

经济观察

“双十一”六年沉浮 电商如何更上层楼?

新华社记者 叶健 高少华

距离“双十一”还有一周多,线上线下的促销活动已经声势浩大。从2009年阿里首倡“双十一”至今,电商给我们的生活带来哪些变化,又能否保持“让天下没有难做的生意”的初心?未来,电商还会带来哪些变革?

六年“双十一”改变了啥?

今年阿里将“双十一”注册为商标,其“携商标以令对手”的做法引起不小争议。但不可否认,阿里确实是“双十一”的首倡者。阿里“双十一”的销售额,从2009年的5000万元,飙升至2013年的350亿元。与此同时,京东、苏宁等电商也加入其中,最终形成了全球瞩目的“双十一”现象。

“双十一”红火的背后,是消费者购物习惯的变迁。艾媒数据显示,2009年中国网络购物市场规模不到2500亿元。到了2013年,这一金额增至1.85万亿元,是2009年的7.4倍。国家统计局数据显示,在此期间,社会消费品零售总额增至不到1.8倍。快慢不均之下,今年二季度,网络购物在社会消费品零售总额中的占比首次单季度突破10%。

与此同时,消费者的心态也在悄然变化。早些时候,“双十一”还被不少网民戏称为“败家日”、“剁手日”。随着网购在中国的日益普及,“双十一”渐成为“喜大普奔”的全民消费日。

对于实体商场而言,电商的快速发展分流了不少的客源。商务部最新数据显示,其监测的5000家重点零售企业1到9月销售额同比增长6.3%,而同期网络购物同比增长32.2%。

电商更大的冲击是消费者购物习惯的变化。贝恩咨询一项调查显示,超过50%的受访者表示,无论他们最终在网上或是实体店消费,购买前都会浏览网站并比较价格;超过70%来自各个收入水平的受访者表明,他们会比较线上、线下以及不同电商间的价格。商场靠着地理优势坐地收租的好日子,已经一去不复返了。

发展瓶颈逐渐显现

在电商风光的同时,发展的瓶颈也在逐渐显现。目前,电商运营成本不断攀升。易观国际分析师向记者透露:“很多人都以为电商的运营成本更低,但是我们测算发现,如果整体考虑物流、管理等综合成本,对于卖家而言,目前多数电商平台的运营成本甚至比线下还要高10到15个百分点。所以,电商平台亟待吸纳更多品牌,来提升规模效应。”

著名财经作家吴晓波也表示,我遇到过一个老板是做鞋子的,他2013年“双十一”线上促销做了6000万元的营业额,但是光广告费就交了2000万元,再加上各项成本,最后反

而是亏损。一些业内人士甚至抱怨,现在电商平台更像是广告公司:先是聚起一群商家促销,再拍买广告位大获其利。

而在“双十一”榜单的带领下,电商热衷于人工造节,诸如“816”店庆、“双十二”等促销名目频出,价格战愈演愈烈,这对卖家并非好事。

亿邦动力网总编辑贾鹏雷告诉记者,电商促销是把双刃剑,虽然可以清除库存,但是过于集中的销售,导致促销前后缺乏订单,这对零售业来讲不是好事。

电商发展的初衷是“让天下没有难做的生意”,但才不过几年光景,电商生意也开始越来越难做。

未来如何“更上层楼”?

遭遇成长瓶颈之下,未来电商将往何处去呢?记者采访发现,如今,电商正在向国际化、市场下沉和O2O(线上到线下)方面寻求突破。

10月30日,亚马逊宣布,美国、德国、西班牙、法国、英国和意大利六大站点开通直邮中国服务;同日阿里集团也宣布,今年将成为首个全球化“双十一”。

万擎咨询CEO曹振旺告诉记者,电商国际化目前以进口为主,过去这块业务多是灰

色领域,现在跨境电商着重透明化和合法化。目前,国内跨境电商都处于起步阶段,但未来这会是很大一块蛋糕。能否做到物流更快、价格更低,将是非常大的挑战。

在跨境电商频频抢镜之时,电商下沉也成为亮点。中国电子商务研究中心主任曹磊告诉记者,过去电商更多关注一二线城市,现在要开始培育其他区域市场,尤其是县城。那些地区物流配送不发达,实体店也不够多,所以县城消费者对网购需求更迫切。

此外,O2O也成为电商和实体店共同探索的新领域,“双十一”期间这一趋势更加明显。近日,苏宁发起“第二届O2O购物节”,万达广场也将开展“百店同庆”活动,踩着“双十一”的步点,推出不少线上线下互动活动。阿里也未放弃O2O,今年有16个城市22家百货集团300家门店将参与阿里“双十一”。

对此,万达董事长王健林认为,中国的消费市场是巨大的,目前大部分消费产品还没有互联网化,但所有消费行业却都可以O2O化。所以在消费领域,新的大的商业机会就是O2O。

“1号店”董事长于刚也表示,传统零售在往线上走,电子商务往线下走,最后一定是O2O的融合,为顾客提供多渠道、更大的便利。

新华社上海11月3日专电

央行明确推广芯片银行卡具体时间

新华社北京11月3日电(记者 刘铮 王培伟)中国人民银行3日发出《关于进一步做好金融IC卡应用工作的通知》,就下一步金融IC卡(芯片银行卡)应用工作提出了具体要求。

央行通知明确,自2015年4月1日起,各发卡银行新发行的芯片银行卡应符合PBOC3.0规范;2015年底,110个芯片银行卡公共服务领域应用城市,POS终端非接触式受理(类似公交刷卡)比例同比至少增加20个百分点;自2016年1月1日起,发卡银行、银行卡清算机构等开展的移动支付服务,应以基于芯片银行卡芯片的有卡交易方式为主。

PBOC3.0规范是指《中国金融集成电路(IC)卡规范(版本3.0)》。与PBOC2.0相比,PBOC3.0安全性进一步增强,并增加了更多非接触式小额支付应用功能,可在公交、高速公路收费等领域更为广泛运用。

央行有关负责人表示,此次升级适应了银行卡业务发展的新要求,为芯片银行卡进一步扩大应用奠定了基础,对推进金融创新和提升金融服务民生水平有重要意义。

央行通知明确,将芯片银行卡电子现金作为实现普惠金融重要工具,切实提升电子现金使用率和便利性;推动安全可控产品及密码算法在芯片银行卡领域的应用;积极应对银行卡交易欺诈风险从线下渠道向线上渗透的趋势,充分发挥芯片银行卡的安全优势,全面提升线上金融服务的安全性。

根据央行此前部署,今年8月底前全国ATM机、10月底前POS机均已关闭芯片银行卡降级交易,今后芯片银行卡只能插芯片而不再刷磁条交易,原有磁条银行卡照常使用。央行此前还提出,2015年起,在经济发达地区及重点行业领域新发行的,以人民币为结算账户的银行卡应为芯片卡。

9月底以来超过八成省区市猪肉价格下降

新华社北京11月3日电(记者 王晓玲)据新华社全国农副产品和农资价格行情系统监测,与前一日相比(下同),11月3日,猪肉价格下降;蔬菜价格以降为主;水产品价格以涨为主;食用油、牛羊肉、水果价格略有波动;成品粮、禽蛋、奶类价格基本稳定。

猪肉后臀尖肉、猪五花肉价格均下降0.2%;罗非鱼、带鱼、鲫鱼价格分别上涨0.2%、0.1%、0.1%,鲤鱼价格下降0.1%,草鱼价格持平;监测的21种蔬菜中,11种价格下降,2种价格上涨,8种价格持平。

监测数据显示,9月底以来,全国猪肉价格小幅下降。与9月29日相比,11月3日,猪肉后臀尖肉、猪五花肉全国日均价分别下降1.9%、1.8%。分地区来看,超过八成省区市猪肉价格下降,其中山西、辽宁、海南的猪肉后臀尖肉,辽宁、海南、青海的猪五花肉价格降幅居前,在5.2%~10.5%之间。

重点产煤省区将开展煤矿建设秩序专项监管

新华社北京11月3日电 国家能源局3日对外发布通知指出,近年来,煤矿安全生产形势持续好转,但部分地区煤矿违法建设现象仍然突出。针对这一问题,国家能源局决定在重点产煤省(区)组织开展煤矿建设秩序专项监管。

国家能源局发布的《关于开展煤矿建设秩序专项监管的通知》提出,根据监管的区域分布,专项监管成立督查组。各督查组要根据督查区域在建煤矿情况,对在建煤矿进行抽查或全面检查,发现未经核准擅自开工建设生产的,责成当地政府责令其停止建设生产。

通知明确,各督查组要将责令停止建设生产的煤矿名单,及时提交供电部门采取限电措施,除保证必要的矿井通风、排水等保安负荷外,一律停止采掘供电;同时,提请公安部门停止供应火工品。对拒不执行停产停建指令的违规煤矿,国家能源局一年内不予办理项目核准。

我国拟制定机器人技术路线图及产业规划

力争到2020年高端市场占有率破45%

新华社北京11月3日电(记者 张辛欣)工信部副部长苏波3日在接受记者采访时表示,工信部将组织制订我国机器人技术路线图及机器人产业十三五规划。

当前,全球制造业正在向自动化、集成化、智能化、绿色化方向发展。作为智能制造的主力军,工业机器人不断从汽车制造领域向机械、建材、物流、食品乃至航空、航天、船舶制造等领域渗透。

据麦肯锡咨询公司预测,到2025年,先进机器人在制造业、医疗和服务等行业领域

的应用可创造1.7万亿到4.5万亿美元的价值。国际机器人联合会近日发布报告称我国工业机器人需求仍将快速增长,年增长将达到25%以上,到2017年市场销量将达到10万台,工业机器人保有量超过40万台。

苏波说,目前我国工业机器人产业仍存在技术基础薄弱、关键核心零部件严重依赖进口、科技成果转化应用、标准体系、市场培育等多环节明显滞后,具有市场影响力的自主品牌尚未形成,同质化竞争不断加剧等问题。

苏波表示,工信部将通过加强顶层设计,引导行业发展,同时完善标准体系建设,组织编制我国机器人产业行业标准体系结构图 and 标准明细表,加大对机器人产业的资金支持力度和政策扶持等方式扶持机器人产业健康发展。

力争到2020年,形成较为完善的工业机器人产业体系,工业机器人行业和企业的技术创新能力和国际竞争力明显增强,高端市场占有率达到45%,基本满足国际建设、国民经济和社会发展的需要。

羊年金铤在京推出



11月3日,工作人员在北京某商场展示羊年金铤。当日,由中国金总公司发行的2015羊年金铤在京首发。据介绍,该系列藏品共分为“羊”字金铤、“吉祥”金铤、“如意”金铤和“平安”金铤等四个品种,成色均为99.99%。

新华社发

《中国免税报告》显示

中国消费者仍是今年海外奢侈品最大买家

新华社北京11月3日专电(记者 王存福)今年免税行业增速放缓,但中国消费者仍是海外奢侈品最大买家,这是中国奢侈品市场研究机构财富品质研究院3日发布的《中国免税报告》中提供的信息。

随着全球旅游业的快速发展,2013年全球旅游零售行业也继续呈现快速扩容的态势,但是免税购物虽然持续增长,在工厂店和高端百货的竞争压力下,增速开始放缓。报告显示,2013年全球免税行业的销售额约为446亿欧元,平均市场增长率约8%,较2012年15.3%的增长率下降一半。

报告显示,从消费力来看,目前中国消费者境外人均消费额1508欧元,是多数欧美国家公民境外人均消费额的3-5倍。2013年,中国人买走了全球47%的奢侈品,共计1020亿美元,但是只有280亿美元的消费留在中国境内,中国奢侈品消费外流



73%。报告预计,2014年中国的奢侈品消费将进一步转向境外,港澳地区(30%)、欧洲(22%)、美国(21%)是中国人海



外购买奢侈品最主要的三大地区,其中美国较去年增长7个百分点,欧洲同比增长6%,欧美逐步取代港澳成为中国海外购物的重镇。与此同时,中国消费者在境内购买奢侈品的比例较2013年减少了2%,港澳地区则锐减14%。

财富品质研究院调查发现,中国消费者免税店购物在境外购物消费中所占的比重由2013年的65%下降到2014年的62%,并呈现进一步降低的态势,工厂店消费正逐渐成为高端消费者的青睐,并逐渐成为新型旅游购物项目。

对于中国免税市场的发展前景,财富品质研究院院长周婷表示,中国免税市场短期内格局很难改变。对于海南离岛免税国家会进一步放开,但是不会将该模式开放到其他城市和地区,即不会放开市内免税店政策。

丹江口水库 水位再创新高

新华社武汉11月3日电(记者 熊金超 李伟)南水北调中线工程通水在即,记者从丹江口水利枢纽管理局了解到,水源地丹江口水库水位持续上涨再创新高,为如期顺利调水保障一库清水自流进京,提供充足水源保障。

据湖北省水文水资源局实时监测数据显示,3日8时,丹江口水库水位再创新高,增至160.7米,蓄水量也创下新纪录达到203.94亿立方米。

南水北调中线工程通水在即,一库清水将从丹江口水库出发,穿过黄河,沿京广铁路西侧一路北上,蜿蜒自流1000多公里,最终抵达北京。

南水北调中线水源公司总工程师张小厅告诉记者,丹江口水库水位达到140米即可通过中线渠首向北自流,水位超过145米才可能实现中线干渠自流进京,目前水库水位持续攀升不断创造新纪录,为一库清水自流进京再添新保障。

大坝加高工程去年通过蓄水技术性验收以来,坝顶高程已由原来的162米“长高”至176.6米,丹江口水库正常蓄水位已从157米提高至170米,相应库容由174.5亿立方米增加至290.5亿立方米。

据丹江口水利枢纽管理局水库调度中心副主任刘松介绍,丹江口水库自9月防汛以来蓄水量猛增100多亿立方米,丹江口水库已经具备了通水条件。通水后,利用海拔落差,南水北调中线工程将实现全线自流为河南、河北、天津和北京年调水95亿立方米。



金融改革取得五个方面进展

新华社北京11月3日专电(记者 刘铮 姜琳)国务院发展研究中心金融研究所所长张承惠3日表示,最近一年来,我国金融改革在减少市场准入管制、健全金融市场体系、推进利率汇率市场化、有序推进人民币资本项目可兑换、完善金融监管五个方面取得积极进展。

张承惠在国务院新闻办公室举行的金融体制改革进展吹风会上说,党的十八届三中全会以来,金融领域围绕决定发展的五个重点方向推进改革。在放开准入门槛方面,5家民营银行已全部获准筹建,消费金融公司出资人条件放宽,外资可以参股期货公司,鼓励民间资本投资保险业等。

在健全金融市场体系方面,张承惠介绍说,新股发行制度做了较大修订,对违规也加大了惩处力度;提出了商业银行发行优先股、补充一级资本的意见;发布了全国中小企业转让系统建设专门规定,各地股权交易场所也有较快发展;保险“新国十条”从国家层面上解决了保险业定位问题,提升了保险市场的作用。

在推进利率、汇率市场化改革方面,张承惠说,一年来国家允许存款类金融机构在全国银行间市场按市场化利率发行额度以内的同业存单,放开上海自贸区小额外币存款利率上限,人民币利率每日浮动区间从1%扩大到2%。为有序推进人民币资本项目可兑换,一方面上海自贸区内的外资金融机构和企业,可进入上海地区的证券、期货市场交易,境外母公司可在境内资本市场发行人民币债券;另一方面沪港通正积极推进。

在完善金融监管方面,张承惠介绍,国家加大了对影子银行的监管,出台了清理规范非融资性担保公司的相关规定,并发出通知规范金融机构同业业务。

业内人士谈互联网理财 宜先选产品再选平台

新华社太原11月3日专电(记者 魏鹏)随着互联网消费市场日趋成熟,各类金融产品通过与互联网相结合创新后形成一系列互联网理财产品,与此同时,也涌现出大批相对应的互联网理财平台或综合理财平台。业内人士认为,投资者应依据自身风险承受能力选择产品,决定了产品类型后再决定在哪个平台购买,即先决定买哪类产品、再决定去哪儿买。

梳理目前市场上的主流互联网理财产品,按照其投资标的划分,大致可分为以下几种:宝宝类余额宝理财产品(货币基金),保险理财(万能险或投连险)、P2P、票据理财(银行承兑汇票、商业承兑汇票)。银率网分析师魏燕敏说,尽管很难从产品属性严格比较出各类产品的风险大小,但大致的风险程度应该是宝宝类余额宝理财产品、货币基金相对较低,票据理财、P2P相对较高。因此对应的收益也是宝宝类余额宝理财产品的收益低,票据理财、P2P产品的相对较高。

此外,魏燕敏认为,从平台来看,大致是银行系平台的产品收益低于其他平台上的同类产品,独立的专业理财平台的产品收益相对高于其他平台上的同类产品。从风险的角度来看,也是银行背景的平台由于基于银行体系,在风险控制方面相对要好一点,风险系数相对较低。而独立的专业理财平台由于没有严格的资质审核流程以及风控管理要求,这类平台的差异较大,相对而言投资风险较高。对此,她建议,投资者在投资时,注意分散风险,从产品的选择和平台的选择两方面入手,选择不同的平台配置不同的产品。尤其是对于P2P、票据理财的投资,不仅存在平台不安全的风险,即使是运行较好的平台,也存在产品本身的违约风险,投资比例不宜太高,应控制在50%以下。