

阿里巴巴：去年达到百亿元用了38分钟，而今年只用了不到13分钟

“双11”，不止是网购狂欢

核心提示

零点刚过1分12秒，成交额突破10亿元；去年达到百亿用了38分钟，而今年只用了不到13分钟……这些只是“双11”这一天阿里巴巴一个电商交易平台的实时数据。“双11”不仅是网购狂欢，也不仅是零售业的节日，商家的兴奋、消费者的激情成就了这一被外媒称作“全球最具影响力的购物节”。狂欢之下，也让人们从一个侧面思考“双11”这支温度计背后，中国内需潜力、创业创新和“互联网+”的真实体温。

“买买买”背后的“互联网+”

最近，网民又造了一个新词，三个“买”叠在一起，读音同“穷”。就是因为穷，所以才要买买买啊，买得多省得麻烦。”一位消费者在网上留言评论道。因为穷而不买，和因为穷才买，这或许是两代人消费理念的根本不同。事实上，加入网购的人已不谈钱多钱少了。

在水立方举办的“双11”晚会，一元钱抢购的活动火遍中国。低价促销的套路几千年来没有变化，唯一的不同在于，加上了互联网的二次方：不仅东西通过网上发货，连抽奖也是观众通过手机摇一摇实现：互联网+促销。

距离北京1300多公里外，浙江桐庐西村淘服务站，“操盘手”王明强也在挑灯夜战。平常他帮村民代购网上商品，今年农村淘宝首次参与“双11”，像王明强这样的服务站，过去一年在中国27个省份的6000多个村庄落地。

电商盛宴：靠的不仅是低价

“双11”发展到第7年，人们在思索，互联网为什么能够撬动内需？

互联网降低了成本——信息成本、交易成本、信用成本，对于企业来说，降低的是创新的成本。对于消费者来说，能够让他们从口袋里掏出钱的，最终是企业的创新，而不是商品的低价。

观察人士指出，仅仅依靠低价竞争是不可能拉动全社会总体消费的，因为那只是左口袋的钱到右口袋，从表面上看，网上买东西比实体店便宜，所以消费者更乐意在网上买；但是深层次看，物流、支付、信用等各种综合体验，才是在这不到十年时间培养出一批网购达人的原因。

互联网以及电子商务正在改变中国商业形态，前三季度经济数据公布，全国网上零售额同比增长36.2%，显现出网络消费在拉动“内需”这辆马车中发挥的动力。而新技术、新业态，创新经济模

式，带来内需增量。

从“柔性定制”到“周期购”，电子商务平台利用新经济、C2B开掘人们的需求。网上旅游产品、私人定制产品的推出和车辆、房屋等高价值商品销售，在释放内需潜力的同时还衍生出其他外部收益。

为了赶上中国“双11”的消费热潮，电商巨头亚马逊将美国一贯的折扣促销“黑色星期五”提前开启。来自全球商家试图通过互联网直接触达中国的年轻消费者。

“互联网+”百人会发起人张晓峰认为，“三驾马车”中消费占的比例越来越大，这已经成为一种趋势。互联网和“互联网+”不仅是改变经济发展模式，对每个人生活方式、生活习惯、智慧化生存的形态都产生影响。

（据新华社北京11月11日电）

快递业携7.6亿件包裹如何“突围”？

截至11日16时39分，仅阿里巴巴平台，交易额已达700亿元。短时间集聚起的巨量包裹让快递业承受了很大压力。此前，国家邮政局预计今年“双11”期间快件业务量将超过7.6亿件，最高日处理量可能突破1.4亿件。“双11”能否突围爆仓困局？正在加快转型升级的中国快递业，迎来了前所未有的“大考”。

每逢“双11” 快递业为何 遭“吐槽”？

伴随高速成长的网购发展起来的中国快递业，一直遭遇着“吐槽”。广州一位潘女士告诉记者，去年“双11”秒杀的一件衣服，到“双12”前才收到包装严重破损的包裹。

与国际快递业相比，被称为经济“黑马”的中国快递行业，在快速发展的同时，能力不足、水平较低、人员素质不高等问题也日益凸显。

业内人士指出，我国多数物流企业信息化水平不高，比如在物流发达国家已经普遍应用的自动化、智能化的仓储、运输、搬运等技术装备，在我国物流企业的普及率较低。一部分中小型物流企业还没有建立起自己的内部信息平台，也缺乏全行业统一的公共信息服务平台。

此外，快递行业的人员素质参差不齐、流动性大，“快递职业资格证”持有率不高。中国快递协会副秘书长杨骏认为：“国家虽然不强迫所有快递从业者参加考试，但快递企业的员工持证者应达到一定比例。尤其每到‘双11’期间，持证率会更大下降。未经培训的快递员是行业最大的安全隐患。”

每逢“双11”及节假日促销季前，各大快递公司就要“招兵买马”，应对包裹的“大流量”。而临时招揽的人员大多只培训一天，有些甚至没有培训就上岗，因此，“丢包”“偷包”“拆件”“摔件”等事件屡屡发生。

运力不足也是制约行业发展的一大瓶颈。“2014年中国的快件件量已经超过了美国成为全球第一，但中国航空企业现役的全货机总数量不足100架，而美国仅联邦快递一家快递企业的自有货机就超过600架。”杨骏说。

据新华社台北11月11日电（记者吴济海 傅双琪）大陆火爆的“双11”网购狂欢带动起来的购物热情，近年来也延烧至台湾。今年，台湾网民参与热情明显高于往年。各电商纷纷推出折扣、积分等促销措施，大抢网购狂欢商机。

台湾电商企业携手众多台湾品牌大举进驻天猫商城，台湾知名伴手礼糖村、新东阳、樱桃爷爷、佳德、PayEasy、药妆店康是美等纷纷进驻天猫商城。台湾电商PayEasy还协助台湾农民，将农产品及加工品销往大陆市场。记者看到，淘宝上标有“同一亩田”的台湾益全香米，已有250多家订单。

“来而不往非礼也”，去年双11时，台



中心，十一月十一日，在广州圆通快递公司的一处分拣中心，工作人员分拣数量庞大的包裹。
新华社发

快递业“软硬兼施” 加速升级迎“大考”

为摆脱“蜗牛”“低能”形象，快递业加快了转型升级的步伐。今年以来，各大快递公司纷纷借助大数据和信息化改造，软硬兼施打造“中国物流”升级版。

“前几年每逢‘双11’就暴露出许多问题，主要是不知道快递量有多少，怎么准备。现在菜鸟网络的数据预测准确率接近了90%，给了快递企业很大支撑。”中通快递营运副总裁倪根炎说。

记者了解到，菜鸟网络今年推出了升级版的数据平台“菜鸟天地”，从时段预测跃升为每日网点包裹派送量实时提前预报，覆盖范围涵盖中国50%以上的快递包裹，预报准确率达到90%以上。同时，共享的中国气象局的天气信息、多家快递公司的数据将进一步提升全行业物流效率，降低成本。

倪根炎说，以前用的是寄件、取件、派件、收件四联单，从包裹上抽取单据费时又费力，还容易出错。改用电子面单后，大数据会自动计算出分单路径，将包裹分到距离消费者最近的网点。目前电子面单全行业覆盖率已超过六成，“双11”期间有望超过八成。

据韵达快递相关负责人介绍，根据菜鸟的预测数据，韵达将有针对性地增加临时工4000人，货车5240辆以及航空租赁吨位。

与此同时，各大快递公司也开始通过硬件的信息化改造提升效率。消费者可能会记得，以前收到包裹，快递单会被记号笔画得五颜六色，而如今的快递单正逐渐被带有条形码打印的“电子面单”所取代。

倪根炎说，以前用的是寄件、取件、派件、收件四联单，从包裹上抽取单据费时又费力，还容易出错。改用电子面单后，大数据会自动计算出分单路径，将包裹分到距离消费者最近的网点。目前电子面单全行业覆盖率已超过六成，“双11”期间有望超过八成。

胡庆余堂天猫旗舰店负责人廖立新告诉记者算了一笔账，去年“双11”该店产生了9万多件包裹，按照传统面单打印至少需要4天才能打完，今年全部采用电子面单只用1天就能发完货，还节省了人力。

用“电子面单”分拨包裹效果更明显。中通公司总裁助理郑超说，以前是有经验的老员工，看着包裹上的地址信息，凭记忆确定包裹下一站到达哪个网点。如今用电子面单，大数据分拨准确率已达96%左右。

今年“双11”恰逢“实名寄件”实施不久，有人担心网购包裹会比往年更慢。受访的业内人士则认为，快递实名制在身份核实方面会增加一些程序，但对整个快递行业效率的影响并不大，这是一个行业逐渐规范的过程。

快递企业提高运力 24小时开足“马力”

国家邮政局预计，今年“双11”期间（11月11日至16日）全行业邮件、快件最高日处理量可能突破1.4亿件。截至11日16时54分，菜鸟快递网络累计利润订单量达到约3.495亿单。

包裹量不断刷新纪录，巨量包裹件能否按时按序顺利送达？记者11日采访发现，各快递公司正全情投入，24小时开足“马力”。

在运力方面，航空运输成为今年运力提升的热点。

记者了解到，“双11”前夕，顺丰新增2架全货机，自有的全货机增至22架。加上包机，顺丰机队总体规模达到42架。顺丰一负责人说，“双11”期间，预计顺丰航空自有全货机运货量可达2000吨/天，散航腹舱带货4500吨/天。

过去以低价争抢市场的“三通一达”

也开始争抢航空件市场。今年，圆通成为继EMS、顺丰之后第三家拥有专机的国内快递公司。购置专机已渐成快递行业的趋势。

与此同时，老牌航空快递企业——中国邮政航空有限公司也在不断强化航空运输的路线协调。申通、中通、韵达等快递企业则将加大货机的包舱规模。

（新华社杭州11月11日电）

台湾也“疯”双十一

湾卖家在淘宝海外市场的成交额位列第4。今年淘宝网站针对台湾用户推出了繁体字版，还包含送台湾运费新台币25元起、信用卡付款再减钱、台湾专属攻略等惠客举措。脸谱上的“淘宝台湾粉丝团”，至今已有16万个赞。据台湾“资策会”产业情报研究所做的2015台湾网友参与大陆“双11”网购节调查，今年有意参加淘宝、天猫、京东等大陆电商平台进行网购的台湾消费者比去年提高了10%。

电商平台乐天市场为迎战“双11”，在11月9日至15日间，推出上万件折扣商品，吸引了众多消费者。该网站统计，9

日活动推出当天，网页浏览量就比平日增加近5成。东森购物也在11日当天推出明星商品全面1.1折起，另有指定商品买一送一、加大送积分等优惠。由于此时正值台湾每年销售力度最大的商场周年庆，“双11”并未在台湾成为发烧性话题。

有专家认为，台湾网购并不像大陆那样火爆，主要原因是很多店面有固定的节假日及店庆促销，可以满足很多消费者的需求；同时台湾的快递人力成本也较高。

万达·骏豪仕家
新秀中心 一站式全能生活城

11月14日 首期火爆认筹

CHINESE URBAN RESIDENTIAL PARADIGM

销售热线 0898 6686 0888

项目地址：海口市白水塘路与海榆中线交汇处

（资料仅为要约邀请，不构成公司对广告相应内容的承诺。买卖双方权利义务以《商品房买卖合同》为准。）