

线上线下消费势头强劲

今年“双11”持续升温

“双11”16年了。这一见证电商行业飞速发展的“购物节”，已成为影响力极广的消费盛事。作为观察中国消费市场的的重要窗口，今年的“双11”有哪些新亮点？

周期长、力度大、势头劲

今年的“双11”，比往年来得更早一些。

10月8日，抖音、拼多多便启动了大促预热；10月14日，天猫和京东同时开启“双11”活动。这意味着，今年“双11”时间跨度持续约一个月，刷新了自“双11”概念诞生以来的购物周期。

超长预售期，使得商家备货发货、优化库存的时间更充裕。济南中通仓储服务有限公司临沂分拨中心网络管理负责人孙德成说：“消费高峰在10月22日、11月1日、11月11日等节点多次出现，大大减轻了瞬时流量的压力。”

不少平台推出多项扶持政策，在优惠力度上也持续加码，“砸”出真金白银。

“双11”期间，抖音电商有针对性地推出“四个降低”“两个优化”等多项扶持措施，帮助商家提质增效。对于新商家和中小商家，平台也推出一系列利好对策。抖音电商负责人说，本次新商免佣是历年扶持措施中力度最大的一次。

政府补贴首次“入场”也成为今年“双11”一大亮点，“以旧换新”热度高涨。“平台优惠加上政府补贴，补上加补后，家电、家装的一些商品优惠在六折左右，确实很‘香’。”购买了多款家电产品的贾女士说。

苏宁易购升级“国补、厂补、苏宁补”三重补贴，优惠不止五折，推出200款家电一口价；“双11”全面开启以来，“以旧换新”订单同比增长超110%。“双11”期间，全国超过90%的县域农村地区均有消费者通过京东进行“以旧换新”。

线上线下消费势头强劲，消费热情持续升温。

记者在北京、济南、沈阳等多个城市看到，实体商超、餐饮店铺等，也积极加入“双11”促销队伍。在济南一家自助火锅店，69.9元一位的单人套餐近期已销售7000余份。店铺负责人张刚说，线上享受优惠、线下享受服务已成为消费常态，间接促进了业绩增长。

相关平台数据显示，截至10月30日，2024年“双11”全网累计销售额达8450亿元。

“参与平台范围不断扩大、物流等电商基础设施不断完善、商家对消费者的洞察更精准，国内市场依然存在消费潜力。”中国国际电子商务中心电子商务首席专家李鸣涛说。

据新华社电 中国人民银行11日发布的金融统计数据显示，今年前10个月我国人民币贷款增加16.52万亿元，其中企(事)业单位贷款增加13.59万亿元。

数据显示，10月末，我国人民币贷款余额254.1万亿元，同比增长8%。前10个月，我国住户贷款增加2.1万亿元；企(事)业单位贷款增加13.59万亿元，其中中长期贷款增加9.83万亿元。

在货币供应方面，10月末，我国广义



在沈阳市沈北新区一家快递企业内，全自动分拣流水线高速运转，快递包裹经过智能扫描后自动分拣。(新华社)

多重因素让消费保持活力

业内人士分析，今年“双11”表现不俗的背后，是多重政策利好、平台着眼服务、商家深耕市场等因素的结果。

“消费品‘以旧换新’政策先期出台是重要利好。”中国家用电器协会副理事长徐东生说，不少品牌抓住“双11”促销时机，展现出强劲增长势头。数据显示，天猫开启“双11”预售活动首小时，大家电整体成交较去年预售同期上涨765%。

今年“双11”，平台将竞争焦点从价格战更多转向服务升级。

电商平台开始意识到“做减法”的

重要性，不再以价格战为噱头。今年，微信支付全面接入淘宝、天猫，存在多年的支付“壁垒”首次被打破；菜鸟等快递公司与多个平台达成合作。

“平台做减法，并不意味着销量会下降。相反，消费者获得更多实惠和更优体验，会助推消费市场‘升温’。”中国人民大学商学院市场营销系副教授丁瑛说。

商家也更多回归注重产品和用户体验的本质。

“喜欢什么样都可以告诉我，我会

帮你把这块玉打造成独一无二的样子……”“双11”前，记者走进辽宁岫岩一家个性化定制玉器工作室时，“00后”负责人唐校正在直播。他说：“年轻人更懂年轻人，‘DIY+电商’的路子，让岫岩玉走出大山，被更多人爱上。”

“消费者的选择渠道更多了。对商家来说，产品品质如何、能否带来实惠，是决定销量的关键。”山东优可熊母婴用品有限公司负责人王大龙说，通过完善产品供给，今年“双11”期间，公司产品销量较平常增长了3倍。

此外，更多市场空间值得期待。

今年“双11”，县域市场消费火热，带动不少商家整体销量上升；兴趣消费和情绪满足类产品也表现不俗。业内人士认为，通过丰富消费场景、深挖文化内涵、聚焦情绪价值，电商平台不断打造市场新增量，促进消费市场持续向好。

在李鸣涛看来，随着数字化技术的深入应用，中国电商行业的新形态、新模式层出不穷，如直播电商，融合线上线下优势的即时零售等，这也一定程度上代表了全球电商行业的发展趋势，未来海外市场将带来更大的增长空间。

(新华社)

推动电商行业转型升级

“双11”不仅是观察消费市场的一个重要窗口，也是观察消费趋势变化的重要节点。

业内人士认为，支付、物流方面的互联互通等举措，意味着服务将更加回归消费者本位，让消费者享受到实实在在的优惠。

随着“双11”购物节的不断发展，消费者对购物体验、退换货等售后服务有更高期待，这也意味着电商平台的服务能力要进一步提升。

推进诚信建设也有助于释放更多消费潜力。中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江说，平台应通

过建立良性的消费信任、兼顾消费者和商家的公平规则，持续激发消费市场活力。商家自身也要重视品牌建设，平衡短期利润和长期收益。

利用技术赋能，有助于进一步推动电商发展、提升消费体验。

借助AI助手、AI数字人直播等技术，平台可有效增加内容供给、提升竞争力。“人工智能技术在电商场景的应用将进一步拓展，对全行业的赋能也将进一步增强。”李鸣涛说，在尊重消费者隐私的同时，可以利用大数据、技术分析等手段，优化购买咨询、商品选购、售后维权等消费全链路。

前10个月 我国人民币贷款增加16.52万亿元

货币(M2)余额309.71万亿元，同比增长7.5%；狭义货币(M1)余额63.34万亿元，同比下降6.1%；流通中货币(M0)余额12.24万亿元，同比增长12.8%。

另外，前10个月我国人民币存款增加17.22万亿元。其中，住户存款增加11.28万亿元。

同日发布的社会融资数据显示，前

10个月我国社会融资规模增量累计为27.06万亿元，比上年同期少4.13万亿元。10月末社会融资规模存量为403.45万亿元，同比增长7.8%。

超16万亿元新增贷款投向哪里？

——透视前10个月金融数据

长期贷款新增较多，这为稳投资提供了较为充足的资金支持。数据显示，前10个月，我国企(事)业单位贷款增加13.59万亿元，是贷款增加的主力军。其中，中长期贷款增加9.83万亿元，占比超七成。

具体来看，信贷资金流向了哪里？

记者从中国人民银行了解到，10月末，专精特新企业贷款余额4.23万亿元，同比增长13.6%；科技型中小企业贷款余额3.17万亿元，同比增长21%；普惠小微贷款余额33万亿元左右，同比增长15%左右。这些贷款增速均高于同期各项贷款增速。

与此同时，前10个月，我国住户贷款增加2.1万亿元。记者从中国人民银行了解到，10月份我国个人住房贷款规模企稳，明显好于前9个月月均减少690亿元的水平，也好于前两年同期水平。

从新增信贷的结构来看，企业和居民的贷款增长均显现出亮点。

今年以来，企业贷款特别是企业中

经济作用持续显现。”招联首席研究员董希淼表示，特别是今年9月下旬以来，中国人民银行优化调整房地产金融政策，创设两项支持资本市场的货币政策工具，市场反应积极。

数据显示，10月末，广义货币(M2)余额同比增长7.5%，增速持续回升；狭义货币(M1)余额同比增长6.1%；流通中货币(M0)余额12.24万亿元，同比增长12.8%。

董希淼认为，一揽子增量金融政策有效改善预期，部分投资者风险偏好转向更为积极。随着支持资本市场的工具落地，商业银行向非银机构的融资增多，也直接推动M2增加。此外，财政支出加快，财政存款更多转化为企业存款。

融资成本进一步降低

今年以来，我国利率水平保持稳中

有降态势，企业和居民融资成本进一步降低。记者从中国人民银行了解到，10月份新发放企业贷款加权平均利率为3.5%左右；新发放个人住房贷款利率为3.15%左右，均处于历史低位。

“考虑到有些增量政策还在陆续落地，贷款审核、授信、提款等也需要一个过程，未来政策效应还会进一步传导显现。”温彬表示，在一系列增量政策支持下，社会预期和市场信心将持续提升，融资需求将进一步改善，融资成本也有望进一步降低。

中国人民银行日前发布的2024年第三季度中国货币政策执行报告显示，下阶段，中国人民银行将坚定坚持支持性的货币政策立场，加大货币政策调控强度，为经济稳定增长和高质量发展创造良好的货币金融环境。

(新华社)

商务部：
进口欧盟相关白兰地
应提供保证金或保函

本报讯 据商务部网站消息，11月11日，商务部发布《关于对原产于欧盟的进口相关白兰地实施临时反倾销措施的补充公告》。其中指出，自2024年11月15日起，进口经营者在进口被调查产品时，应依据本公告所确定的各公司的保证金比率向中华人民共和国海关提供相应的保证金或保函。

(中新)

10月份电商物流需求
增加明显

农村电商和新技术 表现亮眼

本报讯 中国物流与采购联合会11月11日公布10月份中国电商物流指数。在多重因素促进下，电商物流需求增加明显，电商物流业务量显著提升。

10月份我国电商物流指数为115点，较上月回升0.6点。10月份市场迎来消费旺季，从中下旬开始，各大电商平台针对“双11”推出“预售期”“抢先购”等活动，叠加各地同期出台的家电消费补贴政策，线上消费需求明显提升。10月份电商物流总业务量指数达到133.7点，比上月提高2.5点，为近五年内新高。分地区来看，东北部地区升幅最大。

中国物流信息中心主任刘宇航表示，10月份我国电商物流指数呈现了小幅回升的状态，电商物流需求稳步回升，特别是在“两新”政策下，围绕着家电、服装和日常消费品消费补贴力度的加大，也激发了消费者电商消费的活力。

另外，10月份，受业务量上涨带动，企业库存周转加快，电商物流企业库存周转率环比上升0.8点。随着快递旺季逐步来临，快递企业采取增开线路、设备升级、运力增加、提高直发和航空运输比例等做法，为消费者提供更加高效、便捷的购物体验。满意率指数和实载率指数均保持在100点以上。

从后期走势来看，随着各大电商平台的促销活动不断推出，预计本轮电商消费浪潮和快递高峰将持续一个月以上，在各项利好因素的共同促进下，11月份的电商物流指数仍将继续上涨。

能源法明年1月施行 进一步推动行业发展转型

本报讯 近日，十四届全国人大常委会第十二次会议表决通过《中华人民共和国能源法》，能源法将于2025年1月1日起施行。专家认为，这将从多方面促进我国能源行业转型发展。

此次能源法的出台，填补了能源领域统领性立法的空白。中国法学会能源法研究会副秘书长陈兴华指出，能源发展具有系统性，有一些问题仅仅依靠单行法是不能解决的，我国长期缺乏一部具有基础性、统领性的立法。

华北电力大学国家能源发展战略研究院执行院长王鹏进一步指出，在原本单行法的规范下，各个能源品种之间各自为战，衔接出现真空。“双碳”目标下，能源是重中之重，急需一部法律指导能源发展和转型。

此次通过的能源法共九章，对能源规划、能源开发利用、能源市场体系、能源储备和应急等能源领域基础性重大问题在法律层面作出规定。就具体影响来看，专家认为，能源法的出台明确了行业发展方向，提振了投资信心。

王鹏指出，前一阶段业内对生物质能的发展比较困惑，能源法第二十六条鼓励合理开发利用生物质能，行业发展得以明确。此外，能源法对煤炭、油气各类可再生能源发展的定位予以法定化，便于各主体精准把握发展趋势。

他认为，能源法的出台使得近年行之有效的制度、办法、规则法律化，明确了行业的发展方向，更加坚定市场经营主体的信心，也会使他们对能源的投资更加大胆。

能源法还规定，“支持各类经营主体依法按照市场规则公平参与能源领域竞争性业务”。

陈兴华认为，我国长期推行能源体制改革，能源领域的市场建设目前已经取得了成效，能源法把鼓励多元化投资、保护投资人权益以法律条文的形式加以明确，对能源市场的投资信心是一种提振。

当前我国新能源发展面临消纳难题，能源法的出台将对此有所改善。

能源法第二十二条规定：“国务院能源主管部门会同国务院有关部门制定非化石能源开发利用中长期发展目标，按年度监测非化石能源开发利用情况，并向社会公布。”

北京大学能源研究院副院长杨雷指出，能源法要求对非化石能源替代编制规划并进行年度审查，其实是设定了倒逼机制；在此基础上，还加快推进能源市场体系建设，通过市场化改革构建一个更能优化资源配置的体系，比如电力现货市场若能有效运行，就能解决需求侧响应问题，促成新的商业模式建设。杨雷说，一方面有倒逼机制，一方面有市场推动，再辅之以合适的疏导方法，这样一年就能激发新的商业模式创造活力。(中新)