消费者从"只求低 变。一场场深度融合不断发生,共同搅

"双11"已步 化,不仅表明我国消费市场有着深厚潜 入第7个年头。7 力,也表明网购正在成为经济结构调整 年间, 网络购物已 与优化的重要推动力量。

的独角戏。京东、 服务业和过去难以网上售卖的大件商品 价"到更加追求品质与个性,这些变 动消费乃至经济运行新格局。

"双 11"的成长史

本报记者 陈 静

葛有成家的网购经

本报记者 崔国强

在淘宝网、京东商城开支5000 了。不仅选择多了,网购优惠 好了再上网买。前几年我们家买

较旺盛。况且,10月份有'黄 场部总经理应宏说。

者,阿里巴巴赚足了真金白 日首度披露的"双11"预售数 到离消费者最近的商家实体 泛运用。

众所周知,"双11"是个 银,也用"双11"为中国电商 据显示,截至10月31日,包 店,并呼叫菜鸟 被造出来的节日。它是怎样从 的飞速发展做出了亮丽的标注。 括德国麦德龙、美国好市多等 "通过'双11',可以看到 众多海外品牌预售额已超千万 阿里巴巴集团 CEO 张勇这 传统品牌如何进军电商,线下 元。在出口方面,将有近5000 样 讲 述 "双 11"的 由来: 流通业如何与线上互动,也能 名国内商家和 5000 万件商品 "2009年,淘宝商城第一次推 看到移动互联网如何迅猛发 参与"全球卖",阿里巴巴旗下 外,天猫服务台 '双11',只是考虑到11月是换 展。"今年"天猫2015'双 的跨境电商应用"速卖通",还 季的时节,消费者购买需求比 11'狂欢节"总策划、天猫市 将在俄罗斯、西班牙、巴西等 店。"阿里巴巴集团中国零售事 国家举办当地买家参与的线下

业内人士普遍预测,今年 活动。 巨大的购物热情。从2009年 在向传统电商之外延伸。在横 汽车等千余商家将在超过330 参加,到2014年全天销售571 的跨境电商成为今年热点。在 门店与消费者互动,"消费者在 亿元,作为"双11"的创造 进口方面,据天猫国际11月6 天猫下单后,订单可迅速指派

阿里巴巴"双11"也成为支 "双11"天猫和淘宝销售额将 在纵向上,线上与线下的 付、物流等支撑环节推广新服务 但在此后的6年里,这个 突破800亿元。从目前公布的 互动也将更加深入。今年"双 的舞台。借助"双11",蚂蚁金 "人造"节日"挖"出了消费者 消息来看,"双11"的触角正 11",包括苏宁、银泰、北京 服旗下的消费信贷"花呗"推出 5000万元销售额、27个品牌 向上,"全球买"和"全球卖" 个城市和地区的18万家商场或 家电、数码等10多个类目。在

业群总裁张建锋介绍。

的主要是吃、穿用品,这几年家

讲。"初次接触'双11'时,

购物篮里的新面孔

本报记者 陈 静

条长、销售流程复杂的产品,一直难以 一口价车源的规模,尝试大数据、精准 通过电商平台直接交易。可这,再也不排序和与线下的"三屏联动"。

4S店确认参加。不仅如此,每年'双11' 经销商端只需要提车即可。"秦致说。 我们都在尝试新东西。"汽车之家CEO

曾几何时,汽车等单价高、服务链 易和一口价购车,今年则进一步扩大了 题页面时,车辆信息展示栏呈现的车辆

"今年已是汽车之家'双11 疯狂购 折、一口价、团购等多重汽车电商销售 车节'的第三个年头了。2013年'双11' 模式还共同存在,但汽车电商未来发展 角色。"秦致说。 最终销量近15000辆,2014年达到 必然趋向价格透明化,一口价就意味着 25229辆,今年已有上千车型、近万家 销售环节全部在网上完成,消费者到了

2014年汽车之家开始尝试线上全款交 '私人定制',用户在浏览'双11'专 更多创新。

会根据用户此前的浏览数据自动推荐, 实现了信息呈现的千人千面。通过车辆 信息与潜在购车用户的精准匹配,大数 据的应用将在促进交易达成中扮演积极

随着汽车电商的成熟,汽车之家 也在从媒体蜕变成交易平台。今年 "双11",汽车之家还尝试推出了金融 互联网技术同样有助于推动汽车电 产品和二手车服务。同时,还将通过 商的发展,比如大数据的应用。"汽车 更多增值服务满足用户的需求,消费 据介绍,2013年汽车之家第一次 之家拥有海量的汽车用户和在此基础上 者不但能够通过互联网买车,还能通 举办大规模的汽车电商活动,采取的还 积累起来的互联网大数据,今年'双 过互联网享受随时随地的定制服务, 是线上支付定金、线下提车的方式。 11',我们将首次实现车辆信息呈现的 汽车电商的交易和服务模式还将迎来

本报记者 佘 颖

磨合中规范消费环境

《消法》正式施行后,消费

2013年,全国人大常委会 作人员史帅说。 通过了修订后的《消费者权益 保护法》(以下简称《消法》)。 至今,消费者网络购物"7日内 无理由退货"已经实行了2年 大,推动网购投诉迅速上升。 的变化是商家和消费者都在进 多。"随着新政策的实施, 网购 2014年全国消协组织受理远 步, 商家主动承担起保护消费 投诉有了法律支持,能否顺利 程购物投诉20135件,其中网 者权益的社会责任,消费者也 发票、订单号等消费记录,还可 退货已经成为投诉热点。"中国 络购物占92.28%,虚假宣传误 逐渐认识到自身权益,维权意 将购物页面和聊天记录截屏,

货困难成为主要问题。

史帅介绍,随着政策法规 者对自身权益有了清晰认识, 的不断完善,网络购物也变得 再加上网购激增,投诉基数加 和以前"不一样了",其中最大 消费者权益保护协会投诉部工 导消费、个人信息被侵犯、退换 识高涨,消费者保护的社会氛 留作维权证据。

《网络商品和服务集中促销活 动管理暂行规定》,要求从10 月1日起,电商"大促"中不得 再出现"预售商品不享受7天 无理由退换货""采用格式条款 设置订金不退"等限制条款。 政策已有明确规定,但部分电 商还是在购物页面上设置"订 金不退""预售商品不退货"等 条款。对此,史帅建议消费者

围和政策环境也日益成熟。 近日,国家工商总局发布

也成为不少消费者的吐槽点。

特别报道

要善于说"不",注意保存购物

"买买买"也有技术含量

场释放,海淘、代购风起云涌。以今年的"双11"为 提出,必须把创新摆在国家发展全局的核心位置。

融合开新局

本报记者 陈 静

求。按照消费升级的逻辑去捕捉商机、布局生产,

才会赢得更大未来。"双11"的火爆,从根子上说,

就是顺应新消费时代的产物。相反,跟不上消费变

时候表面上看是有效需求不足,实际上是有效供给

跟不上。需求与供给的错位,使得一些领域产能严

重过剩的同时,许多升级的消费需求,又得不到很

好的满足。要把"海淘客"们拉回来,迫切呼唤"国

货当自强",呼唤"工匠精神",大力提升产品质量和

档次。眼下,引导企业转型升级、提高"中国制造"

如何引领中国消费新未来,还需要更多的思考

和实践。"互联网+消费"所引发的消费变局以及由

新消费也表明当前扩内需还有很大空间。有

化的步伐,就会落伍、掉队。

欢,也是对互联网技术体系实力的一次 业务仍能快速恢复正常运转。 检验。"阿里巴巴"双11"技术总指挥刘 振飞对《经济日报》记者说。

心可以像一个数据中心一样工作,即 "抗压主力军"。据介绍,今年"双11"

"'双11'不仅是一场消费者的狂 使某一处出现技术故障,"双11"在线 的核心交易流量,将全部由金融级海 量数据库OceanBase承载。这一由阿 "目前,跟支付宝合作的有200多 里巴巴自助研发的数据库,是我国首

此外,今年"双11"无线端将成 级用户,并实现了一系列技术优化:内 自主创新的技术突破也将成为 存节省50%,滑动提速20%,1秒打开

银行业备战支付"洪峰"

本报记者 曹力水

乱消费者的购物计划,"有钱花不出去"

网络支付"大塞车"。 "每一次的'双11',对银行系统的 承载能力而言都是一场大考。"中国光 大银行电子银行部总经理杨兵兵说, "据初步测算,'双11'当天交易量将是

日零点之后的数十分钟,由于抢购比 测试结果进行相关技术的调整和资 较集中,每秒将会有数以万计的支付 源的调配。同时,该行还对电子支 信息同时提交。2014年"双11"的 付系统、前置、信用卡系统等进行 我们日常交易的3倍至5倍,这个数字 高峰时期,每分钟交易量近300万 负载均衡改造,网络方面也进行了 无疑将加重支付服务负担。"正因为如 笔。虽然很可能这样的情况一年只有 带宽扩容和线路改造,从软硬件两

要解决承载能力不足的问题,就 需要提升银行支付能力。为此,光 据支付宝相关负责人介绍,"双 大银行在今年9月就与支付宝进行了 11" 当天交易的最高峰主要发生在11 三轮真实环境下的压力测试,通过

谁会出局

在"双11"中,老字号企业、传统 网经营者不断尝试。 商贸企业纷纷"触网",在快速增长的网 络购物中分得了一杯羹。对于实体商贸 如何改变,线上线 企业和生产企业而言,"触网"不应仅仅 是销售手段上的改变, 更应是互联网思

代。因此,线上线下融合正在被商家、互联商机。

不管消费形式

王府井百货:

变革中坚守实体

网络购物风起云涌,受到冲击最大的 经营和顾客经营。 莫过于传统实体百货商店。一些零售企

王府井百货集团董事长刘冰说,王府 井正乘着网购大潮进行第三次创业,全面 努力给王府井百货带来的改观和收益并 实施转型。对此,王府井百货集团总裁东 不明显。 嘉生将核心模式总结为:立足实体零售,

自1887年吴裕泰茶栈

这家"老字号"发展至

今,已成为拥有近400家 专营店的响当当的茶叶

面对网购浪潮, 这家

的好奇心,也激起了购买的欲望。

上商城全面拓展互联网新渠道。今年上

井百货近期的动向来看,其实体店并没有

据介绍, 王府井百货在北京开设的 生活等贴近社区居民的消费需求来定 位。王府井百货将通过探索,尝试社区 刘冰认为,互联网的核心是创造新的 商业之路,这也是今后该公司的发展方

"老字号"触网弥香

老字号企业又是如何应对的呢? 吴裕泰 系,也成为他们树立品牌形象的重要阵 实体门店产品不同,针对年轻时尚的消 总经理孙丹威曾在其微博账号上直播珍 地。2011年,"@吴裕泰中国"的官方 费群体单独开发了电商渠道特供产品, 打包带回北京的过程。"刚刚采下来的头 官方微信、全新改版的吴裕泰官方网 批龙井新叶""第一批茶叶开始炒了,这站、立足电子杂志 APP的《茗鉴》电子 几天温度偏低,能够达到采摘标准的茶 刊,四大传播平台形成合力,让关注吴 特别少""现场炒茶茶香四溢,西湖龙井 裕泰、了解吴裕泰的人越来越多,同时 马上上市了"……茶友们转发留言,图 消费者也多了与吴裕泰直接交流沟通的 文并茂的介绍生动有趣,满足了茶友们 平台。

销也要不断适应这一新趋势。"据孙丹威 介绍,目前吴裕泰官方微博、微信都拥 2013年,吴裕泰开始了互联网营销 有数万粉丝群体,已成为企业文化传 互联网拉近了老字号与消费者的关 的新步伐。据介绍,吴裕泰线上产品与 播、产品展示的重要阵地。

我买网:

把精准玩出特色

总监于笑海告诉《经济日报》记者。 2014年,我买网在"双11"大促活动 首日,订单就增长了3倍以上,"今年 趋势。" 我们在8月份就开始筹备'双11',

而是精准和聚焦,通过精细化管 品牌,同时将顾客群体定位在中 高端,也会更加注重商品的品质

几年的发展,价格不再是影响购 方面,我买网今年8月成立了全 年各个促销节点备货提供支持。"

动端的购物需求增长非常迅速, 利用碎片时间购物已经成为一种 年10月,我买网拿到C轮2.2亿

流,'双11'期间力保实现48小 务,另一方面也可以通过大数据

美元融资, 也与投资方之一的百

"拿一口价来说,虽然现阶段折上

的日益扁平化,交易成本越来越低,消费体验越 场"。数据显示,今年前9个月,网络消费增速为社 费者青睐。

社会的各个领

场激情,也进一步印证了"互联网+消费"的强劲 重要的意义。

用正渗透到经济 为,破中求立。

在"互联 信等各类基础设施建设,金融、质量、价 网+"浪潮的冲格、市场等各种监管,还有生产、渠道、 击下,互联网应 科技、服务等各类创新,都需要顺势而

"互联网+消费"加出经济新动力

11月11日零点,2015年网络购物狂欢大幕拉 代。主动适应这种变化、引领这种变化,对接需 们更加舍得在教育、信息、旅游、文化娱乐、医

看,今年"双11"无疑将更为火爆。网购点燃了市 稳增长,还是推动经济迈向中高端,都有着极为 关注的是,富起来的中国人,正把购买力向境外市 含金量的呼声越来越强烈。党的十八届五中全会

网络购物以方便的远程联系、快捷的付款方 随着移动支付、现代物流的发展,人们的消费更多 与,还有来自美国、欧洲、日本、韩国等25个国 管,从产业结构到产品结构,从经营模式到消费业

来越好,这就是"互联网+"带来的巨大红利, 会消费品零售总额增速的近4倍左右,成为我国消 新消费呼唤新供给。消费的变化,催生了许多 此而来的经济供需格局与结构的深度调整,值得持

式、透明的价格比较、周到的售后服务一次次刷 地从"线下"转到"线上",不仅小件日用品在网上 家和地区的5000多个海外品牌。据了解,这些海 态,唯有创新才能适应变化。

开。从消费者、店家以及相关领域的"备战"热情来 求的同时加快供给的创新和调整,无论是对当前 疗保健等享受型、发展型消费上花钱。尤其值得

新着人们的消费体验。随着生产者与消费者关系 买,大件电器乃至汽车、住房也开始向网络"转 外商品的品牌、质量和细致的功能体现最受国内消

也推动着我们进入一个消费需求急剧变化的新时 费领域的最大亮点。消费热点也在悄然转换。人 新业态的发展机遇,对行业、企业提出了新的要 续关注。

明者因时而变,知者随事而制。"十三五" 域,对人民生活、政府管理、产业形态等都产 规划建议提出,拓展网络经济空间,发展分享 生了巨大的冲击, 更创造了新的需求, 在培育 经济, 促进互联网和经济社会融合发展。推 新业态、拓展新空间、形成新的经济增长点等 进产业组织、商业模式、供应链、物流链创新, 支持基于互联网的各类创新。只有支撑新模 以"双11"为代表的电子商务,看上 式、新业态的各类要素逐渐完备,才能做出越 去只是消费环节的创新,实际上牵涉了经 来越大的蛋糕,让更多领域、更多行业、更多 济运行的很多方面,包括金融、物流、通 人群共享互联网经济盛宴。

"互联网+消费"带来消费方式的明显变化。 例,可以称为全球狂欢节,不仅有国内数万商家参 面对消费的急速变化,从生产到物流,从支付到监

为应对"双11"的巨大流量冲击, 去年阿里巴巴在全球首创了交易系统 "异地双活",今年则有了更大的突 破。所谓"异地双活",就像是为正在 飞行的飞机更换引擎,那就难在还要 11'的支付洪峰。"刘振飞说。 让乘客毫无察觉。因此,多地数据中

家银行,今年各家银行的系统容量在 个具有自主知识产权的数据库。

去年'双11'的基础上扩大了一倍。从

8月份开始,各家银行就逐步对扩容后 为主角。为了让消费者始终能保持 的系统进行仿实战的高强度压力测 "飞一般"的体验, 手机淘宝搭建了一 试,确保整个系统可以稳定支撑'双 个世界级无线云平台,能够同时服务亿

手淘页面,等等。

随着"双11"越来越火爆,海量的 分准备,但每年高峰时期的交易金额 支持方面所做的准备要万无一失。 下单量使支付故障频频出现,经常会打 和参与人数难以预测,仍有可能造成

此,虽然"双11"前不少银行都做了充 一次,但为了服务这数十分钟,技术 方面着手来应对支付洪峰。



本版编辑 胡文鹏 李 瞳 美 编 夏 一

网络购物固然便捷高效,却难以让消 活更加多彩。对于经营者而言,无论实 费者在购买之前"眼见为实"。传统商贸企 体还是互联网,都应该从"经营商品" 业能够让消费者在看到实物后仔细比较、 向"经营顾客"转变。因为,谁给出了 放心购买,这一特征一时也难以被网购替 消费者购物的理由,谁就赢得了先机与

紧跟互联网消费趋势,王府井也积极 减少,甚至有所增加。从2013年开始,王 "触网"。从2013年开始,王府井百货便 府井开始实施"去百货业态",重点拓展奥 通过微信服务号、互联网金融会员卡"王 特莱斯和购物中心。2013年,王府井以 今年9月25日,王府井百货迎来60 府UKA"、王府井APP服务平台等,搭建 16亿元收购春天百货,开启奥特莱斯业 周岁生日。作为深耕传统百货业的老牌 了立体的顾客服务和营销体系,并依托网 态转型。 半年,王府井线上平台营业收入为2681 首家购物中心,将定位于社会商业服务 万元。但客观地说,开拓线上销售渠道的 中心,主要考虑以儿童、家纺、餐饮、

构建互联网条件下新商业模式,提升商品 商业模式,而不是对实业的替代。从王府 向之一。

在北京城正式悬匾开张, 吴裕泰:

贵品种明前龙井茶从采摘到炒制,再到 微博正式成立。相继诞生的吴裕泰茶业 以罐装和袋装茶为主,吴裕泰专门还为

本报记者 陈 静

"2012年,我买网加入'双 物的绝对因素,消费者对商品品 球食品安全与营养中心,提出 11'。作为专业食品电商,我们有自 质的关注度已经放在更重要的 "我买标准"在自营食品的全面 己的玩法。"中粮我买网品牌与公关 位置。此外,我买网这两年在移 覆盖。

"我买网的定位不是大而全,商,服务和品质成了我买网作为领域开放大数据应用,通过结合 理商品,突出进口、生鲜、自有 的两面旗帜。"拿生鲜来说,我买 数据,一方面可以促进我们对客

于笑海说:"'双11'经过 时内直达。"于笑海表示,在品控 共享,为包括'双11'在内的全

今年"双11", 我买网的主 度签订了战略合作协议。于笑海 题是"吃在我买",聚焦于食品电 介绍:"这是百度首次在食品电商 垂直电商在"双11"竞争中高举 我买网自己本身多年积累的用户 网在北上广三地分别建仓,覆盖 户进行更准确抓取和食品推荐, 142个城市。利用自建冷链物 将数据流量转化为定制化的服