

聚焦“双11”

“双11”11年：中国迈向消费大国的鲜明印记

购物之变

消费升级映射百姓美好生活

11年，中国百姓手中的“购物车”更多从线下走到线上，形式与内容之变，成为消费新时代的鲜明印记。

曾经，上世纪80年代的家庭少不了采购“三大件”——冰箱、彩电、洗衣机。随着老百姓“钱包”鼓起来，当“三大件”逐渐成为普通中国家庭的标配，一些着眼于生活细节、增添幸福感的“小电器”逐渐成为新的刚需。

以天猫“双11”成交额为例，2009年最受欢迎的家庭“三小件”是取暖机、电暖手器和加湿器；2017年则被新“三小件”——扫地机器人、空气净化器及吸尘器所取代；今年“双11”，蒸汽拖把、空气炸锅、除螨仪等品质电器成为消费者“新宠”。

小小“购物车”就像一台微型录像机，记录着中国消费的时代变迁。

——从“买全国好货”到“扫全球尖货”

这几年，中国人的“购物车”国际范越来越足。

今年“双11”预售阶段，在考拉海购平台，母婴和个人洗护用品销售同比增长分别达137%和163%，数码、保健、家居等销售增长接近100%；第二届进博会上，西班牙“巨无霸”蓝鳍金枪鱼、意大利橄榄油等进口好货纷纷亮相。

苏宁控股集团董事长张近东表示，国际化是苏宁未来十年的战略重点。苏宁正通过加强与海外品牌合作、扩大原产地直采规模等动作，加速将海外优质商品引入国内，让中国消费者“足不出户遍全球”。

——流水线产品“变身”定制商品

过去的“双11”，商家卖什么，消费者就买什么；如今的“双11”，消费者要什么，企业就造什么。

浙江慈溪商家余雪峰告诉记者，在健康、轻食的观念影响下，企业瞄准年轻消费者诉求，反向定制了一款三明治早餐机，1小时便卖出2500多件。

“再没有一个整齐划一的中国消费群体了。”国际咨询公司麦肯锡发布的报告如此判断。个性化消费需求颠覆了传统制造业的生产逻辑，不断升级的消费需求催生中国制造“七十二变”，柔性生产、反向定制成为新潮流。

——“花式服务”引领“新消费时代”

今年“双11”，天猫上线了包括上门美容服务、奢侈品养护、家电拆洗等超过55种服务消费，居然之家和红星美凯龙带来“家装外卖”上门服务，北京、上海、重庆等地的用户，15公里范围内可以像点外卖一样“下单”家具。

不可辜负的美食、说走就走的旅行、精彩纷呈的演出……国家统计局数据显示，前三季度，在全部居民最终消费支出中，服务消费占比50.6%，超过居民消费的“半壁江山”。不断涌现的各类“花式服务”，引领中国进入“新消费时代”。

走过11年，如今中国人的“购物车”里，商品与服务“比翼”，“洋货”和“国潮”齐飞……透过“买什么”“怎么买”的变迁，不断提质升级的消费，正在改变中国人的生活。



14小时21分27秒，2000亿元——11日，天猫“双11”促销一启动，成交额屡创新高，巨大消费热潮扑面而来。自2009年第一个“双11”诞生，“双11”11年的嬗变，见证中国迈向消费大国的坚定步伐。

南京航空航天大学师生在校园临时快递取件点领取快递(资料图片) 新华社发

交易之变 效率提升让消费体验更舒心

“望穿秋水盼包裹”曾是每个“双11”买家的共同记忆。

北京市民李妍还记得，2009年“双11”，自己下了一条裙子，“苦等”十几天才终于到货。而今年“双11”，李妍在苏宁下单了一台小家电，当天就“带着热气”送到她手中。

技术带来体验之变，物流的提升见证中国运输效率之变。

为应对“双11”这场快递界的“春运”，今年各家快递纷纷亮出“撒手锏”——

顺丰实施全流程智能化管控；中通快递投入可实现动态转向等功能的高运力卡车；申通快递上线AI智能客服机器人；

圆通速递设立60余个城配及建包中心，简化中转和操作流程；韵达快递的“韵镖侠”App让快件搭上信息“快车”……

国家邮政局局长马军胜介绍，2015年，快递小哥人均处理包裹量不到1万件。2019年，这个数字是1.69万件。这意味着快递业的劳动生产率5年内提高了70%。

越来越多的乡村百姓也在加入“买买买”行列——农村快递网点覆盖率达到95.22%，依托邮政网络，即使是最偏远的农村也可辗转通达快递。

飞速发展的物流技术、越织越密的物流网络让快递“爆仓”成为历史。“双11”也从最初下单后焦灼等待，到隔日达、当天达、1小时达……“人在家中坐，

货从八方来”成为每个中国消费者看得见、摸得着的“小确幸”。

技术带来的改变不只是物流。从过去支付仅靠手动插拔U盾完成，到如今“摇摇头”“点点手”就能秒级支付……技术更迭带来支付手段的革新，让人们享受着更便捷、无感的支付体验。

如今，移动支付早已融入日常，变成线上商业模式不可或缺的一环，支付过程中产生的大量数据也成为构建社会信用体系的重要来源。

大数据定向推送、区块链技术应用与商品防伪溯源、AI智能客服……技术“超进化”创造了全新的购物体验，让消费者买得更舒心。

理念之变 尽显中国市场“磁石”吸引力

新模式开启消费新空间——

11年“双11”，见证消费从线下走到线上，到如今线上线下“双花齐放”的变迁。苏宁利用社区小店联通线上线下，打造“1小时场景生活圈”，今年“双11”线上销售火爆的同时，不少订单来自线下实体店；在上海龙之梦购物公园，天猫智慧商圈每天三场“红包雨”，3天页面访问人数达到6万，打破单个商场红包互动的历史记录……

“消费升级趋势下，不同场景之间的零售界限被打破，线上和线下不再是割裂的，而是深度融合。”中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍说。

新主力激发消费新活力——

这个“双11”，“小镇青年”再次展示了强大的购买力。拼多多后台数据显示，11日上午，长安、五菱宏光、观致、名爵、宝沃等五家车企参与“双11”活动的“国民车型”全部售罄，这些车大多被来自三四线城市的下沉市场消费者买走。

赵萍表示，城镇化水平不断提高，城乡居民收入差距不断缩小，中等收入群体蕴藏大量消费新需求……这些都将成为消费市场平稳发展的坚实保障。

新技术提升消费新动能——

据中国信息通信研究院预测，2020至2025年间，5G商用将直接带动信息消费8.2万亿元。其中智能手机、可穿戴设备等终端产品的升级换代将释放4.3万亿元信息消费空间。

大海之大，在其辽阔深邃。国际咨询机构预测，未来10年，全球每发生1美元消费，就有12%来自中国消费者的贡献。

市场在哪里，未来就在哪里。近14亿人口和世界最大规模的中等收入群体，庞大内需市场支撑起中国经济广阔的发展空间。从世界工厂到世界市场，不断迈向高质量发展的中国，未来必将释放更大消费潜力，让中国红利惠及全球。

据新华社北京11月11日电

郑州领衔全省“双11”消费力

本报讯(郑报全媒体记者 赵柳影)昨日，记者从天猫获悉，“双11”开场1小时，河南人就爆发出“杠杠”的消费力。11月11日凌晨1:40，天猫“双11”交易规模约1250亿元，此时发布的河南省购买量，排名国内第八位。排在前面的分别是广东、浙江、江苏、上海、山东、北京、四川。

记者发现受河南人喜爱的商品，包括面部护理套装、羽绒服、裤子、手机、空调，消费前五位的城市是郑州、洛阳、新乡、南阳、信阳。

在2019年京东全球好物节，河南省累计下单金额同比涨幅居全国第四。从下单量看，该省销量排名前五的城市是：洛阳、郑州、焦作、许昌、新乡。从下单金额看，郑州、洛阳、驻马店、新乡、信阳排名前五。此外，河南省新用户增长全国排名1位，其中郑州市活跃用户最多，全国排名第5位。

互联网+高铁快运助电商“闪电”发货

本报讯(记者 张倩 通讯员 王浩伙 吕娜)记者从中国铁路郑州局集团有限公司获悉，11月11日6时42分，郑州东站G1564次高铁列车准时发出，装载着网民从电商购买的日用品、服装、五金配件、冷链食品等货物，3个半小时就能到达上海虹桥站，高铁快运助力线上消费“当日达”。

据了解，自11月11日起至20日，中国铁路郑州局集团有限公司启动“双11”电商黄金周快件运输服务，每日开行高铁快运列车10趟，推出高铁快运“站到站”“座到座”“冷链箱运输”等物流服务，高铁快运装载的电商货物分别由郑州发往西安、北京、杭州等城市，届时从北京、广州、深圳、青岛、兰州等城市的电商货物将准时到达郑州。

运输期间，该集团公司与中铁快运郑州分公司联手开展电商物流流服务，与顺丰、京东等快递企业合作，优化快件接取送达服务流程，加强货物分拣、货物装箱、货物安检等重点作业流程的监控。预计将发送高铁快运货物60吨，绿色、环保、低碳的铁路现代化物流开启“闪电达”模式。

直播!“双11”最“爆”增长点!

今年“双11”最炫目的角色，毫无疑问是数十万直播间的带货主播们。

11月11日，近10万个直播间的天猫直播热火朝天。淘宝数据显示，今年天猫“双11”的20万个品牌和商家中，有一半都自己开起了直播间，直播场次相比去年翻番。

直播带货在“双11”全面爆发，成为各大电商重点营销板块，淘宝、京东、快手、抖音、蘑菇街、网易考拉等纷纷加入这一新的电商赛道。

直播创造千亿增量市场

10日晚7点到凌晨2点，某网红主播穿着红色T恤为“双11”做最后的冲刺直播。“Oh My God”“买它!”……直播共有3683.25万观看量，点赞达到6509.7万。他一共推荐了55款商品，其中大部分为品牌美妆，还有白鹅枕、颈椎按摩仪等。“双11”开场56分钟，另一名网红主播淘宝直播观看量达3968.6万。

凌晨开始，天猫“双11”接连打破纪录：两小时内，148个品牌跻身亿元俱乐部，淘宝直播9小时引导成交已破百亿元。除了网红，今年的网购直播还出现了厂长团、总裁团、外国友人团等主播阵容。“双11”期间，淘宝直播平台上共有上千名“洋主播”用十几种语言向全球各地24小时不间断直播，“村播”场次已超过15万场，有1.5万农民主播在全国各贫困县、贫困村开播直播。

2018年，淘宝直播带货能力已超千亿元。今年“双11”，仅在预售阶段，



淘宝就有1.7万个品牌开启直播，多个品牌单品预售成交破亿元，其中更有6分钟破亿元、1秒55台汽车的战绩。越来越多商家将品牌直播视为今年“双11”最亮增长点。

直播卖货为什么这么火?

“跟明星、模特相比，主播的形象更接近普通人，他们的推荐更具代入感。身材好、脸蛋漂亮的人穿什么都好，但我想知道的是，像我这样梨形身材、收入一般的消费者能穿出什么样的真实效果。”北京的黄小姐说。

直播销售的商品价格确实便宜吗?一位头部网红经纪人表示，关键在于直播模式。面对主播巨大的吸引力和销量，商家愿意给出最低价，由此形成粉丝、商家、主播的共赢关系。

国务院发展研究中心新经济专家朱克力说，直播带货价格低，一方面是因为品牌方为了推广做活动降价；另一方面是网红为继续增加流量，从推广费中拿出一部分补贴给产品，让消

费者享受优惠。

直播经营公司金久星商务总监来斌告诉记者，网红主播主要靠收取佣金比例获利。扣除平台费用后，卖一件100元的商品，网红主播大概拿到手有七八元。一场直播有几百万元的流水，仅一件商品就可以赚10多万元，几十件商品加起来收入相当可观。

直播带货将走向何方?

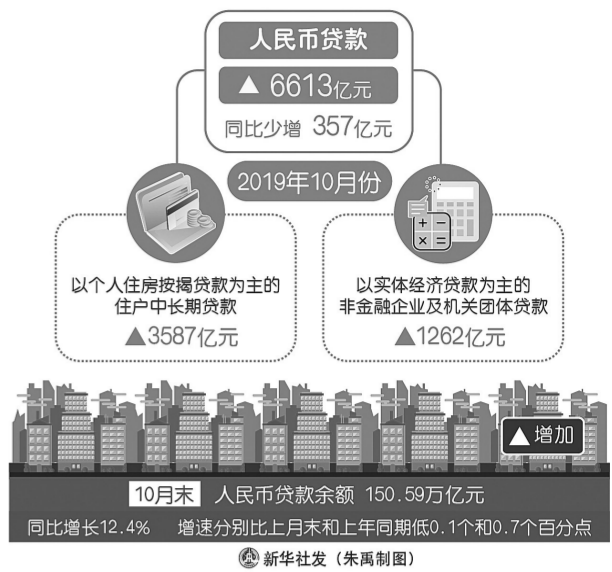
业内人士认为，直播带货不是电视购物的简单升级，其受众更年轻、交互性也更强，未来的发展空间很大。“直播带货的高峰期应该还没到，未来市场发展或将持续加速。”中国电子商务协会高级专家庄帅认为，“电商+直播”将成为连接人、货、场的重要模式。

业内人士认为，平台需要加强监管，通过收取保证金、罚款、停播、封号等措施对网红主播加强约束，完善审核、考核机制，同时也要进一步加强消费领域信用体系建设。

据新华社北京11月11日电

2019年10月 我国人民币贷款增加6613亿元

中国人民银行11月11日发布金融统计数据显示



今年前三季度 贫困地区农村居民人均可支配收入增8%

新华社北京11月11日电(记者 陈炜伟)国家统计局11日发布数据，前三季度，贫困地区农村居民人均可支配收入8163元，比上年同期增长10.8%，扣除价格因素影响，实际增长8%，实际增速比全国农村快1.6个百分点。

从收入来源看，贫困地区农村居民人均工资性收入3159元，比上年同期名义增长12.2%；人均经营净收入2308元，增长6.8%；人均转移净收入2569元，增长12.7%；人均财产净收入增长10.1%。

国家统计局住户调查办公室首席统计师吴伟介绍，2019年是打赢脱贫攻坚战的关键一年。今年以来，各地区各部门脱贫攻坚责任进一步压实，深度贫困地区脱贫攻坚进度加快，解决“两不愁、三保障”突出问题全面启动，东西协作和中央单位定点扶贫强力推进，资金投入和监管力度不断加大。

1至10月新能源汽车产量同比增长11.7%

新华社北京11月11日电(记者 高亢 张辛欣)记者11日从中国汽车工业协会获悉，2019年1月至10月，我国新能源汽车产量98.3万辆，同比增长11.7%，行业运行存在压力。

中国汽车工业协会数据显示，2019年10月，汽车产销总体继续回升，但回升的幅度仍较低。当月汽车产销229.5万辆和228.4万辆，环比增长3.9%和0.6%。其中乘用车市场消费需求没有明显改善，商用车在加快更新淘汰及投资拉动的作用下，继续保持较好的增长势头。2019年1至10月，汽车产销2044.4万辆和2065.2万辆，产销降幅比1至9月收窄。

中国民航局回应桂林航空违规事件

狠抓行业作风 坚守安全底线

据新华社北京11月11日电(记者 齐中熙)中国民航局综合司副司长顾晓红11日回应了桂林航空违规事件，要求各航空公司坚守安全底线。

“毋庸置疑，桂林航空女乘客进入飞机驾驶舱事件的涉事机长规章和安全意识淡薄，枉顾安全职责，违规允许不具备资格的无关人员在航空器运行过程中进入到驾驶舱这样的安全生产重地，甚至坐到飞机操作位置上拍照留念，这种行为直接违反了相关规章规定，对飞行安全造成了潜在危险，也造成了恶劣的社会影响，是典型的故意违章行为，民航局将实事求是地根据事件调查结果，依法依规对所在航空公司以及涉事人员作出相应处理。”顾晓红表示。

顾晓红称，民航局一直高度重视包括飞行员在内的专业人员资质建设和作风建设，始终坚持安全第一，引导并要求航空公司建立健全安全管理体系，着力强化三基建设，狠抓行业作风，坚守安全底线。

日前，桂林航空对网传有非机组人员进入驾驶舱拍照一事作出回应，并给予涉事机长终身停飞、相关机组成员停飞12个月等相关责任人员处罚。

深圳取消普通商品住房标准价格上限

据新华社深圳11月11日电(记者 赵瑞希)记者11日从深圳市住房和建设局了解到，深圳调整了普通商品住房标准，取消了原先要求的价格上限，这将使得部分二手房交易无须缴纳买卖差额5%的增值税。

2015年9月公布的《关于深圳市2015年享受优惠政策普通住房价格标准的通告》规定，享受优惠政策的普通住房，应当同时满足以下三个条件：住宅小区建筑容积率在1.0(含本数)以上；单套住房套内建筑面积120(含本数)平方米以下；实际成交价低于规定的所在区域普通住房价格标准(不同区域的上限介于200万元至490万元之间)。

记者从深圳市税务局了解到，当前深圳市现行的买卖二手房增值税征收政策为：个人将购买不足2年的住房对外销售的，按照5%的征收率全额缴纳增值税；个人将购买2年以上(含2年)的非普通住房对外销售的，以销售收入减去购买住房价款后的差额按照5%的征收率缴纳增值税；个人将购买2年以上(含2年)的普通住房对外销售的，免征增值税。

这意味着，新普通商品住房认定标准出台后，宗地容积率1.0以上且房屋建筑面积144平方米以下，持有满两年的住宅，将不受成交价格限制，无须缴纳买卖差额5%的增值税。