

2019天猫“双十一”成交额达2684亿元

## 电商直播成为消费新趋势



12日零时钟声敲响,滚动了24小时的2019天猫“双十一”实时成交额数据定格在2684亿元人民币,同比增长约25.7%。

数据显示,2019天猫“双十

一”物流订单达到12.92亿,开场短短2个小时,天猫“双十一”的“亿元俱乐部”品牌数已经达到148个。

值得关注的是,电商直播成为新趋势之一,淘宝直播首

次成为今年“双十一”的主流消费方式。据介绍,今年“双十一”期间,超过10万商家开通直播。开场1小时3分钟,淘宝直播引导的成交额已超越去年全天;开场8小时55分,直播引

导成交已破100亿,超过50%的商家都通过直播获得新增长。

今年,通过淘宝App、天猫App等参加“双十一”的用户超过5亿,与去年相比增长1亿。

天猫及淘宝总裁蒋凡认为,在新消费的机遇下,新的消费人口、新的消费供给、新的消费场景和行为成为今年天猫“双11”最显著的特征。

/新华社

## 多项红利加速释放引爆“双十一”消费

天猫开场3分钟破200亿,苏宁家电3C1分钟破10亿,京东1分钟卖出1万多台扫地机器人……“双十一”大战刚开始,各大电商平台频报战绩。截至当天最后一刻,仅天猫“双十一”总成交就达到2684亿元。需求扩大叠加政策支持等利好持续释放,今年“双十一”不断刷新销售纪录。同时,智能、绿色等消费升级趋势更为显著。作为电商争夺的新战场,以三四线城市和农村为代表的下沉市场异军突起,成为引爆“双十一”的强大助推力。

记者获悉,围绕全面挖掘消费潜力,相关部门和地方还在密集部署,多项促消费升级政策将持续发力,将加大培育汽车、家电、电子等消费新增长点,更大程度激发三四线城市和农村市场消费潜力,包括优化供给、加强流通、强化保障等一系列政策举措落地在即。

## “下沉市场”崛起助推消费升级

11日零点刚过,苏宁易购总裁侯恩龙就通过微头条表示,“1分钟,苏宁家电3C破10亿,苹果、小米、华为、海尔、美的、格力六大品牌破亿,苏宁国际破亿。”天猫数据则显示,“双十一”开场3分钟,销售额破200亿元。仅仅16小时31分12秒,天猫“双十一”成交总额就突破

2135亿元,超越去年全天。

不断刷新的“双十一”消费额,彰显我国消费内需的巨大潜能,而智能、绿色等消费则成为消费升级的生动注脚。

在京东上,“双十一”1分钟扫地机器人售出1万多台,洗碗机8分钟销量过万台,刚刚发布的华为Watch GT2智能手表仅45秒销量突破1万只。

与此同时,消费者以旧换新热情高涨。苏宁数据显示,以旧换新活动中,4K超高清智能电视、500L+无霜对开智能冰箱、大1.5P节能静音挂壁式空调最受欢迎。

值得一提的是,电商销量频刷纪录的背后离不开下沉市场的大力助推,消费升级的重心正在迅速下沉。天猫、苏宁易购、京东等各大电商均在集中发力三四线市场。天猫数据显示,“双十一”期间,海尔、百雀羚、顾家家居等品牌爆款,超过60%的订单来自下沉市场。

拼多多数据则显示,仅整车销售方面,“双十一”前7分钟销量破800台,16分钟破1000台。截至11日上午9点26分,包括长安CS75、五菱宏光S3、观致5S、名爵ZS、宝沃BX5/BX7/BX7TS在内的五款车型全部售罄,这些车型大多被来自下沉市场的消费者抢购一空。

“在大量释放的消费需求

中,下沉市场正在异军突起。”中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林指出,以三线及以下城市、县镇与农村地区为代表的下沉市场消费群体占全国人口的7成左右,潜力巨大。电商平台下沉市场爆发,显示中国消费市场升级具有巨大空间和可持续性。

## 促消费新政将持续发力

记者了解到,四季度以来,相关部门密集部署,多项促消费升级政策还将加快落地,从产品类别看,汽车、家电、电子产品将成为重点。

10月2日,国家发展改革委、市场监管总局发布《关于新时代服务业高质量发展的指导意见》(以下简称《指导意见》),明确拓展服务消费。鼓励企业围绕汽车、家电等产品更新换代和消费升级,完善维修售后等配套服务体系。10月22日,国家发展改革委组织召开促进消费专题会议。会议要求,千方百计确保各项促消费政策落实落地,依托好联席会议的工作平台推动消费提质扩容,及时研究促进消费工作的具体思路和举措等。

10月30日,国家发展改革委修订发布了《产业结构调整指导目录(2019年本)》,修订重点之一是促进形成强大国内市场,明确促进汽车、家电、消费

电子产品等更新消费,积极培育消费新增长点。

地方政府也在加快行动。10月12日,江西省第32次省政府常务会议在部署下一阶段经济工作时要求,扩大消费贡献,优化消费供给,形成消费热点,促进消费升级。10月31日,陕西省发展改革委党组书记、主任张晓光赴西安市调研督导稳增长工作,强调要不断提升消费品质。加快国际消费中心城市

建设,重点稳定汽车消费,促进家电、电子产品消费升级,推动社区养老、家政等服务消费。从区域看,全面激发三四线城市及农村市场潜力被给予厚望。国家邮政局统计,今年全国的快递量预计达600亿件,其中四分之一来自农村。上述《指导意见》也明确,着力挖掘农村电子商务和旅游消费潜力,优化农村消费市场环境。

## 智能绿色消费驱动高质量发展

专家指出,随着居民收入水平的提高,消费需求正在向高端化、个性化、服务化升级,为高质量发展提供强大的市场驱动力。

“科技进步和消费观念更新步伐的加快,也使得家电、电子消费品等产品的更新换代进入快节奏阶段。”商务部流通产业促进中心服务业处处长、研

究员陈丽芬对《经济参考报》记者表示,以洗衣机、电冰箱、空调、彩电和计算机为例,这些产品更新换代大约是10年一周期,2009年这五种产品的居民拥有量大约为15亿台,更新换代的潜在市场规模将在4万亿至5万亿元。

陈丽芬还指出,绿色消费观念逐渐深入人心,二手产品消费、以旧换新等得到较快发展。绿色消费也渗透到各行各业,传统企业向绿色企业转型,环保、节能降耗的材料及设备更新也有很大市场。智能消费、绿色消费正成为新的消费趋势,助推经济高质量发展。

事实上,三四线城市以及农村地区正在成为我国消费增长增速最快的地区。中国贸促会研究院研究员赵萍对记者表示,在购买能力和消费意愿方面,农村增速均高于城镇,是未来消费增长的重要来源,也是消费升级领域巨大的蓝海。

对于接下来的促消费政策,赵萍认为,一方面要加强体制机制创新,丰富高质量产品供给,加强保护消费者尤其是农村地区消费者;另一方面,要不断提升居民收入,进一步落实相关减税政策,完善社会保障机制,提升消费信心,最终将消费潜力转换为现实购买力。

/新华社

## 从进博会到“双11”,消费升级的新动能正澎湃

10日第二届中国国际进口博览会完美收官,11日凌晨零点中国“原创”的“双11”购物节开幕,从进博会到“双11”“无缝对接”,展示了中国从“世界工厂”到“全球市场”的转型,14亿中国消费者对美好生活的需求,不仅给中国经济增长带来深厚动力,更成为全球经济发展的新动能。

“中国市场这么大,欢迎大家来看看。”开放的大门让世界各国看到中国市场蕴含的巨

大机遇。累计意向成交711.3亿美元,是今年进博会交出的新成绩;230多家企业签约报名第三届进博会企业展,体现了其吸引力和国际影响力持续提升。

进入第11个年头的“双11”则是这份魅力的延续,不少“进博尖货”在亮相展会的同时,第一时间入驻天猫、京东、苏宁等电商巨头的跨境平台,为的就是赶上“双11”购物狂欢节。

从线下走向线上、从海外走进中国,“首店”“首发新品”“首推新服务模式”等通过电商平台在中国市场落地,把更高质量的产品和服务带给中国消费者,强大的内需市场、高效的数字化通路和良好的营商环境,把一年一度的进博会扩展到365天。

中国消费需求正从注重数量增长向追求品质生活加速转变,新消费趋势、新消费领域涌现,澎湃着中国人消费升级带

来的新动能。魔术吸油烟机、能写诗绘画的人工智能、会飞的汽车等全球“黑科技”产品在进博会上让中国消费者耳目一新,它们刺激开拓了中国消费者的新领域,一转身这些“潮品”就被放进“双11”的购物车里,展会上的“高精尖”变得“触手可得”。消费者不再仅仅是在“双11”囤货淘优惠,而是更青睐蕴含新技术、引领生活品质改变的高端个性化商品,多元化的消费需求正在被新供给

所满足。

从进博会到“双11”,体现了中国拥有增强消费对经济发展基础性作用的沃土和力量。开放,增进了世界对中国市场的了解,也扩大了老百姓对全球产品消费的空间。未来更活跃、更强大的国内市场将推动消费升级提速,更好满足人民美好生活的需要,同时中国将积极拥抱世界,为世界经济带来更多机遇、注入更多活力,让全球共享中国经济的成长。

/新华社