



“双 11”购物节推陈出新,再创销售规模新纪录 ——

内需潜力加速释放

中国再次向世界展示了强大的消费动能：11月1日0时至11月11日23:59,2020天猫“双11”成交额达到4982亿元,京东“双11”累计下单金额超过2715亿元,均再次创下销售规模新纪录。与此同时,苏宁易购、拼多多等电商平台都创造了不俗的销售业绩。

每年的“双11”是观察中国消费实力的一个重要窗口。当前,我国正加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。“双11”的巨额成交数字印证了构建新发展格局的现实基础,也让我们看到了消费格局的变化,以及我国经济的韧性与活力。

新变化彰显消费复苏

今年的“双11”来得更早一些。京东宣布2020年“双11”于10月21日正式开启,为期22天。同样,2020年天猫的“双11”也从10月21日开启预售,并都采用了两波售卖期。

“分流加差异化是今年‘双11’最大的改变。”中南财经政法大学教授、数字经济研究院执行院长盘和林接受经济日报记者采访时说,这相当于将“双11”的“战线”拉长了,或者说分流了“双11”的购物人群。分流的效果非常明显,许多品牌在第一轮预售中的销售便超过了去年“双11”整日销售额,并且带来了物流效率的显著提升。同时也表明,电商平台的服务越来越贴合消费者的需求。

国际关系学院公共管理系教授殷认为,拉长“双11”的销售周期,使消费行为更理性也更具可持续性,有助于商家建立、加固与用户的黏性,实现疫情后业绩的修复。

拉长周期的同时,优惠方式也变得更简单。比如,天猫平台以超300亿元的现金补贴等方式,代替了过去的购物津贴等玩法,打折商品数量达1600万款,是去年的1.6倍。淘宝、京东平台商品页面“预估到手价”的设置一目了然。

对此,中国电子信息产业发展研究院世界工业研究所人工智能研究室主任王哲分析,今年的新冠肺炎疫情对线下门店造成了较大冲击,电商在消费中承担了更重要的角色。电商通过更直接的打折促销、更长的消费决策周期,可以显著提升消费者对自身平台的黏性。“今年‘双11’是对恢复性消费平稳释放的接纳,是国内消费内循环预期改善、刚性消费需求上升



的体现。”王哲说。

消费升级趋势明显

今年的“双11”相关数据显示,消费者正变得更为理性。正如众诚智库高级副总裁吕立平所言,消费升级催生出了“精研型消费者”,他们不仅关注产品的“精致实用”,还精于研究产品的成分、原产地等。近九成消费者更愿意把钱花在“刀刃上”,并由此成为“消费专家”。

“双11”的消费变化体现了消费升级的大趋势。

高端商品受到青睐。据统计,在京东平台,11月11日开场5分钟内,高端大米成交额同比增长15倍,有机大米成交额同比增长20倍,有机奶成交额同比增长50倍,高端婴幼儿奶粉增长16倍。

新品牌呈现象级爆发。仅在11月1日当天,天猫平台357个新品牌摘下了细分品类的销售桂冠,1800多个新品牌成交额超越去年“双11”全天,94个新品牌增长超过10倍。

进口商品热度不减。10月21日至11月1日期间,银泰百货诞生了26个销售超过100万元的“爆款单品”。受疫情影响消费者无法走出国门,以腕表、美妆为代表的高端消费也回来了,在银泰分别增长了91.2%、92%。

农村市场成最大增量。借助遍布全国的电商配送体系,中小城市和乡

村用户成为新的消费主力,随着消费升级,农村市场已是“双11”的重要舞台。今年“双11”,各大商家纷纷瞄准农村市场,如京东专门针对下沉市场发展超2亿件5折商品、超3亿件新品。在京东“双11”预售阶段,农村市场预售订单额同比增长达到126%。

“双11”也成为国内外商品流通循环的平台。迪拜一家名叫Camelicious牧场自天猫“双11”预售开启以来,其海外旗舰店驼奶销量呈爆发式增长。

盘和林表示,在疫情背景下,许多国际厂商瞄准中国市场,希望借力中国市场渡过难关,一些国际品牌的首发都选择了此次“双11”。未来,随着中国消费力量的进一步崛起,中国市场或将成为国际品牌角逐的“战场”。

有效增强经济韧性

从今年围绕“双11”的商业促销活动看,“双11”不仅是电商平台的“盛宴”,更是实现了线上线下融合,赋能传统制造业。层出不穷的新模式助推传统产业转型升级,有效增强了中国经济的韧性。

“这背后是技术进步赋予的消费新动能。”王哲认为,支付工具已经全面升级为数字生活大平台,从数字消费扩大到同城服务,并将带动线下消费进一步恢复升级。比如,今年“双11”,基于数字化动态变价系统,在便利蜂线下门店,促销、打折已是常态化操作,消费者每天进店都能收获不一样的折扣。

新的消费场景打开了新的增长空间。今年,有210万个线下商家参与天猫“双11”,天猫超市、盒马、饿了么、银泰、大润发……阿里新零售的长期耕耘,形成了覆盖海量消费者的新生活圈。消费体验被重塑,更多的行业领域加速拥抱新一波数字化红利。

互联网平台作为产业链条中的重要环节,发挥技术优势和直面消费终端的优势,赋能产业链,畅通供应链。依托于电商平台的大数据和智能供应链,联手制造企业打造的定制类商品颇受欢迎。11月11日开场15分钟内,入选京品家电“爆品标杆计划”的产品成交额就突破1亿元。

此外,“双11”中的“互联网+产业带”也是一大亮点,产业带数字化不仅为不同产业、不同层级的商家带来了新的增长点,还加速了传统产业结构的转型与升级。例如,今年“双11”期间,京东旗下社交电商平台京喜,深入全国180多个产业带,通过工厂直供、产地直发模式,在超级百亿补贴的助力下,“双11”首日订单量同比增长160%。

拉长时间、放缓节奏、推陈出新。“今年‘双11’使得产业链、供应链、物流链得以深度喘息,为生产制造、市场流通创造时间窗口,有助于让内循环更好发力,未来还将带动国内外生产、物流、消费需求的恢复和市场规模重塑。”王哲说。

(据新华网)

农业农村部部长韩长赋：

今年中国粮食丰收已成定局

新华社北京11月12日电 农业农村部部长韩长赋在11日晚开幕的中国发展高层论坛2020年年会上表示,中国粮食和农业生产经受了新冠肺炎疫情大考,今年我国粮食丰收已成定局,产量有望创历史新高。

谈及成绩的取得,韩长赋认为根本原因在于中国始终把保障粮食安全作为治国理政的头等大事,同时坚持做到藏粮于地、藏粮于技和加大政策支持。

据韩长赋介绍,“十三五”以来我国粮食连年实现丰收,产量一直稳定在1.3万亿斤以上,人均粮食占有量稳定在470公斤左右,高于人均400公斤的国际粮食安全标准线。

“十四五”期间,“三农”工作又有哪些新目标?韩长赋表示,巩固拓展脱贫攻坚成果,接续全面推进乡村振兴;提高农业质量效益和竞争力,加快推进农业现代化以及实施乡村建设行动,不断推进农村现代化将是未来五年农业农村要干好的三件大事。

韩长赋认为,脱贫攻坚取得胜利在望,困扰中华民族几千年的绝对贫困

问题将历史性得到解决,中国农业现代化也取得了明显进展。但中国城乡发展还不平衡,农业供给结构性矛盾、农业质量效益和竞争力不高的问题更加凸显。

面对当前严峻多变的形势,按照五中全会的部署,韩长赋指出,“十四五”时期,农业农村部将着力推进脱贫攻坚同乡村振兴有效衔接,把乡村建设摆在社会主义现代化建设的重要位置,把保障粮食和重要副食品安全作为农业现代化的首要任务,让亿万农民有更多的获得感、幸福感、安全感,过上和城里人一样的好日子。

农业作为第一产业,是经济社会稳定发展的压舱石。韩长赋表示,中国将始终将“三农”工作作为重中之重,绝不放松粮食生产,把14亿中国人的饭碗牢牢端在手中。

韩长赋说,中国经济与世界经济高度关联,后疫情时代经济复苏需要携手合作。“我们将坚定不移推进农业对外开放,积极开展农业科技、人才、农产品贸易、农业投资等多双边合作,在开放中创造机遇,在合作中共同发展。”

国家税务总局：

减税降费政策效果持续显现

新华社北京11月12日电 国家税务总局收入规划核算司司长蔡自力12日在国务院政策例行吹风会上表示,从今年以来减税降费执行情况看,党中央、国务院出台的一系列减税降费政策措施直达市场主体,今年政府工作报告确定的“全年为企业新增减负超过2.5万亿”的目标任务可预期完成,政策效果主要体现在“一降、两增、三稳”。

蔡自力介绍,其中,“一降”是指市场主体负担持续下降;“两增”是指市场主体活力增强,企业经营效益增强;“三稳”是指就业人数稳步回升,企业投资稳步恢复,发展预期稳步向好。

税务总局数据显示,2020年前三季度,重点税源企业每百元营业收入税费负担下降0.63元,降幅达9.4%。“十三五”以来,国家实施减税降费力度不断加大,预计五年累计减税约7.6万亿元,我国企业税费负担逐年减轻,比如重点税源企业每百元营业收入税费负担2016年—2019年分别下降1.6%、1.2%、1.9%和6.9%,市场主体负担持续下降。

随着减税降费政策的推进,市场主体活力不断增强,企业经营效益持续增强。数据还显示,三季度到税务

部门办理涉税事项的新增市场主体数量同比增长24.5%,比二季度增速提高了17.4个百分点;三季度,全国重点税源企业实现利润总额同比增长4.9%,增幅较二季度提升8.1个百分点。

此外,今年以来,阶段性减免社保费以及继续实施的降低社保费率等政策持续落地,叠加去年个人所得税减税政策,降低了企业用工成本,就业人数、企业投资、发展预期也稳步向好。

数据还显示,前三季度,全国重点税源企业新增固定资产投资同比增长1.5%,年内首次实现正增长,较上半年提升了5.1个百分点;全国享受研发费用加计扣除政策的33万户企业,购进高技术设备和高技术服务金额同比增长15.8%。提高研发费用加计扣除比例、企业购进不动产一次性抵扣等税收优惠政策实施,有力增强了企业投资内生动力。

税务总局开展的2万户企业生产经营状况调查问卷显示,68.6%的企业预计四季度发展预期向好,比上年末提高了15.9个百分点。其中,信息技术服务、科学研究和技术服务等高技术行业,预期向好的企业占比均超八成。

这些医疗“黑科技”,你见过吗?

新华社武汉11月12日电 医患无接触能扫描胃部的磁控胶囊胃镜系统、集合CT、X光机等关键医学影像设备的“长征”车载医学影像中心、日均检测量高达2万人份的移动核酸检测车……11日在武汉开幕的第二届世界大健康博览会上,一大批医疗“黑科技”产品集中亮相,让参会者眼花缭乱的同时,也让人直呼“安全感倍增”。

在今年首次设立的抗疫物资馆展区,一款17米长的“大家伙”引得观众驻足观看。据介绍,这台重达28吨的“长征”车载医学影像中心,是国内首台集成了“天眼智能CT”、移动式X光机、乳腺X线机等关键医学影像设备的车载平台。车上搭载的智能影像云平台,通过5G技术可实现信息的实时采集、管理、存储和共享。

“通过攻克避震、供电等技术难题,我们将影像中心从‘固定资产’变成了可灵活移动的‘流动资产’。”联影集团董事长薛敏向记者介绍,车载影像平台“战”时可随叫随到、迅速向一线疫区调集,提升影像检查能力;平时可用于基层体检、乳腺癌和肺癌筛查等工作,补充基层医疗资源,做到“平战结合”。

移动式核酸检测车也是这次展会上亮相的防疫“黑科技”之一。外观看似与普通大巴车别无二致,走进内部却“大有乾坤”。车厢内部被分隔成了试剂准备区、标本制备区和工作区三个独立单元,成为一个功能完备的小型实验室,可以快速部署并高效地提供核酸检测服务。

武汉客车制造股份有限公司总经

理郑丽萍介绍:“这款长达12米的移动式核酸检测车按P2(二级生物安全)实验室标准要求设计制造,专门针对疫情防控核酸检测常态化需求进行开发,从核酸样本接收,到检测后的报告发送,可以实现全流程自动化,混样情况下日检测量最高可达2万人份。”

在医疗科技展厅一角,随着工作人员轻轻拨动操作杆,一枚小小的胶囊在胃部模型中不断旋转、移动,仿佛在“空中起舞”,模型内部的全息影像同步出现在显示器上,引得观众啧啧称奇。

安澜科技的现场负责人徐伟介绍,通过磁控胶囊胃镜系统进行胃镜检查,受检者只需要吞下比普通感冒药片略大的胶囊,穿上专用的检查服躺下,医生就能在操作台上通过改变磁场,遥控指挥“胶囊”对可疑病灶进行全方位拍摄。只需20分钟左右,受检者就能在完全无痛的状态下完成胃部检查,大多数人结束检查后的几天之内,胶囊就会顺着胃肠道蠕动正常排出体外。

“我们将胃镜检查告别了‘插管时代’,真正实现了医患无接触。”徐伟说,操作员和受检者可以分处两室,胶囊专人专属、一次性使用不回收,规避了交叉感染风险,让防疫期间的胃镜检查更安心。

本届世博会首次设立抗疫物资馆,还原“两山”医院、火眼实验室、方舱医院等武汉典型抗疫场景,同时展示国内一些企业生产的核酸检测仪、呼吸机、体外膜肺氧合(ECMO)等医疗设备。

广告

不动产权证书作废公告

因下列不动产权利已被司法处置转移,无法收回不动产权证书,根据湖南省衡阳市蒸湘区人民法院(2020)湘0408执383号之一协助执行通知书及湖南省衡阳市蒸湘区人民法院(2020)湘0408执383号之二执行裁定书和《不动产登记暂行条例实施细则》第二十三条的规定,现公告作废。

序号	不动产权证书号	原权利人	权利类型	不动产坐落	备注
1	湘(2019)衡阳市不动产权第0000718号	王柳娜	国有建设用地使用权及房屋所有权	蒸湘区解放大道58号珠江愉景新城二期5#栋2806室	住宅

衡阳市自然资源和规划局
2020年11月11日

下列证件 声明作废

- 衡阳市珠晖区老龄工作委员会发给屈桂香的25049181号老年优待证
- 衡南县中等卫生职业技术学校发给贺放水的98217276号毕业证书
- 湖南华天国际旅行社有限责任公司的1950079号空白单项委托协议
- 中国人民银行衡阳市中心支行发给衡阳市蒸湘区个体劳动者私营企业协会的核准号为J5540000394504的开户许可证正本
- 中国人民银行衡阳市中心支行发给衡阳市婚姻服务中心的核准号为J5540001063301的开户许可证正本
- 衡阳市婚姻服务中心公章(编码为4304070014656)壹枚