

“618”电商大促交出亮眼成绩单——

国内消费市场韧性强潜力大活力旺

经济日报·中国经济网记者 陈 静

天猫“618”启动1小时，成交量超去年10小时，过百品牌成交额超过去年“双11”；

截至6月19日0时，京东“618十六周年店庆”累计下单金额2015亿元；

网易考拉“618环球购物节”开跑仅101分钟，销售额突破去年“618”首日……

从6月初就开始的“618”电商大促在6月18日当天迎来高潮，各家电商平台均交出了亮眼成绩单。

买买买，一串串令人惊叹的数字，不仅体现出消费者的热情，更是国内市场韧性强、潜力大和活力旺的最好注脚。京东零售集团轮值CEO徐雷颇为感慨：“高品质大牌和进口商品广受欢迎，低线市场消费活跃，服务类商品成交额比平时增长73%……这些现象折射出中国经济持续增长的内生动力和强大韧性，以及内需蕴藏的巨大潜能。”阿里巴巴营销平台事业部总经理刘博也告诉经济日报记者：“从天猫618的数据来看，消费升级趋势还在持续，三四线城市和乡村地区的增长迅猛，国货消费蔚然成风，优质优价的产业带商品受到欢迎，这些都体现出内需的强大活力。”

一小时成交超去年全天

“1小时成交超去年全天”的现象，今年“618”在各大电商平台激情“上演”，消费市场释放出巨大能量。

在天猫“618”，美妆门类1分钟销售即破亿元，57分钟销售超去年全天。开场45分钟，欧莱雅破亿元；开场52分钟，兰蔻破亿元……来自天猫的数据显示，开场1小时，眼霜、口红、香水的销售分

别同比增长300%、239%、290%。在母婴行业，开售不到2分钟，成交额破亿元，第7分钟超过去年1小时成交额，第17分钟成交额突破5亿元大关，天猫国际的母婴孕产品类，用了25分钟就完成去年同期全天的销售。

在京东，各品牌也在“618”当日冲击着销售高峰，贝亲10分钟成交额为去年同期的19倍；马爹利10分钟成交额是去年20倍；伊利1小时同比去年成交额增长531%；福临门1小时同比去年成交额增长547%；三只松鼠1小时成交额超过去年全天销售……

被买买买热情“占领”的，既有传统的电商优势品类，也有让人意想不到的“爆款”产品。比如在服装领域，天猫塑身衣品类的增长翻了整整20倍，防晒袖套24分钟就售出50万件，比去年增长了11倍；遮阳帽仅用39分钟就售出超过100万件。在食品方面，京东坚果炒货品类同比去年成交额增长132%，饮料品类同比去年成交额增长261%，休闲零食同比去年成交额增长304%。在电器方面，截至18日中午12点，苏宁易购全渠道订单量同比增长171%。

“电商购物节中体现的是各大平台在新技术、新物流乃至供应链生态上的竞争，无论是品类线的全面拓展，还是全场景零售和服务升级，都体现出电商们力图在多个维度做到极致。”市场研究机构电子商务研究中心曹磊表示。

消费升级势不可挡

审视今年“618”电商大促，除消费者的消费热情之外，更让人印象深刻的是势不可挡的消费升级趋势。

更贵更好更能提供优质生活的商品广受好评。在苏宁易购，“智能”“换新”成为消费者搜索的热词，以彩电品类为例，品类整体销售增长105%，但65吋及以上大屏彩电销量增长高达211%，此外，多门冰箱增长77.8%，烘洗一体机增长97.6%。在网易考拉全球工厂店，最受欢迎的消费品类则是无线吸尘器、家用射频美容仪和电动牙刷。在天猫，海参、牛排等高档食材越来越受到“中国吃货”的欢迎。

同时，个性化、细分化的需要，让一大批特色商品迎来爆发。作为第一年深度参与“618”大促的淘宝网，60万商家的惊人增长体现出个性消费大潮：大码内衣销量大涨20倍、设计师定制首饰增长超10倍、宠物消费增长近200%、高达模型玩具增长超130%，即使像汉服这样的小众特色商品，也在6月16日同比大涨320%。在服装领域，潮牌和设计师品牌成为年轻人追逐的新热点，名模吕燕的个人品牌COM-ME MOI只用1分钟就完成去年6月18日的全天业绩。

来自市场研究机构艾瑞咨询的研究报告，将时下的中国消费者直白地称为“升级一代”，他们在性价比之外，更愿意为优质、符合自我表达的产品去支付溢价。“伴随着经济高速发展，商品丰富程度的提高，更多时尚设计元素的传播，国民已不再仅仅看重‘生产能力’，会逐渐培育自我日常审美的‘生活能力’，从而提出更多精细美化日常生活的需求，这一转变在中国一二三线城市更广阔市场中同步进行。”艾瑞咨询在其研报中如是写道。

下沉市场释放潜力

今年“618”，“小镇青年”用雪片般的订单，表达着他们对智能生活的向往。增加了智能语音控制的青春版科沃斯扫地机器人，1小时被抢购2万台。科沃斯家用服务机器人中国区业务总经理刘文宁坦言，“现在能很明显看到三四线城市年轻人对品质化生活、智能化生活的高需求，他们正是这款扫地机器人的主要目标用户”。千元跑步机“亿健note”则在聚划算上1小时就卖出了平时全天4倍的销售量，购买这款跑步机的消费者中，“小镇青年”占到七成。

在天猫聚划算，1小时内13款商品成交过千万元，360款商品成交过百万元。徐雷透露说，今年“618”，低线级市场消费更加活跃，下单金额同比增幅达全站2倍，开始领跑各级市场。“从渠道铺设、品牌营销，再到增值服务等方面，都可以看出各平台在‘618’期间，对下沉市场有所侧重。”

曹磊表示，低线市场的消费者们，尚有巨大的消费潜力等待释放，他们是市场的新生力量，“尽管是‘下沉市场’，但消费者也在趋于理性，因此各家电商同样需要用更加完善的服务体系和差异化产品，来满足消费者需求，实现正循环”。

市场研究机构数字经济智库执行院长黄日涵也认为，电商平台的渠道下沉，可以满足更多的三四线城市甚至“小镇青年”的需求。“低线市场消费者开始享受到数字经济时代所带来的巨大的福利，电商只有从大都市延伸到县乡村，才能真正响应全民消费升级的发展趋势。”

电商平台和制造企业对低线市场的响应，并非仅仅是提供低价商品，它也在帮助传统产业转型升级。上海社科院世界经济研究所研究员胡晓鹏就表示，低线市场提供了新的海量需求，响应这些需求，就能形成新的价值。广东松发陶瓷股份有限公司只用两个月，就在拼多多卖出14万只“19.9元3只包邮”的瓷碗，该公司市场部总经理卢少鑫告诉记者：“看起来亏钱，其实不然。比如过去我们一条窑烧3万只陶瓷，里面会有不同品类、不同大小的产品，空间利用率和良品率都有限制，但如今大量的需求来了，一条窑只烧1个产品，产能利用率至少提升30%以上，良品率也大幅提升。”

商务部流通产业促进中心研究员陈丽芬同样表示：“低线市场的消费潜力正在推动形成新的产业带，比如聚划算体系下的‘天天特卖’就孵化出了新的产业带，浙江诸暨的袜业产业带、宁波的电动牙刷产业带就是其中的两个案例。”

广州、海口、安庆、宜昌、常德、湛江、遵义等，其余59个城市与上月相比是持平或者上涨。涨幅较高的城市，如杭州上涨1.3%，南宁、兰州上涨1.2%，无锡、大理上涨1.1%，宁波、唐山、丹东、烟台均上涨1.0%，涨幅不大，属正常波动。

事实上，现在房价出现暴涨的预期正在消散，而一些地方开始担心，房价是否会再次下跌。近日，湖北恩施市房地产协会就发布了《关于稳定恩施房地产市场价格预警的通知》，该《通知》对10条降价现象提出预警和整改措施，被网友称为“止跌令”。中原地产首席分析师张大伟认为，“楼市政策以稳定为主，稳定其实是双向调节，大涨肯定不是稳定，但暴跌也同样不稳定”。

记者梳理还发现，70个大中城市中，新建商品住宅与上月相比价格上涨的城市有68个，仅上海和岳阳下降，

你好，中国铁路！再见，中国铁总！

中国国家铁路集团有限公司正式挂牌

本报北京6月18日讯 记者王铁辰从中国国家铁路集团有限公司获悉：中国铁路总公司改制成立中国国家铁路集团有限公司，18日在京挂牌。公司注册资本为人民币17395亿元，以铁路客货运输为主业，实行多元化经营。

中国国家铁路集团有限公司有关部门负责人表示，改制后成立的中国国家铁路集团有限公司由中央管理，是依据《中华人民共和国公司法》设立的国有独资公司，承担国家规定的铁路运输经营、建设和安全等职责，负责铁路运输统一调度指挥，统筹安排路网性运力资源配置，承担国家规定的公益性运输任务，负责铁路行业运输收入清算和收入进款管理。经国务院批准，公司为国家授权投资机构和国家控股公司，公司中文简称为“中国铁路”。原中国铁路总公司的债权、债务、品牌、资质证照、知识产权等均由改制后的中国国家铁路集团有限公司承继。

据介绍，2017年以来，铁路系统先后实施了铁路局公司制改革、铁路总公司机关内设机构改革、所属非运输企业公司制改革、铁路局集团公司内设机构改革，为推动铁路高质量发展提供了重要体制机制保障。

该负责人还称，中国国家铁路集团有限公司的成立，有利于发挥铁路作为国家综合交通运输体系骨干的重要作用，提高国铁资本效率效益，增强企业发展的内生动力、市场活力和抗风险能力，更好地服务国家战略和经济社会发展；有利于加快构建现代企业制度，完善法人治理结构，提升国铁企业的经营管理水平和市场竞争力；有利于促进国铁企业加快走向市场，提升铁路客货运输服务品质，满足人民群众日益增长的美好生活需要。



本报记者 杜 铭 孟 飞

在四川宜宾长宁地震中，“地震预警系统”视频在网上刷屏。地震预警是怎么回事？到底能发挥多大作用？

6月17日晚，四川宜宾市长宁县发生6.0级地震，此后余震不断，造成多人伤亡，牵动国人的心。在时刻关注灾情的同时，社区大喇叭读秒、电视自动弹出倒计时……“地震预警系统”视频在网上刷了屏。

地震预警系统让不少人感到新奇，而预警准确性更是让其迅速成为网络热点。地震能预报了？地震预警是怎么回事？能在抗震救灾中发挥多大作用？

问题一、地震能够预报了吗？

很多人都想知道，在地震发生之前，人们究竟能不能提前知道，从而及时转移人口，避免重大损失？很遗憾，答案是不能！

尽管科学界做过无数次努力，但大自然变幻莫测，要摸清地球什么时候“发脾气”依旧是件极其困难的事。地震预报一直是世界性难题，目前，没有国家能够在地震发生前发布地震预警。

问题二、刷屏的“地震预警”是什么？

地震预警是指在地震发生以后，根据纵波和横波之间的时间差，与地震波“赛跑”，来赢得提前预警的时间。

简单来说，地震中，破坏性大的横波“跑得慢”，强度小的纵波“跑得快”。利用这一点，可以让纵波为人们“通风报信”，趁横波这个“破坏王”没来之前，用电视广播告诉地震波及区的人们赶紧躲避。电视广播所用的电磁波也比横波跑得快，聪明的人类就是这么争分夺秒地从“死神”手里救出更多生命。

问题三、提前10秒，能救多少人？

有人说，地震都发生了，预警还能有多大作用？作用太大了！

四川省地震预警重点实验室主任、成都高新区减灾研究所所长王暾介绍，“如果在地震波到达时提前3秒收到预警，伤亡人数可降低14%；提前10秒，伤亡人数可降低39%”。

此次长宁地震，预警系统提前10秒向宜宾市预警，提前31秒向距震中124千米的贵州省毕节市预警，提前61秒向四川省成都市预警。

问题四、地震预警系统还有哪儿能用？

据了解，成都高新区减灾所与应急管理部门联合建设的大陆地震预警网，覆盖面积已经有220万平方公里，覆盖我国地震区人口90%。截至今年5月28日，预警网的广播电视台预警也延伸至四川省13个市州，覆盖79个区县，占四川省地震区县数的60%。

另外，中国国家地震烈度速报与预警工程已经全面实施，京津冀、川滇交界和福建地区地震预警示范网建成，台湾海峡6.2级地震、四川兴文5.7级地震预警服务，正是示范网初显身手的功效。

目前，我们虽然做不到地震预报，但越来越完善的地震预警系统，还是为人们在灾难中求生提供了宝贵时间。

8742

5312

2416

5月份70个大中城市商品住宅销售价格发布——



5月份70个大中城市商品住宅销售价格发布——

一二三线城市房价基本保持稳定

本报记者 元 舒

6月18日，市场期待已久的5月份70个大中城市商品住宅销售价格相关数据发布。根据国家统计局数据显示，5月份，各地继续落实好一城一策、因城施策、地方政府主体责任等长效调控机制，房地产市场继续保持稳定。

一线城市向来是楼价风向标，其数据历来备受关注。据国家统计局城市司高级统计师刘建伟介绍，初步测算，4个一线城市新建商品住宅销售价格环比上涨0.3%，涨幅比上月回落0.3个百分点，二手住宅销售价格环比上涨0.1%，涨幅比上月回落0.3个百分点，降幅最大的广州，下降了0.3%。

近来，部分二线和三线城市的住房价格上涨，引发广泛关注。根据最新数据，这些城市的房地产市场也逐步平稳。

以二手房为例，70个大中城市中，有11个城市房价环比出现下降，分别是：济南、青岛、武汉、长沙、

广州、海口、安庆、宜昌、常德、湛江、遵义等，其余59个城市与上月相比是持平或者上涨。涨幅较高的城市，如杭州上涨1.3%，南宁、兰州上涨1.2%，无锡、大理上涨1.1%，宁波、唐山、丹东、烟台均上涨1.0%，涨幅不大，属正常波动。

事实上，现在房价出现暴涨的预期正在消散，而一些地方开始担心，房价是否会再次下跌。近日，湖北恩施市房地产协会就发布了《关于稳定恩施房地产市场价格预警的通知》，该《通知》对10条降价现象提出预警和整改措施，被网友称为“止跌令”。中原地产首席分析师张大伟认为，“楼市政策以稳定为主，稳定其实是双向调节，大涨肯定不是稳定，但暴跌也同样不稳定”。

记者梳理还发现，70个大中城市中，新建商品住宅与上月相比价格上涨的城市有68个，仅上海和岳阳下降，