“双11”数据彰显消费升级

黄 鑫

热点快评

一年年刷新的“双11”消费速度和额度，有力地证明了中国消费内需的强劲势头。在庞大的销售数据背后，消费升级、更加注重品质的趋势也日益凸显。“双11”已走过10年，成为民营经济彰显市场活力的重要舞台。10年间，电商消费的趋势与我国经济转型升级、提质增效的发展路径同向而行，呈现出消费不断升级的态势

从电商平台及其背后千千万万的商家，到无数深夜等待“剁手”的消费者，再次将这场购物狂欢推向新高。一年年刷新的“双11”消费速度和额度，有力地证明了中国消费内需强劲的势头。在庞大的销售数据背后，消费升级、更加注重品质的趋势也日益凸显。

“双11”已走过10年，成为民营经济彰显市场活力的重要舞台。包容自由的政策环境、简政放权的营商环境，助力中国电商持续蓬勃发展。10年间，人们见证了我国电子商务事业的爆炸式增长，见证了电子商务改变人们的消费观念和消费习惯，电子商务所开创的数字经济，成为发挥消费拉动经济增长的重要一极。10年间，电商消费的趋势与我国经济转型升级、提质增效的发展路径同向而行，呈现出消费不断升级的态势。10年间，人们对美好生活的需求，正在通过电商平台的链接，在线上线下融合中日益得到更好的满足。

消费升级的变化直观地体现在消费品类和理念的变化上。京东大数据研究院发布的报告显示，10年前电商的主要订单集中在3C品类，即计算机、通信和消费类电子产品，如今衣食住行用处处都离不开电商，在广度和深度上向全品类扩展，食品、美妆、服装等代表着品质化生活、消费升级的订单量占比增长最快，服务类订单也呈现高速增长。同时，高端产品增长迅速，进口商品备受青睐，这一点在几天前举办的首届中国国际进口博览会上已被验证。可见，在“双11”这样的大规模促销中，消费者的观念越来越理性，不再只关注价格便宜，对品牌、品质、服务、个性偏好等方面的诉求越来越多，这些恰恰也是消费升级的内容。

消费升级正从大城市扩展到中小城市和乡村。10年前电商服务更多地集中在大城市布局，中小城市和乡村还很难享受到电商的快捷和便利。借助于互联网服务的普及和遍布全国电商配送体系，如今越来越多来自中小城市和乡村的用户成为电商消费新的生力军。数据表明，我国农村网购市场规模持续扩大，受益的电商也在不断反哺，电商扶贫效果显著。以京东为例，城镇和农村用户“双11”期间的用户数增长了数千倍，京东也通过帮助许多贫困地区的农产品打通产销通路。

借助电商平台，消费升级在消费者和商家之间实现了良好互动。电商发展初期，只能是商家生产什么，平台就卖什么，与消费者需求匹配的紧密程度不够。但在电商深度融入经济生活的今天，从电商的海量大数据中分析消费者偏好，成为驱动商家研发和生产的重要依据，推动了生产和设计源头不断按照消费者的诉求提升品质。为了抓住消费者，电商平台还在质控、服务和物流上着重发力，10年前被人诟病的质量差、送货慢、退货难等网购问题已得到极大改善，提升了消费体验。电商的发展还催生出更多商品生产模式。比如，电商依托自身的用户资源优势，推出自有品牌商品，运用更优秀的设计、更严格的质量控制，改进和整合产业链，既推动了产业升级，也带动了消费升级。

数字化升级对传统零售的化学反应仍在升温。下一个10年，电商仍值得我们期待。

期待“剁手族”变身“环保族”

余 颖

变“废”为宝，单靠消费者自觉是不够的，应该成为物流行业的共识，激励消费者参与其中。有了回箱计划这样的平台，消费者出家门就能回收纸箱，还能获得一系列有趣的奖励。而且，企业在这方面的投入不多，对消费者的带动作用却很明显

第10个“双11”再次创下纪录。天量的成交额自然会带来天量包裹。这些包裹把宝贝送到消费者家中后，往往就变成了废弃的快递箱、包装袋，被丢进了垃圾箱。

垃圾不过是放错了地方的宝贝，更何况很多电商的快递箱、快递袋制作精美，仅仅使用一次就被扔掉，实在可惜。其实，并不是消费者不愿意做环保，实在是拿这些快递箱、快递袋没办法。想要再利用，得先堆放在家里，太占地方，直接卖废品既费力又不值钱，只好扔掉。可见，变“废”为宝，单靠消费者自觉是不够的，应该成为物流行业的共识，激励消费者参与其中。

目前，部分企业正在作出积极尝试。今年，菜鸟启动“回箱计划”，在国内200个城市投入5000个绿色回收台，鼓励快递纸箱绿色回收。中通、圆通、申通、韵达、百世、苏宁等物流企业也纷纷增加自动分拣线、循环集包袋、循环箱等。作为行业“老大哥”，中国邮政全面启动了包装减量、胶带瘦身、循环回收等计划，目前首批13万个绿色标准箱、38000个免胶带箱、2.5万卷窄版胶带已投入使用。

由于有新技术的加入，“剁手族”变身“环保族”，也能成为一种好玩的体验。通过高德地图，可以搜索“菜鸟回箱计划”，找到附近的回收点；捐赠纸箱后，使用手机淘宝、支付宝、菜鸟裹裹的APP在菜鸟驿站扫码，就有机会获得个人蚂蚁森林绿色能量。消费者在手机淘宝上搜索“城市环保大使”，点赞绿色回收行为，可以为所在城市添加绿色能量。绿色能量第一名的城市可以获得百万元公益金。

有了回箱计划这样的平台，消费者出家门就能回收纸箱，还能获得一系列有趣的奖励。而且，企业在这方面的投入不多，对消费者的带动作用却很明显。举手之劳做环保，轻轻松松能参与，微公益才能持续。只有广大商家、消费者和更多物流企业参与绿色物流，才能让每一个包装环保起来。

曹 一作 （新华社发）

消费观念升级

10年来，“双11”早已超出一场普通的全民购物狂欢，它所代表和反映出的是我国经济转型发展、社会消费升级的巨大改变和生动缩影。时至今日，消费者不再单单纠结于能否“买得到”，而是更关注“买得好”；购物清单从过去的“柴米油盐”变成了教育、健康、医疗、养老、娱乐、户外运动等，消费观念发生了巨大转变。当前，消费对我国GDP贡献率不断提升，成为经济增长的主要拉动力，扩大内需成为今后经济发展的重要着力点之一。在公众消费观念升级的同时，只有确保供给质量与水平不断提升，才可能出现一次又一次购物狂欢季的消费井喷，才会迎来全面可持续的消费升级。 （时 锋）

中国消费互联网如何惠及全球

陈 静

行业

跨过10年节点，“双11”购物节的范围已不再局限于国内，它也开始服务于全球买家和卖家，中国电商业飞速发展壮大积攒下来的经验与智慧，同样在推动全球商业基础设施发生变革。让“双11”购物节成为全球电商乃至零售业的共同节日，日益成熟发达的中国消费互联网能够为全球共同跨入数字经济时代助力

2018年“双11”，各大电商平台交出了一份24小时成交额合计超3000亿元的漂亮“答卷”。从2009年天猫“双11”5200万元成交额到今年线上线下高度融合的“全民狂欢”，“双11”已充分说明中国消费者巨大的消费热情，也成为中国零售业转型升级的“演兵场”。“双11”的意义还不仅如此，跨过10年节点，“双11”购物节的范围已不再局限于国内，它也开始服务于全球买家和卖家，中国电商业飞速发展壮大积攒下来的经验与智慧，同样在推动全球商业基础设施发生变革。

对于来自全球的品牌商来说，今年的“双11”让其充分体会到中国消费者被充分点燃的进口消费热情，在天猫平台，“双11”开始的头1小时就卖出了283万只加拿大甜虾，137万片澳大利亚牛排，14万个墨西哥牛油果。主打跨境电商的网易考拉，在“双11”开场的第78分钟就超过了去年“双11”全天的销售额。在“双11”开始前的两周，欧洲与上海间、洛杉矶与香港间的航空货运价格应声而涨，但欧洲与北美间的航空货运价格甚至略有下跌……

这些都充分说明，得益于中国经济持续增长，中国消费者体现出势不可挡的消费升级趋势，网络购物汇集了他们日益增长的个性化、碎片化消费需求。随着中国市场不断开放，政府鼓励跨境进口电商以及连续调低进口税的利好政策，国外品牌将通过电商渠道持续收获中国消费者的“消费红利”。

对于它们来说，想要不断地讨得中国消费者欢心，不仅要利用好跨境电商这个创新的消费渠道，更要通过包括“双11”在内互联网所积攒下来的精准消费数据，充分把握中国消费者的消费需求和消费偏好，并以此指导自身从产品研发到备货促销的整体策略，提供不断响应消费者消费取向变化的本地化服务。

另一方面，今年“双11”也是全球商品卖全球的首个“双11”，通过中国电商平台，海外商家也在将商品销往中国之外的市场，比如俄罗斯消费者就可以通过阿里巴巴速卖通买到土耳其商品。同时，有中国电商业投资或技术支持的海外电商平台也纷纷开展“双11”促销活动，在马来西亚，网购者对“双11”的认知度已从2016年的69%上升至今年的96%。不过，中国电商行业在全球卖场上还能做什么呢？

首先是帮助各国，特别是数字商业基础设施并不完善的国家完善包括物流、支付等在内的支撑系统，通过技术赋能和资源整合，将“中国经验”复制到海外，让海外商家和电商平台能少走弯路，与消费者高效地对接。比如，菜鸟网络在莫斯科、马德里、巴黎等地的海外仓，让欧洲一半市场可实现72小时送达，大大提升了当地的电商物流配送效率。

其次，智慧零售的经验同样可以被海外商家借鉴。今年“双11”，依靠中国电商平台，西班牙最大百货集团之一的英格列斯百货，就在西班牙本地线下开出了快闪店，并提供了数千个自提点。从会员打通到库存打通，从数据增值到商业“新物种”，伴随大数据驱动下的“人”“货”“场”重构，中国零售业这棵大树正生长出不同面貌的全新枝条，同时在这些创新方向上的探索，也能让全球线下零售业获益。

“世界是平的”，数字经济蓬勃发展，为世界经济发展增添着新动能。让“双11”购物节成为全球电商乃至零售业的共同节日，日益成熟发达的中国消费互联网能够为全球共同跨入数字经济时代助力。

中经大咖上头条

明年要防哪些『灰犀牛』

张 明

央行近日发布《中国金融稳定报告》指出，“2019年，中国经济在由高速增长向高质量增长的转型与结构调整过程中，一些灰犀牛性质的金融风险可能仍将释放”。那么，2019年中国经济面临的灰犀牛风险可能是什么呢？

风险之一是部分地方政府债务负担难以为继，甚至有陷入违约窘境的风险。自2008年国际金融危机爆发以来，地方政府就处于持续加杠杆的过程中。而且，不同地方政府债务的分布非常不均衡，发展程度较低、偿债能力不足的省份，真实债务反而越高。在房地产调控不放松、经济下行压力有所加大、金融监管方向不变的形势下，部分地方政府的债务压力可能会暴露出来。

风险之二是房地产市场持续调整可能产生的多方压力。能否控制住房地产风险，是我国防控系统性金融风险的重中之重。笔者预计，2019年一二线城市的房地产调控不会放松。不过，房地产调控将带来一些压力。第一，土地出让金缩水导致地方政府预算外收入下降，使得部分地方政府难以平衡财政收支；第二，房地产投资增速逐步下滑，并与基建投资增速下滑相互叠加，使得经济增速显著下降；第三，房价下行可能导致部分高杠杆购房家庭面临违约境地；第四，房价持续下行也可能使商业银行面临资产端信贷质量下滑压力。

风险之三是美国长期利率超预期上行，造成全球资产价格动荡，并传递至中国国内的风险。2018年美国经济增长显著超过预期，在减税等扩张性政策推动下，未来美国通胀率可能显著上行，从而带动长期利率大幅上升。美国长期利率大幅上升，一方面可能导致美国股市显著向下调整，另一方面可能造成一些脆弱性较强的新兴经济体再次面临本币贬值、资本外流、资产价格缩水等冲击。这可能使中国经济面临资产价格下行、资本外流加大与人民币贬值预期增强等挑战。

尽管我国经济在未来面临上述灰犀牛风险，但只要我们做好准备、应对得当，这些风险对我国经济的冲击依然是可控的。我国经济体量大、市场大、韧性强等基本态势没有变，我国坚持市场化改革与改革开放的基本政策取向没有变，这将使我国经济在应对金融风险冲击方面具有更强的能力与更广阔的战略纵深。

下一步，我国应通过如下思路来应对上述灰犀牛风险。第一，考虑到中央政府债务负担依然很低，应该加大发行国债力度，以对冲地方政府的去杠杆压力。对于具有典型公共产品特征的地方政府债务，在不引发道德风险的前提下，中央政府可以考虑提供一定支持；第二，银行体系应该对未来的不利冲击做好准备，适当提高资本金与拨备水平；第三，在房地产调控大方向不变的前提下，应慎重估计具体措施对市场的冲击力度，并做好应对准备；第四，应该继续保持对跨境资本流动的审慎管理；第五，应通过出台进一步深化改革与加快开放政策来提振市场预期。

（作者为中国社科院世经政所研究员，本栏目话题由今日头条提供大数据分析支持）

@ 微议室

让KTV下架歌曲是堂版权保护课

近日，“6000多首歌从KTV下架”的消息登上微博热搜。中国音像著作权集体管理协会相关负责人证实，上月底已发布相关公告，要求KTV终端生产管理商和卡拉OK经营者积极落实，共涉及6609部音乐电视作品。

【短评】 依据我国《著作权法》，使用他人作品必须依法取得授权。但不容忽视的是，有些人的版权意识还未建立起来，一些KTV更是“侵权重灾区”。删除侵权歌曲将推动KTV版权市场规范发展，音集协规范曲库后，将杜绝未经授权使用作品的情况，向集体管理组织缴纳著作权使用费的KTV场所将不会面临被诉风险，既可维护原创版权的利益，也可有效确保曲库的正版率。广大KTV经营者应认识到，盈利发财关键是守法诚信，不能侵害他人版权，否则就要承担侵权责任。

交通违法抄告制护航快递安全

面对“双11”快递高峰，西安交警部门日前与快递协会建立交通违法抄告制度，快递员交通违法行为将由交警通报协会并抄送企业。一月内被处罚3次及以上或全年被处罚5次及以上的，企业予以开除，由协会在全市行业内通报，不得在西安从事快递员工作。

【短评】《快递暂行条例（草案）》明确提出，快递从业人员应当遵守道路交通安全法律法规，按照操作规范安全、文明驾驶车辆。但现实中，快递外卖业电动自行车交通违法现象屡禁不止，交通纠纷乃至事故频发。此次西安交警部门与快递协会建立交通违法抄告制度，是对快递法规的严格落实，也是对快递安全的郑重重申。下一步应抓好落实，督促经营快递业务企业遵守有关安全生产的法律、行政法规和国家标准，建立健全安全生产责任制。

欢迎读者就热点经济话题发表评论、漫画，来稿请发至：mzjjgc@163.com

本版编辑 马洪超 徐 达