

# 总体保持平稳 低位运行态势有望缓解

## ——解读11月份物价数据

国家统计局9日发布的数据显示,今年前11个月,全国居民消费价格指数(CPI)同比上涨0.3%,其中11月份,受食品、能源价格波动下行等因素影响,CPI同比下降0.5%,降幅比上月扩大0.3个百分点,但扣除食品和能源价格的核心CPI同比上涨0.6%,涨幅与上月相同,继续保持温和上涨。国内物价运行总体保持平稳。

### 11月份 食品价格同比下降4.2%

在我国CPI“篮子”商品中,食品占比最高。11月份,食品价格同比下降4.2%,降幅略扩大0.2个百分点。食品中,猪肉价格下降31.8%,降幅扩大1.7个百分点;鲜果价格上涨2.7%,涨幅扩大0.5个百分点。

从环比来看,11月份,食品价格环比下降0.9%,降幅超季节性水平(近十年同期平均水平)0.8个百分点。国家统计局城市司首席统计师董莉娟分析,因11月份全国大部分地区平均气温较常年同期偏高,利于农产品生产储运,鲜菜、鸡蛋和水产品等鲜活食品价格分别下降4.1%、3.1%和1.6%,降幅均超季节性水平;生猪出栏量有所增加,加之天气偏暖部分腌腊需求延后,猪肉价格超季节性回落,下降3%;鲜果价格季节性上涨1.9%。

统计数据显示,11月份,非食品价格同比上涨0.4%,涨幅回落0.3个百分点;环比下降0.4%。



董莉娟分析,11月份,受国际油价下行影响,国内汽油价格环比下降2.8%,为今年以来最大降幅;冬装新品上市,服装价格环比上涨0.6%;旅游出行进入淡季,飞机票、宾馆住宿、旅游和交通工具租赁费价格环比分别下降12.4%、8.7%、5.9%和2.8%。

从工业生产者价格看,11月份,受国际油价回落、部分工业品市场需求偏弱等因素影响,全国工业生产者出厂价格指数(PPI)同比下降3%,降幅比上月扩大0.4个百分点;环比由上月持平转为下降0.3%。

具体来看,11月份,国际油价下行,带动国内石油和天然气开采业、石

油煤炭及其他燃料加工业价格环比分别下降2.8%、2.5%,合计影响PPI环比下降约0.13个百分点,占总降幅的四成多。煤炭和天然气需求季节性增加,燃气生产和供应业价格环比上涨1.4%,煤炭开采和洗选业价格环比上涨0.3%。重大项目推进稳步推进,水泥制造价格环比上涨1.4%,黑色金属冶炼和压延加工业价格环比上涨1.1%。

### 各方协同发力 保障物价平稳运行

今年以来,国内物价总体呈低位运行态势。中国人民银行日前发布的

2023年第三季度中国货币政策执行报告指出,物价短期还将维持低位,未来将回归常态水平。中长期看,我国经济供需总体平衡,货币政策保持稳健,居民通胀预期平稳,不存在长期通缩或通胀的基础。

国家发展改革委将会同有关部门启动年内第三批中央猪肉储备收储工作,推动生猪价格合理回升;广东、四川、辽宁等多地密集发放新一轮消费券,抢抓年末消费旺季;重点电商平台如美团小象超市在入冬后增加牛羊肉、鲜活水产等应季生鲜食材供应,并在运营城市开设更多服务站点,满足市民“一站式”购齐的即时消费需求……近期,各方协同发力,推动消费需求持续回暖,保障物价平稳运行。

最新公布的一系列数据,释放需求回暖、市场信心稳步增强的鲜明信号:11月份,中国电商物流指数为113.1点,比上月环比提高1.2点;中国物流业景气指数升至53.3%,其中新订单指数为53.4%,较上月回升0.6个百分点;中国仓储指数升至52.2%,其中新订单指数升至53%,重回扩张区间;制造业生产经营活动预期指数升至55.8%,继续位于较高景气区间。

国家统计局新闻发言人刘爱华此前表示,从需求变化来看,商品和服务的需求都在持续恢复。从货币条件看,市场流动性总体合理充裕。基于这些因素判断,价格低位运行的状况将会逐步缓解。

(新华社 魏玉坤)

# “双12”开打 热度或有所转向

“双11”年度电商促销刚落下帷幕不久,“双12”又已临近。记者获悉,除淘宝宣布以年终好价节取代“双12”活动外,京东、拼多多、唯品会等电商平台早已提前一周就开启“双12”大促预热。不过,主流电商“双12”购物节促销方案与“双11”相差无几,而抖音、快手等直播电商平台造势动作加大,对商家、消费者均给予更大程度的扶持政策与补贴力度。

据记者了解,除了淘宝商家,今年天猫品牌商家全面参与,官方立减商品8.5折起,不用凑单,一键就能打折。此外还有跨店每满200元减30元,凑单门槛更低,满足不同消费者的购物需求。

淘天集团提供的数据显示,此次淘宝将好价节从分会场升级为主会场,继续发挥淘宝供给优势的同时,首次引入大量品牌商家,参与活动商品数量同比增长近20%,创下历史新高。淘宝百亿补贴爆款尖货,如任天堂Switch、苹果iPhone15 Pro Max、海蓝之谜精粹水等,首次参加淘宝年终好价节,全网动态比价,买贵必赔。

业内人士指出,品牌和中小商家对年终好价节高度投入,是淘宝价格力策略形成的正向循环。天猫“双11”期间,大量淘宝天猫商家依靠价格力获得订单大幅增长,仅三线以下市场就新增了2000余万用

户和超1.4亿笔订单,“双11”当日百亿补贴成交额同比增长更是达到7倍。从“618”首次设立好价节分会场,到“双11”期间继续加码,再到好价节成为“双12”核心主会场,意味着好价节的创新价值已经得到充分验证,也释放出鲜明信号,“好货好价”是淘天集团坚定的战略方向。

据悉,接下来淘宝好价节将作为长线IP运营,持续加大投入力度,让消费者以更优惠的价格买到丰富有趣的商品,做大用户规模的同时,也为各类商家创造更大的增长机会。

作为年度购物收官大促,“双12”通常是电商平台不容错过的重营销节点。

不过,自从淘宝宣布以年终好价节取代“双12”活动以来,今年的“双12”电商促销氛围似乎不如往年热闹,尽管京东、拼多多、唯

品会等主流电商平台早已开启“双12”促销活动预热,但消费者讨论度有限。

从平台促销规则上来看,多数主流电商平台在栏目、商品类目以及促销方案等方面设置与“双11”的差别不大,而以抖音、快手为代表的直播电商平台为“双12”则似乎加大了投入力度。

据悉,今年抖音平台的“抖音商城双12好物节”为期12天,活动时间为12月1日至12月12日。在促销方案上,抖音商城平台推出跨店每满150元减20元的优惠活动,并提供多种面额的消费券供消费者叠加使用;“双12”期间,抖音电商将在商城专区的基础上,推出超值购、秒杀等多个优价频道,将高性价比产品链接到更多消费者。

在商家端,抖音则推出跨店满减、抖音商城金卡、重点货品等玩

法,通过全域曝光扶持、优惠补贴、精准人群集中曝光等多种举措,帮助商家锁定用户需求。

快手方面,今年快手“双12年终好物节”大促正式期为12月7日至12月12日,快手电商大促运营负责人谭帅表示,“双12”期间,平台将拿出亿级流量补贴,通过“扶摇计划”“川流计划”“中小主播开播得流量”等直播间流量扶持政策,以及“大牌大补”“低价特卖”“爆品返场”等货品扶持政策,助力商家获得确定性的生意增长。

谭帅表示,快手电商“双12”期间施行的“大牌大补”“低价特卖”等政策也会一直延续到大促后的日常经营中,商家和达人可以通过商城做生意,同时为大促后的日常经营沉淀有价值的生意模式,获得更长期的生意增量,消费者也能继续通过商城购物。

(《证券时报》聂英好)