

“双 11”互联网消费数据释放了哪些新信号？

“ 2135 亿元,2018 年“双 11”不断滚动的单日成交额就此停止,但以“双 11”为缩影的我国电子商务消费市场仍在不断发展成熟。

10 年以来,从“双 11”管窥我国消费,逐年刷新的交易总量除了反映互联网消费潜力持续,更折射出未来消费的趋势。 ”

进口扩大改变消费结构

“这几年,我在保健、母婴等品类上的消费更加追求品质,电商平台以及线下门店日益丰富的进口品牌为我提供了更多的选择。”浙江湖州市民胡菲菲说,自己的消费理念变化不仅影响了家人,也代表着身边不少同事朋友的消费新趋势。

天猫国际统计数据显示,“双 11” 开场,6 小时 29 分钟天猫国际总成交额超去年“双 11”全天,再次印证了中国市场进口消费的爆发力。

承接首届进博会溢出效应,今年“双 11”天猫国际集合了 75 个国家和地区的近 19000 个品牌。在不

线上线下融合趋势加深

除了在凌晨熬夜“秒杀”心仪的宝贝,在部分城市核心商圈,消费者拿着手机“摇一摇”抢红包成了另一道新风景,一些线下商场的消费热度同样高涨。

电商智库网站电子商务研究中心主任曹磊表示,“新零售”等改变不断落地的情况下,消费者双线购物趋势明显。

互联网消费带动产业数字化

纵观“双 11” 10 年发展,互联网消费改变物流等配套行业的发展最为直接而明显。快递物流在仓储、分拣智能化、通关便捷化等帮助下,效率进一步得到提升。

据菜鸟网络“双 11” 期间公布的数据显示,通过与海关总署的关务系统对接,2018 天猫“双 11” 进口包裹清关和通关效率大提速。“双 11” 开启后约 9 小时,进口订单清关量突破 1000 万单,比 2017 年快了 10 个半小时,智能物流骨干网已在全国部分跨境保税园区实现“秒级通关”。

中国物流学会特约研究员杨达

少国外企业看来,除了口碑和市场的扩大,消费市场的升级是更多品类进入中国的良机。

不少电商平台在保持原本日韩、澳洲品牌供应链优势的基础上,不断挖掘欧美市场潜力,美国知名运动零售商 footlocker、英国知名零售商 boots 等近 500 家全球品牌在今年首次入驻中国电商平台。

““双 11”进口的走势是反映未来我国消费结构转变很好的风向标。未来我国将会转向出口与进口并重,将持续为世界释放新红利。”国务院发展研究中心新经济研究员朱克力说。

相关数据也在一定程度上证明了这一融合的加深。阿里方面表示,本次“双 11”将有北上广深杭等城市的 100 多个新零售商圈、20 万家智慧门店加入相关促销活动。

今年“双 11”下午 1 时左右,居然之家全国 260 余家门店销售额突破 100 亿元。11 月 1 日以来,盒马鲜生线下门店成交额比平时增长 20%左右。

卿说:“随着电商仓储网络体系完善度的大幅提高、通关效率的显著提升等,未来电商服务的体验将会更加优化。”

除了在相关配套产业上推动智能化提升,消费规模不断扩大对上游企业生产数字化转型也有不小的推动作用。消费互联网将进一步带动产业互联网发展。

朱克力表示,“双 11” 数据持续走高反映了我国互联网消费仍然潜藏了巨大的爆发力。未来需求端和生产通过数据会形成良性互动,将会进一步推动消费在国民经济中的引领作用。

链接 9.2 万笔 / 秒! 网联平稳度过“双十一”大考

网联清算平台 12 日发布数据称,11 日全天处理跨机构交易笔数 11.7 亿笔, 交易处理峰值超过 9.2 万笔/秒。业内人士表示,网联平稳度过了“双 11”大考,非银行支付机构的业务迁移工作也已基本完成,支付体系的效率和安全将得到进一步提升。

网联清算公司战略产品部负责人巢湛介绍,“双 11”创下网联平台交易处理的峰值记录,成功率达到 100%,这背后离不开科技支撑和前期筹备。

“为满足海量交易及峰值处理需求, 网联平台系统采用分布式云架构体系,在北京、上海、深圳三地设立了 6 个数据中心。前期相关压力测试显示, 网联平台的处理峰值能力远超每秒 18 万笔。”巢湛说。

苏宁金融研究院互联网金融中心主任薛洪言指出,“从今年‘双 11’情况来看,网联平台的处理能力及峰值承载能力得到了市场的验证

和认可。”

按照央行要求,今年 6 月 30 日起,支付机构的网络支付业务将全部通过网联平台清算。

网联清算公司董事会秘书张拴洋介绍,目前已有 400 余家银行、115 家网络支付持牌机构接入网联平台。11 月以来,支付机构和商业银行合作开展的支付业务中,已有超过 90% 通过网联处理,切量工作进展顺利。

目前,支付宝和财付通在支付市场占据绝对份额,而这两家响应监管要求,业务已基本迁移至网联平台处理。

网联清算平台表示,面对即将到来的“双 12”和“春节红包大战”,网联已启动新一轮交易保障工作。“处理交易能力要比市场空间高 30%至 50%,才能有效满足消费者的支付需求。下一步,我们将根据市场交易量的增长,不断提升和扩容平台系统。”巢湛说。

据新华社



《2018 中国电商年度发展报告》发布 未来哪些行业可以搭上电商这趟『快车』

“ 1998 年,中国出现了第一笔网上订单; 2009 年,阿里巴巴首届“双 11”,成交金额 5000 万元; 2018 年,仅 1—9 月,中国网上零售额总额已达 62785 亿元。 今年正值改革开放 40 周年,中国电商 20 年间的成长,也正是改革开放进程的一个缩影。中央广播电视总台央视财经频道与中国社科院财经战略研究院联合出品《2018 中国电商年度发展报告》。《报告》梳理了这一年来中国电商的新变化:电商对经济增长的贡献度究竟如何? 未来有哪些行业可以搭上电商这趟“快车”迅猛前行? 全球电商还有哪些新的发展趋势? ”

网上零售额保持较快增长, 在社会商品零售额中比重持续增加

2018 年 1—9 月, 网上零售额总额达到 62785 亿元, 相比上年同期增长 27%, 持续保持较高增长速度。

其中, 实物商品网上零售额 47983 亿元, 服务网上零售额 14802 亿元。

实物商品网上零售额在社会商品零售额中占比达到 17.5%, 同比提高 3.5 个百分点。

目前, 电商成为了消费增长的重要力量。

2018 年 1—9 月, 我国社会消费品零售总额 27.43 万亿元, 同比增长 9.3%。测算的结果表明, 在 2018 年 1—9 月, 每新增一元的消费支出, 有 44.7%是通过网络消费实现的。

买买买的我们已经为经济增长贡献了不小的力量。

今年我国农村电子商务发展继续奔跑, 随着电商下乡行动的深入, 农村网购市场规模仍保持着较大的

增长速度。据课题组推算,2015 年农村网购市场规模达 3530 亿元, 同比增长 96%。2016 年达 4823 亿元,2017 年达到 6500 亿元,2018 年将超过 9000 亿元。在全部网购市场的占比将达到 10%。

2018 年上半年,农村地区网络零售规模不断扩大,全国农村网络零售额达到 6322.8 亿元人民币,同比增长 34.4%;2018 年上半年,全国农产品网络零售额达到 906 亿元人民币,同比增长 39.6%。其中,水果、茶叶和坚果销售额排名前三。

农村电商大发展,扶贫效果尤为明显。2018 年 6 月 15 日,中共中央、国务院在《关于打赢脱贫攻坚战三年行动的指导意见》中明确提出,实施电商扶贫,优先在贫困县建设农村电子商务服务站点。继续实施电子商务进农村综合示范项目。动员大型电商企业和电商强县对口帮扶贫困县,推进电商扶贫网络频道建设。

电商在各个年龄层渗透,老年市场开始兴起

在 2017 年,31.5%的用户的份额为 25—34 岁。但是,老年人开始更多地使用网络购物。

据调查,德国网购主力是 24—54 岁的人群, 而 55 岁以上的老年人中网购族的比重达到 34.2%。

法国首选线上渠道的消费者多集中在 25—34 岁,65 岁以上习惯线上购物的比例最低, 但增涨趋势

迅猛,与去年同期相比增加 26%。

韩国为发展老年人电商,有较多的面向老年人的专业电商平台。

在中国,越来越多的老年人也加入了上网的大军,网上购物、网络支付、网上炒股,甚至是出国旅行,互联网为他们的生活提供了更多的可能,“银发族”也成为了不可忽视的消费力量。

电商法制化发展获得重大进展,电商法出台

网购总会有不顺心的时候,权益受到侵害,投诉无果,这种事大家也许都遇到过。别担心,《电子商务法》将为大家未来的网购生涯保驾护航。

2018 年 8 月 31 日, 十三届全国人大常委会第五次会议表决通过《电子商务法》,自 2019 年 1 月 1 日起施行。该法由全国人大常委会于 2013 年 12 月 7 日正式启动, 历时五年,终于出台,对我国电子商务法

制化、规范化发展有着极其重要的意义。

电子商务法对电子商务经营主体、经营行为、合同、快递物流、电子支付等进行了明确规定,并就电子商务发展过程中存在的搭售、保证押金、“大数据杀熟”、个人信息保护、不正当竞争、平台责任、差评删除、电商绿色化、电商经营者登记及纳税等问题都进行了积极回应。

据央视财经