

# 各大电商成交总额逾 7000 亿元 “双 11”又让世界“惊掉下巴”



11 月的中国消费市场“火”得不行! 第三届中国国际进口博览会万商云集的火热盛况还在眼前, 一年一度的“双 11”购物狂欢节又火爆登场。

美媒报道称, 今年的“双 11”购物节, 中国各大电商平台提供了超过 1500 万种商品打折售卖, 这些产品来自超过 14 万个品牌, 其中包括 6 万多个国际品牌。在全球疫情阴影仍未消退、世界经济面临不确定性的当下, 这场全球最大规模的网上购物嘉年华如约而至, 并使天猫、京东等电商平台再次创造刷新纪录的成交额。如外媒所言, 通过这场狂欢, 全球商家迎来“回血”机遇, 世界经济获得复苏动力, 国际社会看到中国经济发展的良好势头。

中国市场奔腾涌动的热潮, 为疫情阴霾之下的世界经济带来融融暖意。

## “不只是打折购物盛宴”

今年“双 11”购物节来临之际, 美国艾睿咨询咨询公司发布的一项调查结果提前“剧透”了中国消费者的高涨热情: 96% 的受访者打算参与今年“双 11”活动, 39% 的受访者将在今年增加支出。

11 月 11 日当天, 随着一个个创造纪录的数字接踵而至, 各大外媒纷纷惊叹中国的消费热度。

“22.5 亿个订单”, 德国《明镜周刊》网站报道称, 截至 11 月 11 日晚 11 时, 仅天猫“双 11”活动的物流订单就突破 22.5 亿个订单, 相当于 2010 年中国全年快递量的总和。美国有线电视新闻网(CNN)引述阿里巴巴的统计数据称, 截至 11 月 11 日 0 时 30 分, 天猫“双 11”销售额已达到 3723 亿元人民币, 打破去年“双 11”全天创下的纪录。最终, 今年“双 11”各大电商成交额突破 7747 亿元, 与往年相比实现大幅增长。

除了惊人的数字, 走到第 12 个年头的“双 11”在今年

## 超 1500 万种商品打折售卖

呈现出诸多“新花样”, 也为外媒所津津乐道。

英国广播公司(BBC)刊文指出, 为了迎合中国消费者日益增长的需求, 今年的“双 11”购物节在 11 月 1 日至 3 日就已掀起一场网上销售热潮。美联社也注意到, 中国电商平台延长了今年“双 11”购物节的时间, 希望以此提振销售, 帮助商家应对新冠肺炎疫情的影响。

在拉长战线的时间, 今年“双 11”购物节中还出现了形式更为丰富的促销活动。美国《福布斯》报道称, 众多中国电商纷纷采取多阶段、多样化的促销战略, 进一步拉动了民众的消费热情。预售和直播等模式的推广, 也成为促进交易增长的重要动力。

美国消费者新闻与商业频道刊文指出, 直播已经成为“双 11”购物节的关键一环。一些今年首次参加中国“双 11”购物节的美国公司也选择通过直播来推销商品。

“不只是促销”, “双 11”正在中国引入新的购物体验”, 美国全球市场研究公司官网以此为题刊文称, 而今年的“双 11”不再只是一场打折购物盛宴, 参加该活动的数字巨头开始利用直播、新品发布和直播技术, 提升消费者参与度和购物体验。外媒认为, 中国消费者对科技创新的接受速度比西方要快得多。科技改变生活, 这是对中国人生活方式转变的最好诠释。

## “消费意愿走强的标志”

对外媒而言, 一年一度的“双 11”购物节之所以值得关注, 一个重要原因是其为观察中国经济提供了一扇重要窗口。不断刷新的交易额背后是中国强劲的消费潜力和澎湃的市场活力。

如 CNN 所言, 今年的“双 11”购物节较之以往又多了一层新的含义, 巨大的销售额体现出中国经济正在摆脱新冠肺炎疫情的影响, 逐步走向复苏。各大电商平台出色的销售业绩展现了中国消费者强大的购买力, 也反映出中国政府对于新冠肺炎疫情的应对科学有效。

“双 11”将是一个很好的指标, 表明中国整体市场的健康程度。”美国市场观察网站引述分析人士观点称, “目前中国市场似乎在高歌猛进。”

10 月下旬, 中国国家统计公布的捷报让疫情阴霾下的世界信心大振: 中国三季度 GDP 同比增长 4.9%, 前三季度经济增长由负转正。不到一个月, 中国“双 11”购物节交出的优异“成绩单”再次让世界看到全球第二大经济体的成色。

路透社指出, 今年的“双 11”购物节可被视为中国消费者消费意愿走强的标志。这场购物盛宴彰显出中国从疫情阴影中走出来后, 其消费与经济重振的潜力是巨大的。

在彭博社看来, “双 11”购物节是截至目前中国后疫情时期经济复苏的“最好晴雨表”, 不仅预示着中国消费者的回归, 还是中国经济的好兆头, 为消费支出促进中国经济发展提供了进一步的证据。

10 月下旬召开的中共十九届五中全会提出, 加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相促进的新发展格局。外媒认为, 由于全球需求在未来一段时间内可能仍将受疫情影响, 增加国内消费将是中国经济更加自立的关键。今

年“双 11”购物节的销售暴涨表明, 中国人达 4 亿的中产阶级已做好了消费准备。

韩国纽西斯通讯社称, 以“双 11”购物节为契机, 中国正在进入新消费时代。《印度教徒报》认为, “双 11”网上购物的繁荣景象显示出中国努力把国内消费提升为经济增长驱动器的关键。

“中国的许多商家已在疫情期间转向网上销售, 一些新零售模式已蓬勃发展。”新加坡《海峡时报》引述评级机构惠誉国际的判断称: “在更快线下复苏和线上购物节共同提振消费者支出的支撑下, 中国的消费和零售市场很可能将在强劲(的第四季度)中走完这一年。”

## “全球供应链动起来”

与刚刚落幕的第三届进博会一样, “双 11”购物节向世界展示了中国庞大的购买力, 这对于全球企业来说, 意味着难以抗拒的吸引力。

《福布斯》杂志指出, “双 11”购物节正在走向全球化, 成为各国零售商踊跃参与的一场全球营销活动。韩国 KBS 也称, 包括韩国企业在内的全球企业都在密切关注中国内需市场复苏动向, 并希望持续扩大在世界最大消费市场中国的销售版图。

数据显示, 今年有 2600 多个新品牌、120 万款进口新商品通过天猫国际首次参加“双 11”购物节。11 月 1 日至 11 日中午 12 时, 天猫国际进口商品成交额同比增长 47.3%, 其中 180 个海外品牌成交额过千万元。

BBC 直言, “抓住中国市场”已经成为越来越多海外品牌的共识, 它们纷纷全力奋战, 不惜出动各种运力跨境调货, 在 11 月 11 日当天给消费者带来优惠。

在美国《华盛顿邮报》看来, “双 11”不仅是中国的节日, 更是世界的节日。当全球大部分地方还在疫情中苦苦挣扎, 欧美正处于第二波疫情高峰, 中国成了全球唯一的主要增长引擎。各国企业都指望中国消费者帮它们“回血”。“美国《华尔街日报》刊文称, 在新冠肺炎疫情激增抑制美国和欧洲需求的情况下, 中国正支撑美国企业应对这一局面, 中国恢复常态对美企来说更加重要。

美国市场观察网指出, 作为一年中最繁忙的网购节日之一, “双 11”购物节的规模和范围不断扩大, 将为疲软的全市场注入强心剂。随着中国人的购买力不断上升以及上网人数日益增多, 对谋求在蓬勃发展的互联网和电子商务领域获利的投资者而言, “双 11”购物节凸显出诱人的增长机遇。

“双 11”购物节是一个缩影。作为疫情之后全球唯一实现正增长的主要经济体, 中国加快形成“双循环”新发展格局, 坚持推进更高水平对外开放, 为全球经济复苏提供了新动力。如英国《金融时报》所言, 近几个月来, 在欧洲各国企业努力摆脱国内持续经济拖累的同时, 来自中国的强劲需求推动了它们的发展。

《福布斯》杂志也称, 由于中国市场消费需求旺盛, 许多海外品牌借力中国市场迎来转机, 全球供应链“动”了起来。(源自人民网)

日前, 国家统计局公布数据显示, 2020 年 10 月份, 全国居民消费价格(CPI)同比上涨 0.5%, 环比下降 0.3%。1—10 月, 全国居民消费价格比去年同期上涨 3.0%。其中, 受市场关注的猪肉价格在连续上涨 19 个月后又首次转降, 同比下降 2.8%。

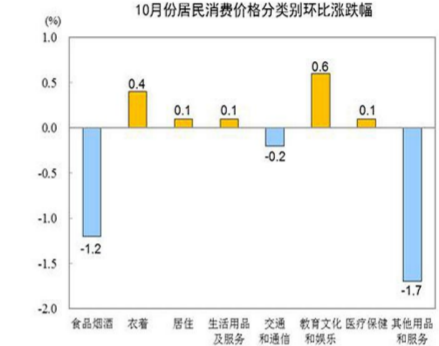


国家统计局城市司高级统计师董菊娟表示, 10 月份, 各地区各部门继续做好保供稳价工作, 市场供求总体稳定。其中, CPI 同比涨幅回落较多, 比上月回落 1.2 个百分点, 主要是受去年同期同比基数较高、翘尾因素减少以及猪肉价格由升转降的影响。

从同比看, 城市上涨 0.5%, 农村上涨 0.4%; 食品价格上涨 2.2%, 非食品价格上涨 0.3%; 消费品价格上涨 0.6%, 服务价格上涨 0.3%。

从环比看, 城市下降 0.3%, 农村下降 0.5%; 食品价格下降 1.8%, 非食品价格上涨 0.1%; 消费品价格下降 0.6%, 服务价格上涨 0.1%。

## 各类商品及服务价格同比变动情况



10 月份, 食品烟酒类价格同比上涨 2.4%, 影响 CPI(居民消费价格指数)上涨约 0.76 个百分点。食品中, 鲜菜价格上涨 16.7%, 影响 CPI 上涨约 0.38 个百分点; 水产品价格上涨 2.5%, 影响 CPI 上涨约 0.04 个百分点; 畜肉类价格上涨 2.0%, 影响 CPI 上涨约 0.14 个百分点, 其中猪肉价格下降 2.8%, 影响 CPI 下降约 0.13 个百分点; 粮食价格上涨 1.5%, 影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点; 鲜果价格上涨 0.4%, 影响 CPI 上涨约 0.01 个百分点; 蛋类价格下降 16.3%, 影响 CPI 下降约 0.11 个百分点。

其他七大类价格三涨四降。其中, 其他用品和服务、医疗保健、教育和娱乐价格分别上涨 2.4%、1.5% 和 1.1%; 交通和通信、居住价格分别下降 3.9% 和 0.7%, 衣着、生活用品及服务价格分别下降 0.3% 和 0.1%。

## 各类商品及服务价格环比变动情况

10 月份, 食品烟酒类价格环比下降 1.2%, 影响 CPI 下降约 0.39 个百分点。食品中, 畜肉类价格下降 4.5%, 影响 CPI 下降约 0.34 个百分点, 其中猪肉价格下降 7.0%, 影响 CPI 下降约 0.34 个百分点; 鲜菜价格下降 2.1%, 影响 CPI 下降约 0.06 个百分点; 蛋类价格下降 1.9%, 影响 CPI 下降约 0.01 个百分点; 水产品价格下降 1.2%, 影响 CPI 下降约 0.02 个百分点; 鲜果价格上涨 1.8%, 影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点。

其他七大类价格环比五涨两降。其中, 教育和娱乐、衣着价格分别上涨 0.6% 和 0.4%; 居住、生活用品及服务、医疗保健价格均上涨 0.1%; 其他用品和服务、交通和通信价格分别下降 1.7% 和 0.2%。(源自人民网)

## 前 10 月我国实际使用外资 同比增长 6.4% 延续稳中向好

11 月 16 日, 商务部发布数据显示, 2020 年 1—10 月, 全国实际使用外资 8006.8 亿元人民币, 同比增长 6.4% (折合 1150.9 亿美元, 同比增长 3.9%; 不含银行、证券、保险领域, 下同), 增幅比 1—9 月提高 1.2 个百分点, 延续了稳中向好态势。

据悉, 从单月情况看, 10 月当月全国实际使用外资 818.7 亿元人民币, 同比增长 18.3% (折合 118.3 亿美元, 同比增长 18.4%), 连续 7 个月实现同比增长。

分行业看, 1—10 月服务业实际使用外资 6257.9 亿元人民币, 同比增长 16.2%, 占全国实际使用外资 78.2%。高技术服务业同比增长 27.8%, 其中电子商务服务、专业技术服务、研发与设计服务、科技成果转化服务同比分别增长 44.3%、77.9%、82.1%、43.6%。(源自人民网)



## 教育部: 国家安全教育记录纳入学生档案

根据教育部发布的《大中小学国家安全教育指导纲要》(以下简称“指导纲要”), 国家安全教育内容今后将纳入不同阶段学生综合素质档案。

根据指导纲要, 小学阶段侧重考察参与国家安全教育相关活动情况; 中学阶段相关评价要把国家安全教育有关内容纳入考核评价范围, 兼顾活动参与情况的考察; 大学阶段采用多种方式进行课程考试, 兼课程过程性考核。各阶段相关学校要客观记录学生参与国家安全教育专题教育、课程学习和社会实践等活动中的态度、行为表现和学习成果, 确保记录真实可靠, 纳入学生综合素质档案。

指导纲要明确, 小学阶段要重点围绕建立国家概念, 使学生初步了解国家安全基本常识, 增强爱国主义情感。初中阶段要重点围绕认识个人与国家关系, 增强国家安全意识, 使学生初步了解总体国家安全观, 掌握国家安全基础知识, 理解国家安全对个人成长的重要作用, 初步树立国家利益至上的观念。高中阶段要重点围绕理解人民福祉与国家关系, 树立总体国家安全观, 使学生理解总体国家安全观, 初步掌握国家安全各领域内涵及其关系, 认识国家安全对国家发展的重要作用, 树立忧患意识, 增强自觉维护国家安全的使命感。大学阶段要重点围绕理解中华民族命运与国家关系, 践行总体国家安全观, 使学生系统掌握总体国家安全观的内涵和精神实质, 理解中国特色国家安全体系, 树立国家安全底线思维, 将国家安全意识转化为自觉行动, 强化责任担当。(源自人民网)

## 外贸回稳, 助力构建新发展格局

全天候网上展示, 无时差对接, 在线洽谈紧密合作……不久前, 第 128 届广交会如约“云端”举办, 约 6 万个展位, 近 2.6 万家境外企业参展, 显示出中国经济的强大活力, 为全球贸易复苏注入强劲动能。

这边广交会取得良好成效, 那边外贸也交上了一份亮眼成绩单——纵向比较, 前三季度, 中国进出口总额 23.12 万亿元人民币, 同比增长 0.7%, 出口 12.71 万亿元, 增长 1.8%, 进出口、出口规模创历史新高。横向比较, 前三季度我国外贸回稳向好, 好于预期。今年以来, 新冠肺炎疫情在全球蔓延, 世界经济严重衰退, 国际环境日趋复杂, 外贸发展面临的困难和挑战前所未有。在这样的背景下, 中国外贸逆势而上, 实现规模和市场份额双双提升, 同创新高。

来之不易的外贸成绩单, 有力展示了我国在统筹推进疫情防控和经济社会发展工作中取得的重大成果。面对疫情严重冲击, 我国加大宏观政策应对力度, 扎实做好“六稳”工作, 全面落实“六保”任务, 从持续优化营商环境, 提升通关便利化水平, 到开展跨境电商企业对企业出口监管试点, 推动建设海南自贸港, 到鼓励中西部、东北等地开展市场采购贸易试点, 到加大自贸试验区海关监管制度创新和复制推广力度, 一揽子稳外贸政策落地生效, 稳住了企业信心和市场预期。当前, 我国正加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。外贸回稳, 助力构建新发展格局。

## 5G 云电竞产业联盟启动 高新技术绘制电竞发展蓝图

日前, 北京国际电竞创新发展大会于首钢园三高炉举办。在“竞启未来”主论坛中, 北京市委宣传部副部长赵磊、北京市电竞产业联盟秘书长刘绍坚、人民网副总编辑、中国共产党新闻网总编辑孙海峰、咪咕文化副总经理顾志伟、人民体育董事长朱凯、咪咕互娱总经理冯林、人民电竞执行主任王晓东、北京移动平台生态部副总经理水波等嘉宾共同启动了“5G 云电竞产业联盟”。

5G 时代的来临, 势必会为人们的生活带来翻天覆地的变化, 电竞产业也将因为 5G 时代的到来产生新的发展机遇。在人民电竞执行秘书长刘绍坚看来, 5G 信息技术的提速, 使电子竞技成为数字文创、数字娱乐产业的催化剂, 在动漫、游戏、直播带货、智能装备研发、大数据分析等领域有着极为重要的宣传带动作用, 也成为数字经济、新经济的重要组成部分。

“基于这个现状, 人民体育(北京)有限公司与中国移动咪咕公司定于‘电竞北京 2020’首届北京国际电竞创新发展大会发布环节共同发起‘5G 云电竞产业联盟’, 该联盟旨在整合我国电子竞技的行业资源, 通过技术创新、科技融合、文化传承、地方支持, 加速电子竞技产业的生态革新, 拓展 5G 信息通信技术的行业应用。同时, 联盟将制定基于 5G 电子竞技产业的相关标准, 推动 5G 云电竞的人才培养、高新技术的研发与应用。” 刘绍坚补充道。咪咕方面也表示, 希望能够通过“5G 云电竞产业联盟”, 与电竞产业同仁一道, 加快实现云电竞产业环境友好、生态优化、资源融合、科技创新、标准规范、合作共赢的发展新局面。



此外, 就现场反馈来看, 电竞从业人员普遍认为, 5G 云电竞作为新数字娱乐形态, 在体验上能够为人们提供突破性的互动创新场景, 在功能上能够打造全新的电竞多人在线对战模式, 而在技术层面, 则实现了 5G 网络和云电竞业务的高效协同, 这些都势必会加速电竞产业的蓬勃发展。同时, 得益于 5G 的优势, AR、VR、4K 等高新技术也可以找到落地应用场景, 这些都会为电竞产业注入新的活力。(源自人民网)

## RCEP 将为世界经济带来增量红利

历经 8 年谈判, 区域全面经济伙伴关系协定(RCEP) 15 日终于成功签订。由于囊括大幅关税减让, RCEP 预计将显著降低地区交易成本, 畅通物流人流, 促进东亚区域一体化, 为世界经济带来新一轮增量红利。

据相关专家测算, RCEP 有助于强化东亚多领域合作, 为全球带来可观的财富增长。中国与日本、韩国及东盟是重要合作伙伴, RCEP 很可能造就以多边合作反哺双边合作, 双边合作丰富多边合作的利好效应, 叠加域内对外开放升级等因素, 具有显著的红利外溢效应, 将吸引更多全球资本、技术等要素汇聚于此。

今年以来, 在复杂外部形势下, 中国与东盟贸易和投资均实现逆势增长, 前三季度中国对东盟投资增长 76.6%。受中国经济强劲复苏等因素影响, 中国与东盟、日韩等供应链合作非但没有弱化, 反而更加紧密。

美国智库卡内基国际和平基金会高级研究员黄育川分析认为, 疫情影响下, 亚洲可能会出现供应链区域化, 亚洲经济体面向西方的程度或将降低, 彼此之间的联系程度或将上升。

疫情在全球肆虐之际, 东亚区域合作正在巩固本地区投资避风港地位。近年来, 明晟、富时罗素、标普道琼斯、彭博巴克莱、摩根大通等国际指数机构, 纷纷加快速度纳入中国等东亚股票和债券。今年亚洲固收基金回报率高于全球固收基金, 促使投资者着手提高东亚资产持有比重。而 RCEP 利好因素大概率会加速全球投资重心东移趋势。

除了直接的增量红利, RCEP 对全球格局和发展模式的影响同样不容小觑。当今世界经济面临着新的挑战, 一方面, 疫情和保护主义等利空因素, 严重冲击全球供应链, 损害多边合作基础, 国际社会渴求以新型多边合作方式创造新增长, 实现新发展; 另一方面, 新一轮科技革命尚未实现重大突破, 世界经济缺乏新增长点, 急需补充新动能。

RCEP 有望为世界经济提供解决方案; RCEP 将以多边主义引领合作共赢的时代主流, 为疫情阴霾下的世界经济带来新希望。RCEP 所倡导的绿色共享、包容增长等理念, 有望开启更加公平、更可持续的区域合作新模式; 同时, RCEP 有望开辟以合作模式创新优化区域资源配置, 进而推进技术和商业模式创新的新路径。(源自人民网)