



一本郑经·郑作时(国内著名财经作家)

# 「双十一」是个什么节?

11月11日这个节,现在红了。

双十一在杭州本地被阿里巴巴发明出来称“光棍节”,指的是这天的数字是四个“1”。这本来有点开玩笑的意思,不过对阿里巴巴旗下的中小型电商们来说,这天可不是小日子。过去几年,以淘宝为核心,阿里巴巴每年都要求其电子市场内的厂商们,这天要以差不多五折的价钱卖货,以形成消费者流量的骤增。

五年下来,马云的目标基本达到。五年前,双十一电商节还只是一个活动,只有一批不大的卖家在参与。到2010年的这一天,淘宝单日的销售总额就达到了10亿;2011年,这一天的数字变成了52亿;2012年这一天的数字再次被改写,突破了百亿,达到了191亿;今年阿里巴巴提出的目标,已经达到了300亿。在杭州,现在就已经到处可以看到电子市场内的厂商在各个地方做的广告了。

双十一的热点形成过程,是一个非常典型的市场漩涡过程。

最早阿里巴巴推出这个活动的时候,只是一批小卖家在参与这个活动,这里面包括中小型的制造业企业,也包括一些小的商家。我调查过,当时的参与者,销售额最大也不过在亿元左右。

但阿里巴巴的这个活动,瞄准了消费者,尤其是国内年轻消费者的心理。目前在国内外,由于收入分配的不均衡,年轻消费者的消费能力与消费需求之间有着巨大的差异,因此他们对大力度的折扣产品有着特殊的喜好。因此活动一开始,年轻的消费者非常喜爱,这个活动给了他们既买便宜货,又创造时尚的良好感受。

而因为年轻消费者对这个活动的喜爱,带动了一批著名品牌进入这个活动。因为中国是一个经济活跃的大国,它的年轻消费者,受到大品牌厂商的高度关注。所以到2010年左右阿里巴巴的这个活动达到十个亿的时候,实际上已经是相当一部分大品牌商品开始介入。而这些品牌的介入,就开始拉着成年消费者,以及有更多的厂商被卷入了这个活动,因此我们看到,阿里巴巴的双十一电商节,销售额在成倍上涨。

所以可以预期的是,今年双十一电商节的销售额,达到阿里巴巴预期的300亿销售额,是有较大概率的。这个漩涡,还在扩大当中。

双十一的这种热点效应,也引起了其他电子商务平台的反应。可以明显看到的是,像京东、当当这样的大型电子交易平台,都在双十一前后开始加大广告投放量。甚至在浙江范围内,相当一部分零售企业都会在十一月前后放低折扣,以期拉住消费者,不让本月销售额过低。

不过,电商节的大折扣销售,尤其是当下这个市场漩涡的形成,对传统零售业提出了挑战。它以实际行动在改造流通业的格局,有数据表明,在电子商务最早兴起的书籍销售市场,网络销售已占到全社会零售总额的四到五成。而阿里巴巴造就的这个市场漩涡,则是电子商务争夺零售市场份额的一种表现。

因此传统零售渠道可能会有两种反应。像家居商城的抵制就是一种,不过这可能无法改变消费者的选择。而我们也看到了零售商更为积极的反应,那就是以消费者为导向,或者进一步加强消费者在商场内的体验感受;或者是以网络价格为标准,改进成本控制,争取消费者。

总体而言,双十一电商节作为电子商务的一个标志性节点,代表着一种新的商业交易手段已经在国内进入普及阶段。一个很明显的趋势是,这样的竞争,将使中国进步。

## 声音

### 北京“双十一”电商不得虚标价格和库存

据报道,11月6日,北京市工商局相关负责人集中行政约谈京东商城、拉手网、凡客诚品、苏宁易购、当当网、去哪儿网、亚马逊等16家电子商务企业,要求电子商务企业在“双十一”网购高峰促销活动中规范促销行为。北京市工商局表示,鼓励企业采取更有利于促进和解决的措施应对消费热潮。企业应给予消费者7日的冷静期,一旦因商品或服务质量问题出现消费纠纷,企业应先行赔付消费者,增强消费者权益保护力度,尽量将消费纠纷化解在企业内部。加强对网站宣传和进货质量的管理。

(来源:北京青年报)

### 京东难做O2O:非不愿,实不能

O2O是当下电商圈以及传统商务圈最热门的词汇,仿佛搭上了这条快车,未来便会无比光明。在此次双十一中,O2O的博弈达到高潮,天猫牵手银泰,苏宁、国美也各自利用线下资源发力,传统线下企业也不甘寂寞各出奇招。但在广告投放上疯狂地与天猫掰手腕的京东却错过了这一天赐良机,其内部人士在一次采访中甚至表示在今年双十一,京东不会以O2O为主要卖点。纵观京东近年的发展史,在O2O方面京东的态度可以简化为六个字:非不愿,实不能。

(来源:网易科技报道)

### “双十一”电商争雄:物流配送决定成败

每年“双十一”被吐槽最多的莫过于快递变“慢递”,短时间激增的包裹量使得各大快递都面临爆仓的情况。虽然此次参展的主流电商纷纷推出快递“当日达”服务,但面对双十一的购物释放,电商及快递公司能否安然接招仍是大难题。

(来源:证券时报)

### 转型与创新是电商健康发展的活力源泉

在近日举办的“中国电子商务企业发展报告发布会”上,国务院发展研究中心研究员袁东明认为,电子商务现在已经进入了一个转型和调整阶段。经过之前几轮的野蛮式成长之后,创业者和投资者都慢慢趋于理性,电商企业开始倒闭,但行业仍处于快速成长期,未来的发展空间巨大。预计今年我国电子商务交易总额可能将超过10万亿元,网络零售将接近2万亿元。

(来源:中国经济时报)

## 经济热词

### L 李嘉诚套现

李嘉诚开始减持A股了!这次减持的是其家族在A股唯一的上市公司长园集团。今年以来,李嘉诚多次出售其在中国的房产,当中折射出来的信息令市场认为,他看空中国的房地产市场和中国经济。对此,李嘉诚曾解释说,不是看空中国经济,而是找到了更好的投资标的。

### Q 取消经适房

近日,住建部拟取消经济适用房传播甚广,同时公租房与廉租房并轨运行,通过财政发放房租补贴的方式,对“城市低保人群”、“城市中低收入人群”等区别对待。

### S 三马卖保险

本周,被称为全球首家互联网保险公司的众安在线财产保险有限公司在上海宣布正式开业,引入注目的是马明哲、马云和马化腾三位互联网界和金融界大佬悉数到场。资料显示,众安保险注册资本金10亿元,其中阿里巴巴是“众安保险”最大单一股东,持股比例为19.9%;平安和腾讯各持股15%,并列第二大股东。

### Y 油品风暴

台湾“油品风暴”继续扩大。据台湾媒体报道,“食品药物管理署”昨天公布全台236件标榜百分百纯油油品稽查结果,名列稽查名单的泰山、顶新与味全等大厂,除了泰山与味全的进口葡萄籽油仍待查核外,皆安然通过稽查。

### Z 最美违建

海口市海甸岛福安村海形路本是十分宽敞的马路,但从福安学校至夏威夷花园上百米的马路中央,被一排双层仿古建筑霸占。该建筑群做工十分精良,如同火车贯穿百米规划路,被网友称为“最美”违建。

(来源:中国经济时报)

## 微观点

### 在线财险面临三大难点

@吴其伦(海政合企业管理咨询咨询有限公司董事长,独立财经评论人):在线财险有三大难点。国内首家网络险企——众安在线财产保险有限公司于11月6日正式开业亮相,众安在线由中国平安、阿里巴巴和腾讯等筹资建立。笔者以为,在线财险面临诸多难点:1、缺乏人员引导,难以激发保险需求;2、缺乏专人服务,难以提升客户忠诚度;3、分支机构较少,难以高效理赔。

### 互联网金融概念合理性有待考量

@巴曙松(国务院发展研究中心金融研究所副所长):互联网金融的概念,在中国金融界争论得如火如荼,其实国际上尚未广泛使用此概念,用internetfinance在google和sciencedirect分别搜索,所涉及文章均与中国有关,成熟市场谈论很少,其概念的合理性,还有很大疑问。

### 风险管理是银行的核心竞争力

@宋逢明(清华大学金融研究中心主任):银行缺乏提供信贷给中小企业的热情,一个重要的原因是风险管理不到位。具备了强有力的风险管理,就敢于并有能力控制对中小企业的信贷风险。对中小企业贷款,银行具备有利的定价地位,而对大型国企,实际上银行定价地位很虚弱。风险管理是银行的核心竞争力。真正市场化取向的改革,应该朝这个方向走。

(注:以上观点均摘自和讯财经微博,标题为编辑加注)  
整理/现代快报记者 刘果 吕珣