

2 热点透析 Hot Dialysis

透视“双 11”：网购狂欢驱动经济前行

■ 何中然 冉晓宁

912.17 亿,这是 2015 天猫“双 11”全球狂欢节最终定格的销售数字。在这个数字背后,是 68.67%的无线成交量占比,是超过 4.67 亿张的物流订单,是 232 个国家和地区的参与,是中国电子商务的高速前行。

网购狂欢驱动经济前行

中国经济正在由外需驱动向内需驱动转变,网络购物在拉动经济增长的过程中扮演越来越重要的角色。来自商务部的数据显示,2015 年前三季度,全国实现社会消费品零售总额同比增长 10.5%。与此同时,全国网上商品零售额同比增长 34.7%,占社会消费品零售总额的比重为 10%。网上商品零售额增速是社会消费品零售额增速的三倍,由此可见,电商已经成为拉动内需的重要支柱。

“双 11”自诞生之日至今已有七年,成交额从 2009 年的 5000 万元到如今的 912.17 亿元,巨大的飞跃背后,是以网购为代表的电子商务的高速发展期。阿里巴巴集团董事局主席马云表示,“双 11”是一年一度的消费者狂欢节,也是激发内需的最好路径。强大的内需潜力是中国经济的巨大机会。

实际上,“十二五”期间,中国的网络零售交易额规模达到 27898 亿元,已经超过美国成为全球最大的网络零售市场。“十三五”规划建议提出要拓展网络经济空间,实施“互联网+”行动计划,推进产业组织、商业模式、供应链、物流链创新,支持基于互联网的各类创新。而双 11 购物狂欢节正在成为促进网络经济迅猛发展的急先锋。

农村电商开辟双 11 新领域

今年是农村电商正式加入“双 11”购物狂欢的第一年。来自全国 8000 多个村点的农民

实体零售企业不再避讳双 11 大商集团：只想试衣？欢迎

■ 桂小笋

11 月 11 日,北京始终笼罩在一片蒙蒙的细雾中,走在大街上,初冬的寒意会透过裸露皮肤丝丝缕缕渗透进来,但对于万千商家而言,这一天却是个热血沸腾的日子。

各大电商平台不断刷新的数字,对实体零售商造成的冲击比往年要淡化许多。记者走访北京多家零售门店发现,对于“双 11”,实体店十分淡然,位于西单、王府井的多家百货商场,在入门的显要处放置了近期促销活动的信息,其中,不乏标出“店庆日遇到‘双 11’”字样的促销信息,但总体来看,打造属于自己的“店庆日”、“购物节”,是这些百货企业的共同策略。

当然,冷静迎战的背后,是行业在过去的 一年里不断发生变革以及应对有序所致,比如,此前百货门店尴尬沦为“试衣间”的局面让许多企业对只试不买深恶痛绝,但如今,企业对此却不再反感。想试衣?咱们过个“试衣节”如何。大商集团在自己的线上线下渠道里,玩了一个“试衣节”。

线下价值被重估

曾几何时,线下门店沦为线上平台“试衣间”的消息让零售商们不无感伤。但时至今日,这种格局正在发生变化。大商集团在今年 11 月初即推出了自己的活动“试衣节”,从 11

首次通过农村淘宝服务站的平台参加双 11 全球狂欢节。

不仅是阿里,其他的电商同样也在布局农村这一战场。据了解,京东集团在今年已建设近 600 家县级服务中心,1000 家“京东帮”服务店投入运营,服务范围覆盖近 30 万个行政村村。而在线下领域有传统优势的苏宁云商也宣布在 2015 年计划建成 1500 家苏宁易购服务站,并计划在 5 年内建立 10000 家,深入全国乡村,试图从渠道建设层面打破壁垒。

商务部日前公布的数据显示,今年 1-9 月,我国电子商务网络零售交易额接近 2.6 万亿元,其中农村网购规模约为 1830 亿元,占全社会网购总规模的 7%。

日前,国务院办公厅印发《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》,全面部署指导农村电子商务健康快速发展。《意见》指出,农村电子商务是转变农业发展方式的重要手段,是精准扶贫的重要载体。通过大众创业、万众创新,发挥市场机制作用,加快农村电子商务发展,把实体店与电商有机结合,使实体经济与互联网产生叠加效应,对于促消费、扩内需,推动农业升级、农村发展、农民增收具有重要意义。

无疑,农村电商参与“双 11”的历程,会让更多的农民认识到电子商务的便利,也会让更多的人目光转移到农村,给现有的农村经济格局带来变革。

电商物流体系日趋完备

据国家邮政局预计,今年“双 11”期间的快递业务量将超过 7.6 亿件,较去年 5.86 亿件的数字增长 30%,最高日处理量可能突破 1.4 亿件。

随着电商企业物流体系的逐步建设,“双 11”期间的订单量虽然逐年攀升,给快递业带来的压力也在逐步减小。

电商企业在“双 11”开始前提早布局。阿

里旗下的菜鸟网络预计今年“双 11”可能面临的巨量订单,已提前将 50%以上的快递收发网点接入实时预报系统,而更为先进的仓储拣货机器人也已在双 11 前投入使用。另一方面,力主自建物流的京东目前在全国范围内已拥有 7 大物流中心,在 44 座城市运营了 166 个大型仓库,拥有 4142 个配送站和自提点,覆盖全国范围内的 2043 个区县,“极速达”和“限时达”服务也日趋完备。

早在今年 3 月份,政府工作报告中提出“互联网+”概念,旨在通过互联网带动传统产业发展,而网络购物作为“互联网+”切入口,能够带动传统零售、物流快递、交通、生产制造等其他行业升级转型。随后,商务部发布的《“互联网+流通”行动计划》,进一步明确了网络购物与其他产业深度融合、转型升级的任务部署。随着电商与物流之间更多的互动,双方交错融合带来的效应也将慢慢凸显。

技术创新保证用户体验

今年天猫“双 11”的交易创建峰值达到每秒钟 14 万笔,支付宝的支付峰值达到每秒钟 8.59 万笔。巨大的数据如雪崩般袭来,给电商平台的技术部门带来极大考验。

在天猫,除了“双 11”刚开始的那几分



品牌的形象是不容忽视的,我们也会具体分析,给品牌以指导”。

通过推行“试衣节”,刘思军总结出了一些心得:“收集信息,为下一步交叉推荐和数据采集做准备;当时当场没有达成购买,导购鼓励顾客将看好的产品存下来,便于未来二次推送;激发顾客将试衣照公开、分享,这可以引导其他顾客浏览,而照片打出顾客属性标签,我们就多一个类似美丽说的购买频道,为未来引入社交等多种玩法做准备”。据刘思军介绍,“试衣节”推出十天以来,“有 147 万人次绑定。”

大商集团“玩转粉丝”的态度,可以看做是百货行业价值重估的一个真实写照。

从自身找原因成共识

在未来的市场竞争中,一切要从顾客出发,从 loyaltyone 调研的数据来看,积分计划不如人意。40%的消费者反馈并不会因为参与了积分计划而去增加消费,10%的消费者觉得积分计划没有任何的价值,而选择放弃。和全球的零售商相比,中国零售商在积极分计划的投入只有其他市场零售商的一半。

产品的价格折扣应该是差异化的,从而筛选最佳顾客,但通常的做法是,所有的顾客拿到的折扣都是没有区别的,这使得折扣带来的顾客,却无法增加利润,并且损害了顾客的忠诚度。

钟出现卡顿之外,今年整个运行的态势相对平稳。这要归功于阿里云自主研发的“异地多活”系统,它可以根据业务需要,在多个数据中心之间调度流量,弹性利用服务器资源。在这个平台上,控制中心可以在 1000 公里以外对任何一个机房进行快速的流量切换,整个过程不会对业务造成影响,用户也几乎没有感知。

阿里巴巴集团 CEO 张勇表示,今年“双 11”绝大多数网上的产品都是基于大数据和个性化来推荐的。“怎么样使得大数据真正能够跟电子商务、跟商业完美结合起来,帮助商家管理维护用户,这是未来重要的一个方向。”张勇说。

另一方面,京东推出了“大脑计划”,利用人工智能的方法和技术,通过数据分析为用户和商家提供更个性化、多元化的服务。苏宁则以海量商品和消费数据后台为基础,打造高可视化的比价工具,将核心商品筛选成类,提供单品实时更新比价信息及促销形态,保证双 11 的有序平稳进行。不仅如此,海量的大数据更让商家能够更精准的获取消费者的需求,也让剁手党们的网购体验和效率大大提升。

马云说,“我们的‘双 11’要做 100 年,还有 93 年要做,这才刚刚开始”。

这种简单、粗暴的做法,导致了中国连锁零售业明星企业不断更迭。对此,武商集团董事长刘江超认为,变革不等于单纯的抛弃,融合也不等于简单的重叠,这场变革没有既定的模式,也没有放之四海而皆之的办法,只是探索之路,怎样变革和融合,关键的难点在于“突破我们自己。”

在“突破自己”这个问题上,业界认为,互联网+是个契机。苏宁控股集团董事长张近东认为,只有拥有核心资源和可持续运营能力的企业才能真正将互联网+进行到底,互联网给实体企业带来更多的想象空间,“靠烧钱补贴用户的模式不是真正的商业模式,只有拥有核心资源和可持续运营能力的企业才能真正将互联网+进行到底。”通过互联网运营可以不断提升实体企业的能力和效率,打破品类限制的天花板。

实体零售企业依托积累多年的供应链优势、上亿的忠诚用户和细致入微的服务能力,与互联网连接起来,所形成的“O2O 模式”将会迸发无穷的潜力,这是传统电商无法比拟的,“树大根深”的实体企业一定会成为互联网+时代的主流。”张近东对此充满信心。已经不少企业清楚地认识到了这些,并认同当下发展所带来的机会。有接受采访的零售企业表示,今年以来,公司专门成立了公司,对此前积累的会员资源进行专业的运营。

(证券日报)

业界观察

“双 11”狂欢中有多少新经济内涵

■ 徐立凡

看到繁荣之后的冷寂,比沉迷于当下的繁荣更有价值。避免“双 11”最终被自己束缚,强化消费者主权,不陷入恶性竞争,不以实体财富转移到电子平台为傲,努力融合新旧经济才是正途。

第 7 个“双 11”购物节以空前的繁荣拒绝了“七年之痒”。零点的钟声一敲响,2015 天猫全球狂欢节 1 分 12 秒就成交了 10 亿元,不到 13 分钟,成交过百亿元——去年达到这一成交额用时 38 分钟。17 小时 28 分后,交易额超过 719 亿元,超过 2014 年全国社会消费品单日零售额。在苏宁、京东等多个电商平台以及线下许多实体店店面,交易额也在不断刷新。尽管最终数据尚不得知,但今年的“双 11”在交易量、无线交易额、跨国商家和品牌参与度等方面创造了许多新纪录已确定无疑。

无疑,这些数据显示了“双 11”购物者强大的消费能力。鉴于中国消费者的主体地位,“双 11”的繁荣还勾勒出了中国消费内需的强劲。这也与国家统计局的数据相互印证。今年前三季度,全国网上零售额同比增长 36.2%,成为统计数据中的最大亮点。

网络购物的脉冲式增长,表明社会的商业体系正在深刻演变。电子商务正在取代传统商务,成为主要的消费端口。这种商业形态的变革,不仅为经济增长创造了新的驱动力,还拔快了中国市场与国际市场融合的时间表,为中国制造拓展了一片新的蓝海。基于显著的商业利益,这种变革还将带动一系列“互联网士”的变革,改变物流、支付手段、网络基础到制造业产业的形态重塑。这一切都是中国经济应该适应并主动打造的新常态。

不过,尽管“双 11”再次表现出了电子商务对创造消费和重塑商业生态的强大能力,但在强化消费者主权方面却依旧乏善可陈,新商业形态与旧交易方式的杂合所投下的阴影,如同其商业成绩一样耀眼。“双 11”开战前,不同商家就已结成联盟,制造话题,相互攻讦;“双 11”购物狂欢缺少创新,低价销售仍是唯一手段;即使降价,消费者也需辨别真伪:媒体跟踪的 125 款商品表明真正降价的不足六成;而商品的真伪更是多年痼疾,每年“双 11”后,消费者投诉量就会急剧上升。

严苛一点讲,“双 11”的新,只是新在交易平台和交易方式,而在内里,仍然到处可见旧经济的痕迹。不同电子商家联盟仍然习惯并热衷于零和式竞争而不是良性竞争,习惯并热衷于真假难辨的低价销售而缺少创新服务,习惯并热衷于做大做强而不注重耕作细分市场,这让“双 11”如同在话题、娱乐、价格等符号共同堆积出了一个既真实又虚拟的狂欢情境,并在这个情境中对消费者的口袋进行一次性榨取。

“双 11”靓丽的商业业绩,并没有如实反映出新经济的真实内涵。如果全行业库存消化到一定程度,如果消费者适应了新交易方式,创造“双 11”奇迹的基础就将消失。因此,看到繁荣之后的冷寂,比沉迷于当下的繁荣更有价值。避免“双 11”最终被自己束缚,强化消费者主权,不陷入恶性竞争,不以实体财富转移到电子平台为傲,努力融合新旧经济才是正途。如此,新经济才能创造出真正奇迹。

山东梁山拳铺镇“牛羊经济”成致富产业

山东省梁山县拳铺镇把养殖牛羊作为农民增收的主导产业,利用饲草饲料资源优势培植养殖牛羊大户,畜牧兽医局在提供资金、良种、防疫、销售等方面给予大力扶持,给农民架起了增收桥梁,广大农民拍手称赞。

拳铺镇地处县城南部,三县交界处,地势低洼,饲草饲料资源十分丰富,养殖鲁西黄牛、小尾寒羊有着得天独厚的优越条件。在镇村积极帮扶,该镇东后杨楼村农民杨玉芝率先养殖了鲁西黄牛,利用氮化饲料发展节粮型养殖业,被人们称之为养牛专业户。潘庄村农民潘士殿投资 300 万元建起了容纳 200 头的肉牛养殖场,农民一家一户的养殖模式被现代的集约化经营所取代,如今的潘士殿的养殖场也变成了“托牛所”,牛肉系列产品畅销日本、韩国及东南亚等国家和地区。前张村农民张凡春在家建起了鲁西黄牛、西门塔尔养殖场,由于引进良种,科学喂养取得了明显的经济效益和社会效益。陆庄村的刘新春、侯庄村的侯典坤等等成为名副其实的养牛羊专业大户,并成立了专业合作社,规范化饲养给农民滚滚财源。据了解,到目前,该镇有 6000 名农民靠饲养牛羊走上了致富之路。

(杨玉建)

安徽淮北：临涣焦化四举措管控重大危险源

■ 魏玉东 文 / 图

今年以来,安徽淮北矿业集团临涣焦化公司贯彻落实国家要求,严格管控重大危险源,四项举措确保企业安全稳定生产。

一是,落实“一罐一堤”整改。按照《国家安监总局关于进一步加强化学品罐区安全管理的通知》要求,可燃液体储罐均应单独设置防火堤或防火隔堤,新建可燃液体储罐必须按照“一罐一堤”的要求进行设计,已建成的可燃液体储罐达不到“一罐一堤”要求的,应纳入整顿提升范围。先后对厂区内化产车间油库罐区、甲醇车间甲醇罐区、精苯厂罐区落实“一罐一堤”整改。

二是,落实储罐紧急切断阀整改。依据国家安监总局的通知要求,大型、液化气体及剧毒化学品等重点储罐要设置紧急切断阀;立即暂停使用多个化学品储罐尾气联通回收系统,经安全论证合格后方可投用;严禁以阀门代替盲板作为隔断措施,严禁对未经清洗置换的储罐进行动火作业;加强储罐区管理和操作人员培训,确保掌握岗位安全风险和操作规程;对未经正规设计的储罐

区进行设计复核,按照有关标准规范,完善设备设施;可燃液体储罐要按单罐单堤的要求设置防火堤或防火隔堤。该公司严格贯彻落实,先后对煤焦油罐区、粗苯罐区、精苯罐区、甲醇罐区进行了紧急切断阀整改,确保储罐区装置安全运行。

三是,加强重大危险源专项检查。该公司安全生产管理人员每月组织开展一次专项检查,对粗苯生产工序、精苯生产工序、甲醇生产工序 3 个重大危险源区域内的压力表、安全阀、可燃和有毒报警仪、消防应急设施、应急预案、防雷防静电、监测监控设施、隐患排查治理情况等进行了检查。同时,车间每天定时对危化品储罐呼吸阀、安全装置等检查,保证重了大危险源的有效监管。

四是,开展危化品运输专项检查。该公司定期开展危化品运输车辆安全专项检查,对危化品运输车辆安全和消防设施、车辆营运证和危化品道路运输通行证、押运人员资质证等进行重点检查,确保危化品车辆安全装运。

图为 11 月 11 日该公司化产车间员工正在对粗苯罐区进行安全巡检。

